



제 439회 국회 (정기회)
제1차 과학기술정보방송통신위원회

전기통신사업법 일부개정법률안

검 토 보 고

〈온라인 불편광고 및 다크패턴 관련 금지행위 신설 등〉

■ 조인철의원 대표발의(의안번호 제2218967호)

■ 이해민의원 대표발의(의안번호 제2219051호)

■ 김 현의원 대표발의(의안번호 제2219087호)

2026. 9.

과학기술정보방송통신위원회

수석전문위원 이지민

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	2
III . 검토의견	6
1. 온라인 광고사업자 정의 및 불편광고 관련 금지행위 신설	6
2. 다크패턴 관련 금지행위 신설	24

I . 제안경위

[조인철의원안]

가. 발 의 자 : 조인철의원 등 10인

나. 발의연월일 : 2026. 5. 14.

다. 회부연월일 : 2026. 5. 15.

[이해민의원안]

가. 발 의 자 : 이해민의원 등 11인

나. 발의연월일 : 2026. 5. 22.

다. 회부연월일 : 2026. 5. 26.

[김현의원안]

가. 발 의 자 : 김현의원 등 14인

나. 발의연월일 : 2026. 5. 29.

다. 회부연월일 : 2026. 7. 1.

II. 제안이유 및 주요내용

[조인철의원안]

현행법은 전기통신사업자가 이용약관과 다르게 전기통신서비스를 제공하거나 전기통신이용자의 이익을 현저히 해치는 방식으로 전기통신서비스를 제공하는 행위를 금지하고 있음.

그러나 최근 전기통신서비스 이용 과정에서 이용자의 의사에 반하여 납치광고나 플로팅 광고, 가입·이용 또는 해지·전환 과정에서 온라인 인터페이스에 다크패턴을 설계하는 행위가 빈번함에도 이를 규율하는 데 한계가 있음.

이에 전기통신사업자의 금지행위에 이용자의 의사에 반하여 다른 웹페이지 또는 화면으로 전환되게 하거나 이용 중인 웹페이지 또는 화면의 종료·전환을 제한하거나 현저히 곤란하게 하는 행위, 광고를 배포·게시·전송하면서 부당하게 광고가 아닌 다른 정보를 가리는 광고의 삭제를 제한하는 행위 및 온라인 인터페이스에서 전기통신서비스의 가입·이용·해지·전환에 관한 선택사항을 부당하게 표시하거나 이용자가 특정 항목을 선택하여야 하는 것으로 오인하도록 설계하는 행위를 추가하여 전기통신사업의 건전한 발전과 이용자의 편의를 도모하려는 것임(안 제2조제13호의2, 제50조제1항제5호의4부터 제5호의6까지 신설 및 제51조).

[이해민의원안]

제안이유

디지털서비스 환경에서 이용자의 의사결정을 방해하거나 왜곡하는 이른바 ‘다크패턴’ 설계가 확산되면서 이용자 보호의 중요 이슈로 떠오르고 있음.

특히, 구독서비스의 해지 과정에서 과도하게 복잡한 절차를 설정하여 해지를 방해하거나, 거부 의사를 표시했음에도 불구하고 반복적으로 광고를 노출시키는 등 이용자의 의사결정에 영향을 미치는 서비스 설계에 대해 이용자들의 불만·피해 등이 점차 증가하고 있음.

한편 현행 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」에서는 주요 다크패턴 행위를 금지하도록 규정하고 있으나, 금전적 상거래 행위에 한정되어 규제 범위에 한계가 있다는 지적이 있음.

따라서 전기통신사업법 상 다크패턴 금지행위 규정을 포괄적으로 신설하여 디지털서비스 시장에서 빠르게 진화하는 다크패턴 행위를 예방하고 이용자 권익을 보호하고자 함.

주요내용

가. 이용자의 의사결정을 방해하거나 왜곡하는 행위를 금지행위로 규정함(안 제50조제1항제12호 신설).

나. 다크패턴 금지행위에 대해서 벌칙 규정의 예외적용 근거 조항을 마련함(안 제99조).

[김현의원안]

제안이유

최근 디지털 플랫폼 및 온라인 광고 시장의 급속한 성장에 따라 광고 제공 방식이 다양화·고도화되고 있으나, 이와 동시에 이용자의 정상적인 정보 이용을 방해하는 이른바 ‘플로팅 광고’, ‘납치 광고’ 등의 이용자 불편 광고 또한 지속적으로 증가하고 있음.

이러한 온라인 불편 광고는 이용자의 자율적인 정보 선택권과 접근권을 침해할 뿐만 아니라, 온라인 광고 및 플랫폼 전반에 대한 신뢰저하로 건전한 광고 유통 질서를 저해하고 나아가 디지털 서비스에 대한 신뢰를 저해하는 결과를 초래하고 있음.

그럼에도 불구하고 현행법은 콘텐츠를 가리는 ‘플로팅광고의 삭제 제한 행위’만을 규정하고 있어 납치 광고 등의 신유형 불편 광고는 규제 대상에 포함되지 않아 실효적인 규제가 어려운 상황임.

이에 이용자의 서비스 이용을 저해하는 신유형 온라인 불편 광고 행위를 유형화하여 금지행위로 명확히 규정하고, 불편 광고의 제공·유통에 실질적으로 관여하는 온라인 광고 사업자를 규율 대상으로 포섭하는 한편, 과태료 규정을 마련하여 제재의 효율성을 제고함으로써 건전한 인터넷 이용환경을 조성하고 이용자의 권익을 보호하고자 함.

주요내용

가. 온라인 광고 사업자 정의 규정 마련(안 제2조제30호 신설)

나. 플로팅 광고, 전환 광고 및 콘텐츠 인식 방해 광고 등 온라인 불편 광고에 대한 금지행위 규정 마련(안 제50조제1항제12호부터 제14호까지 신설)

다. 온라인 광고 사업자에 대한 사실조사 근거 규정 마련(안 제51조제2항제5호 신설)

라. 온라인 불편 광고 금지행위에 대한 과징금 부과 적용 제외 근거 마련(안 제53조제1항)

마. 온라인 불편 광고 금지행위에 대한 벌칙 적용 제외 근거 마련(안 제99조제5호)

바. 온라인 불편 광고 금지행위에 대한 과태료 부과 근거 규정 마련(안 제104조제5항제7호의3 신설 및 제6항)

Ⅲ. 검토의견

1. 온라인 광고사업자 정의 및 불편광고 관련 금지행위 신설(조인철 의원안, 김현의원안)

가. 개정안의 내용

- 개정안은 온라인 광고사업자에 대한 정의 규정을 마련하고, 플로팅 광고, 납치광고 등 온라인 불편광고에 대한 금지행위를 마련하려는 것임(안 제2조 및 제50조제1항 등).

현행	조인철의원안	김현의원안
제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. ~ 13. (생략) <u><신설></u>	제2조(정의) ----- ----- -----. 1. ~ 13. (현행과 같음) 13의2. “온라인 광고사업자”란 부가통신역무를 제공하는 사업 중 전기통신사업자의 웹사이트, 애플리케이션 등 온라인 매체의 화면에 광고를 배포·게시·전송하는 사업을 하는 자를 말한다.	제2조(정의) ----- ----- -----. 1. ~ 29. (현행과 같음) 30. “온라인 광고사업자”란 전기통신사업자의 웹사이트, 애플리케이션 등 온라인 매체의 화면에 온라인 광고를 배포·게시·전송하는 사업을 하는 자를 말한다.
14. ~ 29. (생략)	14. ~ 29. (현행과 같음)	

현행	조인철의원안	김현의원안
제50조(금지행위) ① 전기통신사업자(제9호부터 제11호까지의 경우에는 앱마켓사업자로 한정한다. 이하 이 조에서 같다)는 공정한 경쟁 또는 이용자의 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “금지행위”라 한다)를 하거나 다른 전기통신사업자 또는 제3자로 하여금 금지행위를 하도록 하여서는 아니 된다.	제50조(금지행위) ① ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----.	제50조(금지행위) ① ----- ----- -----한정하고, 제12호부터 제14호까지는 온라인 광고사업자를 포함한다. ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----.
1. ~ 5의3. (생략)	1. ~ 5의3. (현행과 같음)	1. ~ 11. (현행과 같음)
<신설>	5의4. <u>이용자의 의사에 반하여 다른 웹페이지 또는 화면으로 전환되게 하거나 이용 중인 웹페이지 또는 화면의 종료·전환을 제한하거나 현저히 곤란하게 하는 행위</u>	12. <u>광고를 배포·게시·전송하면서 정당한 사유 없이 광고가 아닌 정보를 가리는 광고의 삭제 제한· 방해하는 행위</u>

현행	조인철의원안	김현의원안
<신설>	5의5. 광고를 배포·게시·전송하면서 부당하게 광고가 아닌 다른 정보를 가리는 광고의 삭제를 제한하는 행위	13. 광고를 배포·게시·전송하면서 정당한 사유 없이 이용자의 의사와 다르게 또는 의사와 관계없이 이용자의 화면을 광고 화면으로 전환하는 행위
6. ~ 11. (생략)	6. ~ 11. (현행과 같음)	14. 광고를 배포·게시·전송하면서 이용자가 광고가 아닌 정보를 인식하는 것을 부당하게 방해하는 행위
② · ③ (생략)	② · ③ (현행과 같음)	② · ③ (현행과 같음)
제51조(사실조사 등) ① (생략)	제51조(사실조사 등) ① (현행과 같음)	제51조(사실조사 등) ① (현행과 같음)
② 방송미디어통신위원회는 제1항에 따른 조사를 위하여 소속 공무원에게 다음 각 호에 해당하는 자의 사무소·사업장에 출입하여 장부, 서류, 그 밖의 자료나 물건을 조사하게 할 수 있다.	② ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----.	② ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----.
1. ~ 3. (생략)	1. ~ 3. (현행과 같음)	1. ~ 4. (현행과 같음)
<신설>	3의2. 온라인 광고사업자	5. 온라인 광고 사업자

현행	조인철의원안	김현의원안
4. (생략) ③ ~ ⑥ (생략) 제53조(금지행위 등에 대한 과징금의 부과) ① 방송미디어통신위원회는 <u>제50조제1항</u>을 위반한 행위가 있는 경우에는 해당 전기통신사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액의 100분의 3 이하에 해당하는 금액을 과징금으로 부과할 수 있다. ② ~ ⑨ (생략) 제99조(벌칙) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 3억원 이하의 벌금에 처한다. 1. ~ 4. (생략) 5. 제50조제1항 각 호의 금지행위(제50조제1항제5호의 행위 중 이용약관과 다르게 전기통신서비스를 제공하는 행위 및 같은 항 <u>제5호의 2</u>의 행위는 제외한다)	4. (현행과 같음) ③ ~ ⑥ (현행과 같음)	③ ~ ⑥ (현행과 같음) 제53조(금지행위 등에 대한 과징금의 부과) ① ----- - <u>제50조제1항(제12호부터 제14호까지는 제외한다)</u>----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ② ~ ⑨ (현행과 같음) 제99조(벌칙) ----- ----- ----- ----- 1. ~ 4. (현행과 같음) 5. ----- ----- ----- ----- ----- <u>제5호의 2, 제12호부터 제14호까지</u>-----

현행	조인철의원안	김현의원안
다)를 한 자 제104조(과태료) ① ~ ④ (생략) ⑤ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과하고, 제4호의8부터 제4호의21까지, 제8호, 제8호의2 또는 제8호의3에 해당하는 자가 대규모유통업자에 해당하는 경우에는 5천만원 이하의 과태료를 부과한다. 다만, 제8호 또는 제17호에 해당하는 자가 제1항제5호·제6호 또는 제2항제6호에 해당하는 자인 경우는 제외한다. 1. ~ 7의2. (생략) <u><신설></u> 8. ~ 17. (생략) ⑥ 제1항제6호 및 제2항부터 제5항까지의		----- 제104조(과태료) ① ~ ④ (현행과 같음) ⑤ ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- 1. ~ 7의2. (현행과 같음) 7의3. 제50조제1항제12호부터 제14호까지를 위반하여 광고를 배포·게시·전송한 자 8. ~ 17. (현행과 같음) ⑥ ----- -----

현행	조인철의원안	김현의원안
규정에 따른 과태료는 대통령령으로 정하는 바에 따라 과학기술정보통신부장관이 부과·징수한다. 다만, 제1항제1호부터 제5호까지 및 제7호, 제3항제1호, 제1호의2, 제5항제2호의2·제4호의2·제4호의8부터 제4호의14까지·제4호의17·제4호의18·제4호의20·제8호·제8호의3에 따른 과태료는 방송미디어통신위원회가 부과·징수하고, 제5항제10호에 따른 과태료는 시·도지사가 부과·징수하며, 같은 항 제4호의15·제4호의21·제17호에 따른 과태료는 과학기술정보통신부장관 또는 방송미디어통신위원회가 각각 소관 업무에 따라 부과·징수한다.		-----제4호의20·제7호의3-----
	부 칙 이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.	부 칙 이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.

나. 검토의견

- 현행법은 전기통신사업자가 공정한 경쟁을 저해하거나 이용자의 이익을 침해할 우려가 있어 금지하는 행위로 11개의 유형을 명시하면서, 이러한 금지행위의 유형 및 기준에 관하여 필요한 사항을 대통령령으로 정하도록 하고¹⁾, 이를 위반할 경우 같은 법

- 1) 「전기통신사업법」 제50조(금지행위) ① 전기통신사업자(제9호부터 제11호까지의 경우에는 앱 마켓사업자로 한정한다. 이하 이 조에서 같다)는 공정한 경쟁 또는 이용자의 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “금지행위”라 한다)를 하거나 다른 전기통신사업자 또는 제3자로 하여금 금지행위를 하도록 하여서는 아니 된다.
1. 설비등의 제공·공동활용·공동이용·상호접속·공동사용·도매제공 또는 정보의 제공 등에 관하여 불합리하거나 차별적인 조건 또는 제한을 부당하게 부과하는 행위
 2. 설비등의 제공·공동활용·공동이용·상호접속·공동사용·도매제공 또는 정보의 제공 등에 관하여 협정 체결을 부당하게 거부하거나 체결된 협정을 정당한 사유 없이 이행하지 아니하는 행위
 3. 설비등의 제공·공동활용·공동이용·상호접속·공동사용·도매제공 또는 정보의 제공 등으로 알게 된 다른 전기통신사업자의 정보 등을 자신의 영업활동에 부당하게 유용하는 행위
 4. 비용이나 수익을 부당하게 분류하여 전기통신서비스(전기통신서비스를 다른 전기통신서비스, 「방송법」 제2조제1호에 따른 방송 또는 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 제2조제1호에 따른 인터넷 멀티미디어 방송의 전부 또는 일부와 묶어서 판매하는 결합판매서비스를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)의 이용요금이나 설비등의 제공·공동활용·공동이용·상호접속·공동사용·도매제공 또는 정보의 제공 등의 대가 등을 산정하는 행위
 5. 이용약관(제28조제1항에 따라 신고한 이용약관만을 말한다)과 다르게 전기통신서비스를 제공하거나 전기통신이용자의 이익을 현저히 해치는 방식으로 전기통신서비스를 제공하는 행위
 - 5의2. 전기통신사업자(이동통신사업자의 계열회사를 포함한다), 대리점 또는 판매점이 이용자에게 전기통신서비스의 이용요금, 약정 조건, 요금할인 등의 중요한 사항을 설명 또는 고지하지 아니하거나 거짓으로 설명 또는 고지하는 행위
 - 5의3. 「집합건물의 소유 및 관리에 관한 법률」을 적용받는 건물 등 다수가 공동으로 사용하는 건물의 소유자 등 건물관리주체와 전기통신서비스 이용계약[같은 법 제2조제3호에 따른 전유부분 등을 점유하는 자(이하 이 조에서 “점유자”라 한다)에게 전기통신서비스를 제공하려는 목적으로 체결하는 계약을 말한다]을 체결하면서 점유자에게 특정 전기통신서비스만 이용하도록 강제하는 행위. 이 경우 건물의 세부유형과 건물관리주체의 범위 등에 대한 기준은 방송미디어통신위원회가 정하여 고시한다.
 6. 설비등의 제공·공동활용·공동이용·상호접속·공동사용·도매제공 또는 정보 제공의 대가를 공급비용에 비하여 부당하게 높게 결정·유지하는 행위
 7. 이동통신서비스를 이용하여 디지털콘텐츠를 제공하기 위한 거래에서 적정한 수익배분을 거부하거나 제한하는 행위
 8. 이동통신단말장치의 기능을 구현하는 데 필수적이지 아니한 소프트웨어의 삭제 또는 삭제에 준하는 조치를 부당하게 제한하는 행위 및 다른 소프트웨어의 설치를 부당하게 제한하는 소프트웨어를 설치·운용하거나 이를 제안하는 행위
 9. 앱 마켓사업자가 모바일콘텐츠 등의 거래를 중개할 때 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 모바일콘텐츠 등 제공사업자에게 특정한 결제방식을 강제하는 행위
 10. 앱 마켓사업자가 모바일콘텐츠 등의 심사를 부당하게 지연하는 행위
 11. 앱 마켓사업자가 앱 마켓에서 모바일콘텐츠 등을 부당하게 삭제하는 행위

제99조에 따라 3억원 이하의 벌금에 처하도록 하고 있음²⁾.

- 다만, ① 이용약관과 다르게 또는 이용자의 이익을 현저히 해치는 방식으로 전기통신서비스를 제공하는 행위, ② 전기통신사업자, 대리점 또는 판매점이 이용자에게 이용요금, 약정 조건, 요금할인 등의 중요한 사항을 미고지 또는 거짓 고지하는 행위와 같이 간접적으로 피해를 미치는 위반행위에 대해서는 벌칙 대상에서 제외하고 있음.

○ 최근 디지털 플랫폼 및 온라인 광고 시장이 급속도로 고도화·다양화됨에 따라, 이용자의 의사에 반하여 정상적인 전기통신서비스 이용을 저해하는 불편광고(플로팅 광고, 납치 광고 등)가 빈번하게 발생하여, 그 피해가 심각해지고 있다는 우려가 있음.

- “플로팅 광고(Floating Advertisement)”는 인터넷 콘텐츠(기사, 게시물 등) 위에 떠다니며 다른 정보의 일부 또는 전부를 가리는 광고를 의미하며, 화면 상·하단, 양 측면, 중앙 등에 위치하면서 이용자의 콘텐츠 가독성을 떨어뜨리거나, 이용자가 스크롤을 해도 계속 따라오는 형태로 나타남.

② 대리점, 판매점 또는 그 밖에 전기통신사업자와의 협정에 따라 전기통신사업자와 이용자 간의 계약 체결(체결된 계약 내용을 변경하는 것을 포함한다) 등을 대리하는 자가 제1항제5호 및 제5호의2의 행위를 한 경우에 그 행위에 대하여 제52조제1항과 제53조를 적용할 때에는 전기통신사업자가 그 행위를 한 것으로 본다. 다만, 전기통신사업자가 그 행위를 방지하기 위하여 상당한 주의를 한 경우에는 그러하지 아니하다. <개정 2016. 1. 27., 2025. 1. 21.>

③ 제1항에 따른 금지행위의 유형 및 기준에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

2) 「전기통신사업법」 제99조(벌칙) 제50조제1항 각 호의 금지행위(제50조제1항제5호의 행위 중 이용약관과 다르게 전기통신서비스를 제공하는 행위 및 같은 항 제5호의2의 행위는 제외한다)를 한 자는 **3억원 이하**의 벌금에 처한다.

- “납치 광고”는 이용자가 클릭하지 않았는데도 광고 페이지나 특정 앱·웹사이트로 강제 이동시키고, 뒤로 가기·닫기 등으로 쉽게 벗어나지 못하게 설계된 온라인 광고 행태를 말하며, 주로 모바일·PC 웹페이지 등에서 의사와 무관하게 상품·용역 등을 판매하는 광고 화면으로 이동하여 이용자의 불편을 야기하는 방식으로 나타남.

○ 그런데, 현행법령³⁾은 금지행위의 유형 및 기준에 관한 세부적인 사항을 규정하면서 불편광고에 대해서는 “광고를 배포·게시·전송하면서 부당하게 광고가 아닌 다른 정보를 가리는 광고의 삭제를 제한하는 행위” 즉, 플로팅 광고의 삭제를 제한하는 행위만을 금지하고 있음.

- 이와 같은 현행법령상의 공백으로 인해 기술적으로 진화하고 있는 새로운 유형의 불편광고 모두를 실효성 있게 단속하기에는 어려운 실정임.

○ 또한, 대부분의 불편광고는 광고가 배포되는 공간(모바일, PC 웹페이지 등)을 제공하는 전기통신사업자(매체사)와 온라인 광고사업자와의 계약을 통해 게시되고 있는데, 이러한 온라인 광고사업자의 정의 역시 현행법령에는 명확하게 규정되지 않아

3) 「전기통신사업법 시행령」 제42조(금지행위의 유형 및 기준) ① 법 제50조제3항에 따른 금지행위의 유형 및 기준은 별표 4와 같다.

[별표4] 4. 이용자의 이익을 해치는 전기통신서비스의 제공 행위

사. 다른 전기통신서비스의 선택 또는 이용의 방해와 관련한 다음 어느 하나에 해당하는 행위

6) 광고를 배포·게시·전송하면서 부당하게 광고가 아닌 다른 정보를 가리는 광고의 삭제를 제한하는 행위

금지행위의 실효성 확보에 한계가 있다는 지적도 제기되고 있음.

- 광고의 노출 방식을 결정하는 등 온라인 광고의 제공·유통에 실질적으로 관여하는 온라인 광고사업자도 규제대상으로 포섭할 필요가 있다는 것임.

○ 이에 개정안은 금지행위의 적용 대상인 “온라인 광고사업자”의 정의 규정을 신설하면서 온라인 광고사업자를 방송미디어통신위원회의 사실조사 대상에 포함하고, 금지되는 불편광고 행위의 유형을 법률에 구체적으로 명시하려는 것임.

- 이용자의 자율적인 정보 선택권과 접근권을 보장하고 디지털 서비스 전반의 신뢰도를 회복하기 위해 법률에 명확한 규제 근거를 마련할 필요성이 인정된다는 점에서, 개정안의 취지는 바람직한 것으로 판단됨.

○ 다만, 두 개정안은 “온라인 광고사업자”의 범위, 불편광고의 유형, 과징금 및 벌칙의 부과 여부 등에 관하여 일부 다르게 규정하고 있으므로, 이하에서는 두 개정안의 차이점을 중심으로 검토하고자 함.

<조인철의원안 및 김현의원안의 주요 내용 비교>

구분	조인철의원안	김현의원안
온라인 광고사업자 정의	· <u>부가통신역무를 제공하는 사업 중</u> 전기통신사업자의 웹사이트, 애플리케이션 등 온라인 매체의 화면에 광고를 배포·게시·전송하는 사업을 하는 자	·전기통신사업자의 웹사이트, 애플리케이션 등 온라인 매체의 화면에 온라인 광고를 배포·게시·전송하는 사업을 하는 자
불편광고 유형	·광고를 배포·게시·전송하면서 부당하게 <u>광고가 아닌 다른 정보를 가리는 광고의 삭제</u> 를 제한하는 행위 ·이용자의 의사에 반하여 <u>다른 웹 페이지 또는 화면으로 전환</u> 되게 하거나 <u>이용 중인 웹 페이지 또는 화면의 종료·전환을 제한</u> 하거나 현저히 곤란하게 하는 행위	·광고를 배포·게시·전송하면서 정당한 사유 없이 <u>광고가 아닌 정보를 가리는 광고의 삭제</u> 를 제한· <u>방해</u> 하는 행위 ·광고를 배포·게시·전송하면서 정당한 사유 없이 <u>이용자의 의사와 다르게 또는 의사와 관계없이 이용자의 화면을 광고화면으로 전환</u> 하는 행위 ·광고를 배포·게시·전송하면서 이용자가 <u>광고가 아닌 정보를 인식하는 것을 부당하게 방해</u> 하는 행위
과징금	대통령령으로 정하는 매출액의 100분의 3 이하	미적용
벌칙	3억원 이하의 벌금형	미적용
과태료	×	1천만원 이하의 과태료

- 첫째, “온라인 광고사업자”의 정의 규정과 관련하여, 조인철의원안은 ‘부가통신역무를 제공하는 사업 중’ 온라인 광고를 배포·게시·전송하는 자로 규정하여 온라인 광고사업자가 모두 부가통신사업자에 해당하는 것으로 전제하고 있으나, 김현의원안은 부가

통신사업자 해당 여부와 무관하게 전기통신사업자의 온라인 매체에 온라인 광고를 배포·게시·전송하는 사업을 하는 자를 온라인 광고사업자로 규정하고 있음.

- 현행법상 부가통신역무⁴⁾는 전기통신설비를 이용하여 타인의 통신을 매개하거나 전기통신설비를 타인의 통신용으로 제공⁵⁾하는 전기통신역무 중 기간통신역무⁶⁾를 제외한 나머지를 말함.
- 그런데, 두 개정안 모두 ‘온라인 매체를 제공하는 전기통신사업자’와 ‘해당 온라인 매체에 광고를 배포·게시·전송하는 사업을 하는 자’를 구분하고 있는 점을 고려할 때, 부가통신역무의 직접 제공이 개정안의 온라인 광고사업의 필수적인 요소에 해당하는지 불분명한 측면이 있음.
- 이와 관련하여 방송미디어통신위원회는 온라인 광고사업의 운영형태가 다양하여 이들 모두가 부가통신사업자인지 여부에 대한 해석상 다툼이 있을 수 있다는 의견을 제시하였음.

○ 이러한 점을 고려할 때, 조인철의원안과 같이 온라인 광고사업자의 범위를 부가통신사업자로 한정할 경우, 부가통신사업자에

4) 「전기통신사업법」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

12. “부가통신역무”란 기간통신역무 외의 전기통신역무를 말한다.

5) 「전기통신사업법」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

6. “전기통신역무”란 전기통신설비를 이용하여 타인의 통신을 매개하거나 전기통신설비를 타인의 통신용으로 제공하는 것을 말한다.

6) 「전기통신사업법」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

11. “기간통신역무”란 전화·인터넷접속 등과 같이 음성·데이터·영상 등을 그 내용이나 형태의 변경 없이 송신 또는 수신하게 하는 전기통신역무 및 음성·데이터·영상 등의 송신 또는 수신이 가능하도록 전기통신회선설비를 임대하는 전기통신역무를 말한다. 다만, 과학기술정보통신부장관이 정하여 고시하는 전기통신서비스(제6호의 전기통신역무의 세부적인 개별 서비스를 말한다. 이하 같다)는 제외한다.

해당하지 않으면서 실질적으로 온라인 광고 관련 사업을 하는 자가 규율 대상에서 제외되어 다양한 형태의 온라인 광고사업자를 충분히 포괄하지 못하게 될 우려가 있음.

○ 반면, 김현의원안과 같이 전기통신역무를 제공하지 않아 부가통신사업자에 해당하지 않는 온라인 광고사업자까지 규제 대상에 포함할 경우 현행법 체계와의 정합성에 대한 면밀한 검토가 필요한 것으로 보임.

- 현행법은 전기통신사업의 적절한 운영과 전기통신의 관리를 통해 건전한 발전과 이용자의 편의를 도모함을 목적⁷⁾으로 하며, 이에 따라 공정한 경쟁을 확보하고 이용자의 이익을 보호하기 위한 의무를 전기통신사업자에게 부과하고 있음.

- 만약 전기통신역무를 제공하지 않는 온라인 광고사업자를 현행법의 직접적인 규제 대상으로 포함할 경우, 전기통신사업자를 중심으로 구성된 기존 법체계의 일관성 및 통일성이 유지되지 못할 가능성이 있는 것으로 보임.

○ 따라서, 온라인 광고사업자의 불편광고에 대한 규제 방식과 관련하여서는 규제 필요성, 효율적인 입법 방안, 현행법 체계 등에 관한 심도 있는 논의를 통해 결정할 필요가 있는 것으로 보임.

7) 「전기통신사업법」 제1조(목적) 이 법은 전기통신사업의 적절한 운영과 전기통신의 효율적 관리를 통하여 전기통신사업의 건전한 발전과 이용자의 편의를 도모함으로써 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다.

○ 둘째, 조인철의원안은 온라인 광고사업자를 부가통신사업자로 한정하고 있어 금지행위 대상에는 별도로 포함하지 않으나, 김현의원안은 온라인 광고사업자를 금지행위 대상으로 추가하고 있음.

○ 그런데, 현행법은 금지행위에 관한 규범력을 확보하기 위하여 사실조사⁸⁾, 금지행위에 대한 조치⁹⁾, 과징금 부과¹⁰⁾ 등의 규제수단을 두고 있는데, 김현의원안은 온라인 광고사업자의 금지행위 관련 규제수단으로 사실조사 및 금지행위에 대한 조치를 포함

8) 「전기통신사업법」 제51조(사실조사 등) ① 방송미디어통신위원회는 신고나 인지에 의하여 제32조의13제8항에 따른 권고를 이행하지 아니하거나 제32조의12제1항, 제32조의13제2항·제3항·제5항, 제32조의14제1항·제3항·제5항, 제32조의15제2항·제3항 또는 제50조제1항을 위반한 행위가 있다고 인정하면 소속 공무원에게 이를 확인하기 위하여 필요한 조사를 하게 할 수 있다.

9) 「전기통신사업법」 제52조(금지행위에 대한 조치) ① 방송미디어통신위원회는 제50조제1항을 위반한 행위가 있다고 인정하면 전기통신사업자에게 다음 각 호의 조치를 명할 수 있다. 다만, 제1호부터 제5호까지, 제8호 및 제9호의 조치를 명하는 경우에는 과학기술정보통신부장관의 의견을 들어야 한다.

1. 전기통신업무 제공조직의 분리
2. 전기통신업무에 대한 내부 회계규정 등의 변경
3. 전기통신업무에 관한 정보의 공개
4. 전기통신사업자 간 협정의 체결·이행 또는 내용의 변경
5. 전기통신사업자의 이용약관 및 정관의 변경
6. 금지행위의 중지
7. 금지행위로 인하여 시정조치를 명령받은 사실의 공표
8. 금지행위의 원인이 된 전기통신설비의 수거 등 금지행위로 인한 위법 사항의 원상회복에 필요한 조치
9. 전기통신업무에 관한 업무 처리절차의 개선
10. 이용자의 신규 모집 금지(금지기간을 3개월 이내로 하되, 제1호부터 제9호까지의 조치에도 불구하고 같은 위반행위가 3회 이상 반복되거나 그 조치만으로는 이용자의 피해를 방지하기가 현저히 곤란하다고 판단되는 경우로 한정한다)
11. 제1호부터 제10호까지의 조치를 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

10) 「전기통신사업법」 제53조(금지행위 등에 대한 과징금의 부과) ① 방송미디어통신위원회는 제50조제1항을 위반한 행위가 있는 경우에는 해당 전기통신사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액의 100분의 3 이하에 해당하는 금액을 과징금으로 부과할 수 있다. 이 경우 전기통신사업자가 매출액 산정 자료의 제출을 거부하거나 거짓 자료를 제출하면 해당 전기통신사업자 및 같거나 비슷한 종류의 역무제공사업자의 재무제표 등 회계 자료와 가입자 수 및 이용요금 등 영업 현황 자료에 근거하여 매출액을 추정할 수 있다. 다만, 매출액이 없거나 매출액을 산정하기 곤란한 경우로서 대통령령으로 정하는 경우에는 10억원 이하의 과징금을 부과할 수 있다.

하고 있으나 과징금 부과 대상으로는 추가하지 않고 있어, 전기통신사업자의 금지행위 위반에 대한 규율 체계와 일치하지 않는 측면이 있음.

- 셋째, 현행법령상 플로팅광고 삭제 ‘제한’ 행위 금지 규정의 상향입법과 관련하여, 조인철의원안은 기존의 문구를 그대로 상향하고 있는 반면, 김현의원안은 플로팅광고 삭제 ‘방해’도 금지행위로 추가하여 규율 범위를 확대하고 있음.

- ‘제한’은 권리·행위·기능의 범위나 정도에 일정한 한도를 두거나 축소하는 것을 의미하고, ‘방해’는 행위나 기능의 원활한 수행에 지장을 주는 것을 의미하여 반드시 ‘제한’의 방식으로만 이루어지는 것은 아니라는 점을 고려할 때, 이용자의 원활한 서비스 이용을 최대한 보장하기 위해서는 플로팅광고의 삭제 방해행위도 금지할 필요가 있는 것으로 보임.

- 넷째, 두 개정안은 모두 “납치광고”를 금지행위의 유형으로 추가하고 있는데, 김현의원안은 ‘광고를 배포·게시·전송’하면서 이용자의 화면을 ‘광고화면’으로 전환하는 경우로 명시하고 있으나, 조인철의원안은 ‘이용자의 의사에 반하여 다른 웹페이지 또는 화면으로 전환되게 하는 행위’로 규정하여 광고가 아닌 다른 정보의 화면으로 전환되는 경우도 포괄하여 금지되는 것으로 해석될 소지가 있는 것으로 보임.

- 따라서 김현의원안과 같이 금지되는 행위가 “납치광고” 행위임

을 법률에 명확히 규정할 필요가 있는 것으로 보임.

- 다섯째, 조인철의원안은 불편광고와 관련한 금지행위 위반에 대하여 과징금 또는 벌칙을 부과할 수 있는 반면, 김현의원안은 과징금 또는 벌칙 부과 대상에서는 제외하면서 1천만원 이하의 과태료를 부과할 수 있는 근거를 신설하고 있음.
- 현행법은 이용약관과 상이한 서비스 제공, 중요사항 미고지·거짓고지¹¹⁾ 등과 같이 간접적으로 이용자 피해를 발생시키는 유형의 금지행위에 대해서는 과징금 부과 대상에는 포함하나 벌칙 적용 대상에서는 배제하고 있음.
- 불편광고 역시 성질상 그 금지행위 자체만으로 바로 이용자 피해를 유발하기보다는 이용자의 서비스 이용과정에서 불편을 유발할 수 있는 간접적인 성격의 행위라 할 것이므로, 김현의원안이 벌금형 부과 대상에서는 제외하고 보다 가벼운 수준의 제재수단인 과태료 부과 대상으로 규정하려는 취지는 합리적인 것으로 판단됨.
- 다만, 현행법은 이용약관과 상이한 서비스 제공, 중요사항 미고

11) 「전기통신사업법」 제50조(금지행위) ① 전기통신사업자(제9호부터 제11호까지의 경우에는 앱 마켓사업자로 한정한다. 이하 이 조에서 같다)는 공정한 경쟁 또는 이용자의 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “금지행위”라 한다)를 하거나 다른 전기통신사업자 또는 제3자로 하여금 금지행위를 하도록 하여서는 아니 된다.
5. 이용약관(제28조제1항에 따라 신고한 이용약관만을 말한다)과 다르게 전기통신서비스를 제공하거나 전기통신이용자의 이익을 현저히 해치는 방식으로 전기통신서비스를 제공하는 행위
5의2. 전기통신사업자(이동통신사업자의 계열회사를 포함한다), 대리점 또는 판매점이 이용자에게 전기통신서비스의 이용요금, 약정 조건, 요금할인 등의 중요한 사항을 설명 또는 고지하지 아니하거나 거짓으로 설명 또는 고지하는 행위

지·거짓고지의 경우 벌칙뿐만 아니라 과태료 부과 대상에도 포함하지 않으면서 과징금 부과 대상에는 포함하고 있다는 점을 고려할 때, 다른 간접적 피해를 유발하는 금지행위와 다르게 불편광고의 경우에만 과징금 부과 대상에서 제외하고 과태료 부과 근거를 신설할 필요성이 있는지에 관하여는 추가적인 논의가 필요한 것으로 보임.

다. 정부 및 관련 단체 의견

1) 방송미디어통신위원회: 동의

- 웹페이지·어플리케이션 이용 중 온라인 광고로 인한 화면 전환 행위 등으로부터 이용자를 보호하기 위한 규제 도입 필요성에 공감하며, 온라인 광고사업자의 정의, 금지행위의 규율 방식, 제재수단 등에 관련하여 조인철의원안과 김현의원안 사이에 차이가 있는 내용에 대해서는 불편광고의 성격을 고려할 때 김현의원안이 보다 합리적인 것으로 보임.

2) 한국인터넷기업협회: 신중검토

- ‘광고를 배포·게시·전송하는 사업을 하는 자’라는 문언은 광고주까지 규제대상에 포섭될 수 있어 이를 명확히 규정할 필요가 있고, 개정안의 금지행위 유형은 ‘이용자의 의사와 다르게 또는

의사와 관계없이’ 등 수범자가 예측하기 어려운 주관적인 요소를 담고 있어 명확성 원칙에 위배될 소지가 있다는 점 등을 고려할 때 신중한 검토가 필요함.

3) 인터넷신문윤리위원회: 수정수용

- 온라인 광고가 광고 아닌 정보를 가리는 경우 이외에 다른 광고를 가리는 경우도 다수 존재하므로, 인터넷신문의 양대 콘텐츠인 ‘광고’를 가리는 경우까지 포함하여 명문화하는 것이 합리적임.

4) 한국온라인쇼핑협회: 신중검토

- 플로팅광고 및 납치광고는 이미 전기통신사업법 및 시행령으로 규율할 수 있는 사항이고, 이용자 불편을 끼치는 광고 등의 유형은 기술발전에 따라 탄력적인 대응이 필요한 기술적인 사항으로 개정이 곤란한 법률보다 현행과 같이 법률의 위임을 받은 하위법령에서 구체화하는 것이 바람직함.

5) 한국디지털광고협회: 신중검토

- 온라인 광고 사업자를 통신 규제법의 직접 수범자로 끌어들이는 것은 현행법 체계와 맞지 않음.

2. 다크패턴 관련 금지행위 신설(조인철의원안, 이해민의원안)

가. 개정안의 내용

- 개정안은 온라인 인터페이스에서 전기통신서비스의 가입·이용·해지·전환에 관한 선택사항을 부당하게 표시하거나 이용자가 특정항목을 선택하여야 하는 것으로 오인하도록 설계하는 행위(조인철의원안), 전기통신서비스를 제공하면서 이용자의 의사결정을 방해하거나 왜곡할 우려가 있는 이용환경을 구성 또는 운영하는 행위(이해민의원안)와 같은 “다크패턴” 행위를 금지행위로 추가하려는 것임(안 제50조제1항 등).

현행	조인철의원안	이해민의원안
제50조(금지행위) ① 전기통신사업자(제9호부터 제11호까지의 경우에는 앱마켓사업자로 한정한다. 이하 이 조에서 같다)는 공정한 경쟁 또는 이용자의 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “금지행위”라 한다)를 하거나 다른 전기통신사업자 또는 제3자로 하	제50조(금지행위) ① ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----	제50조(금지행위) ① ---- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----

현행	조인철의원안	이해민의원안
여금 금지행위를 하도록 하여서는 아니 된다. 1. ~ 5의3. (생략) <신설> <신설>	----- -----. 1. ~ 5의3. (현행과 같음) 5의4. ~5의5. (생략) 5의6. 온라인 인터페이스(웹사이트 또는 모바일 앱 등의 소프트웨어로서 이용자와 전기통신사업자 사이의 매개체를 말한다)에서 전기통신서비스의 가입·이용·해지·전환에 관한 선택사항을 부당하게 표시하거나 이용자가 특정 항목을 선택하여야 하는 것으로 오인하도록 설계하는 행위	1. ~ 11. (현행과 같음) 12. <u>전기통신서비스를 제공하면서 이용자의 의사결정을 방해하거나 왜곡할 우려가 있는 이용환경을 구성 또는 운영하는 행위</u>
제99조(벌칙) 1. ~ 4. (생략) 5. 제50조제1항 각 호의 금지행위(제50조제1항제5호의 행위 중 이용약관과 다르게 전기통신서비스를 제공하는 행위		제99조(벌칙) 1. ~ 4. (현행과 같음) 5. ----- ----- ----- ----- 제5호의2, 제12호의 행위

현행	조인철의원안	이해민의원안
및 같은 항 제5호의 2의 행위는 제외한다) 를 한 자	부칙 이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.	----- ----- 부칙 이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.

나. 검토의견

- 이동통신서비스에 있어서 ‘다크패턴(Dark Pattern)’¹²⁾은 동의 없는 부가통신서비스 자동 갱신, 유료 전환 등의 이용자의 합리적인 의사결정을 방해하는 행위를 말함.
- 참고로, 공정거래위원회는 「온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인」을 통해 다크패턴 행위의 핵심적 적용 방식과 소비자 피해의 양태·효과 등에 따라 4개 범주, 19개 유형으로 구분하고 있음.
 - 공정거래위원회에 따르면, 다크패턴은 ① 숨은 갱신 등 비합리적이거나 예상치 못한 지출을 유도하는 행위인 **편취형**, ② 거짓 할인 및 추천 등 통상적인 기대와 전혀 다르게 화면·문장 등을 구성해 소비자의 착각·실수를 유도하는 행위인 **오도**

12) 다크패턴(Dark Pattern)은 영국의 해리 브링널(Harry Brignull)이 2010년 처음 언급한 개념으로, 해리 브링널은 이용자를 속이기 위해 교묘하게 설계된 사용자 인터페이스(UI)를 다크패턴이라고 정의함.

형, ③ 의사결정에 필요한 정보 수집·분석 등에 과도한 시간·노력·비용이 들도록 유도하는 **방해형**, ④ 소비자에게 심리적인 압박을 가해 특정 행위를 하거나 하지 않도록 유도하는 행위인 **압박형**으로 구분됨.

<다크패턴의 범주와 유형>

범주 구분	내용	세부 유형
편취형	소비자가 알아채기 어려운 인터페이스의 작은 조작 등을 통해 비합리적이거나 예상치 못한 지출을 유도하는 행위	◆ 숨은 갱신 ◆ 순차공개 가격책정 ◆ 몰래 장바구니 추가
오도형	거짓을 알리거나 통상적인 기대와 전혀 다르게 화면·문장 등을 구성해 소비자의 착각·실수를 유도하는 행위	◆ 거짓 할인 ◆ 거짓 추천 ◆ 유인 판매 ◆ 위장 광고 ◆ 속임수 질문 ◆ 잘못된 계층구조 ◆ 특정옵션의 사전선택
방해형	의사결정에 필요한 정보 수집·분석 등에 과도한 시간·노력·비용이 들게 만들어 합리적인 선택을 포기하도록 유도하는 행위	◆ 취소·탈퇴 등의 방해 ◆ 숨겨진 정보 ◆ 가격비교 방해 ◆ 클릭 피로감 유발
압박형	소비자에게 심리적인 압박을 가해 특정 행위를 하거나 하지 않도록 유도하는 행위	◆ 반복간섭 ◆ 감정적 언어사용 ◆ 시간제한 알림 ◆ 낮은 재고 알림 ◆ 다른 소비자의 활동 알림

자료: 공정거래위원회, 온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인, 2023. 7.

- 최근 디지털서비스의 활성화 및 고도화에 따라 온라인플랫폼을 통한 다양하고 새로운 전기통신서비스가 확산되고 있는데, 이 과정에서 이용자의 명시적 동의 없이 이모티콘 서비스가 자동

결제되거나, OTT 등 부가통신서비스의 정기 구독 해지 절차가 과도하게 복잡하게 설계되는 등 전기통신사업자가 다크패턴을 활용하여 이용자의 합리적 의사결정을 방해하고 권익을 침해하는 사례가 빈번히 발생하고 있어, 이러한 전기통신사업자의 다크패턴에 대한 규제 필요성이 지속적으로 제기되고 있음.

- 이에 개정안은 전기통신사업자가 다크패턴을 활용하여 이용자의 권익을 침해하는 행위를 금지행위 규제 대상으로 포함하려는 것으로, 가입·해지 등 서비스 관련 핵심 절차에서 이용자의 합리적 의사결정을 보장하고 피해를 예방함으로써 이용자 보호의 실효성을 강화할 수 있다는 점에서 그 취지가 바람직한 것으로 보임.
- 다만, 두 개정안은 금지 대상 행위인 다크패턴의 정의와 금지행위 시 벌칙 적용 여부에 있어 다소 차이가 있으므로, 이와 관련하여 추가적인 검토가 필요한 것으로 보임.
- **조인철의원안**은 다크패턴을 “온라인 인터페이스(웹사이트 또는 모바일 앱 등의 소프트웨어로서 이용자와 전기통신사업자 사이의 매개체)에서 전기통신서비스의 가입·이용·해지·전환에 관한 선택사항을 부당하게 표시하거나 이용자가 특정 항목을 선택하여야 하는 것으로 오인하도록 설계하는 행위”로 규정하여 그 범위를 구체적으로 한정하고, 이러한 다크패턴 행위에 대하여 3억원 이하의 벌금¹³⁾에 처할 수 있도록 하고 있음.

- 이해민의원안은 다크패턴을 “전기통신서비스를 제공하면서 이용자의 의사결정을 방해하거나 왜곡할 우려가 있는 이용환경을 구성 또는 운영하는 행위”라 하여 다양한 유형의 다크패턴 행위를 규율할 수 있도록 포괄적으로 규정하고 있고, 이러한 다크패턴 행위에 대하여 벌칙(3억원 이하의 벌금) 적용을 배제하고 있음.

<조인철의원안 및 이해민의원안 비교>

구분	조인철의원안	이해민의원안
다크패턴 정의	·온라인 인터페이스(웹사이트 또는 모바일 앱 등의 소프트웨어로서 이용자와 전기통신사업자 사이의 매개체를 말함)에서 <u>전기통신서비스의 가입·이용·해지·전환에 관한 선택사항을 부당하게 표시하거나 이용자가 특정 항목을 선택하여야 하는 것으로 오인하도록 설계하는 행위</u>	·전기통신서비스를 제공하면서 <u>이용자의 의사결정을 방해하거나 왜곡할 우려가 있는 이용환경을 구성 또는 운영하는 행위</u>
벌칙	3억원 이하의 벌금형	미적용

- 첫째, 다크패턴의 정의와 관련하여 각 개정안별로 살펴보면, 조인철의원안은 다크패턴 행위를 전기통신서비스의 “가입·이용·해지·전환”에 관하여 이용자를 방해하는 행위로 한정하여 전기통신사업자의 예측가능성을 확보하고 있으나, 다크패턴 행위가 “가

13) 「전기통신사업법」 제99조(벌칙) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 3억원 이하의 벌금에 처한다.

5. 제50조제1항 각 호의 금지행위(제50조제1항제5호의 행위 중 이용약관과 다르게 전기통신서비스를 제공하는 행위 및 같은 항 제5호의2의 행위는 제외한다)를 한 자

입·이용·해지·전환” 외의 영역에서 존재할 경우 이를 규율하지 못할 우려가 있음.

- 예를 들어, 이용자 모집과 같은 부가통신서비스 가입 이전의 단계에서도 무료 체험 후 가입을 유도하는 방식의 다크패턴 행위가 존재한다는 점을 참고할 필요가 있음.

○ 반면, 이해민의원안은 다크패턴 행위를 “이용자의 의사결정을 방해”하는 행위로 포괄적으로 규정함에 따라, 급변하는 디지털서비스 시장에서 새로이 출현하는 다양한 유형의 다크패턴 행위를 예방할 수 있을 것으로 기대되나, 수범자 입장에서는 구체적으로 어떠한 다크패턴 행위가 금지되는지 예측하기 어려워 명확성 원칙의 측면에서 과잉 규제 논란이 발생할 우려도 있는 것으로 보임.

○ 따라서, 규제 대상이 되는 다크패턴이 명확하게 어떠한 내용인지 구체적으로 법률에서 명시하거나, 시행령 등으로 위임하여 규정함으로써 규제가 예상되는 법률 내용에 대한 명확성과 예측가능성을 높이는 한편, 다양한 유형의 다크패턴 행위를 모두 포섭할 수 있는 규율 방안에 대하여 추가적인 검토가 필요한 것으로 생각됨.

- 참고로, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」은 재화 등의 가격을 제대로 알리지 않거나, 미리 청약의사가 있다는 표시를 하여 선택항목을 제공하는 방법으로 소비자의 다른 재화

등의 거래에 관한 청약을 유인하거나, 소비자의 구매취소, 회원 탈퇴, 계약해지 등을 방해하는 행위 등을 전자상거래에서 금지되는 다크패턴의 유형으로 구체적으로 규정¹⁴⁾하고 있음.

○ 둘째, 다크패턴 행위 금지 의무 위반에 대한 벌칙 부과 여부와 관련하여 살펴보면, 현행법은 이용약관과 상이한 서비스 제공, 중요사항 미고지·거짓고지¹⁵⁾ 등과 같이 간접적으로 이용자 피

-
- 14) 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제21조의2(온라인 인터페이스 운영에 있어서 금지되는 행위) ① 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 온라인 인터페이스(웹사이트 또는 모바일 앱 등의 소프트웨어로서 소비자와 사업자 사이의 매개체를 말한다. 이하 같다)를 운영하는 경우 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.
1. 사이버몰을 통하여 소비자에게 재화등의 가격을 알리는 표시·광고의 첫 화면에서 소비자가 그 재화등을 구매·이용하기 위하여 필수적으로 지급하여야 하는 총금액(재화등의 가격 외에 재화등의 제공을 위하여 필수적으로 수반되는 비용까지 포함한 것을 말한다. 이하 같다) 중 일부 금액만을 표시·광고하는 방법으로 소비자를 유인하거나 소비자와 거래하는 행위. 다만, 총금액을 표시·광고할 수 없는 정당한 사유가 있고 그 사유를 총리령으로 정하는 바에 따라 소비자에게 알린 경우는 제외한다.
 2. 재화등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 등이 진행되는 중에 소비자에게 다른 재화등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 등에 관한 청약의사가 있는지 여부를 묻는 선택항목을 제공하는 경우 소비자가 직접 청약의사 여부를 선택하기 전에 미리 청약의사가 있다는 표시를 하여 선택항목을 제공하는 방법으로 소비자의 다른 재화등의 거래에 관한 청약을 유인하는 행위
 3. 소비자에게 재화등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 또는 구매취소, 회원탈퇴, 계약해지(이하 “구매등”이라 한다)에 관한 선택항목을 제시하는 경우 그 선택항목들 사이에 크기·모양·색깔 등 시각적으로 현저한 차이를 두어 표시하는 행위로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우
 - 가. 소비자가 특정 항목만을 선택할 수 있는 것처럼 잘못 알게 할 우려가 있는 행위
 - 나. 소비자가 구매등을 하기 위한 조건으로서 특정 항목을 반드시 선택하여야만 하는 것으로 잘못 알게 할 우려가 있는 행위
 4. 정당한 사유 없이 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 방법으로 소비자의 구매취소, 회원탈퇴, 계약해지 등을 방해하는 행위
 - 가. 재화등의 구매, 회원가입, 계약체결 등의 절차보다 그 취소, 탈퇴, 해지 등의 절차를 복잡하게 설계하는 방법
 - 나. 재화등의 구매, 회원가입, 계약체결 등의 방법과는 다른 방법으로만 그 취소, 탈퇴, 해지 등을 할 수 있도록 제한하는 방법
 5. 소비자가 이미 선택·결정한 내용에 관하여 그 선택·결정을 변경할 것을 팝업창 등을 통하여 반복적으로 요구하는 방법으로 소비자의 자유로운 의사결정을 방해하는 행위. 다만, 그 선택·결정의 변경을 요구할 때 소비자가 대통령령으로 정하는 기간 이상 동안 그러한 요구를 받지 아니하도록 선택할 수 있게 한 경우는 제외한다.
- 15) 「전기통신사업법」 제50조(금지행위) ① 전기통신사업자(제9호부터 제11호까지의 경우에는 앱마켓사업자로 한정한다. 이하 이 조에서 같다)는 공정한 경쟁 또는 이용자의 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “금지행위”라 한다)를 하거나 다른 전기통신사업자 또는 제3자로 하여금 금지행위를 하도록 하여서는 아니 된다.
5. 이용약관(제28조제1항에 따라 신고한 이용약관만을 말한다)과 다르게 전기통신서비스를 제공

해를 발생시키는 유형의 금지행위에 대해서는 벌칙 적용을 배제하고 있는데, 다크패턴 역시 성질상 그 행위 자체만으로 이용자 피해를 유발하기 보다는 이로 인해 이용자가 불리하거나 잘못된 선택을 함으로써 결과적으로 이용자의 피해로 이어질 수 있는 간접적인 행위라 할 것이므로, 이해민의원안과 같이 다크패턴 행위에 대해서는 벌금형의 처벌 대상에서 제외하는 것이 보다 합리적인 것으로 판단됨.

- 다크패턴 행위를 벌금형의 처벌 대상에서 제외하더라도, 현행법에 따라 사실조사¹⁶⁾, 금지행위에 대한 조치¹⁷⁾, 과징금 부과¹⁸⁾

하거나 전기통신이용자의 이익을 현저히 해치는 방식으로 전기통신서비스를 제공하는 행위
5의2. 전기통신사업자(이동통신사업자의 계열회사를 포함한다), 대리점 또는 판매점이 이용자에게 전기통신서비스의 이용요금, 약정 조건, 요금할인 등의 중요한 사항을 설명 또는 고지하지 아니하거나 거짓으로 설명 또는 고지하는 행위

- 16) 「전기통신사업법」 제51조(사실조사 등) ① 방송미디어통신위원회는 신고나 인지예 의하여 제32조의13제8항에 따른 권고를 이행하지 아니하거나 제32조의12제1항, 제32조의13제2항·제3항·제5항, 제32조의14제1항·제3항·제5항, 제32조의15제2항·제3항 또는 제50조제1항을 위반한 행위가 있다고 인정하면 소속 공무원에게 이를 확인하기 위하여 필요한 조사를 하게 할 수 있다.
- 17) 「전기통신사업법」 제52조(금지행위에 대한 조치) ① 방송미디어통신위원회는 제50조제1항을 위반한 행위가 있다고 인정하면 전기통신사업자에게 다음 각 호의 조치를 명할 수 있다. 다만, 제1호부터 제5호까지, 제8호 및 제9호의 조치를 명하는 경우에는 과학기술정보통신부장관의 의견을 들어야 한다.
1. 전기통신업무 제공조직의 분리
 2. 전기통신업무에 대한 내부 회계규정 등의 변경
 3. 전기통신업무에 관한 정보의 공개
 4. 전기통신사업자 간 협정의 체결·이행 또는 내용의 변경
 5. 전기통신사업자의 이용약관 및 정관의 변경
 6. 금지행위의 중지
 7. 금지행위로 인하여 시정조치를 명령받은 사실의 공표
 8. 금지행위의 원인이 된 전기통신설비의 수거 등 금지행위로 인한 위법 사항의 원상회복에 필요한 조치
 9. 전기통신업무에 관한 업무 처리절차의 개선
 10. 이용자의 신규 모집 금지(금지기간을 3개월 이내로 하되, 제1호부터 제9호까지의 조치에도 불구하고 같은 위반행위가 3회 이상 반복되거나 그 조치만으로는 이용자의 피해를 방지하기가 현저히 곤란하다고 판단되는 경우로 한정한다)
 11. 제1호부터 제10호까지의 조치를 위하여 필요로 하는 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항
- 18) 「전기통신사업법」 제53조(금지행위 등에 대한 과징금의 부과) ① 방송미디어통신위원회는 제50조제1항을 위반한 행위가 있는 경우에는 해당 전기통신사업자에게 대통령령으로 정하는

대상이 되므로, 금지행위 위반에 대한 제재수단은 확보되어 있는 것으로 보임.

- 셋째, 앞서 살펴본 바와 같이 「전자상거래법」에서 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자가 온라인 인터페이스(웹사이트 또는 모바일 앱 등의 소프트웨어로서 소비자와 사업자 사이의 매개체)를 운영하는 경우 다크패턴 행위를 금지하고 있음.
- 그런데, 전자상거래 사업자 또는 통신판매업자는 모두 부가통신사업자에 해당하는바, 다크패턴 행위에 대한 규제를 「전자상거래법」과 별도로 신설할 경우 전자상거래 사업자 또는 통신판매업자에 대한 중복 규제로 작용할 소지가 있는 것으로 보임.
- 이에 대해 **방송미디어통신위원회**는 「전자상거래법」은 온라인 쇼핑몰, 구독서비스 등 유료기반의 상거래 행위를 중심으로 규율하는 반면, 「전기통신사업법」은 광고기반의 무료서비스 등 유료 상거래 행위가 아닌 경우를 포함한 모든 부가통신서비스를 규율하는 것으로 범위에 차이가 있어 별도의 규정을 마련할 필요가 있으며, 부처별 업무 추진 과정에서 조사·제재의 중복 등 이슈가 발생할 경우 부처 간 협의·조정을 통해 중복 문제를 해소할 수 있다는 입장임.

매출액의 100분의 3 이하에 해당하는 금액을 과징금으로 부과할 수 있다. 이 경우 전기통신사업자가 매출액 산정 자료의 제출을 거부하거나 거짓 자료를 제출하면 해당 전기통신사업자 및 같거나 비슷한 종류의 역무제공사업자의 재무제표 등 회계 자료와 가입자 수 및 이용요금 등 영업 현황 자료에 근거하여 매출액을 추정할 수 있다. 다만, 매출액이 없거나 매출액을 산정하기 곤란한 경우로서 대통령령으로 정하는 경우에는 10억원 이하의 과징금을 부과할 수 있다.

- 반면, 「전자상거래법」의 소관 부처인 **공정거래위원회**는 2025년 2월 시행된 「전자상거래법」에 이미 다크패턴에 관한 규제가 도입되어 있어, 개정안과 같이 유사한 내용을 타 법령에 규정할 경우 중복규제로 인한 사업자 부담, 부처 간 혼선 및 행정력 낭비 등 부작용이 우려되므로 신중한 검토가 필요하다는 의견을 제시하고 있음.
- 따라서 「전자상거래법」과 별도로 전기통신사업자의 다크패턴 행위를 규제할 필요성에 대하여는 각 부처의 의견, 「전자상거래법」 및 「전기통신사업법」의 체계, 다크패턴 행위 양태 등을 종합적으로 검토하여 결정할 필요가 있는 것으로 보임.

다. 정부 및 관련 단체 의견

1) 방송미디어통신위원회: 동의

- 온라인상 다크패턴 행위로 인한 피해로부터 이용자를 보호하기 위한 규제 도입 필요성에 공감하며, 다크패턴은 그 성질상 금지 행위 유형 제5호의2(중요사항 미고지·거짓고지 등)와 유사하게 간접적인 이용자 피해를 발생시키는 행위이므로, 중요사항 미고지 등과 같이 다크패턴 행위에 대해서도 형벌 규정 적용을 배제하는 것이 합리적임.
- 추가로, 이용자 모집단계에서도 다크패턴 행위가 존재한다는 점을 고려하여 다크패턴의 범위에 이용자 모집단계도 포괄할 필요가 있음.

2) 공정거래위원회: 신중검토

- 「전자상거래법」에 다크패턴 규제가 도입되어 이미 활발히 운영 중이므로 개정안의 내용은 중복 입법의 우려가 있으며, 개정안의 금지행위가 포괄적으로 규정되어 수범자의 예측가능성이 확보되지 못할 가능성이 있다는 점을 고려할 때 신중한 검토가 필요함.

3) 한국인터넷기업협회: 수정동의

- 개정안의 이해관계자인 한국인터넷기업협회는 조인철의원안에 따르면 개정안이 금지하려는 행위와 사업자의 정상적인 UX¹⁹⁾ 설계와의 경계가 명확하지 않아 실질적으로는 이용자를 위한 보호조치인 경우에도 다크패턴으로 오인될 소지가 있으므로, 금지행위의 적용 범위를 “이용자의 이익을 현저히 해치는 방식”으로 한정할 필요가 있음.

4) 한국온라인쇼핑협회: 신중검토

- 다크패턴 관련 규제는 그간 「전자상거래법」에 따라 규율되고 있어 개정안과 같이 「전기통신사업법」에 유사한 내용을 규율할 경우 과잉·중복 규제 우려가 있으며, 현행 「전자상거래법」은 사업자 및 사업자 단체가 다크패턴 예방을 위해 자율적으로 규약을 정할 수 있도록 하고 있으므로, 일률적으로 법률에 추가 규제를 하기 보다는 사업자들의 자율적인 개선을 장려할 필요가 있음.
- 추가로, 이해민의원안의 경우 포괄적이고 불명확한 구성요건으로 인해 명확성 원칙 및 과잉금지 원칙에 위배될 우려가 있음.

19) User Experience(사용자 경험): 사용자가 어떤 시스템, 제품, 서비스를 직, 간접적으로 이용하면서 느끼고 생각하게 되는 총체적 경험

5) 한국디지털광고협회: 신중검토

- 다크패턴 관련 규정의 적용대상·범위의 모호성으로 자유적인 규제 및 사업자 위축이 우려되므로 신중한 검토가 필요함.

문 의 처
02)6788-5225