

토론문

김민정 (숙명여자대학교 소비자경제학과 / 부교수)

제목: 컨조인트 분석을 통한 개인정보 보호에서의 넛지의 활용

데이터 3법 통과와 AI 기술 확대 등으로 인해 데이터 경제가 활성화됨에 따라 개인정보 보호에 대한 필요성은 더욱 커지고 있다. 이에 개인정보보호 인식을 제고시키기 위한 해결책으로 넛지를 활용하자는 제안도 나왔었는데 그 이유는 개인정보 보호에 관련하여 기업에 대한 중복된 규제, 이중 점검 및 단속을 통한 정책 시행은 한계가 있기 때문이다. 그러나 이러한 논의 또한 직접적인 대상인 소비자 입장에서 제안되는 방법이기 보다는 기업의 입장에서 논의되어 왔다.

이러한 상황에서 본 연구는 개인정보의 정보주체인 소비자가 개인정보 자기결정권을 효과적으로 보장하기 위해 개인정보 수집에 관한 동의 관련 사용자 경험을 설계하는 것으로써 개인정보보호의 권리를 갖는 소비자 참여의 연구라고 할 수 있다. 또한 기존까지 소비자 분야에서 개인정보 보호에 대한 연구가 주로 소비자행태와 인식 수준을 파악했다면 본 연구는 기업이 실제 개인정보 수집에 관한 동의 화면을 개발함에 있어서 소비자의 선호를 파악할 수 있다는 점에서 연구 측면뿐만 아니라 실제 개발시에 적용할 수 있는 연구로 볼 수 있다.

이를 위해 본 연구에서는 온라인 홈페이지 회원가입 경험이 있는 소비자 중 개인정보 수집에 관한 동의를 경험한 사람을 대상으로 컨조인트 분석을 적용하여 개인정보 수집 동의에 관한 제시 내용 및 넛지 대안의 선호도를 평가하고 있다. 이때 제시 내용 및 넛지 대안의 속성들이 어떻게 도출되었는지는 포스터 발표에서는 설명되어 있지 않으므로 속성들의 적절성을 판단하기는 어렵다. 그러므로 속성을 도출하게 된 과정에 대한 타당한 설명이 추가적으로 필요할 것으로 사료된다.

또한 50명을 대상으로 파일럿조사를 실시한 결과가 명시되어 있는데 모든 제시 내용 및 넛지 대안 중에서 용어 설명이 있는 것을 제외하고 추가적인 표시 등을 제공하는 것의 부분 가치가 미제공하는 것의 부분가치 보다 낮게 나타났다. 이는 소비자가 개인정보 수집에 관한 동의 과정에 있어서 과도한 내용 및 표시에 대한 부담을 갖는 것으로 유추된다. 그러므로 향후 표본의 수를 크게 하여 추가적인 조사를 실시한 후에도 이와 같은 결과를 보여준다면 이에 대한 소비자의 인식 조사가 필요할 것으로 판단된다.