

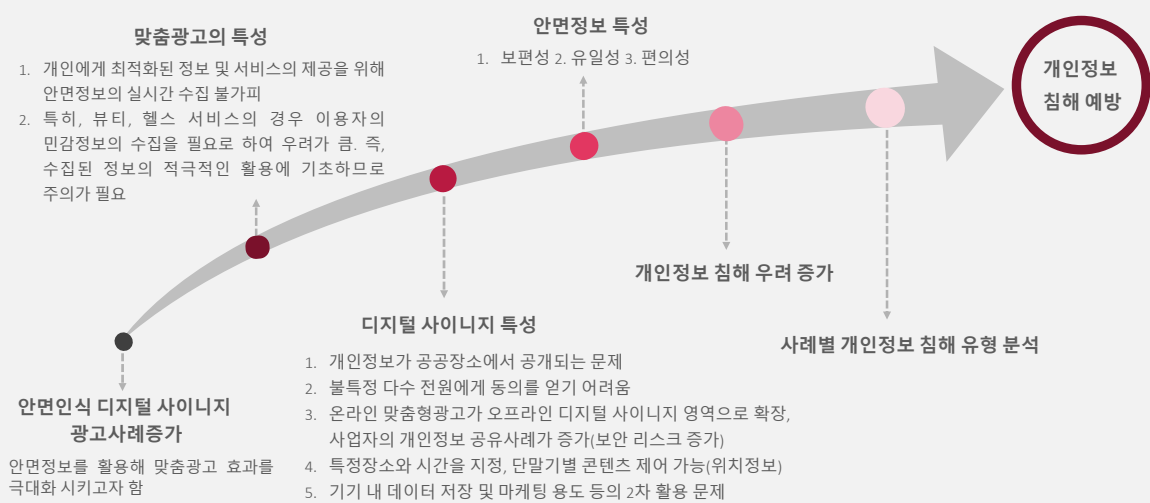
안면인식 디지털 사이니지 광고에서 소비자 사생활 침해에 대한 연구 : 사고 사례분석을 통한 유형화

2018.04

이화여자대학교 사회과학대학 커뮤니케이션·미디어학부 임다영 [석사과정]
이화여자대학교 사회과학대학 커뮤니케이션·미디어학부 유승철 [조교수]

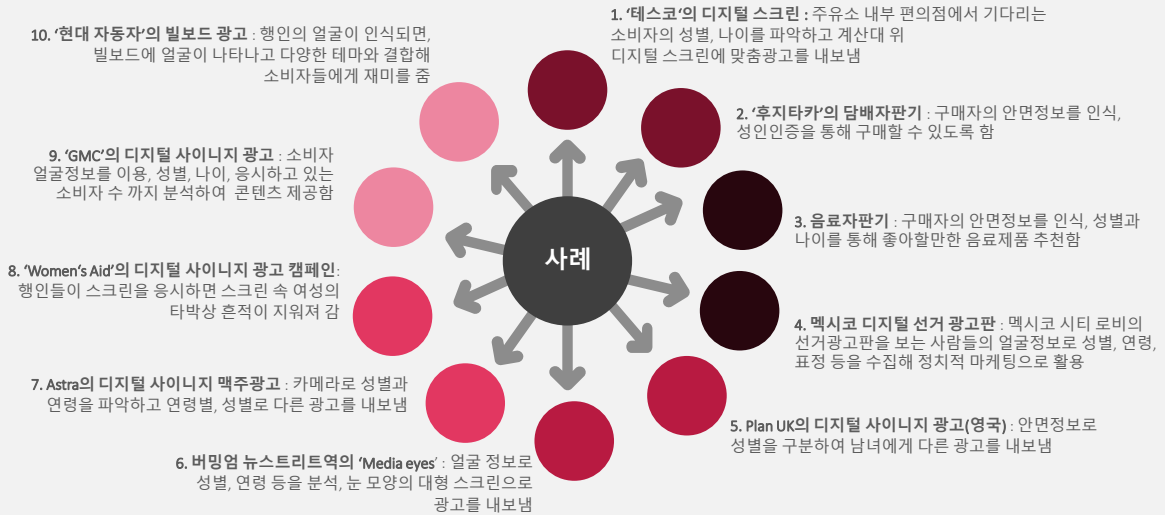


연구의 필요성



사례분석

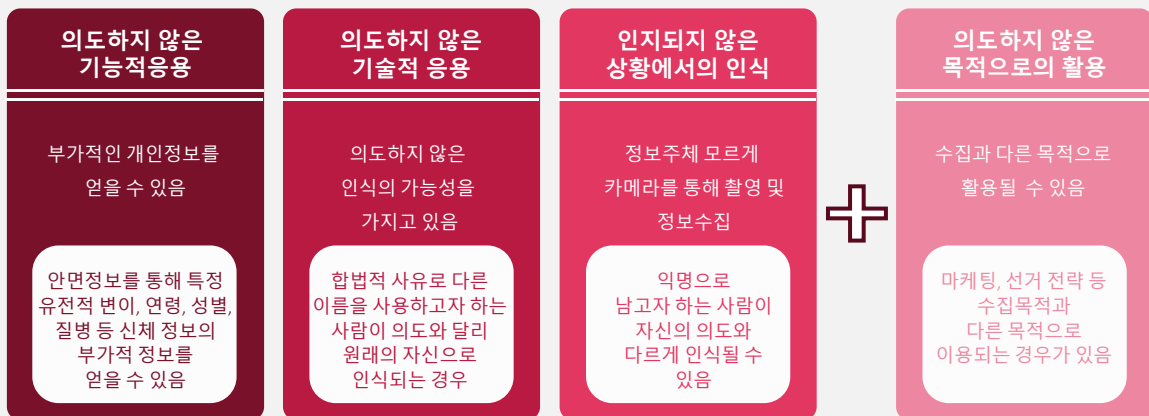
3



연구 결과

4

[안면인식 디지털 사이니지 광고의 개인정보 침해 유형 구분]



한계점 및 시사점

5

사례의 부족

충분한 양의 사례들의 분석을 통해 연구 결과의 정확성 향상 필요

안면인식 디지털 사이니지 광고의 유형 미분류

안면인식 디지털 사이니지 광고 사례가 증가함에 따라 광고 사례의 유형을 구분하는 기준이 필요.
보다 정확한 연구가 가능했을 것

암묵적 동의에 대한 논의

디지털 사이니지 앞에 서서 서비스를 이용하는 것 자체로 정보 수집의 동의를 한 것인지 등에 대한 논의 필요.

* 후속연구



THANK YOU

