

## 네이버·카카오 뉴스 제휴 및 제재 심사 규정

본 규정은 뉴스제휴평가위원회(이하 '뉴스제휴평가위')가 주식회사 네이버(이하 '네이버'라 한다)와 주식회사 카카오(이하 '카카오'라 하며, '네이버'와 '카카오' 양사를 지칭할 때는 '포털사'라 한다)로부터 위임 받은 양사의 뉴스 제휴 및 제재 심사를 위한 평가활동 지침으로, 인터넷 생태계가 저널리즘의 가치를 바탕으로 건전하게 육성 발전할 수 있도록 이바지하는 것을 목표로 한다.

### 제1조 (목적)

본 규정은 '포털사'의 뉴스 제휴에 대해 아래 각 호의 제반사항을 명확히 함으로써 뉴스 제휴 및 제재 평가의 절차적 정당성, 공정성 및 신뢰성 제고에 기여함을 목적으로 한다.

- (가) '포털사'의 뉴스 제휴 매체가 되기 위한 요건 및 평가 등 제반 사항. 대상 및 평가 절차, 평가 방식, 평가 요소 등이 포함된다.
- (나) '포털사' 제휴 매체들의 부정행위를 제재하기 위한 제반 사항. 부정행위 유형과 그에 따른 조치, 부정행위를 적발하기 위한 모니터링 방식 등이 포함된다.

### 제2조 (운영원칙)

- ① '뉴스제휴평가위'는 인터넷뉴스서비스 제공과 관련, 언론의 신뢰성을 제고하고 건전한 공론의 장을 형성하기 위해 노력하여야 한다.
- ② '뉴스제휴평가위'는 언론의 자유와 국민의 알 권리를 보호하기 위해 노력하

여야 한다.

- ③ '뉴스제휴평가위'는 뉴스제휴 및 제재 심사 과정에서 객관성, 공정성 및 정치적 중립성을 유지하기 위해 노력하여야 한다.

### 제3조 (용어의 정의)

- ① '제휴매체'는 '뉴스검색제휴'나 '뉴스콘텐츠제휴', '뉴스스탠드제휴'를 하고 있는 언론매체를 말한다.
- ② '뉴스검색제휴'란 기사콘텐츠에 대해 별도의 금전적 대가 없이 아웃링크(out-link) 방식으로 '포털사'에 제공하는 것을 의미한다.
- ③ '뉴스콘텐츠제휴'란 기사콘텐츠에 대해 별도의 금전적 대가에 기반하여 인링크(in-link) 방식으로 '포털사'에 제공하는 것을 의미한다.
- ④ '뉴스스탠드제휴'란 서비스 내 집행되는 광고수익의 금전적 제공을 기반으로 언론사 웹사이트 첫 페이지 상단과 동일한 범위 내에서 구성한 언론사의 뉴스정보를 아웃링크(out-link) 방식으로 '네이버'에 제공하는 것을 의미한다.
- ⑤ '제1소위'란 뉴스 제휴 심사를 담당하는 소위를 의미한다.
- ⑥ '제2소위'란 뉴스 제재 심사를 담당하는 소위를 의미한다.
- ⑦ '누적벌점'이란 '제휴매체'가 매년 3월을 기준으로 십이(12)개월 동안(이하 '누적벌점 계산기간') 부정행위로 인해 받은 벌점의 총합을 의미한다. <개정 2018. 03. 01>

### 제4조 (제휴 영역)

'포털사'의 뉴스 제휴는 다음 각 호와 같이 구분한다.

- (가) '뉴스검색제휴'
- (나) '뉴스콘텐츠제휴'
- (다) '뉴스스탠드제휴'

### 제5조 (제휴 대상)

제휴 대상은 신문사업자, 정기간행물사업자, 방송사업자, 인터넷신문사업자, 뉴스통신사업자, 인터넷뉴스서비스사업자로 한다.

### 제6조 (제휴 요건)

'포털사'의 '제휴매체'가 되려면 다음 각 호의 요건을 충족해야 한다.

- (가) 신문사업자, 정기간행물사업자, 방송사업자, 인터넷신문사업자, 뉴스통신사업자, 인터넷뉴스서비스사업자로 인·허가를 받은 후 일(1)년이 지난 매체 혹은 등록된 이후 일(1)년이 지난 매체
- (나) <별표 1>에서 규정한 '전체 기사 생산량과 자체 기사 생산 비율'을 유지할 수 있는 매체
- (다) 전송 안전성 등 기술적 안정성을 확보한 매체
- (라) '뉴스콘텐츠제휴' 및 '뉴스스탠드제휴'의 경우 '포털사'에 '뉴스검색제휴' '제휴매체'로 등록된 후 육(6)개월이 지난 매체
- (마) 위 각 호의 요건을 충족하지 않더라도 스포츠경기 등 이용자의 관심이 큰 내용으로 '포털사'의 요청에 의하여 '뉴스제휴평가위'의 평가를 통과한

## 제7조 (제휴 단위)

'포털사'의 제휴영역 및 서비스를 기준으로 한 제휴단위는 다음 각 호와 같다.

(가) 제휴 단위는 매체로 한다.

(나) 포털과 제3조에 따른 제휴대상 사업자 간의 제휴는 일사일매체(一社一媒體)와 일사다매체(一社多媒體) 모두 가능하다.

(다) 제휴승계

(ㄱ) '제휴매체'로서 유관법령에 따라 사업자의 지위를 승계 받은 자는 제휴 계약 당시 제휴내용이나 매체의 성격에 현저한 변동이 있지 않는 한 '제휴매체'로서의 지위를 승계할 수 있다.

(ㄴ) '포털사'는 (다)호 (ㄱ)목의 경우로써 사업자의 카테고리(뉴스콘텐츠영역) 변경이나 확장이 있을 경우 재심사를 신청할 수 있다.

## 제8조 (제휴신청)

뉴스 제휴 신청은 현행과 같이 '포털사'의 안내페이지를 통해 접수를 받으며, 구비서류는 아래와 같다. 제휴 신청 및 평가 과정은 <별표 2>에 따른다.

(가) 구비서류 : 신문사업자, 정기간행물사업자, 방송사업자, 인터넷신문사업자, 뉴스통신사업자, 인터넷뉴스서비스사업자 관계법령에 따른 등록증이나 허가증과 <별표 3>의 매체소개서

(나) 매체소개서에 기술한 내용은 제휴 정성평가에 중요 참고자료로 활용 되며

A4 용지 3장 분량 (자간 160% / 10pt) 으로 제한한다.

### 제9조 (제휴 신청 주기 및 평가 주기)

- ① '뉴스제휴평가위'는 뉴스 제휴 심사를 매 년 이(2)회 실시한다. <개정 2018. 03. 01>
- ② 뉴스 제휴 심사에서 탈락한 매체는 연이어 심사를 신청할 수 없다. <개정 2018. 03. 01>
- ③ '제휴매체'의 재평가('제휴매체'와의 계약 유지의 적절성 등에 관한 '뉴스제휴평가위'의 평가를 의미하며, 이하 동일) 주기는 육(6)개월이며, 구체적인 재평가 대상 및 방법 등은 제11조에 따른다. <개정 2017. 02. 17, 2018. 03. 01, 2019. 03. 01>
- ④ 아래 각호에 해당하는 경우 계약해지일, 제휴 영역 변경일, 제휴 신청 무효 처리 처분일로부터 일(1)년 간 제휴 신청 할 수 없다. <개정 2018. 03. 01, 2019. 10. 21>
  - (가) 제16조 제1항 (라)호 및 제16조 제4항 (가)호, (나)호에 따라 계약이 해지된 경우
  - (나) 제11조 제3항 및 제16조 제4항 (다)호 따라 제휴 영역이 변경되거나 계약이 해지된 경우
  - (다) 제10조 6항에 따라 당해 회차 제휴 신청이 무효 처리된 경우
- ⑤ 제2항에도 불구하고 '뉴스콘텐츠제휴' 심사에서 탈락한 매체 중 제10조 4항에 따라 산출된 최종 평가 점수가 탈락한 매체 기준 순위 상위 10%에 해당하고, 칠십오(75)점 이상인 경우에는 다음 회차 '뉴스콘텐츠제휴' 심사 에 신청할 수 있다. 이 경우 해당 매체명은 공개하지 않으며, '뉴스제휴평

가위가 '포털사'를 통해 해당 매체에 개별 안내한다. <개정 2019. 04. 12>

- ⑥ '제휴매체'는 최초 제휴 계약 체결일부터 일(1)년이 되는 날부터 카테고리 변경을 신청할 수 있으며, 뉴스 제휴 심사에 준하여 실시한다. <개정 2018. 03. 01, 2019. 03. 01>
- ⑦ 제휴 형태별 신청 및 평가주기는 <별표 4>와 같다.

### 제10조 (평가 방법)

- ① '뉴스제휴평가위'는 소속 위원 30명 가운데 최소 9인 이상이 참여하는 평가팀을 구성해 제휴 신청 매체에 대한 평가를 실시한다. 최종 제휴 여부는 15개 단체 추천 제휴평가위원 1명씩이 참여하는 위원회에서 평가작업 결과를 바탕으로 결정한다. <개정 2017 08. 11>
- ② 평가항목은 크게 정량평가와 정성평가로 나누고 정량평가에 20% 정성평가에 80% 배점이 되도록 한다. 정량평가의 평가기준 및 배점은 <별표 5>에 따르고, 정성평가의 평가기준 및 배점은 <별표 6>에 따른다. <개정 2016. 11. 09, 일부개정 2019. 03. 01>
- ③ 뉴스 제휴를 하기 위해서는 아래에서 정한 최소 점수 이상을 얻어야 한다. <개정 2017 08. 11>
  - (가) '뉴스검색제휴' : 100점 만점에 60점 이상
  - (나) '뉴스스탠드제휴' : 100점 만점에 70점 이상
  - (다) '뉴스콘텐츠제휴' : 100점 만점에 80점 이상
- ④ 최종 평가점수는 위원들의 평가점수 중 최고점수와 최저점수를 제외한 평가점수를 합산, 산술평균 한다. 동일한 최고점수와 최저점수가 복수로 있는

경우 하나만 제외한다.

- ⑤ 정성평가의 상위 평가항목인 저널리즘 요소, 윤리적 요소 (수용자 요소는 제외) 중 1개 항목 이상 영역에서 평가위원의 과반수로부터 최저 점수 이하를 받게 되면 해당 매체는 총점과 상관 없이 제휴 대상에서 제외된다. 항목별 최저 점수는 저널리즘 품질요소 16점, 윤리적 요소 12점으로 한다. <개정 2016. 11. 09, 일부개정 2019. 03. 01>
- ⑥ 뉴스 제휴를 위해 제출된 자료에 의도적 허위사실이 발견될 경우 당해 회차에서 해당 매체의 신청은 무효 처리한다.
- ⑦ 제6조 (마)호에 의해 '포털사'가 제휴를 요청한 매체의 경우 수시 평가 할 수 있다. 이 경우 평가를 통과하기 위해서는 전체 평가위원 2/3 이상의 찬성을 얻어야 한다. <개정 2016. 06. 01>

### 제11조 (재평가 대상 및 방법)

- ① 재평가는 제8조 및 제10조에 따른 절차와 방법으로 진행한다. <개정 2018. 03. 01>
- ② 재평가 대상은 다음과 같다. <개정 2018. 03. 01>
  - (가) '누적별점'이 육(6)점 이상인 경우
  - (나) 재평가를 통과한 '제휴매체'가 '누적별점 계산기간' 내에 추가 별점을 부여받은 경우로서 본 규정 <별표8> 5. 별점과 제재에서 재평가 대상으로 정한 경우
  - (다) 다음 각 목의 요건을 모두 충족하는 경우
    - (ㄱ) '제휴매체'와 '포털사' 간 최초 제휴 계약 당시의 제휴 기준과 현재의

제휴 기준 사이에 현저한 변경이 있거나, 최초 제휴 계약 당시의 제휴 내용이나 매체의 성격에 현저한 변경이 있는 경우로서 '포털사'가 '뉴스제휴평가위'에 재평가를 요청하는 경우

(ㄴ) 전호의 '제휴매체'의 재평가 진행에 관하여 '뉴스제휴평가위' 전체 평가 위원 2/3 이상이 찬성하는 경우 <개정 2017. 02. 17>

- ③ '제휴매체'의 재평가 결과에 따른 점수가 제10조 제3항에 의할 때 기존 제휴 영역을 유지할 수 없는 경우, '포털사'는 제10조 제3항에 부합하도록 '제휴매체'의 제휴 영역을 변경하여야 한다. 단, 재평가 점수가 60점 미만인 경우에는 제16조 제4항 (다)호에 따른다. <개정 2017. 08. 11, 2018. 03. 01>
- ④ '포털사'는 재평가를 시행하려는 경우 재평가 대상 '제휴매체'에 재평가 사유를 사전에 고지해야 하며, 해당 '제휴매체'는 '뉴스제휴평가위'에 재평가에 대한 소명자료(재평가 사유에 대한 소명자료, 향후 운영 계획 등 '제휴매체'에 유리한 내용을 포함할 수 있음)를 제출할 수 있다. <개정 2017 08. 11>

## 제12조 ('제휴매체' 제공 콘텐츠 모니터링)

- ① '뉴스제휴평가위'는 제15조에 명시된 부정행위를 규명하기 위한 직접 모니터링 및 이용자 신고를 기초로 한 간접 모니터링을 실시한다.
- ② 직접 모니터링은 모니터링 기준에 의해 설계된 알고리즘 또는 모니터링 요원이 모니터링하는 방식으로 수행한다.
- ③ 간접 모니터링은 이용자들이 신고하는 사항에 대한 사실관계를 확인하는 등의 방식으로 수행한다.
- ④ '뉴스제휴평가위'는 직접 모니터링 및 간접 모니터링 외에 필요하다고 판단



되는 방식의 모니터링을 수행할 수 있다. 또 평가위원은 위반 의심 사례를 인지한 경우 '포털사'에 사실 여부 확인을 요청할 수 있으며, '포털사'는 그 결과를 정기/수시 보고에 포함시켜야 한다.

### **제13조 (모니터링의 위탁)**

'뉴스제휴평가위'는 모니터링의 전부 또는 일부를 '포털사'에 위탁할 수 있다. 위탁 받은 '포털사'는 '제휴매체'들의 송고 기사를 상시적으로 모니터링하는 시스템을 구축하고, 월 일(1)회 모니터링 보고서를 '뉴스제휴평가위'에 제출하여야 한다.

### **제14조 (모니터링결과에 따른 평가)**

- ① '뉴스제휴평가위'는 제13조 모니터링 결과에 따른 제재 조치를 위하여 정기 평가와 수시평가를 실시한다.
- ② 정기평가는 매월 일(1)회 실시한다.
- ③ 수시평가는 '뉴스제휴평가위' 위원장 또는 위원 3인 이상의 요청이 있는 경우, 요청일로부터 영업일 기준 칠(7)일 이내에 실시한다.

### **제15조 (부정행위 등)**

- ① 다음 각호의 행위를 저널리즘 가치를 훼손하거나 검색품질을 떨어 뜨려 이용자에게 불편을 초래하는 조치대상 행위(이하 '부정행위')로 본다. 부정행위에 대한 유형과 평가기준은 <별표 7>에서 정한 바에 따른다.

(가) 중복·반복 기사 전송

(나) 추천 검색어 또는 특정 키워드 남용

(다) 관련뉴스·실시간 주요뉴스 영역 남용

(라) 기사로 위장한 광고 전송 <개정 2016. 11. 09, 2017. 11. 03>

(마) 선정적 기사 및 광고

(바) 동일 URL 기사 전면 수정

(사) '제휴매체' 기사 이외 기사 전송 <개정 2020. 02. 14>

(아) 뉴스 저작권 침해 기사 전송

(자) 등록된 카테고리 외 기사 전송

(차) 포털 전송 기사를 매개로 하는 부당한 이익 추구

② 다음 각호의 경우를 보안미비 또는 장애 발생 등 사유로 인해 기사 제공이 원활하지 않은 경우(이하 '접속불량')으로 본다.

(가) 악성코드가 탐지 : '제휴매체' 페이지로 이동 시 브라우저 또는 디바이스에 설치된 백신 프로그램 등에 의해 악성코드가 탐지 되는 경우를 말한다.

(나) 데드 링크 : 악성 코드 등으로 인해 페이지가 열리지 않는 경우를 말한다.

(다) 기타 접속 불량 : ActiveX 등 이용자 동의, 유료정보, 성인인증 등 로그인에 필요한 콘텐츠가 열리는 경우를 말한다.

## 제16조 ('제휴매체' 관련 조치의 권고)

- ① 모니터링결과에 따라 제휴평가위가 네이버, 카카오에 권고할 수 있는 조치의 종류 및 사유는 다음 각호와 같다. 상세규정은 <별표 8>에서 정한 바에 따른다.

(가) 시정요청

- (ㄱ) 부정행위가 발생한 경우
- (ㄴ) '접속불량'이 발생한 경우
- (ㄷ) 위 경우 <별표 8>에서 정한 벌점을 부여한다.

(나) 경고처분

- (ㄱ) '제휴매체'의 '누적벌점'이 이(2)점 이상에 이른 경우 <개정 2018. 03. 01>

(다) '포털사' 내 모든 서비스 노출 중단

- (ㄱ) 본 규정 <별표8> 5. 벌점과 제재에 따라 '제휴매체'의 '누적벌점'이 사(4)의 배수에 이른 경우 <개정 2018. 03. 01>

(라) 계약해지 <개정 2018. 03. 01>

- (ㄱ) '접속불량' 중 악성코드가 탐지되어 '포털사'로부터 시정 요청을 받은 이후에도 별도의 조치 없이 해당 상태가 48시간 이상 지속되는 경우
- (ㄴ) '접속불량' 중 데드링크 상태가 발생하여 '포털사'로부터 시정 요청을 받은 이후에도 별도의 조치 없이 데드링크 상태가 삼(3)일 이상 지속되는 경우

- ② '뉴스제휴평가위'는 권고할 조치의 종류를 정함에 있어 부정행위 등이 이용자나 언론 전체의 신뢰성에 미치는 영향, 전체 기사 중 부정행위의 비율,

'제휴매체'의 개선 노력 등을 종합적으로 고려하여야 한다.

③ '뉴스제휴평가위'는 제1항의 규정에도 불구하고, '제휴매체'의 부정행위가 단기간에 과다하게 발생하거나 인터넷 언론의 객관성, 공정성이 심각하게 침해되어 제1항의 단계적 조치를 취하기 적절하지 않은 상황이라고 판단되는 경우, 각 조치의 단계를 거치지 않고 즉시 계약의 해지를 포함하여 별도의 제재 조치를 권고할 수 있다. 단, 이 경우 '제 2소위' 위원 1/3 이상이 발의하고, 발의된 사안을 결정하는 회의에서 출석위원 2/3 이상 찬성을 받아야 한다. <개정 2016. 11. 09>

④ '뉴스제휴평가위'는 아래 각 호에 해당하는 경우 '포털사'에 계약해지 조치를 권고할 수 있고, '포털사'는 특별한 사정이 없는 한 해당 권고를 따라야 한다.'

(가) '제휴매체'가 '포털사'에 전송한 월간 기사 송고량이 <별표 1> 전체 기사 생산량과 자체 기사 비율에 명기한 기사 생산량에 미치지 못한 달이 연간 이(2)회를 초과하여 '포털사'가 '뉴스제휴평가위'에 관련 근거를 제출한 경우

(나) '포털사'가 '제휴매체'와 '포털사'간 제휴를 위하여 필요한 서류(동의서 또는 계약서 등)를 요청하였으나 '포털사'가 제시한 기한 내에 제출하지 않아 '포털사'가 '뉴스제휴평가위'에 관련 근거를 제출한 경우

(다) '제휴매체'가 제9조 제3항 및 제11조에 따른 재평가를 통과하지 못한 경우 <개정 2017. 02. 17, 2018. 03. 01>

⑤ '뉴스제휴평가위'는 제 2항의 기준에도 불구하고 참작할 만한 사유가 있는 경우에는 감면을 권고할 수 있다. 단, 이 경우 '제 2소위' 위원 1/3 이상이 발의하고, 발의된 사안을 결정하는 회의에서 출석위원 2/3 이상 찬성을 받아야 한다. <개정 2016. 11. 09>

## 제17조 (의견청취)

'뉴스제휴평가위'는 필요한 경우 제16조의 조치를 취하기 전에 조치 대상 '제휴매체'의 의견을 청취할 수 있다.

## 제18조 (제재 심의 의결 절차)

본 규정에 의한 '뉴스제휴평가위'의 회의는 '네이버-카카오 '뉴스제휴평가위' 위원회의 규정'에서 정한 바에 따른다. 단, '제휴매체'에 제16조 제1항 (나) 내지 (라)호의 조치를 할 경우에는 '제2소위' 위원 15명 중 출석위원 2/3 이상 찬성할 경우로 정한다. <개정 2018. 03. 01>

## 제19조 ('포털사'에 대한 권고 등)

- ① '포털사'는 본 규정에 의거한 '뉴스제휴평가위'의 결정을 성실하고 신속하게 이행해야 한다. 양사는 기술적 이유 등으로 평가위 결정을 충분히 이행하지 못할 경우 그 사유를 구체적으로 위원회에 보고해야 한다.
- ② '포털사'는 '뉴스제휴평가위'가 정상적인 업무 수행을 위해 요청한 자료를 수시로 제출해야 한다.
- ③ '포털사'는 평가업무의 실효성을 위해 이용자가 불만사항을 신고할 수 있는 사이버신고센터를 운영하고, 평가 업무와 관련된 내용을 평가위에 제출해야 한다. 평가위는 필요 시 별도 사이버신고센터를 운영할 수 있다.

## 제 20 조 (경고 처분 대외 공표)

'뉴스평가위원회'는 '제휴매체'의 자정 노력을 위하여 제16조 제1항에 따라 경고처분 이상 조치된 건에 대한 부정행위 및 처분 내용을 적절한 방법(서비스 공지사항 등)을 통해 정기적으로 공개한다. <개정 2016. 11. 09>

## 부칙

(시행일) 본 규정은 2016년 03월 01일 00시부터 시행한다.

(개정일)

- 2016년 06월 01일 일부개정
- 2016년 11월 09일 일부개정
- 2017년 02월 17일 일부개정
- 2017년 08월 11일 일부개정
- 2017년 11월 03일 일부개정
- 2018년 03월 01일 일부개정
- 2019년 03월 01일 일부개정
- 2019년 04월 12일 일부개정
- 2019년 10월 21일 일부개정
- 2020년 02월 14일 일부개정

※ 별표 목록

<별표 1> 전체 기사 생산량과 자체 기사 생산 비율

<별표 2> 제휴평가 절차

<별표 3> 매체 소개서

<별첨 4> 제휴 형태별 평가 주기

<별표 5> 정량평가

<별표 6> 정성평가

<별표 7> 부정행위의 유형

<별표 8> 제재기준

<별표 9> 선정성 판단 정책

<별표 1> 전체 기사 생산량과 자체 기사 생산 비율 <일부개정 2018. 03. 01/  
2020. 02. 14>

분류	기사 생산량	자체 기사 생산 비율
일간지	매월 200건 이상	30% 이상
주간지	매월 50건 이상	40% 이상
월간지	매월 20건 이상	50% 이상
인터넷신문	매월 100건 이상	30% 이상
전문지	매월 20건 이상	50% 이상
방송사	매월 200건 이상	30% 이상

- 자동생성기사(로봇기사 등)는 전체 기사 및 자체 기사 생산량에 포함되지 않는다.

<별표 2> 제휴평가 절차 <일부개정 2018. 03. 01>

분류	내용
온라인 신청	- 각 '포털사' 별도의 제휴 신청 페이지 오픈 <개정 2016. 11. 09> * 구비서류 : 신문사업자, 정기간행물사업자, 방송사업자, 인터넷신문사업자, 뉴스통신사업자, 인터넷뉴스서비스사업자 등록증이나 허가증 / 매체소개서 (A4 3장 분량 / 자간 160% / 10pt) 으로 제한
제휴평가	- 평가 기간 : 뉴스제휴 심사는 제휴접수 마감일로부터 최소 4주, 최장 10주 - 평가 방법 : 소속 위원 30명 가운데 최소 9인 이상이 참여하는 평가팀을 구성해 평가를 실시
제휴 여부 결정	- 안내 : 평가 후 제휴 여부에 대해 각 '포털사' 개별 안내



<b>'제휴매체' 등록 진행</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 : 계약 및 기사 전송 관련 기술적 작업</li> <li>- '포털사' 계약 기준 및 기술 정책에 따름</li> </ul>
-------------------------	--

**<별표 3> 매체 소개서**

분류	내용
회사 관련	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 설립일자, 등록번호, 회사연혁, 사업장 소재지, 연락처, 도메인, 취재 및 편집 인력 현황, 조직도</li> </ul>
윤리 관련	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신문윤리강령과 인터넷신문윤리강령 등 언론 윤리와 관련한 법규 준수를 위한 노력과 실천 활동</li> <li>• 언론사의 지향 가치, 철학</li> <li>• 위 가치를 실천한 기사 사례와 관련한 구체적 자료</li> </ul>
서비스 관련	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자체 서비스 트래픽 (UV / PV / 체류시간 등)</li> <li>• 매체 혹은 콘텐츠 품질을 입증할 수 있는 데이터</li> </ul>
콘텐츠 관련	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기사 생산 현황 (전체 생산량 / 자체 기사 비율)</li> <li>• 특종(단독보도)과 대외적 수상 실적</li> </ul>

<별표 4> 제휴 형태별 신청 및 평가주기 <일부개정 2018. 03. 01>

	네이버			카카오	
제휴영역	'뉴스 검색제휴'	'뉴스 스탠드제휴'	'뉴스 콘텐츠제휴'	'뉴스 검색제휴'	'뉴스 콘텐츠제휴'
서비스	뉴스 검색	뉴스 스탠드	네이버 뉴스	뉴스 검색	다음 뉴스
신청 및 평가주기	6개월			6개월	

<별표 5> 정량평가 <개정 2019. 03. 01, 일부개정 2016. 11. 09, 2018. 03. 01>

구분	점수	항목	내용
제휴 통과 기준	통과 시 기본점수 15점 부여	기사 생산량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매체 발행 주기별로 기사량 충족 요건</li> <li>- 일간지 월 200건 이상</li> <li>- 주간지 월 50건 이상</li> <li>- 월간지 월 20건 이상</li> <li>- 인터넷신문 월 100건 이상</li> <li>- 전문지 월 20건 이상</li> <li>- 방송사 월 200건 이상</li> </ul>
		자체 기사량	<p>&lt;자체기사비율&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일간지 및 방송사, 인터넷신문 30% 이상</li> <li>- 주간지 40% 이상</li> <li>- 월간지 및 전문지 50% 이상</li> </ul> <p>※ 인터넷뉴스서비스사업자의 경우 본 매체의 기사도 자체기사에 포함</p> <p>&lt;자체기사 세부 정의&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 자체기사는 아래의 2가지로 정의한다</li> <li>- 언론사가 직접 기획하고, 취재해 생산한 기사</li> </ul> <p>• 다음 사항에 대하여 직접 분석 및 추가</p>

		<p>취재·평가·비교·의견 등을 담아 재생산한 기사</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정부 및 기관, 단체, 기업 등의 보도 자료</li> <li>- 타매체 기사</li> <li>- SNS나 인터넷 등에 공개된 미디어 콘텐츠</li> </ul> <p>• 위 요건을 갖춰도 아래와 같은 경우에는 자체기사로 인정하지 않는다.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기사 작성자의 실명이나 필명(byline)이 적시되지 않은 무기명기사와 '뉴스팀', '편집팀', '온라인뉴스팀' 같은 형태로 기자를 특정하지 않은 기사</li> <li>- TV 프로그램이 방영된 이후 단순히 그 내용을 전하는 기사 (단, 사실여부확인이나 파장 소개 등 추가취재를 한 경우 또는 사전 TV프로그램 소개나 사후 비평은 자체기사로 인정)</li> <li>- 단순한 인사·동정·부고 기사나 행사소개 기사</li> <li>- 언론사의 자사 홍보기사</li> <li>- 자체적으로 제작하지 않은 동영상이나 기자의 객관적 보도가 빠진 단순한 행사 소개 동영상</li> <li>- 사진기사 가운데 동일 소재를, 동일 상황에서 연속적으로 촬영한 사진은 한 건으로만 인정 (단, 기사의 맥락상 꼭 필요하다고 인정되는 경우는 예외)</li> </ul>
	<p><b>통과 시 기본점수 5점 부여</b></p>	<p><b>윤리적 실천의지</b></p> <p>1) 언론사가 자체적으로 언론윤리강령을 제정하고 자율적 규제 제도를 마련해 이를 공표하고 실천하는지, 또는</p> <p>2) 신문윤리강령과 인터넷신문윤리강령 등 언론윤리 준수를 서약하고 이를 공표하고 실천하는지 &lt;개정 2019. 10. 21&gt;</p>

<별표 6> 정성평가 <개정 2019. 03. 01, 일부개정 2016. 11. 09>

구분	점수	항목	내용
저널리즘 품질요소	40점	<b>사회적 가치성 (10점)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적으로 중요한 문제와 이슈를 보도하는지</li> <li>• 뉴스가치가 있는 기사를 시의적절하게 다루고 있는지</li> <li>• 설립 이후 보도 활동과 성과는 어떠한지(수상 실적, 사회적 공헌 등)</li> </ul>
		<b>보도의 공정성 정확성 객관성 (15점)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기사가 사회의 다양한 이해관계와 주장을 공정하게 다루고 있는지</li> <li>- 악의적으로 편향성을 띠거나 부정적 표현을 사용하지는 않는지</li> <li>• 기사가 정확하고 객관적인 사실과 근거에 기반하고 있는지</li> <li>- 기사의 출처와 취재원을 투명하게 밝히고 있는지</li> <li>- 기사에 나오는 사실과 자료에 대한 검증을 충실히 하는지</li> <li>• 제목과 기사 내용이 일치하는지</li> <li>• 오탈자 등 기사의 형식적 흠결 여부</li> </ul>
		<b>보도의 전문성 (10점)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기사의 전문성</li> <li>- 독자적으로 취재, 생산하는 기획성기사가 얼마나 되는지</li> <li>- 기사의 내용이 충분히 깊이가 있는지</li> <li>• 보도분야의 전문성</li> <li>- 매체가 다루는 분야에 대한 뉴스 내용의 전문성이 충분한지</li> <li>- 해당 분야에서 다른 매체와 차별화되는 고유한 기사를 제공하는지</li> </ul>

		<b>기사 생산 체계의 적절성 (5점)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전체기자 수 대비 전체 기사 생산량이 적절한지</li> <li>• 기자 1인당 자체 기사 비율은 적절한지</li> <li>• 보도분야 범위 대비 취재기자수가 적절한지</li> </ul>
윤리적 요소	30점	<b>기사윤리 (10점)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기사와 광고를 명확하게 구분하는 방식으로 편집, 배열하는지</li> <li>• 기사 중간에 기사로 오인할 수 있는 광고 내용을 포함하는지</li> <li>• 기사로 오인할 수 있는 광고를 포함하고 있지 않은지</li> <li>• 의료, 부동산, 주식, 식품 등에 관한 광고나 기사를 게재할 때 유해가능성, 허위과장성에 대해 주의를 기울이는지</li> <li>• 개인 또는 집단에 대한 차별, 혐오, 비방 비하 표현이 있는지</li> </ul>
		<b>광고윤리 (10점)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가독성을 저해하는 광고요소가 있는지</li> <li>• 신뢰성이 훼손된 링크(이용자의 의도와 달리 상업페이지로 이동 시키는 사례 등)가 있는지</li> <li>• 광고주와 합의하지 않은 광고 등 비정상적인 광고가 존재하는지</li> </ul>
		<b>선정성 (10점)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 선정적이고 자극적인 내용을 과도하게 보도하거나 강조하는지</li> <li>• 잔혹하거나 음란한 내용 혹은 이미지를 보도하거나 광고하는지</li> <li>• 범죄와 재난 보도 과정에서 관련된 피해자 및 당사자의 감정이나 피해 가능성을 배려하는지</li> <li>• 청소년에게 유해할 수 있는 내용을 보도하거나 광고하는지</li> <li>• 범죄 수법이나 자살 방법 등에 대해 지나치게 자세하게 묘사하지는 않는지</li> </ul>

<b>이용자 요소</b>	<b>10점</b>	<p>&lt;형식적 요소&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 텍스트 이외에 인포그래픽, 동영상 등 다양한 형식을 활용하여 기사의 입체적인 이해를 도울 수 있도록 혁신에 노력하는지</li> </ul> <p>&lt;기술적 요소&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 모바일, 소셜미디어 등 새로운 매체 환경에 맞는 접근성과 편의성을 제공하는지</li> <li>• 기사를 열람할 때 물리적인 불편함이 없고 가독성이 높은지</li> </ul> <p>&lt;사회적 요소&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 건전한 시민사회 성장에 기여하는지</li> <li>• 기타 높이 평가할만한 요소가 있는지</li> </ul>
-------------------	------------	---

## <별표 7> 부정행위의 유형

### 1. 중복·반복 기사 전송

① 동일 기사 중복·반복 전송 : 원천기사의 일부만 변경해 반복적으로 전송하는 것을 의미하며 아래와 같은 형태를 포함한다.

(ㄱ) 동일한 기사에 제목만 바꾼 경우

(ㄴ) 동일한 기사에 문구를 일부 추가 하거나 문장 순서만 바꾼 경우

(ㄷ) 동일한 기사에 방송 캡처화면 등 사진이나 이미지 일부만 바꾼 경우

② 카테고리 중복 전송 : 사실상 동일한 기사를 각 포털의 서로 다른 포털 내 뉴스 카테고리로 전송하는 것을 의미한다.

### 2. 추천 검색어 또는 특정 키워드 남용 <개정 2019. 03. 01>

① 트래픽 유입을 목적으로 추천 검색어나 자극적 단어를 제목 또는 본문에 삽입하여 남용하는 것을 의미하며 통상 아래와 같은 형태를 포함한다.

- (ㄱ) 배경과 같은 색깔을 써서 보이지 않게 삽입한 경우
- (ㄴ) 추천 검색어를 기사 제목 또는 본문에 연속, 반복적으로 과도하게 포함하는 경우
- (ㄷ) 추천 검색어 관련하여 유사한 기사를 반복해서 전송하는 경우
- (ㄹ) 추천 검색어가 제목 또는 본문에 포함되었으나 전체 기사 내용과 밀접한 연관이 없는 경우
- (ㄹ) 추천 검색어 관련 기사를 과도하게 나눠 전송하는 경우

### **3. 관련뉴스·실시간뉴스 영역 남용**

- ① '포털사'가 '뉴스콘텐츠제휴' '제휴매체'의 기사나 기사하단에 제공하는 관련뉴스 또는 실시간뉴스 영역을 남용하는 것을 의미하며 통상 아래와 같은 형태를 포함한다. <개정 2016. 06. 01>
  - (ㄱ) 해당 영역에 기사로 위장된 광고를 노출한 경우 <일부개정 2017. 11. 03>
  - (ㄴ) 해당 영역에 기사와 무관한 추천검색어 또는 선정적 단어가 포함된 기사를 노출한 경우

### **4. 기사로 위장한 광고 전송** <일부개정 2016. 11. 09, 2017. 11. 03, 2019. 03. 01, 2020. 02. 14>

- ① 기사로 위장한 광고 전송 : 기사로 위장한 광고는 외견상 기사 형식을 띠고 있으나, 특정 상품이나 서비스의 구매를 유도하는 이미지, 가격, 판매처 등의 관련 정보 전달을 주목적으로 하는 콘텐츠로 아래 각호에 하나 이상 해당하는 것을 말한다.

(ㄱ) 업체의 판매정보(전화번호, 이메일주소, 계좌번호, 홈페이지 주소 등)가 구체적으로 명시된 경우

(ㄴ) 식품, 의약품, 의료서비스 등 국민의 건강과 밀접히 관련되는 상품 및 서비스에 대하여 객관적 근거나 언론사의 비교, 평가, 분석없이 해당 업체가 제공하는 정보만을 일방적으로 전달하는 경우

(ㄷ) 기사 본문 외 영역의 내용이 실제로는 광고이나 해당 기사의 일부인 것처럼 오도하는 행위. 특히 상호명, 상품명 등을 게재하거나 이와 관련된 광고, 광고성 키워드·동영상·이미지 등 관련 정보를 기사로 위장해 노출하는 경우

② 신뢰성 훼손 : 기사를 보기 위해 링크를 클릭하거나 웹브라우저의 뒤로가기를 했을 때 그 결과가 이용자의 일반적 기대와 달리 나타나는 것을 의미하며, 통상 다음과 같은 경우를 말한다.

(ㄱ) 링크 클릭했을 때 미리보기 영역에서 보여진 내용과 다른 페이지로 이동하는 경우

(ㄴ) 기사 제목 또는 본문 안에 기사와 무관한 페이지로 이동하는 링크를 삽입하는 경우

(ㄷ) 이용자 동의없이 웹브라우저 히스토리를 조작하여 다른 페이지로 이동하는 경우

(ㄹ) 기타 이용자에게 과도한 불편함을 주는 경우

③ 가독성 훼손 광고 전송 : 기사를 보기 위해 링크를 클릭했을 때, '제휴매체' 페이지로 이동 후 광고가 기사의 본문을 가리는 경우를 의미하며, 통상 아래와 같은 경우를 포함한다.



- (ㄱ) 광고가 기사의 본문을 모두 가리는 경우
- (ㄴ) 기사의 본문을 가리는 광고의 제거가 복잡하거나 불가능한 경우
- (ㄷ) 기사 스크롤 시 광고가 기사를 따라다니며 가독성을 현저히 저해하는 경우
- (ㄹ) 과도한 팝업 또는 팝언더 광고
- (ㄹ) 기타 광고가 기사의 본문 가독성을 현저히 저해하는 경우

## 5. 선정적 기사 및 광고 <일부개정 2016. 11. 09, 2019. 03. 01>

- ① 선정적 기사 및 광고라 함은 '포털사'의 청소년보호정책에 위반하는 문구와 이미지를 포함한 기사 및 광고를 말한다.
- ② 선정적 기사 및 광고는 아래의 각 사항을 포함한다.
  - (ㄱ) '포털사'에 노출된 '제휴매체' 기사 제목 또는 '제휴매체' 페이지의 기사 제목이 내용과 무관하게 선정적인 경우
  - (ㄴ) '포털사'에 노출된 기사의 '제휴매체' 첫 페이지에 선정적인 키워드, 동영상, 이미지 등이 게재된 경우
  - (ㄷ) '포털사'에 노출된 기사의 '제휴매체' 첫 페이지에 선정적 광고가 게재된 경우
- ③ '포털사'의 청소년보호정책에 위반하는 문고와 이미지는 <별표 9>에 따른다.

## 6. 동일 URL 기사 전면 수정

- ① 이미 보낸 기사의 URL을 그대로 둔 상태에서 전혀 다른 내용의 제목 또는 본문의 기사로 수정해 이용자들에게 혼란을 주는 행위를 의미한다.

## 7. '제휴매체' 기사 이외 기사 전송 <개정 2020. 02. 14>

- ① '제휴매체'가 '포털사'에 '제휴매체'가 아닌 매체(신문사업자, 정기간행물사업자, 방송사업자, 인터넷신문사업자, 뉴스통신사업자, 인터넷뉴스서비스사업자로 제호가 등록된 매체)의 기사(이하 '미제휴매체 기사'라 한다)를 전송하는 것을 말한다.
- ② '제휴매체'인 A가 '포털사'와 제휴하거나 제휴하지 않은 B 또는 A의 자매회사 등의 '미제휴 매체 기사'를 A의 기사인 것처럼 우회 송고하여 '포털사' 뉴스에 노출하는 것이 이에 해당한다
- ③ 단, 지면 기고나 방송 보도로 인하여 불가피하게 '제휴매체'의 자매회사 등의 기사를 '제휴매체'에만 게재한 경우는 '제휴매체' 기사 이외 기사 전송에 해당하지 않는다.

## 8. 뉴스 저작권 침해 기사 전송

- ① 베껴쓰기 : 타 매체사에서 보도한 기사의 전체 또는 일부를 출처를 밝히지 않고 무단으로 발췌해 작성한 것을 의미한다.
- ② 이미지 저작권 침해 : 타인이 소유한 이미지를 협의 없이 사용하는 것을 의미한다.

## 9. 등록된 카테고리 외 기사 전송 <일부개정 2020. 02. 14>

- ① '제휴매체'가 '포털사' 최초 제휴 시 협의된 카테고리 외의 기사를 전송하는 것을 말한다.

예) 경제 카테고리로 등록된 '제휴매체'가 연예 카테고리 기사를 사전 협의 없이 전송하는 경우 등

예2) 보도자료, 자동생성기사(로봇기사 등)를 지정된 카테고리 외로 전송하는 경우 등

## 10. 포털 전송 기사를 매개로 하는 부당한 이익추구

- ① '포털사'에 전송하는 기사를 이용하여 취재 및 보도 과정에서 금품(재산상의 이익)을 요구하는 행위를 의미한다.

(ㄱ) '포털사'에 노출되는 기사의 삭제 또는 수정을 조건으로 금품을 요구하는 경우

(ㄴ) 금품요구에 응하지 않는 경우 '포털사'에 기사를 전송하겠다는 내용의 협박(위해의 고지)

- ② '포털사'와 제휴된 이후 이러한 사실을 빌미로 협찬비나 광고비 등의 명목으로 금품을 요구하는 경우

- ③ 제 2항에 따른 부정행위 입증의 증거자료는 해당 이해당사자 간의 음성 또는 영상 녹음, 이메일, 문자 또는 SNS메시지, 사진 등을 말한다.

## <별표 8> 제재기준

1. 중복·반복 기사 전송 벌점 (1일 기사 송고량 기준) <일부개정 2020. 02. 14>

중복·반복 기사 전송 비율	벌점	비고
1%이상 10%미만	1점	1일(24시간) 기준
10%이상 20%미만	2점	1일(24시간) 기준
20%이상 30%미만	3점	1일(24시간) 기준
30%이상 40%미만	4점	1일(24시간) 기준
40%이상 50%미만	5점	1일(24시간) 기준
50% 이상	10점	1일(24시간) 기준

- 자동생성기사(로봇기사 등)는 1일 기사 송고량에 포함되지 않는다.

2. 추천 검색어 또는 특정 키워드 남용 벌점 (1일 기사 송고량 기준) <일부개정 2020. 02. 14>

추천 검색어 또는 특정 키워드 남용 기사 비율	벌점	비고
0.5%이상 5%미만	1점	1일(24시간) 기준
5%이상 10%미만	2점	1일(24시간) 기준
10%이상 15%미만	3점	1일(24시간) 기준
15%이상 20%미만	4점	1일(24시간) 기준
20%이상 25%미만	5점	1일(24시간) 기준

25% 이상	10점	1일(24시간) 기준
--------	-----	-------------

- 위반 건수 기사가 10회를 초과할 경우, 위 표에 따른 비율 벌점 부과 방식을 적용하지 않고 초과된 위반 기사 5건 누적시마다 벌점 1점을 부과한다.

- 자동생성기사(로봇기사 등)는 1일 기사 송고량에 포함되지 않는다.

3. '제휴매체' 기사 이외 기사 전송 벌점 (1일 기사 송고량 기준) <일부개정 2020. 02. 14>

'제휴매체' 기사 이외 기사 전송 비율	벌점	비고
5%이상 10%미만	1점	1일(24시간) 기준
10%이상 15%미만	2점	1일(24시간) 기준
15%이상 20%미만	3점	1일(24시간) 기준
20%이상 25%미만	4점	1일(24시간) 기준
25% 이상 30% 미만	5점	1일(24시간) 기준
30% 이상	10점	1일(24시간) 기준

- 자동생성기사(로봇기사 등)는 1일 기사 송고량에 포함되지 않는다.

4. 타 부정행위별 벌점 <일부개정 2017. 11. 03>

부정행위 유형	벌점	비고
관련뉴스.실시간 주요뉴스영역 남용	1점	부정행위 유형에 관계 없

기사로 위장한 광고 전송		이 각기 다른 부정행위 5건 누적 시 1점 부과
선정적 기사 및 광고 전송		
동일 URL 기사 전면 수정		
뉴스 저작권 침해 기사 전송 (베껴쓰기 등)		
등록된 카테고리 외 기사 전송		
포털 전송 기사를 매개로 하는 부당한 이익 추구	6점	건당 벌점제

5. 벌점과 제재 <일부개정 2016. 11. 09, 2018. 03. 01>

- '누적벌점'은 매년 3월을 기준으로 기존 누적 점수는 삭제되고, 영(0)점부터 다시금 누적된다.
- '뉴스제휴평가위'는 본 규정 제 12조에 명기된 모니터링결과를 바탕으로 제재를 위한 평가 작업을 매월 일(1)회 실시한다.

누적벌점	제재	비고
2점 미만	시정 요청	
2점 이상	경고 처분	
4점 이상	'포털사' 내 모든 서비스 24시간 노출 중단	
6점 이상	재평가	

8점 이상	'포털사' 내 모든 서비스 48시간 노출 중단	
10점 이상	재평가	이후 추가 벌점 누적 시 2점 단위로 노출 중단(24시간씩 추가)과 재평가 반복

**<별표 9> 선정성 판단 정책**

1. 성 관련 콘텐츠 <일부개정 2019. 03. 01>

구분		상세 내용
노출	적극적 차단	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성기 노출(바디페인팅, 타투 등이 포함된 경우에도 동일함)</li> <li>- 사람과 유사하게 묘사된 인형의 성기, 음모, 항문, 유두를 노출한 경우</li> <li>- 여성의 유두/유륜 노출된 경우</li> <li>- 유두, 성기, 항문, 둔부 등 주요 부위의 노출이 없는(모자이크, 블러 처리 포함) 전신 전라</li> </ul>
	사안별 검토	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성기가 하의 위로 선명하게 드러나는 경우</li> <li>- 옷 위로 유두의 모양(형태)이 비치거나 도드라진 경우</li> <li>- 유두, 성기, 항문, 둔부 등 주요 부위의 노출은 없으나, 상의 혹은 하의를 탈의한 경우</li> <li>- 둔부가 비치 보이거나 노출되는 경우</li> <li>- 특정 신체 부분을 클로즈업(부각) 한 경우</li> </ul>

성행위	적극적 차단	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성기, 음모, 항문이 노출되지 않은 성행위</li> <li>- 성기구를 이용한 행위</li> <li>- 성기/둔부 등의 신체노출에 관계없이 성적 체벌 이미지 또는 체벌 관련한 행위(이를 암시하는 모자이크, 블러 처리 된 콘텐츠 포함)</li> <li>- 옷이 벗겨진 상태에서 상대방의 가슴, 둔부, 성기에 입 또는 손 등을 이용하는 행위</li> <li>- 성기 부분에 직접적인 접촉을 하는 행위</li> <li>- 옷 속으로 가슴이나 성기를 만지는 행위.</li> </ul>
	사안별 검토	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유사성행위를 포함한 성행위를 암시하거나 연상되게 표현하는 콘텐츠</li> </ul>

2. 폭력 관련 콘텐츠 <일부개정 2019. 03. 01>

구분		상세 내용
살해 상해	적극적 차단	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인간, 동물, 인간·동물 등을 형상화한 캐릭터의 피와 출혈을 동반한 절단, 손괴 등 상해와 살해</li> <li>- 인간, 동물, 인간·동물 등을 형상화한 캐릭터에게 행해지는 고문 등 내용 묘사</li> </ul>
	사안별 검토	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인간, 동물, 공상(실존 생명체인 인간, 동물 등을 형상화한) 캐릭터의 상해</li> <li>- 지나친 폭력행위</li> </ul>



3. 언어 관련 콘텐츠 <일부개정 2016. 11. 09, 2019. 03. 01>

현장을 전달하는 기사의 경우 저널리즘적 목적으로 현장어를 전달하는 경우가 있으므로 기사 맥락을 고려하여 판단한다.

구분		상세 내용
제목 및 내용	적극적 차단	- 성적행동의 구체적 사실적 표현 등 - 노골적인 성교 및 성기 묘사 등 - 신체 훼손 등 엽기적 표현
	사안별 검토	- 동물에 비유한 비하적 표현 등 - 신체에 대한 비하적 묘사 등 - 성별, 연령, 지역, 인종, 종교 등에 따른 개인 또는 집단에 대한 차별, 혐오, 비방 비하 표현