

인터넷광고심의규정

인터넷광고심의규정

제정 2007. 1. 24

개정 2007. 3. 28

제1조(목적) 이 규정은 정관 제37조 및 인터넷광고 윤리강령에 따라 인터넷광고의 심의에 있어서 필요한 기준과 사항을 정함을 목적으로 한다.

제2조(심의원칙) 인터넷광고에 대한 심의는 공정성 및 투명성, 객관성, 신속성의 원칙에 따른다.

제3조(정의) 이 규정에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “인터넷광고”라 함은 디지털 전송매체를 통하여 이용자에게 전달되는 노출형광고 및 전자우편광고, 검색광고 등 모든 형태의 광고물을 말한다.
2. “어린이”라 함은 만 13세 미만의 자를 말한다.
3. “청소년”이라 함은 만 19세 미만의 자를 말한다. 다만, 만 19세에 도달하는 해의 1월 1일을 맞이한 자를 제외한다.

제4조(적용범위) 이 규정은 대한민국국민에게 제공되거나 제공하고자 하는 인터넷광고의 심의에 적용한다.

제5조(법령의 준수) ①인터넷광고는 광고에 관한 제반 법령 및 지침 또는 고시를 준수하여야 한다.

②인터넷광고는 위법 행위를 조장하여서는 아니된다.

제6조(인간의 생명, 존엄성 및 문화의 존중 등) 인터넷광고는 인터넷이용자의 정서를 해치거나 품위를 손상하는 다음의 표현을 하여서는 아니된다.

1. 인간의 생명 및 존엄성을 경시하는 표현

2. 공중도덕과 사회윤리에 위배되는 내용
3. 국가, 국기 또는 문화유적 등과 같은 공적 상징물을 부적절하게 사용하거나 모독하는 표현
4. 국민의 자존심과 감정을 비하하는 표현
5. 폭력, 범죄, 반사회적 행동을 조장하는 표현
6. 지나친 공포감이나 혐오감을 조성하는 표현
7. 과도한 신체의 노출이나 음란·선정적인 표현
8. 신체적 결함, 약점 등을 조롱 또는 희화화하는 표현
9. 지나치게 비속하거나 사회의 선량한 풍속을 해할 우려가 있는 표현
10. 특정 성을 비하하거나 성적 수치심을 느끼게 하는 표현

제7조(진실성·윤리성) ①인터넷광고의 내용과 표현은 진실하고 건전하여야 하며 사회전반의 신뢰를 얻을 수 있어야 한다.

②인터넷광고는 허위·과장 또는 기만적인 내용으로 이용자를 오도·현혹하거나 공정한 거래질서를 저해하는 표현을 하여서는 아니된다.

③인터넷광고는 인터넷이용자를 오인하게 할 수 있는 다음 각 호의 표현을 하여서는 아니된다.

1. 성분, 재료, 함량, 규격, 효능 등에 있어 오인하게 하거나 기만하는 내용
2. 부분적으로 사실이지만 전체적으로 인터넷이용자가 오인할 우려가 있는 표현
3. 객관적으로 인정받지 못하거나 확인할 수 없는 최상급의 표현
4. 난해한 전문 용어 등을 사용하여 인터넷이용자를 현혹하는 표현
5. 제조국가 등에 있어서 인터넷이용자가 오인할 우려가 있는 표현

④인터넷광고는 사실과 관련한 사항에 대하여는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제5조제1항 및 동법 시행령 제4조의 규정에 따라 이를 실증할 수 있어야 하며, 기관·단체의 자료 또는 발표내용 등을 인용하는 경우 당해 자료 또는 발표내용 등을 공표한 기관·단체를 표시하여야 한다.

⑤인터넷광고는 중요한 정보를 생략함으로써 인터넷이용자가 오인하게 하여서

는 아니된다.

⑥인터넷광고는 법적 및 윤리적 책임을 고려하여야 한다.

제8조(공정성) ①인터넷광고는 기업간의 공정한 경쟁을 도모하고 국민의 소비생활에 편익을 주는데 기여 할 수 있도록 하여야 한다.

②인터넷광고는 소송 등 재판에 계류중인 사건 또는 국가기관에 의한 분쟁의 조정이 진행중인 사건에 대한 일방적 주장이나 설명을 다루어서는 아니된다.

제9조(광고주 또는 상품명 표시) 인터넷광고는 광고물 또는 광고물에 연결된 인터넷홈페이지에 상호 등 광고주를 밝히는 것을 원칙으로 한다. 다만, 국내에서 일반적으로 인지되고 있는 상품명이나 인터넷주소를 밝힐 경우에는 광고주를 밝힌 것으로 본다.

제10조(광고물의 식별) 인터넷광고는 광고임을 명시하는 등 광고물임을 용이하게 알 수 있도록 하여야 한다.

제11조(환경보존 등) ①인터넷광고는 자연보호를 저해하는 표현을 하여서는 아니된다.

②인터넷광고에서 “무공해”, “저공해”, “환경친화적” 등과 같이 일반적이고 광범위한 환경적 속성과 효능을 표현할 때에는 이를 구체적이고 정확하게 하여야 한다.

③인터넷광고는 동물을 살상하거나 학대하는 표현을 하여서는 아니된다.

④인터넷광고는 보호받고 있거나 멸종 위기에 처한 동식물의 멸종, 감소 등을 촉진시킬 우려가 있는 표현을 하여서는 아니된다.

제12조(성명 및 초상) ①다른 사람의 이름이나 초상을 사용한 인터넷광고는 그 사용에 동의가 있었음을 증명하여야 한다. 다만, 역사적 인물의 경우에는 그러하지 아니하다.

②특정 기관이나 단체의 이름, 상징물, 시설 등을 이용한 인터넷광고는 그 사용에 동의가 있었음을 증명하여야 한다.

제13조(개인정보) 인터넷광고는 광고물 또는 광고물에 연결된 인터넷홈페이지를 통하여 인터넷이용자의 동의없이 개인정보의 수집을 하여서는 아니된다.

제14조(지적재산권) 인터넷광고는 「저작권법」 기타 지적재산권 관련 법률에 의하여 보호되는 재산적 권리를 침해하여서는 아니된다.

제15조(차별금지) 인터넷광고는 국가, 민족, 인종, 성, 연령, 직업, 종교, 신념, 장애, 계층, 지역 등을 이유로 차별하거나 편견을 조장하는 표현을 하여서는 아니된다.

제16조(비교광고) ①인터넷광고는 경쟁관계에 있는 상품·용역 또는 기업을 부당한 방법으로 비교하거나 배척하는 표현을 하여서는 아니된다.

②인터넷광고는 우위 또는 특성을 비교 주장함에 있어 비록 그 내용이 사실이라 할지라도 상대방을 비방 또는 중상하는 것이어서는 아니된다.

제17조(언어) ①인터넷광고는 원칙적으로 표준어를 사용하며, 한글 맞춤법 및 외래어표기법을 준수하여야 한다.

②인터넷광고는 국민의 바른 언어생활을 위하여 비속어, 은어, 저속한 조어를 과도하게 사용하여서는 아니된다. 다만, 인터넷이용자 상호간에 널리 사용되는 단어로 사회적 정서에 반하지 않는 경우에는 그러하지 아니하다.

제18조(어린이·청소년의 보호) ①인터넷광고는 어린이 및 청소년의 품성과 정서, 가치관을 해치는 표현을 하여서는 아니된다.

②인터넷광고는 어린이 및 청소년의 비행 또는 범죄에 관한 긍정적 묘사를 하여서는 아니된다.

③어린이대상 인터넷광고에서는 주된 상품 이외의 부수적인 제품이나 경품을 강조하여서는 아니된다.

④인터넷광고는 어린이 보호를 위하여 다음의 표현을 하여서는 아니된다.

1. 어린이가 상품과 관련된 상업문이나 광고노래, 또는 제품의 특징을 전달하는 표현
2. 상품의 소유로 어린이의 능력이나 행동이 변할 것이라는 표현
3. 상품을 소유하지 못하면 열등감을 갖거나 조롱의 대상이 된다는 표현
4. 상품을 구입하도록 어린이를 충동하거나 부모 등에게 상품 구매를 요구하도록 자극하는 표현
5. 어린이의 사행심을 조장하는 표현
6. 어린이를 위험한 장소에 있게 하거나 위험한 행동을 취하게 하는 표현
7. 어린이의 건전한 식생활을 저해하는 표현

⑤청소년에게 유해한 인터넷광고는 청소년의 접근을 제한하는 기능이 없이 배포하거나 시청·관람 또는 이용에 제공하여서는 아니된다.

⑥제5항의 규정에 따라 청소년에게 배포 등이 금지되는 인터넷광고는 각 호와 같다.

1. 청소년에게 성적인 욕구를 자극하는 선정적인 것이나 음란한 것
2. 청소년에게 폭력성이나 범죄의 충동을 일으킬 수 있는 것
3. 성폭력을 포함한 각종 형태의 폭력행사와 약물의 남용을 자극하거나 미화하는 것
4. 청소년의 건전한 인격과 시민의식의 형성을 저해하는 반사회적·비윤리적인 것
5. 청소년에게 정신적·신체적 건강을 해칠 수 있는 우려가 있는 청소년유해매체, 청소년유해업소, 청소년유해물건 또는 청소년유해약물 등이 내용에 포함된 것
6. 기타 인터넷광고심의세칙(이하 “심의세칙”이라 한다)에 규정된 품목 중 청소년과 관련된 사항

제19조(경품 및 할인특매) ①경품 및 할인특매에 관한 인터넷광고는 인터넷이

용자에게 사행심을 조장하거나 인터넷이용자를 현혹하는 표현을 하여서는 아니된다.

②경품 및 할인특매에 관한 인터넷광고는 당해 광고물 또는 광고물에 연결된 인터넷홈페이지에 시행기간 및 내용을 명시하여 인터넷이용자에게 구체적으로 정보를 제공할 수 있어야한다.

③경품 및 할인특매 광고는 관련법이나 관련 심의규정이 정한 의무사항과 금지사항을 준수하여야 한다.

제20조(성인광고) ①불특정다수를 대상으로 하거나 어린이, 청소년을 대상으로 하는 디지털 전송매체에는 성인광고를 게재하여서는 아니된다.

②성인광고물은 “로그인” 또는 “성인인증” 과정 등을 통해 성인에게만 노출하여야 한다.

③사실적이거나 자극적인 성행위 장면이 노출된 광고소재의 집행을 해서는 아니된다.

④성인광고물에 연결된 인터넷홈페이지는 성인임을 확인할 수 있는 인증수단을 갖추어야하며, 당해 인터넷홈페이지를 종료할 경우 연결된 인터넷홈페이지를 두어서는 아니된다.

제21조(품목별 심의기준) 다음 각 호의 품목별 세부심의기준은 심의세칙으로 정한다.

1. 식품(특수영양식품을 포함한다) 및 건강기능식품
2. 의료 및 의약품, 의약외품, 의료기기, 건강보조기구 등
3. 화장품
4. 농약
5. 주류
6. 담배
7. 도박 및 복권
8. 경마·경륜·경정

9. 영화·비디오물·공연물
10. 음성정보서비스
11. 보험 및 투자자문업·투자일임업, 대출, 사금융 기타 금융업
12. 부동산
13. 대리점 모집
14. 학교·학원·강습소·학습교재 등
15. 자격취득용 수업교재, 학습지
16. 구인, 구직 또는 직업안내 등
17. 여행·관광 등
18. 통신판매
19. 수입상품
20. 게임기기 및 온라인 게임 등 게임물
21. 도서, 만화, 잡지, 화보 등 간행물
22. 기타 세부심의기준이 필요하다고 인정되는 품목

제22조(광고물의 소재) 인터넷광고는 인터넷이용자를 기만하는 부당한 내용이 어서는 아니되며, 다음의 각 호의 1에 해당하는 소재를 사용하지 못한다.

1. 집행되는 인터넷홈페이지의 콘텐츠로 오인할 수 있는 소재
2. 동의없이 인터넷홈페이지가 해당 제품 또는 서비스를 추천·권장한다는 소재
3. 운영체제(OS) 복제형 트릭배너 등 과도한 트릭을 사용하는 소재
4. 시스템 또는 네트워크의 문제나 오류가 있는 것처럼 표현된 소재
5. 인터넷이용자의 컴퓨터(PC)환경 설정의 변화를 유도하는 소재
6. 접속되지 않거나, 서비스되지 않는 인터넷홈페이지로 연결된 소재
7. 기타 인터넷이용자에게 과도한 불편 또는 오인을 초래할 수 있다고 인정되는 것으로서 심의세칙으로 정하는 것

제23조(시각·영상 및 음성·음향 등) ①광고물의 크기변화 또는 음성·음향지원을 포함하는 인터넷광고는 인터넷이용자가 그 광고의 내용을 인지하기 위한 능동

적인 조치를 취하지 않은 경우에 이를 강제로 집행하여서는 아니된다.

②마우스 등 인터넷이용자의 입력장치의 움직임에 반응하여 확장되는 인터넷 광고의 반응시간은 심의세칙이 정하는 시간 이상으로 한다.

③인터넷광고는 시각적 피로감을 유발할 수 있는 과도한 떨림 또는 점멸 효과를 포함하여서는 아니된다.

④인터넷광고는 인터넷이용자에게 과도한 공포감 또는 혐오감을 유발하는 음성·음향을 포함하여서는 아니된다.

⑤인터넷광고의 음량은 인터넷이용자의 불편을 일으키지 않는 범위이내로 한다.

제24조(떠있는 광고 등) ①떠있는 광고(Floating), 팝업 광고(Pop-up) 및 팝언더 광고(Pop-under)(이하 이 조에서 “떠있는 광고등”이라 한다)는 1개 화면마다 3개 이하로 한다.

②떠있는 광고등은 다음 각 호의 1에 해당하는 형식으로 집행하여서는 아니된다.

1. 인터넷이용자가 종료할 수 없는 형식
2. 일정시간이 경과한 후에 다시 열리는 형식
3. 광고물 또는 광고물에 연결되어 열린 인터넷홈페이지가 인터넷이용자의 의사에 반하여 반복적으로 표시되는 형식
4. 광고물 또는 광고물에 연결되어 열린 인터넷홈페이지를 종료하는 경우에 다른 인터넷홈페이지로 연결되는 형식
5. 광고물 또는 광고물에 연결되어 열린 인터넷홈페이지로부터 본래의 인터넷홈페이지로 되돌아가기를 차단하는 형식
6. 인터넷이용자의 동의없이 바로가기를 생성하는 형식

③떠있는 광고등은 다음의 누름장치로서 닫기기능을 수행할 수 있도록 한다.

1. 누름장치의 닫힘기능 표시는 문자로 한글 “닫기” 또는 “닫힘”, 영문 “close”을 표시하여 용이하게 인식할 수 있도록 하여야 한다.
2. 누름장치는 심의세칙이 정하는 시간 이내에 나타나도록 한다.

3. 누름장치는 특정 테두리안에 “닫기” 또는 “닫힘”, 영문 “close”라는 문구를 배경색과 다른색으로 표시하여 용이하게 구별이 될 수 있도록 하여야 한다.

④떠있는 광고등의 닫기기능(그만보기 기능을 포함한다)은 허위 또는 기망적으로 제공·운용해서는 아니된다.

⑤떠있는 광고등은 과도하게 화면상에서 이동하거나 인터넷홈페이지의 접근을 방해하지 않도록 한다.

제25조(다운로드) 인터넷광고를 통해 인터넷이용자의 동의 없이 프로그램을 설치하거나 이를 이용한 프로그램 유포, 개인정보의 수집 등 인터넷이용자가 인식할 수 없는 행위를 하여서는 아니된다.

제26조(시행에 필요한 세부사항) 이 규정을 시행하는데 필요한 세부적인 사항 및 기타 필요한 사항은 심의세칙으로 정한다.

부 칙

(시행일) 이 규정은 2007년 3월 28일부터 시행한다.