

의안번호	제 호	의결사항
의결 연월일	2015. . . (제 회)	

방 송 법 시 행 령 일 부 개 정 령 안

제 출 자	국무총리 황교안 (방송통신위원회 소관)
제출 연월일	2015. . .

법제처 심사를 마침

1. 의결주문

방송법 시행령 일부개정령안을 별지와 같이 의결한다.

2. 제안이유

방송프로그램광고, 자막광고, 토막광고 등 방송광고의 종류별로 세분화된 광고시간 및 횟수 등을 정하는 규제 방식을 개편하여 매 방송프로그램 편성시간당 허용되는 총 방송광고 시간을 설정하는 총량적 규제 방식으로 전환하고, 가상광고가 가능한 프로그램을 오락프로그램 등으로 확대하며, 종합유선방송사업자 등의 경우 간접광고 시간을 확대하는 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하려는 것임.

3. 주요내용

가. 토막광고 등의 횟수제한 폐지 및 방송사업자별 방송광고 시간의 총량규제 제도 도입(안 제59조제2항제1호 및 제2호)

1) 매시간 2회, 매회 1분 30초 이내로 광고하도록 한 지상파텔레비전의 토막광고, 매시간 4회 이내, 매회 10초 이내로 광고하도록 한 자막광고 및 시보광고 등의 광고시간 및 횟수 제한을 폐지하고, 방송프로그램광고, 토막광고, 중간광고, 자막광고, 시보광고를 포함한 총 방송광고 시간을 기준으로 1일 광고시간 등을 규정함.

2) 지상파방송사업자는 1일 동안 방송되는 프로그램의 매 방송프로

그램 편성시간당 방송광고 시간의 비율이 평균 100분의 15 이하가 되도록 하되, 매 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간은 최대 100분의 18을 초과하지 아니하도록 함.

- 3) 종합유선방송사업자는 채널별로 1일 동안 방송되는 프로그램의 매 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간의 비율이 평균 100분의 17 이하가 되도록 하되, 매 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간은 최대 100분의 20을 초과하지 아니하도록 함.

나. 가상광고가 가능한 방송프로그램 분야 및 시간의 확대(안 제59조의2)

- 1) 가상광고는 운동경기 중계 프로그램에만 인정하고 있으나, 오락 프로그램 및 스포츠 분야 보도 프로그램의 경우에도 가상광고를 할 수 있도록 함.
- 2) 가상광고 시간의 경우 방송사업의 종류에 관계없이 해당 방송프로그램 시간의 100분의 5 이내로 규정하던 것을, 종합유선방송사업자 등은 해당 방송프로그램 시간의 100분의 7 이내에서 가상광고를 할 수 있도록 함.

다. 간접광고의 기준 강화 및 광고 시간의 확대(안 제59조의3)

방송사업자는 간접광고로 인하여 시청자의 시청흐름을 방해하지 아니하도록 하고, 간접광고 시간의 경우 방송사업의 종류에 관계없이 해당 방송프로그램 시간의 100분의 5 이내로 규정하던 것을, 종합유선방송사업자 등은 해당 방송프로그램 시간의 100분의 7 이내에서 간접광고를 할 수 있도록 함.

4. 주요토의과제

없 음

5. 참고사항

가. 관계법령 : 생 략

나. 예산조치 : 별도조치 필요 없음

다. 합 의 : 문화체육관광부 등과 합의되었음

라. 기 타 : 1) 신·구조문대비표, 별첨

2) 입법예고(2014. 12. 24. ~ 2015. 2. 2.) 결과, 특기할
사항 없음

방송법 시행령 일부개정령안

방송법 시행령 일부를 다음과 같이 개정한다.

제59조제1항 중 “어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램”을 “어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램(13세 미만의 어린이를 대상으로 어린이의 건강한 성장, 정서 발달과 문화적 다양성 확립을 돕는 방송내용물을 말한다. 이하 같다)”으로 한다.

제59조제2항 각 호 외의 부분 중 “간접광고를 제외한다”를 “간접광고는 제외한다. 이하 이 항에서 같다”로 하고, 같은 항 제1호가목부터 마목까지를 각각 다음과 같이 한다.

가. 매 방송프로그램 편성시간(해당 방송프로그램을 안내하는 고지가 시작되는 시간부터 다음 방송프로그램을 안내하는 고지가 시작되기 전까지의 시간을 말하며, 방송광고 시간 및 방송사업자의 명칭 고지 시간 등을 포함한다. 이하 이 호부터 제3호까지에서 같다)당 방송광고 시간은 해당 방송프로그램 편성시간의 최대 100분의 18을 초과하지 아니할 것

나. 텔레비전방송채널의 경우 가목에 따른 방송광고 시간 중 방송프로그램광고 시간은 매 방송프로그램 편성시간의 100분의 15를 초과하지 아니할 것

다. 채널별로 1일(방송통신위원회가 고시로 정하는 방송 개시 시점부터 방송 종료 시점까지를 말한다. 이하 이 호부터 제3호까지에서 같다) 동안 방송되는 각 방송프로그램의 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간의 비율의 평균이 100분의 15 이하가 되도록 할 것

라. 중간광고는 하지 아니할 것. 다만, 운동경기, 문화·예술행사 등 그 중간에 휴식 또는 준비시간이 있는 방송프로그램을 송신하는 경우에는 휴식 또는 준비시간에 한정하여 중간광고를 할 수 있으며, 이 경우 중간광고의 횟수 및 매회 광고시간에 제한을 두지 아니한다.

마. 자막광고(자막으로 방송사업자의 명칭이나 방송프로그램, 방송통신위원회가 고시하는 공익적 목적의 정보를 안내 또는 고지하는 것은 자막광고에서 제외한다. 이하 같다)는 방송사업자의 명칭고지 시 또는 방송프로그램 안내고지 시에 한정하여 할 것. 이 경우 자막의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다.

제59조제2항제2호가목 및 다목을 각각 다음과 같이 한다.

가. 매 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간은 해당 방송프로그램 편성시간의 최대 100분의 20을 초과하지 아니하도록 하되, 채널별로 1일 동안 방송되는 각 방송프로그램의 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간의 비율의 평균이 100분의 17 이하가 되도록 할 것

다. 나목 본문에 따른 중간광고를 하는 경우 방송사업자는 중간광고
가 시작되기 직전에 시청자가 이를 명확하게 알 수 있도록 자막
· 음성 등으로 고지하여야 한다.

제59조제2항제2호라목 중 “명칭고지시 또는 방송프로그램 안내고지시에
한하며, 그 자막광고의 횟수는 매시간 6회 이내, 매회 10초 이내로 하며,
자막의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다”를 “명칭고지 시 또는
방송프로그램 안내고지 시에 한정하여 할 것”으로 하고, 같은 목에 후단
을 다음과 같이 신설한다.

이 경우 자막의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다.

제59조제2항제3호가목 및 다목을 각각 다음과 같이 한다.

가. 매 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간은 해당 방송프로그램
편성시간의 최대 100분의 20을 초과하지 아니하도록 하되, 채널
별로 1일 동안 방송되는 각 방송프로그램의 방송프로그램 편성
시간당 방송광고 시간의 비율의 평균이 100분의 17 이하가 되도록
할 것

다. 나목 본문에 따른 중간광고를 하는 경우 방송사업자는 중간광고
가 시작되기 직전에 시청자가 이를 명확하게 알 수 있도록 자막
· 음성 등으로 고지하여야 한다.

제59조제2항제3호라목 중 “명칭고지시 또는 방송프로그램 안내고지시에
한하며, 그 자막광고의 횟수는 매시간 6회 이내, 매회 10초 이내로 하며
자막의 크기는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다”를 “명칭고지 시 또는

방송프로그램 안내고지 시에 한정하여 할 것”으로 하고, 같은 목에 후단을 다음과 같이 신설한다.

이 경우 자막의 크기는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다.

제59조의2 및 제59조의3을 각각 다음과 같이 한다.

제59조의2(가상광고) ① 가상광고는 다음 각 호의 방송프로그램에만 허용된다.

1. 운동경기를 중계하는 방송프로그램
2. 오락에 관한 방송프로그램. 다만, 오락에 관한 방송프로그램 중 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램은 허용되지 아니한다.
3. 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램

② 다른 법령 또는 법 제33조에 따른 방송통신심의위원회의 심의규정(이하 “심의규정”이라 한다)에 따라 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 가상광고를 할 수 없다.

③ 가상광고의 시간은 다음 각 호의 기준에 따른다. 다만, 운동경기를 중계하는 방송프로그램의 가상광고의 경우 경기장에 설치되어 있는 광고판을 대체하는 방식이거나 우천으로 인한 운동경기 중단 등 불가피한 사유로 해당 방송프로그램 시간이 변경되는 경우에는 가상광고의 시간에 제한을 두지 아니한다.

1. 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자는 제외한다) 및 지상파방송채널사용사업자(지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자는 제외한다)의 텔레비전방송채널의 경우: 해당 방송프로그램

시간의 100분의 5 이내

2. 지상파이동멀티미디어방송사업자·종합유선방송사업자·위성방송사업자 및 방송채널사용사업자(지상파방송채널사용사업자는 제외하되, 지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자를 포함한다)의 텔레비전방송채널의 경우: 해당 방송프로그램 시간의 100분의 7 이내

④ 가상광고의 방법은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 가상광고의 크기는 화면의 4분의 1을 초과하지 아니할 것. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우에는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다.
2. 방송프로그램에 가상광고가 포함되는 경우 해당 방송프로그램 시작 전에 가상광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하여 시청자가 명확하게 알 수 있도록 할 것
3. 운동경기를 중계하는 방송프로그램의 경우
 - 가. 경기 장소, 관중석 등에 있는 선수, 심판 또는 관중 위에 가상광고를 하지 아니할 것. 다만, 개인의 얼굴을 식별하기 어렵고, 경기 흐름 또는 시청자의 시청흐름에 방해되지 아니하는 경우에는 관중 위에 가상광고를 할 수 있다.
 - 나. 방송사업자는 가상광고를 하려는 경우 해당 경기 주관단체 또는 중계방송권을 보유하고 있는 자 등 이해관계자와 사전에 협의할 것
4. 오락에 관한 방송프로그램 또는 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램의 경우

가. 가상광고가 해당 방송프로그램의 내용이나 구성에 영향을 미치지 아니할 것

나. 해당 방송프로그램에서 가상광고를 하는 상품 등을 언급하거나 구매·이용을 권유하지 아니할 것

다. 가상광고로 인하여 시청자의 시청흐름이 방해되지 아니하도록 할 것

⑤ 방송통신위원회는 제1항부터 제4항까지에서 규정한 가상광고의 시간 및 방법 등에 관한 세부기준을 정하여 고시할 수 있다.

제59조의3(간접광고) ① 간접광고는 교양 또는 오락에 관한 방송프로그램에만 허용된다. 다만, 교양 또는 오락에 관한 방송프로그램 중 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방송프로그램은 허용되지 아니한다.

1. 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램
2. 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램

② 다른 법령 또는 심의규정에 따라 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 간접광고를 할 수 없다.

③ 간접광고의 시간(간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 노출시간을 말한다)은 다음 각 호의 기준에 따른다. 다만, 제작상 불가피한 자연스러운 노출의 경우에는 간접광고의 시간에서 제외한다.

1. 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자는 제외한다)

및 지상파방송채널사용사업자(지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자는 제외한다)의 텔레비전방송채널의 경우: 해당 방송프로그램 시간의 100분의 5 이내

2. 지상파이동멀티미디어방송사업자·종합유선방송사업자·위성방송사업자 및 방송채널사용사업자(지상파방송채널사용사업자는 제외하되, 지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자를 포함한다)의 텔레비전방송채널의 경우: 해당 방송프로그램 시간의 100분의 7 이내

④ 간접광고의 방법은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 간접광고의 크기(간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 크기를 말한다)는 화면의 4분의 1을 초과하지 아니할 것. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우에는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다.
2. 방송프로그램에 간접광고가 포함되는 경우 해당 방송프로그램 시작 전에 간접광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하여 시청자가 명확하게 알 수 있도록 할 것
3. 간접광고가 해당 방송프로그램의 내용이나 구성에 영향을 미치지 아니할 것
4. 해당 방송프로그램에서 간접광고를 하는 상품 등을 언급하거나 구매·이용을 권유하지 아니할 것
5. 간접광고로 인하여 시청자의 시청흐름이 방해되지 아니하도록 할 것

제60조제1항 각 호 외의 부분 중 “법 제74조제1항의 규정에 의하여”를 “법 제74조제1항에 따라”로, “각호의 경우에 한하여”를 “각 호의 경우에만”으로 하고, 같은 조 제2항 각 호 외의 부분 본문 중 “제1항의 규정에”를 “제1항에도”로, “각호의 1”을 “각 호의 어느 하나”로 하며, 같은 항 각 호 외의 부분 단서를 삭제하고, 같은 항 제2호 중 “법령 또는 방송통신위원회규칙에 의하여”를 “다른 법령 또는 심의규정에 따라”로 하며, 같은 호에 단서를 다음과 같이 신설한다.

다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우는 제외한다.

제60조제2항제2호에 각 목을 다음과 같이 신설한다.

가. 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관 또는 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제2조에 따른 공익법인이 제1항제1호 또는 제2호에 따른 공익성 캠페인이나 공익행사를 협찬하는 경우로서 협찬주명만을 협찬고지하는 경우

나. 다른 법령 또는 심의규정에 따라 방송광고가 금지된 상품이나 용역을 제조·판매 또는 제공하는 자가 방송광고가 금지되지 아니하는 상품이나 용역도 제조·판매 또는 제공하는 경우로서 방송광고가 금지되지 아니하는 상품명이나 용역명만을 협찬고지하는 경우

별표 4 제10호다목 중 “제59조제2항제1호나목”을 “제59조제2항제1호라목”으로 한다.

부 칙

이 영은 공포 후 2개월이 경과한 날부터 시행한다.

신 · 구조문대비표

현행	개정안
제59조(방송광고) ① 법 제73조제1항에 따라 방송사업자는 <u>어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램의 방송광고시간 및 전후 토막광고 시간에 화면 좌상단 또는 우상단에 화면크기의 64분의 1 이상의 크기로 광고화면과 명확하게 구분될 수 있도록 “광고방송”이라는 자막을 계속하여 표기하여야 한다.</u>	제59조(방송광고) ① ----- ----- <u>어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램(13세 미만의 어린이를 대상으로 어린이의 건강한 성장, 정서 발달과 문화적 다양성 확립을 돕는 방송내용물을 말한다. 이하 같다)</u> ----- ----- -----.
② 법 제73조제2항에 따른 방송광고(비상업적 공익광고, 가상광고 및 <u>간접광고를 제외한다</u>)의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등은 다음 각 호의 기준에 따른다.	② ----- ----- ----- <u>간접광고는 제외한다. 이하 이 항에서 같다</u> ----- ----- -----.
1. 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자는 제외한다. 이하 이 호에서 같다) · 공동체라디오방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자(지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자는 제외한다)의 텔레비전방송채널과 라디오방송	1. ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----

채널의 경우

가. 방송프로그램 광고시간은
방송프로그램시간(방송프
로그램 광고시간을 포함한
다)의 100분의 10을 초과
할 수 없다.

나. 중간광고를 할 수 없다.
다만, 운동경기, 문화·예
술행사 등 그 중간에 휴식
또는 준비시간이 있는 방
송프로그램을 송신하는 경
우에는 그러하지 아니하
다.

다. 토막광고의 횟수는 라디
오방송에 있어서는 매시간
4회 이내로, 텔레비전방송
에 있어서는 매시간 2회
이내로 하고, 매회의 광고
시간은 라디오방송에 있어
서는 1분 20초 이내로, 텔
레비전방송에 있어서는 1
분 30초 이내로 하되, 라디
오방송에 있어서 매시간
총 광고시간은 5분을 초과
할 수 없다.

라. 자막광고(자막으로 방송

가. 매 방송프로그램 편성시
간(해당 방송프로그램을
안내하는 고지가 시작되는
시간부터 다음 방송프로그
램을 안내하는 고지가 시
작되기 전까지의 시간을
말하며, 방송광고 시간 및
방송사업자의 명칭 고지
시간 등을 포함한다. 이하
이 호부터 제3호까지에서
같다)당 방송광고 시간은
해당 방송프로그램 편성시
간의 최대 100분의 18을
초과하지 아니할 것

나. 텔레비전방송채널의 경우
가목에 따른 방송광고 시
간 중 방송프로그램광고
시간은 매 방송프로그램
편성시간의 100분의 15를
초과하지 아니할 것

다. 채널별로 1일(방송통신위
원회가 고시로 정하는 방
송 개시 시점부터 방송 종
료 시점까지를 말한다. 이
하 이 호부터 제3호까지에

사업자의 명칭이나 방송프로그램, 방송통신위원회가 고시하는 공익적 목적의 정보를 안내 또는 고지하는 것은 이를 자막광고로 보지 아니한다. 이하 같다)는 방송사업자의 명칭고지 시 또는 방송프로그램 안내고지시에 한하되, 그 횟수는 매시간 4회 이내, 매회 10초 이내로 하며, 자막의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다.

마. 시보광고의 횟수는 매시간 2회 이내, 매회 10초 이내로 한다. 다만, 지상파방송사업자의 텔레비전방송채널의 경우에는 매시간 2회 이내, 매회 10초 이내, 매일 10회 이내로 한다.

서 같다) 동안 방송되는 각 방송프로그램의 방송프로그램 편성시간당 방송광고시간의 비율의 평균이 100분의 15 이하가 되도록 할 것

라. 중간광고는 하지 아니할 것. 다만, 운동경기, 문화·예술행사 등 그 중간에 휴식 또는 준비시간이 있는 방송프로그램을 송신하는 경우에는 휴식 또는 준비시간에 한정하여 중간광고를 할 수 있으며, 이 경우 중간광고의 횟수 및 매회 광고시간에 제한을 두지 아니한다.

마. 자막광고(자막으로 방송사업자의 명칭이나 방송프로그램, 방송통신위원회가 고시하는 공익적 목적의 정보를 안내 또는 고지하는 것은 자막광고에서 제외한다. 이하 같다)는 방송사업자의 명칭고지 시 또는 방송프로그램 안내고지

2. 종합유선방송사업자·위성방송사업자(위성이동멀티미디어방송사업자는 제외한다) 및 방송채널사용사업자(지상파방송채널사용사업자 및 위성이동멀티미디어방송채널사용사업자는 제외한다)의 텔레비전 방송채널과 라디오방송채널의 경우

가. 채널별 전체 광고시간은 방송프로그램광고시간, 중간광고시간, 토막광고시간, 자막광고시간 및 시보광고시간을 포함하여 시간당 평균 10분을 초과할 수 없다. 다만, 매시간 12분(방송시간이 120분 이상인 방송프로그램이 편성되는 시간에 당해 시간의 전체광고시간이 방송프로그램 시간의 100분의 15를 초과하지 아니하는 경우에는 매

시에 한정하여 할 것. 이 경우 자막의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다.

2. -----

가. 매 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간은 해당 방송프로그램 편성시간의 최대 100분의 20을 초과하지 아니하도록 하되, 채널별로 1일 동안 방송되는 각 방송프로그램의 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간의 비율의 평균이 100분의 17 이하가 되도록 할 것

시간 15분)을 초과할 수 없다.

나. (생략)

다. 토막광고의 횟수는 매시간 2회 이내로 하되, 매회의 광고시간은 1분 40초를 초과할 수 없다.

라. 자막광고는 방송사업자의 명칭고지시 또는 방송프로그램 안내고지시에 한하며, 그 자막광고의 횟수는 매시간 6회 이내, 매회 10초 이내로 하며, 자막의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다. <후단 신설>

3. 지상파이동멀티미디어방송사업자, 지상파이동멀티미디어 방송채널사용사업자, 위성이동멀티미디어방송사업자 및 위성이동멀티미디어 방송채널 사용사업자의 텔레비전방송채널과 라디오방송채널의 경우

나. (현행과 같음)

다. 나목 본문에 따른 중간광고를 하는 경우 방송사업자는 중간광고가 시작되기 직전에 시청자가 이를 명확하게 알 수 있도록 자막·음성 등으로 고지하여야 한다.

라. -----
명칭고지 시 또는 방송프로그램 안내고지 시에 한정하여 할 것. 이 경우 자막의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다.

3. -----

가. 채널별 전체 광고시간은 방송프로그램광고시간, 중간광고시간, 토막광고시간, 자막광고시간 및 시보광고시간을 포함하여 시간당 평균 10분을 초과할 수 없다. 다만, 매시간 12분(방송시간이 120분 이상인 방송프로그램이 편성되는 시간에 해당 시간의 전체광고시간이 방송프로그램 시간의 100분의 15를 초과하지 아니하는 경우에는 15분)을 초과할 수 없다.

나. (생략)

다. 토막광고의 횟수는 매시간 4회 이내, 매회의 광고시간은 1분 40초 이내로 하되, 토막광고의 매시간 총 광고시간은 3분 20초를 초과할 수 없다.

라. 자막광고는 방송사업자의 명칭고지 시 또는 방송프로그램 안내고지 시에 한하며, 그 자막광고의 횟수

가. 매 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간은 해당 방송프로그램 편성시간의 최대 100분의 20을 초과하지 아니하도록 하되, 채널별로 1일 동안 방송되는 각 방송프로그램의 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간의 비율의 평균이 100분의 17 이하가 되도록 할 것

나. (현행과 같음)

다. 나목 본문에 따른 중간광고를 하는 경우 방송사업자는 중간광고가 시작되기 직전에 시청자가 이를 명확하게 알 수 있도록 자막·음성 등으로 고지하여야 한다.

라. -----명칭고지 시 또는 방송프로그램 안내고지 시에 한정하여 할 것. 이 경우 자

는 매시간 10회 이내, 매회 10초 이내로 하며 자막의 크기는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다. <후단 신설>

4. 5. (생략)

③ ~ ⑥ (생략)

제59조의2(가상광고) ① 법 제73

조제2항제6호에 따른 가상광고의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 운동경기를 중계하는 방송프로그램의 경우에 한정하여 가상광고를 할 수 있다.

2. 경기 장소 등에 있는 선수나 심판, 관중 위에 가상광고를 노출시켜서는 아니 된다.

3. 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 가상광고를 할 수 없다.

4. 방송사업자는 가상광고를 하려는 경우 해당 경기 주관단체 또는 중계방송권을 보유하고 있는 자 등 이해관계자와

막의 크기는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다.

4. 5. (현행과 같음)

③ ~ ⑥ (현행과 같음)

제59조의2(가상광고) ① 가상광고

는 다음 각 호의 방송프로그램에만 허용된다.

1. 운동경기를 중계하는 방송프로그램

2. 오락에 관한 방송프로그램. 다만, 오락에 관한 방송프로그램 중 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램은 허용되지 아니한다.

3. 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램

② 다른 법령 또는 법 제33조에 따른 방송통신심의위원회의 심의규정(이하 “심의규정”이라 한다)에 따라 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 가상광고를 할 수 없다.

사전에 협의하여야 한다.

5. 가상광고는 해당 방송프로그램시간의 100분의 5를 초과할 수 없다. 다만, 경기장에 설치되어 있는 광고판을 대체하는 방식의 가상광고는 그러하지 아니하다.

6. 가상광고의 노출크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우 3분의 1을 초과할 수 없다.

② 방송사업자는 방송프로그램에 가상광고가 포함되는 경우 해당 프로그램 방송 전에 가상광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하여 시청자가 명확히 알 수 있도록 하여야 한다.

③ 가상광고의 시간은 다음 각 호의 기준에 따른다. 다만, 운동경기를 중계하는 방송프로그램의 가상광고의 경우 경기장에 설치되어 있는 광고판을 대체하는 방식이거나 우천으로 인한 운동경기 중단 등 불가피한 사유로 해당 방송프로그램 시간이 변경되는 경우에는 가상광고의 시간에 제한을 두지 아니한다.

1. 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자는 제외한다) 및 지상파방송채널사용사업자(지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자는 제외한다)의 텔레비전방송채널의 경우: 해당 방송프로그램 시간의 100분의 5 이내

2. 지상파이동멀티미디어방송사업자·종합유선방송사업자·위성방송사업자 및 방송채널사용사업자(지상파방송채널사용사업자는 제외하되, 지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자를 포함한다)의 텔레비전방송채널의 경우: 해당 방송

프로그램 시간의 100분의 7
이내

④ 가상광고의 방법은 다음 각
호의 기준에 따른다.

1. 가상광고의 크기는 화면의 4
분의 1을 초과하지 아니할 것.
다만, 이동멀티미디어방송의
경우에는 화면의 3분의 1을
초과할 수 없다.

2. 방송프로그램에 가상광고가
포함되는 경우 해당 방송프로
그램 시작 전에 가상광고가
포함되어 있음을 자막으로 표
기하여 시청자가 명확하게 알
수 있도록 할 것

3. 운동경기를 중계하는 방송프
로그램의 경우

가. 경기 장소, 관중석 등에
있는 선수, 심판 또는 관중
위에 가상광고를 하지 아
니할 것. 다만, 개인의 얼
굴을 식별하기 어렵고, 경
기흐름 또는 시청자의 시
청흐름에 방해되지 아니하
는 경우에는 관중 위에 가
상광고를 할 수 있다.

나. 방송사업자는 가상광고를 하려는 경우 해당 경기 주 관단체 또는 중계방송권을 보유하고 있는 자 등 이해 관계자와 사전에 협의할 것

4. 오락에 관한 방송프로그램 또는 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램의 경우

가. 가상광고가 해당 방송프로그램의 내용이나 구성에 영향을 미치지 아니할 것

나. 해당 방송프로그램에서 가상광고를 하는 상품 등을 언급하거나 구매·이용을 권유하지 아니할 것

다. 가상광고로 인하여 시청자의 시청흐름이 방해되지 아니하도록 할 것

⑤ 방송통신위원회는 제1항부터 제4항까지에서 규정한 가상광고의 시간 및 방법 등에 관한 세부기준을 정하여 고시할 수 있다.

제59조의3(간접광고) ① 법 제73조제2항제7호에 따른 간접광고

제59조의3(간접광고) ① 간접광고는 교양 또는 오락에 관한 방송

의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 방송분야 중 오락과 교양 분야에 한정하여 간접광고를 할 수 있다. 다만, 어린이를 주 시청대상으로 하는 프로그램과 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램의 경우에는 간접광고를 할 수 없다.

2. 간접광고는 방송프로그램의 내용이나 구성에 영향을 미치거나 방송사업자의 편성의 독립성을 저해해서는 아니 된다.

3. 간접광고를 포함하고 있는 방송프로그램은 해당 상품을 언급하거나 구매·이용을 권유하는 내용을 방송해서는 아니 된다.

4. 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 간접광고를 할 수 없다.

5. 간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표

프로그램에만 허용된다. 다만, 교양 또는 오락에 관한 방송프로그램 중 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방송프로그램은 허용되지 아니한다.

1. 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램

2. 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램

② 다른 법령 또는 심의규정에 따라 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 간접광고를 할 수 없다.

③ 간접광고의 시간(간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 노출시간을 말한다)은 다음 각 호의 기준에 따른다. 다만, 제작상 불가피한 자연스러운 노출의 경우에는 간접광고의 시간에서 제외한다.

1. 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자는 제외한다) 및 지상파방송채널사용사업자(지상파이동멀티미디어

시의 노출시간은 해당 방송프로그램시간의 100분의 5를 초과할 수 없다. 다만, 제작상 불가피한 자연스러운 노출의 경우는 그러하지 아니한다.

6. 간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우 3분의 1을 초과할 수 없다.

② 방송사업자는 방송프로그램에 간접광고가 포함되는 경우 해당 프로그램 방송 전에 간접광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하여 시청자가 명확히 알 수 있도록 하여야 한다.

어방송채널사용사업자는 제외한다)의 텔레비전방송채널의 경우: 해당 방송프로그램 시간의 100분의 5 이내

2. 지상파이동멀티미디어방송사업자·종합유선방송사업자·위성방송사업자 및 방송채널사용사업자(지상파방송채널사용사업자는 제외하되, 지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자를 포함한다)의 텔레비전방송채널의 경우: 해당 방송프로그램 시간의 100분의 7 이내

④ 간접광고의 방법은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 간접광고의 크기(간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 크기를 말한다)는 화면의 4분의 1을 초과하지 아니할 것. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우에는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다.

2. 방송프로그램에 간접광고가 포함되는 경우 해당 방송프로

제60조(협찬고지) ① 법 제74조제1항의 규정에 의하여 방송사업자는 텔레비전방송채널 및 라디오방송채널에서 다음 각호의 경우에 한하여 협찬고지를 할 수 있다.

1. ~ 4. (생략)

② 방송사업자는 제1항의 규정에 불구하고 다음 각호의 1에 해당하는 경우에는 협찬고지를 할 수 없다. 다만, 제2호의 경우로서 「한국마사회법」에 의한

그램 시작 전에 간접광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하여 시청자가 명확하게 알 수 있도록 할 것

3. 간접광고가 해당 방송프로그램의 내용이나 구성에 영향을 미치지 아니할 것

4. 해당 방송프로그램에서 간접광고를 하는 상품 등을 언급하거나 구매·이용을 권유하지 아니할 것

5. 간접광고로 인하여 시청자의 시청흐름이 방해되지 아니하도록 할 것

제60조(협찬고지) ① 법 제74조제1항에 따라 -----

 ----- 각 호의 경우에만 -----
 -----.

1. ~ 4. (현행과 같음)

② ----- 제1항에도 -----
 ----- 각 호의 어느 하나-----
 -----. <단서 삭제>

한국마사회 등 법률의 규정에
의하여 설치된 공공기관 또는
「공익법인의 설립·운영에 관
한 법률」 제2조의 규정에 의한
공익법인이 제1항제1호의 규정
에 의한 공익성 캠페인을 협찬
하는 경우에는 협찬주명만을 협
찬고지할 수 있다.

1. (생략)
2. 법령 또는 방송통신위원회규칙에 의하여 방송광고가 금지된 상품이나 용역을 제조·판매 또는 제공하는 자가 협찬하는 경우 <단서 신설>

<신 설>

1. (헌행과 같음)
2. 다른 법령 또는 심의규정에 따라 -----

. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우는 제외한다.

가. 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관 또는 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제2조에 따른 공익법인이 제1항제1호 또는 제2호에 따른 공익성 캠페인이나 공익행사를 협찬하는 경우로서 협찬주명만을 협찬고지하는 경우

<신 설>	나. 다른 법령 또는 심의규정에 따라 방송광고가 금지된 상품이나 용역을 제조·판매 또는 제공하는 자가 방송광고가 금지되지 아니하는 상품이나 용역도 제조·판매 또는 제공하는 경우로서 방송광고가 금지되지 아니하는 상품명이나 용역명만을 협찬고지하는 경우
3. (생 략)	3. (현행과 같음)

〈 의안 소관 부서명 〉

방송통신위원회 방송광고정책과	
연 락 처	(02) 2110 - 1271