

## **가상광고 세부기준 등에 관한 고시 제정(안)**

2015. 9.

**방 송 통 신 위 원 회**

## 1. 제정 이유

광고총량제 도입, 가상·간접광고 규제개선 등 방송광고 제도개선 내용을 담은 방송법 시행령이 개정(대통령령 제26422호, 2015. 7. 20. 공포)됨에 따라 1일 방송시간 산정기준, 가상광고의 시간 및 방법 등 시행령에서 위임된 사항과 그 시행을 위하여 필요한 사항을 정하려는 것임

## 2. 주요내용

### 가. 가상광고의 종류(안 제2조)

가상광고 종류를 소품형, 자막형, 동영상형 가상광고 및 그밖에 기술 발전에 따라 새롭게 등장하는 것으로서 방송통신위원회가 정하는 가상광고로 구분함

### 나. 가상광고의 고지(안 제5조)

가상광고가 포함되어 있음을 알리는 고지 자막의 크기가 화면의 16분의 1이상이어야 하고, 고지 자막에는 상품의 구매·이용을 권유하는 내용이나 다른 가상광고의 삽입을 금지함

### 다. 가상광고의 크기 등(안 제6조)

- 1) 가상광고와 관련된 상품 또는 서비스 등의 전부 또는 일부가 노출될 경우 가상광고로서 노출된 것으로 간주함
- 2) 가상광고와 간접광고가 동시에 노출되는 경우, 두 광고의 크기의 합이 화면의 4분의 1을 초과할 수 없도록 하고 이동멀티미디어

방송의 경우에는 두 광고의 크기의 합이 화면의 3분의 1을 초과할 수 없도록 함

- 3) 가상광고의 시간은 본방송프로그램의 시간을 기준으로 산정하고, 스포츠 분야의 보도가 보도에 관한 방송프로그램의 일부로서 편성되는 경우에는 스포츠 분야의 보도가 방송되는 시간을 기준으로 산정함

라. 가상광고의 방법 제한 등(안 제7조)

- 1) 가상광고 노출을 위해 화면을 인위적으로 정지, 중단, 분할, 축소하는 것을 금지하되, 시청흐름에 방해가 되지 않는 경우 일부 예외적으로 허용함
- 2) 방송프로그램 중간에 장면 전환 등으로 진행이 일시 정지된 경우에는 모든 종류의 가상광고를 허용함
- 3) 오락에 관한 방송프로그램, 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램이 진행 중인 때에는 동영상형 가상광고를 제한함
- 4) 운동경기 또는 운동경기와 관련된 행사가 진행 중인 경우에는 선수나 심판 또는 선수·심판의 장비 일부를 가리는 것을 제한하되, 선수나 심판이 갑자기 이동하여 이미 노출된 가상광고에 의해 가려지는 등 예상치 못한 상황이 발생한 경우에는 그러하지 아니함
- 5) 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램이 독립적으로 편성되어 있거나, 스포츠 분야의 보도가 보도에 관한 방송프로그램의 일부로서 방송되는 때는 스포츠 분야의 보도로 명확하게 구분되는 경

우에 한해 가상광고를 허용함

- 6) 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램에 사행산업에 관한 보도가 포함되는 경우에는 해당 보도에 한해 가상광고를 제한함

### 3. 참고사항

가. 관계법령 : 생략

나. 예산조치 : 별도조치 필요 없음

다. 합 의 : 해당 없음

라. 기 타 : 해당 없음

가상광고 세부기준 등에 관한 고시 제정(안)

제1조(목적) 이 고시는 「방송법」(이하 “법”이라 한다) 제73조제2항 및 같은 법 시행령(이하 “영”이라 한다) 제59조제2항에 따른 1일 방송시간 산정기준, 제59조의2제5항에 따른 가상광고의 세부기준 등에 관하여 필요한 사항을 정함을 목적으로 한다.

제2조(용어의 정의) 이 고시에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “오락에 관한 방송프로그램”이란 영 제50조제2항에 따른 방송프로그램을 말한다. 다만, 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램, 운동경기를 중계하는 방송프로그램은 제외한다.

2. “운동경기를 중계하는 방송프로그램”이란 국내의 운동경기 또는 국내의 운동경기와 관련된 행사 중계를 목적으로 하는 방송프로그램을 말한다.

3. “스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램”이란 스포츠 전반에 대한 시사적인 취재보도, 논평, 해설 등의 방송프로그램을 말한다.

4. 법 제73조제2항제6호에 따른 가상광고는 다음 각 목을 말한다.

가. 소품형 가상광고 : 실제로 존재하는 소품 또는 배경을 대체한 이미지를 노출하거나, 실제로 존재하지 않는 소품 또는 배경을 노출하는 가상광고

나. 자막형 가상광고 : 문자, 숫자, 도형, 기호 등을 자막의 형태로 노출하는 가상광고

다. 동영상형 가상광고 : 이미지, 문자 등의 모양, 크기, 위치를 변화시키는 등 상당한 움직임을 수반하는 형태의 가상광고

라. 그밖에 기술 발전에 따라 새롭게 등장하는 것으로서 방송통신위원회가 정하는 가상광고

**제3조(적용범위)** 이 고시는 국내에서의 수신을 목적으로 방송사업자가 송출하는 방송광고에 대하여 적용한다.

**제4조(1일 방송시간)** ① 영 제59조제2항제1호 다목에 따른 1일은 방송사업자가 방송 개시를 고지하는 시점부터 방송 종료를 고지하는 시점까지로 한다.

② 방송사업자가 1항에 따른 고지를 하지 않는 경우 오전 5시부터 정파되기 직전 마지막 방송프로그램이 종료하는 때까지를 1일로 본다. 다만, 방송시간이 24시간을 초과하는 경우에는 5시부터 익일 5시까지를 1일로 본다.

③ 방송통신위원회는 제1항부터 제2항까지의 규정에도 불구하고 1일 방송시간을 달리 정할 사유가 있는 경우에는 방송사업자의 신청에 따라 예외를 인정할 수 있다.

**제5조(가상광고의 고지 등)** ① 영 제59조의2제4항제2호에 따른 가상광고의 고지 자막의 크기는 화면의 16분의 1 이상이어야 한다.

② 방송사업자는 제1항에 따른 자막을 통해 해당 상품의 구매·이용을 권

유하거나 자막 내에 다른 가상광고를 삽입해서는 아니 된다.

**제6조(가상광고의 크기 등)** ① 가상광고와 관련된 상품 또는 서비스 등의 전부 또는 일부가 노출될 경우 가상광고로서 노출된 것으로 본다.

② 가상광고와 간접광고가 동시에 노출되는 경우에는 가상광고의 크기와 간접광고의 크기의 합이 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우에는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다.

③ 가상광고의 시간은 본방송프로그램이 방송되는 시간을 기준으로 산정한다. 다만, 제7조제6항 후단에 따른 가상광고의 시간은 해당 스포츠 분야의 보도가 방송되는 시간을 기준으로 산정한다.

**제7조(가상광고의 방법 제한 등)** ① 방송사업자는 가상광고 노출을 위해 화면을 인위적으로 정지, 중단하거나 분할, 축소하여서는 아니 된다. 다만, 시청자의 시청흐름을 방해하지 않는 경우에는 그러하지 아니하다.

② 방송프로그램 중간에 장면 전환 등으로 진행이 일시 정지된 때에는 제2조제4호 각목의 가상광고를 할 수 있다.

③ 오락에 관한 방송프로그램 및 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램이 진행 중인 때에는 제2조제4호 다목의 가상광고를 할 수 없다.

④ 운동경기 또는 운동경기와 관련된 행사가 진행 중인 때에는 가상광고 송출을 위해 선수나 심판 또는 선수·심판의 장비 일부를 가려서는 아니 된다. 다만, 선수나 심판이 갑자기 이동하여 이미 노출된 가상광고에 의해 가려지는 등 예상치 못한 상황이 발생한 경우에는 그러하지 아니하다.

⑤ 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램이 독립적으로 편성되어 있거나, 스포츠 분야의 보도가 영 제50조제2항의 “보도에 관한 방송프로그램”의 일부로서 방송되는 때에는 스포츠 분야의 보도로 명확하게 구분되는 경우에 한해 가상광고를 할 수 있다.

⑥ 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램에 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호에 따른 사행산업에 관한 보도가 포함되는 경우에는 해당 보도에 한해 제2조제4호 각 목의 가상광고를 할 수 없다.

제8조(자료제출 등) 방송통신위원회는 방송사업자 등에게 가상광고와 관련된 자료의 제출을 요구하거나 관계자의 의견을 청취할 수 있다.

## 부 칙

제1조(시행일) 이 고시는 2015년 9월 21일부터 시행한다.

제2조(재검토기한) 방송통신위원회는 「행정규제기본법」 및 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」에 따라 이 고시에 대하여 2016년 1월 1일 기준으로 매3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.