2014년 하반기 방송광고 모니터링 추진계획

방송광고정책과

목 차

Ⅰ 업무추진체계

Ⅱ 방송광고 법규 기준

Ⅲ 세부 참고자료 예시

I. 업무추진체계

KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

Ⅰ. 업무추진체계

방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

방송광고 모니터링 업무 추진 체계

'14년 상반기

방송통신위원회(KCC)		중앙전파관리소
방송광고 모니터링 업무 위탁 근거법령: 방송법 시행령 제68조	—	방송광고 모니터링 업무 수행 및 법규 위반 사업자 과태료 부과

'14년 하반기(7월 이후)

방송통신위원회(KCC)		중앙전파관리소
방송광고 모니터링 계획 수립 및 모니터링 사업 총괄 운영	—	법규 위반 사업자 과태료 부과 * 시행령 개정 전까지

Ⅱ. 방송광고 법규 기준

KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

방송광고의 종류

- "방송광고"라 함은 광고를 목적으로 하는 방송내용물을 말한다.(방송법 제2조 제21호)
- 방송광고의 종류(방송법 제73조제2항, 시행령 제59조, 59조의2, 59조의3)

방송광고 종류	내 용
① 방송프로그램 광고	o 방송프로그램의 전후에 편성되는 광고
② 중간광고	o 1개의 동일한 방송프로그램이 시작된 후부터 종료되기 전까지 사이에 그 방송 프로그램을 중단하고 편성되는 광고
③ 토막광고	o 방송프로그램과 방송프로그램 사이에 편성되는 광고
④ 자막광고	o 방송프로그램과 관계없이 문자 또는 그림으로 나타내는 광고
⑤ 시보광고	o 현재시간 고지 시 함께 방송되는 광고
⑥ 가상광고	o 방송프로그램에 컴퓨터 그래픽을 이용하여 만든 가상의 이미지를 삽입하는 형태의 광고
⑦ 간접광고	o 방송프로그램 안에서 상품을 소품으로 활용하여 그 상품을 노출시키는 형태의 광고

방송프로그램 광고

방송 프로그램 전후에 편성되는 광고

- 방송프로그램 시작타이틀 고지 후부터 본 방송 프로그램 시작 전까지
- 본 방송 프로그램 종료 후부터 방송프로그램 종료타이틀 고지 전까지

허용기준

- 대상 : 지상파 텔레비전·라디오(이동멀티미디어방송사업자 제외), 공동체라디오방송사업자, 지상파방송채널사용사업자(지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자 제외)
- **방송프로그램시간(방송프로그램 광고시간 포함) 의 10/100 초과 금지**

< 시작 타이틀 >	방송프로그램광고 <전CM>	본 프로그램	방송프로그램광고 <후CM>	< 종료 타이틀 >

시작타이틀~종료타이틀 100

전CM 5 / 후CM 5

중간광고

- 1개의 동일한 방송프로그램이 시작한 후부터 종료되기 전까지 사이에 그 방송프로그램을 중단하고 편성되는 광고

- 허용기준
  - 지상파 텔레비전, 지상파 라디오는 허용되지 않음. 다만, 운동경기, 문화·예술행사 등 그 중간에 휴식 또는 준비시간이 있는 방송프로그램은 예외
  - 대상 : SO, PP, 위성방송

- 방송프로그램 시간(중간광고를 포함)에 따른 허용횟수

시간(분)	45~60	60~90	90~120	120~150	150~180	180이상
횟 수	1회 이내	2회 이내	3회 이내	4회 이내	5회 이내	6회 이내

* 매회 광고시간은 1분 이내

Ⅱ. 방송광고 법규 기준

중간광고

- 매회 광고시간은 **1분 이내**

- 운동경기, 문화·예술행사 등 그 중간에 휴식 또는 준비시간이 있는 방송프로그램을 송신하는 경우에는 휴식 또는 준비시간에 한하여 중간광고 가능하며, 이 경우 중간광고의 횟수 및 매회 광고시간에 제한 없음

이전 프로그램 종료 타이틀	토막 광고	시작 타이틀	전 CM	**본 프로그램**	**중간광고**	**본 프로그램**	후 CM	종료 타이틀	토막 광고	이후 프로그램 시작 타이틀

토막광고

- 방송프로그램과 방송프로그램 사이에 편성되는 광고

- 허용기준

  - 지상파 TV : 횟수는 매시간 2회 이내, 1회 광고시간은 1분 30초 이내
  - 지상파 라디오 : 횟수는 매시간 4회, 총 광고시간 5분 이하,
    매시간 광고시간은 1분 20초 이내
  - SO, PP, 위성방송 : 횟수는 매시간 2회 이내, 1회 광고시간은 1분 40초 이내
  - 지상파 DMB : 횟수는 매시간 4회 총 광고시간 3분 20초 이하,
    1회 광고시간은 1분 40초 이내

방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

자막광고

- 방송프로그램과 관계없이 문자 또는 그림으로 나타내는 광고

- 허용기준 : 방송사업자의 명칭 고지 시 또는 방송프로그램 안내 고지 시에 한함

  - 지상파 텔레비전 : 매시간 4회 이내, 1회 광고시간은 10초 이내, 자막크기 화면의 1/4이내

  - SO, PP, 위성방송 : 매시간 6회 이내, 1회 광고시간은 10초 이내, 자막크기 화면의 1/4이내

  - 지상파 DMB : 매시간 10회 이내, 1회 광고시간은 10초 이내, 자막크기 화면의 1/3이내

방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

시보광고

- 현재시간 고지 시 함께 방송되는 광고

- 허용기준

  - 대상 : 지상파 텔레비전, 지상파 라디오, 공동체라디오방송사업자

  - 횟수는 매시간 2회 이내, 1회 광고시간은 10초 이내

  - 다만 지상파 텔레비전의 경우 매시간 2회 이내, 매회 10초 이내, 매일 10회 이내

가상광고

- 방송프로그램에 컴퓨터 그래픽을 이용하여 만든 가상의 이미지를 삽입하는 형태의 광고

- 허용기준

- 운동경기를 중계하는 방송프로그램에 한 함

- 경기 장소 등에 있는 선수나 심판, 관중 위에 가상광고 노출 금지

- 방송사업자는 가상광고를 하려는 경우 해당 경기 주관단체 또는 중계방송권을 보유하고 있는 자 등 이해관계자와 사전에 협의

- 해당 방송프로그램시간의 100분의 5 초과 금지

* 단, 경기장에 설치되어 있는 광고판을 대체하는 방식의 가상광고는 시간제한 받지 않음

- 노출크기는 화면의 4분의 1 초과 금지

* 단, 이동멀티미디어방송의 경우 화면의 3분의 1 초과 금지

- 해당 프로그램 방송 전에 가상광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기

간접광고

- 방송프로그램 안에서 상품을 소품으로 활용하여 그 상품을 노출시키는 형태의 광고

- 허용기준
  - 방송분야 중 오락과 교양분야에 한함
  - 어린이를 주 시청대상으로 하는 프로그램과 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램의 경우에는 간접광고 금지
  - 상품을 알 수 있는 표시(상표, 로고 등)의 노출시간은 해당 방송프로그램 시간의 100분의 5 초과 금지
  - 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 크기는 화면의 4분의 1 초과 금지
  - 이동멀티미디어방송의 경우 3분의 1 초과 금지
  - 해당 방송프로그램 방송 전에 간접광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기

Ⅱ. 방송광고 법규 기준

방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

매 체	프로그램광고	중간광고	토막광고	자막광고	시보광고	시간당 총량	가상광고	간접광고
지상파 TV	방송프로그램시간의 10/100 이내	금 지 (단, 운동경기, 문화 예술행사 등 그 중간의 휴식 또는 준비시간의 경우는 예외)	매시간 2회이내 매회 90초 이내	매시간 4회이내 매회 10초이내 화면의 1/4 이내	매시간 2회 이내 매회10초이내		운동경기에 한함, 방송프로그램 5/100 이내, 화면의 1/4이내, 자막고지	오락·교양에 한함, 방송프로그램 5/100 이내, 화면의1/4이내, 자막고지
지상파 라디오			매시간 4회이내 매회 80초 이내 (시간당 5분 이내)	-	매시간 2회 이내 매회10초이내	-	-	-
종합유선, PP, 위성방송	-	45-60분: 1회 60 ˜ 90분: 2회 90 ˜ 120분: 3회 120 ˜ 150분:4회 150~180분: 5회 180분이상: 6회 매회 1분 이내 (단, 운동경기, 문화 예술행사 등 그 중간의 휴식 또는 준비시간의 경우는 횟수, 시간에 제한을 두지 않음)	매시간 2회이내 매회 100초 이내	방송사업자의 명칭고지시또는 방송프로그램 안내시에 한함 매시간 6회이내 매회 10초이내 화면의1/4 이내	-	시간당 평균 10분 이내, (최대 12분 이내)	운동경기에 한함, 방송프로그램 5/100이내, 화면의 1/4이내, 자막고지	오락·교양에 한함, 방송프로그램 5/100이내, 화면의 1/4이내, 자막고지
지상파 DMB, 지상파DMB PP	-		매시간 4회이내 매회 100초 이내 (시간당 3분 20초 이내)	매시간10회이내 매회 10초이내 화면의 1/3 이내	-		운동경기에 한함, 방송프로그램 5/100 이내, 화면의 1/3이내, 자막고지	오락·교양에 한함, 방송프로그램 5/100이내, 화면의 1/3이내, 자막고지
위성DMB, 위성DMBPP	-				-			
데이터 방송 채널	최초화면 : 자막광고에 한함 (동영상 및 음성 불가), 전체화면의 1/4 이내 1차 화면 : 10분 이내(동영상 및 음성이 포함된 경우에 한함), 전체화면의 1/3 이내 (단, 1차 화면 후 방송광고임을 표시 또는 고지 시 예외)							

<참고> 방송광고 제재현황

방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

- 방송광고(형식심의) : '14년 총 50건(5월 기준)

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014.5
광고시간	8	8	43	18	17	33	44
중간광고 시간	3	1	3	2	3	2	-
중간광고 횟수	-	-	-	1	12	18	3
자막광고	-	-	-	1	-	-	-
토막광고 시간	-	-	-	-	1	1	-
가상광고 방법	-	-	-	-	4	2	1
간접광고 시간	-	-	-	4	6	11	-
간접광고 자막고지	-	-	-	1	-	-	1
간접광고 크기	-	-	-	-	-	1	1
합 계	11	9	46	27	43	68	50

Ⅲ. 세부 참고자료 예시

KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

광고유형별 법규위반 기준 시간

광고유형	법규	시간 기준
방송 프로그램광고	(지상파 텔레비전, 라디오방송) 방송프로그램시간의 10/100 초과 금지	① 시작타이틀 ~ 종료타이틀
중간광고	방송프로그램 시간에 따른 허용횟수	② 본 프로그램 시간(중간광고 포함)
토막광고	횟수 매시간 ~회 이내	매 시간 : 물리적 시간을 의미 (EX : 09:00~10:00)
자막광고		
시보광고		
가상광고	방송프로그램시간의 5/100 초과 금지	③ 본 프로그램 시간(중간광고 포함)
간접광고	방송프로그램시간의 5/100 초과 금지	④ 본 프로그램 시간(중간광고 포함)
광고시간당총량	(SO, PP, 위성방송) 매 시간 12분 초과 금지	매 시간 : 물리적 시간을 의미 (EX : 09:00~10:00

광고유형별 법규위반 기준 시간

< 방송프로그램 광고 시간 기준 >

< 시작 타이틀 >	방송프로그램광고 <전CM>	본 프로그램	방송프로그램광고 <후CM>	< 종료 타이틀 >

① 시작타이틀~종료타이틀 100

전CM: 5 / 후CM: 5

< 중간, 가상, 간접광고 시간 기준 >

이전 프로그램 종료 타이틀	토막 광고	시작 타이틀	전 CM	본 프로그램	중간 광고	본 프로그램	후 CM	종료 타이틀	토막 광고	이후 프로그램 시작 타이틀

②, ③, ④ 본 프로그램 시간

Ⅲ. 세부 참고자료 예시

시작타이틀·종료타이틀

- 방송프로그램 광고 모니터링 시 적용 기준으로 프로그램 시작을 예고하고, 종료를 알림
  - 시작·종료타이틀의 유무는, 토막광고와 방송프로그램 광고의 분류 기준이 되어 중요

< 시작·종료 타이틀 예시 >

- 시작타이틀 -

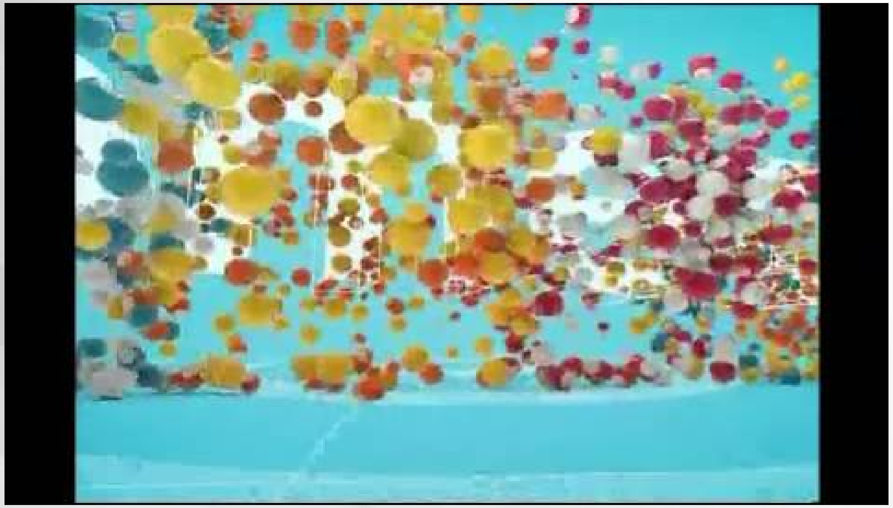
- 종료타이틀 -

방송광고 시간 산정 제외 사례

- 방송사 및 방송프로그램 고지(시작,종료타이틀 등), 공공·공익 목적의 영상물 등
  - 방송광고 시간에는 포함되지 않으며, 별도로 구분

< 예 시 >

- 방송사 고지 -



- 공익광고 -

간접광고 크기 위반

- 간접광고 노출크기의 경우, 상표 또는 로고 등 상품을 알 수 있는 표시가 분산되어 있더라도 이를 합쳤을 때 화면의 1/4 이상이면 위반으로 처리

< 간접광고 크기 위반 예시 >