



지상파 중간광고 관련 일본·영국·프랑스 입법례

2020-16호 (통권 제130호, 2020.6.23.)

최신 외국입법정보

발행처 국회도서관 | 발행인 현진권 | 작성자 김성훈*

- 우리 「방송법」은 제73조에서 방송광고의 종류를 방송프로그램광고, 중간광고, 토막광고, 자막광고, 간접광고 등으로 구분하고 이러한 방송광고의 허용범위·시간·횟수·방법 등에 관한 사항은 대통령령에 위임하고 있다.
- 「방송법 시행령」은 제59조에서 방송광고에 관한 규정을 두고 중간광고와 관련하여 지상파방송사업자(이하 '지상파'라 한다)와 그 밖에 종합유선방송사업자 등을 구별하여 지상파만 중간광고를 하지 않도록 규정하고 있다. 그러나 지상파는 일명 '유사 중간광고'로 알려진 프리미엄 광고를 활용하여 1개의 프로그램을 1부와 2부로 나누어 중간에 광고를 편성하고 있다.
- 시청자의 시청권 침해, 방송의 상업화로 인한 공공성 약화 등의 이유로 지상파의 중간광고를 반대하는 의견과 양질의 프로그램 제공을 위한 재원 확보를 위해 지상파의 중간광고 허용을 찬성하는 의견이 분분한 상황이다. 공영방송을 제외한 지상파 방송사에 중간광고를 허용하고 있는 일본·영국과 프로그램에 따라 중간광고를 부분 허용하고 있는 프랑스의 입법례를 살펴보고 이를 금지하고 있는 국내 방송법과의 차이를 살펴보고자 한다.

* 법률정보실 국내법률정보과 전문경력관(법학박사), ☎ 6788-4764

국회도서관 Argos(bigdata.nanet.go.kr)를 이용한 빅데이터 분석결과

분석어: 중간광고

분석대상 : 뉴스

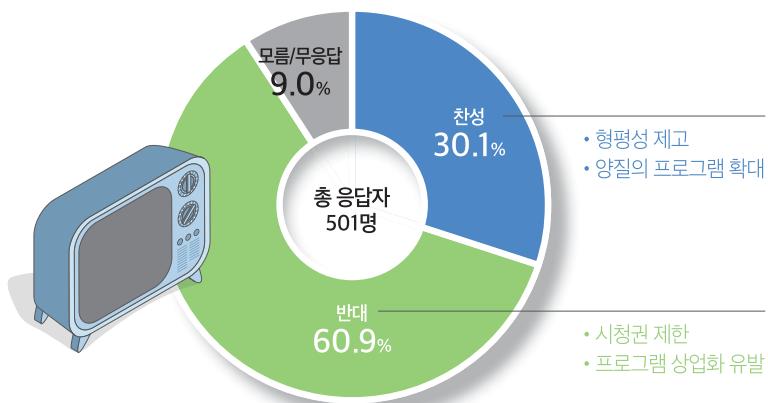
분석기간: 2018년 6월 11일 ~ 2020년 6월 10일

A collage of Korean media logos and names, including SBS, MBC, KBS, YG Entertainment, Starship, CJ CGV, CJ ENM, and various news and entertainment websites.

시사점

- 일본은 방송법(「放送法」) 제3장에 일본방송협회(NHK)에 관한 규정을 두고 일본방송협회의 업무, 수신료 등에 관하여 규정하면서 제8절(방송프로그램 편집에 관한 특례) 제83조에 광고방송 등을 금지하고 있다.
 - 동 규정에서는 “협회는 타인의 영업에 관한 광고 방송을 하여서는 아니 된다.” 고 하여 협회의 업무에 해당하는 AM방송, FM방송, 텔레비전방송 등에서는 광고방송을 할 수 없도록 하고 있다.
 - 다만 NHK를 제외한 여타 지상파 방송 및 기타 방송의 경우에는 광고를 제한하는 별도의 규정이 없어 방송국마다 자체적인 기준을 두고 비교적 자유롭게 광고방송을 하고 있으며, 중간광고 또한 송출하고 있다.
 - 영국의 공영방송인 BBC는 공영방송의 공공성을 강조하여 광고를 할 수 없도록 하고 있으나, BBC를 제외한 기타 지상파 방송은 일반광고는 물론, 중간광고도 할 수 있도록 하고 있다.

지상파방송 중간광고 허용에 대한 국민여론



조사기간: 2018년 10월 2일 전국 19세 이상 성인 6,640명 접촉 중 501명 응답
출처: 리얼미터(<http://www.realmeter.net>)

- 프랑스는 TV 방송 초기에는 지상파 방송에서 상업적인 광고를 할 수 없도록 하고 있었으나 1968년부터 관련법을 개정하여 광고를 허용하고 있으며, 프로그램의 모습과 가치를 훼손하지 않도록 하는 조건을 부여하여 중간광고도 허용하고 있다.
 - 다만 방송시간이 30분 미만인 뉴스, 시사 프로그램, 종교 프로그램, 어린이 프로그램 방송의 경우에는 중간 광고를 할 수 없도록 규정하고 있으며, 영화의 경우 중간광고를 할 경우 총 6분이 넘는 광고를 할 수 없도록 규정하고 있다.
- 일본과 영국은 국가기간방송이라 할 수 있는 NHK와 BBC를 제외한 모든 텔레비전 채널의 중간광고를 허용하고 있으며, 프랑스는 일정한 제한을 두고 중간광고를 허용하고 있다. 우리나라의 경우 국가기간방송인 한국방송공사와 기타 지상파를 구분하지 않고 모든 지상파의 중간광고를 금지하고 있다. 지상파의 중간광고 허용여부와 관련하여서는 국가기간방송과 민영방송의 책임을 구분하는 등 종합적인 검토가 필요하다.

일본「放送法」(「방송법」)

- 일본방송협회(日本放送協會, Japan Broadcasting Corporation)는 일본 전역을 대상으로 라디오, 텔레비전 방송을 하는 공영방송기관으로, 우리에게는 “NHK”로 알려져 있다.
- 일본의 「방송법」은 NHK를 공공의 복지를 위해 일본 전국에 수신이 가능하도록 하고, 풍부한 양질의 프로그램에 의한 방송을 행하는 것 등을 목적으로 하고 있다(제1조).
- 그러한 공공성 때문에 일본은 「방송법」에 공영방송인 NHK의 방송광고를 금지하는 명문의 규정을 두고 있으며(제83조제1항), 다만 방송프로그램 편집상 필요하고 다른 사람의 영업에 관련된 광고가 아니라는 것이 인정되는 경우에는 저작자, 영업자의 이름 또는 명칭 등을 방송할 수 있도록 예외규정을 두고 있다.
- 그러나 NHK를 제외한 여타 지상파 방송 및 기타 방송의 경우에는 학교용 프로그램중 학교교육에 방해되는 광고방송만을 금지하고 있으며(제109조), 그 밖에 광고를 제한하는 별도의 규정은 두지 않고 있다. 따라서 이를 제외한 모든 종류의 프로그램에 대해 중간광고도 허용되고 있다.

영국「Code on the Scheduling of Television Advertising」(「방송광고규정」)

- 영국의 대표적인 공영방송인 BBC(British Broadcasting Corporation)는 영국의 다른 지상파 방송들과는 달리 영국 국왕의 칙허령(Royal Charter)에 의해 설립되고, 이를 보완하는 협정서(Agreement)에 의해 규율되고 있다¹⁾.
- 칙허령은 BBC의 설립 목적 등과 수행할 수 있는 활동 등에 관한 포괄적인 규정을 두고 있으며, 협정서에는 BBC가 직접적으로 어떠한 상업 활동도 수행하지 않아야 하고, 상업 활동은 이를 위한 자회사를 통해 제공되어야 한다고 명시되어 광고 등의 상업적 활동을 금지하고 있다(§23(4)).
- 그 밖에 채널3 채널4 채널5 등의 지상파 공공 서비스 채널(public service channels)은 영국의 「방송법」(Broadcasting Act)과 「통신법」(Communication Act)의 적용을 받고 있으며, 특히 텔레비전 광고에 관하여는 「텔레비전 광고 규정」(Code on the Scheduling of Television Advertising)에서 자세히 규율하고 있다.
 - 동 규정에서는 지상파를 포함한 모든 텔레비전 채널에 광고를 포함한 상업적 활동을 허용하고 프로그램의 흐름을 깨지 않는 한도 내에서 중간광고도 허용하고 있다. 공공 서비스 채널의 경우에는 프로그램 중 광고 중단 시간은 3분 50초를 넘지 못하도록

1) BBC의 운영과 관련한 칙허령은 1927년에 처음 제정된 이래 수차례 개정되어 왔으며, 2016년 12월에 개정된 칙허령이 2017년 1월 1일부터 2027년 12월 31일까지 효력을 유지할 예정이고 이에 따른 협정서도 2016년 12월에 개정되어 효력을 발생하고 있다.

규정하고 있으며, 이 중 광고 및 텔레쇼핑은 3분 30초를 초과할 수 없도록 하고 있다(§5). 다만 종교 프로그램, 왕실행사 프로그램, 학교 프로그램과 상영시간 30분 이하의 어린이 프로그램은 광고를 하지 않으며, 상영시간이 30분 이상인 어린이 프로그램은 상영시간 30분에 한번 씩 광고를 할 수 있도록 하고 있다. 영화와 뉴스 프로그램의 경우에는 상영시간이 30분 이상이 될 경우에만 한 번 광고를 할 수 있다(§10-§14).

프랑스 「Décret n°92-280²⁾」(「광고, 협찬 및 홈쇼핑 분야 발행인의 의무에 관한 일반원칙을 정한 정부명령 제92-280호」)

- 프랑스는 “광고는 프로그램 중간에 삽입될 수 있다.”고 명시하여 중간광고를 허용하고 있다. 다만 중간광고 삽입에 다음과 같은 세 가지 단서를 두고 있다. 첫째 프로그램의 중단이 자연스러울 것, 둘째 방송 시간과 방송의 특성을 고려할 것, 셋째 시청자의 권리를 침해하지 않을 것 등이다.
- 중간광고를 삽입한 경우에는 같은 프로그램 내에서 한번 중단된 후 다음번에 중단되기까지 적어도 20분이 지나야 한다는 단서를 두고 있다(§15(I)).
- TV뉴스, 시사매거진, 종교, 어린이용 프로그램의 경우에는 각 방송의 시간이 30분 이하인 경우에는 중간 광고를 할 수 없도록 규정하고 있으며, 방송 시간이 30분 이상일 경우에만 중간광고가 허용되도록 규정하고 있으며(§15(III)), 영화를 방송하는 프로그램의 경우에는 총 6분이 넘는 광고는 할 수 없도록 하고 있다(§15(IV)).

국내현황

- 우리나라는 방송 시행 초기에는 중간광고와 관련된 규정이 없었으나 1973년에 「방송법 시행령」을 개정하면서 정부정책 필요에 의해 “방송순서를 중단하는 중간광고는 할 수 없다”(제10조제3호)는 규정을 두어 지상파의 중간광고를 금지하게 되었다. 현행 「방송법 시행령」은 지상파 텔레비전방송채널의 경우 매 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간을 방송프로그램 편성 시간의 최대 100분의 15를 초과하지 못하도록 규정하고 중간광고는 하지 않도록 규정하고 있다(방송법시행령 제59조제2항나목 및 라목 전단).
- 다만 운동경기, 문화·예술행사 등 그 중간에 휴식 또는 준비시간이 있는 방송프로그램을 송신하는 경우에는 휴식 또는 준비시간에 한정하여 중간광고를 할 수 있도록 규정하고 있으며, 이러한 경우 중간광고의 횟수 및 매회 광고시간에는 특별한 제한을 두지 않고 있다(방송법시행령 제59조제2항라목 후단).

2) Décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat.

일본·영국·프랑스 관련법의 원문과 번역문

放送法

第八十三条 広告放送の禁止

協会は、他人の営業に関する広告の放送をしてはならない。

2 前項の規定は、放送番組編集上必要であつて、かつ、他人の営業に関する広告のためにするものでないと認められる場合において、著作者又は営業者の氏名又は名称等を放送することを妨げるものではない。

第一百九条 学校向け放送における広告の制限

基幹放送事業者は、学校向けの教育番組の放送を行う場合には、その放送番組に学校教育の妨げになると認められる広告を含めてはならない。

日本「放送法」

제83조 광고방송의 금지

(1) 협회는 타인 사업의 영업을 위한 광고를 하여서는 아니 된다.

(2) 전항의 규정은 방송프로그램 편집상 필요하고 또한 타인 사업의 영업에 관한 광고를 위한 것이 아니라고 인정되는 경우에 저작자, 영업자의 이름 또는 명칭 등을 방송하는 것을 금지하는 것은 아니다.

Royal Charter for the continuance of the BBC, Agreement

Royal Chatert

§4. The BBC's Object

The BBC's Object is the fulfilment of its Mission and the promotion of the Public Purposes.

§5. The BBC's Mission

The Mission of the BBC is to act in the public interest, serving all audiences through the provision of impartial, high-quality and distinctive output and services which inform, educate and entertain.

Agreement

§23. Commercial activities

(1) The BBC may carry out commercial activities in accordance with this clause.

...

(4) The BBC as a corporation must not directly undertake any commercial activities and they must be provided through one or more commercial subsidiaries.

영국「칙허령」「협정서」

칙허령

제4조 BBC의 목적

BBC의 목적은 그 임무의 이행과 공공 목적의 증대이다.

제5조 BBC의 임무

BBC의 임무는 공공의 이익을 위하여 모든 시청자들에게 공정하고 품격있고 특색 있는 생산물과 정보의 제공, 교육, 여흥의 서비스를 제공하는 활동을 하는 것이다.

협정서

제23조 영리활동

(1) BBC는 이 조항에 따라 영리 활동을 할 수 있다.

...

(4) BBC는 기업으로서 어떠한 영리 활동도 직접적으로 수행해서는 아니되며, 영리활동은 한 개 이상의 영리 자회사를 통해서 제공되어야 한다.

Code on the Scheduling of Television Advertising

4. On public service channels, time devoted to television advertising and teleshopping spots must not exceed:

- an average of 7 minutes per hour for every hour of transmission time across the broadcasting day; and
- an average of 8 minutes per hour between 18:00 and 23:00.

5. Advertising breaks during programmes on public service channels may not exceed 3 minutes 50 seconds, of which advertising and teleshopping spots may not exceed 3 minutes and 30 seconds.

...

8. Where television advertising or teleshopping is inserted during programmes, television broadcasters must ensure that the integrity of the programme is not prejudiced, having regard to the nature and duration of the programme, and where natural breaks occur.

영국「방송광고규정」

제4조 공공 서비스 채널에서 텔레비전 광고 및 텔레쇼핑 시점에 할애하는 시간은 다음을 초과해서는 안 된다.

i. 해당 방송일 전체의 매 방송시간 1시간당 평균 7분

ii. 18시에서 23시 사이의 시간당 평균 8분

제5조 공공 서비스 채널의 프로그램 중 광고 중단 시간은 3분 50초를 초과할 수 없으며, 그 중 광고 및 텔레쇼핑 시점은 3분 30초를 초과할 수 없다.

...

제8조 프로그램 중에 텔레비전 광고나 텔레쇼핑이 삽입되는 경우, 텔레비전 방송사들은 프로그램의 성격과 기간을 고려하여 프로그램의 온선성이 훼손 되지 않도록 보장해야 하며, 프로그램의 자연스러움과 연속성에 주의하여야 하며, 프로그램이 자연스럽게 중단되도록 하여야 한다.

9. Isolated television advertising and teleshopping spots, other than in the transmission of sports events, shall remain the exception.

10. The transmission of films and news programmes may be interrupted by advertising or teleshopping only once for each scheduled period of at least 30 minutes.

11. Breaks are not permitted within schools programmes.

12. Children's programmes with a scheduled duration of 30 minutes or less may not be interrupted by advertising. The transmission of children's programmes with a scheduled duration of longer than 30 minutes may be interrupted by advertising or teleshopping once for each scheduled period of at least 30 minutes.

13. Programmes including a religious service may not include advertising or teleshopping breaks during the service.

14. Broadcasts of a formal Royal ceremony may not include advertising or teleshopping breaks during the ceremony.

Décret n° 92-280

Article 15

Sous réserve des dispositions de l'article 73 de la loi du 30 septembre 1986 susvisée et sans préjudice des dispositions particulières applicables à chaque organisme ou service mentionné à l'article 1er, la publicité est diffusée dans les conditions suivantes :

I. Les messages publicitaires sont insérés entre les émissions. Toutefois, ils peuvent être insérés dans les émissions, à condition de ne pas porter atteinte à l'intégrité et à la valeur de ces émissions, de tenir compte des interruptions naturelles du programme ainsi que de sa durée et de sa nature, et de ne pas porter atteinte aux droits des ayants droit.

Dans le cas prévus ci-dessus, une période d'au moins vingt minutes doit s'écouler entre deux interruptions successives à l'intérieur d'une émission.

II. Lorsque les émissions se composent de parties autonomes ou dans les émissions sportives et dans celles retransmettant des événements et des spectacles comprenant des intervalles, les messages publicitaires sont insérés entre ces parties autonomes ou dans ces intervalles.

III. La diffusion des journaux télévisés, des magazines d'actualité, des émissions religieuses et des émissions pour enfants, dont la durée est inférieure à trente minutes, ne peut être interrompu par des messages publicitaires. Lorsque leur durée est égale ou supérieure à trente minutes, les dispositions prévues aux I et II ci-dessus sont applicables.

IV. Lorsque la diffusion d'une oeuvre cinématographique est interrompu par la publicité, celle-ci ne peut comporter des messages d'une durée totale supérieure à six minutes.

제9조 스포츠 이벤트의 전송을 제외한 분리된 텔레비전 광고 및 텔레쇼핑 시점은 예외로 유지되어야 한다.

제10조 영화와 뉴스 프로그램의 경우 적어도 30분의 프로그램의 시간이 되어야 한 번 광고나 텔레쇼핑으로 중단될 수 있다.

제11조 학교 프로그램은 중단이 허용되지 않는다.

제12조 30분 혹은 그 이하의 어린이 프로그램은 광고에 의해 중단되지 않는다. 30분 이상인 어린이 프로그램은 각 프로그램 시간 중 30분 이상에 대해 1회 광고 또는 텔레쇼핑으로 중단될 수 있다.

제13조 종교적인 서비스를 포함하는 프로그램은 서비스 중 광고나 텔레쇼핑 중단 시간은 포함되지 않는다.

제14조 공식적인 왕실 의식의 방송에는 그 의식 동안 광고나 텔레쇼핑 중단 시간은 포함되지 않는다.

프랑스 광고, 협찬 및 홈쇼핑 분야 발행인의 의무에 관한 일반원칙을 정한 정부명령 제92-280호

제15조

1986년 9월 30일에 언급 된 법률 제73조의 규정 및 제1조에 언급 된 각 기관 또는 서비스에 적용되는 특정 규정과는 별도로 다음과 같은 조건에서 광고 방송이 가능하다.

I. 광고 메시지는 프로그램 사이에 삽입될 수 있다. 그러나 프로그램의 모습과 가치에 영향을 미치지 않고 프로그램의 자연적인 중단과 지속 시간 및 성격을 고려하고 권리자의 권리를 훼손하지 않는다면 프로그램 사이에 삽입될 수 있다.

이 경우, 동일한 프로그램 내에서 두 번의 연속적인 중단 사이에 최소 20분의 시간이 지나야 한다.

II. 독립적인 부분으로 이루어진 프로그램이나 스포츠 프로그램 및 휴식 시간을 포함한 행사 및 공연 중계 프로그램으로 구성 된 경우, 광고 메시지는 각 독립적인 부분의 사이 또는 휴식 시간에 삽입될 수 있다.

III. 30분 미만의 TV 뉴스, 시사 프로그램, 종교 프로그램 및 어린이 프로그램의 방송은 중간 광고 메시지로 중단될 수 없다. 방송 시간이 30분 이상인 경우 위의 I 및 II에 명시된 규정이 적용된다.

IV. 영화 작품의 방송이 광고로 인해 중단 된 경우 총 6분 이상의 메시지는 포함될 수 없다.

최신 외국입법정보

국회도서관 법률정보실은『최신외국입법정보』를 발간하고 있습니다.

더욱 알찬 내용으로 국회의 입법 활동을 지원하겠습니다.

『최신 외국입법정보』는 국회도서관 법률정보서비스 <http://law.nanet.go.kr>에서도 보실 수 있습니다.

발간등록번호 31-9720116-001702-14

ISSN 2586-6869



국회도서관
NATIONAL ASSEMBLY LIBRARY

