

의안번호	제 호	의결사항
의결 연월일	2020. . . (제 회)	

방 송 법 시 행 령 일 부 개 정 령 안

제 출 자	국무위원 ○○○ (○○○○○○장관)
제출 연월일	2021. . .

법제처 심사 전

1. 의결주문

방송법 시행령 일부개정령안을 별지와 같이 의결한다.

2. 제안이유

현행 방송사업자별 차등적인 규제방식을 개편하여 중간광고를 비롯한 방송광고 허용범위 및 시간 등을 동일하게 규제하는 방식으로 전환하고, 중간광고 원칙 및 고지자막 크기 규정을 마련하며, 과도한 방송프로그램 중단 방지를 위한 기준을 마련하여 시청권 보호 조치를 강화하며, 방송광고 시간제한 품목에 대해서도 광고 허용시간에 한하여서는 가상·간접광고도 할 수 있도록 허용 범위를 확대하는 등 현행 제도를 합리적이고 유연하게 개선하여 매체시장의 공정경쟁 환경을 조성하려는 것임.

3. 주요내용

가. 중간광고 전면 허용 (안 제59조제2항제1호나목)

- 1) 방송사업자별 구분 없이 텔레비전방송채널과 라디오방송채널에 중간광고를 전면 허용하고, 중간광고 횟수는 기존 종합유선방송사업자·위성방송사업자 및 방송채널사용사업자와 동일하게 방송프로그램 길이 45분 이상 60분 미만 1회 이내, 60분 이상 90분 미만 2회 이내, 90분 이상 120분 미만 3회 이내, 120분 이상 150분 미만 4회 이내, 150분 이상 180분 미만 5회 이내, 180분 이상 6회 이내로 하고 매회의 1분 이내로 규정함.

나. 중간광고 시청권 보호조치 마련 (안 제59조제2항제1호다목, 라목)

- 1) 방송사업자가 중간광고를 하는 경우 방송프로그램의 성격, 주 시청대상을 고려하여 방송프로그램의 온전성이 훼손되거나 시청자의 시청흐름이 방해되지 아니하도록 하여야 하고 출연자 등으로 인하여 중간광고와 방송프로그램이 혼동되지 않도록 하여야 함.
- 2) 중간광고 시작되기 전에 시청자가 명확하게 알 수 있도록 고지해야 한다고 하라고 규정하였던 것을 명확하게 하여 자막으로 고지하는 경우 고지자막의 크기를 화면 크기의 32분의 1 이상으로 하도록 함.
- 3) 사실상 동일한 프로그램으로 인식되는 방송프로그램을 분리하여 편성한 경우 그 사이의 광고가 중간광고인지 여부가 불분명했으나, 과도한 프로그램 중단을 방지하기 위해 사실상 동일한 방송프로그램으로 인식되는 방송프로그램들 사이에 편성된 광고인 ‘분리편성광고’는 중간광고로 보아 명확하게 하는 법적 근거를 마련함.

다. 광고총량 등 매체 간 규제차이 해소 (안 제59조제2항제1호가목, 제59조의2제3항, 제59조의3제3항)

- 1) 지상파방송사업자, 종합유선방송사업자·위성방송사업자 및 방송채널사용사업자, 이동멀티미디어방송사업자 별로 다르게 규정하던 것을 통일하여 방송광고 시간을 매 방송프로그램 편성시간의 최대 100분의 20을 초과하지 아니하도록 하고, 채널별로 1일 동안 방송되는 각 방송

프로그램의 편성시간당 방송광고 시간의 비율이 평균 100분의 17 이하가 되도록 함.

- 2) 지상파방송사업자에 한하여 방송프로그램광고 시간이 매 방송프로그램 편성시간의 100분의 15를 초과하지 않도록 하던 것을 삭제함.
- 3) 가상·간접광고의 허용시간도 방송사업자별 구분을 삭제하고 .제59조의2 및 제59조의3 제3항 각 호를 통합하여, 동일하게 해당 방송프로그램 시간의 100분의 7로 통일함으로써 규제 차이를 해소함.

라. 광고시간 제한품목 가상·간접광고 허용 (안 제59조의2제2항, 제59조의3제2항)

- 1) 개별법 및 심의규정상 방송광고 시간제한 품목에 대해서 가상·간접광고가 전면 금지되었으나, 방송광고 시간제한의 취지를 넘어서는 과도한 규제라는 지적이 제기됨
- 2) 방송광고 시간제한 품목에 대해 가상·간접광고를 허용하되, 해당광고가 허용된 시간에 한하여 허용하도록 함.

마. 경미한 형식규제 과태료 기준금액 하향 (안 별표4 2. 개별기준)

- 1) 현행 시행령 [별표4]에서 방송광고 관련 모든 법령 위반에 대하여 과태료 기준금액을 동일하게 1,000만원으로 규정하고 있음.
- 2) 상대적으로 경미한 사항에 대해서는 과태료를 하향할 필요가 있으므로, 과태료 기준금액을 700만원으로 조정하도록 함

방송법 시행령 일부개정령안

방송법 시행령 일부를 다음과 같이 개정한다.

제59조제2항제1호 각 목 외의 부분을 다음과 같이 한다.

텔레비전방송채널과 라디오방송채널의 경우(텔레비전방송채널의 텔레비전방송프로그램에 부가되는 데이터방송은 제외한다)

제59조제2항제1호가목 중 “18을 초과하지 아니할”을 “20을 초과하지 아니하도록 하되, 채널별로 1일(방송통신위원회가 고시로 정하는 방송 개시시점부터 방송 종료 시점까지를 말한다) 동안 방송되는 각 방송프로그램의 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간의 비율의 평균이 100분의 17 이하가 되도록 할”로 하고, 같은 호 나목부터 라목까지를 각각 다음과 같이 한다.

나. 중간광고의 횟수는 45분 이상 60분 미만인 방송프로그램(중간광고를 포함한다. 이하 이 목에서 같다)은 1회 이내, 60분 이상 90분 미만인 방송프로그램은 2회 이내, 90분 이상 120분 미만인 방송프로그램은 3회 이내, 120분 이상 150분 미만인 방송프로그램은 4회 이내, 150분 이상 180분 미만인 방송프로그램은 5회 이내, 180분 이상인 방송프로그램은 6회 이내로 하되, 매회의 광고시간은 1분 이내로 한다. 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. 다. 나목 본문에 따른 중간광고를 하는 경우 방송사업자는 방송프로그램의 성격과 주 시청대상을 고려하여 방송프로그램의 온전성이 훼손되거나 시청자의 시청흐름이 방해되지 아니하도록 하여야 하고 출연자 등으로 인하여 중간광고와 방송프로그램이 혼동되지 않도록 하여야 한다. 중간광고가 시작되기 직전에 시청자가 이를 명확하게 알 수 있도록 자막·음성 등으로 고지하여야 하며 자막으로 고지하는 경우 자막의 크기는 화면의 1/32 이상이어야 한다.

라. 제목 또는 구성이 유사·동일하고 내용이 연결되어 사실상 동일한 프로그램으로 인식되는 2개 이상의 텔레비전방송프로그램이 연속하여 편성(이하 ‘연속편성’이라 한다)된 경우에는 해당 텔레비전방송프로그램 사이의 방송프로그램광고 또는 토막광고를 중간광고로 본다. 프로그램의 동일성 등 연속편성에 관한 세부적인 기준 또는 유형은 방송통신위원회가 정하여 고시할 수 있다.

제59조제2항제1호마목에 단서를 다음과 같이 신설한다.

다만, 이동멀티미디어방송의 경우에는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다.

제59조제2항제2호 및 제3호를 각각 삭제하고, 같은 항 제4호 및 제5호를 각각 제2호 및 제3호로 하며, 같은 항 제3호(종전의 제5호) 전단 중 “제4

호나목”을 “제2호나목”으로 한다.

제59조의2제2항 중 “금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는”을 “금지되는”로 하고, 같은 항에 단서를 다음과 같이 신설한다.

다만, 다만 다른 법령 또는 심의규정에 따라 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품은 방송광고가 허용된 시간에 한해 가상광고를 할 수 있다.

제59조의2제3항 각 호 외의 부분 본문을 다음과 같이 한다.

가상광고의 시간은 해당 방송프로그램 시간의 100분의 7 이내로 한다.

제59조의2제3항제1호 및 제2호를 각각 삭제한다.

제59조의3제2항 중 “금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는”을 “금지되는”로 하고, 같은 항에 단서를 다음과 같이 신설한다.

다만, 다만 다른 법령 또는 심의규정에 따라 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품은 방송광고가 허용된 시간에 한해 간접광고를 할 수 있다.

제59조의3제3항 각 호 외의 부분 본문 중 “다음 각 호의 기준에 따른다”를 “해당 방송프로그램 시간의 100분의 7 이내로 한다”로 하고, 같은 항 제1호 및 제2호를 각각 삭제한다.

별표 4 제2호거목2) 중 “3)”을 “3)부터 5)”로 하고, 같은 호 거목3) 중 “제59조제2항제1호라목”을 “제59조제2항제1호나목”으로 하고, 후단에 “(같은 호 라목에 따라 중간광고로 보는 방송광고도 포함하며, 이하 같다)”를 신설하며, 같은 호에 거목4)를 다음과 같이 신설한다.

4) 제59조제2항제1호다목 후단을 위반하여 중간 광고를 한 경우	700
---	-----

별표 4 제2호에 거목5)를 다음과 같이 신설한다.

5) 제59조의2제5항에 따른 세부기준을 위반하여 가상광고를 한 경우	700
---	-----

부 칙

제1조(시행일) 이 영은 공포 후 2개월이 경과한 날부터 시행한다.

제2조(방송광고에 관한 적용례) 이 영은 시행일 0시부터 방송되는 방송
광고부터 적용한다.

제3조(과태료 부과처분 등에 관한 경과조치) 이 영 시행 전의 위반행위
에 대한 과태료 부과처분에 관하여는 종전의 규정에 따른다.

신 · 구조문대비표

현행	개정안
제59조(방송광고) ① (생략)	제59조(방송광고) ① (현행과 같음)
②법 제73조제2항에 따른 방송광고(비상업적 공익광고, 가상광고 및 간접광고는 제외한다. 이하 이 항에서 같다)의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등은 다음 각 호의 기준에 따른다.	② ----- ----- ----- ----- -----
1. <u>지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자는 제외한다. 이하 이 호에서 같다)·공동체라디오방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자(지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자는 제외한다)의 텔레비전방송채널과 라디오방송채널의 경우</u>	1. <u>텔레비전방송채널과 라디오방송채널의 경우(텔레비전방송채널의 텔레비전방송프로그램에 추가되는 데이터방송은 제외한다)</u>
가. 매 방송프로그램 편성시간(해당 방송프로그램을 안내하는 고지가 시작되는 시간부터 다음 방송프로그램을 안내하는 고지가 시작되기 전까지의 시간을 말하며, 방송광고 시간 및 방송사업자	가. ----- ----- ----- ----- ----- -----

의 명칭 고지 시간 등을 포함한다. 이하 이 호부터 제3호까지에서 같다)당 방송광고 시간은 해당 방송프로그램 편성시간의 최대 100분의 18을 초과하지 아니할 것

----- 20을 초과하지 아니하도록 하되, 채널별로 1일(방송통신위원회가 고시로 정하는 방송 개시 시점부터 방송 종료 시점까지를 말한다) 동안 방송되는 각 방송프로그램의 방송프로그램 편성시간당 방송광고 시간의 비율의 평균이 100분의 17 이하가 되도록 할 것

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

<삭 제>

다. 채널별로 1일(방송통신위원회가 고시로 정하는 방송 개시 시점부터 방송 종료 시점까지를 말한다. 이하 이 호부터 제3호까지에서 같다) 동안 방송되는 각 방송

<삭 제>

프로그램의 방송프로그램
편성시간당 방송광고 시간
의 비율의 평균이 100분의 1
5 이하가 되도록 할 것
라. 중간광고는 하지 아니할
것. 다만, 운동경기, 문화·
예술행사 등 그 중간에 휴식
또는 준비시간이 있는 방송
프로그램을 송신하는 경우
에는 휴식 또는 준비시간에
한정하여 중간광고를 할 수
있으며, 이 경우 중간광고의
횟수 및 매회 광고시간에 제
한을 두지 아니한다.

<신 설>

나. 중간광고의 횟수는 45분
이상 60분 미만인 방송프로
그램(중간광고를 포함한다.
이하 이 목에서 같다)은 1회
이내, 60분 이상 90분 미만
인 방송프로그램은 2회 이
내, 90분 이상 120분 미만인
방송프로그램은 3회 이내, 1
20분 이상 150분 미만인 방
송프로그램은 4회 이내, 150
분 이상 180분 미만인 방송
프로그램은 5회 이내, 180분
이상인 방송프로그램은 6회
이내로 하되, 매회의 광고시
간은 1분 이내로 한다. ----

다. 나목 본문에 따른 중간광
고를 하는 경우 방송사업자
는 방송프로그램의 성격과
주 시청대상을 고려하여 방

<신 설>

송프로그램의 온전성이 훼손되거나 시청자의 시청흐름이 방해되지 아니하도록 하여야 하고 출연자 등으로 인하여 중간광고와 방송프로그램이 혼동되지 않도록 하여야 한다. 중간광고가 시작되기 직전에 시청자가 이를 명확하게 알 수 있도록 자막·음성 등으로 고지하여야 하며 자막으로 고지하는 경우 자막의 크기는 화면의 1/32 이상이어야 한다.

라. 제목 또는 구성이 유사·동일하고 내용이 연결되어 사실상 동일한 프로그램으로 인식되는 2개 이상의 텔레비전방송프로그램이 연속하여 편성(이하 ‘연속편성’이라 한다)된 경우에는 해당 텔레비전방송프로그램 사이의 방송프로그램광고 또는 토막광고를 중간광으로 본다. 프로그램의 동일성 등 연속편성에 관한 세부적인 기준 또는 유형은 방송통신위원회가 정하여 고시할

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. <단서 신설>

수 있다.

마. _____

_____.

_____. 다만,
이동멀티미디어방송의 경우
에는 화면의 3분의 1을 초과
할 수 없다.

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

<삭 제>

당 방송광고 시간은 해당 방
송프로그램 편성시간의 최
대 100분의 20을 초과하지
아니하도록 하되, 채널별로
1일 동안 방송되는 각 방송
프로그램의 방송프로그램
편성시간당 방송광고 시간
의 비율의 평균이 100분의 1
7 이하가 되도록 할 것

나. 중간광고의 횟수는 45분
이상 60분 미만인 방송프로
그램(중간광고를 포함한다.
이하 같다)의 경우에는 1회
이내, 60분 이상 90분 미만
인 방송프로그램의 경우에
는 2회 이내, 90분 이상 120
분 미만인 방송프로그램의
경우에는 3회 이내, 120분
이상 150분 미만인 방송프로
그램의 경우에는 4회 이내,
150분 이상 180분 미만인 방
송프로그램의 경우에는 5회
이내, 180분 이상인 방송프
로그램의 경우에는 6회 이내
로 하되, 매회의 광고시간은
1분 이내로 한다. 다만, 운
동경기, 문화·예술행사등

그 중간에 휴식 또는 준비시간이 있는 방송프로그램을 송신하는 경우에는 휴식 또는 준비시간에 한하여 중간광고를 할 수 있으며, 이 경우 중간광고의 횟수 및 매회 광고시간에 제한을 두지 아니한다.

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

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

3. 지상파이동멀티미디어방송사업자, 지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자, 위성이동멀티미디어방송사업자 및 위성이동멀티미디어방송채널사용사업자의 텔레비전방송채널과 라디오방송채널의 경우

<삭 제>

가. 매 방송프로그램 편성시간
당 방송광고 시간은 해당 방
송프로그램 편성시간의 최
대 100분의 20을 초과하지
아니하도록 하되, 채널별로
1일 동안 방송되는 각 방송
프로그램의 방송프로그램
편성시간당 방송광고 시간
의 비율의 평균이 100분의 1
7 이하가 되도록 할 것

나. 중간광고의 횟수는 45분
이상 60분 미만인 방송프로
그램(중간광고를 포함한다.
이하 이 목에서 같다)은 1회
이내, 60분 이상 90분 미만
인 방송프로그램은 2회 이
내, 90분 이상 120분 미만인
방송프로그램은 3회 이내, 1
20분 이상 150분 미만인 방
송프로그램은 4회 이내, 150
분 이상 180분 미만인 방송
프로그램은 5회 이내, 180분
이상인 방송프로그램은 6회
이내로 하되, 매회의 광고시
간은 1분 이내로 한다. 다
만, 운동경기, 문화·예술
행사 등 그 중간에 휴식 또

는 준비시간이 있는 방송프
로그램을 송신하는 경우에
는 휴식 또는 준비시간에 한
하여 중간광고를 할 수 있으
며, 이 경우 중간광고의 횟
수 및 매회 광고시간에 제한
을 두지 아니한다.

다. 나목 본문에 따른 중간광
고를 하는 경우 방송사업자
는 중간광고가 시작되기 직
전에 시청자가 이를 명확하
게 알 수 있도록 자막·음성
등으로 고지하여야 한다.

라. 자막광고는 방송사업자의
명칭고지 시 또는 방송프로
그램 안내고지 시에 한정하
여 할 것. 이 경우 자막의
크기는 화면의 3분의 1을 초
과할 수 없다.

4. (생 략)

5. 텔레비전방송채널의 텔레비
전방송프로그램에 부가되는
데이터방송에서의 방송광고의
경우 최초화면에서는 방송광
고를 할 수 없으며, 1차화면
이후의 방송광고에 대해서는
제4호나목을 준용한다. 이 경

2. (현행 제4호와 같음)

3. -----

--- 제2호나목 ---

-----.

우 최초화면은 해당 텔레비전 방송프로그램이 방송되는 최초화면을 말하고, 1차 화면은 최초화면의 접속을 통하여 이동하는 초기화면을 말한다. ③ ~ ⑤ (생략)	----- ----- ----- ----- -----. ③ ~ ⑤ (현행과 같음)
제59조의2(가상광고) ① (생략) 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. <단서 신설> ③ <u>가상광고의 시간은 다음 각 호의 기준에 따른다.</u> 다만, 운동 경기를 중계하는 방송프로그램의 가상광고의 경우 경기장에 설치되어 있는 광고판을 대체하는 방식이거나 우천으로 인한 운동 경기 중단 등 불가피한 사유로 해당 방송프로그램 시간이 변경되는 경우에는 가상광고의 시간에 제한을 두지 아니한다.	제59조의2(가상광고) ① (현행과 같음) ② ----- ----- ----- --- 금지되는----- ----- -----. <u>다만, 다만 다른 법령 또는 심의규정에 따라 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품은 방송광고가 허용된 시간에 한해 가상광고를 할 수 있다.</u> ③ <u>가상광고의 시간은 해당 방송 프로그램 시간의 100분의 7 이내로 한다.</u> ----- ----- ----- ----- ----- -----.

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 · ⑤ (생략)

제59조의3(간접광고) ① (생략)

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

<삭 제>

<삭 제>

④ · ⑤ (현행과 같음)

제59조의3(간접광고) ① (현행과 같음)

② ----- 금지되는-----
----- . 다만,
다만 다른 법령 또는 심의규정에 따라 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품은 방송광고가 허용

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

된 시간에 한해 간접광고를 할 수 있다.

③ -----

----- 해당
방송프로그램 시간의 100분의 7
이내로 한다. -----

--.

<삭 제>

<삭 제>

④ (생 략)

[별표 4]

2. 개별기준

위 반 행 위	근거 법조문	과태료 금 액 (단위:만원)
거. 법 제73조제1항·제2항 또는 제4항을 위반하여 방송광고를 한 경우	법 제108조제1항제10호	
1) (현행과 같음)		1,000
2) 법 제73조제2항을 위반하여 방송광고의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등을 준수하지 않은 경우[3]의 경우는 제외한다]		1,000
3) 제59조제2항제1호라목을 위반하여 중간광고를 한 경우		1,000
< 신 설 >		
< 신 설 >		
4) 법 제73조제4항을 위반하여 비상업적공익광고를 편성한 경우		500

④ (현행과 같음)

[별표 4]

2. 개별기준

위 반 행 위	근거 법조문	과태료 금 액 (단위:만원)
거. (현행과 같음)	법 제108조제1항제10호	
1) (현행과 같음)		1,000
2) ----- ----- ----- ----- -----(3)부터 5)의 경우-----]		1,000
3) ----- - - - 나 목 ----- (같은 호 라목에 따라 중간광고로 보는 방송광고도 포함하며, 이하 같다)		<u>1,000</u>
4) 제59조제2항제1호다목 후단을 위반하여 중간광고를 한 경우		<u>700</u>
5) 제59조의2제5항에 따른 세부기준을 위반하여 가상광고를 한 경우		<u>700</u>
6) (현행과 같음)		(현행과 같음)

〈 의안 소관 부서명 〉

방송광고정책과	
연 락 처	02-2110-1271