

미디어인 소식지

시청자가 중심이 되는 신나는 방송서비스
이해부터 소통, 참여까지

한눈에 보는 요약

미디어인 소식지가 전하는 시청자권익필수 정보, 놓치면 아쉽겠죠?

- 미디어인의 다양한 권익활동 소개! **서울미디어페어 미디어인 오프라인 홍보**
- 유용한 정보 가득! **방송미디어 관련 활동과 공모전 소식 총정리!**
- 핫이슈 심층 탐구! **전문 자료와 상담사례로 알아보는 광고와 시청자 권익**

시청자권익정보플랫폼 '미디어인' 홍보



2025 서울미디어페어 참가 미디어인 2차 오프라인 홍보 진행

지난 8월 서울 시청자미디어센터에서 진행된 '2025 서울미디어페어'에서 시청자권익정보플랫폼 '미디어인'의 오프라인 홍보를 진행하였습니다. 시 기술과 팀페이크, 미디어윌에 대해 함께 고민하고 체험하는 서울미디어페어에 맞춰 미디어인도 관련 상담사례로 퀴즈 이벤트를 진행하였습니다.

간추린 시청자 권익 소식

✓ 챙기자! 미디어 관련 활동

**2025 미디어 통계 데이터
완전 정복 교육**

한국언론진흥재단이 미디어 통계 데이터를 활용해 논문 작성을 준비하는 대학생 및 대학원생을 대상으로 '미디어 통계 데이터 완전 정복' 교육을 제공합니다. 신청기간은 10월 29일까지입니다.

[더보기](#)

**종합편성 방송채널
사용사업자 재승인 관련
시청자 의견청취**

방송미디어통신위원회는 종합편성 방송채널 사용사업 재승인 심사와 관련하여 시청자 의견청취를 실시합니다. 대상방송국은 JTBC이며 접수기간은 10월 12일까지입니다.

[더보기](#)

**제10회 미디어교육
국제 컨퍼런스 개최**

방송미디어통신위원회 주최, 시청자미디어재단이 주관하는 제10회 미디어교육 국제 컨퍼런스가 10월 24일 개최됩니다. 사전 등록 신청은 10월 23일까지입니다.

[더보기](#)

✓ 챙기자! 미디어 관련 공모전

**2025 팩트체크
세계대회**

YTN과 시청자미디어재단은 세계 시민의 허위정보 대응 역량 강화와 글로벌 정보 판별 문화 확산을 위해 '2025 팩트체크 세계대회'를 개최합니다. 경제·사회·문화 분야의 사실 확인이 필요한 정보의 팩트체크 보고서를 제출하면 되며, 한국·해외 국적 만 18세 이상 누구나 참여할 수 있습니다. 접수기간은 10월 20일까지입니다.

[더보기](#)

**KBS·시청자미디어재단 주최
'캠퍼스온에어 ESG 영상 공모전'**

KBS와 시청자미디어재단이 주최하고 서울시청자미디어센터가 주관하는 '2025 캠퍼스온에어 ESG 영상 공모전'이 개최됩니다. ESG를 주제로 1~3분 이내 자유 형식의 영상을 제작해 제출하면 됩니다. 대상은 국내외 대학에 재학 또는 휴학 중인 학생이며 접수기간은 10월 19일까지입니다.

[더보기](#)

**KBS와 시청자미디어재단이 함께하는
캠퍼스온에어
ESG 영상 공모전**

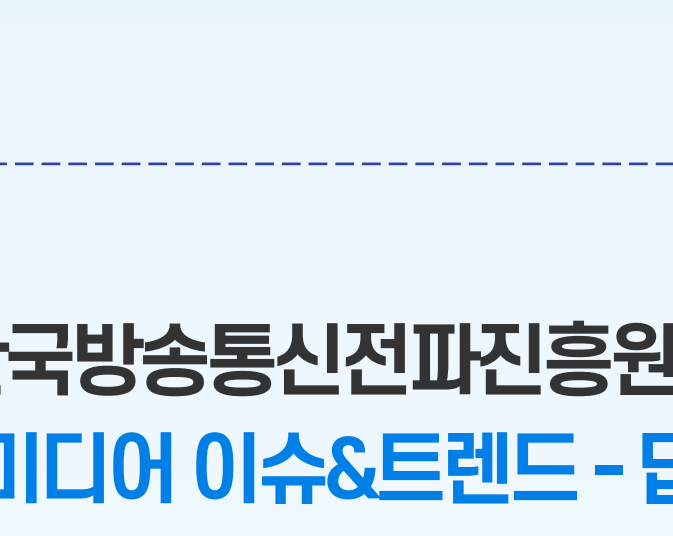
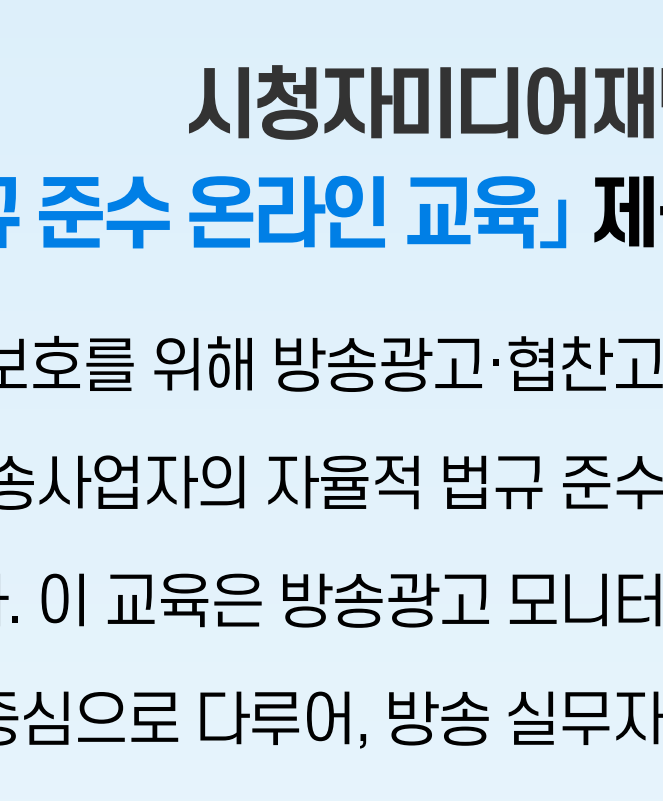
2025 8월형·매체
8월형 영상
6월형 영상

심층 탐구

방송광고와 시청자 권익

방송미디어통신위원회·시청자미디어재단 「알기쉬운 방송광고·협찬고지 모니터링 기준」 발행

시청자미디어재단은 방송미디어통신위원회의 위탁을 받아 방송광고와 협찬고지의 형식 준수여부를 모니터링 하고 있습니다. 이에 따른 모니터링 참고자료로 활용가능한 방송광고, 협찬고지 모니터링 기준을 발행하였습니다. 방송광고의 유형과 방송광고 시간, 협찬고지의 표시 방법 등의 내용을 알기 쉽게 정리하였습니다.



시청자미디어재단 「방송광고 협찬고지 법규 준수 온라인 교육」 제공

시청자미디어재단은 시청자의 시청권 보호를 위해 방송광고·협찬고지 모니터링 기반 구축 사업을 수행하며, 방송사업자의 자율적 법규 준수를 유도하기 위해 온라인 교육을 제공합니다. 이 교육은 방송광고 모니터링 기준과 협찬고지 규정을 실무와 사례 중심으로 다루어, 방송 실무자가 법적 기준을 정확히 이해하고 위반을 예방할 수 있도록 돕습니다.

한국방송통신전파진흥원 「미디어 이슈&트렌드 - 다편익 기술과 투자 사기 광고」

한국방송통신전파진흥원에서 발행하는 미디어 이슈&트렌드 60호에서 다편익 기술과 투자 사기 광고에 대해 조망했습니다. 유명 인물의 얼굴·목소리를 합성해 고수익을 미끼로 투자금을 유인하는 국내외 사례를 살펴보고, 다편익 탐지 기술 개발·플랫폼 규제·이용자 미디어 리터러시 강화 등 대응 방안을 제안합니다.



상담사례로 알아보는 시청자 권익

광고와 시청자 권익 관련 FAQ

🔗 질문 선택 시 해당 FAQ 페이지로 넘어갑니다.

드라마의 과도한 PPL로
방송 시청에 방해가 됩니다.

방송인지 광고인지
모호한 콘텐츠가 너무 많은데,
시청자는 어떻게 구분할 수 있나요?

온라인 스트리밍 플랫폼에
잔인한 장면의 광고가 노출됩니다.

채널을 변경할 때 화면 우측 하단에 등장하는
광고(미디광고)로 인해 불편을 겪었습니다.

방송에서 건강기능식품을 제품의 효능과 관계없는
질병의 예방·치료에 효과 있는 것처럼 광고하는 것을
보았습니다.

AI로 만든 가짜 전문가(의료인 등)가 나오는 광고로
불편함을 겪었습니다.

시청자 권익 퀴즈

「자막광고」를 알아보자!

방송사업자의 명칭을 고지할 때, 또는
방송프로그램을 안내고지 시에
자막으로 노출되는 광고입니다.

- ✓ 자막광고 노출 시키는 전체화면 대비 4분의 1 이내여야 해요.
- ✓ 자막광고 자체에 대한 광고시간 제한은 없지만, 프로그램당 운행할 수 있는 총 광고시간(20%)에 포함해 산정돼요.
- ✓ 방송통신위원회가 고시하는 공익적 목적 정보는 자막광고로 보지 않아, 방송프로그램 내 노출이 가능해요.

방송프로그램 내 비공익적
목적의 안내자막을 송출했을 때
위반한 사항은?

- ① 광고방법 ② 광고시점
- ③ 광고내용 ④ 광고크기

여기서
퀴즈!

🔗 정답확인하러가기 [CLICK](#)

미디어인 SNS에서도 소통해요!

다음 미디어인 소식지가 벌써부터 기다려진다!
실시간으로 시청자 권익 정보를 확인하는 방법은 없나요?

시청자권익정보 통합 플랫폼 미디어인 CLICK 즐겨찾기 추가

시청자미디어재단

미디어인
시청자권익정보센터

본 메일은 시청자미디어재단 시청자권익정보센터 정보메일 수신에
동의하신 회원님께 발송되었습니다.
수신을 원하지 않으시면, 수신거부 버튼을 클릭해 주세요.
수신거부 Click
※ 수신거부 클릭 후 「미디어인 뉴스레터 수신에 동의합니다」 중
「아니오」를 선택하시면 수신이 철회됩니다.

발행처 시청자미디어재단 시청자권익정보센터