



제 439회 국회 (정기회)
제 2차 문화체육관광위원회

정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

〈 정부광고 관련 용어 정비 〉

■ 조계원의원 대표발의(의안번호 제2218238호)

2026. 9.

문 화 체 육 관 광 위 원 회

수석전문위원 정순임

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	2
1. 정부광고 관련 용어 정비(안 제2조제3호)	2

I. 제안경위

가. 발 의 자 : 조계원의원 등 12인

나. 발 의 일 : 2026. 4. 10.

다. 회 부 일 : 2026. 4. 13.

II. 제안이유 및 주요내용

현행법은 “정부광고”를 “정부기관 또는 공공법인(이하 “정부기관등”이라 한다)이 국내외의 홍보매체에 광고, 홍보, 계도 및 공고 등을 하기 위한 모든 유료고지 행위”로 정의하면서 “계도”를 사용하고 있음.

그러나 이러한 표현은 일본식 한자 단어로서 이에 대하여 법제처는 「알기 쉬운 법령 정비기준」에서 이를 “홍보”로 정비할 것을 권고하고 있음. 또한 표준국어대사전에 따르면 “계도”는 “남을 깨치어 이끌어 줌”을 의미하는데, 정부광고의 목적으로 국민에 대한 “계도”를 규정하는 것이 권위적인 측면도 있음.

이에 이미 정부광고의 목적에 “홍보”가 포함된 것을 고려하여 “계도”를 삭제하여 법령 용어를 순화하고 정부광고 정책에 잔존하고 있는 권위주의적 흔적을 바로잡으려는 것임(안 제2조제3호).

Ⅲ. 검토의견

1. 정부광고 관련 용어 정비(안 제2조제3호)

개정안은 정부광고의 정의에서 “제도”를 삭제하려는 것임.

현행	개정안
제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. ~ 2. (생략) 3. “정부광고”란 정부기관 또는 공공법인(이하 “정부기관등”이라 한다)이 국내외의 홍보매체에 광고, <u>홍보</u> , <u>제도</u> 및 공고 등을 하기 위한 모든 유료고지 행위를 말한다. 4. (생략)	제2조(정의) (현행과 같음) 1. ~ 2. (현행과 같음) 3. ----- ----- ----- <u>홍보</u> ----- ----- 4. (현행과 같음)

현행법은 정부광고를 정부기관 또는 공공법인이 국내외의 홍보매체에 광고, 홍보, 제도 및 공고 등을 하기 위한 모든 유료고지 행위로 정의하고 있음.

그런데 개정안의 제안이유에서 언급하고 있는 바와 같이, “제도”는 일본식 한자 용어로서 법제처의 「알기 쉬운 법령 정비기준」에서도 “홍보”로 정비할 것을 권고하고 있으며, 정부광고의 목적에 “홍보”가 이미 포함되어 있다는 점에서 “제도”를 별도로 규정할 필요성이 크지 않다는 지적이 있음.

이에 개정안은 정부광고의 정의에서 "제도"를 삭제하려는 것으로, 법령 용어를 순화하고 정부광고 정책에 잔존한 권위주의적 표현을 정비하려는 취지로 이해됨.

개정안에 대하여 문화체육관광부는 법제처의 「알기 쉬운 법령 정비기준」에 따라 "제도"를 "홍보"로 정비하려는 입법취지에는 공감하나, 정부광고가 협조 요청이나 행태 변화를 유도하는 기능도 수행하는 만큼, 이번 개정이 정부광고의 범위를 축소하는 것이 아니라 단순한 용어 정비임을 명확히 할 필요가 있다는 의견임.

문 의 처
02)6788-5379