



제 429회 국회 (정기회)
제 11차 문화체육관광위원회

정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

〈정부광고 홍보매체 선정을 위한 지표와 평가기준 마련〉

■ 양문석의원 대표발의(의안번호 제2212587호)

2025. 11.

문 화 체 육 관 광 위 원 회

수석전문위원 천우정

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	2
1. 정부광고 홍보매체 선정을 위한 지표와 평가기준 마련 (안 제5조의2, 제6조제3항 및 제7조제2항 신설)	2

I. 제안경위

가. 제 출 자 : 양문석의원 등 10인

나. 제 출 일 : 2025. 9. 1.

다. 회부연월일 : 2025. 9. 2.

II. 제안이유 및 주요내용

현행법은 문화체육관광부장관이 정부기관 등으로부터 정부광고를 요청받은 경우 광고의 목적, 국민의 보편적 접근성 보장 등을 고려하여 홍보매체를 선정하되 정부기관 등의 의견을 우선하도록 하고 있음.

그런데 정부광고 집행 시 홍보매체의 공정성과 건전성을 평가할 수 있는 기본적인 사항이 마련되어 있지 않고, 중대한 결격사유가 있는 경우에도 해당 매체를 정부광고 대상에서 제외할 수 있는 근거가 없어 사회적 책임을 다하지 않는 일부 홍보매체도 정부광고를 수주하여 정부광고의 공정성과 공익성에 대한 국민 신뢰도가 훼손되고 있음.

이에 정부광고 집행 시 홍보매체의 공공성과 건전성을 평가할 수 있도록 하고, 중대한 결격사유가 있는 경우 해당 매체를 정부광고 대상에서 일정기간 제한하도록 함으로써 정부광고의 공정성과 신뢰도를 높이려는 것임(안 제5조의2, 제6조제3항 및 제7조제2항 신설).

Ⅲ. 검토의견

1. 정부광고 홍보매체 선정을 위한 지표와 평가기준 마련 (안 제5조의2, 제6조제3항 및 제7조제2항 신설)

가. 개정안 요지

- 언론매체의 공정성, 건전성 및 법률 준수 여부를 평가할 수 있는 지표를 설정, 운영할 수 있도록 하고, 관련 지표에 자율심의 및 법률 준수 여부 등에 대한 사항을 평가기준으로 포함하도록 함
(안 제5조의2 신설)
- 최근 3년간 안 제5조의2 각호 법률위반 건수가 일정횟수 이상인 경우, 해당 매체를 정부광고 대상에서 일정 기간 제한할 수 있는 근거 및 관련 자료요구권 신설(안 제6조제3항 및 제7조제2항 신설)

나. 개정안 조문대비표

현행	개정안
<신설>	제5조의2(홍보매체 선정을 위한 지표와 평가기준) ① 문화체육관광부장관은 정부광고를 공정하게 집행하기 위하여 언론매체의 공정성, 건전성 및 관련 법률 준수 여부를 평가할 수 있는 지표를 설정·운영할 수

현행	개정안
	<u>있다.</u> <u>② 제1항에 따른 지표에는 다음 각 호에 해당하는 사항(이하 “위반행위”라 한다)을 평가 기준으로 포함하여야 한다.</u> <u>1. 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」 제22조에 따른 언론중재위원회의 직권조정결정을 받은 건수</u> <u>2. 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」 제32조에 따른 언론중재위원회의 시정권고를 받은 건수</u> <u>3. 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제7조에 따라 공정거래위원회의 시정조치를 받은 건수</u> <u>4. 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제14조의2제1항에 따라 표시·광고의 자율심의기구등의 심의 결과 주의 이상의 제재를 받은 건수</u> <u>5. 사단법인 한국신문윤리위원회의 주의 이상의 제재를 받은 건수</u>

현행	개정안
	6. 다음 각 목의 어느 하나에 <u>해당하여 부과받은 벌칙 또는 과태료</u> 가. 「<u>뉴스통신 진흥에 관한 법률</u>」 제34조부터 제37조 <u>까지</u> 나. 「<u>방송법</u>」 제105조부터 <u>제108조까지</u> 다. 「<u>신문 등의 진흥에 관한 법률</u>」 제39조 라. 「<u>옥외광고물 등의 관리 와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률</u>」 제17조의3, 제 <u>18조부터 제20조까지</u> 마. 「<u>인터넷 멀티미디어 방 송사업법</u>」 제27조·제28 <u>조</u> 바. 「<u>잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률</u>」 제31 <u>조부터 제33조까지</u> 사. 「<u>정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법 률</u>」 제70조, 제70조의2, <u>제71조부터 제75조까지 또 는 제76조</u>

현행	개정안
제6조(홍보매체 선정) ①·② (생략) <u><신설></u>	제6조(홍보매체 선정) ①·② (현행과 같음) <u>③ 문화체육관광부장관은 홍보매체가 제5조의2제2항 각 호의 어느 하나에 해당하는 위반행위를 최근 3년간 대통령령으로 정한 횟수 이상 받은 경우에는 해당 홍보매체를 1년의 범위에서 대통령령으로 정하는 기간 동안 정부광고 홍보매체 선정 대상에서 제외할 수 있다.</u>
③ (생략) 제7조(자료 요청) (생략) <u><신설></u>	④ (현행 제3항과 같음) 제7조(자료 요청) ① (현행 제6조의1과 같음) <u>② 문화체육관광부장관은 제6조제3항에 따라 홍보매체를 선정하기 위하여 제5조의2제2항 각 호에 따른 기관·단체 등에게 위반행위에 대한 자료를 요청할 수 있다.</u>

다. 검토사항

- 현행법은 문화체육관광부장관이 정부기관 등으로부터 정부광고를 요청받은 경우, 광고의 목적과 국민의 보편적 접근성 보장 등을 고려하여 홍보매체를 선정하되, 정부기관 등의 의견을 우선하도록 규정하고 있음.
- 그러나 정부광고를 집행할 때 홍보매체의 공정성과 건전성을 평가할 수 있는 기본적인 기준이 마련되어 있지 않고, 중대한 결격사유가 있는 경우에도 해당 매체를 정부광고 대상에서 제외할 수 있는 법적 근거가 없어, 사회적 책임을 다하지 않는 일부 매체가 정부광고를 수주함으로써 정부광고의 공정성과 공익성에 대한 국민의 신뢰가 훼손된다는 지적이 제기되었음.
- 이에 개정안은 정부광고 집행 시 홍보매체의 공공성과 건전성을 평가할 수 있는 근거를 마련하고, 중대한 결격사유가 있는 경우 해당 매체를 일정 기간 정부광고 대상에서 제외할 수 있도록 하여, 정부광고의 공정성과 신뢰도를 제고하려는 것으로 그 입법취지에 공감할 수 있어 보임.
- 다만 문화체육관광부는 다음과 같은 사항과 관련해 개정안에 대해 신중한 검토가 필요하다는 의견을 제시하였음.

- 개정안은 관련 법에 근거해 이미 벌칙 및 과태료 등 행정상 제재조치를 받은 언론사를 대상으로 제재 조치건수를 누적하여 정부광고의 집행 배제 등 침익적 행정조치를 취할 수 있도록 규정하여, 동일한 위법행위에 대한 이중처벌의 가능성이 있어 죄형법정주의와 과잉금지원칙을 위반하는 과도한 침익적 조치가 될 수 있음.
- 또한 언론중재 위원회 및 각종 자율심의기구의 자정적 자율적인 언론환경 개선을 위한조치, 각종 벌칙 및 과태료 등을 모두 동일 수준의 법 위반사항으로 보고 3년의 기간 동안 관련 건수를 누적하여 광고 배제 등 제재조치의 근거로 삼는 경우, 침익적 조치에 대한 언론사의 예측가능성을 담보하기 어렵고, 목적에 비해 과도한 제재가 될 수 있음.
- 아울러 동법의 핵심 취지는 정부 및 공공기관의 효율적 홍보를 지원하고자 하는 것임. 언론의 자유와 공적(公的) 책임의 균형을 달성하기 위해 언론중재법 등 개별법이 있음에도 정부광고법에서 언론의 공정성·건전성, 법률 준수 여부 등을 평가하고 침익적 조치를 취할 수 있게 하는 것은 제도 및 법률의 취지에 부합하지 않는 측면이 있어 신중한 검토가 필요해 보임.

- 한국신문협회는 개정안이 정부광고 본연의 목적인 홍보효과와 언론성이 부족한 언론중재위원회의 시정·권고 건수 등을 정부광고 집행에 적용하여 정부광고의 정책 홍보효과를 저해하고 세금을 낭비하는 결과를 초래할 가능성이 있고, 언론의 비판·의혹 보도 기능 훼손과 비례성 원칙을 위반할 우려가 있어 신중하게 검토할 필요가 있다는 의견을 제시하였음.
- 인터넷 신문윤리위원회는 개정안이 종이신문 기반인 ‘한국신문윤리위원회’ 심의 결과만을 반영하고 있는바, 현재 미디어환경을 반영하여 인터넷 신문 자율심의 결과를 반영할 필요가 있다는 의견을 제시하였음.
- 한국언론진흥재단은 개정안이 비례의 원칙을 위반하고 언론·출판의 자유 등을 침해할 우려가 있고, 국내업체에만 적용되는 역차별 규제가 될 우려가 있어 신중한 검토가 필요하다는 의견을 제시하였음.
- 언론중재위원회는 조정은 당사자 간의 합의를 전제하는 절차이고, 시정권고는 권고적 조치에 불과하다는 점에서 정부광고 매체 선정과 관련하여 강제성을 부여하는 것은 제도의 취지에 부합하지 않아 신중히 검토할 필요가 있다는 의견을 제시하였음.

문 의 처
02)6788-5380