



제 428회 국회 (임시회)
제 2차 문화체육관광위원회

정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

〈 유료협찬 정부광고 포함 및 정부광고 표시의무 신설 등 〉
■ 최민희의원 대표발의(의안번호 제2210145호)

2025. 8.

문 화 체 육 관 광 위 원 회

수석전문위원 천우정

목 차

I. 제안경위	1
II. 제안이유 및 주요내용	1
III. 검토의견	3
1. 정부광고의 기준 정비	3
2. 정부광고 표시 의무 신설	7
3. 정부광고 세부 집행내역 상시 공개	9
4. 유사 정부광고를 의뢰하거나 게재한 자, 정부광고 표시 의무를 위반한 자에게 과태료 부과	12
※ 참고자료	
1. 타 부처 및 공공기관, 협회 등 의견	17
2. 제22대 국회 유사 법률안 제출 현황	19

I. 제안경위

가. 제 출 자 : 최민희의원 등 14인

나. 제 출 일 : 2025. 4. 25.

다. 회부연월일 : 2025. 4. 28.

II. 제안이유 및 주요내용

‘기사형광고’가 사회적 논란이 되고 있는 상황에서 정부부처와 지자체, 공공기관들이 시행하는 정부광고에서도 기사형광고가 관행화되어 있음. 공공기관의 동정을 일방적으로 소개하는 기사와 기관장을 홍보하는 인터뷰가 광고 표시 없이 기사로 보도되면서 독자를 눈속임하는 일이 벌어지고 있는 것임.

또한 한 해에 1조원이 넘는 국민 세금이 정부광고 비용으로 사용되면서 상세내역을 공개하라는 지적이 제기되면서 공개가 이뤄지고 있지만 법적근거를 마련해 제도화시킬 필요가 있음.

이에 모든 형태의 정부광고에는 광고료가 지급된 사실을 독자 등이 명확히 인식할 수 있게 적합한 표시를 하도록 하고, 정부광고의 세부 집행내역을 상시적으로 공개하도록 하고자 함(안 제9조제2항 및 제3항, 제14조의2 신설).

아울러 현행법에서 일부 협찬을 정부광고에서 예외로 운영할 수 있도록 하면서 불명확하게 규정한 부분으로 인해 혼선이 발생하고 협찬이 악용되는 빌미가 될 수 있어 유료로 집행되는 협찬은 정부광고에

해당되도록 하는 등 기준을 정비함(안 제2조제3호, 제9조제1항).

개정안이 시행될 경우 정부광고의 투명성과 효율성이 높아짐과 동시에 정부기관등과 언론의 부적절한 유착을 근절시킬 수 있으며 언론에 대한 신뢰도 또한 향상시킬 수 있을 것으로 기대됨.

Ⅲ. 검토의견

1. 정부광고의 기준 정비(안 제2조 및 제9조제1항).

가. 개정안 요지

- 정부광고의 정의에 광고 등을 목적으로 홍보매체의 제작을 유료로 지원하는 협찬 추가(안 제2조 및 제9조제1항).

나. 개정안 조문대비표

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, 홍보, 계도 및 <u>공고</u> 등을 하기 위한 모든 유료고지 <u>행위</u> 를 말한다.	제2조(정의) ----- -----. 1. 2. (현행과 같음) 3. ----- ----- ----- <u>공고 등(이하 “광고등”이라 한다)</u> ----- --- <u>행위와 광고등을 목적으로 홍보매체의 제작을 유료로 지원하는 협찬을</u> -----.
제9조(정부기관등의 유사 정부광고 금지 등) 정부기관등은 <u>정부광고 형태 이외에</u> 홍보매체나 방송시간을 실질적으로 구	제9조(정부기관등의 유사 정부광고 금지 등) ① ----- <u>제5조에 따라 문화체육관광부장관에게 요청한 정부광고 이외에</u>

현행	개정안
매하는 어떤 홍보형태도 할 수 없다. 다만, <u>해당 홍보매체에 협찬받은 사실을 고지하거나 「방송법」 제2조제22호에 따른 협찬고지를 한 경우에는 그러하지 아니하다.</u> 4. (생략)	----- ----- -----<u>광고등의</u> <u>목적이 아닌</u>----- -----. 4. (현행과 같음)

다. 검토사항

- 현행 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률」(이하 「정부광고법」)은 정부기관등의 개별적 광고비 집행에 따른 예산 사용의 낭비를 방지하여 예산의 효율성 및 공익성 향상을 목적으로 2018년 6월 제정되어 동년 12월부터 시행되고 있음.
- 이에 따라, 정부기관 등은 광고를 하려는 경우 현행법 제5조1)에 따라 문화체육관광부장관에게 의뢰하여야 하고, 동법 제10조2)에 따라 문화체육관광부장관은 해당 업무를 한국언론진흥재단에 위

1) 「정부광고법」 제5조(광고의뢰) 정부기관등의 장은 소관업무에 관하여 홍보매체에 정부광고를 하려는 경우 소요 예산, 내용, 광고물 제작 여부 등 정부광고에 필요한 사항을 명시하여 미리 문화체육관광부장관에게 요청하여야 한다.

2) 「정부광고법」 제10조(정부광고 업무의 위탁) ①문화체육관광부장관은 필요하다고 인정하는 경우 제5조부터 제8조까지에 따른 정부광고 업무를 대통령령으로 정하는 기관이나 단체에 위탁할 수 있다.

②제1항에 따라 정부광고 업무를 위탁받은 기관이나 단체(이하 “수탁기관”이라 한다)는 수수료를 징수할 수 있다(이하생략).

탁하여 수행하도록 하며, 동 재단은 정부광고 업무를 대행하면서 소정의 수수료³⁾를 징수하고 있음.

- 그런데 동법 제9조에 따라 일부 협찬을 정부광고에서 예외로 운영할 수 있도록 한바 불명확하게 규정한 부분으로 인해 혼선이 발생하고 협찬이 악용될 수 있다는 의견이 있음.
- 이에 개정안은 정부광고의 정의에 광고등을 목적으로 홍보매체의 제작을 유료로 지원하는 협찬을 명시하여 법문의 불명확성을 해소하여 정부광고의 투명성, 효율성을 제고하려는 것으로 그 입법취지에 공감할 수 있음.
- 아울러 개정안에 대해 문화체육관광부는, 현행법 체계는 유사광고금지 행위를 금지하면서 단서조항을 통해 고지를 하는 협찬에 대해 허용하는 방식으로 이는 협찬이 원칙적으로 금지된다는 뜻으로 오해의 소지가 있어, 개정안을 통해 정부광고의 정의 조항에 유료 협찬행위를 포함하면 정부광고 형태의 유료 협찬행위가 가능함을 명확히 알 수 있을 것으로 보이므로, 정부광고의 정의에 홍보 목적의 유료 협찬을 명확히 포함해 규정함으로써 해석상의 혼란을 방지할 수 있다는 점에서 그 입법취지에 공감한다는 의견을 제시하였음.

3) 정부광고 수수료 제도

- (수수료 목적) 정부광고법은 수수료를 정부광고 수탁 업무 대가로 징수하고, 언론진흥* 등으로 사용을 명시(「정부광고법」 제10조)

*언론기금 출연, 언론인 연수 등 언론진흥 사업 등

- (부과 대상) 매체 집행비의 10% 부과(민간 15%에 비해 낮은 수준), 광고주가 부담

자료: 문화체육관광부

- 다만, 한국언론진흥재단은 개정안의 입법취지에는 공감하나, 개정안이 정부광고의 정의를 유료고지 행위와 광고등의 목적을 가진 유료 협찬으로 구분하여 병렬적으로 기술하는바, 이는 정부광고를 협찬이 아닌 유료고지 행위와 유료협찬으로 구분하여 해석하게끔 강제하는 안이 될 수 있어, 협찬을 명확히 하는 장점은 있지만 기존 유료고지 행위의 해석범위를 좁힐 수 있다는 우려가 있고, 기존 법제처 해석⁴⁾에 따라 유료고지 행위가 유료협찬을 포함하고 있음을 고려할 때, 조문 내에서 기존 정의를 보완하는 형태로 기술하는 것이 두 개념의 관계를 명확히 하여 해석상의 오해를 줄일 수 있을 것으로 보인다는 의견을 제시하였음.
- 개정안에 대해 한국신문협회는, 정부기관등의 유사 정부광고 금지 개정 조항은 광고주의 광고 선택권과 자율성을 과도하게 침해하고, 방송은 현행 방송법상 ‘협찬고지’ 근거조항으로 협찬이 허용되나 신문은 협찬이 금지되는 차별적 규정으로 볼 수 있어, 현행 규정을 유지하는 것을 고려해야 한다는 의견을 제시하였음.

4) 법제처 법령해석 결과('19. 5. 7.)

- 정부광고로 볼 수 있는 협찬고지가 있을 수 있는바, 법 제2조 정부광고의 정의에 포섭되는 협찬고지 방식의 홍보에 대해서는 법 제5조가 적용된다고 보는 것 취지에 부합

2. 정부광고 표시 의무 신설(안 제9조제2항 및 제3항 신설).

가. 개정안 요지

- 기사형 광고를 포함한 모든 형태의 정부광고에는 광고료가 지급된 사실을 명확하게 인식할 수 있도록 표시(안 제9조제2항 및 제3항 신설).

나. 개정안 조문대비표

현행	개정안
제9조(정부기관등의 유사 정부광고 금지 등) <u><신설></u> <u><신설></u>	제9조(정부기관등의 유사 정부광고 금지 등) <u>② 모든 형태의 정부광고에는 정부광고료가 지급된 사실을 독자와 시청자, 청취자 등이 명확하게 인식할 수 있도록 적합한 표시를 하여야 한다.</u> <u>③ 제1항 단서에 해당하는 경우 및 제2항에 따른 적합한 표시의 기준은 대통령령으로 정한다.</u>

다. 검토사항

- 현행법상 정부광고에 광고료가 지급된 사실을 명확하게 인식할 수 있도록 적합한 표시를 하도록 강제하거나, 세부기준을 규정

한 내용이 없어, 정부광고가 공익성을 가져야함에도 불구하고, 정부기관등이 홍보매체에 광고비를 지급하여 관련 정책을 홍보하면서 이를 독자가 명확히 광고로 인식하도록 표시하지 않는 경우가 있다는 문제가 제기된바⁵⁾,

- 개정안은 기사형 광고를 포함한 모든 형태의 정부광고 표시 의무화를 규정함으로써 독자가 광고임을 전제로 정보의 가치를 판단하여 합리적 선택과 결정을 할 수 있도록 하여, 국민의 알 권리를 증진하려는 것으로 그 입법취지에 공감할 수 있음.
- 문화체육관광부는 정부광고 표시 의무화를 규정함으로써 투명한 거래질서를 확립하고, 국민의 알 권리 증진에 기여하려는 입법취지에 공감한다는 의견을 제시하였음.
- 다만 한국언론진흥재단은, 홍보매체에 광고료를 받았는지 여부를 표시하는 주체는 매체사업자로서 적합한 표시기준 설정 등 매체사의 행위를 규율하는 사항은 매체 특성 및 관련 법령을 면밀히 살펴볼 필요가 있으며, 협찬이 아닌 일반광고는 이미 광고로 충분히 인지되는 상황으로 집행에 수반되는 절차적 비용만 증가될 가능성이 있어 광고 표시의무를 제외할 필요가 있어 보인다는 의견을 제시하였음.
- 아울러 한국신문협회는, 현재 신문사에서는 협찬을 통한 기획기사 등이 어느 기관의 지원을 통해 게재되었는지 표시하고 있어

5) 국회문화체육관광위원회 국정감사(2021.10.21.) , 국회문화체육관광위원회 국정감사(2024.12.15)

개정의 취지를 달성하고 있기 때문에, 편집권과 관련된 사항은 법적제재보다 자율규제에 맡기는 것이 바람직할 것으로 보인다는 의견을 제시하였음.

3. 정부광고 세부 집행내역 상시 공개(안 제14조의2 신설)

가. 개정안 요지

- 정부광고 업무 위탁범위에 정부광고 집행내역 공개를 포함하고 세부 집행내역을 상시적으로 공개(안 제14조의2 신설).

나. 개정안 조문대비표

현행	개정안
<u><신설></u>	제14조의2(공개) ① 문화체육관광부장관은 다음 각 호의 사항을 포함하는 정부광고의 집행내역을 인터넷을 통해 상시적으로 공개하여야 한다. 1. 제목 및 목적 2. 금액 및 기간 3. 홍보매체의 명칭 및 광고의 위치(해당 지면, 방송프로그램명, 인터넷주소 등을 포함한다) 4. 의뢰 정부기관등의 명칭

현행	개정안
	② 제1항에 따라 집행내역을 공개하는 때에는 개별 정부기관등과 홍보매체별로 구체적인 내역 등을 확인할 수 있도록 해야 한다.

다. 검토사항

- 정부광고 집행내역 공개는 서울행정법원 판례⁶⁾에 따라 한국언론진흥재단이 정부광고통합지원시스템(GOAD)를 통해 매년 1회(6월 30일) 전년도 집행내역을 공개하고 있음.
- 그런데 현행법상 정부광고 집행내역을 공개하는 명시적인 조항이 없어, 이에 개정안은 정부광고 집행내역 공개에 대한 명확한 근거조항을 신설하여 입법공백을 해소하려는 것으로 그 입법취지에 공감할 수 있어 보임.
- 다만, 문화체육관광부는 입법공백을 해소하려는 개정안의 취지에는 공감하나, 공개범위 제3호의 ‘홍보매체의 명칭 및 광고의 위치(해당 지면, 방송프로그램명, 인터넷주소 등을 포함한다)’ 중 광고의 위치 부분은 매체 특성에 따라 일괄 공개가 곤란하며 매체사의 영업비밀 관련 쟁송 가능성을 고려할 때, 현재 공

6) 서울행정법원 2021. 11. 4. 선고 2020구합81656

개범위와 일치시켜 “홍보매체의 명칭 및 유형(인쇄·방송·인터넷·옥외·해외)”으로 변경하는 것을 고려할 필요가 있어 보인다는 의견을 제시하였음.

현행	개정안	문체부 수정안
<신설>	제14조의2(공개) ① 문화체육관광부장관은 다음 각 호의 사항을 포함하는 정부광고의 집행내역을 인터넷을 통해 상시적으로 공개하여야 한다. 1. 제목 및 목적 2. 금액 및 기간 3. <u>홍보매체의 명칭 및 광고의 위치(해당 지면, 방송프로그램명, 인터넷주소 등을 포함한다)</u> 4. 의뢰 정부기관등의 명칭 ② 제1항에 따라 집행내역을 공개하는 때에는 개별 정부기관등과 홍보매체별로 구체적인 내역 등을 확인할 수 있도록 해야 한다.	(수정수용) 제14조의2(공개) ① (개정안과 같음) 1. (개정안과 같음) 2. (개정안과 같음) 3. <u>홍보매체의 명칭 및 유형(인쇄, 방송, 인터넷, 옥외, 해외)</u> 4. (개정안과 같음) ② <u>정부광고의 집행내역 중 「공공기관의 정보공개에 관한 법률」 제9조제1항제1호·제2호 및 제4호에 따른 비공개 대상 정보가 포함되어 있는 경우에는 제1항에 따른 공개를 하지 아니할 수 있다.</u> ③ (개정안 제2항과 같음)

- 한국언론진흥재단은 정부광고통합지원시스템을 통해 집행내역을 이미 공개 중으로 법 조항 신설에 공감하나, 개정안의 공개범위 제3호의 ‘광고의 위치(해당 지면, 방송프로그램명, 인터넷

주소 등을 포함한다)’는 매체 특성에 따라 현실적 반영이 불가하므로 현재 공개 중인 범위와 일치시키는 ‘유형(인쇄, 방송, 인터넷, 옥외, 해외)’으로 변경 필요하다는 의견을 제시하였음.

○ 또한, 국가정보원은 현행 체계에서도 중대성을 감안해 비공개 대상으로 분류하고 있는 사항에 대해서는 집행내역 공개 예외 사유로 정하는 조항 신설하는 것을 검토할 필요가 있어 보인다는 의견을 제시하였음.

○ 아울러 한국신문협회는 정부광고를 집행한 홍보매체와 집행금액, 게재일자, 크기 등 매체별 집행세부내역을 상시적으로 공개하는 것은 민간 기업인 신문사의 영업비밀 침해 소지가 있는바, 홍보매체별 광고집행 총금액 공개만을 통해 집행 투명성을 확보하는 것을 고려할 필요가 있다는 의견을 제시하였음.

4. 유사 정부광고를 의뢰하거나 게재한 자, 정부광고 표시 의무를 위반한 자에게 과태료 부과(안 제17조 신설)

가. 개정안 요지

○ 유사 정부광고를 의뢰하거나 게재한 자, 광고료가 지급된 사실을 표시하지 않은 자에게 5천만원 이하의 과태료를 부과하도록 함(안 제17조 신설)

나. 개정안 조문대비표

현행	개정안
<신설>	제17조(과태료) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 5천만원 이하의 과태료를 부과한다. 1. 제9조제1항을 위반한 유사 정부광고를 의뢰하거나 게재한 자 2. 제9조제2항을 위반하여 적합한 표시를 하지 아니한 자

다. 검토사항

- 현행제도는 현행법 제9조의 유사 정부광고 등 금지에 대해서 의무이행 확보수단을 두지 않고 있어 이에 개정안은 안 제9조제1항의 유사광고 금지 의무와 안 제9조제2항의 정부광고에 정부광고료가 지급된 사실을 표시할 의무를 위반한 경우에 과태료를 부과함으로써, 제도의 실효성을 강화하려는 취지로 보임.
- 이에 대해서는 현행법상 다른 의무이행 확보수단과 비교해 불이익의 정도가 적정한지에 대해 검토할 필요가 있다고 보임.
- 현행법상 「정부광고법」 제5조의 정부기관등의 장이 정부광고를 문화체육관광부장관에게 의뢰할 의무를 위반하는 경우에 동법

제13조⁷⁾에 따라 문화체육관광부장관이 시정조치를 요구할 수 있고, 아울러 동법 제14조⁸⁾에 따라 국회에 위반 현황을 보고하도록 규정하고 있음.

- 동법 제5조는 정부광고를 하려는 자로 하여금 문화체육관광부장관에게 정부광고를 의뢰할 의무를 규정하고 있고, 이는 정부광고 제도의 핵심적인 의무라 할 수 있음에도 이를 불이행한 경우 시정조치 등을 요구할 뿐 별도의 처벌규정을 두지 않음.
- 그런데, 안 제9조제1항 및 제2항의 유사광고 금지 등 의무 위반에는 시정조치 요구에 비해 상대적으로 강한 불이익 처분인 과태료를 부과하도록 한다면 유사한 의무에 대한 이행 확보 수단간의 차이가 크게 부각될 수 있다는 점을 신중히 검토할 필요가 있어 보임.⁹⁾
- 한편, 개정안을 채택하는 경우에는 과태료 부과·징수권자를 명확히 규정할 필요가 있다고 봄.

7) 「정부광고법」 제13조(시정조치 요구) 문화체육관광부장관은 정부기관등의 장이 제5조를 위반한 경우 시정조치를 요구할 수 있다. 이 경우 정부기관등의 장은 이에 따라야 한다.

8) 「정부광고법」 제14조(국회 보고) 문화체육관광부장관은 정부광고에 대한 집행내용, 제5조를 위반한 정부기관등의 현황 및 제13조에 따른 시정조치 요구 현황과 시정조치 결과 등을 다음 연도 5월 31일까지 국회에 보고하여야 한다.

9) 이를 감안하여 안 제9조제1항 및 제2항 위반에 대해서도 동법 제13조 및 제14조에 따라 시정조치 및 국회 보고를 적용하고, 과태료 규정은 신설하지 않는 방안을 고려할 수 있음.

개정안	수정의견
제17조(과태료) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 5천만원 이하의 과태료를 부과한다. 1. 제9조제1항을 위반한 유사 정부광고를 의뢰하거나 게재한 자 2. 제9조제2항을 위반하여 적합한 표시를 하지 아니한 자 <신 설>	제17조(과태료) ① (안 제17조와 같음) ② 제1항에 따른 과태료는 대통령령으로 정하는 바에 따라 문화체육관광부 장관이 부과·징수한다.

○ 개정안에 대해 문화체육관광부는 다음과 같은 의견을 제시하였음.

- 동법 제5조를 위반하여 문화체육관광부 및 한국언론진흥재단에 의뢰하지 않고 광고를 직접 시행하는 경우 동법 제13조 및 제14조에 따라 시정조치 요구, 국회 보고 등의 행정조치를 취하는데 비해, 유사 정부광고 의뢰·게재 행위 및 정부광고 표시 의무 위반 행위에 과태료를 부과하는 것은 과도하다는 지적이 있을 수 있고,

- 안 제2조 및 제9조가 시행되면 협찬·협찬고지 관련 법적근거가 명확해지므로, 정부기관 등이 법령 해석 오류나 인식 부족으로 위반하는 사례가 감소할 것이고, 언론재단이 광고 검수 과정에서 적합한 표시 의무를 이행하지 않은 것을 확인한 경우 광고료 지급 제한 등의 조치가 가능하다는 점을 고려할 때, 추가적인 과태료 부과 처분은 논란 발생의 우려가 있음
- 또한 과태료 부과대상이 홍보매체 ‘게재’까지 이뤄진 경우를 지칭하는지, 단순히 ‘의뢰(문의)’만 하는 경우도 해당하는 지도 불명확하여 해석·운용상 혼란을 초래할 우려가 있어 신중한 검토가 필요함.
- 한국언론진흥재단은 개정안이 정부광고법 제5조(광고의뢰)의 의무행 확보수단(시정조치, 국회보고)과 형평성이 맞지 않는 조항으로 수용하기 어렵다는 의견을 제시하였음.
- 아울러 한국신문협회는 안 9조를 신중하게 검토해야하는만큼 안 17조를 삭제하는 것으로 논의하여야한다는 의견을 제시하였음.

문 의 처
02)6788-5380

참고1

타 부처 및 공공기관, 협회 등 의견

부처 및 단체명 (의견제출일자)	의견 주요내용
국가정보원 (‘25.5.13.)	• (개정안 제14조의2) 정부광고의 집행내역 공개에 대한 예외 조항 (공공기관의 정보공개에 관한 법률 제9조제1항 각 호 사유 비공개) 신설 필요 - 국가정보원 광고 집행내역에는 정보기관의 조직과 예산에 관한 사항이 포함되어 있어 「국가정보원법」 제8조(조직 등의 비공개) 및 제16조(예산회계)가 규정한 비공개 대상 정보에 해당 * 대법원은 “국회에 대한 관계에서조차 국정원 예산내역의 공개를 제한함은 그 밖의 관계에서도 비공개로 한다는 것을 전제”하며 “예산내역에는 예산 집행내역도 포함된다”고 판시(2010두14800) - 비공개 대상 정보임에도 의무적으로 공개토록 할 경우 「공공기관의 정보 공개에 관한 법률」에 따른 정보 비공개 취지와도 상충
한국언론진흥재단 (‘25.5.9.)	• (개정안 제2조제3호) 유료협찬은 정부광고에 해당되어 정부광고법이 적용됨을 명확히 표시함으로써 수범자의 혼란을 방지하므로 수용. 단, 정부광고에 해당하는 협찬을 ‘광고등을 목적으로 홍보매체의 제작을 유료로 지원하는 협찬’으로 규정할 경우 ‘광고 등의 목적 유무’에 대해 법령해석과 적용상의 혼란이 발생할 수 있으므로 ‘<u>홍보매체에 노출되는 형태의 유료 협찬</u>’으로 규정하는 것이 바람직 • (개정안 제9조제1항) 단서 조항에 ‘광고등의 목적이 아닌 경우’에 대해 법령해석과 적용상의 혼란이 예상되는바, 제2조제3호 수정안과 함께, 제1항 단서 조항을 ‘<u>다만, 문화체육관광부장관이 별도로 정하는 경우에는 그러하지 아니하다</u>’로 수정 필요 • (개정안 제9조제2항·제3항) 홍보매체에 광고료를 받았는지 여부를 표시하는 주체는 매체사업자로서 <u>적합한 표시기준 설정 등 매체사의 행위를 규율하는 사항은 매체 특성, 관련 법령 등 신중검토 필요. 협찬이 아닌 일반광고</u>는 이미 광고로 충분히 인지되는 상황으로 집행에 수반되는 절차적 비용만 증가되므로 <u>광고 표시의무 제외 필요</u> • (개정안 제10조제1항, 제14조의2) 정부광고통합지원시스템을 통해 집행내역을 이미 공개 증으로 법 조항 신설에 공감. 다만, 개정안의 공개범위 제3호의 ‘<u>광고의 위치(해당 지면, 방송프로그램명, 인터넷 주소 등을 포함한다)</u>’는 매체 특성에 따라 현실적 반영이 불가하므로 현재 공개 중인 범위와 일치시키는 ‘<u>유형(인쇄, 방송, 인터넷, 옥외, 해외)</u>’으로 변경 필요 • (개정안 제17조) 정부광고법 제5조(광고의료) 의무이행 확보 수단 (시정조치, 국회보고)과 형평성이 맞지 않는 조항으로 수용 곤란

한국신문협회 (‘25.5.15.)	• (개정안 제2조제3호 및 제9조제1항) 정부기관등의 유사 정부광고 금지 개정 조항은 광고주의 광고 선택권과 자율성을 과도하게 침해하고 방송은 현행 방송법상 ‘협찬고지’ 근거조항으로 협찬이 허용되나, 신문은 협찬이 금지되는 차별적 규정임. 홍보매체의 협찬고지가 있는 경우 이를 허용하는 현행 규정 유지가 타당함 • (개정안 제9조제2항) 현재 신문사는 협찬을 통한 기획기사 등은 어느 기관의 지원을 통해 게재되었는지 표시하고 있는 만큼 개정 법익을 이미 달성한바, 편집권과 관련된 사항은 법적 제재보다 자율규제에 맡기는 게 바람직함 • (개정안 제14조의2) 정부광고를 집행한 홍보매체와 매체별 집행 세부내역(집행금액, 게재일자, 크기 등)을 상시적으로 공개하는 것은 민간 기업인 신문사의 영업 비밀 침해 소지가 있는바, 홍보매체별 광고집행 총금액 공개만을 통해 집행 투명성을 확보하는 게 바람직함 • (개정안 제17조) 개정안 제9조 정부기관 등의 유사 정부광고 금지 조항이 타당성을 결여했으므로 과태료 조항 삭제가 타당함
-------------------------------	---

참고2

제22대 국회 유사 법률안 제출 현황

법률명 (의안번호)	주요내용(조항)	발의일	심사경과
정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 (2203124)	유사 정부광고를 홍보매체에 의뢰하거나 게재한 정부기관 등에게 5천만원 이하의 과태료 부과 (안 제17조 신설)	'24.8.23.	문체위원회 (소위 회부)
정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 (2205922)	- 문체부장관이 정부광고 시행상황 점검 의무화 (안 제6조제3항 신설) - 홍보매체가 시행한 정부광고가 위법·부당한 경우 1년 범위 내에서 정부광고 매체에서 제외 (안 제6조제4항 신설)	'24.11.27.	문체위원회 (소위 회부)