

정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률안 (노웅래의원 대표발의)

의안 번호	726
----------	-----

발의연월일 : 2016. 7. 7.

발 의 자 : 노웅래 · 이개호 · 박홍근
윤후덕 · 조배숙 · 박광온
장병완 · 장정숙 · 주승용
이찬열 의원(10인)

제안이유

현재 중앙정부 및 지방자치단체, 공공기관 등은 각각의 필요에 따라 정책의 홍보 및 공고 등의 목적을 위해 다양한 방식으로 광고행위를 하고 있음.

2010년부터 2014년까지 정부기관 등이 집행한 광고비는 2조2,254억 원에 이르는 막대한 금액이며, 인쇄광고가 9023억원(40.5%)에 달했고, 방송광고 5840억원(26.2%), 옥외광고 4201억원(18.9%), 인터넷광고 1998억원(9%), 제작·기타광고 1192억원(5.4%)가 집행되었음(2015년 국정감사 자료).

이러한 정부기관 등의 광고는 시행근거가 법률이 아닌 국무총리 훈령 「정부광고 시행에 관한 규정」에 따라 시행되고 있으며, 문체부장관의 광고업무 대행 지정에 의거 국내매체 광고는 한국언론진흥재단이, 해외매체 광고는 국제방송교류재단이 대행하고 있음.

그러나 정부기관 등의 광고대행을 준정부기관인 언론진흥재단에서 독점하고 있고 이를 법률이 아닌 훈령으로 규정하고 있는 것은 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률」을 위반하고 있는 것임.

아울러 정부광고의 시행에 있어 일부 매체에 광고가 편중되어 있는 사실이 국회 국정감사에서 지적되는 등 정부광고 시행에 대한 법적 기준 강화가 필요하다는 요구가 확산되고 있음.

이에 정부광고에 대한 공정성과 투명성을 높이고 제도 운영에 대한 문제점을 보완하기 위해 「정부기관 및 공공기관 등의 광고시행에 관한 법률안」을 제정할 필요가 있음.

주요내용

- 가. 문화체육관광부장관은 정부의 예산을 절감하고 효과적인 광고를 위하여 정부기관 등의 광고 업무를 지원하도록 함(안 제4조).
- 나. 정부광고 홍보매체의 다양성 증진을 위한 조사·연구 등을 위해 정부광고시행 심의위원회를 두도록 함(안 제5조).
- 다. 문화체육관광부장관은 정부기관 등으로부터 광고의뢰를 받은 경우 정부광고 홍보매체를 선정하되 광고의 목적, 국민의 보편적 접근성 보장, 홍보매체 간의 형평성 등을 고려하여 홍보매체를 선정하도록 하고, 정부광고의 효율성을 높이고 광고 질서를 확립하기 위하여 발행부수와 유가부수를 신고·검증·공개한 신문 및 잡지에 정부광고를 우선 배정할 수 있도록 함(안 제7조).

- 라. 정부광고를 우선 배정받고자 하는 일간신문 및 잡지를 경영하는 사업자는 문화체육관광부장관이 지정하는 기관에 신문사업에 관한 사항을 신고해야 함(안 제8조제1항).
- 마. 문화체육관광부장관이 지정하는 기관은 신문사업에 관한 사항을 검증·공개해야 함. 단, 검증의 경우 복수의 검증기관을 지정해야 하며 부수 검증 기준은 정가 또는 80%이상 수금으로 하되 구체적인 사항은 대통령령으로 정함(안 제8조제2항·제3항).
- 바. 정부광고 형태 이외에 언론사의 지면이나 방송시간을 실질적으로 구매하는 일체의 홍보행태를 금지함(안 제10조).
- 사. 문화체육관광부장관은 필요하다고 인정하는 경우 정부광고 업무를 문화체육관광부장관이 지정하는 기관이나 단체에 위탁할 수 있도록 함(안 제11조).
- 아. 문화체육관광부장관은 위탁한 사무의 처리에 관하여 수탁기관을 지휘·감독하며, 필요하다고 인정하는 경우 수탁기관에 대하여 위탁한 사무에 관하여 필요한 지시를 하거나 조치를 명할 수 있도록 함(안 제12조).

정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률안

제1조(목적) 이 법은 정부기관 또는 공공법인에서 각 홍보매체에 게재하는 정부광고에 관한 사항을 규정함으로써 정부광고의 효율성 및 공익성 향상에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) ① “정부기관”이란 「정부조직법」에 따른 국가행정기관, 「지방자치법」 제2조제1항 각 호에 따른 지방자치단체 및 같은 조 제3항에 따른 특별지방자치단체를 말한다.

② “공공법인”이란 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조제1항에 따라 지정된 공공기관, 「지방공기업법」에 따른 지방공기업 및 특별법에 따라 설립된 법인을 말한다.

③ “정부광고”란 정부기관 또는 공공법인이 국내외에 알리기 위하여 홍보매체에 의뢰하여 시행하는 고지 행위를 말한다.

④ “홍보매체”란 국내외 일간신문, 주간신문, 인터넷신문, 방송, 통신, 월간잡지, 각종 화보 등 간행물과 전파매체, 교통광고 및 그 밖에 문화체육관광부 장관이 지정하는 매체를 말한다.

제3조(적용범위) 정부기관과 공공법인(이하 “정부기관 등”이라 한다)의 광고에 관하여 다른 법에서 특별히 정한 경우를 제외하고는 이 법으로 정하는 바에 따른다.

제4조(직무) 문화체육관광부장관은 정부의 예산을 절감하고 효과적인 광고를 위하여 정부기관 등의 광고 업무를 지원한다.

제5조(정부광고시행 심의위원회) ① 정부광고 홍보매체에 관한 다음 각 호의 사항을 심의·조정하기 위하여 문화체육관광부에 정부광고시행 심의위원회(이하 “위원회”라 한다)를 둔다.

1. 정부광고의 매체별·지역별 배분원칙 수립을 위한 기준 제정
2. 정부광고 홍보매체의 점유율 조사 및 산정
3. 정부광고 홍보매체의 다양성 증진을 위한 조사·연구
4. 정부광고 홍보매체 편중성 해소를 위한 조사 및 조정
5. 소외 지역 및 계층에 대한 정부광고 확대 방안 마련
6. 선전형식의 정부광고 형태 이외의 홍보 형태 조사 및 지도
7. 그 밖에 정부광고 홍보매체의 다양성·공익성 보장을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

② 위원회는 위원장 1명을 포함한 9인으로 구성하되, 위원은 신문, 방송, 인터넷, 광고, 간행물 등에 관하여 전문성과 경험이 풍부한 자 중에서 문화체육관광부장관이 위촉한다.

③ 위원은 광고 및 언론에 관한 식견이 있는 자 가운데에서 문화체육관광부장관이 위촉하되, 다음 각 호에 해당하는 자를 포함하여야 한다.

1. 국회의장이 추천하는 3인
2. 한국광고주협회·한국언론학회·한국신문협회·한국방송협회가

추천하는 각 1인

- ④ 위원의 임기는 3년으로 하되, 1회에 한하여 연임할 수 있다.
- ⑤ 위원에 결원이 있는 때에는 결원된 날부터 30일 이내에 제3항에 따라 결원된 인원을 위촉한다. 보궐위원의 임기는 전임자 임기의 남은 기간으로 한다.
- ⑥ 문화체육관광부장관은 제1항의 위원회의 심의 및 조치사항을 공개하여야 한다.

제6조(광고의뢰) 정부기관 등의 장은 소관업무에 관하여 홍보매체에 광고를 의뢰하려는 경우 소요 예산, 내용 등 광고에 필요한 사항을 명시하여 미리 문화체육관광부장관에게 요청하여야 한다.

제7조(광고배정) ① 문화체육관광부장관은 정부기관 등으로부터 광고의뢰를 받은 경우 정부광고 홍보매체를 선정하되 광고의 목적, 국민의 보편적 접근성 보장 등을 고려하여 홍보매체를 선정하여야 한다. 다만, 「지방자치법」 제2조제1항 각 호에 따른 지방자치단체 및 같은 조 제3항에 따른 특별지방자치단체, 「지방공기업법」에 따른 지방공기업의 광고는 해당 기관의 의견을 고려하여 홍보매체를 선정할 수 있다.

- ② 문화체육관광부장관은 정부기관 등으로부터 광고의뢰를 받은 경우 홍보매체 간의 형평성 등을 고려하여 선정해야 한다.
- ③ 문화체육관광부장관은 신문 및 잡지에 광고하는 경우에는 정부광고의 효율성을 높이고 광고 질서를 확립하기 위하여 발행부수와

유가부수를 신고·검증·공개한 신문 및 잡지에 정부광고를 우선 배정할 수 있다.

④ 기타 광고배정의 구체적인 기준은 대통령령으로 정한다.

제8조(자료의 신고 등) ① 제7조제3항에 따라 정부광고를 우선 배정받 고자 하는 신문 및 잡지를 경영하는 사업자는 당해 법인의 결산일 부터 5월 이내에 직전 회계연도의 신문사업에 관한 다음 각 호의 사항을 문화체육관광부장관에게 신고하여야 한다.

1. 전체 발행부수 및 유가 판매부수

2. 구독수입과 광고수입

② 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 신고사항을 검증·공개하여 야 한다.

③ 제2항에 따른 검증에 있어서 문화체육관광부장관은 복수의 검증 기관을 지정·고시하여야 한다. 유료부수 검증 기준은 정가 또는 8 0%이상 수금으로 하되 제1항 및 제2항의 신고·검증 및 공개에 관한 구체적인 사항은 대통령령으로 정한다.

제9조(소요경비 지출) ① 문화체육관광부장관은 광고료 및 광고에 소 요된 경비의 청구가 있을 때에는 이를 확인하여 광고를 요청한 기 관에 송부하여야 한다.

② 광고료 및 광고에 소요된 경비는 제1항에 따른 광고요청기관에 서 부담하여야 한다.

제10조(정부기관 등의 유사 정부광고 금지 등) 정부기관 등은 제2조제

3항에 따른 정부광고 형태 이외에 언론사의 지면이나 방송시간을 실질적으로 구매하는 일체의 홍보행태를 할 수 없다.

제11조(광고 업무의 위탁) ① 문화체육관광부장관은 필요하다고 인정하는 경우 제6조부터 제9조까지에 따른 광고 업무를 문화체육관광부장관이 지정하는 기관이나 단체에 위탁할 수 있다.

② 제1항에 따라 광고 업무를 위탁받은 기관이나 단체(이하 “수탁기관”이라 한다)는 대통령령으로 정하는 바에 따라 수수료를 징수할 수 있다.

제12조(지휘·감독) ① 문화체육관광부장관은 제11조제1항 및 제8조제3항에 따른 기관을 지휘·감독하며, 필요하다고 인정하는 경우 사무의 처리에 관하여 필요한 지시를 하거나 조치를 명할 수 있다.

② 문화체육관광부장관은 제11조제1항 및 제8조제3항에 따른 기관에 대하여 필요한 사항을 보고하게 할 수 있다.

③ 문화체육관광부장관은 제11조제1항 및 제8조제3항에 따른 기관의 사무 처리가 위법 또는 부당하다고 인정하는 경우 그 처분을 취소하거나 정지시킬 수 있다.

④ 문화체육관광부장관은 제3항에 따라 해당 사무를 취소 또는 정지시키고자 하는 경우 그 취소 또는 정지의 사유를 문서로 기관에 통보하고 미리 의견진술의 기회를 주어야 한다.

제13조(정부광고 예산 등에 대한 국회 보고) 문화체육관광부장관은 정부광고에 대한 집행계획, 내용, 예산 등을 매년 국회에 보고하여야

한다.

제14조(벌칙 적용에서 공무원 의제) 제11조제1항에 따라 위탁받은 업무에 종사하는 자가 정부광고 업무를 수행하는 경우에는 「형법」 제129조부터 제132조까지에 따른 벌칙의 적용에서는 공무원으로 본다.

제15조(과태료) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 2천만원 이하의 벌금에 처한다.

1. 제6조를 위반하여 문화체육관광부장관에게 광고의뢰를 하지 아니한 자
2. 제7조를 위반하여 광고배정을 한 자
3. 제8조를 위반하여 자료를 신고·검증·공개하지 아니한 자
4. 제10조를 위반한 자

부 칙

이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.