

세계보건기구 담배규제기본협약의 이행을 위한 가이드라인 개발의 동향

Adoption of the Guidelines for the Implementation of the Framework Convention on Tobacco Control

최은진 한국보건사회연구원 연구위원

1. 서론

담배규제기본협약은 World Health Organization가 주관하는 첫번째 조약이다. 높은 수준의 건강권을 확보하려는 근거중심의 조약이며, 약물의 중독성 문제만을 제기하는 것이 아니라 공급과 수요의 감소를 중요시한다는 데 의의가 있다.

담배규제기본협약은 2차례의 실무회의와 6차례의 협상회의를 거쳐 2003년 5월 21일 제53차 보건총회(World Health Assembly)에서 192개 WHO 회원국의 만장일치로 채택되었다. 2004년 11월 30일 협약 발효의 필요조건인 40개국이 비준함으로써 2005년 2월 27일부터 발효되었다. 2008년 11월 28일 기준 담배규제기본협약에는 168국이 서명하고, 161개국이 비준하였다.

우리나라는 2003년 7월 21일 협약에 서명하였으며, 2005년 5월 비준하였다. 우리나라가 비준국이 됨에 따라 비준일 기준 90일 이후부터 FCTC 이행의무가 부여되었고, 담배규제기본협

약에 따라 국내법제도를 수정하여야 한다.

- 제11조 담배제품의 포장 및 라벨에 대한 규제: 협약 발효 3년 이내 ⇒ 2008년
- 제13조 담배제품의 광고, 판촉 및 후원에 대한 전면적 금지 또는 규제: 협약 발효 후 5년 이내 ⇒ 2010년까지
- 제21조 이행보고서 제출: 협약비준 후 2년, 5년차, 8년차에 제출 (우리나라는 2007년 첫번째 이행보고서 제출, 2010년 두번째 이행보고서 제출예정)

2006년 2월 6일~2월 17일 비준국들이 모여서 첫 번째 당사국 총회를 스위스 제네바에서 개최하였다. 2007년 6월 29일~7월 6일에는 두 번째 당사국 총회를 태국 방콕에서 개최하였다. 2008년 11월 17일~22일에는 제3차 당사국 총회가 남아프리카 공화국 더반에서 개최되었다.

담배규제기본협약의 내용은 총11장 38조항으로 구성되어 있다. 주요 내용은 담배규제기본협약의 목적, 담배수요감소조치, 담배공급감소조치, 환경 및 건강보호조치 등을 포함하고 있

고(표 1 참조), 조약의 형태는 여타 다자조약과 비슷한 구성을 하고 있다. FCTC에서는 협약의 이행을 위한 가이드라인 개발 및 의정서 개발을 추진해 왔고, 제3차 총회까지 총 4개의 가이드라인이 승인되었다. 본 논고에서는 이 가이드라인의 개요를 소개하고자 한다.

표 1. 담배규제기본협약의 내용 및 가이드라인 개발현황

	조항	주요 내용	가이드라인 개발 및 승인 현황
제1장 도입	제1조~ 제2조	협약의 주요 개념과, 이 협약과 기타 협정 및 법적 문서와의 관계 규정	
제2장 목적, 기본 원칙 및 일반의무	제3조~ 제5조	담배규제기본협약의 목적 당사국이 지침으로 따라야 하는 기본원칙 및 포괄적인 일반의무 규정	• 제5.3조(3차총회에서 승인)
제3장 담배수요 감소 조치	제6조~ 제14조	가격 및 조세 조치(제6조), 비가격조치(제7조), 금연 구역 설치(제8조), 담배성분의 조사(제9조) 및 공개(제10조), 담배제품의 포장 및 라벨 규제(제11조), 교육·훈련(제12조), 광고·판촉·후원 규제(제13조), 금연 프로그램 활성화(제14조)	• 제8조(2차총회에서 승인) • 제9조 및 10조(가이드라인 개발을 위한 작업반 운영) • 제11조(3차총회에서 승인) • 제12조(가이드라인 개발을 위한 작업반 운영, 아국참여) • 제13조(3차총회에서 승인) • 제14조(3차총회에서 가이드라인 개발을 위한 작업반 신설, 아국 참여예정)
제4장 담배 공급 감소 조치	제15조 ~ 제17조	담배제품의 불법거래(제15조) 미성년자의 담배 판매 및 구매(제16조) 담배공급의 변화로 인하여 경제적 불이익을 받게 되는 노동자, 경작자 등에 대한 대체활동 지원(제17조)	• 제15조 관련 의정서 개발중 • 제17조 및 18조(3차총회에서 가이드라인 개발을 위한 작업반 신설)
제5장 환경 및 건강 보호	제18조	담배 경작 및 제조와 관련 있는 환경을 보호하고 그 환경과 관련 있는 사람의 건강을 보호	
제6장 책임과 관련된 문제	제19조	형·민사상 책임 문제 관련 각 당사국이 재량적으로 입법상의 조치 및 기존 법률축진의 필요성을 판단할 수 있도록 규정	-
제7장 과학·기술 협력과 정보 교류	제20조 ~ 제22조	개도국과 체제전환국의 특수한 상황을 고려한 과학·기술 협력과 정보교류에 대하여 규정	-
제8장 제도적 장치 및 자원	제23조 ~ 제25조	당사국 총회(제23조), 사무국(제24조), 당사국 총회와 국제기구간의 관계(제25조) 및 자원에 관한 규정	-

〈표 1〉 계속

	조항	주요 내용	가이드라인 개발 및 승인 현황
제9장 분쟁해결	제27조	당사국간 분쟁이 발생하는 경우, 관련 당사국은 교섭, 주선, 중개, 조정 등의 방법을 활용하여 분쟁의 해결을 도모	-
제10장 협약의 발전	제28조 ~ 제29조	향후 분야별로 구체적인 이행에 관한 의정서를 채택하거나, 기술적인 사항에 관하여 부속서를 추가할 수 있음을 규정하고 있음.	-
제11장 최종조항	제30조 ~ 제38조	유보(제30조), 탈퇴(제31조), 투표권(제32조), 의정서(제33조), 서명(제34조), 비준, 수락, 승인, 공식확인, 가입(제35조), 협약의 발효(제36조), 수탁자(제37조), 정본(제38조), 서명자, 채택장소에 관하여 기술하고 있음.	-

2. 협약 제8조의 이행을 위한 가이드라인 개요

1) 목적

- 당사국들이 제8조에서 부여한 의무를 수행하도록 돕기 위해 마련된 본 지침은 최선의 근거와 담배 연기 노출을 감소하기 위한 효과적인 조치들을 성공적으로 실행해온 당사국들의 경험을 바탕으로 마련된 것이다.
- 본 지침은 효과적으로 간접흡연으로부터 보호하기 위해 필요한 조치들을 상술하고 있다. 당사국들에게 협약에 따르는 법적 의무를 수행하기 위해서만이 아니라 공중보건을 보호하기 위해서 이 지침을 사용하도록 권고하는 데 목적이 있다.
- 이 가이드라인에는 두 가지 목표가 있다. 첫째는 제8조에 따른 당사국의 의무사항

을 명확히 하는 것이고, 둘째는 담배 연기 노출로부터 사람들을 효과적으로 보호하기 위해 필요한 주요 법적 요소들을 분명히 하는 것이다.

2) 원칙

- 원칙 1: 협약 제8조에서의 담배 연기 노출로부터의 보호를 하기 위한 효과적인 조치들에 따라 100% 담배 연기 없는 환경을 만들기 위해 특정 장소나 환경에서 담배 연기 및 흡연을 전면적으로 없애야 한다
- 원칙 2: 모든 사람은 담배 연기 노출로부터 보호되어야 하므로, 모든 실내 작업장과 실내 공공장소는 금연구역이어야 한다.
- 원칙 3: 담배 연기 노출로부터 사람들을 보호하기 위해서는 간단명료하고 강제적인 법제정이 필요하다.
- 원칙 4: 금연 법률의 실행과 강제가 성공적

- 이기 위해서는 계획과 충분한 자원의 확보가 필수적이다.
- 원칙 5: 금연 조치들의 지지와 순응을 위해 시민 사회가 중심 역할을 할 수 있으며 법률의 개발 및 실행 과정에 적극적 동반자로 포함시켜야 한다.
 - 원칙 6: 금연 법률의 실행, 강화, 그것의 영향은 모두 감시되고 평가되어야 한다.
 - 원칙 7: 담배 연기 노출로부터의 보호는 필요할 경우 법개정 등을 통해 강화되고 확대되어야 한다.

3) 주요 권고사항

- 8조의 이행과 관련하여 정부는 전반적(universal)인 보호를 제공할 의무가 있다. 간접흡연 감소를 위한 효과적인 법률제정의 범위는 (1) 실내 작업장, (2) 실내 공공장소, (3) 대중교통, (4) "기타 공공장소" 등이다.
- 간접흡연의 안전한 수준은 존재하지 않으며 환기, 공기 여과, 흡연구역 등 공학적인 접근방법은 담배 연기 노출로부터 보호하지 못한다는 점도 명시하고 있다. 작업에 사용되는 운송수단(택시, 구급차 등)을 포함해서 모든 실내 혹은 밀폐 작업장에는 보호조치가 필요하다.
- 효과적인 법률은 영향을 받는 사업자와 개별 흡연자 모두에게 순응의 법적 책임을 부과해야 하며 사업자에게는 반드시 적용되고 개인에게도 가능할 수 있는 처벌이 위반에 대해서 취해져야 한다. 강제는 주로 사업체에 초점이 맞춰진다. 법률은 소

- 유주, 관리인 혹은 다른 책임자의 순응의 의무를 부여해야 하며 취해야 할 조치를 명확히 알려야 한다.
- 대중이 이해하고 법제정 노력에 대한 지원을 확보하기 위해서 정부기관은 시민사회와 협력하여 간접흡연의 위험에 대하여 지속적인 캠페인을 통해 대중과 사회지도층 사이에 인식을 확산하는 것이 중요하다고 권고하고 있다. 주요 이해당사자에는 사업가, 음식 및 숙박 관련자, 고용주 단체, 무역조합, 매체, 보건의료인, 아동 대표 조직, 종교기관, 학계 및 일반 대중이 포함된다. 인식확산 노력에는 법률 개발 과정에 영향을 받는 사업가 및 다른 조직들의 자문이 포함되어야 한다.
 - 간접흡연에 대한 홍보를 위한 주요 전달 내용은 간접흡연 노출에 의한 피해, 실내 금연이 담배 연기 노출로부터 완전히 보호할 수 있는 과학에 근거한 유일한 해결책이라는 사실, 모든 근로자는 법에 의해 동등하게 보호받을 권리가 있다는 점, 점점 더 많은 관할권에서의 경험이 보여준 바와 같이 금연 환경은 건강과 경제 모두에 편익을 주기 때문에 건강과 경제 사이의 교환(trade-off)은 없다는 사실 등에 초점을 맞추어야 한다. 대중 교육 캠페인은 또한 개인 가정과 같이 법률제정이 가능하거나 적합하지 않은 장소도 겨냥해야 한다.
 - 효과적인 간접흡연정책의 평가를 위한 과정지표
 - (a) 일반 인구집단 및 가능하다면 슬집 종사자 등 특수 집단의 금연 정책에 대한

- 지식, 태도, 지지,
- (b) 금연 정책의 강제성 및 순응도
- 효과적인 간접흡연정책의 평가를 위한 결과지표
 - (c) 작업장 및 공공장소에서 근로자의 간접흡연 노출 감소
 - (d) 작업장(특히 음식점) 및 공공장소에서 공기 중 간접흡연의 성분 감소
 - (e) 간접흡연에 기인한 상병 및 사망의 감소
 - (f) 개인 가정에서 간접흡연 노출의 감소
 - (g) 흡연을 및 흡연 관련 행태의 변화
 - (h) 경제적 영향

3. 협약 제5.3조 이행을 위한 가이드라인 개요

1) 목적

- 이 가이드라인의 목적은 담배업계의 상업성 및 다른 기득권으로부터 담배규제정책을 종합적이고 효과적으로 보호하는 데 있다.
- 이 가이드라인의 목표는 협약5.3조와 관련하여 국가들이 의무 이행하는 것을 보조하는 데 있다. 담배회사의 사회책임경영(corporate social responsibility)은 본질적으로 모순되며¹⁾, 담배회사의 중심기능은 담배규제관련 공중보건정책의 목표와 상충

된다는 점을 분명히 하고 있다.

2) 원칙

- 원칙 1: 담배업계의 관심과 공중보건정책의 관심 간에는 근본적 및 타협할 수 없는 갈등이 있다.
- 원칙 2: 담배업계나 담배업계의 이익을 증대하기 위해 일하는 문제를 다루게 되는 당사국은 신뢰할 수 있고 투명해야 한다.
- 원칙 3: 당사국은 담배업계 및 그 이익을 위해 일하는 사람들이 믿을 수 있고 투명하게 하도록 요구해야 한다.
- 원칙 4: 담배 상품이 치명적이므로 담배업계가 사업을 시작하거나 운영하도록 허가되지 않도록 해야 한다.

3) 주요 권고사항

- 당사국의 담배규제 정책을 방해하는 담배업계의 전략과 담배상품의 중독성과 위해성을 대중에게 높이 인식시켜야 한다. 당사국정부는 모든 정부관계부처와 대중이 담배회사가 "사회적으로 책임있는"(socially responsible) 활동의 목적과 범위를 인식할 수 있도록 조치를 취해야 한다.
- 공중보건정책에서 담배업계의 방해전략을 알리는 데 다음의 중요한 활동이 권고 된다:
 - (1) 당사국의 담배규제정책을 방해하는 담

1) 자료: WHO. *Tobacco industry and corporate social responsibility - an inherent contradiction*. Geneva, World Health Organization, 2004.

배업계와 담배상품의 중독성과 위해성을 인식시키는 것

(2) 담배업계와 상호교류를 제한하는 정책을 수립하고 상호작용의 투명성을 명확히 함.

(3) 담배업계와의 파트너십이나 구속력 없는 협약 등을 거부함.

(4) 정부 공무원과 직원의 이해갈등을 피하도록 함.

(5) 담배업계로부터 수집된 정보가 투명하고 정확하도록 요함.

(6) 담배업계에 의한 “사회적으로 책임감 있는 socially responsible” 것으로 설명되는 활동을 규제하고 반정규화(denormalize)하며, “사회책임경영(corporate social responsibility)”으로써의 활동도 포함함.

(7) 담배업계에 면책특권을 주지 않음.

(8) 다른 담배업계나 국가소유담배업계나 같은 방식으로 취급함.

- 정부는 담배회사의 사회적책임경영의 파트너십이나 참여를 승인하거나 지지하지 않도록 해야 한다. 당사국은 연례보고서처럼 법적으로 요구되는 보고서에 있는 지출사항을 제외하고 담배업계나 담배업계의 위임을 받은 개인이 하는 사회적책임경영(corporate social responsibility)활동의 지출비용이 대중에게 공개되지 않도록 권고해야 한다. 왜냐하면 협약 13조에서 이 부분을 담배광고, 판촉, 후원의 행위로 보기 때문이다.

4. 협약 제11조 이행을 위한 가이드라인 개요

1) 목적

- 협약제11조는 각 회원국이 효과적인 담배포장 및 라벨 규정을 의무적으로 도입하고 수행해야 한다(shall)고 규정한다. 조항 11조는 각 회원국에게 WHO협약 발효후 3년의 기간 내에 효과적인 담배포장 및 라벨 규정을 채택하여 시행하도록 요구하고 있다.

2) 원칙

- WHO협약과 의정서의 목적을 달성하고 각 조항들의 성공적인 이행을 위해서, 조항4(article 4)에서는 회원국이 ‘모든 사람은 담배소비(tobacco consumption)및 담배연기의 노출로 인한 건강문제, 중독성, 치명적인 위협 등에 대하여 알아야 한다(should)’는 원칙에 의거하여 이 가이드라인도 개발되었다.

- 잘 디자인된 건강경고 및 메시지는 담배사용(tobacco use)의 위해성에 대한 공공인식(public awareness)을 증가시키고, 이는 비용-효과적인 정보제공 방식이며, 담배소비를 줄이는데 상당한(some)영향을 미치는 근거가 있다. 효과적인 건강경고 및 메시지와 기타 담배상품포장 및 라벨 규정이 담배규제에 접근하는 포괄적이고 통합적인 중요 요인으로 고려되고 있다.

- WHO협약(WHO Framework Convention)

의 조항(article) 20과 22에서 제시된 국제적인 협력과 경험의 공유, 상호지지를 통해 회원국의 역량을 강화하는 것을 중요한 핵심원칙으로 한다.

3) 주요 권고사항

- 주요 권고사항에는 포장에 있는 브랜드 이름 외의 로고, 컬러, 브랜드 이미지, 판촉정보를 금지하는 대책을 수립하도록 권고하고 있고, 담배포장 및 상표에 함량표기, 기한만료 표기를 금하도록 할 것을 권고한다.

- 담배갑(pack)의 건강경고 및 메시지 위치 및 배치는 가시성을 최대화 시키도록 하는 것이 중요하다. 연구결과에 의하면 건강경고 및 메시지가 갑(pack)하단보다 앞면과 뒷면의 상단이 좀 더 가시적이다.

- 건강경고문의 크기 확대: 담배 상품 포장 및 라벨의 건강경고 및 메시지는 주요 표시면의 50% 이상이 권고되며, 30%미만 이어서는 안된다. 회원국은 건강경고 및 메시지의 효과성이 크기(size)에 따라 증가된다는 근거를 전제로, 건강경고 및 메시지가 주요 표시면의 50% 이상을 커버하는지 확인하고, 가능하면 주요 표시면의 많은 부분을 커버하도록 해야 한다.

- 그림경고의 사용: 그림과 문자경고 모두를 사용한 건강경고메시지가 구절만 사용한 것보다 좀 더 효과적이라는 근거가 있다. 그림경고의 저작권은 정부에서 소유하도록 한다.

- 컬러색상의 사용: 건강경고 및 메시지의

사진/그림에 흑백보다는 컬러(full color; 4 color process)사용을 권고하고, 주목성(noticeability)의 증대를 위해 구절의 바탕면에 보색을 선정하고, 건강경고 및 메시지의 구절은 읽기 쉽게 인쇄효과를 최대화해야 한다.

- 경고문의 순환: 주기적으로 메시지를 순환할 것을 권고한다. 건강경고의 범위는 아래와 같다.

- i) 금연에 대한 조언
- ii) 중독성에 대한 경고
- iii) 경제적, 사회적, 환경적인 부작용의 결과(예, 연간 담배상품 구매 비용)
- iv) 간접흡연에 노출되는 영향
- v) 담배사용 결과로 고통을 겪는 사람들의 증언
- vi) 중요한 타인에 대한 담배사용의 영향(예, 간접흡연으로 인한 사랑하는 사람의 조기질병 및 조기사망)

- 다양한 담배제품에 경고문 부착: 회원국은 각 상품과 관련한 특정 건강효과에 좀 더 집중할 수 있도록 다양한 담배상품(시가렛, 시가, 무연담배, 파이프담배, 물담배 등)에 대하여 다양한 건강경고 및 메시지를 사용하도록 권고되고 있다.

- 대상집단에 대한 사전시장성 검사 실시: 의도된 대상집단에 대한 건강경고와 메시지의 효과성을 평가하기 위해서 사전시장성검사(pre-marketing testing)를 해야한다. 사전시장성검사는 비의도적으로 흡연유구를 증가시키고 문화적 적합성 문제처럼 예측하지 못한 결과를 도출할 수 있기 때문

에 중요하다.

- 오도성 포장 및 라벨링 예방: 협약 제11조 1(a)에서는 담배상품의 포장 및 라벨링이 담배의 특성, 건강효과, 위해성 또는 방출물 등에 관하여 거짓, 오해, 기만적 또는 잘못된 인상을 심어줄 것 같은 것들에 의해 담배상품이 개선되지 않았음을 확인해야 한다. 연기장치(smoking machines)에 근거한 타르와 니코틴 양의 담배 마케팅과 함께 'low tar', 'light', 'ultra-light', 'mild'의 용어는 적게 방출하는(so-called low yield) 담배가 많이 방출하는(high yield) 담배보다 덜 해로운 것처럼 암시하여 소비자와 입법자가 오해하도록 유도한다. 타르, 니코틴, 기타 방출물질의 양(yield per cigarette)에 대한 과학적 합의가 있어야 한다. 담배연기를 적게 방출하는 담배가 담배연기에 대하여 좀더 안전하다거나 덜 위험하다는 결정적인 역학적 과학적 증거는 없다. 담배 포장 및 라벨에 함량 표기를 피하고 금지해야 한다.
- 단순한 담배갑 포장: 브랜드 이름 이외의 포장에 로고, 컬러, 브랜드 이미지 또는 선전문구의 사용을 제한 또는 금지하고, 상품명은 표준색과 서체, 또는 단순한 포장에 표기해야 하는 조치를 도입하도록 권고된다. 이것이 건강경고 및 메시지의 이목집중 및 효과성을 증가시킬 수 있고, 담배갑 포장으로 인한 경고 및 메시지로부터 주의 분산을 예방할 수 있고, 일부상품이 다른 상품보다 덜 해롭다고 암시하는 담배 업계의 포장 디자인 기법에 대처할 수 있

는 방법이기 때문이다.

- 지속적인 모니터링과 평가: 담배상품 포장 및 라벨링의 모니터링과 평가는 법 규정을 강화, 확장, 수행하는데 있어 필수적인 정치적 대중적 지지를 증가시키는데 중요하다.
- 규제감독 책임기관이 보건부처가 아닌 경우, 보건부처는 라벨의 세부내용개발에 대한 검토의견을 제시해야 한다.

5. 협약 제13조 이행을 위한 가이드라인 개요

1) 목적

- 가이드라인의 목적은 협약 제 13조 의무조항을 충족시키도록 회원국을 지원하는 것이다. 가이드라인은 담배의 광고, 홍보, 후원 등의 규제조치가 성공적으로 수행되도록 하고, 이러한 포괄적 금지조치를 도입 및 입법화하도록 지침을 제공한다.
- 국가의 헌법적 제한과 관련한 회원국의 사례를 통하여 포괄적인 담배 광고, 홍보, 후원 등의 제한조치를 적용하는 유용한 근거와 회원국의 경험을 바탕으로 가이드라인을 개발하는 데 목적이 있다.

2) 원칙

- 광고, 홍보, 후원은 흡연을 증가시키고, 광고, 홍보, 후원의 포괄적 금지는 흡연을 감소시킨다.

- 효과적인 광고, 홍보, 후원 금지는, 회원국이 WHO협약 조항13.1과 13.2를 인정하는 바, 모든 담배 광고, 홍보, 후원에 포괄적으로 적용해야 한다.
- WHO협약 제1조의 정의에 따라, 모든 담배 광고, 홍보, 후원의 포괄적 금지는 담배상품의 홍보 또는 직·간접적인 흡연 홍보의 목적 및 효과 또는 그와 비슷한 효과를 가지는 상업적 커뮤니케이션, 찬사 또는 모든 행태와 이벤트, 활동 또는 개인 등에게 기부되는 모든 형태에 적용된다.
- 담배 광고, 홍보, 후원의 포괄적 금지에는 초국경 광고, 홍보, 후원이 포함되며, 국외 유출 광고, 홍보 및 후원(회원국 발원지)과 국내 유입 광고, 홍보 및 후원이 포함된다.
- 효과적인 포괄적 금지를 위해 담배 광고, 홍보 및 후원의 제작 및 편성과 배포에 관련된 모든 사람과 단체를 규제해야 한다.
- 강력한 공공보건교육과 지역사회 인식 프로그램에 의해 지지되고 촉진된 효과적인 제재(처벌 등), 모니터링, 법 집행 등은 포괄적인 담배 광고, 홍보, 후원 금지를 수행함에 있어 핵심이 된다.
- 시민사회는 담배 광고, 홍보, 후원에 관한 법을 준수하는 지지기반 형성에 중심 역할을 하며, 법안을 개발, 수행, 집행하는 과정에 적극적인 파트너로서 포함시켜야 한다.
- 효과적인 국제협력은 국내·외 담배 광고, 홍보, 후원 등을 제거하는 기초가 된다.
- 담배 광고, 홍보, 후원에 관한 포괄적 금지는 다음을 포함 한다:
 - 광고, 홍보, 후원(면제 없음)

- 직·간접적인 광고, 홍보, 후원
- 홍보 목적의 행동, 홍보 효과를 가질 것 같은 행위
- 담배상품, 담배사용(흡연)
- 상업적 커뮤니케이션, 권고안, 기타 관련 행위
- 담배 브랜드 이름의 광고 및 홍보, 담배 회사 홍보
- 전통적인 매스미디어(인쇄물, 텔레비전, 라디오), 인터넷 영화, 이동전화, 새로운 기술 및 판매홍보 등을 포함하는 모든 미디어 플랫폼

3) 주요 권고사항

- 판매점 담배상품 전시 및 가시성(visibility)은 그 자체가 광고 및 홍보에 기여하게 되므로 금지되어야 하고, 자판기도 금지되어야 한다.
- 포장은 광고 및 홍보의 중요 요인이다. 포장에서 광고 및 홍보의 영향을 줄이는 가장 효과적인 방법은 일반 포장을 필수화하는 것이다. 여기에는 개인용 담배나 기타 담배상품에 관한 광고 또는 홍보가 없어야 한다
- 인터넷 담배 판매는 본래 담배 광고 및 홍보와 연관된 것으로서 금지되어야 한다.
- “브랜드-스트레칭(Brand-stretching)”과 “브랜드 공유(Brand sharing)”를 담배의 광고 및 홍보로서 금지해야 한다.
- 회원국들은 사회적 책임을 이유로 한 후원 형태에 대하여 담배회사에서부터 다른

- 기업체에까지 공헌하는 것을 금지해야 한다. 담배회사의 사회적 책임 경영에 주어진 공공성은 광고 및 홍보로서 금지되어야 한다.
- 담배 광고, 홍보, 후원의 포괄적 금지가 신문보도적, 예술적, 학술적 표현 또는 합법적인 사회적 혹은 정치적 논평 등의 합법적인 표현 형태를 방해할 필요는 없다. 그러나 회원국은 담배홍보를 목적으로 한 신문보도, 예술적, 학술적 표현 또는 사회적 혹은 정치적 논평 등을 활용함에 있어 예방조치를 취해야 한다.
- 회원국은 연예 미디어 상품(entertainment media products)에서의 담배모사에 관한 특정 조치를 취해야 한다. 여기에는 담배모사 댓가로 받는 이익이 없다는 보증을 요구, 특정 담배 브랜드 또는 이미지 사용을 금지, 안티-담배광고 요구와 담배모사를 고려하는 등급 또는 분류체계 제공 등이 포함된다.
- 담배 광고, 홍보, 후원의 포괄적 금지에서 담배무역 내부의 커뮤니케이션 허용을 위해서는 예외 경우를 정의하여 엄격하게 적용해야 한다.
- 위조 (false), 오도 (misleading), 속임 (deceptive) 또는 잘못된 인상을 만들 수 있는 모든 수단을 통한 모든 담배상품의 홍보를 금지한다; 건강 또는 기타 적절한 경고나 메시지를 의무화 ; 담배회사가 광고, 홍보, 후원에 관련된 정부기관에 정기적으로 정보를 보고하도록 한다.
- 포괄적 금지는 국내 및 초국경(유입/유출)

- 광고, 홍보, 후원을 일관적으로 포괄한다.
- 담배 광고, 홍보, 후원에 대한 책임 단체는 광범위하게 정의되고, 책임방식은 그들의 역할에 달려있다. 일차적인 책임은 담배광고, 홍보, 후원의 지시자에게 있고, 보통은 담배제조자, 도매업자, 수입업자, 소매업자, 소매 대리인 및 관련자도 해당된다.
- 미디어를 생산 또는 출판하는 개인 및 단체는 제품생산 및 출판에서 담배 광고, 홍보, 후원이 포함되는 것을 금지해야 한다.
- 개인 및 단체 (이벤트 기획자(event organisers), 스포츠 종사자, 유명인사 등)는 담배 광고, 홍보, 후원에 관련되는 것을 금지해야 한다.
- 특정 의무사항(컨텐츠 제거 규정 같은)은 아날로그 또는 디지털 미디어에 연관된 기타 단체들에게 적용되어야 하며, 이것은 담배 광고, 홍보, 후원에 대한 통지를 받은 후부터 실행된다.
- 회원국은 효과적, 비율적, 설득적인 벌칙을 도입 및 적용해야 한다. 회원국은 법 집행 및 모니터를 위해 적절한 독립 규제 기관을 지정하고, 필요한 권한과 자원을 위임해야 한다. 시민사회는 모니터와 법 집행에 관련되며, 법적 접근성을 가진다.
- 회원국은 모든 사회분야에서의 담배 광고, 홍보, 스폰서십에 대한 공공인식을 개선시키고 강화해야 한다.
- 담배 광고, 홍보, 스폰서십의 제거를 위한 효과적인 노력은 개별 회원국에서 시작하는 것뿐 아니라 회원국 간의 협력 범위에 달려 있다.

6. 결론

본 논고에서는 담배규제기본협약의 당사국 총회에서 승인된 가이드라인의 개요를 제시하였다. 자세한 정책적 권고사항은 원문을 참고하여야 한다.²⁾ 협약 비준국으로서 우리나라에서 의무적으로 이행해야 할 조항은 11조와 13조이다. 11조는 2008년까지 이행의무가 있는 조항이었고, 13조는 2010년까지 이행의무가 있는

조항이다. 향후 협약의 이행을 위해서 담배규제정책의 개선과 정책강화가 필요하다. 이를 위해서는 국내의 정책입안자 및 전문가들의 역량강화가 필요하고, 적절한 근거자료의 생산이 필요하다. 국제적인 정보교류와 기술협력이 필요하다. 세계보건기구의 FCTC 사무국에서 이러한 기술지원이나 컨설팅을 해 주므로 앞으로 활발한 국제교류를 통해 정책개발이 활성화되기를 기대한다. 

2) 자료: <http://www.who.int/gb/fctc/>