



●광고주 : 동서식품 ●광고회사 : 제일기획 ●광고명 : 맥심 헬빙 1/2칼로리 커피믹스



●광고주 : 삼성 ●광고회사 : 제일기획 ●광고명 : 고맙습니다 캠페인



방송광고 사전심의제도의 위헌성

◆ 김상훈_인하대 언론정보학과 교수

이 글은 지난 2월 21일 헌법재판소에서 있었던 방송법 제32조 제2항 등 위헌확인에 대한 변론에서 법적 사전심의제를 반대하는 입장에서 김상훈 인하대 교수가 발표한 내용을 요약 정리한 것이다. 방송법 제32조 제2항은 "대통령령이 정하는 방송광고에 대하여는 방송되기 전에 그 내용을 심의하여 방송여부를 심의·의결할 수 있다"는 조항으로, 방송광고 사전심의의 법적 근거가 되고 있다. 변론은 심판과 관련, 이해관계가 있는 당사자들에게 재판부가 질의하고 답변을 듣는 심리 방식으로, 변론을 통해 심리를 마치면 결정서를 작성하고 최종 선고문을 하게 된다.

방송광고 법적 규제의 근거 및 문제점

현재 방송광고의 사전심의 업무는 2000년 8월 1일부터 방송법 제103조 제 2항에 의거, 민간기구인 한국광고자율심의기구'가 방송위원회로부터 위탁받아 수행하고 있다. 그러나 자율심의기구의 심의 업무는 방송위원회의 심의규정에 의해 이루어지고 있고, 심의 과정이 여전히 방송위원회의 통제를 받고 있으며, 또한 운영재원 역시 방송발전기금에 전적으로 의존하고 있는 상태로 현재의 심의를 자율심으로 보기는 어려운 실정이다.

세계적으로 방송 전에 이처럼 법적으로 광고를 심의하여 방영 여부를 결정하는 방송광고심의제도를 가지고 있는 나라는 우리나라가 유일하다. 따라서 방송광고의 사전심의제도는 헌법에서 보장하고 있는 국민의 기본권인 표현의 자유와 알권리를 침해하고 있으며, 기업 활동의 자유를 제약하는 사전검열에 해당하는 것이다. 광고와 유사한 영화의 사전심의도 이러한 이유에서 1996년 헌법재판소로부터 위헌 판결을 받은 바 있다.

헌법재판소는 광고도 표현행위로서 국민의 기본권에 속하며, 국민의 알권리를 충족시키는 수단으로서 헌법 제21조의 보호를 받는다고 선언한 바 있다. 그럼에도 불구하고 현행 방송법은 방송광고에 한해 사전심의를 법제화하고 있어, 사전검열을 금지한 헌법 제21조 2항을 명백히 위반하고 있다.

사전심의를 위탁받은 자율심의기구의 사전심의 결정

은 방송위원회의 결정과 동일한 효력을 지니고 있고, 이러한 사전심의를 거치지 않은 방송광고물을 방송하는 방송사업자에게는 3천만원 이하의 과태료가 부과되고 있다. 이는 명백히 헌법에서 금지한 사전검열제도이다.

광고자율심의기구의 방송광고 사전심의는 사실상의 정부 검열이라는 측면에서 방송광고심의제도가 소비자에게 유용한 정보를 제한하거나, 광고의 창의성을 저해하고 이미 제작된 광고에 대한 수정이나 재제작을 요구하여 불필요한 비용을 추가적으로 투입하게 하고 있다.

또한 일년에 10여 만 건이 넘는 방송광고물 대부분의 사전심의가 위촉된 심의위원이 아닌 심의기구의 직원들에 의하여 이루어지고 있는 현실이다. 현재 심의위원들은 심의기구의 직원들이 작위적으로 판단한 문제가 있을 법한 광고물 3-5개 정도를 주 2회 각각 심의하고 있는 실정이다. 따라서 심의기구의 직원들의 경우 더욱더 광고에 대한 전문성과 법률적 지식이 부족하고 또한 심의의 일관성도 크게 부족한 상황이다. 따라서 법원도 아닌 곳에서 직원들에 의해 사전심을 받는 광고물이 합법 혹은 위법으로 결정되는 것은 지극히 비정상적인 일이라고 사료된다.

우리나라가 광고산업 규모로는 전세계에서 10위권에 들고 있으나 우리나라 광고들이 해외광고제에서 상을 받지 못하는 중요한 이유 중의 하나가 현재 심의제도가 갖고 있는 규제에서 비롯되고 있다는 것은 이미 잘 알려진