

의견서

지상파 방송의 방송광고자율심의는 시청자 권익 보호, 소비자 피해 방지, 기업간 공정경쟁 환경 조성, 전통문화 보존 등 공공의 이익을 실현하기 위해 노력해왔습니다. 또한, 방송사, 광고주, 광고대행사는 지상파 방송광고를 제작하고 심의하면서 방송통신심의위원회의 [방송광고심의에 관한 규정(이하 심의규정)]을 준수했습니다. 심의규정에 일부 불합리한 조항이 있음에도 불구하고 법적 사전심의 위헌 결정 이후 자율심의 환경의 정착을 위해 심의규정을 전적으로 수용하였습니다.

그러나 최근 심의규정 개정안을 보면 자율심의시스템의 활성화, 불필요한 규제 완화, 국제화된 경제 환경에 대한 고민의 흔적을 찾아 볼 수 없습니다. 일부 불합리한 조항은 존치 되었고, 문제된 사례가 없는 표현에 대한 규제가 생겨났으며, 이미지 위주의 짧은 시간이라는 방송광고의 특수성을 고려치 않은 채 지나치게 많은 정보를 강제하고 있습니다.

이번 심의규정 개정의 문제점은 다음과 같습니다.

- 방송통신심의위원회의 사후규제는 정부의 행정조치로 연결되기 때문에 명백한 피해가 존재 할 때만 개입해야 함. 또한, 규제가 존재하면 규제에 따른 이익이 있어야 함에도 규제에 따른 이익이 있는지에 대한 폭넓은 사례와 조사연구가 있었는지 의문임.
- 방송 매체의 특성이 고려되지 않았음. 이미지를 중심으로 표현하는 방송광고에서 지나치게 많은 정보를 강제함으로써 광고 표현의 자율성을 심각하게 훼손하고 있음.
- 규제 완화 기조에 역행하는 개정임. 방송업계와 광고업계의 자정능력을 전혀 신뢰하지 않는 방향이며, 현재 잘 운영되는 자율규제 시스템의 활성화를 전혀 고려치 않았음.
- 모법에서 삭제된 혹은 모법에서 보장한 표현을 규제하는 경우도 있음.
- 국제화되는 광고환경을 전혀 고려치 않은 개정임. 세계에 유래가 없는 동요, 민요개사 표현의 규제와 외국어 규제 등은 전면적으로 재검토 되어야 함.

법적 사전심의의 위헌 결정 이후 자율심의 시스템이 시작된 지 5년이 지났습니다. 이제 심의규정은 자율시스템에 맞게 포괄적이고 선언적으로 개정되고 일부 조항에 대해서는 산업계와 방송통신심의위원회가 연구하고 논의하여 세칙을 만들어 적용하는 방식으로 바뀌어야 합니다.

이에 방송계와 광고계는 규제에 따른 이익이 없는 조항은 과감히 완화하여 광고 표현의 자율성을 확대하고 광고를 통한 부가가치를 창출할 수 있는 방향으로 원점에서부터 재논의 되어야 한다는 의견을 제시합니다.

2013. 12. 13

KBS, MBC, SBS

한국광고주협회, 한국광고산업협회, 한국광고협회, 한국방송협회