

의료광고사전심의제도

Precensorship on Medical Advertisement



박 영 만 | 법률사무소 의연/변호사 · 산업의학전문의 | Young Mann Baak, MD
eYourn Law Office
E-mail : baake@paran.com

J Korean Med Assoc 2008; 51(7): 600 - 602

Abstract

Medical advertisement had been prohibited for more than 50 years in Korea. On Oct 27, 2005 the Constitutional Court decided that complete ban of medical advertisement is against the Constitution so that medical advertisement should be permitted with some regulations. According to the decision, the Medical Advertisement Committee was established to precensor the medical advertisements. Doctors, medical institutions and medical corporations can advertise their careers, skills, and instruments after passing censorship of Medical Advertisement Committee. But passing censorship does not justify everything. The Medical Advertisement Committee considers whether the advertisements meet the minimal conditions of the regulatory laws. So the veracity of informations depends on advertiser's responsibility. If the information on advertisement is not scientifically true, the advertiser will be blamed for the falsity even though his advertisement had passed censorship. Also, Medical Advertisement Committee reviews advertisements in newspapers and magazines mainly, not on web pages. So the regulation of advertisements on web pages is carried out indirectly by consumer groups. The medical advertisement has just begun and the freedom of expression needs some trial and error.

Keywords: Medical advertisement; Censorship; Freedom of expression

핵심용어: 의료광고; 사전심의; 표현의 자유

2005. 10. 27. 헌법재판소에서는 “특정 의료기관이 나 특정 의료인의 기능·진료방법에 관한 광고를 금지하는 의료법 조항이 표현의 자유내지 직업수행의 자유를

침해한다”는 결정을 내렸는데, 그 결정의 주요 내용은 다음과 같다(헌법재판소 2005. 10. 27. 2003헌가3 결정). 우리 헌법은 자유민주주의의 존립과 발전에 필수불가결한 기본

권으로 언론·출판의 자유를 보장하고 있으며 언론·출판의 자유에는 사상·지식·정보 등을 불특정다수인에게 전파하는 수단인 광고행위도 포함된다. 헌법 제15조는 직업수행의 자유내지 영업의 자유도 보장하고 있는 바, 상업광고를 제한한다면 직업수행의 자유도 동시에 제한하게 된다. 자유시장경제에서는 소비자에게 상업적 정보가 충분히 보장되어 소비자가 합리적인 결정을 할 수 있도록 해야 하는데, 만일 국가가 소비자 보호를 이유로 허위나 과장된 것이 아닌 사실에 기초한 의료정보의 유통까지 막는다면 소비자는 오히려 자신의 건강과 생명에 관한 정보에 대해 알 수 없게 된다.

이같은 헌법재판소의 결정에 따라 2007. 1. 3. 의료법이 개정되고 의료광고사전심의제도가 도입되어 대한의사협회, 대한치과의사협회, 대한한의사협회는 각 의료광고심의 위원회를 설치하여 의료광고에 대한 심의를 하고 있다. 대한의사협회 의료광고심의위원회(이하 '위원회'라 함)가 활동을 시작한 지도 1년이 지났으며 이제는 의료광고심의절차와 기준도 어느 정도 정립되었다고 본다. 하지만 아직까지 의료인들 사이에 의료광고와 관련된 몇 가지 오해와 정리되지 않은 궁금증이 있는 것 같다.

광고심의회와 관련된 오해 중 대표적인 것이 “심의만 통과하면 어떠한 제제도 받지 않는다”는 것이다. 그러나 광고심의 제도는 광고 내용이 의료법령에서 정한 최소한의 기준을 충족시키는지만 사전에 점검하는 것이다. 광고 내용이 사실과 다를 경우 그에 대한 최종적인 책임은 광고주가 지게 된다. 물론 위원회는 각 과 전문의들이 참여하여 일반적인 의학상식에 기초하여 광고 내용을 심의하지만 의료광고는 광고이지 논문이 아니므로 완벽한 의학적 진실만을 표현하도록 할 수 없다. 위원회는 광고 내용이 소비자를 현혹하거나 기만하는 내용이 아닌 한 의료인들이 자신의 기술과 경력을 널리 알릴 수 있도록 하고 있다. 따라서 위원회의 심의를 통과한 광고라고 할 지라도 광고 내용 중 논쟁의 여지가 있거나 단정적인 표현이 있는 경우 그러한 내용이 사후에 문제가 되었을 때 그에 대한 책임은 광고주가 지게 된다. 그런데 위원회의 심의를 통과할 경우, 일정한 행정절차를 거치므로 광고 내용에 대한 정당성까지 검증되었다고 믿는 광고주들

이 실제로는 의료광고가 아니어서 심의대상이 아닌 홍보물에 대해서도 위원회에 심의를 의뢰하기도 한다. 그러나 의료법 외에도 의료광고를 규제하고 감시하는 법률과 단체는 다양하므로 위원회의 심의를 거쳤다는 것이 모든 상황에 대한 면죄부가 되지는 않는다. 예를 들어 ‘표시·광고의 공정화에관한법률’은 기만적이거나 부당하게 비교하는 표시·광고를 금지하며 ‘독점규제및공정거래에관한법률’은 (광고를 통하여) 부당하게 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하거나 강제하는 행위를 금지하고 있다. 또한 ‘옥외광고물등관리법’은 옥외광고물의 표시장소·표시방법과 게시시설의 설치·유지 등에 관한 사항을 규제하고 있다. 따라서 이러한 법령조항들에 위반할 경우 처벌을 받게 된다. 위원회는 ‘의료법’의 의료광고 관련 규정에 의해서만 광고를 심의하고 있으므로, 설사 광고 내용이 다른 법률에 위반한다고 할 지라도 이를 제재할 수 없다. 다만 심의과정에서 다른 법률에 위반할 가능성이 있을 경우, 광고주에게 그 내용을 통보하고 있다. 또한 공정거래위원회와 시민단체가 의료광고의 법률위반 여부에 대해 활발하게 감시하고 있으며 일부 의료광고에 대해서는 수사기관에 고발하기도 하였다.

의료광고에 대한 또 다른 오해는 “신문·잡지 광고만 심의대상이므로 인터넷 홈페이지에는 아무런 제한 없이 광고할 수 있다”라는 것이다. 두 번째 오해는 일부는 맞고 일부는 틀리다. 위원회의 심의대상은 신문, 잡지, 인터넷신문, 현수막, 벽보, 전단지 등에 실리는 의료광고이므로 현행법령상 홈페이지 내용은 위원회 심의대상이 아니다. 정책입안자들은 환자들이 의료광고에 접하는 매체가 주로 신문, 잡지 등이기 때문에 이를 심의대상으로 정했다. 홈페이지에서 진료방법을 설명하는 부분은 병원을 찾아온 환자에게 의료인이 시술의 일반적인 내용을 설명해주는 것과 유사하다. 대중을 상대로 한 무차별적인 광고라면 당연히 엄격한 사전심의절차를 거쳐 객관적으로 검증된 내용에 한해 광고할 수 있겠지만 진료방법에 대해 알고 싶어 병원을 찾아 온 환자에게 설명하는 내용에게까지 엄격한 제한을 가할 필요는 없을 것으로 생각한다. 그러나 그렇다 하더라도 의학적으로 인정되지 아니하는 시술이나 시술에 따르는 전형적이고 치명적인 부작용에 대해 설명하지 않은 채로 나중에 사고가 발생

할 경우 의사는 당연히 이에 대한 민·형사상 책임을 져야 할 것이다. 따라서 인터넷 홈페이지는 위원회 심의대상은 아니지만 홈페이지에 부당한 광고를 할 경우 관계법령에 따라 처벌받을 수 있다.

세 번째 오해는 “차라리 정부가 나서서 심의를 하는 것이 더 낫다”는 것이다. 이는 심의기준이 명확치 않았던 위원회의 초기 활동에 대한 불만에서 비롯된 것으로 보인다. 위원회는 정부로부터 권한을 위임받아 의료법과 관계법령에 따라 의료광고를 사전심의하고 있다. 정부가 직접 광고를 심의할 경우 자칫 사전검열이 되어 표현의 자유를 제한할 수 있으므로 의료광고에 대한 심의는 의료인 단체의 자율에 맡겨졌다. 광고에 대한 사전심의제도는 그 자체가 이미 표현의 자유에 대한 제약이다. 그러한 제약을 정부에 맡길 경우 언론 자유에 대한 침해로 이어질 수 있다. 우리는 이미 권위주의 정부 시절에 언론과 표현의 자유가 검열이라는 이름으로 짓밟힌 경험이 있다. 헌법재판소는 영화사전검열제도에 관해 “행정권이 주체가 되어 표현(영화 상영)을 하기 이전에 사전 허가를 받아야만 하고 허가를 받지 아니하고는 의

사 표현을 할 수 없게 하는 것은 검열이며, 그러한 사전검열은 헌법이 금지한다”고 여러 차례 선언한 바 있다. 의료광고에 대한 사전심의도 일종의 검열이다. 다만 그것은 행정권이 관여하지 아니하고 순수한 민간단체에서 자율적으로 표현의 적정성 여부를 심사하는 것이 다를 뿐이다. 위원회는 의료인들이 국가로부터 얻어낸 광고 표현의 자유를 최대한 보장하면서 환자들에게 객관적이고 정확한 정보를 제공하려고 노력하고 있다. 의료법 뿐만 아니라 관련 행정법령상으로도 문제가 될 만한 내용은 미리 광고주에게 통보하는 등 최대한 주의깊게 심사를 하고 있다.

현재 위원회 앞에는 심사기준 통일, 심의범위 확대 등 다양한 과제가 놓여있다. 이러한 과제들은 소비자 보호와 표현의 자유라는 서로 부딪치는 가치에 대한 깊은 검토와 논의가 필요하므로 짧은 기간에 해결될 것은 아니다. 위원회는 앞으로도 의료소비자인 국민에게 올바른 의료정보를 전달하고 의료인들이 자신의 기능과 기술, 진단 및 치료방법에 관해 적절하게 광고·선전할 기회를 제공하는 데 노력할 것이다.