



의료광고사전심의 시행

Preliminary Review of Medical Advertising



한형일 | Hyeong Il Han, MD

한형일 성형외과의원 / 의협 의료광고심의위원회 위원장

Chairman of Medical Advertisement in KMA

E-mail : han@hanps.com

J Korean Med Assoc 2007; 50(9): 758 - 760

Abstract

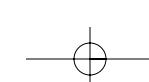
On October 27th, 2005, The Constitutional Court repealed the old law regarding advertising by the medical industry. Because the old law had been repealed, it was necessary to create a new law to take its place. Under the previous law on medical advertisement, both the advertisers and the industry were less regulated. Thus there was a concern about the potential widespread damage because of the lax controls regarding the advertisement of medical products. On January 3rd, 2007, a new law was passed to put tighter restrictions on medical advertising. The new law allows for higher quality advertising, allowing the consumers to make a more reasonable and safer decision, while stopping advertisements trying to exaggerate the functions or efficacies of certain medical products. The new system has been developed to better protect both the patients and the medical institutes. For this system to work, the cooperation and self regulation of the Korean Medical Association, Korean Dentist Association, and the Association of Korean Oriental Medicine is needed along with the cooperation of the Department of Health and Human Services.

Keywords : Negative system; Positive system

핵심 용어 : 사전심의제도; 치료보장광고; 허위광고; 과대광고; 비교시술광고

의료광고와 관련하여 2005년 10월 27일 헌법재판소가 의료광고금지에 관한 구의료법 제46조제3항(누구든지 특정의료기관이나 특정의료인의 기능·진료 방법, 조산 방법이나 약효 등에 관하여 대중광고, 암시적 기재, 사진,

유인물, 방송, 도안 등에 의하여 광고를 하지 못한다)에 대하여 위헌결정을 내림에 따라, 이 규정의 효력이 상실하게 되어 의료광고 관련 의료법 규정에 대한 개정이 시급하게 되었다.



이렇듯 해당 조항이 효력을 상실하여 현재 사실상 무제한적으로 의료광고가 허용되는 결과를 가져와 국민들의 피해가 우려되는 상황이어서 의료광고의 제한을 Negative System으로 전환하여 헌법재판소의 판결취지에 부합하도록 2007. 1. 3. 개정되었다.

이러한 과정에서 2005년 11월 의협의 의료 선진화 발전 위원회에서도 의료정보 전달 자체가 금지되어 있는 그 당시의 광고 관련 의료법 개정의 필요성을 깨닫고 Positive System에서 Negative System으로의 전환을 복지부에 건의하였다. 이에, 복지부에서 의외로 받아 들여졌으며 의협이 복지부 안에 반대만 하는 단체가 아니라 좋은 안은 찬성하고 동조한다는 인식을 심어주었다.

현대의 사회는 매스미디어 시대이고 디지털 시대이다. 1973년에 제정된 법, 특히 광고에 관한 법이 30년이 넘게 유지되고 강요됨에 따라 우리 의료인을 범법자로 만드는 데 일익을 담당했고 그 피해자도 많았다. 필자도 명암식 광고에 예쁜 쌍꺼풀진 눈을 가진 모델 사진을 배경에 삽입했다가 암시적 기재를 하였다는 이유로 고발된 적이 있다.

자유주의 경제 체제 하에서 광고는 필수적이고 사회의 가능자 역할을 하며 소비자와 공급자 간의 매개 역할을 하는데 의료 광고가 금지된다는 사실은 의료 사회주의 발상이 아닌가 하는 생각이 듦다. 광고를 통하여 소비자에게 정보를 제공하고 알 권리를 나누며 서로 경쟁을 하게 함으로써 좀 더 발전된 경쟁 체제를 만드는 것이 의료 자유주의의 한 부분이 아닐까?

이번 의료광고 범위의 확대 시행은 의료 소비자인 국민과 의료 공급자인 의료인 모두에게 도움이 된다고 생각한다.

의료 소비자의 입장에서는 특정 의료인이 어떤 기술이나 기량을 지니고 있는지, 어떻게 진단하고 치료하며 수술을 하는지를 알게 해줌으로써 소비자의 알 권리를 충족시켜 합리적인 선택에 도움을 줄 수 있다. 의료인에게는 공정한 경쟁을 촉진시킴으로써 새로운 기술 개발과 아울러 친절하고 세련된 진료, 환자를 존중하는 사회로 발전시켜 우리나라 전체의 의료 수준을 끌어 올리는 데 기여할 수 있다고 생각된다.

그러나 이번 의료법 개정은 자칫 무분별하게 마음대로 광고하는 것으로 잘못 인식이 되어질 수 있으나, 실제 내용

은 심의받지 않는 신의료기술에 관한 광고, 치료 보장 광고, 허위, 과대, 비교 시술 행위, 노출, 부작용에 관한 기술, 근거 없는 내용의 광고, 기사를 빙자한 의료 광고 등 금지 항목 등을 정하여 금지시키고 있다.

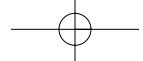
또한 의료광고를 내는 의료인 및 의료기관들이 의료법을 준수토록 하기 위해 의료광고 사전심의제도가 도입된 것이다. 즉 이전에는 허가된, 극히 일부 내용(병원명, 전화번호, 전문의 여부, 주차장 보유 여부) 등 기본적인 내용만 광고로서 허가하였으나 이제는 금지된 10개 항목을 제외하고는 마음 대로 광고가 가능하여 허위 및 과대 광고로부터 국민을 보호하기 위하여 광고 사전 심의를 시행하게 된 것이다. 의협은 개정 의료법에 따라 의사·병원·요양병원·종합병원·종합전문병원이 행하는 의료광고의 사전심의 위탁기관으로 지정되었으며 치과의사나 치과병원은 대한치과의사협회가, 한의사·한방병원 또는 한의사가 설립한 요양병원은 대한한의사협회가 사전심의를 수행한다.

일부 시민단체에서는 ‘중이 제 머리 못 깎는다’며 의료인 단체의 내부 사전심의 방식에 부정적인 입장을 밝히고 있다.

물론 의협이 의료광고 사전심의 업무를 수행하는 데 적지 않은 부담감을 갖고 있는 것은 사실이다. 잘 운영된다면 무분별한 광고로부터 의료소비자의 피해를 방지하는 효과를 거둘 수 있겠으나 효율적으로 운영되지 못한다면 새로운 의료기술 발전을 저해, 의료시장을 위축시킬 수도 있기 때문이다.

앞으로 사전심의제도는 의사회·치과의사회·한의사협회 등 직역에 관계없이 통일적인 심의가 이루어져 형평성과 공정성이 확보될 수 있는 통합기구, 즉 콘소시엄 형태로 발전시켜야 한다. 때문에 의협을 비롯한 각 의료단체들은 각각의 의료광고 심의위원회에 다른 직역 위원을 포함시킨 것이다. 일부 언론의 ‘의료광고 심의를 치과의사·한의사가 한다’는 보도는 운영 취지를 전혀 모르고 기사를 게재한 것이다.

의협은 현재 의료광고 심의 업무에 소홀함이 없도록 최선을 다하고 있다. 회원들에게 충분한 홍보가 이루어지지 못한 현실을 감안해 충분한 홍보 기간을 주었으며 앞으로는 사후 모니터링 시스템을 도입하여 심의받지 아니하고 광고



OPINION | 시론

를 하는 회원들이나 심의받고도 다르게 광고를 하는 회원은
계도 차원을 넘어 1차적으로 경고가 주어질 것이다. 이것은
복지부에서 위임을 받아 행하는 심의 업무이므로 본 제도가
정착되게 하기 위해서는 어쩔 수 없는 선택이다. 본 법령이
2007년 4월 4일부터 시행되어 회원 대상으로 3개월간 계도
및 홍보한 바, 이 기간 동안에 심의를 받지 않고 광고를 하는
것은 심히 유감스럽다고 할 수 있다.

모처럼 보건복지부와 의료인 단체간의 협조를 통해 이루
어진 의료광고 사전심의제도가 운영의 묘를 살려 모범적인
기구가 되어 의료인 단체와 회원들 간의 신뢰 회복이 이루
어질 뿐만 아니라 회원에 대한 처벌보다는 보호할 수 있는
장치가 될 수 있도록 전 회원의 협조를 요청하는 바이다.
아울러 우리 의사협회의 자율권 확보의 시금석이 되기를 기
대한다.

