

7. ② 위원회는 제1항의 규정에 불구하고 대통령령이 정하는 방송광고에 대하여는 방송되기 전에 그 내용을 심의하여 방송여부를 심의·의결할 수 있다.
8. ③ 방송사업자는 제2항의 규정에 의한 방송광고에 대해서 위원회의 심의·의결의 내용과 다르게 방송하거나 심의·의결을 받지 않은 방송광고를 방송하여서는 아니된다.
9. ④ 생략
10. 방송법시행령
11. 제21조의2(사전심의 대상 방송광고) 법 제32조 제2항에서 “대통령령이 정하는 방송광고 ㄱ 함은 방송사업자가 행하는 텔레비전방송광고·라디오방송광고 및 데이터방송광고(동영상 및 음성)가 포함된 방송광고에 한한다)로서 다음 각호의 방송광고를 제외한 방송광고를 말한다.
12. 1. - 4. 생략
13. 방송심의에 관한 규정
14. 제59조(심의미필 등 방송광고의 금지) 사업자는 방송광고 심의에 관한 규정에 의해 방송가 결정을 받지 아니한 광고물, 결정을 받은 내용과는 다른 내용의 광고물 및 동 규정에서 정한 유효기간이 지난 광고물을 방송하여서는 아니된다.
15. 방송법(2008. 2. 29. 법률 제8867호로 개정된 것, 이하 ‘방송법’이라 한다)
16. 제32조(방송의 공정성 및 공공성 심의) ① 생략
17. ② 방송통신심의위원회는 제1항의 규정에 불구하고 대통령령이 정하는 방송광고에 대하여는 방송되기 전에 그 내용을 심의하여 방송여부를 심의·의결할 수 있다.
18. ③ 방송사업자는 제2항의 규정에 의한 방송광고에 대해서 방송통신심의위원회의 심의·의결의 내용과 다르게 방송하거나 심의·의결을 받지 않은 방송광고를 방송하여서는 아니된다.
19. ④ 생략
20. <관계 규정>
21. 구 방송법
2. 제32조(방송의 공정성 및 공공성 심의) ① 방송위원회는 방송·중계유선방송 및 전광판방송의 내용과 기타 전기통신회선을 통하여 공개를 목적으로 유통되는 정보 중 방송과 유사한 것으로서 대통령령이 정하는 정보의 내용이 공정성과 공공성을 유지하고 있는지의 여부와 공적 책임을 준수하고 있는지의 여부를 방송 또는 유통된 후 심의·의결한다. 이 경우 매체별·채널별 특성을 고려하여야 한다.
23. ②, ③ 생략
24. ④ 누구든지 제2항의 규정에 의한 방송광고에 대해서 거짓 그 밖의 부정한 방법으로 방송사업자가 위원회의 심의·의결의 내용과 다르게 방송하도록 하거나 심의·의결을 받지 않

- 은 방송광고를 방송하도록 하여서는 아니된다.
25. 제103조(권한의 위임·위탁) ① 생략
26. ② 방송위원회는 제32조 제2항의 규정에 의한 방송광고물의 사전심의에 관련된 업무를 대통령령이 정하는 바에 의하여 민간기구·단체에 위탁한다.
27. 제108조(과태료) ① 다음 각호의 1에 해당하는 자는 3천만원 이하의 과태료에 처한다.
28. 1. - 2. 생략
29. 2의2. 제32조 제3항 또는 제4항의 규정을 위반한 자
30. 3. - 27. 생략
31. ② - ⑤ 생략
32. 방송법
33. 제32조(방송의 공정성 및 공공성 심의) ① 방송통신심의위원회는 방송·중계유선방송 및 전광판방송의 내용과 기타 전기통신회선을 통하여 공개를 목적으로 유통되는 정보 중 방송과 유사한 것으로서 대통령령이 정하는 정보의 내용이 공정성과 공공성을 유지하고 있는지의 여부와 공적 책임을 준수하고 있는지의 여부를 방송 또는 유통된 후 심의·의결한다. 이 경우 매체별·채널별 특성을 고려하여야 한다.
34. ②, ③ 생략
35. ④ 누구든지 제2항의 규정에 의한 방송광고에 대해서 거짓 그 밖의 부정한 방법으로 방송사업자가 방송통신심의위원회의 심의·의결의 내용과 다르게 방송하도록 하거나 심의·의결을 받지 않은 방송광고를 방송하도록 하여서는 아니된다.
36. 제103조(권한의 위임·위탁) ① 생략
37. ② 방송통신심의위원회는 제32조 제2항의 규정에 의한 방송광고물의 사전심의에 관련된 업무를 대통령령이 정하는 바에 의하여 민간기구·단체에 위탁한다.
38. 제108조(과태료) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 3천만원 이하의 과태료에 처한다.
39. 1. - 2의2. 생략
40. 2의3. 제32조 제3항 또는 제4항의 규정을 위반한 자
41. 3. - 27. 생략
42. 방송법시행령
43. 제68조(권한의 위임·위탁) ①, ② 생략
44. ③ 방송위원회는 법 제103조 제2항의 규정에 의하여 방송광고물의 사전심의에 관련된 업무를 민간기구·단체에 위탁하고자 하는 경우에는 문화관광부장관과 협의하여 위탁하고자 하는 기구 또는 단체를 정하여 이를 고시하여야 한다. 이 경우 당해 기구 또는 단체의 방송·광고업계에 있어서의 대표성과 수탁능력을 고려하여야 한다.

2 청구인의 주장과 이해관계기관의 의견

45. 가. 청구인의 주장
46. (1) 청구인은 ○○방송국에 방송광고 테이프를 보내 광고청약을 하였으나 이 사건 규정들이 사전심의를 받지 않은 광고물에 대해서는 방송광고를 하지 못하도록 규정하고 있어 청약 거절통보를 받았는바, 이 사건 규정들은 청구인의 기본권을 현재 그리고 직접 침해하고 있다고 할 것이다.
47. (2) 헌법 제21조 제2항은 모든 사전검열을 예외 없이 금지하고 있으므로 표현의 자유의 한 내용으로서 보호받고 있는 광고의 경우에도 사전검열은 금지되어야 할 것이다. 그러나 이 사건 규정들은 방송위원회로 하여금 방송광고물에 대하여 사전심의를 하도록 하고 있고, 방송위원회는 한국광고자율심의기구(이하 ‘자율심의기구’라 한다)에 방송광고 사전심의 업무를 위탁하여 여기에서 이 업무를 하도록 하고 있는바, 이는 사전검열금지원칙위반으로서 방송광고를 하려는 자들의 표현의 자유를 침해하는 것이다.
48. (3) 설령 위 자율심의기구에 의한 사전심의 제도가 헌법 제21조 제2항에서 금지하고 있는 사전검열에 해당하지 않는다고 하더라도 현행의 광고물에 대한 규제는 방송사업자의 자율적 규제나 사후심사 제도를 채택하지 아니하고 기본권 침해가 중대한 사전심의제도를 채택하고 있고, 심의 대상을 너무 광범위하고 추상적으로 규정하고 있는바, 이는 표현의 자유를 본질적으로 침해하는 것이다.
49. 나. 방송위원회의 의견
50. (1) 이 사건 규정들은 방송위원회가 사전심의를 할 수 있도록 하는 근거규정에 불과하여 그 자체로서 청구인의 기본권을 직접 침해하고 있다고 할 수 없고, 더구나 자신이 방송하고자 하는 내용에 대해 심의를 위한 신청조차 하지 않은 상태에서 이 사건 규정들에 대해 헌법소원심판을 청구하는 것은 현제성 요건을 결한 것이다.
51. (2) 광고물이 표현의 자유에 의해 보호를 받는다고 하더라도 그 정도와 방법은 일반 사상, 지식, 정보 등을 불특정 다수에게 전파하여 의사형성에 관여하는 다른 표현물과는 현저히 다르다고 할 것이고, 방송광고는 전파를 사용하는 방송의 특수성으로 인해 일단 방송되고 난 후에는 이를 효율적으로 규제할 방법이 없다고 할 것인바, 방송광고로 인한 실정법위반의 가능성을 사전에 막고 소비자가 적절한 정보를 취사선택하도록 하기 위해 자율심의기구라는 민간단체에 의해 사전심의를 받도록 하는 것은 헌법이 금지하는 사전검열에 해당한다고 볼 수 없다.
52. 다. 문화관광부장관(현 문화체육관광부장관)의 의견
53. 다른 표현물과 마찬가지로 광고에 대해서도 궁극적으로

- 는 완전한 자율적 사후심의 제도가 바람직하나, 우리 사회와 업계의 여건이 아직 성숙되지 않은 상황에서 사후심의로 전환하는 것은 시기상조라고 할 것이다. 사실과 다르거나 소비자를 오인케 할 우려가 있는 표현으로 인해 소비자에게 직접적으로 피해를 줄 수 있다고 지적된 광고 건수는 지상파방송의 경우만도 2004년 기준으로 8천여건에 이르고 있다. 광고에 대한 소비자들의 의식수준이 아직 선진국 수준에 이르지 못하여 비판적 수용자로서 광고 메시지를 수용할 능력이 충분하지 못한 상황에서 상업적 광고물에 대해 사전심의제도를 폐지하는 것은 수많은 부작용을 초래할 것이다.
54. 라. 한국광고단체연합회의 의견
55. (1) 자율심의기구는 방송광고 사전심의에 있어 독립적인 재원과 운영 권한을 가진 자율적인 기구가 아니라 방송법과 심의규정에 따라 방송위원회를 대행하는 기구에 불과하고, 방송위원회는 심의기구의 심의위원 선정에만 직접적으로 관여하지 않을 뿐, 사전심의 업무를 위탁하는 심의기구를 임의로 선택하고 있으며, 심의업무에 필요한 경비를 제공하고 있는가 하면, 방송광고심의에 관한 규정을 변경하는 권한도 가지고 있다고 할 것이므로 방송광고의 사전심의에 관한 제반 업무를 민간기구인 자율심의기구에 위탁하고 있더라도 이것은 헌법에서 금지하는 사전검열에 해당한다.
56. (2) 우리나라도 방송매체에 방송광고의 공익성 의무를 부여하고, 방송사업자의 등록이나 허가 조건에 방송광고의 공익성과 건전성 보장을 추가하거나 각종 광고 관련 법령을 엄격하고 효율적으로 집행하여 허위, 기만 광고들을 규제한다면, 방송광고에 사후 모니터링 방식을 도입한다고 하더라도 유해한 방송광고를 시청자들로부터 차단시킬 수 있을 것이다. 그런데 이 사건 규정들은 위와 같은 방법을 강구하지 않고 방송광고물에 사전심의를 거치도록 함으로써 기본권침해의 최소성 원칙을 위반하고 있다.
57. (3) 방송법은 홈쇼핑 광고를 사전심의 대상에서 제외시켰고, 공익을 목적으로 하는 방송광고의 경우에도 일정한 경우 사전심의를 받지 않도록 하고 있다. 이것은 방송위원회가 사전심의를 받아야 할 광고와 받지 않아도 될 광고를 자의적으로 차별하는 것이다. 또한 방송프로그램의 경우에는 사후 규제를 받도록 하면서 그 기준은 방송광고 심의기준보다 훨씬 상세하고 구체적으로 규정하고 있는데, 방송프로그램과 동일한 방송 전파와 동일한 TV 수상기를 통해 시청자에게 전달되는 방송광고를 훨씬 엄격하게 규제하는 것은 방송광고와 방송프로그램을 차별하는 것이다.