

## 결 정

2018 - 2038 신문광고윤리강령 위반

1. 朝鮮日報 발행인 홍 준 호
2. 매일경제 발행인 장 대 환
3. 東亞日報 발행인 임 채 청
4. 중앙일보 발행인 김 교 준
5. 한국일보 발행인 이 준 희
6. 한국경제 발행인 김 기 응

## 주 문

朝鮮日報 2018년 2월 1일자 「분양 리포트」, 2월 6일자 「THE BOUTIQUE」, 2월 14일자 「OMEGA」, 2월 21일자 「Auto」, 2월 22일자 「Smart Life」 별지 섹션, 매일경제 2월 2일자 「돈 되는 분양」 별지 섹션, 東亞日報 2월 2일자 「화제의 분양현장」, 2월 8일자 「스마트 컨슈머」, 2월 19일자 「여행, 나를 찾아서」, 2월 21일자 「Food & Dining 4.0」 별지 섹션, 중앙일보 2월 2일자 「분양 포커스」·「High Collection」, 2월 19일자 「OMEGA&평창올림픽」, 2월 21일자 「issue&」, 2월 23일자 「맛있는 도전」 별지 섹션, 한국일보 2월 9일자 「Beauty & Life」 별지 섹션, 한국경제 2월 27일자 「분양포커스」, 2월 28일자 「AUTO」 별지 섹션에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

## 이 유

위 6개지는 부동산, 자동차, 소비, 여행, 라이프, 각종 소비재 등을 주제로 별지 섹션을 제작하면서 해당 기업을 장점 일변도로 상세히 소개했다. 또한 섹션 1면 머리에 ‘advertorial section’ 표기를 넣어 이 섹션이 기사형 광고임을 밝히고 있다. 그럼에도 각각의 기사에 기자 바이라인을 넣어 독자들이 일반 기사로 오인할 수 있게 했다. 신문광고윤리실천요강은 ‘광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체제나 표현’을 쓰지 못하도록 하고 있다.

이러한 신문 제작 태도는 자사와 특정 기업의 영리를 위한 것이라는 지적을 피하기 어려우며, 신문의 신뢰성과 공신력을 크게 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2018년 3월 14일

한 국 신 문 윤 리 위 원 회

위원장	김 용 담	김용담
위원	정 승 호	정승호
	장 명 국	장명국
	박 재 현	박재현
	장 인 철	장인철
	김 규 식	김규식
	강 희	강희
	하 윤 수	하윤수
	김 영 모	김영모
	박 미 경	박미경

○ 적용 조항

신문광고윤리실천요강 강령 4의 (3) 광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체제 및 표현