

결 정

2018 - 2041 신문광고윤리강령 위반
중앙일보 발행인 김 교 준

주 문

중앙일보 2018년 2월 19일자 22면 「깊은 잠을 잘 수 있는 보약, 멘탈닥터/잠 못자는 노인, 치매! 사망위험 높아…」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이 유

중앙일보의 위 적시 광고는 『안구운동을 통해 수면을 유도하는』 ‘멘탈닥터’를 선전하는 내용이다. 그러나 이 제품은 식품의약품안전처로부터 허가받은 의료기기가 아니라 국내외 특허를 받은 공산품이다.

그런데도 광고는 『스트레스 불면 우울 공황 강박 분노조절 기억·집중력강화』 등을 예시하면서 『임상으로 입증한 뇌기능 개선효과』 라고 의학적 효능을 선전하고 있다.

따라서 이 광고는 의료기기가 아니면서 의료기와 유사한 성능이나 효능·효과를 내세운 광고를 금지하는 「의료기기법」 제26조를 위반했다는 지적을 받을 수 있다.

이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 독자인 소비자에게 잘못된 정보를 제공해 피해를 줄 우려가 있으며, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1), (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2018년 3월 14일

한 국 신 문 윤 리 위 원 회

위 원 장 김 용 담 >./ 8/2/18

위	원	정	송	호	정우
		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

신문광고윤리강령 1 신문광고는 독자에게 이익을 주고 신뢰받을 수 있어야 한다.

신문광고윤리강령 3 신문광고는 관계법규에 어긋나는 것이어서는 안된다.

신문광고윤리강령 4 신문광고는 그 내용이 진실하여야 하며 과대한 표현으로 독자를 현혹시켜서는 안된다.

신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1) 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용

(4) 대중의 상품에 대한 지식의 부족이나 어떠한 허점을 악이용한 것