

2016



독자불만 처리보고



한국신문윤리위원회

독자불만처리보고

한국신문윤리위원회

머리말

한국신문윤리위원회가 2016년 한 해 동안 독자불만처리위원회에 제기되었던 사례들을 모아 「독자불만처리보고」를 펴냅니다.

우리 위원회가 2004년 독자불만처리제도를 시행한 이후 벌써 12년이 넘었습니다. 일간신문·통신 및 온라인신문의 기사와 광고에 대한 독자불만 제기는 해마다 늘어나고 있습니다.

특히 2011년부터 온라인심의를 한 결과, 시행 6년만에 온라인신문에 대한 불만제기가 전체 제재 건수의 94%에 이르게 되었습니다. 따라서 이 보고에 실린 사례는 거의 다 온라인신문에 대한 것이라고 보면 됩니다.

독자불만처리위원회는 2016년 총 621건의 불만을 제기받아 윤리위원회에 370건을 상정한 결과, 그 가운데 경고 2건, 주의 357건, 기각 11건의 결정을 받아냈습니다. 나머지 251건에 대해서는 타 기관에 이첩하거나 상담을 통해 적절히 처리되도록 도왔습니다.

윤리위원회에 상정돼 제재를 받은 기사와 광고는 모두 359건(결정 이유 766건)입니다. 결정이유가 더 많은 것은 한 결정에 2개 이상의 이유가 적용된 경우가 있기 때문입니다.

우선 기사부터 살펴보면, 결정이유 가운데 ‘사회·경제세력으로부터의 독립’과 ‘보도자료의 검증’이 각각 59건으로 가장 많은데, 이는 온라인매체 특성상 다량의 기사를 제한 없이 실을 수 있어 나타난 현상입니다. 화장품, 탈모 관련 제품, IT제품 등 다양한 종류의 제품을 소개하고 있으며, 이런 유의 기사는 통상 앞서 예를 든 두 가지 조항에 저촉됩니다. 그 다음으로는 ‘기사와 광고의 구분’(31건)으로 자사 홈페이지 기사 목차 난에 광고제목을 게재해 마치 기사인

것처럼 위장하는 사례입니다. 제목을 누르면 기사가 아닌 광고가 나오는데, 이러한 행태가 반복되면 독자로부터 신뢰를 잃게 됩니다.

이어 '유해환경으로부터의 어린이 보호'(14건), '표제의 원칙', '언론의 책임'(이상 10건), '선정보도의 금지'(9건) 순입니다. '선정보도'와 '어린이 보호' 위반은 그동안 신문윤리위원회의 지속적인 규제로 다소 줄어든 추세입니다. 과도한 '낚시성 제목'도 언론사들의 노력으로 눈에 띄게 감소해 10건 정도이지만, 여전히 근절되지 않고 있습니다.

제재를 받은 광고는 일정한 유형을 보이고 있습니다. 자극적이거나 저속한 표현의 제목을 게재해 광고 사이트에 접속하게 하거나, 노출이 심한 여성의 사진이나 플래시배너를 올려놓고 유인하는 형태입니다. 로또 추천사이트, 주식정보사이트, 건강기능식품, 비아그라·시알리스 등 의사의 처방이 필요한 약품 등을 선전하는 광고가 아무런 제한 없이 게재되고 있습니다.

심지어 해외에 서버를 두고 가짜 명품을 파는 사이트도 적발되었습니다. 이러한 행위는 국내법에 저촉되지만 해외사이트인 만큼 사법 당국의 손길이 미치지 못하고 있습니다. 언론이 불법을 조장하고 있다는 비판을 받을 수 있는 만큼 이러한 광고는 자제가 필요합니다. 이러한 광고들은 대개 '미풍양속저해광고'(131건), '과대광고'(126건), '법규위반광고'(105건), '허위광고'(132건) 중 서너건을 한꺼번에 위반하는 경우가 많습니다.

그 외에 '기사혼동광고'(33건), '신뢰훼손광고'(25건) 등이 있습니다.

또 외국인이 불만을 제기한 사례도 있었습니다. 영자지를 인터넷으로 읽다가 섹스와 관련된 광고가 너무 많다는 점을 지적하며, 어린이들이 볼 수 없도록 차단하지 않을 경우 규제하는 법률이 없느냐며 시정을 촉구해 왔습니다.

이번 보고서가 언론계는 물론 학계와 국민들에게 널리 활용되어 독자불만처리제도가 더욱 활성화 되고 신문지면의 질적 향상에 도움이 되기를 기원합니다.

2017년 4월 일
한국신문윤리위원회
위원장 김 용 담

신문윤리강령

우리 언론인은 자유롭고 책임있는 언론을 실현해 우리에게 주어진 사명을 다할 것을 다짐한다. 우리는 자유롭고 책임있는 언론이 민주 발전, 민족 통일, 문화 창달에 크게 기여한다고 믿는다. 이러한 신념에 따라 스스로 윤리 규범을 준수하고 품위를 지키고자 1957년 4월 7일 「신문윤리강령」을 처음 제정한 바 있다. 이제 그 숭고한 정신을 바탕으로 한국신문협회, 한국신문방송편집인협회, 한국기자협회는 정보화 사회의 출현 등 시대변화에 맞춰 새로운 신문윤리강령을 다시 채택한다.

제 1조 언론의 자유

우리 언론인은 언론의 자유가 국민의 알권리를 실현하기 위해 언론인에게 주어진 으뜸가는 권리라는 신념에서 대내외적인 모든 침해, 압력, 제한으로부터 이 자유를 지킬 것을 다짐한다.

제 2조 언론의 책임

우리 언론인은 언론이 사회의 공기로서 막중한 책임을 지고 있다고 믿는다. 이 책임을 다하기 위해 우리는 무엇보다도 사회의 건전한 여론 형성, 공공복지의 증진, 문화의 창달을 위해 전력을 다할 것이며, 국민의 기본적 권리를 적극적으로 수호할 것을 다짐한다.

제 3조 언론의 독립

우리 언론인은 언론이 정치, 경제, 사회, 종교 등 외부세력으로부터 독립된 자주성을 갖고 있음을 천명한다. 우리는 어떠한 세력이든 언론에 간섭하거나 부당하게 이용하려 할 때 이를 단호히 거부할 것을 다짐한다.

제 4조 보도와 평론

우리 언론인은 사실의 전모를 정확하게, 객관적으로, 공정하게 보도할 것을 다짐한다. 우리는 또한 진실을 바탕으로 공정하고 바르게 평론할 것을 다짐하며, 사회의 다양한 의견을 폭넓게 수용함으로써 건전한 여론 형성에 기여할 것을 결의한다.

제 5조 개인의 명예 존중과 사생활 보호

우리 언론인은 개인의 명예를 훼손하지 않고 개인의 사생활을 침해하지 않을 것을 다짐한다.

제 6조 반론권 존중과 매체접근의 기회제공

우리 언론인은 언론이 사회의 공기라는 점을 인식하여 개인의 권리를 존중하고 특히 독자에게 답변, 반론 및 의견 개진의 기회를 주도록 노력한다.

제 7조 언론인의 품위

우리 언론인은 높은 긍지와 품위를 갖추어야 한다. 우리는 저속한 언행을 하지 않으며 바르고 고운 언어생활을 이끄는 데 앞장설 것을 다짐한다.

신문윤리실천요강

우리 언론인은 한국신문협회, 한국신문방송편집인협회, 한국기자협회가 채택한 신문윤리강령을 구체적으로 시행하기 위하여 다음과 같은 신문윤리실천요강을 채택하고 이를 준수할 것을 다짐한다. 또한 우리는 이 신문윤리실천요강을 한국신문윤리위원회의 준칙으로 삼을 것을 결의한다.

제1조 언론의 자유·책임·독립

언론인은 자유롭고 책임있는 언론을 실현하기 위해 부당한 억제와 압력을 거부해야 하며 편집의 자유와 독립을 지켜야 한다.

- ① **(정치권력으로부터의 자유)** 언론인은 정권, 정당 및 정파 등 어떠한 정치권력이 언론에 대해 가하는 부당한 압력과 청탁을 거부해야 한다.
- ② **(사회·경제세력으로부터의 독립)** 언론인은 어떠한 단체, 종교, 종파 등 사회세력과 그리고 기업 등 어떠한 경제세력의 부당한 압력, 또는 금전적 유혹이나 청탁을 거부해야 한다.
- ③ **(사회적 책임)** 언론인은 개인의 권리 보호에 최선을 기해야 하며, 건전한 여론형성과 공공복지 향상을 위하여 사회의 중요한 공공문제를 적극적으로 다루어야 한다.

- ④ **(차별과 편견의 금지)** 언론인은 지역간, 계층간, 성별간, 인종간, 종교간 갈등을 야기하는 편견을 가져서는 안되며 이에 근거해 개인을 차별해서도 안된다. 언론인은 아울러 장애인 등 소수자와 사회적 약자의 권리를 보호해야 하며 이들에 대한 편견을 갖지 말아야 한다.

제 2조 취재준칙

기자는 취재를 위해 개인 또는 단체를 접촉할 때 필요한 예의를 지켜야 할 뿐만 아니라 비윤리적인 또는 불법적인 방법을 사용해서는 안된다. 또한 기자는 취재를 위해 개인을 위협하거나 괴롭혀서는 안된다.

- ① **(신분사칭·위장 및 문서반출 금지)** 기자는 신분을 위장하거나 사칭하여 취재해서는 안되며 문서, 자료, 컴퓨터 등에 입력된 전자정보, 사진 기타 영상을 소유주나 관리자의 승인없이 검색하거나 반출해서는 안된다. 다만 공익을 위해 필요한 경우에는 예외로 할 수 있다.

- ② **(재난 등 취재)** 기자는 재난이나 사고를 취재할 때 인간의 존엄성을 침해하거나 피해자의 치료를 방해해서는 안되며 재난 및 사고의 피해자, 희생자 및 그 가족에게 적절한 예의를 갖추어야 한다.

- ③ **(병원 등 취재)** 기자는 병원, 요양소, 보건소 등을 취재할 때 신분을 밝혀야 하며 입원실을 포함한 비공개지역을 허가없이 들어가서는 안된다. 또한 기자는 허가없이 환자를 상대로 취재하거나 촬영을 해서는 안되며 환자의 치료에 지장을 주어서는 안된다.

- ④ **(전화취재)** 기자는 전화로 취재할 때 신분을 밝히는 것을 원칙으로 하며 취재원에 대해 최대한 예의를 지켜야 한다.

- ⑤ **(도청 및 비밀촬영 금지)** 기자는 개인의 전화도청이나 비밀촬영 등 사생활을 침해해서는 안된다.

제 3조 보도준칙

보도기사(해설기사 포함)는 사실의 전모를 충실하게 전달함을 원칙으로 하며 출처 및 내용을 정확히 확인해야 한다. 또한 기자는 사회정의와 공익을 실현하기 위해 진실을 적극적으로 추적·보도해야 한다.

- ① **(보도기사의 사실과 의견구분)** 기자는 사실과 의견을 명확히 구분하여 보도 기사를 작성해야 한다. 또한 기자는 편견이나 이기적 동기로 보도기사를 고르거나 작성해서는 안된다.
- ② **(공정보도)** 기자는 경합 중인 사안을 보도할 때 어느 한 쪽의 주장을 편파적으로 보도하지 않는다. 여론조사 등을 바탕으로 보도할 경우 그 조사의 신뢰성에 대해 근거를 분명히 밝혀야 한다.
- ③ **(미확인보도 명시원칙)** 기자는 출처가 분명치 아니하거나 확인되지 않은 사실을 부득이 보도할 경우 그 점을 분명히 밝혀야 한다.
- ④ **(선정보도의 금지)** 기자는 성범죄, 폭력 등 기타 위법적이거나 비윤리적 행위를 보도할 때 음란하거나 잔인한 내용을 포함하는 등 선정적으로 보도해서는 안되며 또한 저속하게 표현해서는 안된다.
- ⑤ **(답변의 기회)** 보도기사가 개인이나 단체에 대한 비판적이거나 비방적 내용을 포함할 때에는 상대방에게 해명의 기회를 주고 그 내용을 반영해야 한다.
- ⑥ **(재난보도)** 재난이나 대형사건 등을 보도할 때 상황과 상관없는 흥미위주의 보도를 지양하고 자극적이거나 선정적인 용어는 사용하지 않는다. 재난 및 사고의 피해자, 희생자 및 그 가족의 명예나 사생활 등 개인의 인권을 침해하는 일이 없도록 유의해야 한다.
- ⑦ **(보도자료의 검증)** 취재원이 제공하는 구두발표와 홍보성 보도자료는 사실의 검증을 통해 확인보도하는 것을 원칙으로 한다.

- ⑧ **(피의사실의 보도)** 경찰 및 검찰 등 수사기관이 제공하는 피의사실은 진실 여부를 확인하도록 노력해야 하며 피고인 또는 피의자측에게 해명의 기회를 주기 위해 최선을 다해야 한다.

제 4조 사법보도준칙

언론인은 사법기관의 독립성을 부당하게 훼손하는 취재, 보도, 평론을 해서는 안된다.

- ① **(재판에 대한 부당영향 금지)** 언론인은 재판에 부당한 영향을 끼치는 취재, 보도, 평론을 해서는 안된다.
- ② **(판결문 등의 사전보도 금지)** 기자는 판결문, 결정문 및 기타 사법문서를 판결이나 결정 전에 보도·논평해서는 안된다. 다만 관련취재원이 사법문서에 포함된 내용을 제공할 때에는 예외로 한다.

제 5조 취재원의 명시와 보호

보도기사는 취재원을 원칙으로 익명이나 가명으로 표현해서는 안되며 추상적이거나 일반적인 취재원을 빙자하여 보도해서는 안된다. 그러나 기자가 취재원의 비보도 요청에 동의한 경우 이를 보도해서는 안된다.

- ① **(취재원의 명시와 익명조건)** 기자는 취재원이나 출처를 가능한 한 밝혀야 한다. 다만 공익을 위해 부득이 필요한 경우나 보도가치가 우선하는 경우 취재원이 요청하는 익명을 받아들일 수 있다. 이 경우 그 취재원이 익명을 요청하는 이유, 그의 소속기관, 일반적 지위 등을 밝히도록 노력해야 한다.
- ② **(제3자 비방과 익명보도 금지)** 기자는 취재원이 익명의 출처에 의존하거나 자기의 일방적 주장에 근거하여 제3자를 비판, 비방, 공격하는 경우 그의 익명 요청은 원칙적으로 받아들여서는 안된다.

- ③ **(배경설명과 익명조건)** 기자는 취재원이 심층배경설명을 할 때 공익을 위해 필요한 경우 그의 익명요청을 받아들일 수 있되, 취재원의 소속기관과 일반적 지위를 밝혀야 한다.
- ④ **(취재원과의 비보도 약속)** 기자가 취재원의 신원이나 내용의 비보도 요청에 동의한 경우 취재원이 비윤리적 행위 또는 불법행위의 당사자인 경우를 제외하고는 보도해서는 안된다.
- ⑤ **(취재원 보호)** 기자는 취재원의 안전이 위태롭거나 부당하게 불이익을 받을 위험이 있는 경우 그 신원을 밝혀서는 안된다.

제 6조 보도보류시한

기자는 취재원이 요청하는 보도보류시한에 대해 합리적인지 판단하여 수용 여부를 결정하여야 한다.

- ① **(보도보류시한의 연장 금지)** 기자는 자의적인 상호협정으로 보도보류시한을 정하거나 연장해서는 안된다.
- ② **(보도보류시한의 효력상실)** 보도보류시한은 시한을 정한 목적에 위배되는 사정이 발생했을 경우 그 효력을 상실한다.

제 7조 범죄보도와 인권존중

언론인은 유죄가 확정되기 전의 형사사건 피의자 및 피고인의 인권을 존중해야 한다. 또한 범죄에 연루된 정신이상자와 박약자, 피해자 및 무관한 가족들의 인권을 존중해야 한다.

- ① **(형사피의자 및 피고인의 명예존중)** 언론인은 형사사건의 피의자 및 피고인이 무죄로 추정된다는 점을 유의하여 경칭을 사용하는 등 그의 명예와 인격을 존중해야 한다. 다만 피의자가 현행범인 경우와 기소 후 피고인에

대한 경칭의 사용여부는 개별 언론사의 편집정책에 따른다.

- ② **(성범죄와 무관한 가족보호)** 기자나 편집자는 성범죄를 보도하는 경우 무관한 가족의 신원을 밝혀서는 안된다.
- ③ **(미성년피의자 신원보호)** 기자나 편집자는 미성년(18세이하)의 피의자 또는 피고인의 사진 및 기타 신원자료를 밝혀서는 안된다.
- ④ **(자살 보도의 신중)** 자살보도는 사회에 미치는 영향을 고려하여 신중해야 한다. 자살방법 등에 대한 구체적 묘사 등 대중의 호기심에 영합하는 보도를 해서는 안된다. 특히 표제에는 ‘자살’이라는 표현을 삼간다.
- ⑤ **(피의자 및 참고인 등 촬영 신중)** 기자는 형사사건의 피의자, 참고인 및 증인을 촬영하거나 사진 또는 영상을 보도할 때는 최대한 공익과 공공성을 고려해야 한다.

제 8조 출판물의 전제와 인용

언론사와 언론인은 신문, 통신, 잡지 등 기타 정기간행물, 저작권 있는 출판물, 사진, 그림, 음악, 기타 시청각물의 내용을 표절해서는 안되며 내용을 전제 또는 인용할 때에는 그 출처를 구체적으로 밝혀야 한다.

- ① **(통신 기사의 출처명시)** 언론사와 언론인은 통신 기사를 자사 기사와 구별하여 출처를 밝혀 사용하여야 하며 사소한 내용을 변경하여 자사 기사로 바뀌어서는 안된다.
- ② **(타 언론사 보도 등의 표절 금지)** 언론사와 기자는 타 언론사의 보도와 논평을 표절해서는 안되며 출처를 명시하지 않고 실제적 내용을 인용해서는 안된다. 복수의 매체나 웹사이트 등을 통해 공개된 정보는 예외로 하며, 출처가 여럿일 경우 이를 포괄적으로 명시할 수 있다.

③ **(타출판물의 표절 금지)** 언론사와 언론인은 타인의 저작권을 침해해서는 안되며 저작자의 동의 아래 인용할 경우 그 출처를 밝혀야 한다.

④ **(사진 및 기타 시청각물의 저작권 보호)** 언론사와 언론인은 개인이나 단체의 사진, 그림, 음악, 인터넷게시물, 댓글, 기타 시청각물 등의 저작권을 보호해야 하며 보도나 평론에 사용할 경우 그 출처를 밝혀야 한다.

제 9조 평론의 원칙

평론은 진실을 근거로 의견을 공정하고 바르게 표명하되 균형과 절제를 잃지 말아야 하며 특히 고의적 편파와 왜곡을 경계해야 한다. 또한 평론은 정치적 입장을 자유로이 표현할 수 있으며 논쟁적 문제에 대해 다양한 공중의 의견을 폭넓게 수용하여 건전한 여론형성을 위해 노력해야 한다.

① **(논설의 정론성)** 사설은 소속 언론사의 정론적 입장을 대변해야 하며 특히 언론사의 상업적 이익이나 특정 단체와 종파의 이권을 대변해서는 안된다.

② **(정치적 평론의 자유)** 사설 등 평론은 실정법을 위반하지 않는 한 특정 정당 또는 특정 후보자에 대한 지지 또는 반대를 표명하는 등 언론사의 정치적 입장을 자유로이 표현할 수 있다.

③ **(반론의 기회)** 사설 등 평론이 개인 또는 단체를 비판하는 경우 비판받은 당사자의 적절한 해명과 반론의 기회를 주도록 노력해야 한다.

제 10조 편집지침

편집자는 사내외의 압력이나 억제로부터 자유로워야 하며 공개된 편집기준에 따라 독립적으로 편집해야 한다. 또한 편집자는 기사내용을 과장하거나 왜곡하는 등 선정적인 편집을 해서는 안된다.

① **(표제의 원칙)** 신문의 표제는 기사의 요약적 내용이나 핵심적 내용을 대표

해야 하며 기사내용을 과장하거나 왜곡해서는 안된다.

- ② **(편집변경 및 선정주의 금지)** 편집자는 사내외의 부당한 요구에 따라 기사를 없애거나 기사의 면배치, 면위치, 크기 등 내용을 바꾸어서는 안되며 음란하거나 잔혹한 내용으로 선정적인 편집을 해서는 안된다.
- ③ **(미확인사실 과대편집 금지)** 편집자는 출처가 분명하지 않거나 확인되지 않은 사실을 부득이 보도할 경우 과대하게 편집해서는 안된다.
- ④ **(기고기사의 변경 금지)** 편집자는 사외 기고기사의 경우 기고자의 동의없이 기사의 실체적 내용을 변경해서는 안된다.
- ⑤ **(기사의 정정)** 편집자는 사실의 오류를 발견하거나 독자가 잘못된 사실의 정정을 요구할 경우 그 내용을 신속히 그리고 뚜렷하게 게재해야 한다.
- ⑥ **(관계사진 게재)** 보도사진은 기사의 실체적 내용과 직접적으로 관련을 가져야 하며 그것을 사진 설명으로 밝혀야 한다. 다만 부득이한 경우 기사와 간접적 관련이 있는 사진을 사용할 수 있되 그 사실을 밝혀야 한다.
- ⑦ **(사진조작의 금지)** 편집자는 보도사진의 실체적 내용을 삭제, 첨가, 변형하는 등 조작해서는 안된다. 다만 편집의 기술적 편의를 위해 부득이한 경우 최소한의 조작기법을 사용할 수 있되 그 사실을 밝혀야 한다.
- ⑧ **(기사와 광고의 구분)** 편집자는 독자들이 기사와 광고를 명확하게 구분할 수 있도록 편집한다.
- ⑨ **(부당한 재전송 금지)** 언론인은 부당한 목적으로 제목과 기사의 일부를 바꾸는 등의 방법으로 같거나 비슷한 기사를 반복적으로 게재해서는 안된다.
- ⑩ **(이용자의 권리 보호)** 언론인은 홈페이지 운영에서 청소년 보호에 유의하며, 이용자가 원치 않는 선정적 기사나 광고에 접속되지 않도록 유의한다.

제 11조 명예와 신용존중

언론인은 개인과 단체의 명예나 신용을 훼손하는 보도 및 평론을 해서는 안 된다.

- ① **(개인의 명예·신용훼손 금지)** 기자는 오보, 부정확한 보도, 왜곡보도, 그리고 공익과 무관한 사실 보도 등으로 개인이나 단체의 명예나 신용을 훼손해서는 안 된다.
- ② **(저속한 표현에 의한 명예훼손)** 기자는 개인이나 단체를 저속하게 표현하여 명예를 훼손해서는 안 된다.
- ③ **(사자의 명예존중)** 보도와 평론은 사자의 명예를 부당하게 훼손해서는 안 된다.

제 12조 사생활 보호

언론인은 공익을 위해 부득히 필요한 경우를 제외하고는 개인의 사생활을 보도·평론해서는 안 된다.

- ① **(사생활 영역 침해 금지)** 기자는 개인의 주거 등 사생활 영역에 허락없이 침입해서는 안 된다.
- ② **(전자개인정보 무단검색 등 금지)** 기자는 컴퓨터 등 전자기기에 입력된 개인정보를 소유주나 관리자의 승인없이 검색하거나 출력해서는 안 된다.
- ③ **(사생활 등의 사진촬영 및 보도 금지)** 기자는 개인의 사생활, 사유물, 개인에 속한 기타 목적물을 동의없이 촬영하거나 취재 보도해서는 안 된다. 다만 공인의 경우는 예외로 한다.
- ④ **(공인의 사생활 보도)** 언론인은 공인의 사생활을 보도·평론하는 때에도 절제를 잃지 않도록 경계해야 한다.

제 13조 어린이 보호

언론인은 어린이의 건전한 인격형성과 정서함양을 위해 노력해야 하며 특히 음란하거나 폭력적인 유해환경으로부터 어린이를 보호해야 한다.

- ① **(어린이 취재 보도)** 기자는 부모나 기타 보호자의 승인없이 어린이(13세 미만)를 대상으로 인터뷰나 촬영을 해서는 안된다. 또한 기자는 학교장이나 유치원장 등 보호책임자 동의없이 어린이를 접촉하거나 촬영을 해서는 안된다.
- ② **(성범죄와 어린이 보호)** 기자나 편집자는 어린이나 어린이의 가족이 성범죄에 연루된 경우 그 어린이의 신원을 밝혀서는 안된다.
- ③ **(유괴보도제한 협조)** 기자나 편집자는 어린이가 유괴된 경우 무사히 생환하는데 모든 협조를 다해야 하며 특히 유괴된 어린이가 범인의 수중에 있는 때에는 가족이나 수사기관의 보도제한요청에 응해야 한다.
- ④ **(유해환경으로부터의 어린이 보호)** 언론인은 폭력, 음란, 약물사용의 장면을 미화하거나 지나치게 상세하게 보도하여 어린이에게 유해한 환경을 조성하지 않도록 특별히 경계해야 한다.

제 14조 정보의 부당이용금지

기자는 취재과정에서 얻은 정보를 본인, 친인척 또는 기타 지인의 이익을 위해서 사용하거나 다른 개인이나 기관에 넘겨서는 안된다.

- ① **(기자 본인 및 친인척의 소유주식에 관한 보도제한)** 기자는 본인, 친인척 또는 기타 지인이 이해관계를 갖는 주식 및 증권정보에 관해 보도해서는 안된다.
- ② **(소유주식 및 증권의 거래 금지)** 기자는 주식 및 증권정보에 관해 최근에 기사를 썼거나 가까운 장래에 쓰고자 할 때 그 주식이나 증권의 상업적

거래에 직접 또는 간접적으로 참여해서는 안된다.

- ③ **(부동산 등 부당거래 금지)** 언론인은 취재 및 기타 언론활동에서 얻은 정보를 부동산 거래 등 기타 사사로운 이익을 위해 이용해서는 안된다.

제 15조 언론인의 품위

언론사와 언론인은 언론의 사회적 공기성에 합당하는 높은 직업적 기준을 준수함으로써 공인으로서의 품위를 지켜야 한다.

- ① **(금품수수 및 향응 금지)** 언론사와 언론인은 취재, 보도, 평론, 편집에 관련하여 이해당사자로부터 금품, 향응, 무료여행초대, 취재여행의 경비, 제품 및 상품권, 고가의 기념품 등 경제적 이익을 받아서는 안된다. 다만 서평을 위해 받은 서적은 예외로 하며 제품소개를 위해 받은 제품은 공공목적 을 위해 사용해야 한다.
- ② **(부당한 집단영향력 행사 금지)** 기자는 공동취재나 친목 또는 직업적 공동 이익을 위한 목적 이외에 단체를 구성하거나 활동해서는 안되며 출입처 와 기업 등 취재원에 대해 집단적 영향력을 행사해서는 안된다. 특히 이들 취재원으로부터 금품이나 부당한 향응을 받아서는 안된다.
- ③ **(부당한 금전지불 금지)** 언론인은 반사회적 범죄자에게 금전을 제공하는 등 비윤리적 방법에 의해 취재하거나 기타 자료를 취득해서는 안된다.
- ④ **(기자의 광고·판매·보급행위 금지)** 언론사는 언론직 종사자(편집자, 기자 등)에게 보급행위 및 광고판매를 요구해서는 안되며 언론직 종사자도 그런 요구를 받아들여서는 안된다.

제 16조 공익의 정의

이 신문윤리실천요강에서 규정하는 공익을 위해 필요한 경우는 다음과 같은

사항을 포함한다.

- ① **(국가안전 등)** 국가의 안전보장, 사회질서유지, 공공복리를 위해 부득이한 경우
- ② **(공중안녕)** 공중의 보건과 안전 및 환경보존을 위해 부득이한 경우
- ③ **(범죄의 폭로)** 반사회적 범죄 또는 중대한 비윤리적 행위를 방지하기 위해 부득이한 경우
- ④ **(공중의 오도방지)** 개인이나 단체의 성명 또는 행동으로 공중이 오도되는 것을 막기 위해 부득이한 경우

한국신문협회, 한국신문방송편집인협회, 한국기자협회는 개정된 신문윤리강령 및 실천요강을 승인, 준칙으로 삼는다.

1957년 4월 7일	제정
1996년 4월 8일	전면개정
2009년 3월 4일	부분개정
2016년 4월 6일	부분개정
한 국 신 문 협 회	
한 국 신 문 방 송 편 집 인 협 회	
한 국 기 자 협 회	

신문소설 · 만화 심의기준

1. 근친상간 등 인륜도덕을 파괴하는 패륜적 내용
2. 혼음, 윤간, 변태적 성행위 등을 노골적으로 묘사한 것
3. 간통 등 부도덕한 성행위를 합리화하는 내용
4. 강간, 강도행위 장면을 구체적으로 묘사하여 동종범죄를 유발케 할 위험이 있는 내용
5. 잔학한 살상행위 등을 구체적으로 묘사한 것
6. 성행위 장면을 선정적, 음란하게 묘사한 것
7. 음란, 저속한 음담패설

1997년 2월 26일
한국신문윤리위원회

신문광고윤리강령

1. 신문광고는 독자에게 이익을 주고 신뢰받을 수 있어야 한다.
2. 신문광고는 공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안된다.
3. 신문광고는 관계법규에 어긋나는 것이어서는 안된다.
4. 신문광고는 그 내용이 진실하여야 하며 과대한 표현으로 독자를 현혹시켜서는 안된다.

신문광고윤리실천요강

강령 1에 따라 다음과 같은 사항을 게재해서는 안된다.

- (1) 비과학적 또는 미신적인 것
- (2) 투기, 사행심을 선동하는 내용(단, 당국의 허가를 받은 것은 예외로 한다)
- (3) 공인 유권기관이 인정하고 있지 않는 것

강령 2에 따라 다음과 같은 사항을 게재해서는 안된다.

- (1) 국가변란의 위험이 있거나 군사, 외교의 기밀에 관한 것
- (2) 혐오감이나 어떤 욕정을 불러 일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용
- (3) 어린이 및 청소년을 대상으로 하는 광고에 그들을 육체적 혹은 도덕적으로 그르치게 할 표현
- (4) 협박, 폭력 등의 범죄행위를 미화하거나 유발시킬 우려가 있는 내용
- (5) 미풍양속을 해치거나 공중에게 폐해를 끼칠 우려가 있는 무허가 소개업소(직업, 통신)의 광고 또는 구인, 구혼광고
- (6) 국기, 애국가 등 국가의 존엄성을 유지해야 할 상징 또는 인물(성현, 위인, 선열 등)을 모독하는 표현

강령 3에 따라 다음과 같이 사항을 게재해서는 안된다.

- (1) 공익을 위함이 아니면서 타인 또는 단체나 기관을 비방, 중상하여 그 명예나 신용을 훼손시키거나 업무를 방해하는 내용
- (2) 프라이버시 침해의 우려가 있는 타인의 성명, 초상을 무단히 사용

하는 것

- (3) 법원에 계류 중이거나 형사사건 용의자의 포범에 관한 내용
- (4) 표절, 모방 또는 기타 방법으로 타인의 권리를 침해하는 것

강령 4에 따라 다음과 같은 사항을 게재해서는 안된다.

- (1) 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용
- (2) 광고주의 명칭, 주소 및 책임소재가 불명한 것
- (3) 광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체제 및 표현
- (4) 대중의 상품에 대한 지식의 부족이나 어떠한 허점을 악이용한 것
- (5) 사회적으로 공인되지 않은 인허가, 보증, 추천, 상장, 자격증 등을 사용한 것

1976년 10월 27일 한국신문윤리위원회

1976년 11월 3일 한 국 신 문 협 회

1996년 4월 8일 한 국 신 문 협 회
한국신문윤리위원회

차 례

머리말

신문윤리강령	3
신문윤리실천요강	5
신문소설 · 만화 심의기준	17
신문광고윤리강령	18
신문광고윤리실천요강	19

기사

	29
1. 2016-1-1 스포츠동아	31
2. 2016-1-2 스포츠조선	34
3. 2016-1-3 조선닷컴	36
4. 2016-1-4 서울신문	57
5. 2016-1-5 헤럴드경제	60
6. 2016-1-6 헤럴드경제	64
7. 2016-1-7 한국일보	66
8. 2016-1-8 헤럴드경제	69
9. 2016-1-9 스포츠동아	71
10. 2016-1-10 서울신문	74
11. 2016-1-11 조선닷컴	77
12. 2016-1-12 경향닷컴 / 헤럴드경제 / 파이낸셜뉴스	81
13. 2016-1-13 東亞日報	86
14. 2016-1-14 한경닷컴	91
15. 2016-1-15 헤럴드경제	102
16. 2016-1-16 아시아경제	108

기사

17. 2016-1-17	일간스포츠	111
18. 2016-1-18	매경닷컴	114
19. 2016-1-19	아시아경제	125
20. 2016-1-20	연합뉴스	129
21. 2016-1-21	국민일보	134
22. 2016-1-22	디지털타임스	138
23. 2016-1-23	스포츠조선	142
24. 2016-1-24	스포츠동아	160
25. 2016-1-25	스포츠경향	168
26. 2016-1-26	스포츠동아	171
27. 2016-1-27	연합뉴스	174
28. 2016-1-28	조선닷컴	180
29. 2016-1-29	헤럴드경제	184
30. 2016-1-30	스포츠동아	188
31. 2016-1-31	스포츠조선	194
32. 2016-1-32	스포츠동아	199
33. 2016-1-33	아시아경제	201
34. 2016-1-34	헤럴드경제	206
35. 2016-1-35	아주경제	208
36. 2016-1-36	헤럴드경제	211
37. 2016-1-37	스포츠조선	215
38. 2016-1-38	스포츠조선	219
39. 2016-1-39	스포츠동아 / 전자신문	229
40. 2016-1-40	서울경제 / 光州日報	234
41. 2016-1-41	스포츠동아	239
42. 2016-1-42	서울신문	242
43. 2016-1-43	스포츠동아	246
44. 2016-1-44	서울신문 / 아주경제	249
45. 2016-1-45	스포츠동아 / 전자신문	252
46. 2016-1-46	毎日新聞	266
47. 2016-1-47	아시아경제	285

기사

48. 2016-1-48	스포츠서울	293
49. 2016-1-49	아시아경제	296
50. 2016-1-50	스포츠조선	299
51. 2016-1-51	전자신문	306
52. 2016-1-52	每日新聞	310
53. 2016-1-53	파이낸셜뉴스	314
54. 2016-1-54	강원도민일보	317

광고

319

1. 2016-2-1	스포츠서울	321
2. 2016-2-2	국민일보 / 서울신문 / 스포츠조선 / 아시아경제 / 일간스포츠	324
3. 2016-2-3	서울경제 / 스포츠동아 / 스포츠조선 / 아시아투데이 / 한경닷컴 / 한국미디어네트워크	327
4. 2016-2-4	동아닷컴 / 머니투데이 / 서울신문 / 스포츠동아 / 스포츠서울 / 스포츠조선 / 조선닷컴 / 중앙일보 / 쿠키뉴스 / 파이낸셜뉴스 / 한경닷컴	331
5. 2016-2-5	국민일보 / 스포츠조선 / 아시아경제 / 일간스포츠 / 쿠키뉴스 / 파이낸셜뉴스 / 헤럴드경제	336
6. 2016-2-6	스포츠서울 / 일간스포츠	340
7. 2016-2-7	국민일보 / 동아닷컴 / 머니투데이 / 문화일보 / 세계닷컴 / 스포츠월드 / 스포츠조선 / 아시아투데이 / 헤럴드경제	343
8. 2016-2-8	국민일보 / 서울신문 / 스포츠월드 / 아시아경제 / 파이낸셜뉴스 / 헤럴드경제	348
9. 2016-2-9	국민일보 / 머니투데이 / 서울신문 / 스포츠서울 / 스포츠조선 / 중앙일보 / 파이낸셜뉴스	352

광고

10. 2016-2-10	국민일보 / 머니투데이 / 문화일보 / 세계닷컴 / 스포츠월드 / 스포츠조선 / 아시아투데이 / 파이낸셜뉴스	357
11. 2016-2-11	국민일보 / 머니투데이 / 헤럴드경제	363
12. 2016-2-12	국민일보 / 문화일보 / 세계닷컴 / 스포츠월드 / 스포츠조선 / 아시아투데이 / 코리아타임즈 / 코리아헤럴드 / 파이낸셜뉴스	366
13. 2016-2-13	국민일보 / 파이낸셜뉴스	373
14. 2016-2-14	국민일보 / 코리아헤럴드	375
15. 2016-2-15	코리아헤럴드	377
16. 2016-2-16	중앙일보 / 아시아경제 / 파이낸셜뉴스 / 한경닷컴	379
17. 2016-2-17	국민일보 / 스포츠서울 / 스포츠월드 / 스포츠조선 / 아주경제	382
18. 2016-2-18	국민일보 / 문화일보 / 세계닷컴 / 스포츠월드	385
19. 2016-2-19	경향신문 / 동아닷컴 / 매경닷컴 / 머니투데이 / 스포츠경향 / 아시아경제 / 파이낸셜뉴스 / 조선닷컴	388
20. 2016-2-20	머니투데이 / 문화일보 / 서울신문 / 아시아경제	392
21. 2016-2-21	국민일보 / 스포츠월드	395
22. 2016-2-22	아시아경제 / 코리아헤럴드	396
23. 2016-2-23	경향신문 / 국민일보 / 서울경제 / 스포츠경향 / 스포츠동아 / 스포츠조선 / 일간스포츠 / 중앙일보 / 헤럴드경제	398
24. 2016-2-24	동아닷컴 / 머니투데이 / 아시아경제 / 한겨레 / 한경닷컴	404
25. 2016-2-25	국민일보 / 머니투데이	407
26. 2016-2-26	경향신문 / 국민일보 / 서울경제 /	

광고

	스포츠경향 / 스포츠동아 / 스포츠조선 /	
	헤럴드경제	409
27. 2016-2-27	경향신문 / 매경닷컴 / 스포츠경향 /	
	일간스포츠	414
28. 2016-2-28	국민일보 / 아시아경제 / 한경닷컴	417
29. 2016-2-29	전자신문	419
30. 2016-2-30	동아닷컴 / 머니투데이 / 서울신문 /	
	스포츠경향 / 스포츠동아 / 스포츠조선 /	
	아시아경제 / 조선닷컴 / 한겨레 / 한경닷컴	420
31. 2016-2-31	경향신문 / 국민일보 / 서울경제 / 스포츠경향 /	
	스포츠조선 / 쿠키뉴스	426
32. 2016-2-32	경향신문 / 동아닷컴 / 매경닷컴 /	
	머니투데이 / 이데일리 / 일간스포츠	430
33. 2016-2-33	국민일보 / 머니투데이 / 한경닷컴	433
34. 2016-2-34	동아닷컴 / 머니투데이 / 스포츠경향 /	
	스포츠서울 / 스포츠조선 / 아시아경제 /	
	조선닷컴 / 한겨레 / 한경닷컴	435
35. 2016-2-35	국민일보 / 머니투데이 / 코리아헤럴드 /	
	한국일보 / 헤럴드경제	440
36. 2016-2-36	국민일보 / 머니투데이 / 코리아타임스	443
37. 2016-2-37	동아닷컴 / 머니투데이 / 일간스포츠	446
	독자불만처리 현황	449

심의결정에 참여한 윤리위원

위 원 장

이 흥 훈 (위원장·전 대법관)

윤리위원

민 병 옥 (독자불만처리위원·전 한국간행물윤리위원회 위원장)

장 명 국 (내일신문 사장)

이 영 만 (헤럴드경제 사장)

이 동 현 (경향신문 사장)

이 진 녕 (동아일보 미디어연구소장)

김 종 구 (한겨레 편집인)

박 재 현 (중앙일보 편집국장대리)

김 규 식 (매일경제 금융부 차장)

강 희 (경인일보 편집부장)

손 해 원 (국회의원·더불어민주당)

이 은 재 (국회의원·바른정당)

안 양 옥 (한국장학재단 이사장)

김 영 모 (한국신문협회 광고협의회회장·문화일보 광고국장)

변 재 운 (쿠키미디어 대표)

박 현 갑 (서울신문 온라인뉴스국장)

김 자 혜 (소비자시민모임 회장)

박 미 경 (수필가·한국문인협회 이사)

-
- 여기에 수록된 결정문은 언론계, 학계 등 관계분야의 연구자료로써 제공되는 것입니다. 그 내용을 인용하실 경우 사건 관계인사 등의 명예와 권익보호를 위해 가공의 주소나 가명 또는 기호로써 대신하시기 바랍니다.



”

기사

Korea Press Ethics Commission

...

2016-1-1 독자불만처리

스포츠동아 발행인 송 대 근

주문

스포츠동아 2015년 12월 28일자 「송대관, 3년만의 고백 “사기 혐의, 아내 자살…”」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『네이버 뉴스스탠드에서 스포츠동아를 보던 중에 「송대관, 3년만의 고백 “사기 혐의, 아내 자살…”」 제목을 보고 송대관 씨 부인이 자살한 줄 알고 깜짝 놀랐습니다. 기사 본문을 보니 송대관 씨 부인이 자살했다는 내용은 전혀 없었습니다.

3년 만에 컴백한 연예인의 소식을 이런 식으로 보도해도 되는 겁니까? 낚시성 제목으로 독자를 기만하는 보도는 삼가해 주시기 바랍니다.』

2. 이에 앞서 스포츠동아는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



〈2015. 12. 28. 11:20 캡처〉

『송대관, 3년 만에 방송 복귀 “아내와 이혼? 내겐 정신적 지주”』

입력 2015-12-27 11:03:00



가수 송대관이 긴 공백을 깨고 3년 만에 방송에 출연했다.

송대관은 26일 방송된 중편 프로그램 ‘동치미’에 출연해 아내와 최근 부동산 투자 피소 사건에 대한 비하인드 스토리에 대해 털어냈다.

‘내가 그때 왜 그랬을까’의 주제로 이뤄진 이날 방송에서 송대관은 “법적 문제에 휘말려 방송 활동을 하지 않은 3년 간의 긴 공백 기간 동안 ‘동치미’를 즐겨 봤다”면서 “그간 나의 답답한 속을 잘 풀어줬다. 그래서 평소 애청자의 의리로 ‘동치미’로 방송 컴백을 결정했다”고 입을 뗐다.

송대관은 “사람들을 만나면 ‘아내와 왜 이혼 안 하세요?’라는 말을 가장 많이 듣는다. 최근 일어난 법적 문제로 인해 실제로 아내가 나를 떠나려 한 적도 있다”면서 “아내로 인해 구설수에 올랐지만 아내가 없었다면 아마 오늘날의 송대관도 없었을 것”이라고 털어냈다.

또한 그는 “외유내강형의 아내는 나에게 정신적 지주와도 같다. 오늘 출연을 위해 아내가 반짝이 의상도 특별히 준비해줬다. 또 집을 나오는데 ‘오늘 분위기 제대로 잡고 오라’고 힘도 북돋아줬다. 남편의 사업이 실패했다고 이혼을 요구하는 아내가 없듯, 아내의 사업이 실패했다고 이혼하자는 남편도 없다. 배우자의 부족한 점을 채워 주는 것이 부부라고 생각한다”고 굳건한 믿음을 드러냈다.

더불어 “공백 기간 동안 있었던 내 이야기는 웃으며 할 이야기는 아니다. 지금 생각해도 눈물이 날 것 같지만 담담히 이야기해보겠다. 아내가 저지른 일이지만 남편인 내가 몰랐던 건 아니다. 서로 협력해서 잘 해보려고 했던 일인데 우리가 경험이 없던 분야라서 미숙했다. 사회적으로 물의를 빚고 미안한 마음에 아내는 가족 곁을 떠나는 것은 물론 세상을 떠나려는 극단적인 생각도 했다. 그럴 때마다 내가 아내를 붙잡았다. 남편인 내가 아내를 품고 더 아끼며 살아가려 한다”고 고백했다.

이에 개그우먼 김미화는 “송대관 씨는 평소 쾌활하고 긍정적인 성격의 소유자다. 그런데 이렇게 진지한 모습은 처음이다. 그의 히트곡 가사처럼 늘 ‘짹하고 해뜰 날’ 같은 삶을 사는 사람이라, 이 정도로 심각한 상황일 줄 몰랐다. 그래도 힘든 시간들을 잘 극복한 것 같아 다행이고 보기 좋다”고 응원했다.

앞서 송대관은 2009년 5월 충남 보령시 남포면 일대 땅에 대규모 리조트를 짓겠다며 캐나다 교포 양모 씨에게 토지분양금 명목으로 4억1400만원을 받아 가로챈 혐의와 같은 해 양 씨의 남편으로부터 1억원을 빌려 갚지 않은 혐의로 피소됐다.

이에 1심은 송대관의 혐의를 인정해 징역 1년2월에 집행유예 2년을 선고했으며 함께 기소된 송대관의 부인 이 모씨는 징역 2년의 실형을 선고받았다. 하지만 2심은 송대관이 아닌 이 씨의 단독 범행으로 판단해 무죄를 선고했다.

동아닷컴 온라인뉴스팀 기사제보 star@donga.com

(<http://sports.donga.com/NewsStand/3/all/20151227/75586699/1>)

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠동아는 가수 송대관(가)이 게스트로 출연한 MBN 방송프로그램 ‘속풀이쇼 동치미’ 녹화 현장을 기사로 다루면서 네이버 뉴스스탠드에 「송대관, 3년만의 고백 “사기 혐의, 아내 자살…”」이라는 제목을 달았다.

그러나 해당 기사에는 “사회적으로 물의를 빚고 미안한 마음에 아내는 가족 곁을 떠나는 것은 물론 세상을 떠나려는 극단적인 생각도 했다. 그럴 때마다 내가 아내를 붙잡았다. 남편인 내가 아내를 품고 더 아끼며 살아가려 한다”는 송대관의 코멘트만 있을 뿐 그의 아내가 자살했다는 내용은 찾아볼 수 없다.

가수 송대관은 2013년 6월 부동산 투자 사기혐의로 피소돼 지난 3년간 연예 활동을 중단했었다. 스포츠동아가 기사에서 “송대관은 26일 방송되는 MBN ‘동치미’에 출연해 아내와 최근 부동산 투자 피소 사건에 대한 비하인드 스토리를 털어놓는다”고 전했듯이 위 프로그램은 해당 기사가 보도된 시점에는 방송되지 않은 상태였다. 그러한 시점에 스포츠동아가 「송대관, 3년만의 고백 “사기 혐의, 아내 자살…”」이라는 제목을 단 것은 독자들에게 잘못된 정보를 제공할 우려가 있을 뿐 아니라 시선을 끌기 위해 의도적으로 사실을 왜곡했다는 오해를 살 수 있다.

따라서 위 기사는 신문윤리실천요강 제10조 「편집지침」 ①(표제의 원칙)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-2 독자불만처리

스포츠조선 발행인 방 준 식

주문

스포츠조선 2015년 12월 17일(캡처 시간) 「용천산」 제목의 만화에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『인터넷 신문에 포르노나 다름없는 만화를 게재한다면 가정에서 마음 놓고 인터넷을 이용할 수 있겠습니까? 최소한 성인 인증 절차라도 있어야 한다고 생각합니다. 귀 위원회의 제재 조치를 부탁드립니다.』

2. 이에 앞서 스포츠조선은 다음과 같은 만화를 게재하였다.



〈http://sports.chosun.com/cartoon/viewer/viewer2014.htm?title = 21_03_01〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 만화는 성인물에서나 볼 수 있는 노골적인 성관계 장면이나 대사를 담고 있을 뿐 아니라, 특별한 인과 관계없이 우연히 만난 남녀가 즉석에서 우발적으로 성관계를 가지는 장면이 대부분이어서 미성년자가 보기에 매우 부적절하다.

누구나 쉽게 볼 수 있는 인터넷매체임에도 어린이나 청소년들이 위와 같은 만화에 성인인증절차도 없이 접근할 수 있도록 방치하는 것은 미성년 독자의 건전한 성의식 함양에 부정적인 영향을 끼치고, 나아가 신문의 품위까지 훼손할 수 있으므로 신문윤리실천요강 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-3 독자불만처리

조선닷컴 발행인 김 찬

주문

조선닷컴 2015년 12월 5일자 「[Why] 女변호사는 왜 립스틱 질게 바르고 매일 구치소로 출근했나」, 조선닷컴 스낵(SNAC)뉴스 12월 7일자 「그녀는 왜 립스틱 질게 바르고 구치소로 향했나」 제목의 기사에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『① 조선닷컴에 게재된 「[Why] 女변호사는 왜 립스틱 질게 바르고 매일 구치소로 출근했나」 기사의 삭제, 정정보도 및 사과를 요구합니다.

해당 기사는 첫째, 여성법조인을 성적으로 비하하는 내용을 담고 있습니다.

해당 기사는 재소자를 접견하는 여성변호사를 ‘접견녀’라 칭하고, ‘룸살롱 여종업원’에 비유하고 있으며, ‘말하기도 민망한 업무’ 등의 선정적인 문구들을

반복적으로 사용함으로써 여성법조인에 대한 왜곡된 인상을 심어주고 있습니다. 대중으로 하여금 그릇된 인식을 갖게 하는 악의적 문구와 사진을 사용한 담당기자는 이에 따른 엄중한 책임을 져야 할 것입니다.

둘째, 여성법조인의 전문성을 폄하하는 내용을 담고 있습니다.

해당 기사는 ‘짧은 치마에 짙은 화장을 한’, ‘용모 단정한’ 젊은 여성변호사들이 ‘채소자와 농담 따먹기 하며 시간 보내주는 일’을 주된 업무로 하고, ‘사건 내용은 몰라 법률적 조언은 거의 하지 않는다’고 서술하며, ‘법률서비스 대신 웃음을 판다’고 표현하고 있습니다. 이는 여성변호사를 전문성이나 지식을 결여한 채 자신들의 성을 상품화하여 서비스로 제공하는 존재로 묘사하는, 다분히 폭력적인 시선입니다. 소위 ‘접견 전담 변호사’의 문제는 여성에 국한되는 것이 아니라 법조계 전체가 함께 고민해야 할 사안입니다. 그럼에도 해당 기사가 사건의 본질을 외면하고 상품화된 여성의 이미지를 전면에 내세워 시선을 끄는 데에만 집중했다는 점은 심히 유감스럽습니다.

나아가 해당 기사는 여성을 잠재적 성적 객체로 인식하는 왜곡된 성관념을 전제로 여성 전체를 모욕하고 있습니다. 여성의 외양과 업무수행능력은 별개의 것임에도, ‘붉은 립스틱, 하이힐, 화장, 짧은 치마’ 등 가치중립적인 단어에 부정적 의미를 덧씌워 대중의 시선을 뒤틀린 방향으로 유도합니다. 이는 여성이 지적 능력보다 성적 매력을 앞세운다는 그릇된 고정관념을 강화하고, 다양한 분야에 진출해 있는 여성의 실력에 기초한 직업적 전문성마저 부정하는 것입니다.

셋째, 작금의 사태에 대한 책임을 로스쿨에 전가하고 있습니다.

해당 기사는 ‘서울구치소 측은 지난여름 대한변협에 10여 명의 변호사 명단을 통보하고 징계를 의뢰했다’고 하였을 뿐, 그들의 연령, 성별, 출신에 대해 어떠한 언급도 하고 있지 않습니다. 실상 그 명단에는 사법연수원 출신 변호사들 또한 포함되어 있었음에도, 곳곳에서 ‘로스쿨’을 반복하여 언급함으로써 로스쿨 도입으로 인하여 법조인 수가 급증함에 따라 로스쿨 출신 여성 변호사들이 ‘접견 전담 변호사’와 같은 ‘직군’을 도맡고 있는 것처럼 묘사하였습니다. “과거에도 기업인 채소자와 회사를 오가며 심부름을 맡았던 ‘집사 변호사’가 있었다”고 해당 기사가 스스로 인정한 바와 같이, 집사 변호사 또는 접견 전담 변호사

의 출현은 법조시장의 뿌리 깊은 구조적 문제에 기인하는 것입니다. 더 큰 책임은 여성변호사를 특정하여 요구하는 재소자와 이를 이익 창출의 수단으로 삼는 일부 로펌에게 있습니다. 그럼에도 해당 기사는 읽는 이로 하여금 마치 이러한 상황이 오로지 로스쿨로 인하여 발생한 듯한 인상을 가지도록 유도합니다.

객관적이고 공정하게 사실을 전달해야 할 의무를 지는 언론이, 위와 같이 편향되고 부적절하며 왜곡의 의도가 다분히 엿보이는 기사를 게재한 것에 대해 깊은 유감을 표합니다. 이는 오히려 해당 기사가 비판한, 본연의 맡은 바 업무를 다하지 못하는 행위와 다름없다 할 것입니다.』

『② 2015년 12월 7일자 스낵뉴스 기사인 ‘그녀는 왜 립스틱 질게 바르고 구치소로 향했나’는 사실상 2015년 12월 5일자 조선일보 기사인 ‘[Why]女변호사는 왜 립스틱 질게 바르고 매일 구치소로 출근했나’를 기반으로 하였습니다.

첫째. 위 기사들은 부정확하고 편파적인 보도를 하여 신문윤리실천요강 제3조 제1항과 제10조 제3항을 위반하였습니다.

해당 기사들은 정확한 사실에 근거하지 않은 보도를 함으로써 신문윤리실천요강 제10조 제3항에 규정된 미확인사실 과대편집 금지를 위반하였습니다. ‘서울구치소 측이 지난여름 대한변협에 10여 명의 변호사 명단을 통보하고 징계를 의뢰했다’고 명시한 부분에 대해 서울구치소에 문의한 결과 서울구치소는 변호사들의 접견횟수와 관련된 통계자료 및 명단을 대한변호사협회에 전한 바는 있으나, 특정 변호사들에 대한 징계를 의뢰한 바는 없었다고 답하였습니다. 따라서 이 부분은 담당 기자가 취재내용에 대해 확인하지 않은 사실을 확대한 것입니다.

또한 해당 기사들은 편견에 의한 보도를 함으로써 신문윤리실천요강 제3조 제1항에 규정된 편견에 의한 기사작성의 금지를 위반하였습니다. 서울지방변호사협회 김한규 회장의 인터뷰 기사에 따르면 접견 변호사의 경우 남녀가 절반의 비율을 이루고 있음에도 본 기사는 부적절한 접견 영업을 하고 있는 변호사가 모두 ‘젊은 여성 변호사’인 것처럼 호도하였습니다.

‘변호사 2만명 시대의 어두운 단면을 상징적으로 보여주는 것’이라는 표현에

대해, 해당 기사가 다루는 접견교통권 남용의 문제는 2003년 ‘이용호 게이트’ 사건에서 ‘집사 변호사’라는 표현으로 먼저 드러났던 문제에 해당합니다. 로스쿨이 2009년에 도입되었다는 사실에 비추어 보았을 때 접견교통권 남용의 문제는 로스쿨이 도입되기 이전부터 꾸준히 제기되어 오던 법조계 전체의 문제입니다. 그럼에도 본 기사는 접견 변호사 문제가 로스쿨 도입 이후 새롭게 발생한 문제인 것처럼 보도하고 있습니다. 이러한 보도는 기사가 객관적 사실과 본인의 의견을 명확히 구분하지 않고, 여성 변호사와 로스쿨 제도에 대한 본인의 편견을 바탕으로 작성한 편파적 보도에 해당합니다.

둘째, 본 기사는 선정적이고 자극적인 보도를 하여 신문윤리실천요강 제3조3항과 제10조 제6항을 각각 위반하였습니다.

우선 해당 기사들은 자극적이고 사안과 무관한 삽화를 게재하여 신문윤리실천요강 제10조 제6항을 위반하였습니다. 특히 스낵뉴스에 삽입된 짙은 색의 붉은 립스틱, 몸매가 드러나는 짧은치마를 착용하고 남성과 손을 맞잡고 있는 여성, 여성이 하이힐을 착용하고 있는 다리의 모습 등과 같은 삽화는 편파적인 기사 내용과 결합하여 정당한 접견권을 행사하는 여성 변호사에 대한 왜곡된 이미지를 생산하였습니다. 이는 신문윤리실천요강 제10조 제6항의 규정에서 요구하는 바와 같이 ‘기사의 실체적 내용과 직접적으로 관련성을 가질 것’을 게재한 행위가 아닙니다.

또한 사진들은 기사가 전달하고자 하는 실체적 진실과 어떠한 연관성도 발견할 수 없는 바, 간접적인 관련성 역시 인정하기 힘들 것입니다.

동시에, 해당 기사들은 문제가 되는 사안에 대해 선정적으로 보도하고 저속하게 표현하여 신문윤리실천요강 제3조 제3항을 위반하였습니다. 대한변협에서 징계여부에 대해 조사하고 있는 변호사들의 접견 형태에 대하여 해당 기사는 ‘짙은 화장을 하거나 짧은 스커트를 입는’다는 표현과 ‘룸살롱에서 여종업원 파트너 선택하듯’이라는 문구, ‘말하기도 민망한 업무’, ‘부적절한 접견 과정’과 ‘데이트 용품’이라는 표현을 사용하였습니다. 이는 여성 변호사를 ‘룸살롱 여종업원 파트너’와 같이 선정적으로 묘사하고 ‘말하기도 민망한 업무’나 ‘부적절한 접견 과정’ 중에 ‘데이트 용품’을 전달한다는 등 저속하게 표현하여 신문윤리실

천요강 제3조 제3항에 위배되는 것입니다.

셋째. 본 기사는 로스쿨 출신 여성 변호사에 대한 왜곡된 시선을 조장함으로써 신문윤리실천요강 제1조 제4항과 제11조를 위반하였습니다.

해당 기사들은 문제가 되는 대상을 ‘로스쿨 출신 여자 변호사’로 특정하고, 의뢰인에 대한 접견업무를 ‘농담 따먹기’, ‘웃음을 파는’, ‘룸살롱에서 여종업원 파트너 선택하듯’, ‘말하기도 민망한 업무’라는 등의 표현을 사용하였습니다. 이로써 해당 기사들은 로스쿨 출신 여성 변호사가 직무 수행 과정에서 부적절한 일을 하고 있다는 듯한 암시를 하고, 로스쿨 출신 여성 변호사들의 정당한 업무 수행에 관하여 저속하게 표현함으로써 이들의 명예를 훼손하였습니다. 이는 신문윤리실천요강 제11조의 제1항과 제2항 각각이 모두 해당되는 사안입니다.

한편, 언론인은 신문윤리실천요강 제1조 제4항에 따라 성별 간 갈등을 야기하는 편견을 가지거나 이에 근거해 개인을 차별해서는 안 됩니다. 그러나 본 기사는 여성 변호사, 더 나아가 직무를 수행하는 여성 전반에 대한 편견을 적나라하게 보여주고 그에 대한 차별을 드러내고 있습니다.

넷째. 본 기사는 비판의 당사자에 대한 해명의 기회를 전혀 제공하지 않음으로써 신문윤리실천요강 제3조 제4항을 위반하였습니다.

보도기사가 개인이나 단체에 대한 비판적이거나 비방적 내용을 포함할 때에는 신문윤리실천요강 제3조 제4항에 따라 상대방에게 해명의 기회를 주고 그 내용을 반영해야 합니다. 그럼에도 본 기사는 단순히 관계자의 말만을 빌려 ‘로스쿨을 졸업한 여성 변호사’ 단체의 명예가 극도로 침해될 수 있는 내용을 보도하고 반대 견해를 실을 노력을 충분히 기울이지 않았습니다.

위와 같은 이유에 의하여, 우리 한양대학교 법학전문대학원 학생회는 한국신문윤리위원회에서 해당 기사들에 대하여 주의 조치를 취해주실 것을 요청드리는 바입니다.』

『③ 2015.12.5. 조선닷컴에 게재된 ‘女변호사는 왜 립스틱 짙게 바르고 매일 구치소로 출근했나’ 기사와, 2015. 12. 7. SNAC뉴스에 게재된 ‘그녀는 왜 립스틱 짙게 바르고 구치소로 향했나’ 카드뉴스에 대해 다음과 같은 이유로 민원을

제기합니다.

첫째, 해당 기사와 카드뉴스 내용은 객관적으로 확인되지 않은 사실을 보도함으로써 신문윤리실천요강 제3조 제2항(미확인보도 명시 원칙)을 위반해 진실에 바탕을 둔 정확하고 공정한 보도를 하여야 할 언론기관으로서의 사명을 다하지 못하였습니다.

해당 기사와 카드뉴스는 일부 변호사들의 잘못된 접견 실태가 마치 로스쿨을 졸업한 여성변호사들만의 문제인 양 보도하였으나, 이는 사실과 다릅니다. 대한변호사협회가 징계절차에 착수한 10인의 변호사에는 로스쿨 졸업생과 연수원 수료생이 모두 포함되어 있으며, 그 중 6인만이 여성입니다. 그럼에도 조선일보 측은 “로스쿨 출신의 용모 단정한 여 변호사”라는 부정확한 수식어를 덧붙여 일부의 사례를 마치 그것이 전부인 것과 같이 보도하여 일반 대중들에게 ‘로스쿨 출신 여자 변호사’에 대한 호도된 인상을 심어주었습니다.

또한 카드뉴스는 남녀가 손을 잡은 채 와인을 마시는 사진을 배경으로 하여 “재소자와 변호사 단 둘만 있어 마음만 먹으면 불미스러운 일이 발생할 수 있습니다.”라는 발언을 싣기도 하였습니다. 그러나 변호사 접견실은 교도관이 가시거리에서 접견을 감시하는 가운데, 유리를 통해 외부에서 얼마든지 안을 들여다 볼 수 있는 구조로서 ‘불미스러운 일’이 발생할 수 없도록 설계되어 있습니다. 이 역시 기사의 배경이 되는 사실관계에 대한 확인 절차를 거치지 않고, 자극적인 단어를 사용하여 원색적 여론몰이에만 급급하였습니다.

언론기관의 사명은 사실의 전모를 정확하게, 객관적으로, 그리고 공정하게 보도하여야 하는 것이고, 이를 통해 언론은 사회의 건전한 여론 형성에 기여하여야 합니다. 그러나 조선일보의 본 기사의 보도 행태는 원색적 표현으로 객관적 사실을 뒤엎은 기사를 내보내어 국민의 알권리를 저버리고 그릇된 여론을 조장하는 식으로 공공의 이익을 훼손하였습니다.

이는 신문윤리실천요강 제3조 제2항(미확인보도 명시 원칙)에 위배되어, 출처가 분명하지 않거나 확인되지 않은 사실을 부득이 보도함에도 불구하고 그 점을 분명히 밝히지 않은 보도에 해당합니다.

둘째, 해당 기사와 카드뉴스는 선정적인 표현을 여과 없이 나열하고, 이를 여

성 변호사에 대입시켜 저속한 표현에 따른 명예훼손을 지양해야 할 언론기관의 사명을 저버렸습니다. 이는 신문윤리실천요강 제3조 제3항(선정보도의 금지), 신문윤리실천요강 제11조(명예와 신용존중)에 위배됩니다.

해당 기사와 카드뉴스는 악의적으로 선정적인 어휘와 삽화를 사용함으로써 여성 변호사 및 예비 여성 법조인들의 성적 수치심을 유발하고 명예를 훼손하였습니다. 기사와 뉴스 내용에서 여성변호사를 ‘접견녀’라는 모욕적인 단어로 칭하고, ‘룸살롱 여종업원’에 비유하고 있으며, 법률상 보장되어있는 권리인 변호사의 피의자 접견을 그 변호사가 여성이라는 이유로 ‘말하기도 민망한 업무’, ‘법률서비스 대신 웃음을 판다’라고 표현하고 있습니다. 이는 변호사 본연의 업무수행의 내용과는 무관하게 여성 변호사의 이미지를 성적 상품화의 대상으로 전락시키고 있으며, 이는 여성 변호사 개인에게 성적 모멸감을 줌과 동시에, 법조 직역의 여성 전체의 명예를 훼손하고 있습니다. 신문윤리실천요강 제11조(명예와 신용존중)에 따르면 언론인은 개인과 단체의 명예나 신용을 훼손하는 보도 및 평론을 하여서는 안 됩니다. 본 기사는 11조 제1항의 부정확하거나 왜곡된 보도로 인한 명예훼손 금지, 2항의 저속한 표현에 의한 명예훼손 금지의 양 규정 모두를 위반한 기사입니다.

또한 언론기관은 비윤리적인 행위를 보도함에 있어서도 음란한 내용이나 저속한 표현을 사용하여 선정적 보도를 하여서는 안 되며, 부정확한 보도나 왜곡 보도를 통해 개인이나 단체의 명예를 훼손하여서는 안 됩니다. 이는 신문윤리실천요강 제3조 제3항(선정보도의 금지)에 명시되어있습니다. 그러나 조선일보의 본 기사의 보도 행태는 여성에 대한 차별적이고 폭력적인 시선에 근거한 것으로, 도를 넘어선 선정적인 보도로 여성 변호사의 명예를 크게 훼손하였습니다.』

『④사실관계를 왜곡하며 선정적인 삽화와 함께 여성비하적인 내용을 담고 있는 위 기사에 대해 한국신문윤리위원회에 제보하고자 합니다.

첫째, 사실과 다릅니다.

해당 조선일보 snac에서는 제목에서 “립스틱 질게”, “데이트 용품”이라는 표

현, 선정적인 삽화와 함께 “재소자와 변호사 단 둘만 있어 마음만 먹으면 불미스러운 일도 발생할 수 있습니다.” 라는 표현으로 독자의 왜곡된 상상을 유도하고 있습니다. 그러나, 접견실은 외부에서 내부 조망이 가능하여 불미스러운 일이 일어나기 힘든 구조임에도 기사는 사실과 다른 내용을 전달하고 있습니다. 여성 변호사들에 대한 부당한 대우를 조명하고자 했다면 확인된 사실만을 기반으로 기사를 작성하는 것으로 충분했을 것입니다.

둘째, 명백한 ‘성희롱’입니다.

“웃음을 파는 민망한 일”, “룸살롱에서 여종업원 파트너 고르듯이”, “짧은 치마에 짙은 화장을 한 젊은 여성”이라는 문구와 더불어 성적인 암시를 주는 삽화는 여성을 상품화 하고 있습니다. 이는 여성 법조인 전반에 대한 성희롱일 뿐만 아니라, 이 기사를 읽는 수많은 여성에게 성적 수치심을 주기에 충분하다고 생각하는 바입니다.

셋째, 책임을 로스쿨에 전가하고 있습니다.

‘접견 변호사’ 문제는 로스쿨 출신 변호사들에게만 해당되는 문제가 아닙니다. 그런데 위 기사는 “로스쿨 출신 일부 여 변호사들” 이라고 특정함으로써, 로스쿨 출신 여성 변호사들이 문제의 원인인 것처럼 묘사하고 있습니다. 이는 법조계의 고질적인 문제에 대한 책임을 로스쿨에 전가하는 것입니다.

기사는 명확한 팩트에 근거하여 공정하게 작성하여야 합니다. 그러나 해당 기사는 로스쿨 제도에 대한 잘못된 인식을 갖게 하는 편향된 문구를 사용하여 법조계 일선의 여성변호사 전체에 대한 명예훼손의 소지가 있습니다. 이는 신문윤리강령에서 제창한 언론의 막중한 책임과 공정한 보도, 언론인의 품위 유지에 어긋날 뿐만 아니라 신문윤리실천요강 제3조 보도준칙, 제9조 평론의 원칙, 제10조 편집지침, 제11조 명예와 신용존중 등의 내용에 위배될 소지가 있습니다. 위 기사에 대하여 신문윤리위원회의 적절한 조치를 요청하는 바입니다.』

『⑤ 조선일보 2015. 12. 5. “女변호사는 왜 립스틱 짙게 바르고 매일 구치소로 출근했나.” 및 2015. 12. 7. [카드뉴스] “그녀는 왜 립스틱을 짙게 바르고 구치소로 향했나.”(상세 URL:<http://snac.chosun.com/845>)에 대해 독자불만처리

위원에게 불만을 제기한다.

여성에 대한 차별과 편견 조장

기사에서는 최근 사회에 만연한 여성 혐오의 논지를 그대로 답습하고 있다. 사건 유치 이외의 접견을 하는 변호사들 중 여성 변호사를 특정해 ‘접견녀’라고 표현하며, 변호사로서 직역수행에 대한 비판보다는 ‘여성’ 변호사에 대한 비난의 자세를 취한다. 기사에 따르면 접견녀로 ‘진출’할 수 있는 변호사는 ‘용모 단정한 젊은’ 여자 변호사이며 이들은 의뢰인이나 로펌의 요구에 따라 짙은 화장을 하고 짧은 스커트를 입기도 한다. 이 표현들이 우리 사회에서 여성에게 가하는 악의적이고 폭력적인 대상화임은 너무나도 명백하다.

이러한 기사의 흐름은 ‘룸살롱에서 여종업원 파트너 선택하듯’ 접견 변호사를 고른다는 표현에서 더욱 노골적으로 드러난다. 이들은 여성 변호사, 아닌 ‘여성’ 전체를 그들의 직업과는 무관하게 성적 소비대상으로 인식하고 있다. 그렇기에 변호사의 직업을 가진 여성의 접견은 ‘말하기도 민망한’ 업무가 되어 버리고, 접견 과정에서 전달한 과자나 초콜렛은 단순한 금지 물품이 아니라 부적절한 접견 과정에 사용된 일종의 ‘데이트 용품’이 된다.

이는 신문윤리실천요강 제1조 제4항에서 금지하고 있는 성별간 갈등을 야기하는 편견에 의한 악의적인 기사이다. 또한 언론은 성별과 성 역할에 대한 고정관념을 강화하지 않는 성차별적 표현을 사용하지 않아야 하며 사람을 성적으로 대상화하거나 성을 상품화하는 보도를 하지 않아야 한다고 명시한 인권보도준칙 제4장을 외면한 기사이기도 하다.

명예와 신용존중 위배

기사는 과거부터 있어왔던 구조적 문제는 외면하고 여성 변호사에게 그 책임을 전가하고 있다. 과거에도 ‘집사 변호사’는 존재하고 있었다. 남성 변호사가 다수였던 과거에는 이 상황이 자본과 권력의 관계에서 오는 병폐였고, 쉬쉬하며 넘어가는 관행이었다. 그러나 기사는 로스쿨 출신의 ‘젊은 여성’ 변호사가 대거 이 구조에 들어오자, 구조적 문제는 도외시한 채, ‘여성’ 변호사에게 의도

적으로 비난을 집중시켰다. 즉, 접견변호사를 구조의 희생양이 아니라, 변호사의 역할은 제대로 못하면서 수입을 위해 재소자와 농담 따먹기만 하는 능력 없는 ‘접견녀’라 칭함으로써 문제의 본질을 왜곡하고 있는 것이다. 막대한 자본의 힘만으로 변호사를 고용해 접견권을 남용하는 의뢰인과 그를 통해 배를 채우는 로펌의 행태야말로 문제의 본질이다.

이와 같이 문제의 본질을 오도한 보도는 개인의 명예, 신용 훼손 금지를 명시하고 있는 신문윤리실천요강 제11조 제1항에 명백히 위배된다. 또한 부정확하고 왜곡된 보도로도 모자라, 자극적이고 저속한 표현 및 이미지를 사용하여 여성, 나아가 여성 변호사 전체의 명예를 훼손한 것은 동 요강 동조 제2항 저속한 표현에 의한 명예훼손에 해당한다.

취재원 명시 원칙 무시

심지어 이 기사는 명확한 통계나 근거 없이 출처가 불분명한 전언들과 자극적인 표현들을 사용한다. 특히 취재원을 보호한다는 명목으로 출처가 불분명한 악의적 전언들을 과도하게 사용하고 있는데, 신문윤리실천요강 제5조 제1항에서는 원칙적으로 취재원을 명시하도록 하고 있고, 예외적으로 공익을 위해 부득이 필요한 경우나 보도가치가 우선하는 경우 익명을 받아들일도록 하고 있다. 이 기사의 경우, 어느 것에도 해당하지 않는다. 또한 대부분의 전언들은 취재원의 일방적 주장과 해석에 따라 이뤄진 악의적 비방이다. 이 경우 신문윤리실천요강 제5조 제2항에 따라 원칙적으로 취재원의 익명요청을 받아들이지 않아야 한다. 하지만 이 기사는 이를 무시하고 있다.

편집지침 무시

이에 더하여, 이 기사는 제목부터 “女변호사는 왜 립스틱 짙게 바르고 매일 구치소로 출근했나.” 라는 식의 자극적인 표현을 쓰고 있다. 기사 전체에서 소위 ‘접견 변호사’가 차지하는 부분은 일부분일 뿐이며 기사 전체를 대표한다고 볼 수 없다. 이런 식의 자극적인 표제 선정은 신문의 표제는 기사의 요약적 내용이나 핵심 내용을 대표해야 한다고 규정한 신문윤리실천요강 제10조 제1항

에 위배된다.

『⑥ 해당 기사들은 첫째, 신문윤리강령 및 신문윤리실천요강을 위반하여 언론인으로서의 책임을 방기하였고 둘째, 로스쿨 및 로스쿨 변호사에 대한 이미지를 근거 없이 왜곡하여 전달하고 있으며 셋째, 여성 전체에 대한 비하를 내포하고 있으므로 이에 불만을 제기합니다.

해당 기사들은 신문윤리를 위반하였습니다.

신문윤리강령 제4조에 따르면, 언론인은 사실의 전모를 정확하게, 객관적으로, 공정하게 보도하여야 합니다. 그러나 조선일보 기사 및 카드뉴스는 일부 변호사들의 잘못된 접견 실태가 마치 로스쿨을 졸업한 여성변호사들만의 문제인양 보도하였습니다. 이는 사실과 다릅니다. 대한변호사협회가 징계절차에 착수한 10인의 변호사에는 로스쿨 졸업생과 연수원 수료생이 모두 포함되어 있으며, 그 중 6인만이 여성입니다.

또한 카드뉴스는 남녀가 손을 잡은 채 와인을 마시는 사진을 배경으로 하여 “제소자와 변호사 단 둘만 있어 마음만 먹으면 불미스러운 일이 발생할 수 있습니다”라는 발언을 실었습니다. 그러나 변호사 접견실은 투명한 유리를 통해 외부에서 얼마든지 안을 들여다 볼 수 있는 구조로, 교도관이 가시거리에서 제소자와 변호인의 접견을 감시하고 있어 그러한 ‘불미스러운 일’이 발생할 수 없습니다. 이처럼 조선일보 기사와 카드뉴스는 부정확한 사실을 여성변호사와 로스쿨 출신 변호사들에게 악의적인 방식으로 보도함으로써 신문윤리강령 제4조를 위반하였습니다.

또한 신문윤리실천요강 제1조 제4항에 따르면, 언론인은 성별 간 갈등을 야기하는 편견을 가져서는 안 됩니다. 그런데 카드뉴스에 사용된 립스틱, 하이힐, 짧은 치마 등의 사진 및 그림은 부당한 기사 내용과 결합하여 성적으로 대상화된 여성을 상정하게 하고, 이 상투성이 여성에 대한 잘못된 고정관념을 강화하고 있습니다. 기사가 다루고 있는 ‘접견 변호사’들이 미니스커트와 하이힐을 착용하였는지는 확인되지 않은 사실이며, 설령 그것이 사실이라고 하더라도 이는

성적 대상화되어서는 안 되는 개인의 사생활일 뿐입니다. 해당 기사들은 여성 변호사의 성을 상품화하는 이미지를 사용하여 여성 변호사에 대한 사회적 편견을 양산하고 있습니다.

해당 기사들은 로스쿨 출신 법조인들을 모해하였습니다.

해당 기사들은 신문윤리실천요강 제3조 제1항 “기자는 편견으로 보도기사를 고르거나 작성해서는 안 된다”를 위반하였습니다. 조선일보 기사는 속칭 ‘접견녀’ 및 ‘사무장 로펌’의 문제를 지적하면서 ‘로스쿨 출신 변호사들이 매년 1,500명 이상 쏟아져 나왔기 때문’이라는 그릇된 진단을 내리고 있습니다. 속칭 ‘사무장 로펌’, 즉 변호사 자격증 대여는 로스쿨 제도 도입 이전부터 지속적으로 문제된 사안으로, 변호사 수 증가와는 관련이 없습니다. 기사에서 조명한 잘못된 접견 실태 역시 비정상적인 업무를 강요하는 로펌과 의뢰인에게 근본적인 원인이 있는 것이지, 재소자를 접견하는 변호사가 로스쿨 출신인지와는 무관합니다.

특히 조선일보 기사는 마치 로스쿨 출신 여성 변호사가 주로 문제의 원인인 것처럼 보도하고 있습니다. “서초동 법조타운의 일부 중소 로펌은 아예 로스쿨 출신의 용모 단정한 여 변호사만 채용합니다”, “로스쿨 출신 일부 여 변호사들은 법률 조언 대신 웃음을 파는 민망한 일에 내몰립니다”(이상 카드뉴스)등의 표현은 문제의 본질을 외면한 채 로스쿨 출신 여성 변호사라는 꼬리표를 강조합니다. 또한 “변호사이지만, 사건 내용은 몰라 법률적 조언은 거의 하지 않습니다”(이상 카드뉴스), “접견 변호사들은 구치소에서 의뢰인과 하루 종일 이른바 ‘농담 따먹기’를 하며 시간 보내주는 게 주된 업무라 사건 내용은 몰라도 된다고 한다”(이상 기사 원문)등의 서술을 더하여 마치 해당 변호사들의 능력이 부족하여 접견 변호사 업무를 담당하는 것이라는 인상을 남깁니다.

심지어 이상의 내용들은 출처가 어디인지조차 밝혀지지 않은 ‘풍문’에 불과한데도, 해당 기사는 이러한 자극적인 소문을 여과 없이 보도하였습니다. 이것은 신문윤리실천요강 제5조 “보도기사는 취재원을 원칙적으로 익명이나 가명으로 표현해서는 안 되며 추상적이거나 일반적인 취재원을 빙자하여 보도해서

는 안 된다”를 위반한 것입니다.

이상의 이유로 해당 기사들은 법조계 전체의 문제를 로스쿨 출신 변호사만의 문제로 환원하고, 진위여부는 물론 출처조차 알 수 없는 선정적인 소문을 무분별하게 보도함으로써 로스쿨 및 로스쿨 출신 변호사의 이미지를 근거 없이 부당하게 왜곡하고 있습니다.

해당 기사는 여성변호사 및 여성을 모욕하였습니다.

해당 기사들은 신문윤리실천요강 제3조 제3항 “기자는 위법적이거나 비윤리적 행위를 보도할 때 선정적으로 보도해서는 안 되며 또한 저속하게 표현해서는 안 된다” 및 동 요강 제11조 제2항 “기자는 개인이나 단체를 저속하게 표현하여 명예를 훼손해서는 안 된다”를 위반하였습니다. 해당 기사들은 각종 선정적인 표현을 통해 여성을 대상화하고, 여성에 대한 그릇된 인식을 형성하여 여성 변호사들의 활동에 제한을 가할 소지가 있습니다. 뿐만 아니라, 피해자로 보호받아야 할 여성 변호사들을 도리어 문제 그 자체인 것처럼 묘사하여 사안의 본질을 호도하고 있습니다.

먼저, ‘접견녀’라는 용어의 사용은 매우 부적절합니다. 해당 사안이 처음 문제 되었을 당시에 붙여졌던 ‘집사 변호사’라는 명칭은 조선일보 기사에서 ‘접견녀’로 탈바꿈 되었고, 이로써 ‘접견변호사’ 문제는 여성만의 문제인 것처럼 표현되었습니다. ‘접견교통권’은 헌법 제12조 제4항으로 보장되는 변호인의 조력을 받을 권리가 구체화된 수단 중 하나로서, 국민의 신체의 자유를 보장하기 위한 중요한 기본권입니다. 따라서 접견교통권의 보장은 형사사건에서의 공정성 및 정의실현을 위한 핵심적인 장치입니다. 그러나 ‘접견녀’라는 용어는 접견의 본질을 왜곡하는 것입니다. 이러한 용어는 향후 접견교통권을 행사해야 하는 여성 변호사들의 자기 검열을 야기할 것이며, 결국 그들의 직무 활동 범위마저 부당하게 위축시킬 것입니다.

두 번째로, 문제가 된 ‘접견 변호사’의 대부분이 실제로 젊은 여성변호사라고 해도 그것은 그러한 직무를 요구하는 로펌들과 의뢰인의 문제이기도 합니다. 오히려 사건의 법률적 처리 대신 접견 직무를 해야 하는 여성 변호사는 부

당한 요구로 인해 자신의 직무능력을 향상시킬 기회를 박탈당한 피해자라고도 볼 수 있습니다. 그런데도 조선일보 기사는 “여변호사는 왜 립스틱 짙게 바르고 매일 구치소로 출근했나”라는 자극적인 제목 아래, 이들을 ‘접견녀’라고 칭하면서 여성변호사만을 사건의 주책임자로 다루고 있습니다. 이는 신문윤리실천요강 제3조의 “보도기사는 사실의 전모를 충실하게 전달함을 원칙으로 하며 출처 및 내용을 정확히 확인하여야 한다. 또한 기자는 사회정의와 공익을 실현하기 위해 진실을 적극적으로 추적, 보도해야 한다”를 위반한 것이기도 합니다.

또한, 조선일보 기사는 ‘룸살롱에서 여종업원 파트너 선택하듯’, ‘말하기도 민망한 업무’ 등의 선정적인 표현을 무분별하게 사용하고, 카드 뉴스에서는 남성 의뢰인과 여성 변호사가 같은 공간에 있으면 당연히 성적 관계를 가질 것을 암시하는 내용을 실었습니다. 이 같은 서술들은 출처가 불분명한 것들로써 진실 보도가 아닐 가능성이 매우 크며, 의뢰인 접견을 가는 여성 변호사를 ‘변호사’로 보는 것이 아니라 성적 대상으로서만 상정하는 왜곡된 성 관념을 강화시키는 것으로써 공정성을 현저히 상실한 서술이기도 합니다.』

2. 이에 앞서 조선닷컴은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『[Why] 女변호사는 왜 립스틱 짙게 바르고 매일 구치소로 출근했나

기사입력 2015-12-05 03:00

변호사 2만명 시대의 불편한 자화상

웃음 파는 ‘접견녀’

돈 많은 재소자 요구로 함께 시간 때우는게 업무

월급은 250만~300만원 의뢰인이 심사후 고르기

돈 욕심에 잡범 전략

보석·공탁금 가로채고 사기·횡령에 성추행까지

변협 징계 건수 매년 증가

머슴 변호사로 전략

젊은 변호사들 고용한후 법조 브로커가 로펌 운영
월 500만원 정도 받고 아예 명의 빌려주기도
어쩌다 이렇게 됐나
로스쿨 출신 대거 배출 치열한 수임 경쟁 벌여
월 5만원 회비 체납하는 변호사만 1000명 육박

‘배고픈 변호사는 굶주린 사자보다 무섭다’는 말이 있다. 변호사가 많은 미국에서 유래된 속담이지만 이제 우리나라도 예외가 아니다. 사기·횡령 등 잡범(雜犯)으로 추락하는 변호사가 속출하고 있고, 구치소에서 법률서비스 대신 웃음을 파는 변호사까지 생겨났다. 변호사가 2만명에 이르는 시대, 그 그들도 점점 넓어지는 셈이다.

돈 욕심에 사기 횡령범 되는 변호사

부장판사 출신 정모씨는 개업 4년 차 변호사다. 2013년 서울동부지법의 한 사기 사건 피의자의 변호를 맡은 그는 피해자를 만나 3억원을 대신 갚겠다고 약속했다. 그리고 ‘피의자의 처벌을 바라지 않는다’는 합의서를 받아내 재판부에 냈다. 합의서 덕분에 피의자는 재판에서 집행유예로 풀려났다. 이후 피해자가 정 변호사와 피의자를 찾아가 약속한 3억원을 달라고 했지만 거절당했다. 오히려 정 변호사와 피의자는 “3억원을 갚아야 하기는커녕 우리에게 오히려 채권이 있다”고 주장하며 피해자를 상대로 소송까지 냈다. 정 변호사는 최근 대한변협에서 정직 6개월 중징계를 받았다. 이뿐 아니다. 정 변호사는 자신의 의뢰인에게 증인신문 비용, 출장비, 재판진행비용 등 각종 추가 비용을 요구하다 과태료 200만원, 재판부와의 친분을 과장하고 의뢰인에게 승소를 장담하다가 정직 3개월 처분을 받았다. 2년 새 세 차례 징계를 받게 된 그는 법무부에 징계가 과하다는 이유 등으로 이의신청을 냈다.

수일 전 강원도 춘천에선 유모 변호사가 사기 혐의로 구치소에 수감됐다. 모종종 토지와 관련된 민사소송을 맡은 그는 승소하면 수임료 명목으로 일부 토지를 받기로 했다면서 그 땅을 다른 사람들에게 팔아 3억원을 챙겼다. 하지만

그는 소송에서 졌고, 땅 매입자들이 돈을 돌려달라고 하자 “사무장이 한 일로 나는 모르겠다”고 버텼다. 그에 대한 구속영장을 발부한 춘천지법은 “피해 금액이 크고 증거인멸과 도주 우려가 있다”면서 구속영장을 발부했다. 춘천 인근에선 유 변호사에게 피해를 당했다고 주장하는 주민들이 적지 않았다고 한다.

변호사의 비리 유형도 다양해지고 있다. 법원에 낸 보석금이나 공탁금은 확정 판결이 나오면 돌려받을 수 있지만 의뢰인 몰래 이를 챙기는가 하면, 주가 조작에 가담했다가 구속된 변호사도 있었다. 한 변호사는 세금을 적게 나오게 해주겠다는 명목으로 의뢰인에게 세금을 받아 자신의 용돈과 미국에 사는 아내 생활비로 썼다가 대법원에서 유죄 선고를 받았다. 검찰 관계자는 “변호사 비리 유형이 사기, 횡령, 배임, 주가 조작, 성추행 등 일반 잡범들과 크게 다를 게 없다”고 했다.

대한변협에 따르면, 변호사에 대한 비위가 접수돼 징계 절차에 들어간 징계 개시신청 건수는 2013년 73건, 2014년 185건이었고, 올 들어 지난 11월 현재 245건으로 크게 늘어나고 있다. 이 중엔 수임료만 챙기고 일은 하지 않는 ‘먹튀’ 변호사도 있었다. ‘성실의무 위반’ 징계 받은 변호사는 2008년 3건에 그쳤으나 2010년 8건, 2012년 8건으로 늘었고 지난해 11건이었다.

법률 자문 대신 웃음 파는 ‘접견변호사’



변호사 2만명 시대의 어두운 단면을 상징적으로 보여주는 것은 속칭 ‘접견녀’의 출현이다. 일부 로펌들이 용모 단정한 여자 변호사를 뽑아 피의자 접견권을 이용해 구치소 접견실에서 재소자와 함께 시간을 보내주는 것이다. 과거에도 기업인 재소자와 회사를 오가며 심부름을 맡았던 ‘집사 변호사’들이 있었지만, 요즘은 젊은 여자 변호사들이 집사 변호사로 대거 진출하고 있다.

서울 서초동 법조타운의 일부 중소 로펌은 아예 로스쿨 출신의 여자 변호사들만 채용한다고 한다. 접견 변호사들은 구치소에서 의뢰인과 하루 종일 이른

바 ‘농담 따먹기’를 하며 시간 보내주는 게 주된 업무라 사건 내용은 몰라도 된다고 한다. 이들은 때로 의뢰인이나 로펌 요구에 따라 짙은 화장을 하거나 짧은 스커트를 입기도 한다. 일부 재력가 재소자들은 여러 명을 면접한 뒤 자신을 전담할 접견 변호사를 선택하기도 한다. 서울변호사회 관계자는 “룸살롱에서 여종업원 파트너 선택하듯 접견 변호사를 고르는 사례까지 있다”면서 “한 젊은 변호사는 로펌 입사 후 한 달간 사무실에 가지 않고 구치소에서 재소자들 접견만 했다”고 했다.

그렇다고 이들의 보수가 다른 변호사보다 많은 것도 아니다. 이들 급여는 대략 월 250만~300만원으로 알려져 있다. 대한변협 관계자는 “취업이 안 되는 점을 이용한 일부 로펌과 재력가들에게 떠밀려 로스쿨 출신 여자 변호사들이 말하기도 민망한 업무에 내몰리고 있다”고 했다.

이들이 접견실을 차지하다 보니 실제 접견이 필요한 재소자를 위한 공간이 부족해질 정도다. 서울구치소 측은 지난 여름 대한변협에 10여 명의 변호사 명단을 통보하고 징계를 의뢰했다. 일부 접견 변호사들은 재소자에게 사탕이나 과자, 초콜릿 등 금지 물품을 전달하다 적발됐으며, 이런 물건들은 부적절한 접견 과정에 사용된 일종의 ‘데이트 용품’ 성격이 강했다고 한다.

브로커에게 고용된 머슴 변호사

법조브로커에게 고용된 이른바 ‘머슴 변호사’도 늘어나고 있다. 법조브로커들은 ‘변호사가 아닌 자는 법률사무소를 개설·운영할 수 없다’는 현행 규정에 변호사를 ‘바지 사장’으로 앉히고 여러 명의 젊은 변호사들을 고용해 실질적인 로펌 사주 역할을 한다. 검찰·법원에 발 넓은 브로커가 사건을 가져와 자신의 부하 변호사들에게 사건을 나눠주는 형태로 운영되는 것이다. 검찰 관계자는 “사건 수임 경쟁이 치열해지면서 변호사가 브로커의 을(乙)이 되는 현상이 심해지고 있다”고 했다.

일감이 없는 변호사들은 아예 브로커에게 명의를 빌려주고 대여료를 챙긴다. 최근 인천지검은 개인회생 사건을 수임해 480억원을 챙긴 법조브로커 77명을 재판에 넘겼다. 검찰은 이들에게 명의를 준 변호사 57명도 적발했다. 일부 변호

사들은 명의 대여료로 매달 500만원가량을 받았던 것으로 전해졌다. 브로커들은 변호사가 직접 법원에 출석하지 않아도 되는 파산·회생이나 등기 사건을 자신들이 수임해서 처리했다고 한다. 로스쿨 출신 박모 변호사는 “불법인 줄 알지만 월 500만원만 준다면 명의를 빌려줄 변호사들이 적지 않을 것”이라고 했다.

비위와 탈선 더 심각해진다

문제는 변호사들의 비리와 탈선이 더 늘어난다는 것이다. 국내 변호사는 1906년 3명으로 출발해 2008년 1만명을 넘어섰다. 1만명 돌파에 102년 걸렸다. 하지만 2만명을 넘어선 것은 지난 9월 16일이었고, 11월 말 현재 대한변협에 등록한 변호사는 모두 2만406명이었다. 7년 만에 다시 1만명이 늘어난 것이다. 2004년부터 사법시험 합격자를 1000명으로 늘린데다, 2012년부터 로스쿨 출신 변호사들이 매년 1500명 이상 쏟아져 나왔기 때문이다. 이 추세대로라면 2050년 변호사 수는 7만명을 넘게 된다.

변호사업계는 지금도 변호사 포화 상태라고 아우성이지만, 변호사의 보릿고개는 이제 본격적으로 시작이라는 전망이 우세하다. 서초동에서 개업한 8년 차 변호사는 “한 해가 다르게 경쟁이 치열해지고 있다. 배고픈 변호사가 점점 더 늘어날 수밖에 없다”고 했다.

변호사 한 명이 맡는 사건은 20년 전만 해도 한 해 평균 50건이었으나, 요즘은 20건대로 떨어졌다. 여기에 최소 300만원 받던 수임료도 이제 100만원대로 뚝 떨어졌다.

지방변호사회에 매달 5만원씩 내는 회비를 체납하는 변호사가 1000명에 육박하고, 그 회비 내기도 아까워 아예 휴업 신고를 내는 변호사도 400명이 넘는다. 로스쿨 출신 이모 변호사는 “변호사라고 하면 주변에서 다 부러운 눈길로 쳐다보지만 막상 동기들 중 상당수가 취업을 못 하는 등 극심한 생활고에 시달리고 있다”면서 “범죄 유혹에 취약할 수밖에 없고 그러다보면 어쩔 수 없이 비리를 저지르게 된다”고 했다. 이러다보니 의뢰인을 부추겨 억지 소송을 유도하는 기획 소송이 늘어나고, 변호사 불법 과장 광고도 판을 치고 있다.

지난 7월 취임한 김현웅 법무부 장관은 법조 비리 척결에 강력한 의지를 보

여줬다. 최근엔 법원과 검찰, 변호사 단체 등 이른바 법조 3륜(輪)이 모여 법조 비리 근절을 위한 태스크포스(TF)도 만들었다. 하창우 대한변협 회장은 “맑고 정의로운 세상을 만들어야 하는 직업 윤리를 저버리고 불법·탈선을 저지르는 변호사가 점점 더 늘어나고 있는 게 현실”이라면서 “그럴수록 징계 수위를 더 높이는 등 자체 정화를 위한 여러 대책을 찾아보고 있다”고 말했다.』

〈http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2015/12/04/2015120402615.html〉

『조선닷컴 스낵(SNAC)뉴스 12월 7일자

「그녀는 왜 립스틱 짙게 바르고 구치소로 향했나」

<http://snac.chosun.com/845>



S/OC

“콩살롱에서 여중엄원 파트너 코르도이, 저런 변호사를 고르는 사례까지 있어요.”
—서울변호사회 관계자

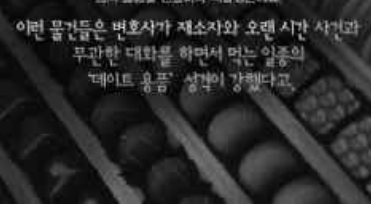
일부 재력 있는 채소자들은 여러 명을 면접한 뒤 자신의 친밀 변호사를 선택하기도 합니다.



S/OC

일부 집권 여 변호사들은 채소자에게 사탕이나 과자 초콜릿 등 금치 물품을 전달하나 적당합니다.

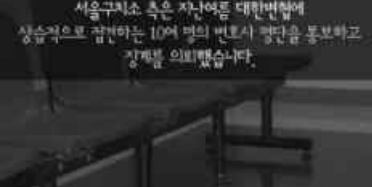
이런 물건들은 변호사가 채소자와 오랜 시간 사건과 무관한 대화를 하면서 먹는 일종의 '데이트 용품' 성격이 강했다고.



S/OC

이들이 주최고 접견실을 쓰는 바람에, 실제 변호사 집권이 필요한 채소자를 위한 공간이 부족할 정도.

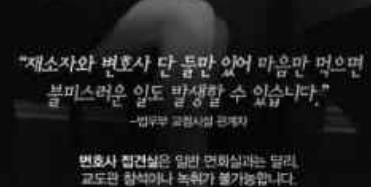
서울구치소 측은 자난여름 대한변협에 상습적으로 잡혀하는 10여 명의 변호사 평단을 통보하고 장례를 의뢰했습니다.



S/OC

“채소자와 변호사 단 둘만 있어 마음만 먹으면 불미스러운 일도 발생할 수 있습니다.”
—법무부 교정시설 관계자

변호사 집견실을 일반 면회실과는 달리, 교도관 참석이나 녹화가 불가능합니다.



S/OC

“한 집권 여변호사는 모함 인사 후 한 달간 사무실에 가지 않고 구치소에서 채소자를 집견만 했어요.”

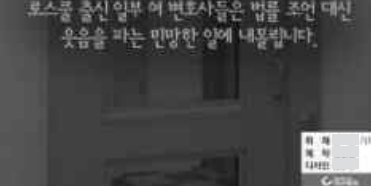
‘잡견녀’ 라고도 불리는 이들의 급여는 월 250~300만원.



S/OC

변호사 2만 명 시대

취업난을 악용한 일부 모함과 재력가들에게 떠밀려, 로스쿨 출신 일부 여 변호사들은 법률 조언 대신 웃음을 파는 미망한 일에 내몰립니다.



3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

2015년 12월 29일 대한변호사협회는 2011년부터 2014년까지 변협 징계위원회가 결정한 ‘변호사 징계사례집’을 발간하면서, “최근 변호사 수의 급격한 증가로 인해 많은 변호사의 생존이 위협 받고 있으며, 일부 변호사들은 유혹을 이겨내지 못하고 횡령이나 브로커에 대한 명의대여 등 불법행위를 저지르고 있다.”고 밝혔다.

대한변협의 위와 같은 발표에서도 알 수 있듯이 최근 몇 년간 변호사 수가 급증하면서 업계의 생존 경쟁은 과거보다 훨씬 치열해졌고 그에 따라 일부 변호사들의 각종 비윤리적 행태도 증가하였다.

특히 본 심의의 안건으로 다뤄진 이른바 ‘접견 변호사’ 실태는 변호사 시장의 소득 양극화 현상을 단적으로 보여주는 사례로써, 지난 1년 동안에도 이에 대한 문제를 지적하는 각종 매체의 보도가 적지 않게 있었다.

과거 일부 특권층만을 상대했던 ‘집사 변호사’와는 달리 업계의 보편적인 문화가 되어 버린 이러한 세태를 두고 일각에서는 생존을 위한 자연스러운 변화로 보고 있지만, 조선닷컴은 ‘변호사 2만명 시대의 불편한 자화상’이라는 표제 아래, 변호사 업계의 각종 불법·탈선 행위의 일례로 다뤘다.

이와 같이 언론이 특정 계층 혹은 직업군의 부조리를 감시하고 그 실태를 적시하여 사회적 문제로 부각시키고자 고발 기사를 게재하는 것은 공익을 위한 행위라 할 수 있으며, 위 기사 또한 그러한 취지에서 출발한 것이라 사료된다.

그러나 언론이 가진 공표성은 개인 또는 단체의 명예를 해칠 수 있는 위험을 항상 안고 있으므로 특정한 인물이나 집단, 직업군을 적시해 고발, 비판하고자 할 때는 직접 당사자 뿐 아니라 여타의 동종업계 인물, 집단 등에 미칠 영향까지 신중히 검토하여 용어 선택이나 서술에 주의를 기울일 필요가 있다.

그럼에도 조선닷컴은 위 적시 기사에서 ‘웃음 파는 접견녀’, ‘립스틱 질게 바르고’, ‘룸살롱에서 여종업원 파트너 선택하듯’, ‘짙은 화장을 하거나 짧은 스커트를 입기도 한다’ 등의 자극적이고 선정적인 표현을 사용함으로써 실제 당사자 아닌 동종 직업군의 여성 변호사 다수에게 불쾌감과 모욕감을 줄 수도 있었

음을 간과하기 어렵다. 그 같은 표현은 ‘남성’과 대비되는 ‘여성’에게 성차별적 서술로 인식되거나 오로지 독자의 시선을 끌기 위한 무분별한 용어 선택으로 지적 받을 만하다고 보이므로 품위 있는 언론으로서 보다 신중을 기했어야 한다고 본다.

또 조선닷컴이 ‘스낵뉴스’라는 자사 사이트에서 일부 여성 변호사들의 비정상적인 행태를 부각시키는 데만 초점을 맞추고, 짙은 색의 붉은 립스틱, 하이힐을 신은 여성의 다리, 와인을 마시며 남성과 손을 잡고 있는 여성 사진 등 고발하고자 하는 문제의 본질과는 무관한 삽화를 넣은 것은 로스쿨 출신 여성 변호사 입장에서는 모욕감을 느끼기에 충분하다고 본다.

게다가 기사는 익명의 취재원 일방의 의견만 반영하고 비판의 당사자인 로스쿨 출신 여성 변호사들의 해명 또는 반론은 전혀 신지 않았다.

위와 같은 점을 종합해볼 때 조선닷컴의 위 기사는 사회적으로 전체 여성변호사에 대한 막연한 불신감을 조성하고, 특히 로스쿨 출신 여성 변호사들의 공신력을 떨어뜨리거나 명예를 훼손할 우려가 있으므로 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ④(차별과 편견의 금지), 제3조 「보도준칙」 ④(답변의 기회)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-4 독자불만처리

서울신문 발행인 김 영 만

주문

서울신문 2016년 1월 20일자 「‘무서운 중국 일진’ 또래 여학생 발가벗겨 집단 구타」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문이 이런 사진과 영상을 게재해도 되는 겁니까? 아직 미성년으로 보이는 어린 학생들이 어떤 여학생의 옷을 다 벗기고 무자비하게 집단 폭행하고 있습니다. 중고생 자녀들을 키우는 입장에서 우리 아이들이 이런 걸 볼까봐 심히 걱정됩니다.』

2. 이에 앞서 서울신문은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『‘무서운 중국 일진’ 또래 여학생 발가벗겨 집단 구타

기사입력 2016-01-20 10:23 수정 2016-01-20 10:24



중국에서 소위 ‘일진’이라 불리는 여학생들이 또래의 여학생을 집단 폭행하는 모습의 사진과 영상이 인터넷상에 올라와 충격을 주고 있다.

18일(현지시간) 중국 인민망(人民網) 등 현지 언론에 따르면 이번에 공개된 사진과 영상은 하이난성 린가오에서 찍힌 것으로, 마스크를 쓴 다수의 10대 여학생들이 또래 여학생의 머리카락을 잡아당기고 발길질을 하는 등 집단 구타하는 모습이 담겨 있다. 동급생의 옷까지 완전히 벗겨가며 폭행하는 여학생들의 모습은 매우 잔인해 차마 눈 뜨고 볼 수 없을 정도다. 영상에는 구타가 일어나는 현장을 빙 둘러 구경하는 여학생들도 보이는데, 동영상은 이들 중 한 명이 찍은 것으로 보인다.



〈https://www.youtube.com/watch?v=4s0J36fz4UQ&feature=player_embedded〉

영상은 중국의 동영상 공유 사이트 ‘아이치이’(iqiyi)에 지난 17일 공개된 이후 매우 빠른 속도로 퍼져 나가며 중국 내 ‘10대 폭력’에 대한 파문을 일으켰다. 논란이 되자 중국 현지 경찰은 이번 사건을 사이버 범죄 부서와 연계해 수사에 나섰다.

중국 베이징 하이톈 소년법원장 양신은 이번 사건에 대해 “폭력 행위를 부추기는 게임과 책, 방송 프로그램 등에 잘못이 있다”면서 중국 내 급속도로 증가하고 있는 청소년 범죄에 대한 우려를 표했다.

사진 = CCTV NEWS, 영상 = Channelnp.com/유튜브

영상팀 seoultv@seoul.co.kr』

〈<http://stv.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20160120500075>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 위 적시 기사에 게재된 사진과 동영상에 대해 독자가 불만을 제기한 것이다. 해당 사진 및 동영상에는 다수의 여학생들이 또래 여학생의 옷을 완전히 벗기고 집단 구타하는 모습이 담겨 있다. 기사에 따르면 이 사진과 영상은 중국 하이난성 린가오에서 찍힌 것으로 소위 ‘일진’이라 불리는 여학생들이 이와 같은 행각을 벌였다고 한다.

그러나 성범죄나 폭력 사건을 보도할 때는 잔인하거나 선정적인 내용을 포

함해서는 안 된다. 학교 폭력과 집단 따돌림이 심각한 사회 문제가 되고 있는 현실에 비추어 볼 때, 어린이나 청소년들까지도 접근이 쉬운 인터넷 매체에 잔혹한 폭력 장면이 담긴 동영상을 게재하는 것은 신중한 보도 자세라고 볼 수 없다.

따라서 위 기사는 미성년자의 건전한 인격 형성에 부정적인 영향을 미치고 모방 범죄까지 유발할 우려가 있으므로 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ③(선정보도의 금지), 신문윤리실천요강 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-5 독자불만처리

헤럴드경제 발행인 이 영 만

주문

헤럴드경제 2016년 1월 21일자 「[대한민국 성매매 리포트] 아가씨 수익 月 600만~800만원...성업 풀싸롱 하루손님 250명도」 제목의 기사에 대하여 '주의' 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『헤럴드경제는 성매매 창업·취업 정보도 독자에게 제공하는 신문입니까?

도대체 무슨 이유로 성매매 업소별로 한달 수입과 수익 분배 비율, 성매매 가격까지 상세하게 알려 주는 것입니까? 언론으로서 책임감을 가졌으면 합니다. 언론이 언론다운 모습을 보여주시기 바랍니다.』

2. 이에 앞서 헤럴드경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



〈네이버 뉴스탠드 1. 25. 14:10 캡처〉

『[대한민국 성매매 리포트] 아가씨 수익 月 600만~800만원…성업 풀싸롱 하루 손님 250명도

기사입력 2016-01-21 11:09

조직폭력 사범으로 교도소에 수감돼 있는 30대 초반 B씨는 보증금 500만~600만원에 월 50만~60만원짜리 오피스텔 5개를 빌려 아가씨 15명을 데리고, 요즘 조폭 사이에 가장 뜨는 ‘오피’(오피스텔 성매매) 사업을 했다. 아가씨 1명당 하루 4~5명의 손님을 상대하도록 했다.

1인당 성매매 비용은 15만~20만원. 아가씨 1명이 하루 60만~100만원 정도 매출을 올렸다. 아가씨는 한번 성매매를 할 때마다 10만원 정도, 하루 40만~50만원정도 받았다.

아가씨들은 하루씩 걸러 가며 일하는 경우가 일반적이다. 이들은 한달에 600만~800만원씩 벌었다. B씨는 각종 운영비용을 빼고 매달 3000만원 정도 챙겼다.



▷ 성매매 업종별로 업주와 아가씨 수익 분배 제각각 = 기본적으로 성매매업소는 업장별로 운영 주체나 수익분배 구조가 달랐다. 오피스텔은 기본 투자비용 많기 때문에 20~30대가 주로 운영했다. 아가씨와 업주와 수익은 7대3 내지 6대4 정도로 나누고 있다. 아가씨들은 한 달에 400만원 이상씩 버는 경우가 많았고, 업주는 1000만원 이상도 챙겼다.

태국, 필리핀 등 외국여성을 관광 비자로 입국시켜 불법 성매매를 시키는 경우도 많았다. 태국여성을 고용해 오피 운영을 한 C씨는 “태국 업소 아가씨를 석 달에 월급 300만원 조건으로 데리고 오면 우리는 그 10배가 넘는 돈을 벌 수 있다”고 말했다.

‘유홍업소’는 가장 대표적인 성매매업소다. 유홍주점 중 ‘룸살롱’은 접대 성매매를 위한 장소이며, ‘풀싸롱’은 유사성행위와 성행위가 모두 포함된 영업으로 서울에서 가장 수익이 높은 성매매영업이라는 게 성매매 사업을 하는 사람들의 일반적인 생각이다.

술값 외에 성매매비용으로 유홍주점은 15만~25만원, 룸살롱은 20만~50만원 정도 받고 있다. 이중 아가씨는 성매매 비용으로만 18만원 정도 가져간다. 아가씨와 업주가 5대5로 나누는 경우도 있다. 룸살롱을 운영한 30대 C모씨는 “유홍업소에서 2차를 안하는 업소는 절대 없다. 누가 술값만 20만~30만원 주고 ‘2차’없는 집에 가겠느냐”고 반문했다.

풀싸롱은 지방에는 없고 서울과 수도권 일부 지역에서만 있는 업태다. 술집에서 유사성행위와 성매매까지 모두 이뤄지는 형태다. 서울에서 풀싸롱을 운영한 30대 후반 E씨는 “1인당 1시간에 32만~34만원 정도 받고, 유사성교, 성매

매를 다 할 수 있도록 했다”며 “하루 손님이 250여명 정도였다”고 말했다. 하루 매출만 8000만원이 넘는다는 이야기다.

▷ ‘조건만남’도 조직적 성매매업 발전 = 유사 성행위를 해주는 ‘대딸방’, ‘키스방’ 등은 손님당 7만~8만원씩 받고 영업을 했다. 대딸방은 아가씨와 업주가 6대4, 5대5 비율로 아가씨가 좀 더 많이 수익을 가져간다. 아가씨가 옷을 다 벗는 경우가 많고 업무강도(?)가 세기 때문이라는 게 업종 종사자들의 설명이다. 반면 키스방은 아가씨에게 매달 월급을 주는 경우도 있고, 수익배분에서는 4대6으로 업주가 더 많은 돈을 챙긴다.

눈길을 끄는 건 ‘조건만남’도 조직적인 영업이 이뤄지는 업종이라는 점이다. 초기 투자비용이 거의 없기 때문에 10대들이 스마트폰 어플리케이션 등을 통해 영업을 한다.

조건만남 성매매 비용은 평균 10만~15만원 정도다. 성매매를 통한 수익은 성관매자와 조직폭력배가 2대1 또는 3대 2로 분배한다. 조건만남 성매매는 주로 10대 후반의 조직폭력배가 운영하는데, 성관매자도 주로 10대다.

박○○ 기자/ju***ut@heraldcorp.com」

〈http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160121000519&nt=1&md=20160122003247_BL〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

언론이 성매매 실태를 알리거나 사회적 문제로 고발하는 것은 공익을 위한 행위지만 헤럴드경제의 위 기사는 고발 기사의 모습이라고 보기 어렵다.

기사는 제목부터 「성매매 아가씨, 하루 손님 250명, 역대 연봉」(네이버 뉴스 스탠드), 「[대한민국 성매매 리포트] 아가씨 수익 월 600만~800만원…성업 풀싸롱 하루손님 250명도」(자사 홈페이지)라 달고, 본문에서는 각종 성매매 업소의 운영 실태에 대해 지나치게 구체적으로 설명했다.

특히 오피스텔, 룸살롱, 풀싸롱, 대딸방, 키스방, 조건만남 등으로 성매매 유형을 세분화하여 각각의 운영 주체, 수익 분배 구조, 구체적인 월수입과 가격까

지 자세하게 비교한 부분은 독자의 성적 호기심을 자극해 성매매를 유도·조장하거나 성매매 창업·취업 정보를 소개한 느낌마저 준다. 이 같은 보도는 사회의 건전한 윤리의식을 해치고 모방 범죄에 악용될 우려가 있다고 판단된다.

따라서 위 기사는 신문윤리강령 제2조 「언론의 책임」, 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ③(선정보도의 금지), 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-6 독자불만처리

헤럴드경제 발행인 이 영 만

주문

헤럴드경제 2016년 1월 26일자 「내 몸만 보지 마세요」 제목의 사진에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문에 왜 이런 사진을 올리는 겁니까? 아무리 패션쇼 사진이지만 아이들도 보는 인터넷신문에 이런 사진을 올려도 되는 겁니까?』

2. 이에 앞서 헤럴드경제는 다음과 같은 사진을 게재하였다.

『내 몸만 보지 마세요』

〈<http://photo.heraldcorp.com/ptslideview.php?uid=328&ptno=2>〉



3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

헤럴드경제는 자사 사이트 ‘헤럴드 포토’ 난에 여성의 유두가 선명하게 드러난 모델 사진을 모자이크 처리 없이 그대로 게재했다.

설령 위 사진 보도가 선정성에 초점을 맞춘 것이 아니라 하더라도 미성년자가 보기에는 적절하지 않다. 어린이나 청소년들까지도 접근이 쉬운 인터넷 매체에 위와 같이 노출 수위가 높은 사진을 게재할 경우에는 보다 신중한 판단이 요구된다.

따라서 위 사진 보도는 신문윤리실천요강 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-7 독자불만처리

한국일보 발행인 이 준 희

주문

한국일보 2016년 1월 29일자 10면 「밥술 껴안고 자기, 생존가계부 쓰기 헬조선 청년의 씩씩한 ‘꿀팁」 제목의 기사에 대한 독자의 불만제기를 ‘기각’한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『1월 29일자 한국일보 10면 4단에서 「밥술 껴안고 자기, 생존가계부 쓰기… 헬조선 청년의 씩씩한 ‘꿀팁」이라는 기사를 보게 되었습니다

‘헬조선’이라는 단어 자체가 자국 혐오 네티즌 커뮤니티에서 파생된 단어입니다. 그 기원이 ‘자국혐오’라는 좋지 못한 의도에서 나온 것인데 이 단어에 대한 분석기사도 아닌 상황에서 네티즌이 아닌 언론이 남용한다는 것은 언론의 과급력을 고려할 때 심각하게 우려되는 부분입니다.』

2. 이에 앞서 한국일보보는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



〈한국일보 2016-1-29 10면〉

『밥솥 꺼안고 자기, 생존가계부 쓰기... 헬조선 청년의 씩씩한 ‘꿀팁’』

인터넷 사이트 디시인사이드에서 활약하는 ‘가난 그릴스(아이디 명)’의 롤 모델은 TV프로그램 등으로 유명해진 영국 유명 서바이벌 탐험가 베어 그릴스(42)다. 그릴스가 극한의 자연환경에서 악착같이 살아남는 것처럼 그 역시 ‘헬조선’이라 불릴 만큼 팍팍한 대한민국 현실에서 독특한 생존법을 모색해왔다. 그는 자취를 하면서 연구해온 ‘생존 팁’시리즈를 지난해 10월 자신의 블로그에 처음 공개했다. 추울 때 전기밥솥 꺼안고 자기, 쌀이 없을 땐 쌀죽 끓여 먹으며 버티기 등 기상천외한 생존 팁이 빼곡하다. 이 처절한 자취생활백서는 온라인 커뮤니티와 사회관계망서비스(SNS)를 타고 급속도로 퍼져 최근에는 패러디물까지 낄는 등 큰 호응을 얻었다.

한 자취생의 생존팁이 이토록 화제가 된 것은 한국 사회 청년들이 그만큼 버거운 삶을 살고 있다는 방증이다. 대학생 전문 마이크로크레딧(무담보소액대출) 업체인 ‘애딧페이’의 지난해 11월 대학생 2만명 상대 설문조사 결과를 보면 아르바이트를 하는 대학생의 월 평균 수입은 38만원인 반면 생활비는 39만 4,000원이었다. 한 달을 꼬박 일해도 먹고 살 돈조차 충당하기 어려운 셈이다. 최근 이민, 청년 자살 등 ‘탈출’을 소재로 다룬 베스트셀러가 인기를 끄는 것도 이런 암울한 상황의 한 단면이다.

때문에 제한된 자원으로 살아남겠다는 청년들의 생존론은 계속 확산되고 있다. 지난해 9월 애플리케이션 ‘생존가계부’를 개발한 윤우민(24·군산대 4년)씨 역시 생존법을 치열하게 탐색해온 청년이다. 가계부 앱도 그 고민의 산물이다. 윤씨는 28일 “생존가계부의 원리는 간단하다. 수중에 가진 돈을 입력하고 며칠 동안 생존할지 기입한 뒤 앱에서 알려주는 대로 최대한 돈을 적게 쓰며 버틸 수 있다. 순전히 생존을 위해 앱을 개발했다”고 설명했다. 생존가계부에 편의점 아르바이트 월급 25만원을 입력하고, 생존 기간은 30일을 입력하면 하루에 평균 1만2,000원 이내 소비 목표가 생기는 식이다. 이 앱에선 목표했던 기간 전에 돈이 떨어지면 ‘생존을 포기하실 건가요?’라고 묻는 메시지가 뜬다.

살림과 쇼핑의 귀재가 되는 것도 또 다른 생존 방식이다. 직장인 박모(28)씨 자취방 냉장고에는 얼린 음식물 쓰레기와 얼린 밥이 공존한다. 박씨는 “종량제 때문에 음식물쓰레기 봉투 사는 것도 부담이 된다. 그래서 음식물쓰레기를 냉장고에서 조금씩 얼려놨다가 봉투에 꽉 찰 정도가 되면 그때 버린다”고 말했다. 취업준비생 서모(27)씨의 하숙집은 일종의 ‘생존 벙커’다. 서씨는 월세 28만원짜리 하숙집에서 거의 모든 끼니를 해결한다. 달걀과 쌀은 무제한으로 먹을 수 있고 된장 젓갈 김 등 간단한 식재료까지 제공되는 하숙집을 골랐기 때문이다. 서씨는 “물은 학교 정수기에서 떠다 먹고, 편의점 아르바이트가 끝난 뒤 챙겨오는 폐기 음식을 별미로 삼는다”며 “식비는 제로”라고 설명했다.

유행하는 청년들의 생존론 배경에는 현실 탈출 꿈마저 사라진 패배감이 자리 잡고 있다. 광금주 서울대 심리학과 교수는 “헬조선을 벗어나려는 것은 그나마 자신의 운명을 바꾸겠다는 의지의 표명이었다. 하지만 생존론은 삶과 사회를 바꿀 용기가 없어진 무기력을 상징한다”고 분석했다.』

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 위 기사의 ‘헬조선’이라는 표현에 대해 독자가 불만을 제기한 건이다. ‘헬조선’은 지옥이라는 영어 단어 ‘Hell’과 ‘조선’을 더해 만든 인터넷 신조어로써 ‘한국 사회가 지옥 같다’는 뜻이다. 불만제기인은 ‘헬조선’이라는 단어에

‘자국 혐오’의 뜻이 있으므로 언론이 그러한 표현을 사용하는 것은 적절치 않다고 주장했다.

불만제기인이 주장한 바와 같이 국가나 민족에 대한 혐오와 비하가 담긴 신조어가 늘어나는 현상은 사회적으로 결코 바람직한 것이 아니다. 언론이 갖는 파급력을 고려할 때, 보도에 있어서도 그러한 용어의 사용은 가급적 신중할 필요가 있다.

그러나 한국일보의 위 기사는 청년실업과 소득양극화가 심각한 수준에 이른 우리 사회의 청년층 빈곤 실태를 다룬 것이다. 기사는 그러한 현실을 해학적으로 비판하는 취지에서 20, 30대들의 자조·자학적인 신조어를 빌려 쓴 것이라 사료된다. 일을 해도 빈곤에 허덕이는 이 시대 젊은 세대의 처절한 생존 방식을 주요하게 다룬 것도 그러한 취지의 일환이라 판단된다. ‘헬조선’이라는 표현은 일반인뿐만 아니라 정계나 사회지도층에서도 사용할 만큼 이미 널리 통용되고 있다.

이와 같은 점을 감안하면 위 기사는 본 위원회로부터 제제조처를 받을 만큼 신문윤리강령을 위반했다고 보기 어려우므로 주문과 같이 결정한다.

2016-1-8 독자불만처리

헤럴드경제 발행인 이 영 만

주문

헤럴드경제 2016년 2월 17일자 「[뉴욕패션위크] 패션쇼 백스테이지 엿보니…」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문에 왜 이런 사진을 올리는 겁니까? 아무리 패션쇼 사진이지만 아이들도

보는 인터넷신문에 이런 사진을 올려도 되는 겁니까?』

2. 이에 앞서 헤럴드경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『[뉴욕패션위크] 패션쇼 백스테이지 엿보니...

기사입력 2016-02-17 09:43

【헤럴드경제】 2016 F/W 뉴욕패션위크가 패션계를 화려하게 장식했다.

15일 (현지시간) 패션위크 행사가 진행 중인 미국 뉴욕에서 열린 'Nolcha Shows'의 2016F/W 패션쇼 백스테이지에서 모델들이 포즈를 취하고 있다



[사진 = 게티이미지]

한편 이번 뉴욕 패션위크 행사에서 제레미 스콧이 2016 가을 컬렉션을 선보인 가운데 2NE1 씨엘이 셀럽으로 참석해 화제를 모으기도 했다.

onlinenews@heraldcorp.com』

<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160217000253&nt=1&md=20160217095106_BL>

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

헤럴드경제는 미국 뉴욕에서 열린 'Nolcha Shows'의 2016F/W 패션쇼 소식을 전하면서 여성의 유두가 드러난 모델 사진을 모자이크 처리 없이 그대로 게재했다.

설령 위 사진 보도가 선정성에 초점을 맞춘 것이 아니라 하더라도 미성년자가 보기에는 적절하지 않다. 어린이나 청소년들까지도 접근이 쉬운 인터넷 매체에 위와 같이 노출 수위가 높은 사진을 게재할 경우에는 보다 신중한 판단이 요구된다.

따라서 위 기사는 신문윤리실천요강 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-9 독자불만처리

스포츠동아 발행인 송 대 근

주문

스포츠동아 2016년 2월 18일자 「이봉원-박미선 부부 싸움에 시장 난동 ‘충격 현장’」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『네이버 뉴스스탠드에서 「이봉원-박미선 부부 싸움에 시장 난동 ‘충격 현장’』이라는 제목을 보고 깜짝 놀라 클릭해봤더니 TV방송에 대한 기사였습니다.

하지만 저는 해당 TV프로그램에 대해 전혀 모르고 한 번도 본 적이 없는 사람입니다. 그래서 정말 이봉원-박미선 부부가 시장 바닥에서 크게 부부 싸움을 하고 난동을 부린 줄 알았습니다. 신문을 볼 때 제목만 보는 사람들도 많습니

다. 이런 낚시성 기사는 제발 올리지 말았으면 좋겠습니다.』

2. 이에 앞서 스포츠동아는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



〈네이버 뉴스스탠드 2016-2-18 17:35 캡처〉

『아빨』 이봉원 VS 박미선, 시장 한복판 기싸움 소동

입력 2016-02-18 14:01:00

이봉원-박미선 부부 다툼에 시장에 한바탕 소동이 벌어졌다.

18일 채널A ‘아내가 빨났다’에서 이봉원은 박미선 친구들을 위한 집들이 밥상을 차렸다. 다시 한 번 해산물 요리를 하기로 마음먹은 이봉원. 시장에 들른 이봉원은 아내 박미선이 좋아하는 가자미를 찾아 해매고 오징어를 비롯한 다양한 해산물을 구입하며 알콩달콩한 분위기를 유지했는데…. 하지만 이 부부의 평화(?)는 오래 가지 못했다. 이봉원이 장 본 것들을 담은 무거운 박스를 박미선이 들라고 전달한 것. 박미선은 “같이 들자”며 애원했지만 이봉원은 끝내 같이 들기를 거부했다.

이러한 부부의 모습을 보며 시장은 한동안 ‘미선파’와 ‘봉원파’로 나뉘는 소동이 일어났다. 아내에게 무거운 짐을 맡기고 나 몰라라 하는 이봉원에게 여성 상

인들이 “저런 남편이 다 있냐”“(장 본 것을 그냥) 버려라”며 비난하자 이봉원은 “(나한테 소리 지르는 것이) 데모를 하는 것 같다”며 당황했다.

하지만 뒤이어 “남자의 자존심을 지켜야 한다”고 이봉원을 지지한 남성 상인의 등장엔 이봉원은 다시 자신감을 되찾았다. 이봉원은 자신을 지지해준 상인과 하이파이브를 한 후 당당한 발걸음을 이어가 웃음을 자아냈다.

채널A ‘아내가 빨났다-남편밥상’은 살림 무식자 남편들이 빨난 아내를 위해 밥상을 차리며 서로 소통하는 부부관찰 리얼 버라이어티. 박미선-이봉원, 이혜정-고민환, 조갑경-홍서범 부부가 출연한다. 매주 목요일 밤 11시 방송.

동아닷컴 권○○ 기자 h***36@donga.co.kr

<<http://sports.donga.com/NewsStand/3/all/20160218/76520216/2>>

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 네이버 뉴스스탠드에 게재된 위 기사의 제목에 대해 독자가 불만을 제기한 건이다.

스포츠동아는 채널A 예능프로그램 ‘아내가 빨났다-남편밥상’에 출연한 이봉원-박미선 부부를 기사로 다루면서 네이버 뉴스스탠드에 「이봉원-박미선 부부 싸움에 시장 난동 ‘충격 현장’」이라는 제목을 달았다.

채널A ‘아내가 빨났다-남편밥상’은 집안 살림에 서투른 남편이 아내를 위해 밥상을 차려주며 서로 소통하는 모습을 그린 프로그램이다. 2월 18일 방송된 위 프로그램에서 이봉원은 함께 장을 보러 나온 박미선에게 무거운 짐을 떠넘기는 등 시장 한복판에서 기싸움을 벌였다.

그러나 불만을 제기한 독자처럼 방송 내용을 전혀 모르는 입장에서는 「이봉원-박미선 부부 싸움에 시장 난동 ‘충격 현장’」이라는 제목을 실제 상황으로 오해할 여지가 있다.

한편, 타 신문들은 「‘아내가 빨났다’ 이봉원, 박미선 친구들 위해 집들이 밥상 준비」(아시아투데이), 「‘아내가 빨났다’ 이봉원, 박미선 친구들 위한 집들이 밥상 준비…‘눈길」(한국경제) 등 독자로 하여금 기사가 특정 방송프로그램의 내

용임을 짐작할 수 있도록 제목을 달았다.

기사에서 제목이 갖는 비중은 결코 작다고 할 수 없으므로 방송이나 영화 속 스토리를 실제 사실인 것처럼 제목을 다는 것은 독자들에게 잘못된 정보를 제공할 우려가 있고 독자의 시선을 끌기 위해 의도적으로 사실을 왜곡했다는 오해를 살 수 있다. 연예계의 단순한 가십거리라도 가능한 한 객관적 사실에 가까운 보도를 하는 것이 바람직하다고 사료된다.

따라서 위 기사는 신문윤리실천요강 제10조 「편집지침」 ①(표제의 원칙)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-10 독자불만처리

서울신문 발행인 김 영 만

주문

서울신문 2016년 2월 23일자 「50대 수영선수, 비아그라 먹고 20번을...‘대박’」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『네이버 뉴스스탠드에서 기사를 보던 중에 서울신문의 「50대 수영선수, 비아그라 먹고 20번을...‘대박’」이라는 제목에 시선이 끌렸습니다. 제목을 봤을 때는 ‘비아그라를 먹고 성관계를 20번이나 했다’는 내용이라 생각했는데 기사는 전혀 엉뚱한 내용이었습니다. 이런 낚시성 기사로 독자를 우롱하고 조회수를 늘리는 행태를 그만두시기 바랍니다.』

2. 이에 앞서 서울신문은 다음과 같은 기사를 게재하였다.



『50대 수영선수, 비아그라 복용 후 ‘울트라 경기’』

비아그라 저용량 복용하면 급성폐수종 방지 효과

기사일자 2016-02-23



발기부전제가 수영선수나 잠수부 등이 찬물에 들어갔을 때 겪는 급성폐수종으로 목숨을 잃는 일을 방지할 수 있다는 연구결과가 나왔다.

미국 뉴욕주 더햄 소재 ‘고압의학 및 환경심리학 듀크 센터’의 의료실장 리처드 문 박사 팀은 발기부전제 실데나필(비아그라 등의 원료명)을 운동 전에 저용량 복용하면 소위 수영으로 인한 폐수종(SIPE) 위험이 예방됐다는 연구결과를 최근 미국 심장협회 학회지에 게재했다.

23일 메디컬뉴스투데이 등에 따르면, 숙달된 운동선수도 찬물에 들어가 운

동하면 팔과 다리가 수축되면서 심장과 폐에 혈액이 가득 차 이로 인해 호흡곤란·각혈·혈액 속 산소 농도 저하 등의 증상이 나타날 수 있다.

이 같은 SIPE 증상은 모두에게 나타나는 것은 아니며 보통은 24시간이 지나면 증상이 사라진다. 그러나 사람에 따라선 SIPE에 취약한 사람이 있고 증상이 급격하게 진행돼 목숨을 잃을 수 있다.

연구팀은 트라이애슬론(수영·사이·마라톤 3종목을 잇따라 하는 경기) 선수들을 대상으로 비교 조사했다.

10명은 과거 경기나 연습 중에 SIPE 증상이 나타난 선수였으며 20명은 SIPE 경력이 없었다. 참가자 모두 실험 전엔 심장에도 이상이 없었다.

실험 과정에서 물 속, 특히 찬물 속에서 운동하는 동안 SIPE 취약자들의 경우 말단에서 심장 쪽으로의 혈액 유입 압력이 정상보다 높아졌다. 때문에 폐혈관 내 혈압이 높아지고 혈액이 폐 조직으로 누출되는 증상이 나타났다. 일부는 심장에도 문제가 나타났다.

박사는 이를 통해 SIPE가 폐혈관 고혈압과 폐동맥 췌기압 증가 때문임을 확인했다. 그러나 운동 전에 실데나필을 저용량 복용한 후에는 SIPE 증상이 나타나지 않았다고 보고했다.

51세인 한 수영선수는 과거 호흡곤란과 통증, 각혈 등 SIPE 증상으로 선수생활을 중단할 뻔했으나 2011년부터 경기 전 실데나필을 복용한 결과 수영거리만 10km인 ‘울트라 경기’ 5번을 포함, 20경기를 치르는 동안 아무런 문제가 없었다.

실데나필은 통상 말초혈관으로의 혈류 유입량을 증가시키는 역할을 한다. 박사는 앞으로 좀 더 큰 규모의 집단을 대상으로 효과와 부작용 등을 더 연구할 필요가 있다고 밝혔다.

온라인뉴스부 iseoul@seoul.co.kr

<http://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20160223500003&wlog_sub=svt_006>

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

서울신문의 위 적시 기사는 발기부전제 실데나필(비아그라 등의 원료명)을 운동 전에 복용했을 때 수영으로 인한 폐수종을 예방할 수 있다는 연구 결과를 다룬 것이다.

그런데 서울신문은 51세 수영 선수가 경기 전 실데나필을 복용하고 20경기를 치룬 사례를 들면서 네이버 뉴스스탠드에 「50대 수영선수, 비아그라 먹고 20번을...‘대박’」이라는 제목을 달았다.

불만을 제기한 독자의 의견처럼 ‘20번’이라는 표현은 ‘비아그라 먹고’라는 문구와 맞물려 성행위와 연관된 해석이 가능하다고 본다. 기사 본문을 들여다보지 않는다면 위와 같은 제목을 성관계 횟수 이외의 다른 뜻으로 받아들일 독자는 거의 없다고 사료된다.

이와 같은 보도 행태는 신문의 신뢰성을 훼손할 우려가 있을 뿐만 아니라 독자의 접속 횟수를 늘리려는 의도적 편집이라는 의심을 살 수 있으므로 신문윤리실천요강 제10조 「편집지침」 ①(표제의 원칙)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-11 독자불만처리

조선닷컴 발행인 김 찬

주문

조선닷컴 2015년 11월 30일자 「삼성 LG 임원승진 여성 비율 2~3%, 여성 막은 유리천장 언제 깨지나?」 제목의 기사에 대한 독자의 불만제기를 ‘기각’한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『언론에서 ‘유리천장(여성이 직장에서 승진이 불리하다는 표현)’이라면서 여성차별이라는 식으로 보도를 합니다.

이것은 잘못된 보도입니다. 대한민국에 여성을 승진 못하게 하는 법, 제도는 눈을 씻고 찾아봐도 없습니다. 직장에서 승진을 결정하는 것은 회사와 오너, 혹은 인사담당자입니다. 원하는 인재상에 따라 여성보다 남성을 원할 수도, 남성보다 여성을 원할 수도 있는 것입니다. 그리고 여성이 승진에서 불리한 것이 아니라 남성이 여성보다 업무를 잘하고 회사에 기여도가 더 높은 경우가 많은 것입니다.

유리천장이라는 것 자체가 실체가 없는 것이고 여성계에서 근거 없이 주장하는 것인데, 이걸 가지고 언론과 방송사는 “여성이 승진에서 불리하다, 여성이 승진에서 불리하니 정부에서 강제로 여성을 승진시키는 법을 만들어야 한다”고 보도하고 있습니다. 앞으로 이런 보도는 나오지 않게 해 주십시오. 그리고 제보한 기사뿐만 아니라 앞으로 저런 기사들이 보도되지 않게 근본적인 제재를 요청합니다.』

2. 이에 앞서 조선닷컴은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『삼성 LG 임원승진 여성 비율 2~3%, 여성 막는 유리천장 언제 깨지나?』

기사입력 2015-11-30 09:40 수정 : 2015-11-30 10:12

삼성·LG 등 국내 재벌기업 내 여성 임원 승진자 비율이 한자릿수 초반대에 그치는 것으로 나타났다. 삼성은 이건희 회장이 “여성 임원 중에서도 최고경영자(CEO)가 나와야 한다”며 강조해왔지만, 회사 내 유리천장은 여전히 높다는 분석이다. LG는 창립 68년이 지난 올해 처음으로 그룹내 첫 여성 부사장을 탄생시키는 등 노력을 하고 있지만 전체 임원 승진자 중 여성이 차지하는 비중이 2.6%에 불과해 아직 갈길이 멀다는 지적이다.



LG생활건강 이정애 신임 부사장/LG 제공

LG그룹의 계열사인 LG생활건강은 지난 26일 ‘2016년 임원 인사’를 발표하고 이정애 전무(52·사진)를 부사장으로 승진 발령했다고 밝혔다. 이 신임 부사장은 전무 3년차에 부사장으로 승진한 LG그룹 최초의 여성 부사장이다. 이 신임 부사장을 제외하면 LG그룹의 계열사 중에서 여성이 부사장직, 사장직에 오른 전례는 아직 없다. 삼성그룹이 지난 2009년 첫 여성 부사장을 배출한 것과 비교하면 6년 늦었다.

LG그룹은 업계에서도 여성 직원에 대한 임원 승진이 박한 곳으로 알려져 있다. 범 LG 가(家)에서 남성이 경영에 적극 참여하는 일은 흔해도 여성이 경영에 참여하는 일은 드물다. 이런 LG의 ‘가풍’ 때문에 LG그룹 내 여성 직원들도 체감하는 유리천장이 높다. 올해 기준으로 LG그룹 전 계열사의 여성 임원은 총 15명에 그친다. 게다가 전체 15명의 여성 임원 중 33%가 LG생활건강에 있다. LG생활건강 여성임원은 5명이다.

승진자 규모만 봐도 알 수 있다. 이번 LG그룹 인사에선 안정 LG전자 부장, 문진희 LG생활건강 부장이 각각 상무로 승진하고 이정애 신임 전무가 부사장을 달아 총 3명의 여성 임원 승진자가 나왔다. LG가 올해 배출한 전체 임원 승진자(부사장급 이하)는 112명. 이 가운데 여성 임원 승진자는 3명으로 2.6%에 불과했다. 남성 승진자 36.3명당 여성 승진자는 1명씩 배출된 셈이다.



삼성에서 첫 여성 부사장 타이틀을 달았던 최인아 전 제일기획 부사장/사진=조선일보

지난해 LG가 인사를 진행한 총 127명의 임원 승진자(부사장급 이하) 중 여성 승진자는 2명으로 1.6%를 차지하는데 그쳤다. 남성 승진자 62.5명당 여성 승진자가 1명씩 나온 것이다. 지난해엔 LG CNS 홍상희 상무 1명, 박애리 HS애드 광고1사업부장이 상무가 여성 승진자 명단에 이름을 올렸다.

삼성도 LG와 크게 다르지 않다. 이진희 삼성전자 회장은 지난 2012년 “여성 중에서도 최고경영자(CEO)가 나와야 한다”라고 말했다. 이후 삼성 내 여성임원 승진자가 크게 늘었다는 평가다. 그러나 절대적인 숫자로 보면 여성은 여전히 극소수다. 지난 2014년 삼성 전체 승진 임원자는 353명이었다. 이 가운데 여성은 14명으로, 전체의 3.9%다. 남성 24.2명당 여성 1명이 승진한 것으로, LG보다는 여성 비율이 조금 높다.』

〈http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2015/11/30/2015113000964.html〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 기사는 여성의 고위직 승진을 막는 조직 내의 보이지 않는 장벽, 소위 ‘유리천장’에 대해 다룬 것이다.

불만제기인은 대한민국에 여성의 승진을 가로막는 법이나 제도는 없으며 남성의 승진 비율이 높은 현상은 ‘유리천장’ 때문이 아니라 능력이 우수한 남성이 여성보다 많은데서 기인한다고 주장했다.

그러나 아직도 우리 사회에서 남성에 못지않은 능력을 갖추었음에도 여성에 대한 부정적 인식으로 인해 불이익을 당하는 사례가 적지 않다는 것은 여러 통계와 자료로도 이미 입증된 바 있다. 또 유리천장이란 표현은 이미 사회통념화된 것으로 언론이 쓰는 데에도 전혀 낯설거나 비도덕적이지 않다. 바로 그러한 의미에서 언론이 여성의 사회진출을 독려하고 성차별을 해소하려는 노력을 보이는 것은 사회적 공기로서 당연한 것이다.

따라서 위 기사는 본 위원회로부터 제재조치를 받을 만큼 신문윤리강령을 위반했다고 보기 어렵다고 판단하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-12 독자불만처리

1. 경향닷컴 발행인 이 동 현
2. 헤럴드경제 발행인 이 영 만
3. 파이낸셜뉴스 발행인 권 성 철

주문

경향닷컴 2016년 1월 4일자 「샤오미 홍미노트3, ‘7만원에 개통 가능, 6개월만 쓰면 위약금 면제」, 헤럴드경제 2월 11일자 「샤오미 홍미노트3, CJ헬로모바일 2년 약정 가입 시 6천원」, 파이낸셜뉴스 2월 23일자 「샤오미 홍미노트3프로, 국내서 16만원대에 판매」 제목의 기사에 대한 독자의 불만제기를 ‘기각’한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『위 기사들을 보면 샤오미 스마트폰 ‘홍미노트3프로’를 홍보해 주고 있다는 인상이 강합니다. 비슷한 성능과 가격에 삼성, LG제품도 많은데 중국산 제품만 이렇게 기사로 내주는 이유가 뭡니까? 특정 판매업체가 진행하는 할인 행사까지 상세히 보도한 걸로 보서는 업체의 판촉물을 그대로 전제한 홍보성 기사가

분명합니다. 게다가 제품의 단점을 지적하는 내용은 하나도 없습니다. 귀 위원회의 적절한 제재 조치를 부탁드립니다.』

2. 이에 앞서 경향닷컴, 헤럴드경제, 파이낸셜뉴스는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

1)경향닷컴

『샤오미 홍미노트3, ‘7만원에 개통 가능, 6개월만 쓰면 위약금 면제’

기사입력 2016-01-04 15:25:01



최근 출시된 스마트폰 중 샤오미의 홍미노트3가 주목 받고 있다.

2015년 11월에 출시된 샤오미 홍미노트3는 출고가 20만원대 스마트폰이지만 플래그쉽 스마트폰 성능을 보여주고 있다. 지문 인식 잠금 기능을 비롯해 옥타코어 CPU, 3GB RAM의 조화는 고성능 게임을 해도 막힘 없고, 5.5인치 LCD는 색감과 화질이 우수한 것이 특징이다.

글로벌 디바이스 유통기업, 바이블 코리아는 샤오미 홍미노트3를 KT 가입 조건으로 프로모션을 진행한다. ‘BYBLE with olleh’라는 이 프로모션은 KT 2년 약정 가입 시 7만원 대에 기기를 구입할 수 있게 해주며, 6개월 만 사용하면 그 이후 위약금은 요금 할인액 만 부과된다.

요금 할인 반환금은 요금 할인 20%에 대한 금액으로 결국 샤오미 홍미노트3를 7만원에 구매 후 LTE 데이터 선택 349 요금제로 개통 시 월 요금을 20% 할인된 3만 700원만 납부할 수 있다.

국내에서 월 3만원에 고성능 스마트폰을 사용할 수 있는 조건이 열악한 가운데 바이블 공식 온라인 쇼핑몰(www.byble.co.kr)에서 ‘BYBLE with olleh’프로모션을 만나볼 수 있다.』

〈http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201601041525018&code=940100〉

2)헤럴드경제

『샤오미 홍미노트3, CJ헬로모바일 2년 약정 가입 시 6천원

기사입력 2016-02-11 11:02

해외폰 전문 유통기업 바이블(www.byble.co.kr) 이 샤오미 홍미노트3 스마트폰을 CJ헬로모바일 2년 약정 가입 시 6천원에 판매하는 프로모션을 시작한다고 밝혔다.

샤오미 홍미노트3는 최근 가장 뜨거운 관심을 받는 중국 샤오미의 스마트폰이다. 20만원 대 스마트폰임에도 불구하고 메탈 바디, 지문인식 센서, 옥타코어 프로세서를 탑재해 가격대비 성능이 매우 우수한 것으로 유명하다. 이에 힘입어 샤오미는 얼마 전 퀄컴 프로세서를 탑재한 샤오미 홍미노트3 프로를 출시하기도 했다.

바이블 강선욱 대표는 “가성비가 훌륭한 스마트폰을 쓰기에는 알뜰폰 통신사로 개통하는 게 가장 현명하다며, 이에 따라 CJ헬로모바일과 제휴하여 판매한다고” 말했다.

이번 프로모션에서는 샤오미 홍미3, 샤오미 홍미노트3 프로도 만날 수 있으며, 2년 약정뿐만 아니라 1년 약정도 판매한다. 샤오미 홍미3는 89,000원, 샤오미 홍미노트3 프로는 11만원에 만날 수 있다.』

〈<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160211000506>〉



3)파이낸셜뉴스

『샤오미 홍미노트3프로, 국내서 16만원대에 판매』

구○○ 기자 기사입력 2016-02-23 13:49 수정 2016-02-23 14:06



샤오미의 최신 스마트폰 ‘홍미노트3프로’가 국내에서 16만원대에 판매된다.

23일 스마트폰 해외직구 업체 3KH는 이날부터 다음달 10일까지 샤오미 홍미노트3프로 2GB 램/16GB 버전을 해외직구 공동구매 형태로 16만9000원에 판매한다고 밝혔다. 3GB 램/32GB 버전은 21만9000원이다.

SK텔레콤 가입 조건으로 183일 사용 후 해지시 별도의 위약금 없이 공기계로 전환할 수 있으며, SKT 밴드요금제 중 최저 요금제인 밴드29 요금제로도 신

청이 가능하다.

이 밖의 자세한 사항은 3KH 카페에서 확인이 가능하다.

홍미노트3프로는 기존 홍미노트3의 업그레이드 버전으로, 5.5인치 풀HD, 쿼드 스냅드래곤650, 4050mAh 배터리, 1600만 화소 후면 카메라, 안드로이드 기반의 MIUI7, 지문인식 센서, 마이크로SD카드 슬롯 등을 탑재했다.

한편 샤오미는 다음달 3일 인도에서 이 제품을 공식 출시할 예정이다.』

〈<http://www.fnnews.com/news/201602231343457712>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 위 적시 기사들에 대해 독자가 홍보성 의혹을 제기한 건이다. 동종 업계의 경쟁 제품들을 배제한 채 단일 제품의 프로모션 가격과 업체명, 홈페이지까지 소개한 것은 특정 업체의 영리에 영합하는 상업적 보도라는 것이다.

그러나 위 기사들은 2015년 11월에 출시된 중국산 스마트폰 ‘샤오미 홍미노트3’의 국내 판매 소식을 전한 것이다. 국산 제품이 대부분의 수요를 차지하는 국내 스마트폰 시장에 얼마의 외국산 제품이 들어온다는 정보는 그 자체로도 충분한 뉴스성이 있다고 볼 수 있다.

할인 행사 가격과 판매처 홈페이지까지 공개한 점은 다소 문제의 소지가 있지만, 제품의 구체적인 스펙과 성능도 함께 소개함으로써 독자로 하여금 객관적인 가성비를 판단할 수 있는 정보를 제공했다고 판단된다.

따라서 위 기사들은 본 위원회로부터 제재조치를 받을 만큼 신문윤리강령을 위반했다고 보기 어렵다고 판단하여 주문과 같이 결정한다.

주문

東亞日報 2016년 2월 3일자 「[맨 인 켄치]여성-약자에겐 뺏뺏, 강자 앞에선 급실... 그대 이름은 '개저씨'」 제목의 기사에 대한 독자의 불만제기를 '기각'한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『동아일보의 중년남성비하 기사입니다

중립을 지켜야할 기자들이 가족부양에 허리가 휘어지며 고생하고 살아온 중년남성들을 이렇게 비하해도 되는 것입니까? 동아일보는 해당 기사를 내리고 40대 이상 중년남성분들에게 사죄하는 전문을 올려야 합니다. 이번 사태에 대하여 동아일보는 마땅히 책임져야 합니다.』

『만약 기사에 '개딸', '개숙녀', '개가씨', '개엄마', '개한국녀'라는 표현을 썼으면 동아일보는 엄청 비난 받았겠죠. 여성혐오 조장이라면서 공공의 적이 되었을 겁니다.

근데 남자에 대해선 '개저씨'라니요. '개한국녀 지수 체크'라는 표를 만들어 해당사항을 체크해 보라고 하면 그게 가능하겠습니까? 여성을 대상으로는 절대 쓰지 못할 기사를 이렇게 남자에 대해선 버젓이 기사를 쓰는 게 가능하더니... 여자는 무서워서 저런 기사 못 내면서 남자 인권은 꺾입니까? 남자 인권은 꺾다놓은 보릿자루인가요?』

『'개저씨'가 공인된 신문에 올라도 되는 용어입니까?

틀딱충(할아버지 세대 욕하는 용어), 급식충(학생 욕하는 용어) 이렇게 '충'을 붙여서 사람을 별레로 비유하는 것도 욕인데, '개' 붙인 것도 엄연한 욕설 아닙니까? 공식적인 뉴스에서 욕을 섞어가며 특정 성별이나 세대를 혐오하는 것은 엄연히 잘못입니다.』

2. 이에 앞서 東亞日報은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『맨 인 컬처』여성-약자에겐 땀땀, 강자 앞에선 굽실... 그대 이름은 '개저씨'

입력 2016-02-03 03:00:00 수정 2016-02-03 15:25:29

‘개저씨’라 불리는 한국의 중년 남자들



엠브레인 여성 921명 설문조사(1월 21~24일)분석.

《할리우드에 ‘맨 인 블랙(Man in Black)’이 있다면, 한국에는 ‘맨 인 컬처(Man in Culture)’가 있다. 2016년 2월 3일, 한국에 ‘맨 인 컬처’가 도착했다. 같은 지구인이 봐도 이해하기 힘든 한국의 문화현상, 그리고 인간들을 심층 조사할 것이다. 그래서 그들이 흑어나 외계인이나 외계문명의 산물은 아닌지 알아볼 작정이다. 우리의 가슴은 뜨겁되 머리는 차가울 것이다. 발상은 유치하되 현실 감각은 딱딱할 것이다. 에이전트 5(김○○ 기자) 에이전트 7(임○○ 기자), 동시 출격!》

서울 종로3가 선술집에서 만난 30대 직장인 여성들은 ‘개저씨(Gaejeossi)’를 연발하며 화를 내고 있었다.

“김 부장이 오늘 뭐랬는지 알아? ‘회사에 문제 생기면 직장맘들이 가정 버리

고 최전선에 나설 수 있지? 못한다고? 그러면 내가 남자를 선호하겠나, 여자를 선호하겠나. 답이 딱 나오지?’ 아우, 개저씨….”

개저씨? 의아했다. ‘아저씨’는 멋들어진 중·장년 남성이 아닌가. 그 푸근함과 자상함, 불의를 응징하는 원빈이랑 리엄 니슨…. 그런데 개저씨라니.

개저씨는 ‘개 같은’의 ‘개’와 ‘아저씨’를 합친 신조어란다. 안하무인의 중년 여성이 ‘아줌마’, 허영심 강한 젊은 여성이 ‘된장녀’ ‘김치녀’로 비하되는 것처럼.

개저씨는 외계인?

개저씨는 누굴까? 조사업체 엠브레인과 지난달 21~24일, 20~40세 여성 921명을 설문조사했다(표 참조). 40대~60대 초반, 지나치게 권위적이며 자신의 이익을 위해 반칙을 일삼는 한편, 여성과 사회적 약자에게 강하지만 강자에게는 약한 이로 압축됐다. “‘오징어는 여자가 찢어야 맛있죠.’ 얼마 전 유명 남자 배우 A가 술자리에서 한 말이에요. A는 서른다섯 살. 생각이 그 모양이면 20대라도 개저씨죠.”(B일간지 기자 이모 씨) “사회적 지위, 교육 수준도 상관없는 것 같아요. 정치인 김무성 씨도 대표적인 개저씨 이미지죠. 아무한테나 반말 짹짹 하잖아요. 2011년 김준규 검찰총장은 대학 특강에서 ‘남자 검사는 집안일 포기하고 일하는데, 여자 검사는 일 포기하고 애 보러 간다’고 했죠.”(30대 직장인 박수진 씨)

최근 구세웅 미국 스탠퍼드대 교수가 영문 뉴스 사이트에 기고한 글 ‘Gae-jeossi Must Die’(개저씨는 죽어야 한다)도 논란에 기름을 부었다. ‘…마초, 부성, 연장자 숭배 사상이 맞물렸을 때, 한국은 이를 오랫동안 ‘벼슬’이라고 생각해 왔다….’

개저씨, 꼰대 2.0

21세기 개저씨는 20세기 ‘꼰대’와 비슷하지만 겹치지 않는다. 김현식 문화평론가는 말한다. “개저씨들의 훈계와 조언은 더 쉽게 우스워집니다. 정보기술(IT) 혁신과 매체 다변화로 사회가 예측 불가능해졌거든요. 기성세대가 경험으로 습득한 삶의 원칙, 그들이 가리키는 하나의 방향에 대해 젊은 세대는 잘 남

득하지 못합니다.”

서울 서교동에서 만난 음반사 대표 김연구(가명·45) 씨는 억울하다는 표정을 지었다. “우리 때만 해도 공공장소에서의 음주, 흡연이 당연했어요. 진보적인 대학생 사이에서 심지어 그건 ‘멋’이었다니까요. 슬픈 종족일지 몰라요, 개저씨란…”

프리랜서 안선영(가명·34) 씨는 이런 추론을 펼쳤다. “‘쩍벌’은 어때요? ‘여자’라면 무릎을 모으고 앉아야 한다’는 지침의 반대편. 나이 들고 남성 호르몬 줄고 사회 입지 축소된 개저씨들이 남성성 증명하려는 잠재적 행동은 혹시 아닐까요.”

나는 개저씨가 싫어요, 차라리 ‘아재’가 될래요

조사 도중 우리는 아저씨 가운데 존재하는 다른 이들, ‘아재’라 불리는 종족을 만났다. 그들의 다이어트와 피부 관리는 ‘개저씨’가 안 되려는 애처로운 몸부림으로도 보였다. 방송인 유재석(45)을 모델로 애교 개그를 연습하는 이태성 씨(43)는 이렇게 말했다.

“가장 억울한 도형이 뭐게요? 원통! 맥주가 죽기 전에 남긴 말은? 유언비어. 웃기죠. 재치 있는 아저씨가 되고 싶어서 연마 중이에요. 아재 개그.”

광고 시장도 움직였다. 한 의류 광고. 20대 무리가 화면 밖으로 ‘아저씨’를 외친다. 그러자 세련되게 차려입은 40대 이정재가 나타난다. 20대들. 흥해처럼 갈라지며 선망의 눈빛 보낸다. 이정재는 이렇게 외친다. “Awesome Forty(죽이는 40대)”.

에이전트 7, 코호트를 아는가

우린 이론적 분석을 원했다. 개저씨 논란의 근간에 ‘코호트 효과(Cohort effect)’가 작용한다는 점을 발견했다. ‘코호트’란 출생연도 기준 10년 단위로 특정한 경험을 공유하며 연대를 느끼는 집단을 말한다. 윤인진 고려대 사회학과 교수를 만났다. “40, 50대는 노력으로 얻은 성취의 경험을 갖고 있죠. 요즘 젊은이들은 기회 자체가 적어요. 집단주의 속에서 자란 아저씨들의 행태는 무례

하거나 남에게 개입하는 모습으로 보일 수도 있습니다. 세대 간 이해와 상호 존중을 모색할 시점입니다.”

존경할 만한 어른에 대한 갈망이 역설적으로 개저씨란 말을 유행시키지는 않았을까. “영화 ‘인턴’에서 로버트 드니로가 옷을 잘 입어서 멋진 줄 아세요? 소통도 잘하고 뭔가 나이에 맞는 품격이 있는 진짜 어른 같잖아요.”(대학원생 정희영 씨·28)

개저씨 담론의 출현을 보며 또 다른 희망을 이야기할 수는 없을까. 이것은 한국사회 한 챕터의 끝이 될 수도. 즉, 가부장과 남아 선호, 집단주의와 위계질서 중심 사회와의 작별을 의미할지도 모른다. 개저씨는 외계에서 뚝 떨어진 별종이 아니었다. 내 친구의 아버지, 내 어머니의 옛 연인. ※결론: 개저씨 = 지구인

한편 지하철에서 두 요원은 가수 설현의 이상한 광고 포스터를 발견하는데... (다음 회에 계속)

임○○ i**@donga.com·김○○ 기자』

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 위 기사의 ‘개저씨’라는 표현에 대해 독자가 불만을 제기한 건이다. ‘개저씨’는 ‘개’와 ‘아저씨’가 합성된 신조어로, 권위주의적 위계질서를 중시하고 남성우월주의적 사고방식을 지닌 40-50대 중년 남성을 이르는 말이다.

위 기사에 불만을 제기한 독자는 ‘개저씨’라는 단어에 중년 남성을 혐오·비하하는 의미가 담겨 있어 언론이 그러한 용어를 사용하는 것은 적절치 않다고 주장했다. 또 다른 독자는 동아일보가 욕설에 가까운 표현으로 중년 남성 전체를 비하했다며 강한 불쾌감을 드러냈다.

그러나 동아일보의 위 기사가 소위 ‘개저씨’라 불리는 중년 남성들의 가치관과 행동 양식을 주요하게 다룬 것은 가부장과 남아 선호, 집단주의와 위계질서를 중시하는 한국의 문화 현상을 사회적 병폐로 진단, 그러한 풍조를 청산하려는 취지에서 출발한 것이라 여겨진다. 세대간·성별간 갈등을 부추기거나 중년 남성을 비하하려는 의도보다는 자기 자신이 ‘개저씨’가 아닌지 스스로를 돌아

보자는 캠페인 기사에 가깝다고 볼 수 있다. 또 일각에서는 위 기사가 존경할만한 어른에 대한 갈망을 역설적으로 반영했다는 해석을 내놓기도 했다.

한편, 동아일보는 2월 4일자 「[기자의 눈/김윤중] ‘개저씨 논란’ 불편한가요, 공감하나요」 제하의 후속 기사를 통해 자사 기사의 취지를 해명하고 독자들의 불만을 해소하려는 노력을 보였다.

위와 같은 점들을 종합해볼 때 위 기사는 본 위원회로부터 제재조치를 받을 만큼 신문윤리강령을 위반했다고 보기 어렵다고 판단하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-14 독자불만처리

한경닷컴 발행인 황 재 활

주문

한경닷컴 2016년 2월 22일자 「류 힐링 레지던스 호텔…시행사가 직접 운영하는 레지던스 호텔」, 3월 3일자 「인천 도원역 인근에 481실 최대규모 객실 분양형 호텔…류힐링 레지던스 호텔」, 3월 14일자 「류 힐링 레지던스 호텔 ①규모, 인천 도원역 근처에 481실 최대 규모 객실 분양형 호텔」, 「류 힐링 레지던스 호텔 ②입지, 공항과 가깝고 도심으로 이동도 편해…요우커·출장자 공략」, 「류 힐링 레지던스 호텔 ③설계, 취사 가능한 원룸형 오피스텔 구조」, 「류 힐링 레지던스 호텔 ④수익성, “수익성 맞추기 위해 시행사가 준공 후 운영도 직접 맡는다”」 제목의 기사에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『한경닷컴은 인천의 조그만한 호텔 분양 소식을 한 달에 여섯 번이나 보도하는 등 기사로 가장하여 지나치게 홍보한다는 생각이 듭니다.』

2. 이에 앞서 한경닷컴은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『류 힐링 레지던스 호텔…시행사가 직접 운영하는 레지던스 호텔

입력 2016-02-22 10:05:05 수정 2016-02-22 10:10:17



류힐링 레지던스 호텔 개요	
위치	인천시 남구 송악동 128역 6
규모	지하 2층~지상 25층, 481개 객실 18.83㎡ 253실, 18.87~23.49㎡
전용면적별	138실, 19.99㎡ 68실, 21.73㎡ 18실 21.74㎡ 4실
준공	2017년 11월 예정

오피스텔과 호텔의 장점을 뽑아 설계된 레지던스 호텔이 지하철 1호선 인천 도원역 근처에서 개별 등기 방식으로 일반에 분양된다. 지하 2층~지상 25층에 481객실로 지어질 인천 최대 규모의 ‘류 힐링 레지던스 호텔’이다.

객실은 전용면적 18~23㎡ 중 10개 타입으로 이뤄진다. 소형 면적인 전용 18㎡의 A타입이 253실로 전체의 52.5%를 차지한다. 지상 1~2층에는 식당 연회장 헬스장 세탁실 편의점 카페 등을 들일 예정이다. 생활숙박업 인허가를 받아 객실에 개별 취사시설을 설치하는 게 특징이다.

분양가는 면적·층·향에 따라 9800만원에서 1억1600만원(부가가치세 미포함) 사이다. 지역별 땅값 차이에도 불구하고 최근 공급되는 분양형 호텔들의 분양가격이 1억3000만~1억8000만원 수준인 것과 비교하면 크게 저렴하다는 평가다.

착한 분양가를 책정했기 때문에 준공 후 객실단가를 탄력적으로 조정하면서 투자 안전성을 기대할 수 있다는 전망이 나오고 있다. 시행사가 투자자들의 수익보장을 위해 호텔운영에 직접 나설 예정이다.

계약자에게 향후 2년간 총분양가 대비 연 7%에 해당하는 확정수익금 및 보증금 500만원을 지급한다는 증서를 발행해 준다. 이후 재계약은 1년 단위로 맺을 예정이다.

호텔 준공은 내년 11월 예정이다. 모텔하우스는 인천지하철 1호선 및 서울지

하철 7호선 환승역인 부평구청역에서 가까운 부평동 417의 18에 마련돼 있다.
(032)886-4545

김○○ 한경닷컴 기자 en***@hankyung.com」

〈<http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2016022198131&intype=1>〉

『인천 도원역 인근에 481실 최대규모 객실 분양형 호텔 ... 류힐링 레지던스 호텔』

입력 2016-03-03 09:40:06 수정 2016-03-03 09:49:48

전용 18.77~23.49㎡의 소형면적 위주
1억495만~1억4,381만원 착한 분양가
분양가의 연 7% 수익보장 증서 발급

오피스텔과 호텔의 장점을 뽑아 설계된 레지던스 호텔이 지하철 1호선 인천 도원역 근처에서 개별 등기방식으로 일반에 분양된다.

지하 2층~지상 25층에 481개 객실로 지어질 인천 최대 규모의 ‘류힐링 레지던스호텔’이다.

객실은 전용면적 18.77~23.49㎡으로 구분되면 총 10개 타입으로 이뤄진다.

소형면적인 전용 18.83㎡의 A타입이 253실로 전체의 52.5%를 차지한다.

지상 1~2층에는 식당 연회장 헬스장 세탁실 편의점 카페 등을 들일 예정이다.

분양가는 면적·층·향에 따라 1억495만원에서 1억4381만원(부가가치세포함) 사이 이다.

요즘 공급되는 분양형 호텔의 분양가격이 1억원 중후반대인 것에 비해 상대적으로 저렴하다는 평가가 나온다.

사업시행사가 준공 후 직접 호텔운영도 맡는 게 분양가격을 낮출 수 있는 배경으로 꼽힌다.

시행사는 분양형 호텔을 짓고 나면 실제 호텔운영은 다른 회사에 맡기는 게 일반적이다.

이 과정에서 시행사가 운영회사의 수익을 보장해주는 관례 때문에 정작 투자자에게 돌아가는 몫은 줄어들 수 있다는 것이다.

전문성을 갖춘 운영회사도 투자의 포인트가 된다.

호텔 운영경험 및 전문인력이 많지 않은 상황이어서 꾸준하고 안정된 투숙객을 유치하는데 어려움을 겪게 되면 투자자에게 배분할 운영수익을 내지 못하기 때문이다.

류힐링 레지던스 호텔은 인천공항에서 가까운데다 도보 5분 거리인 역세권에 위치해 서울 명동 및 강남으로 오가기에도 편리한 입지로 꼽힌다.

중국 관광객의 투숙을 유치하기에 괜찮은 여건이라는 평가다.

송도국제도시에는 대기업들이 속속 입주해 출장자들도 더욱 늘어나고 있는 상황이라는 게 분양 관계자의 설명이다.

요우커 뿐만 아니라 기업 출장자들에게도 이 호텔은 반가운 보금자리가 될 것으로 보인다.

반 호텔과 달리 취사가 가능한 구조라 장기 투숙객들도 편하게 머무를 수 있기 때문이다.



전 객실에 싱크대와 쿡탑이 마련돼 직접 밥을 해먹을 수 있으며 드럼세탁기를 이용하면 빨래도 가능하다.

침대, TV, 옷장 등 대부분의 옵션이 갖춰진 오피스텔인 셈이다.

투자수익률은 높게 제시하지 않은 것도 남다르다.

대개 두 자릿수 수익률을 제시하는데 반해 ‘류 힐링 레지던스 호텔’은 총 분양가의 연 7%에 해당하는 확정수익금을 2년간 지급하겠다는 증서를 계약자에게 발급한다.

이후 1년 단위로 재계약할 계획이다.

분양 관계자는 “잔금 대출을 받을 경우 레버리지 효과에 따라 11%를 웃도는 투자수익률을 기대할 수 있지만 거품을 뺀 현실적인 수익률을 제시하고 있다”며 “착한 분양가를 적용하기 때문에 대출부담도 적어 실수익률은 높게 예상된

다”고 설명했다.

모델하우스는 인천지하철 1호선 부평구청역 근처인 부평동 418-17번지에 마련돼 있으며 청약통장 가입에 관계없이 선착순으로 계약할 수 있다.

분양문의 : 032-886-4545』

〈<http://land.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=201603033208e&intype=1>〉

『류 힐링 레지던스 호텔①규모

인천 도원역 근처에 481실 최대 규모 객실 분양형 호텔

입력 2016-03-14 12:30:00 수정 2016-03-14 12:30:00

전용 18.77~23.49㎡의 소형면적 위주

1억495만~1억4,381만원 착한 분양가

분양가의 연 7% 수익보장 증서 발급



【인천 = 김○○ 기자】오피스텔과 호텔의 장점을 뽑아 설계된 레지던스 호텔이 지하철 1호선 인천 도원역 근처에서 개별 등기방식으로 일만에 분양된다.

지하 2층~지상 25층에 481개 객실로 지어질 인천 최대 규모의 ‘류힐링 레지던스호텔’이다. 객실은 전용면적 18.77~23.49㎡으로 구분되면 총 10개 타입으로 이뤄진다. 소형면적인 전용 18.83㎡의 A타입이 253실로 전체의 52.5%를 차지한다.

지상 1~2층에는 식당 연회장 헬스장 세탁실 편의점 카페 등을 들일 예정이다.

분양가는 면적·층·향에 따라 9800만원에서 1억1600만원(부가가치세 미포함) 사이다. 지역별 땅값 차이에도 불구하고 최근 공급되는 분양형 호텔들의 분양가격이 1억3000만~1억8000만원 수준인 것과 비교하면 크게 저렴하다는 평가다.

착한 분양가를 책정했기 때문에 준공 후 객실단가를 탄력적으로 조정하면서 투자 안전성을 기대할 수 있다는 전망이 나오고 있다. 시행사가 투자자들의 수익보장을 위해 호텔운영에 직접 나설 예정이다.

계약자에게 향후 2년간 총분양가 대비 연 7%에 해당하는 확정수익금 및 보증금 500만원을 지급한다는 증서를 발행해 준다. 이후 재계약은 1년 단위로 맺을 예정이다.

류힐링 레지던스 호텔은 인천공항에서 가까운데다 도보 5분 거리인 역세권에 위치해 서울 명동 및 강남으로 오가기에도 편리한 입지로 꼽힌다. 중국 관광객의 투숙을 유치하기에 괜찮은 여건이라는 평가다. 송도국제도시에는 대기업들이 속속 입주해 출장자들도 더욱 늘어나고 있는 상황이라는 게 분양 관계자의 설명이다.

요우커 뿐만 아니라 기업 출장자들에게도 이 호텔은 유용할 것으로 보인다. 일반 호텔과 달리 취사가 가능한 구조라 장기 투숙객들도 편하게 머무를 수 있기 때문이다. 전 객실에 싱크대와 쿡탑이 마련돼 직접 밥을 해먹을 수 있으며 드럼세탁기를 이용하면 빨래도 가능하다. 침대, TV, 옷장 등 대부분의 옵션이 갖춰진 오피스텔인 셈이다.

호텔 준공은 2017년 11월 예정이다. 모델하우스는 인천지하철 1호선 및 서울지하철 7호선 환승역인 부평구청역에서 가까운 부평동 417의18번지에 마련돼 있다. (032)886-4545

김○○ 한경닷컴 기자 en***@hankyung.com』

<<http://land.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=201603141920e&intype=1>>

『류 힐링 레지던스 호텔②입지

공항과 가깝고 도심으로 이동도 편해...요우커·출장자 공략

입력 2016-03-14 12:32:00 수정 2016-03-14 12:32:00

서울·수도권 내 요우커 숙박 시설 부족

낮은 객실 단가, 편리한 입지 경쟁력

중국 기관과 협업으로 고정 수익 계획



【인천 = 이○○ 기자】요우커(중국인 관광객)들이 한국 방문이 끊일 줄 모른다. 한국관광공사에 따르면 지난 1월 한달 간 한국을 찾은 요우커는 55만 명으로 집계됐다. 1월 사상 최대 수치다. 지난해 1월과 비교하면 40% 가량 급증

한 셈이다.

올해 말까지 800만 명의 요우커들이 한국을 찾을 것이라는 게 문화체육관광부의 전망이다. ‘쏟아져 들어온다’는 표현이 과하지가 않은 상황이다.

이토록 뜨거운 방한 열기에도 불구하고 요우커들이 머물 곳은 마땅치 않다는 게 현장의 얘기다. 호텔, 모텔, 게스트하우스 등 다양한 숙박 시설이 있지만 쏟아져 들어오는 요우커들을 모두 흡수하기에는 한없이 부족하다는 거다.

특히 저가 여행을 계획한 요우커라면 서울 및 수도권에서 적당한 잠자리를 찾기로 쉽지 않은 실정이다. 저렴하고 깨끗한 잠자리를 찾아 천안, 대전까지 내려가는 경우도 적지 않다는 설명이다.

이들에게 인천 송의동에 들어설 ‘류 힐링 레지던스 호텔’은 좋은 대책이 될 수 있을 것으로 보인다. 요우커들이 입국하는 인천국제공항과도 멀지 않고 서울로의 이동도 천안, 대전 등에 비해 상대적으로 용이한 편이기 때문이다.

공항철도와 지하철, 버스 등 대중교통을 이용하면 서울 명동과 강남 등 주요 쇼핑 지역도 어렵지 않게 둘러볼 수 있다. 월미도, 차이나타운 등 호텔 주변으로도 관광지가 형성돼 있어 요우커들에게 매력 요소로 작용할 것이라는 설명이다. 체류비를 낮추려는 저가 여행객들을 고려해 평균 객실 단가도 인근 숙박 시설의 비수기 수준으로 책정될 예정이다.

요우커 뿐만 아니라 기업 출장자들에게도 이 호텔은 반가운 보금자리가 될 것으로 보인다. 일반 호텔과 달리 취식이 가능한 구조라 장기 투숙객들도 편하게 머무를 수 있기 때문. 전 객실에 싱크대와 쿡탑이 마련돼 직접 밥을 해먹을 수 있으며 드럼세탁기를 이용하면 빨래도 가능하다. 침대, TV, 옷장 등 대부분의 옵션이 갖춰진 오피스텔인 셈이다.

고정적으로 투숙객을 유치하기 위한 호텔측의 노력도 진행 중이다. 현재 중국의 대표 해외여행사와의 업무 협약을 추진하고 있으며 국내 한 여행사와도 손을 잡고 관광객들을 끌어올 준비를 하고 있다. 장기 출장자들을 불러들이기 위해 국내 유수의 대기업들과도 접촉하고 있다는 설명이다.

분양대행사 이종복 대표는 “서울 도심으로의 이동이 용이한 것은 물론 국제 공항과도 가까워 요우커, 해외 바이어 등이 주요 투숙객이 될 것으로 보인다”며 “공실률을 낮추고 일정 수익을 유지하기 위해 주요 기관 및 기업들과 접촉 중이며 여러 건의 업무 협약이 예정돼있다”고 밝혔다.

이○○ 한경닷컴 기자 lu****so@hankyung.com』

〈<http://land.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=201603142017e&intype=1>〉

『류 힐링 레지던스 호텔③설계

취사 가능한 원룸형 오피스텔 구조

입력 2016-03-14 12:34:00 수정 2016-03-14 12:34:00

각 객실 내 싱크대·쿠팅·세탁기 마련

건물 1층에 편의점·커피숍·약국 조성

대기업 출장자들, 장기 투숙에 편리

【인천 = 이○○ 기자】 호텔의 장점과 오피스텔의 장점을 골고루 섞어 넣었다. 다시 말해 취사가 가능한 숙박시설이라는 게 류힐링레지던스호텔의 가장 큰 특징이다.



우선 겉모습만 보면 우리가 그동안 보아온 호텔과 크게 다르지 않다. 지하 2

층~지상 25층 건물로 객실은 총 481개다. 지하에는 1층과 2층에는 주차장이 조성되며 지상 1층에는 커피숍, 약국, 편의점, 기념품숍 등을 들여 건물 내에서 간단한 쇼핑 등 편의시설을 이용할 수 있도록 했다. 2층에는 헬스장과 공용 식당, 2개의 연회실을 마련했다.

고객들이 머무는 객실은 3층부터 25층까지 들어선다. 3층에는 19개, 나머지 층에는 21개의 객실이 조성될 예정이다. 전용면적 $18.83m^2$ 의 객실이 253실로 가장 많다. 이외에 전용면적 기준 $19.99m^2$ 68실, $20.02m^2$ · $18.77m^2$ · $23.49m^2$ · $19.43m^2$ · $19.35m^2$ · $19.41m^2$ 각 23실, $21.74m^2$ 4실, $21.73m^2$ 18실로 구성된다. 10개 타입의 객실이 층마다 골고루 분배되며 $21m^2$ 이상은 각 층에 1개실씩 들어간다.

여기까지는 기존 호텔과 비슷하지만 방 안으로 들어가 보면 차이를 확인할 수 있다. 모텔하우스에는 전용 $18.83m^2$ 와 $21.73m^2$ 등 두 타입의 유닛이 전시됐다. 방 안의 모습은 우리가 일반적으로 접해온 주거용 오피스텔과 매우 흡사했다. 현관 오른쪽으로 싱크대와 2구 쿡탑, 조리대 등이 마련되고 드럼세탁기와 소형 냉장고도 설치된다. 호텔에 머무르면서 음식도 해먹고 빨래도 할 수 있는 구조다.

썩크대 옆으로는 거울이 달린 화장대가 놓였고 화장대 윗벽에는 벽걸이형 TV와 시스템 에어컨이 설치돼있다. 기본 크기의 옷장과 두 사람이 충분히 누워 잘 수 있는 더블 침대 등 가구도 충분히 들었다.



타입별로 업무를 볼 수 있도록 스탠드를 놓은 책상이 들어가기도 하고 두 사람이 앉아 차를 마실 수 있는 티 테이블이 들어가기도 한다. $18.83m^2$ 유닛에는 업무용 책상을 놓았으며 $21.73m^2$ 유닛에는 작은 원형 티 테이블과 업무용 책상이 모두 들어가 있었다. 욕실에는 해바라기 샤워수전을 설치해 고급화 했다.

분양 관계자는 “일상생활에 필요한 가구 및 장치가 대부분 갖춰져 있는 원룸 오피스텔이라고 생각하면 쉽다”며 “관광객은 물론이고 장기로 국내에 체류해야 하는 출장자들의 경우, ‘숙박한다’는 느낌보다는 ‘산다’는 기분으로 머무를 수 있을 것”이라고 설명했다.

입주는 2017년 12월 예정이다. 모텔하우스는 인천시 부평구청역 사거리 인근에 마련됐다. (032)886-4545

이○○ 한경닷컴 기자 lu*****so@hankyung.com」

〈<http://land.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=201603142057e&intype=1>〉

『류 힐링 레지던스 호텔④수익성

“수익성 맞추기 위해 시행사가 준공 후 운영도 직접 맡는다”

입력 2016-03-14 12:36:00 수정 2016-03-14 12:36:00

시행사-운영회사 이원화 문제점 보완

중국 관광기관과 협약 맺는 영업계획

출장자 유치위해서는 대기업과 접촉



【인천 = 김○○ 기자】 제주도를 찾는 중국 관광객(유커)이 급격히 늘어나자 약 5년 전부터 제주도에는 유커를 겨냥한 분양형 호텔이 우후죽순격으로 생겼다. 투자자들은 호텔을 분양받고 준공 후 호텔 운영수익을 나눠서 돌려받는 방식이다.

분양형 호텔에 대한 투자자들의 관심이 커지자 분양지역은 제주도뿐 만 아니라 전국으로 퍼져 나가는 양상이다. 투숙 유치대상도 중국 관광객 외에 기업 출장자로 확대되고 있는 추세다. 평택 천안 인천 등은 서울에서 가까우면서도 주변에 기업들이 많아 중국 관광객 및 기업출장자 투숙수요를 겨냥한 분양형 호텔이 잇따라 공급되고 있는 곳으로 꼽힌다.

문제는 어느 정도 시간이 지나면서 분양형 호텔의 민낯도 서서히 드러나고 있다. 당초 공급업체가 내세우거나 투자자들이 예상했던 수익률이 실현되지 않고 있어서다. 이유는 크게 두 가지로 꼽힌다.

우선 공급업체(시행사)와 운영회사의 이원화 시스템 때문이다. 시행사는 분양형 호텔을 짓고 나면 실제 호텔운영은 다른 회사에 맡기는 게 일반적이다. 이 과정에서 시행사가 운영회사의 수익을 보장해주는 관례 때문에 정작 투자자에게 돌아가는 몫은 줄어든 구조라는 것이다.

운영회사의 전문성도 도마 위에 오르고 있다. 호텔 운영경험 및 전문인력이 많지 않은 상황이어서 꾸준하고 안정된 투숙객을 유치에 어려움을 겪게 되면 투자자에게 배분할 운영수익을 내지 못하고 있기 때문이다.

인천축구전용경기장 맞은편이면서 지하철 1호선 도원역 근처에서 분양 중인 ‘류 힐링 레지던스 호텔’은 다른 분양형 호텔과는 차별화된 구조로 선보이고 있다. 무엇보다 시행사가 준공 후에 직접 운영도 맡게 된다.

시행사가 그동안 호텔운영 경험을 쌓은 것은 아니지만 남다른 투숙객 유치계획을 세워 놓고 추진 중이라는 게 분양 관계자의 설명이다. 중국 및 국내 관광회사·기관과 협약을 맺어 안정적인 투숙객 유치에 나설 계획이다. 출장자 투숙을 유도하기 위해서는 대기업들과 막바지 협의에 나서고 있는 것으로 알려졌다. 다시 말해 투숙객을 기다리는 것이 아니라 발굴하는 영업에 나서겠다는 의미로 보인다.

투자수익률은 높게 제시하지 않은 것도 남다르다. 대개 두 자리수 수익률을 제시하는데 반해 ‘류 힐링 레지던스 호텔’은 총분양가의 연 7%에 해당하는 확정수익금을 2년간 지급하겠다는 증서를 계약자에게 발급한다. 이후 1년 단위로 재계약할 계획이다.

분양 관계자는 “잔금 대출을 받을 경우 레버리지 효과에 따라 11%를 웃도는 투자수익률을 기대할 수 있지만 거품을 뺀 현실적인 수익률을 제시하고 있다”며 “착한 분양가를 적용하기 때문에 대출부담도 적어 실수익률은 높게 예상된다”고 설명했다.

모델하우스는 인천지하철 1호선 부평구청역 근처인 부평동 418-17번지에

마련돼 있으며 청약통장 가입에 관계없이 선착순으로 계약할 수 있다.

김○○ 한경닷컴 기자 en***@hankyung.com」

〈http://land.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid = 201603142116e&intype = 1〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

한경닷컴의 위 기사들은 지하철 1호선 인천 도원역 근처 ‘류 힐링 레지던스 호텔’의 분양 정보를 다룬 것이다.

그러나 위 기사들은 독자들에게 해당 호텔의 장·단점을 균형 있게 소개해 정보를 충실히 전달하기 보다는 기업의 홍보물과 같은 장점 위주의 내용으로 일관하고 있다. 게다가 2월 22일부터 3월 14일까지 총 6회에 걸쳐 해당 호텔에 대해 지나치게 반복적으로 보도하고, 특히 3월 14일에는 12시 30분부터 12시 36분까지 짧은 시간동안 4건의 기사를 내보냈다.

이는 기업 광고 이상의 홍보 효과를 기대할 수 있는 제작형태로서 영리적 목적에 영합하기 위한 상업적 보도라는 지적을 피하기 어려울 뿐만 아니라 신문의 공신력마저 훼손할 우려가 있다. 따라서 위 기사는 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ⑤(보도자료의 검증)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-15 독자불만처리

헤럴드경제 발행인 이 영 만

주문

헤럴드경제 2016년 1월 15일자 「말 못하는 고민, 착색된 은밀한 그 곳 해결책은?」, 1월 26일자 「이걸로 사위했더니 아내가 귀찮게 한다고?」, 2월 1일자 「팔자주름에 ‘이것’ 발랐더니 ‘대박」, 3월 6일자 「북부지방, 가만히 앉아서 운동

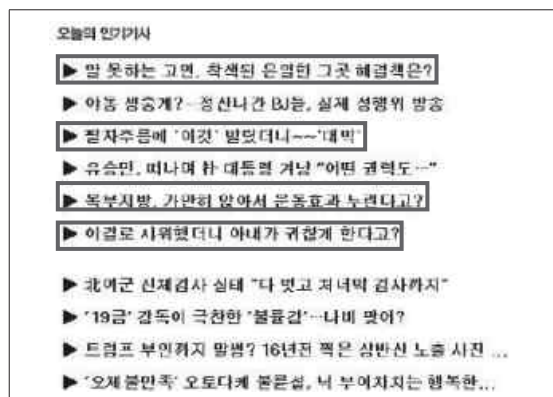
효과 누린다고?」 제목의 기사에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『두달, 한달 지난 기사들이 3월 24일자 ‘오늘의 인기기사’란에 왜 있는 겁니까? 그리고 전부 제품 홍보성 기사인 것 같은데, 이 기사들이 정말 오늘 가장 인기를 끌었던 기사 맞습니까? 이런 식으로 제품을 광고하지 마세요. 소비자들도 이 기사가 광고라는 것은 다 압니다.』

2. 이에 앞서 헤럴드경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



〈2016. 3. 24. 16:15분 캡처〉

▷ 말 못하는 고민, 착색된 은밀한 그 곳 해결책은?

〈http://news.heraldcorp.com/viewn.php?ud=201601151722265351682_1〉

『겨드랑이, 착색된 피부톤 밝게 하려면..』

기사입력 2016-01-15 17:28

【헤럴드경제 = 김○○ 기자】 평소 보일 일 없는 속옷부터 예쁘게 차려 입는 것이 여성이란 생물이다. 그런데 피부는 속옷 갈아입듯 맘대로 할 수가 없다.

공교롭게도 사타구니, 겨드랑이, 유륜 및 유두 등 은밀한 부위에 멜라닌 색소가 착색돼 고민하는 여성들이 많다.

일반적으로 색소침착은 자외선을 많이 받는 신체 부위에서 멜라닌 색소가 생성돼 발생하게 되지만, 평소 햇빛을 볼 일 없는 부위 피부도 의외로 거무스름하게 착색되기 쉽다.

물론 이 같은 증상은 병적인 것은 아니다. 하지만 이 같은 부위에 색소침착이 심하게 진행되면 심리적 고충이 심각하다. 민소매 티셔츠나 핫팬츠를 입으면 검붉은 겨드랑이와 사타구니 피부가 도드라져 보여 언감생심이다. 임신과 출산 경험이 없는데 검어진 유두와 은밀한 그곳 때문에 공연한 오해에 시달리는 경우도 있다.



때문에 이런 부위의 피부는 여느 신체 부위의 피부 이상으로 세심히 관리돼야만 한다는 견해가 설득력을 얻고 있다. 국내에서는 불과 10년여 전부터 이런 중요성을 대중적으로 인식이 확산되면서 피부톤 자체를

밝게 해주는 피부착색완화 크림 ‘화이트랩’도 그런 노력의 부산물이다.

다소니화장품의 착색완화크림 화이트랩은 한 달 가량 꾸준히 발라주면 효과가 눈으로 보인다. 세안, 샤워 후 물기를 잘 말려준 뒤 착색된 부위나 걱정되는 부위에 잘 펴 바른다. 피부에 스며들기 시작하면 1분 이상 꼼꼼히 문질러 준다. 거뭇한 노폐물이 피부 밖으로 나오는 것이 육안으로 확인된다. 사용 보름째부터 확연히 투명하고 뽀얗진 것을 실감하게 된다. 지식쇼핑과 쇼핑하우 최다판매 1위 제품이다.

팔꿈치 안쪽, 겨드랑이, 가랑이, 엉덩이 밑과 같이 피부가 접히는 부위, 사타구니와 유두 등 속옷 마찰이 심한 부위에 사용하면 착색 완화 효과와 예방 효과를 볼 수 있다. 피부노화로 인한 얼굴의 반점, 잦은 면도로 착색된 남성의 턱, 볼 피부에도 사용 가능하다.

뷰티 전문 쇼핑몰 아이뷰티랩(<http://www.ibeautylab.co.kr>)에서 1+1이벤트에 구매할 수 있다.

k**@heraldcorp.com』

▷ 팔자주름에 ‘이것’ 발랐더니 ‘대박’

〈http://news.heraldcorp.com/viewn.php?ud=201602011622349229198_1〉

『주름개선크림, 아데노신 성분으로 즉각적 개선 가능해졌다.

기사입력 2016-02-01 16:48

【헤럴드경제 = 김○○ 기자】 주름이 생기는 원인은 지속적으로 햇빛에 노출되면 진피의 콜라겐 섬유, 탄력 섬유 등의 변성이 초래되고 피부가 건조해지면서 피부 노화가 일어난다. 피부노화의 결과물이 바로 주름살이다.

이런 주름살을 해결하기 위해서는 피부가 탄력을 잃지 않도록 꾸준한 관리가 필요하다. 피부는 돈을 쓴만큼 표시가 난다는 말이 괜히 나온 말이 아니다.

그래서 요즘은 뉴링클케어와 같은 즉각적인 주름개선크림이 인기를 끌고 있다. 주름을 펴고 싶은 곳에 발라주면 주름을 펴준다. 다른제품들은 지속적으로 발라야 주름이 개선된다면 뉴링클케어는 순간적인 주름개선크림이다.



이 크림은 식약처에서 주름개선으로 인증한 아데노신, 아세틸헥사펩타이드, 올리고펩타이드 등이 다량 함유되어 있고 보습과 미백에도 도움을 주는 성분으로 개발됐다.

뉴링클케어의 특징은 주름개선의 효과가 바르는 즉시 나타나기 때문에 ‘주름의 혁명’, ‘주름 다리미’, 라는 별명도 소비자가 붙여줬다. 특히 미간주름, 팔자주름, 눈밑, 목주름 등에 도포하면서 발라주면 착산된 피부는 미백효과와 함께 주름이 펴지는 효과를 볼 수 있다. 재형의 질감이 매우 쫄쫄하며 흡수도 뛰어나다.

한편, 뉴링클케어는 아이뷰티랩(<http://www.ibeautylab.co.kr>)에서 5만9900원에서 할인된 인터넷 최저가 3만9800원에 선착순 1000명에게 1+1 이벤트를 진행 중이다. k**@heraldcorp.com』

▷ 복부지방, 가만히 앉아서 운동효과 누린다고?

<http://news.heraldcorp.com/viewn.php?ud = 201603061059560719056_1>

『복부지방, 가만히 앉아서 운동효과 누린다고?』

기사입력 2016-03-06 11:21

【헤럴드경제 = 김○○ 기자】가만히 앉아서 일하는 직장인은 몸에 살이 붙기 쉽다. 오랫동안 큰 움직임 없이 보내게 되는데다 다이어트에 효과가 있는 유산소 운동을 실행할 시간도 충분하지 않기 때문이다. 유산소 운동은 5분 이상 계속 할 수 있을 정도로 적당한 강도에 산소를 충분히 마시며 하는 운동으로 심장 부담을 줄이고 폐 기능을 향상시키며 동시에 지방을 제거한다.

유산소 운동은 걷기나 수영, 자전거 타기 등이 있는데 모두 충분히 시간을 들여야 효과가 있어 집에 늦게 들어오고 주말에는 밀린 피로를 잠으로 해결하는 사람에겐 실행하기 어려운 운동법이다. 유산소 운동이 지방을 태우려면 섭취한 칼로리 이상 에너지를 소모해야 한다. 이렇게 오랜 시간 유산소 운동을 하기 힘들 경우 다이어트 바디패치의 도움을 받는 것도 한 가지 방법이다.



다이어트 패치는 복부나 허벅지, 종아리 등에 붙여서 해당 부위 체온을 높이고 지방이 분해되기 쉬운 환경을 만든다. 특별히 다른 운동을 하지 않아도 어느 정도 효과를 볼 수 있지만 유산소 운동과 병행하면 효과가 더욱 크다.

시중에 판매중인 셀룰라이트를 감소해주는 바디패치중 임상시험을 통해 효과가 입증된 제품을 고르는 것이 중요하다.

마이미 바디패치에는 소포치코사이드, 캅사이신, 함초, 카페인, 황기 등 피부에 자극이 없는 천연성분이 주원료다. p&k피부임상연구센터에서 셀룰라이트 감소효과와 붓기완화, 탄력개선까지 동시에 개선 되는 것으로 임상시험 결과가 나왔다.

제품구성은 상체용(30개), 하체용(24개), 복부용(4개)으로 나뉘었고 사용방

법은 1일 부착, 1일 휴식 간격으로 사용하면 된다.

체지방 분해 2개 특허물질 성분 추가된 마이미 원더패치 파워에디션의 가격은 아이뷰티랩(<http://www.ibeautylab.co.kr>)을 통해 상체용과 하체용은 1만 5000원, 복부용은 2만6000원에 살 수 있다.

k**@heraldcorp.com』

▷ 이걸로 샤워했더니 아내가 귀찮게 한다고?

〈http://news.heraldcorp.com/viewn.php?ud = 201601261448030114429_1〉

『신혼부부가 일냈다. 러브 바디 스크럽이 뭐길래?』

기사입력 2016-01-26 15:06

【헤럴드경제 = 김○○ 기자】결혼을 한 신혼부부가 전혀 신혼스럽지 못하다면 문제가 있다. 한 신혼부부가 이런 문제 때문에 고민 끝에 생각해 낸 방법이 제품으로 개발돼 인기몰이중이다.

제품을 개발한 신혼부부는 이성은 서로에게 후각을 자극하는 것에 매력을 느끼는 점에 주목했다.



러브 바디스크럽은 관능적인 사랑의 묘약이란 별명이 붙을 정도로 이성을 끌리게 하는 마력이 있다. 이 머스크향 바디스크럽은 피부 표면에 단백질로 붙어 있는 각질을 제거해주고 여기에 머스크향을 피부에 입혀준다.

머스크향은 상대가 느끼게 되면 뇌로 전달이 되고 뇌에 도파민이란 물질이 분비되어 흥분을 유발하게 된다.

아기를 가슴에 품으면 아기 냄새가 나고, 이성이 서로에게 안기면 그 사람만의 향기가 난다. 러브 바디스크럽은 갱년기 부부나 부부관계가 소원해진 사람들에게 권할만 한다.

아이뷰티랩(<http://www.ibeautylab.co.kr>)에서 초특가에 구매할 수 있다.

k**@heraldcorp.com』

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

3월 24일자 헤럴드경제는 사실상 광고나 다름없는 홍보성 기사 4건을 게재했다. 해당 기사들은 각각 착색완화크림, 주름개선크림, 다이어트패치, 바디스크럽을 선전하는 것으로써, 보도된 지 2주 이상 지난 것부터 두 달 이상 지난 것까지 ‘오늘의 인기기사’라는 이름으로 게재되어 있다. 또 해당 제품의 단점이나 독자가 유념해야 할 정보 등에 관해서는 전혀 언급이 없고 기사 뒷부분에 업체 홈페이지 주소와 제품 가격까지 공개했다.

이러한 점들을 고려할 때 위 기사들은 특정 업체의 영리에 영합하는 상업적 보도라는 지적을 피할 수 없다고 판단된다. 따라서 위 기사들은 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑤(보도자료의 검증)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-16 독자불만처리

아시아경제 발행인 이 세 정

주문

아시아경제 2016년 3월 31일자 「최강 미모 ‘유승민 딸’朴대통령 향해…」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『유승민 후보 딸이 박근혜 대통령에게 무슨 말을 했나 궁금해서 클릭했더니 그런 내용은 전혀 없습니다. 이런 낚시성 기사로 독자를 우롱하지 마세요.』

2. 이에 앞서 아시아경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



『[정치] 유승민 딸 미모에 “장인어른 지지합니다” 누리꾼들 환호

기사입력 2016-03-31 09:26 최종수정 2016-03-31 09:49



유승민 후보와 그의 딸. 사진 = 연합뉴스

【아시아경제 손○○ 인턴기자】 30일 유승민 무소속 후보가 자신의 선거 사무소에서 발대식을 열었다는 소식과 함께 현장 사진이 전해지자 현장에 있던 유 의원의 딸 유담씨의 미모가 화제에 올랐다.

이날 유 후보는 대구 동구에 있는 자신의 선거사무소에서 발대식을 열고 “선거에서 반드시 이겨 새누리당으로 돌아가겠다”며 포부를 밝혔다. 유 후보의 발대식에는 그의 부인과 딸인 유담 씨도 함께했다.

유담 씨의 사진이 공개되자 ‘이연희 닮은꼴’이라며 누리꾼들의 호평이 이어졌다. 포털 뉴스에도 “장인어른 지지합니다”, “탕웨이 닮았네. 예쁘다”, “딸이 유승민 후보 표 다 갖고 오겠네요. 당선 확정입니다” 등의 댓글이 이어졌다.

한편 이날 유 후보의 부인과 딸 유담 씨는 “권력이 아무리 짝어 누르고, 핍박을 가해도 절대 굴하지 않는 당당함을 보여주자”는 유 후보의 연설에 박수를 보내며 힘을 보태는 모습을 보였다.

[카드뉴스] 짝어내려니 더 세지는 ‘유승민의 역설’

손○○ 인턴기자 fr**hj@asiae.co.kr」

〈<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016033109123735610>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

아시아경제의 위 적시 기사는 지난 3월 30일 유승민 후보 발대식에 그의 부

인과 딸 유담 씨가 참석한 소식을 전한 것이다.

그런데 이 발대식에서 “권력이 아무리 짝어 누르고, 핏박을 가해도 절대 굴하지 않는 당당함을 보여주자”는 유 후보의 연설을 두고 아시아경제는 네이버 뉴스스탠드에 「최강 미모 ‘유승민 딸’朴대통령 향해…」라는 제목을 달았다.

그러나 기사 본문 어디에도 유승민 딸이 박근혜 대통령을 향해 발언한 내용은 없다. 원 제목은 「유승민 딸 미모에 “장인어른 지지합니다” 누리꾼들 환호」라고 되어 있음에도 뉴스스탠드에 올리면서 엉뚱하게 둔갑한 것이다. 이러한 제목은 독자에게 그릇된 정보를 제공할 우려가 있고 혼란을 초래할 소지가 있다.

더구나 국회의원 총선거가 약 2주일 정도 남은 시점에서 이러한 보도를 하는 것은 독자의 호기심을 자극하여 접속 횟수를 늘리려는 의도적 편집이라고 볼 수 밖에 없다. 이와 같은 보도 행태는 사회적 공기로서의 신문의 신뢰와 품위를 훼손할 수 있으므로 신문윤리실천요강 제10조 「편집지침」 ①(표제의 원칙)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-17 독자불만처리

일간스포츠 발행인 전 태 석

주문

일간스포츠 2016년 3월 31일자 「‘마사지방 몰카’ SNS에 공개 ‘경악’」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『언젠가 위 기사와 똑같은 기사를 본 적이 있는 것 같아 검색해보니 작년 12월 9일자 일간스포츠 기사였습니다. 제목과 본문 내용이 토씨 하나 틀리지 않고 똑같습니다. 왜 이런 식으로 보도하는지 모르겠지만 정말 실망스럽습니다.』

※일간스포츠 2015년 12월 9일자 기사

〈http://isplus.live.joins.com/news/article/article.asp?total_id = 19216939〉

2. 이에 앞서 일간스포츠는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



〈2016. 3. 31. 15:38 캡처〉

『“마사지방 몰카” SNS에 공개 ‘경악’

[일간스포츠] 입력 2016-03-31 09:42

동영상 공유 사이트에 공개된 마사지 영상이 화제다.

최근 동영상 공유 사이트 유튜브에는 ‘해피 엔딩 마사지 몰카’라는 제목의 영상이 게재됐다.

공개된 영상 속에서 한 남성은 비키니를 입은 여성에게 마사지를 받으며 행복해한다. 하지만 얼마후 등장한 거구의 남성과 친구에게 비키니 미녀 대신 마사지를 받았고 이어 그의 친구로부터 엉덩이를 맞고 나서야 몰래카메라 임을 눈치채 웃음을 자아냈다.



온라인 일간스포츠 사진 = 유튜브 캡처』

〈<http://isplus.joins.com/article/672/19814672.html>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

일간스포츠는 2016년 3월 31일 「‘마사지방 몰카’ SNS에 공개 ‘경악’」 제목의 기사를 게재했다.

그런데 일간스포츠는 지난해 12월 9일에도 위 기사와 제목과 본문, 사진 배열 순서까지 완전히 동일한 기사를 보도한 바 있다.

이와 같이 똑같은 기사를 마치 새 기사인 것처럼 날짜만 고쳐 바꿔 재전송하는 행위는 독자를 기만하는 것으로써 신문에 대한 신뢰를 훼손할 우려가 있으

므로 신문윤리강령 제4조 「보도와 평론」을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

※ 참고 사항

일간스포츠 2016년 3월 31일자	일간스포츠 2015년 12월 9일자
‘마사지방 몰카’ SNS에 공개 ‘경악’ [일간스포츠] 입력 2016.03.31 09:42 동영상 공유 사이트에 공개된 마사지 영상이 화제다. 최근 동영상 공유 사이트 유튜브에는 '해피 엔딩 마사지 몰카'라는 제목의 영상이 게재됐다. 공개된 영상 속에서 한 남성은 비키니를 입은 여성에게 마사지를 받으며 행복해한다. 하지만 얼마 후 등장한 거구의 남성과 친구에게 비키니 미녀 대신 마사지를 받았고 이어 그의 친구로부터 엉덩이를 맞고 나서야 몰래카메라 입을 눈치채 웃음을 자아냈다. 온라인 일간스포츠 사진=유튜브 캡처	‘마사지방 몰카’ SNS에 공개 ‘경악’ [일간스포츠] 입력 2015.12.09 10:43 동영상 공유 사이트에 공개된 마사지 영상이 화제다. 최근 동영상 공유 사이트 유튜브에는 '해피 엔딩 마사지 몰카'라는 제목의 영상이 게재됐다. 공개된 영상 속에서 한 남성은 비키니를 입은 여성에게 마사지를 받으며 행복해한다. 하지만 얼마 후 등장한 거구의 남성과 친구에게 비키니 미녀 대신 마사지를 받았고 이어 그의 친구로부터 엉덩이를 맞고 나서야 몰래카메라 입을 눈치채 웃음을 자아냈다. 온라인 일간스포츠 사진=유튜브 캡처

2016-1-18 독자불만처리

매경닷컴 발행인 진 성 기

주문

매경닷컴 2016년 5월 1일자 「성형외과를 찾은 그 남성, 왜 성시경 얼굴 택했을까」 제목의 기사에 대하여 ‘경고’한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『술에 취한 사람에 대한 성폭력범죄를 정당화하고 조장하였습니다.

이 기사가 사람들의 항의로 삭제되었지만, 삭제로 해결될 문제가 결코 아닙니다. 해당 기사에 대한 수사와 매일경제의 정정기사, 재발방지조치를 촉구합니다.』

『매일경제라는 신문에서 익명으로 술 취한 여자를 강간하는 내용의 글을 무슨 작업방식처럼 연재하고 있다니 놀라울 따름입니다.

얼마전 소라넷에서 유행하던 범죄 소위 “골뱅이”와 다를 게 뭔가요? 사람들에게 강간을 권하는 것처럼 보이는데, 이걸 소위 일베 같은 파렴치한 사이트가 아니라 이름 있는 신문에서 버젓이 게시하고 있다니, 해당 신문은 윤리나 도덕이라는 개념이 없는 건가요?』

『매일 경제의 인터넷 칼럼으로 올라온 내용이 술에 취한 여자를 준강간 하는 내용을 담고 있어 이에 대한 시정을 요구하고자 신문윤리위원회에 제보합니다. 술에 취해 심신상실 상태에 있는 여성과 관계를 맺고 그걸 동료들에게 구경시킨다는, 비정상적이고 성폭력적인 내용을 범죄가 아닌 것인 양 서술하는 것은 성범죄를 옹호하는 것일 뿐만 아니라 성범죄를 유발시킬 우려까지 있어 보입니다.』

『성범죄자가 기사를 쓰셨네요. 윤리위원회가 아니고 경찰에 신고해야 할 것 같습니다.』

『의도적으로 여성에게 술을 마시게 해 데이트 강간을 계획한 방법을 게재하고 있습니다. 누구나 접근할 수 있는 공간인데 이런 기사는 청소년들에게 유해한 영향을 끼칠 수 있다고 생각합니다. 범죄를 방조하고 부추기는 행위라고 생각되어 제보합니다. 본 기사를 내리고 작성자가 글을 게재하지 못하게 해야 된다고 생각합니다.』

『성폭행하는 방법을 칼럼이랍시고 연재하다니....미쳤습니까?

동의 없는 성행위가 성폭행이란 건 유치원에서 가르치겠다.』

『범죄 행위를 자각하지 못하고 떠벌리는 기자의 처벌과 담당자의 사과문을 바랍니다. 범죄행위에 대한 경각심을 알려주세요.』

『자신이 술 취한 여성을 강간한 법을 소개하고 강간이 아니라고 하고 있는데 매일경제쯤되는 언론사에서 이따위 글을 칼럼이랍시고 냅니까? 한국신문윤리위원회가 나서주시길 바랍니다. 기사가 익명이라서 아무도 책임을 안 지려고 합니다. 누가 썼는지, 어떻게 후속조치를 취했는지 알고 싶습니다.』

2. 이에 앞서 매경닷컴은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『성형외과를 찾은 그 남성, 왜 성시경 얼굴 택했을까』

기사입력 2016-05-01 08:11:19

[Mr.존슨의 밤의 동화-6] 안녕하세요. 미스터 존슨입니다. 정확히 말하면 미스터 존슨 중 한명이죠.

성인이 되기 전까지 저의 가장 큰 콤플렉스는 바로 얼굴이었습니다. 아버지를 닮아 제 인상은 매우 험악했거든요.

그래서 대학수학능력시험이 끝나자마자 저는 성형수술을 했습니다. 턱을 깎고 코를 높였습니다. 10년 전쯤이었는데 당시 가격으로 400만원 정도 썼던 것 같습니다.

성형수술을 하고 나면 얼굴이 심하게 붓습니다. 부기가 가라앉고 뼈와 살이 자리를 잡기까지 2년이라는 시간이 걸렸습니다.

저는 부드러운 인상을 원했습니다. 그래서 저는 얼굴을 가수 성시경 씨처럼 만들었습니다. 볼테 안경도 쓰고요. 제 얼굴에 맞춰 세미정장으로 대표되는 댄디한 패션으로 옷을 갈아 입었습니다. 낮고 부드러운 목소리도 연습했고요. 피부에 레이저를 쏘서 깨끗하고 하얗게도 만들었습니다. 그리고 저는 ‘작업의 신’으로 다시 태어났습니다.

어떻게 성시경 얼굴이 원빈이나 정우성 얼굴보다 잘 먹힐 수 있냐고요? 남자

들이 하는 대표적인 착각 중 하나입니다. 제 얼굴과 분위기는 여자들의 경계심을 허물어트리는 데 최적화돼 있습니다.

나이트룸에 입성하는 시간이 통상 밤 10시입니다. 제 옆에 앉은 부킹 파트너는 자정이 되기도 전에 술에 취해 쓰러집니다. 제가 술을 먹인 게 아닙니다. 편한 인상으로 분위기만 만들어주면 여자들은 알아서 술을 마십니다. 본인이 취하는 줄도 모르고 말이죠. 한번은 하룻밤 사이에만 4명의 여성이 술에 취해 제 품속으로 쓰러진 적이 있을 정도입니다.

그녀들이 쓰러지면 험악한 내 안의 본능이 살아납니다. 나이트 동료에게 양해를 구하고 15분만 방을 비워달라고 합니다. 동료는 밖에서 문틈으로 방 안 상황을 구경하죠. 방 안 상황은 독자분 상상에 맡기겠습니다. 범죄행위 아니냐고 묻는 분이 있을 것 같은데, 저는 약을 먹인 적도 술을 강권한 적도 없답니다. 행위가 끝났다고 아무 데나 여성을 방치하지도 않습니다. 친절히 자리까지 부축해드리죠.

여자에게 작업 거는 데 있어서 가장 큰 걸림돌은 경계심입니다. 보통 남자들이 최소 한 시간이 걸려야 줄 수 있는걸 저는 10초안에 무장해제 시킵니다.

단점이 있습니다. 저한테 넘어간 여성 대부분은 저보다 나이가 많았습니다. 그리고 대부분 기가 세고 외모가 야했습니다. 일반 회사원이나 여대생보다는 레이싱걸, 피팅 모델, 직업 여성 같은 분들이 많았습니다. 그래서 때로는 스트레스도 받았습니다. 저도 정상적인 연애를 하고 싶은 남자인데, 남다른 포스를 지닌 여성과는 그게 쉽진 않았거든요.

제 케이스를 통해 남성들이 알았으면 하는 게 몇 가지 있습니다.

화장 짙고 야하고 화려한 여자를 취하는 건 세고 강하고 똑부러지고 잘 생기고 샤프한 남자가 아니라 부드럽고 유순하고 어리버리해 보이는 남자라는 점입니다.

또 하나는 자신만의 스타일과 분위기, 장단점을 정확히 파악하고 그 방향으로 집중해 경쟁력을 길러야 한다는 점입니다.

키가 175cm인 남자는 깔창 효과를 볼 수 있지만 170cm인 남자를 깔창을 까나 안 까나 큰 차이 없습니다. 차라리 몸을 키워서 작지만 강한 존슨을 만들든

지, 체크무늬 셔츠와 멜빵 등을 활용해 가지고 높고 싶은 존슨이 돼버리는 게 낫습니다.

적당히 마른 남자는 어깨뽕이나 옷 겹쳐입기 등의 방법으로 덩치 있게 보이는 연출을 할 수 있지만 완전 마른 남자는 아예 스키니룩으로 밀고 ‘나가 예지 있는 존슨’ 같은 분위기를 풍겨야 합니다.

탈모가 조금 어렵습니다. 대부분의 남성은 있는 머리카락 가지고 스타일링을 합니다. 하지만 그건 매우 안 좋은 방법입니다. 그렇게 한다고 해서 없는 머리숱이 안 보이는 게 아닙니다.

제일 좋은 건 심는 겁니다. 보통 2000, 3000모 정도면 이미지가 확 바뀝니다. 가격은 500만원 안팎. 뒤통수에 가늘고 긴 상처는 몇 개월 안돼 감쪽같이 사라 집니다. 가발을 쓰는 건 두피 포기 선언입니다.

모자를 쓰는 건 차선택인데, 이때 중요한 게 앞부분에 챙 달린 야구모자 스타일은 피해 자기한테 제일 잘 어울리는 걸 써야 한다는 점입니다. 머리를 뽀뽀미는 건 머리 모양이 자신이 있을 때만 선택할 수 있는 옵션입니다.

[미스터 존슨]

※미스터 존슨은 30대 초·중반 미혼 남성들 몇 명이 스스로 붙인 필명입니다. 이들은 여성에게 작업을 걸고 가까워지기 위해 공 들이는 모든 일반 남성을 위해 ‘밤의 동화’ 공동 집필을 결심했습니다. 이들의 공통점은 외모가 썩 잘생긴 건 아니지만, 각자 나름 터득한 기술로 수많은 여성의 사랑을 쟁취할 능력을 지니고 있죠. 피나는 노력으로 여성 마음을 얻는 걸 인생 목표로 삼고 끊임없이 자기계발에 몰두하고 있습니다.』

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

매경닷컴은 지난 3월 26일부터 [Mr.존슨의 밤의 동화]라는 시리즈물을 연재해 왔다. 본 사안은 위 연재물 중 제6편 「성형외과를 찾은 그 남성, 왜 성시경

얼굴 택했을까」 제목의 기사에 대해 독자가 불만을 제기한 건이지만 6편 기사 뿐 아니라 연재물 대부분의 기사에서 심각한 신문윤리 위반행위가 발견된다. 연예인 얼굴로 성형해 술 취한 여성을 강간하라고 권유하는 6편을 비롯, 일면 식도 없던 초면의 여성을 유혹해 성관계까지 갔던 경험을 무용담처럼 자랑스럽게 이야기하는 행태는 전 시리즈에 걸쳐 계속된다.

‘미스터 존슨’이라는 남성이 1인칭 시점으로 기술하는 위 연재물에서 주인공은

“제 옆에 앉은 부킹 파트너는 자정이 되기도 전에 술에 취해 쓰러집니다. 제가 술을 먹인 게 아닙니다. 편한 인상으로 분위기만 만들어주면 여성들은 알아서 술을 마십니다. 한 번은 하룻밤 사이에만 4명의 여성이 술에 취해 제 품속으로 쓰러진 적이 있을 정도입니다”, “그녀들이 쓰러지면 험악한 내 안의 본능이 살아납니다. 나이트 동료에게 양해를 구하고 15분만 방을 비워달라고 합니다. 동료는 밖에서 문틈으로 방 안 상황을 구경하죠. 방안 상황은 독자분 상상에 맡기겠습니다.”라고 얘기하는 등 순수한 사랑의 차원에서 여성의 마음을 얻는 방법이 아닌 술에 취해 성적자기결정력이 취약해진 여성을 강간하는 기술을 소개하고 있다.

연재물은 또 4편에서 “사실 내가 즐겨 찾는 2차 장소는 타이 마사지숍이다. 새벽 늦게까지 논 여자한테 오빠가 타이마사지 쓸게라고 하면 과연 몇 명이나 거절할까? 나는 아직 한 번도 거절 안 당해봤다. 마사지 관리사들이 나가면 방문을 살며시 잠그고 자연스럽게 여자 쪽 매트리스로 데굴데굴 굴러가라. 게임 오버다. 아! 한가지 잊은 게 있다. 타이마사지 갈 때는 반드시 콘돔을 챙겨라”라고 당부하는 등 나이트클럽에서 ‘부킹’을 통해 만난 여성과 성관계까지 가는 방법을 적나라하게 기술하고 있다.

그러나 심신상실 또는 항거불능 상태를 이용하여 상대방의 동의 없이 간음 또는 추행하는 행위는 현행 형법에서 준강간죄로 규정하고 있다. ‘미스터 존슨’이 권장하는 행위들은 법률적으로 성범죄에 해당될 뿐만 아니라 모방 범죄에 악용될 우려마저 있다.

게다가 소라넷 강간 모의 사건 등으로 성폭력 예방과 근절을 위한 노력이 더

욱 필요한 시점에서 위와 같은 연재물을 게재한 것은 사회적 공기로써 막중한 책임을 망각한 행위이다. 더욱이 실제하는지 여부도 불분명한 익명의 남성을 내세워 성범죄를 부추기는 듯한 논조를 펴으로써 해당 매체는 물론 언론 전반에 대한 불신까지 야기시켰다고 보인다.

이와 같은 점을 종합해볼 때 위 기사와 관련 연재물은 신문윤리강령 제2조 언론의 책임, 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ④(선정보도의 금지), 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 ‘공개경고’ 이상의 제재 조치가 필요하다고 여겨지나, 매경닷컴이 [‘성행위과 찾은…’ 콘텐츠에 대해 사과드립니다]를 통해 제6편 기사에 대한 사과문을 게재하고 해당 연재물 전체를 자사 홈페이지 및 포털사이트 등 온라인에서 삭제 조치한 점을 감안하여 주문과 같이 결정한다.

※참고자료 1- [Mr.존슨의 밤의 동화] 2편, 4편

『[Mr.존슨의 밤의 동화-2]

나이트클럽에 가서 도도하게 말 한마디 안 하고 앉아 있어도, 여자가 알아서 들이대주는 남자 유형은 딱 3가지다.

첫째는 훈훈한 외모. 여기서 주의해야 할 건 잘생기거나 섹시한이 아닌 ‘훈훈’이란 점이다.

연예인을 예로 들어 보자. 정우성, 이병헌, 송승헌, 원빈처럼 생긴 남자가 말없이 앉아있으면 여자는 속으로 ‘와! 잘생겼다’라고 생각한다.

동시에 여자 자존심을 접고 들이댈 경우 실패할 확률이 높다고 판단한다. 이미 쪽쪽뽕뽕한 여자가 주변에 많을 거라는 생각도 든다.

‘훈남’은 좀 얘기가 다르다. 귀엽고 준수한 스타일이라, 설사 어프로치를 거절하더라도 싸가지 없게 거절하진 않을 것 같은 느낌?

‘경쟁자가 없진 않겠지만, 웬지 나 정도면 넘어올 수 있을 것 같다’랄까. 연예인으로 치면 윤박, 온주완, 박재범 정도가 ‘꼬시면 넘어올 것 같은 훈남’ 카테고리에 들어간다. 참고로 박재범은 남자들이 보기엔 강하고 성격 있을 것 같은 이

미지지만, 여자들은 대부분 귀엽다고 평가한다.

두번째는 아무리 감추려 해도 감출 수 없는 부(富). 시계, 구두, 옷 브랜드, 지갑, 자동차 키 등 부를 과시할 수 있는 수단은 많다. 고의로 직업이나 연봉을 살짝 흘리는 방법도 있지만 이건 어느 정도 대화가 이뤄졌을 때 얘기지, 초반부터 ‘나 이러이러한 사람이야’라고 말해봤자 믿지도 않고 채수 없다는 인상만 준다.

마지막은 유명인이다. 연예인, 방송인, 운동선수, 요리사, 스타강사 등이다. 이 경우 부킹 초반 10분 정도까지는 여자가 대화를 주도하겠지만, 그것이 지속될 거라 기대하면 안 된다. 여자들은 ‘유명인과 알고 지내고 싶다’는 생각은 할지언정 ‘같이 살고 싶다’는 생각을 쉽게 하진 않는다.

위 3가지 유형 중 어디에도 해당하지 않는 대부분의 남성들은 목적(?)을 달성하고 싶다면 좋은 싫든 열심히 털어야 한다.

그럼 대체 무슨 얘기를 해야 하는 걸까. 순서는 다를 수 있겠지만 나이트 왕초보들이 가장 많이 하는 초반 멘트들을 나열해봤다.

“안녕하세요. 몇 시에 오셨어요? 몇 분이서 오셨어요? 여기 자주오세요? 아아 여긴 처음이고 다른 데를 많이 가셨구나. 하하하. 무슨 일 하세요? 아아 정말요? 일 하신 지는 얼마나 되셨어요? 그쪽 전공을 하셨나봐요? 일은 재밌어요? 어디 사세요? 오 가까운데 사시네요(or 와 멀리서 오셨네요)…”

질문에 대답만 했다면, 여자는 곧 “그럼 재밌게 노세요”라는 말을 남기고 방을 나가기 직전인 것이다. 참을성 없는 파트너라면 중간에 질문을 끊고 나가버릴 수도 있다.

질문에 대답하고 같은 질문을 당신에게 던졌다면, 여자는 당신의 외모와 분위기가 일단 마음에 든 것이다. 하지만 당신이 ‘신상털기 질문’만 계속할 경우 당신에 대한 호감은 급격히 떨어질 가능성이 높다.

위 질문의 가장 큰 문제점은 식상함이다. 이미 두세 차례 이상 부팅을 하고 온 여자일수록, 당신 질문으로부터 느끼는 지루함은 크다. 지난주에 이어 연속으로 나이트를 방문한 여자인 경우는 말할 것도 없다.

그렇다면 식상하지 않은 멘트란 어떤 걸까. 뜬금없이 이런 식의 멘트를 초반에 날려보면 어떨까. “오늘 머리 세팅 정말 잘 되셨네요. 원래 이렇게 하고 다니

세요? 아니면 여기 오시기 전에 미용실 들렀다 오셨어요?”

아니면 이런 것도 괜찮다. “제가 사실 웨이터한테 부탁한 게 하나 있거든요. ‘나랑 성격이 제일 잘 맞을 것 같은 분으로 소개시켜 달라’고. 그랬더니 한 30분 이상 돌아오질 않더니, 그쪽을 모시고 왔어요.”

이런 능글능글함은 어떨까. “만난 지 얼마 안 돼서 죄송한데, 제가 요새 ‘손만 보고 직업 맞추기’라는 책을 읽고 있거든요. 혹시 실례가 안 된다면, 딱 30초만 손을 좀 봐도 될까요? (자연스럽게 손 스킨십을 하면서 굳은살 정도만 체크해라. 손바닥과 손가락 사이에 굳은살이 있으면 퍼스널트레이닝을 받는 여자가, 왼손 2 3 4번째 손가락 끝에 굳은살이 박혀 있으면 현악기를 다루는 여자다. 나도 이 정도밖에 모른다.) 으음…제가 보기에 님은 손이 너무 깨끗하고 굳은살 하나 없는 걸로 봐서…백조이시네요! 맞죠?” 정답을 맞추는 게 중요하게 아니다. 여자를 웃기는 게 중요하다. 아마도 여자는 “어떻게 알았어요?”라고 대답하거나 “제가 정말 백조 같이 보이나요?”라고 받아칠 것이다.

좀 도발적인 멘트를 던져볼까. “와…자기 너무 보수적인 느낌 짝박 난다. 얼굴에 ‘철벽녀’라고 써 있네. 몸은 물론이고 마음도 꼭꼭 단아놓은 느낌 물씬 나. 그런데 어떡하지? 난 만신창이 될 때 되더라도 도전을 즐길 줄 아는 남자거든. 하하하. 어떻게…내 도전…받아줄래?”

이상은 어디까지나 독자님들이 감 잡는데 도움이 될 만한 예시지, 얼마든지 창의적인 응용이 가능하다. 명심해야 할 건 어떻게 해서든 단조롭고 식상하고 지루함을 피해야 한다는 것이다.

[미스터 존슨]

<<http://news.mk.co.kr/breakingnews/view.php?no=243784&year=2016&categorycode=MK100801>>

『[Mr.존슨의 밤의 동화-4]

나이트클럽 부킹으로 만난 여성을 홀로 내버려두고 도망치는 남자 손님들 때문에 골머리를 앓는 식당이 늘고 있다는 기사를 얼마 전에 봤다.

야식으로 비싼 소고기 사주면서 “이거 다 먹고 모텔에 가자”는 남자 제안을

여성이 단칼에 거절하자 왓김에 “잠깐 화장실 다녀오겠다”고 하고서는 도망치는 것이다.

여성은 비싼 소고기 값을 낼 여력이 안 돼 “돈 없다”고 버티고, 식당 주인은 경찰에 신고한다. 연말에는 비슷한 이유로 경찰이 접수하는 신고 전화가 하루 10건에 육박한다. 사고 예방 차원에서 식당 종업원들은 남자가 도망칠 기미를 보이면 즉각 그런 움직임을 여성에게 귀띔해준다고 한다.

내 시각에서 봤을 때 이런 행동을 하는 남자들의 가장 큰 문제점은 ‘비접합’보다도 ‘본론을 꺼내는 기술’이다.

하지만 그게 생각보다 쉽지 않다. 1시간 넘게 ‘오빠는 정말 좋은 사람이야’라고 웃으면서 얘기해 놓고서는, 갑자기 ‘그러니 오늘밤에 나랑 섹스하자’는 생뚱맞은 제안을 해야 하기 때문이다. 주변 친구나 직장 동료 가운데 ‘본론’을 꺼내길 주저하다 골대 앞에서 공을 빼앗기는 사례를 많이 봤다.

그럼 어떻게 해야 여자가 기분 나쁘지 않게 ‘본론’ 이야기를 하고, 또 목적을 관철할 수 있을까.

대화 시작 단계에서부터 ‘밝히는 놈’임을 드러내는 방법이 있다. 감언이설을 뒤집을 바에야 아예 처음부터 뉘새를 풍기자는 전략이다.

대화 중간에 “자꾸 그러면 오늘 밤새도록 혼내주는 수가 있어”라든지 “상대가 마음에 들면 원나잇 못할 이유가 뭐 있어” 아니면 “우리 약속하자. 내일 아침 같이 먹고 헤어지기로”라는 멘트를 넣으면 된다.

이 방법을 쓰면 여자가 겁을 먹고 도망쳐버릴 위험이 있지만, 남아 있으면 ‘끝까지’ 갈 가능성이 거의 100%다.

가장 일반적인 방법은 대화 도중 최대한 자연스럽게 ‘야시시 모드’로 전환하는 것이다.

다만 ‘밝히는 놈’보단 대화 수위를 조금 낮추자.

“최근 내 친구가 여자친구랑 헤어졌는데, 그 이유가 ‘속궁합이 안 맞아서’라고 하더라. 나는 이해가 안 가는데 너는 어때?”라는 질문을 던져보자. 일상적인 대화가 이어지는 듯하지만, 어쨌든 ‘섹스’라는 주제로 옮겨탔다.

몸매가 괜찮은 남자라면 “작년에 여자친구랑 헤어진 후 열심히 헬스클럽에서

운동을 하고 있거든. 1년쯤 됐는데 고민이 하나 있어. 운동 시작 이후 한 번도 여자친구가 없었어. (근데 그게 왜 고민이에요?)내가 얼마나 건강해졌는지 밤에 확인할 길이 없잖아”라고 말해보자. 분위기 괜찮으면 “너가 한번 확인해 줄래? 하하하”라는 멘트를 덧붙이는 것도 방법이다.

‘착한 오빠’ 스타일로 대화를 지속하면서도 야릇한 분위기를 만드는 방법도 있다. 스킨십이다. 말과 행동이 불일치하는 이상한 상황이지만 의외로 잘 먹힌다. 일단 손 잡고, 그다음 어깨에 손 올리고, 여자 팔 잡아 남자 팔짱 끼게 만들고, 허리 감싸고, 마지막에 입맞춤. 경험상 입맞춤까지 성공하면 원나잇 성공률 80% 이상까지 올라간다. 입맞춤까지 허용한 여자는 내숭도 더 이상 안 떤다. 여자가 더 적극적으로 돌변할 수도 있다. 이 방법을 쓸 때 중요한 건 타이밍이다. 나이트 룸에서 여자가 소파에 등을 기댔다면 당신 방에 오래 있겠다는 메시지니깐, 그때 손을 잡으면 된다.

제일 어려운 건 ‘막판 돌변하기’다. 결론부터 말하겠다. 막판까지 착한 남자 이미지를 끌고 와버렸다면, 돌변하지 말아라. 거의 100% 실패한다.

방법이 없는 건 아니다. 둘만의 2차 장소에서 승부를 보면 된다. 다만 2차로 술집을 가면 안 된다. 술집에 가면 1차 때와 같은 상황이 벌어질 것이다. 가뜰이나 피곤해 죽겠는데 술을 더 마시자고 하면 여자가 거절할 가능성도 높다.

이건 정말 필살기인데..., 사실 내가 즐겨 찾는 2차 장소는 타이 마사지숍이다. 새벽 늦게까지 논 여자한테 “오빠가 타이마사지 쓸게”라고 하면 과연 몇 명이나 거절할까? 나는 아직 한 번도 거절 안 당해봤다.

먼저 가까운 타이마사지숍에 전화를 걸어 예약을 해라. 이때 중요한 건 ‘마사지를 받은 방에서 그대로 잘 수 있는지 여부’다.

타이마사지 성격상 여자는 브래지어를 벗어야 한다. 또 상반신 마사지를 할 때는 상의를 탈의한다. 마사지가 끝나면 온 몸이 늘어진다. 혈액은 빠르게 순환한다. 기분은 몽롱하면서도 좋다.

마사지 관리사들이 나가면 방문을 살며시 잠그고 자연스럽게 여자 쪽 매트리스로 데굴데굴 굴러가라. 게임 오버다. 아! 한가지 잊은 게 있다. 타이마사지 갈 때는 반드시 콘돔을 챙겨라.』

<http://news.mk.co.kr/breakingnews/view.php?no = 277899&year = 2016&categorycode = MK100801&newstyle = %B3%AA%C0%CC%C6%AE%C5%AC%B7%B4%BF%A1%BC%AD%20%B2%BF%BD%C5%20%B5%DA%BF%A1%20%60%BA%BB%B7%D0%60%C0%BB%20%B2%A8%B3%BB%B4%C2%20%B1%E2%BC%FA>

※참고자료 2 - 매경닷컴 사과문

『매일경제 인터넷 홈페이지에 5월 1일 오전 게재된 ‘성형외과를 찾은 그 남성, 왜 ○○○ 얼굴 택 했을까’ 콘텐츠와 관련해 사과 말씀 드립니다. 이 글은 클럽문화의 생생한 뒷얘기를 전한다는 취지로 외부 필진에 의뢰해 작성됐습니다. 하지만 내용이 선정적이고 성폭력 범죄를 정당화할 수도 있는 부적절한 글이었습니다. 여러 독자들께서 문제가 있다고 질타도 하셨습니다. 본지는 이 같은 글을 사전에 걸러내야 했지만 관리를 제대로 하지 못했습니다. 독자 여러분께 심려를 끼쳐드린 점 사과드립니다. 이번 일을 계기로 내부 기사 필터링 시스템을 보완해 이 같은 일이 재발하지 않도록 하겠습니다. 아울러 양질의 콘텐츠 생산에 더욱 노력하겠습니다.』

2016-1-19 독자불만처리

아시아경제 발행인 이 세 정

주문

아시아경제 2016년 5월 3일자 「[속보]“한국인 120명 납치”…北충격 보복」 제목의 기사에 대하여 ‘경고’한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『네이버에서 기사를 보다가 아시아경제의 위 제목을 보고 깜짝 놀랐습니다. 하지만 제목을 클릭해서 들어가 봤더니 한국인 120명이 납치됐다는 소식은 어디에도 없었습니다. 이런 식으로 접속을 유도하고 조회수를 늘리는 건 독자를 우롱하는 처사라고 생각합니다.』

2. 이에 앞서 아시아경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



『당대회 앞둔 北, 남측 ‘납치테러’ 가능성 커져』

최종수정 2016-05-03 10:30기사입력 2016-05-03 09:17



핵무기 병기화 사업을 지도하고 있는 김정은 국방위원회 제1위원장.

핵무기 병기화 사업을 지도하고 있는 김정은 국방위원회 제1위원장.

【아시아경제 노○○ 기자】 6일 개최되는 7차 노동당 대회를 앞두고 북한의 남측 인사에 대한 ‘납치테러’ 가능성이 커지고 있다.

지난 달 30일 중국 지린(吉林)성 창바이(長白)현에서 발생한 장백교회 한 목사 피살사건은 북한에서 급파된 공작요원의 소행이라는 주장이 2일 제기됐다. 최성용 납북자가족모임 대표는 “지린성에서 활동 중인 탈북지원단체들로부터

터 이번 사건이 발생하기 직전에 북한에서 공작요원 3명이 (중국 지린성으로) 넘어왔고, 이들에 의해 목사님이 피살됐다는 소식을 전해 들었다”고 밝혔다.

이처럼 중국 내에서 탈북자 지원 활동을 해온 조선족 목사가 숨진 채 발견된 가운데 북한의 소행 가능성이 제기되면서 북중 접경의 교민과 주재원 사이에 신변안전 불안감이 고조되고 있다. 한 대북 소식통은 “최근 발생한 북한식당 종업원의 집단탈출과 중국까지 가세한 대북제재 등으로 궁지에 처한 북한이 보복 차원에서 한국 교민과 주재원에게 해를 끼칠 가능성이 크다”고 전했다.

특히 일각에서는 북한이 국외에서 한국인 120명을 납치할 계획을 세우고 있다는 구체적 상황까지 나왔다. 정준희 통일부 대변인은 2일 정례브리핑에서 “현재로서는 특별히 확인된 것은 없다”며 “북한이 국외에서 우리 국민에 대한 납치, 테러 등을 할 여러 가지 가능성에 대해서 예의주시하고 있다”고 말했다. 정 대변인은 “안전을 강화하라는 공문을 (재외공관에 발송한 것을) 비롯해 우리 국민의 신변안전을 위해 만전을 기하고 있는 상황”이라고 설명했다.

앞서 올해 3월에도 우리 국민 1명이 북중 접경지역에서 실종된 것으로 알려졌다. 또 다른 대북 소식통은 “실종자 가족에 따르면 교회 집사인 김 모 씨가 북중 접경지역에서 활동을 하다가 3월 28일부터 연락이 두절된 상태”라며 “북한에 의해 납치된 것인지는 아직 알 수 없다”고 설명했다.

한편 정부는 북중 접경지대를 취재하는 언론인들에 대한 신변 안전에 유의할 것을 요청했다. 외교부는 한국기자협회를 통해 각 언론사에 보낸 공문에서 “최근 동북아 정세 및 북한의 잇따른 도발 위협에 비취볼 때, 특히 북중 접경지역에서 취재·보도 활동을 하는 우리 언론인들이 테러, 납치 등의 피해를 당할 가능성이 제기되고 있다”고 밝혔다.



노〇〇 기자 fa****et@asiae.co.kr』

〈<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno = 2016050309113991677>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

지난 5월 3일 아시아경제는 네이버 뉴스스탠드에 「[속보]“한국인 120명 납치”…北충격 보복」이라는 기사를 올렸다.

그러나 아시아경제 자사사이트로 들어가면 해당 기사는 남측 인사에 대한 북한의 납치 가능성만 제시하고 있을 뿐 한국인 120명이 납치되었다는 소식에 관해서는 거의 언급이 없다.

위 제목과 관련하여 기사는 “일각에서는 북한이 국외에서 한국인 120명을 납치할 계획을 세우고 있다는 구체적 정황까지 나왔다.”라고 기술했지만, 기사가 말하는 ‘일각’ 이나 ‘구체적 정황’에 대한 설명이 전혀 없고 구체적인 취재원 또는 취재 경위 등 어떠한 객관적 근거도 밝히지 않았다.

그런데도 제목은 마치 한국인 납치 사건이 실제로 발생하여 이를 긴급히 속보로 전하고 있는 것처럼 편집했다. 더구나 해당 기사가 전송되기 하루 전인 5월 2일 통일부가 “현재로서는 특별히 확인된 것은 없다. 북한이 국외에서 우리 국민에 대한 납치, 테러 등을 할 여러 가지 가능성에 대해서 예의주시하고 있다”고 밝힌 상황에서 아시아경제는 위와 같은 제목을 달아 남북한 긴장 상태가 고조된 것처럼 부각시켰다.

이와 같은 보도 행태는 신문의 신뢰성을 훼손할 우려가 있을 뿐만 아니라 국

민들로 하여금 사실관계를 오인케 하고 혼란을 초래할 소지가 있으므로 신문 윤리실천요강 제10조 「편집지침」 ①(표제의 원칙)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-20 독자불만처리

연합뉴스 발행인 박 노 황

주문

연합뉴스 2016년 4월 8일자 「〈디지털스토리〉 소라넷은 어떻게 17년을 살아남았나」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『위 기사는 소라넷을 통한 몰카피해자, 성폭행피해자 등에 대한 배려 없이 가해자 시점에서 기사를 씌으로써 사회가 가해자 편에 있음을 은연 중에 암시, 소라넷의 완전한 폐쇄 가능성에 대해 의문을 던지고 한국 사법제도에 대한 불신을 야기하고 있다.

또한 소라넷 회원이 백만명이 넘는데 이 많은 사람들이 우리와 함께 하니 계속 될 수 밖에 없다는 식으로 범죄 피해자에 대한 사과와 반성 없이 강력 범죄를 합리화하고 있다. 이런 기사는 우리 사회질서가 바로 서는데 큰 방해가 된다.』

『본인은 이 기사로 인해 분노와 안타까움을 금치 못했으며 일종의 공허함과 무력감까지 함께 느꼈습니다. 가해자를 정당화하는 이 기사에 대해 한국신문윤리위원회의 소신 있고 적극적인 대응 부탁드립니다.

소라넷은 명백한 범죄행위를 저지른 범법 사이트가 분명한데도, 연합뉴스 기사는 기자로서의 제대로 된 윤리적 소명을 다하지 못하고서 기사를 썼습니다.

이상서 기자의 기사는 기사와 관련한 ‘소라넷’ 사이트로 인해 정신적·신체적

피해를 입은 수많은 여성들에게 더욱 심한 수치심을 안겼으며, 가해자들을 은연중에 정당화해주고 변호해줌으로써 이 사태가 아무 것도 아닌 양 몰아가고 있습니다.

한국신문윤리위원회의 제대로 된 규제와 처벌을 부탁드립니다. 이와 같은 부당한 기사가 더 이상 나오지 않았으면 하는 바램입니다.』

2. 이에 앞서 연합뉴스는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『〈디지털스토리〉 소라넷은 어떻게 17년을 살아 남았나

기사입력 2016-04-08 16:26 송고

【서울 = 연합뉴스】 이○○ 기자 = 국내 최대의 음란 사이트, 소라넷은 사라질까요? 경찰은 지난해 11월 미국을 시작으로 이달 1일엔 네덜란드와 국제 공조수사를 벌였습니다. 해외에 핵심 서버를 둔 소라넷을 잡기 위해서죠. 소라넷 운영진은 경찰이 수사를 들어올 때마다 일본에서 미국으로, 또 유럽으로 서버를 옮기며 사이트를 운영해 왔습니다.

이쯤 되면 궁금합니다. 소라넷은 1999년 탄생 이래 지금까지 버틴 원조 음란사이트입니다. 어떻게 17년을 살아 남은 걸까요? 가상 운영자 A의 시점으로 그들의 실체를 풀어봤습니다.

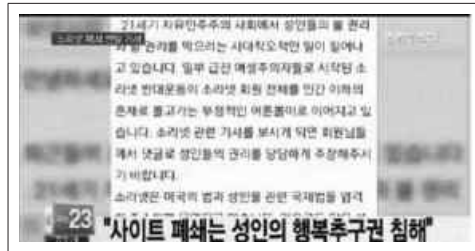
리벤지 포르노, 강간 모의, 집단 성행위...



지금 이 단어를 들었을 때 움찔했는가. 아니면 친근함이 느껴졌나. 그렇다면 당신은 우리 고객임이 분명하다. 안녕하십니까. 소라넷 운영자 A다. 아, 부끄러워 마라. 당신이 이상한 게 아니다. 2014년 우리나라 인터넷 사용 인구가 3천500만 명 정도(코리안클릭 조사)라더라. 우리 사이트는 회원 수 100만 명을 자랑한다. 인터넷 하는 사람 35명 중 1명이 소라넷 회원이란 뜻이다. 물론 남자만 따지면 훨씬 늘어날 거고.

‘식구’끼리니까 하소연 좀 해도 되지? 요즘 내가 참 힘들다. 알 사람들은 다 알 거야. 최근 우리 사이트가 폐쇄된 거. 접속 안 돼서 실망했을 거로 생각해.

경찰이 이달 1일 자정께 네덜란드에 있는 우리 핵심 서버를 압수 수색을 해 폐쇄했기 때문이지. 우리 광고주와 카페 운영진, 도박을 벌인 회원 등 6명은 불구속 입건됐다고!



뭐 처음은 아니다. 지난해 3월 경찰은 우리 서버가 있던 미국에서 수사를 편 끝에 11월 폐쇄 시켰지. 현지 공조수사까지 벌이면서 말이야. 그래서 네덜란드 등 유럽으로 서버를 이전한 건데 이번에도...

소라넷이 그렇게 만만한 사이트로 보이나? 네덜란드 암스테르담에서 압수 당한 서버 용량만 해도 120TB(테라바이트)에 달한다고! 당신을 포함해 회원 수는 100만 명이 넘고-국내 최대 규모의 성인 사이트지-광고 수익도 100억 원 이상(경찰 추산)이 넘을 정도라네.



그래도 힘이 되는 건 우리 고객들뿐. 트위터 계정에 1일 일시적인 접속 장애 공지를 남기자 200명이 넘는 이들이 리트윗을 해줬거든. 애도와 함께. “안돼요! 복구 플리즈”, “빨리 보고 싶어요” 사실 경찰 말처럼 이게 영구 폐쇄는 아니야. 서버를 백업 중이고 사이트를 다시 열 가능성도 있지. 물론 다시 부활하더라도 “국제 공조수사로 다시 폐쇄하고 운영진도 검거할 것”이라고

경찰은 말하지만...

응? 어떻게 그리 오래 살아남았느냐고? 1999년 ‘소라의 가이드’라는 사이트로 시작해 2003년 지금의 형태로 확대 개편됐으니, 벌써 17살이네. 만약에 서

버가 국내에 있었으면 문 닫기 쉬웠을 거야. 그래서 메인 서버는 일본과 미국에 두고 운영했지. 운영진은 테리 박, 케이 송 등의 가명을 써서 신상을 노출하지 않았고. 이렇게 해외에서 서버를 옮기고, IP 주소를 바꾼 게 200번이 넘지. 아아, 자주 바뀌면 유저들이 어떻게 아냐고? 걱정 말래도. 트위터에 친절히 공지해 놓으니까. 실시간으로.



초반에는 음담패설 정도 주고받는 정도였어. 2000년대 초반 들어서 우리 운영진이 ‘국내 최초 성인포털사이트를 만들겠다’는 목표로 덩치를 급격히 키웠지. 물론 2004년 6월 운영진 63명이 경찰에 입건되

는 등 위기도 맞았던 적도 있었고. 해외에 서버를 뒀서 사이트는 유지했지만.

우리를 키운 것도 네티즌이고, 위기에 몰아넣은 것도 네티즌이었어. 몰카나 변태 성행위 등 위험성이 커지자 자발적으로 ‘소라넷 폐지 서명 운동’을 벌였지. 7만 명이 넘는다더군. 이것을 시작으로 지난해 11월 경찰이 본격적인 수사에 착수했던 거고.



이렇게까지 사이트를 놓지 않는 이유가 궁금하겠지. 결국, 돈이야. 사이트에 달린 광고 금액 등만 해도 한 달에 1억 원은 버니까. 도박 사이트, 성인용품, 유혹업소 광고... 사회의 뒷골목에 존재하는 광고는 죄

다 소라넷에 붙지.

바로 지금이 소라넷 17년 역사상 최대 위기일지도 몰라. 경찰은 “1차 목표가 소라넷의 영구 폐쇄와 운영진 검거”라고 공표했거든. 정말 우리가 세상에서 사라질 수 있을까? 글썄...

우리는 사람들의 은밀한 욕망을 먹고 자라나. 관음증, 일탈, 폭력 등 숨겨둔 의명성 뒤에서 우리 회원들은 쌓아둔 것을 마음껏 발산하지. 이번 사태로 정말 소라넷이 절멸될지도 몰라. 그러나 언젠가 당신들의 은밀한 욕망이 우릴 불러낼걸? 믿기 힘들다고?



7일 오전 서울지방경찰청 사이버안전과 최재호 경감이 '소라넷'의 핵심 해외서버를 국제 공조 수사를 통해 폐쇄했다며 과정을 브리핑하고 있다.

네덜란드 서버가 폐쇄된 지금도 우리의 아류 사이트는 여전히 존재하거든. 경찰 측 구상대로 “다른 음란 사이트도 뿌리 뽑겠다”면 이마저도 사라지겠지만.

내가 왜 이렇게 집착하느냐. 이 글을 보고 있는 당신들 중 많은 사람이 바로 나의 사용자들이자 고객들이기 때문이지….

우리 언젠가 다시 만날 수 있겠지?

〈본 기사는 가상의 운영자 A의 시점으로 소라넷의 실체를 풀어봤습니다.〉

sh****zel@yna.co.kr』

〈<http://www.yonhapnews.co.kr/digital/2016/04/08/4901000000AKR20160408135800797.HTML>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 연합뉴스 2016년 4월 8일자 「〈디지털스토리〉 소라넷은 어떻게 17년을 살아 남았나」 제목의 기사에 대해 독자가 불만을 제기한 건이다.

불만제기인은 연합뉴스의 위 기사가 ‘소라넷’으로 정신적·신체적 피해를 입은 수많은 여성들에게 더욱 심한 수치심을 안겼다고 지적했다. 또 다른 독자는 사회가 가해자 편에 있음을 은연 중에 암시하는 위 기사로 인해 공허함과 무력감을 느꼈다고 호소했다.

이와 같이 피해자측 시각이 아닌 수사진·사법제도에 대한 조롱과 불신이 담긴 가해자측 시각의 기사는 자칫 불쾌감이나 역작용을 불러올 수 있다. 독버섯처럼 일어나는 인터넷 성범죄에 대한 수사 미비를 지적할 의도였다면 좀 더 진지했어야 하며 피해자들이 느낄 감정도 고려했어야 한다.

재미있게 읽히는 새로운 스타일의 기사, 새로운 시각의 기사 개발은 언론으로써 마땅히 힘을 쏟아야 할 일이다. 그러나 현실을 비꼬며 전혀 사실에 기인하지 않은 채 작성하는 1인칭 형식 기사는 사회 현실을 근거 없이 부정한다는 느낌을 준다. 특히 성범죄 가해자의 편에 선 듯 오인될 수 있는 기사는 피해자들에게 성적 수치심과 불쾌감을 넘어 언론에 대한 혐오까지 불러올 수 있으므로 주의할 필요가 있다.

따라서 위 기사는 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ④(선정보도의 금지), 신문윤리실천요강 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-21 독자불만처리

국민일보 발행인 최 삼 규

주문

국민일보 2016년 4월 21일자 「간호사가 만든 강심장만 먹을 수 있는 케이크 ‘어우~극혐!’」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『사람의 심장, 내장뿐만 아니라 남편과 아기의 얼굴까지 스테이크 자르듯 잔인하게 잘라 놓은 사진이 너무 끔찍합니다. 아무리 케이크 사진이지만 이런 사진은 올리지 말았으면 좋겠습니다. 토가 나올 것 같고 소름이 돋네요.』

2. 이에 앞서 국민일보는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『간호사가 만든 강심장만 먹을 수 있는 케이크 ‘어우~극혐!’

입력 2016-04-21 00:01 수정 2016-04-21 00:01

캐나다의 한 간호사가 만든 끔찍하지만 사실적인 케이크가 SNS에서 화제입니다.



아래 ‘사람 얼굴’ 형태의 케이크가 보이시나요? 이 케이크는 미국 뉴욕주에 거주하는 캐서린 데이(30)가 남편 얼굴을 만든 것입니다. 아마도 이 케이크를 만들때 데이는 남편에게 화가 났었나봅니다.



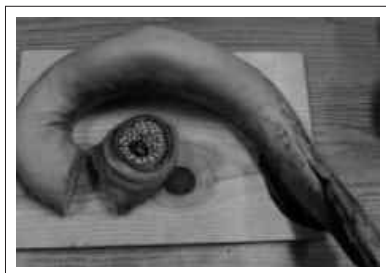
그는 “라이스 크리스피에 초콜릿을 입혀 내 남편의 얼굴을 만들었다”고 설명했습니다. 이 사진은 SNS에서 현재까지 17만회 이상 조회됐습니다.

데이가 만든 ‘남편 얼굴’ 모양의 케이크는 애교수준에 불과합니다. 아래로 갈

수록 케이크 모양이 충격적이지 심신이 약한 분이라면 스크롤을 자제하는 것이 좋을 것 같습니다.

테이의 직업은 간호사입니다. 백의의 천사인 그에게는 조금 특별한 취미가 있습니다. 바로 매우 독특한 형태의 식용 케이크를 만든다는 것이죠. 보디페인팅, 일러스트 등을 그리는 아티스트이기도 한 그는 끔찍하지만 사실적인 케이크를 만들어 페이스북 페이지에 공개해 왔습니다.

잠시 그녀의 작품을 감상해 보실까요?



테이는 왜 이런 케이크를 만드는 것일까요? 그는 “진짜 같이 생겼는데 알고 보면 진짜가 아닌 것, 혹은 맛없게 생겼는데 알고 보면 진짜 맛있는 음식에 특별함을 느낀다. 나는 그 모순된 감정을 사람들에게도 느낄 수 있도록 하고 싶다”

면서 “내가 선택한 해부학 주제에 나는 큰 관심을 갖고 있다. 그리고 작품을 만들 때 많은 시간과 노력을 기울인다”고 덧붙였습니다.



데이가 만든 케이크를 본 사람들의 반응은 다양합니다. 데이가 만든 케이크의 섬세함과 작품성을 높게 평가하는 사람들도 있었습니다. 하지만 대부분의 사람들은 혐오스럽다는 반응이죠.



네티즌들은 “사람으로 케이크는 좀 아닌 것 같다” “이건진심 못먹겠다” “극혐이네요” “너무 잔인하다” “간호사가 만들었다고? 직업 바꿔야겠네” “고퀄리티, 저 재주를 다른 곳에 쓰면 더 좋을 것 같다”고 말했습니다. 이와 같은 반응에 데이는 “케이크를 혐오하던 사람들도 케이크 먹는 것을 거부하지는 않았다”고 말했습니다.



끝으로 데이는 “케이크의 제작과정을 사람들에게 공유 하기위해 비디오 제작을 계획 중이다”고 밝혔습니다.

박○○ 기자 im**re@kmib.co.kr」

〈<http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0010550298&code=61131111&sid1=int&cp=nv2>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

국민일보는 인간의 장기와 신체 일부를 모방해 만든 케이크(cake)가 최근 SNS에서 화제가 되고 있다는 소식을 전하면서 이와 관련된 사진도 함께 실었다.

그러나 위 기사는 태아의 신체 중 얼굴만 잘라내어 접시에 올려 놓은 모습, 남편의 얼굴 모양을 본 떠 만들고 그 중 일부를 칼로 베어 버린 모습, 머리가 잘려나가 몸통과 분리된 새의 모습 등을 묘사한 사진까지 여과 없이 그대로 게재했다.

이와 같이 일반 정서에 반하는 잔인하고 끔찍한 사진을 모자이크 등의 처리 없이 그대로 게재하는 것은 언론의 품위에 맞지 않을 뿐 아니라 어린이나 청소년들의 정서 발달에 부정적인 영향을 끼칠 소지가 있으므로 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ④(선정보도의 금지), 신문윤리실천요강 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-21 독자불만처리

디지털타임스 발행인 조 명 식

주문

디지털타임스 2016년 4월 7일자 「아시아의 ‘네 마리 용’ 성장률 곤두박질」 제목의 기사에 대한 독자의 불만제기를 ‘기각’ 한다.

이유

1. 불만제기인은 위 기사에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해 왔다.

『위 기사는 한국이 아직도 아시아에서 ‘4마리 용’이라고 평가절하하고 있는

데, 요즘 일본인들 관련자들이 곤잘 착각하고 있는 말인데, 어떻게 언론이 이런 말도 안 되는 얘기들을 할 수가 있죠???

https://en.wikipedia.org/wiki/Developed_country 이 사이트의 영문 자료를 번역해 보면 (한국어로 클릭시 정확하게 100% 번역되어 있지 않으므로 필히 영문 자료를 보세요) GDP를 Nominal 과 PPP 모두 봤을 때 선진국 상위 국 10 개국은 한국, 미국, 영국, 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인, 캐나다, 호주, 일본이라고 나옵니다. 이미 한국은 선진국으로 분류되며 당연히 10대 주요 국가로 보여지는 것입니다. 또한 OECD 고소득 국가 분류에서는 아시아에서 한국, 이스라엘, 일본만 선정되었으며, 개발원조위원회 아시아 국가에서는 한국, 일본이 선정되었습니다. 뉴스위크 최고 나라 리스트, Legatum Fundation's Prosperity Index 등에서도 한국은 30개국 나라 중 한 국가로 포함되었습니다. 대부분이 유럽 국가들로서 한국도 국제적 지위가 결코 개발도상국 수준이 이제 아님을 알 수 있습니다.

이런 저질의 언론들이 거짓 정보를 흘리는 것을 방지하고, 제재할 필요가 있다고 보입니다. 그 의도는 모르겠으나 이는 옳지 않은 짓입니다. 정부 관련 부서에서 이 언론사 및 기자 등에게 관련 적용 가능 법률이 있는지 조사 바라며, 한국 언론이 올바른 정보를 내보낼 수 있도록 관심과 노력 부탁드립니다.』

2. 이에 앞서 피제기인 디지털타임스는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『아시아의 ‘네 마리 용’ 성장률 곤두박질

부채·부동산·고령화 등 문제

향후 2년 경제 걸림돌 될 듯

서○○ 기자 ar***ck@dt.co.kr

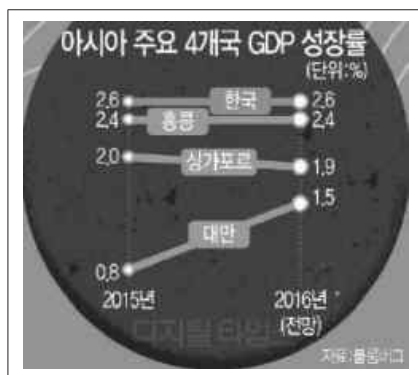
입력: 2016-04-07 18:19

[2016년 04월 08일자 4면 기사]

한국과 싱가포르, 대만, 홍콩 등 ‘아시아의 네 마리용’으로 불리는 동아시아

주요 4개국이 올해에도 저성장을 면치 못할 것이라는 전망이 나온다. 가계부채와 부동산 거품, 고령화 등으로 경제성장률이 2%대를 넘지 못할 것이라는 분석이다.

7일 블룸버그 집계를 보면 한국(2.6%), 싱가포르(1.9%), 대만(1.5%), 홍콩(2.4%)의 경제성장률은 2%대를 벗어나지 못할 것으로 예상됐다. 한국(2.6%), 싱가포르(2.0%), 대만(0.8%), 홍콩(2.4%)의 지난해 경제성장률은 모두 3%에 못 미쳤다. 평균으로는 1.95%로 2%를 밑돈다. 중국(6.9%), 베트남(6.7%), 인도(7.3%), 필리핀(5.8%), 말레이시아(5%) 등이 모두 5% 이상 성장을 한 것과 비교하면 초라한 성적표다.



캐피털 이코노믹스(CE)는 최근 내놓은 '신흥 아시아 경제전망 보고서'에서 한국, 대만, 싱가포르, 홍콩이 앞으로 2년간 성장에 어려움을 겪을 것으로 예상했다. 부채 위험과 부동산 거품이 꺼지고, 고령화 같은 구조적인 문제도 산적해 있다는 이유에서다.

CE는 한국과 싱가포르의 가계부채는 지난 5년간 빠르게 증가해 가계의 디레버리징(부채 축소)이 부담이라고 진단했다. 최근 자본시장연구원이 발표한 자료에 따르면 한국의 국내총생산(GDP) 대비 가계부채 비율은 87.2%로 신흥 19개국 중 1위다. 싱가포르의 가계부채 비율은 GDP의 60% 수준이다. CE는 싱가포르에서는 민간부문의 은행대출이 빠르게 증가해 GDP의 130%를 넘어섰으며 앞으로 몇 년간 부채 축소 과정을 겪을 것으로 분석했다.

홍콩과 대만은 그동안 저금리 상황에서 팽창한 부동산 거품이 꺼지면서 경제성장을 둔화에 영향을 줄 가능성이 높은 것으로 예상됐다. 홍콩의 주택가격은 2009년 이후 지난해 9월까지 두 배 이상 올랐고 9월 정점을 찍은 이후 현재까지 11%가량 하락했다. CE는 미국이 추가로 기준금리 인상을 할 경우 홍콩의 부동산 가격이 추가로 하락 압력을 받을 수 있다며 소비와 투자에 부담으로 작용할 것이라고 설명했다. 지난해부터 떨어지기 시작한 대만의 부동산 시장은 경기의 위험 요인으로 지적됐다. 한국은 저금리 환경으로 102조원까지 불어난 가계대출이 성장에 걸림돌로 작용하고 있다.

고령화로 생산가능인구 감소에 직면한 것은 공통적인 문제다. 지난달 말 미국 통계국이 발간한 보고서를 보면 2050년까지 가장 빠르게 늙어갈 나라로 한국, 홍콩, 대만 등이 꼽혔다. 2050년 한국과 홍콩, 대만의 65세 이상 비중은 각각 35.9%(2위), 35.3%(3위), 34.9%(4위)로 모두 30%를 웃돌았다.

스탠더드앤드푸어스(S&P)는 세계 무역의 성장 부진과 중국의 역내 생산 증가로 한국과 싱가포르, 대만, 홍콩 등이 2년간 성장세가 개선되지 않을 것이라고 예상했다. 중국 경제의 경착륙 우려는 완화됐으나 중국이 역내 생산을 늘리면서 수출 중심 경제구조를 지닌 이들 나라의 성장이 타격을 입을 것이라는 설명이다. 또 전 세계적인 경기 둔화 추세로 무역 증가세가 둔화하고 있는 점도 이들 국가에는 부담으로 작용하리라는 것이 S&P의 설명이다.

서○○기자 ar***ck@

『저작권자 ©디지털타임스 무단 전재-재배포 금지』

〈http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no = 2016040802100457803001〉

3. 위 기사는 블룸버그, 스탠더드앤드푸어스(S&P) 등 세계 유수의 경제전문지와 신용평가기관이 발표한 한국, 싱가포르, 대만, 홍콩의 경제 성장 전망을 다룬 것이다.

불만제기인은 적시 4개 국가를 ‘아시아 네 마리 용’이라고 표현한 위 기사에 대해 다음과 같은 주장을 했다. “한국은 선진국으로 분류되며 당당히 10

대 주요 국가에 포함되는데도 위 기사는 한국이 아직도 아시아에서 ‘4마리 용’이라고 평가절하하고 있습니다. 언론이 거짓 정보를 흘리는 것을 방지하고 제재할 필요가 있다고 보입니다.”

‘아시아의 네 마리 용’이라는 용어는 한국, 싱가포르, 대만, 홍콩이 80~90년대 신흥공업국으로 중진국 수준이었던 시절 생겨난 것이다. 현재 한국이 G20 및 OECD의 일원이고 세계 경제력(GDP기준) 11위에 오를 만큼 성장했지만 홍콩과 싱가포르도 1인당 GDP가 4~5만 달러를 상회하는 국제적인 금융허브도시가 되었다. 대만 또한 현재 아시아 국가 경쟁력 순위에서 상위 랭킹을 차지하고 있다.

따라서 디지털타임스가 한국을 싱가포르, 대만, 홍콩 수준으로 평가절하하고 허위 사실을 보도했다는 독자의 주장은 무리가 있으며 신문윤리강령을 위반한 부분도 없다고 판단된다. 이와 같은 이유로 위 기사에 대한 독자의 불만제기를 ‘기각’한다.

2016-1-23 독자불만처리

스포츠조선 발행인 방 준 식

주문

스포츠조선 2016년 4월 1일자 「2016년 우수 건강기능식품 선정, 남성건강식품 ‘자커’」, 4월 4일자 「스포츠조선 쇼핑몰 ‘든든몰’, 삼성컴퓨터 10만원대 판매」, 4월 11일자 「브리지스톤 J15DF 단조아이언, 최고의 손맛을 자랑」, 4월 27일자 「‘애드라인90’ 초경량 골프화 체험기」, 5월 9일자 「백발백중 퍼팅귀재, 존 바이런 MAGIC S3 퍼터, 반값판매」, 5월 10일자 「최고가 ‘다이얼 골프화’ 60% 할인 ‘59,000원’ 파격 판매」, 5월 18일자 「클레마티스 1만개 돌파기념! 100개 무료 증정 할인 행사」, 5월 27일자 「캘러웨이 ‘VVIP’ 드라이버, 전세계 한정판! 판매실시」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『스포츠조선은 온라인 쇼핑몰 광고를 기사 형태로 둔갑시켜 연일 내보내고 있습니다. 게다가 이 온라인 쇼핑몰은 스포츠조선이 운영하는 계열사입니다. 광고는 광고란에 하시고 기사는 기사답게 쓰시기 바랍니다. 광고를 기사 형태로 쓴다고 해서 독자가 모를 것 같습니까?』

2. 이에 앞서 스포츠조선은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『2016년 우수 건강기능식품 선정, 남성건강식품 ‘자커’』

기사입력 2016-04-01 18:12:08 최종수정 2016-04-05 10:34:41



2016년, 함량을 650mg에서 1000mg으로 대폭 올린 ‘유한M 자커’

이제 건강을 나이가 들수록 챙겨야 한다는 생각은 버려야 한다. 내 몸은 내가 먼저 챙겨야 하며 건강을 잃은 후 후회보다는 지금부터라도 건강을 유지해 나가는 것이 현명한 방법이다. 젊은 남성부터 중년의 남성까지 언제 위기의 적신호가 올지 모른다. 소변을 볼 때 느낌이 예전과 다르다. 기억력도 떨어진다.

열심히 사는 남자가 중년이 되면 나타나는 현상이다. 세월이 야속하다. 이를 개선하는 방법은 운동과 영양분섭취 등이다. 그러나 젊어진 사람은 거의 없다.

젊은 시절의 힘을 되찾은 경우는 보기 어렵다. 노화는 거스를 수 없는 신의 섭리인 탓이다.

그럼에도 불구하고 효과적인 기능성 제품이 있다. 아침에 어깨가 뻐근한 남성, 아침에 계속 잠자는 남성, 밤 낮 피로에 찌든 남성이 찾는 묘약이 있다. 유한M이 심혈을 기올려 출시한 ‘자커’이다. 자커는 전립선 건강에 도움을 줄 수 있는 건강기능성식품이다.

2년 연속 스포츠조선이 선정한 올해의 건강기능식품에 오른 자커는 2016년, 제품의 함량을 대폭 올렸다. 기존 650mg으로 출시했던 자커의 함량을 1000mg으로 올렸다. 가격은 동일하다. 고객 만족을 최우선으로 하는 유한메디카가 드리는 최대 혜택인 것이다.



이런 자커에는 남성의 전립선 건강에 도움을 줄 수 있는 세 가지 장점이 있다.

첫째, 식약청 기능성 인정원료 사용으로 안전성이 믿을만하다는 점이다. 둘째, 위생적 생산이다. 자커는 GMP 인증 받은 믿을 수 있는 회사 유한메디카가 제조했다. 유한메디카는 유한의 건강기능성식품담당 제조회사이다. 셋째, 성분이다. 주성분은 옥타코사놀(169.0mg), 쏘팔메토열매추출물(로르산256.8mg), 아연(12.0mg)이다. 이는 전립선 건강 유지에 도움을

을 주며 지구력 증진에 도움을 줄 수 있다. 이밖에 토마토혼합추출분말, 밀크씨슬추출분말, L-아르기닌, 복분자분말, 오자추분말, 자라추출분말, 대두유 등이 포함됐다.

‘전립선건강에 도움을 줄 수 있는’을 목표로 한 자커는 1일 1회, 1회 1정 섭취한다. 제조사 측은 정상적인 면역기능, 지구력 증진, 육체피로 회복에 뛰어난 효과를 강조한다. 이런 자신감은 ‘7일간 무료체험’에서도 볼 수 있다. 구매 후 7일 동안 섭취하고 별 느낌이 없으면 무조건 100% 환불해준다. 병으로 밀봉 처리가 되어 개봉 후 반품이 되면 전량 폐기 처분 되기 때문에 업체에서는 정말 엄

청나고 파격적인 이벤트가 아닐 수 없다. 그 정도로 자신감이 있다고 제조사는 말한다.

이 행사는 든든몰에서 진행한다. 7일간 조건 없이 섭취하고, 효과를 느끼지 못하면 100% 환불해주는 스페셜 이벤트다. 남자로서 힘이 달리거나, 소변볼 때 느낌이 예전과 다르다면 체험적으로 섭취해 보는 것도 좋다.

남성의 기를 팍 살리는 자커 90일분의 소비자가는 14만 9,000원이다. 그러나 무료체험 행사를 진행하는 든든몰(www.dndnmall.co.kr)에서는 2016년 스포츠조선 건강식품 선정 기념으로 일주일간 파격 할인 세일가인 69,000원에 판매한다. 준비 수량은 100개이고 100개 소진 시 다시 인터넷 최저가인 98,000원에 판매한다.

전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na***um@sportschosun.com』

〈[http://sports.chosun.com/news/ntype4.htm?id = 201604060100036130002320&ServiceDate = 20160405](http://sports.chosun.com/news/ntype4.htm?id=201604060100036130002320&ServiceDate=20160405)〉

『스포츠조선 쇼핑몰 ‘든든몰’, 삼성컴퓨터 10만원대 판매

기사입력 2016-04-04 17:42:13 최종수정 2016-04-05 09:17:25



좋은 제품을 가장 싸게 사는 방법은 무엇일까. 품질이 보장되는 유명 브랜드 상품을 저렴하게 구입하는 방법이 직영점을 이용하는 것이다. 직영점의 대표적인 형태가 팩토링 아울렛(factoring outlet)이다. 제조업체가 중간 유통업자를 거치지 않고 직영체제로 운영하는 상설 할인매장이다. 보통 공장이나 물류센터와 함께 있어 유통단계를 생략하고 물류비를 절감할 수 있다. 최저 가격으로 고객을 직접 상대하는 불황 극복용 매장이 아울렛이다.

더 나아가, 아울렛을 온라인에 개설하면 점포 운영비 등이 들지 않아 진정한 최저가로 좋은 상품을 소비자에게 제공할 수 있다. 스포츠조선이 운영하는 온라인 쇼핑몰 ‘든든몰’도 이를 위해 노트북·컴퓨터 반값 아울렛 카테고리를 신설했다. 고객의 선호와 취향, 주머니 사정을 감안해 다양한 구성의 노트북과 컴퓨터를 최저가격으로 판매한다. 미사용 전시제품, 렌탈 제품, 리퍼비시 제품 등으로 꾸몄다. 각각의 종류마다 낮은 가격, 높은 가격, 상품명, 제조사, 신상품, 인기상품 등으로 구성을 세분화해 소비자가 편안하게 자신에게 딱 맞는 제품을 선택하도록 안내하고 있다. 가격은 일반 제품에 비해 무려 80%까지 할인하는 초대박 세일이다.

스포츠조선 든든몰의 충격 반값 아울렛은 가격을 최대한 낮추기 위해 초특가 판매, 한정특가 판매, 렌탈 전시상품 판매, 렌탈 베스트상품 판매, 미사용 전시상품 판매, 리퍼 한정상품 판매, 전시시연 초특가 판매, 미사용전시 베스트 판매 등 다양한 상설 및 이벤트 코너를 마련했다. 삼성전자 외 유명 브랜드의 품질이 보증된 제품을 가장 싸게 구입할 수 있도록 한 것이다.

이를 통해 소비자는 최고상품을 최저 가격에 사고, 기업은 자금이 순환하는 윈-윈 구도가 형성되고 있다. 박스째 전시되었던 미사용 박스전시제품을 새상품 대비 40% 할인된 가격으로 판매한다. 노트북의 경우, 어떤 고화질 영상도 즐길 수 있는 고성능 제품인 삼성 5세대 브로드웰코어i5 노트북9 NT911S3K가 새상품 대비 45% 할인가로 판매한다. 삼성 노트북9 NT911S3K는 버퍼링 없는 드라마틱한 영상 구현을 위해 인텔 HD5500 그래픽카드와 SSD 기억장치를 채택했다. 삼성 메탈블랙 시리즈3 NT301V5A 샌디브릿지 노트북도 50% 할인에 든든몰 오픈 기념 추가 10% 할인을 더 하고 있다.

데스크탑 또한 삼성매직스태이션 모델이 60%할인된 가격인 10만원대부터 ssd장착모델, 모니터 포함패키지까지 다양하게 구성되어 있다. 여기에 삼성 갤럭시 노트 10.1 화이트에디션을 출시가 대비 64%할인된 298,000원에 특가 판매중이다.

A/S기간도 미사용 전시제품은 새제품과 동일한 1년을 제공하며 리퍼비시 제품이나 렌탈 상품은 3개월간 무상 서비스를 한다. 이외에도 TV, 세탁기, 전자레인지 등 생활가전제품과 스마트폰, 닥터드레 헤드폰 등 다양한 전시 아울렛 전자제품을 특가 판매하여 알뜰 소비를 원하는 고객들의 많은 호응을 불러일으키고 있다.

스포츠조선 든든몰 반값 아울렛은 이 외에도 노트북가방, 마우스, SSD등 IT 주변기기와 다양한 가전제품을 박스개봉 특가로 판매하고 있어, 알뜰 소비를 원하는 고객의 호응을 받고 있다.

고객이 제품을 수령했을 때 만에 하나라도 문제가 있으면 즉시 다른 제품으로 무상 교환해 준다. 사상 최저가 대박 세일 잔치를 기획한 든든몰(www.dndnmall.co.kr)의 이민옥 팀장은 “100% 믿을 수 있는 온라인 쇼핑몰 ‘스포츠조선 든든몰’이 고객에게 보답하기 위해 세상에서 가장 좋은 제품을 가장 싸게 판매하는 기획을 했다”고 말했다.

‘또 하나의 행복’이라는 슬로건 아래 준비한 노트북 기획전은 제품이 한정된 만큼 서두르는 사람에게만 혜택이 갈 전망이다.

전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na***um@sportschosun.com」

〈<http://sports.chosun.com/news/ntype4.htm?id=201604060100035160002238&ServiceDate=20160405>〉

『브리지스톤 J15DF 단조아이언, 최고의 손맛을 자랑

기사입력 2016-04-11 16:55:24



석교상사에서 내놓은 통합 브리지스톤 브랜드의 첫 작품, 브리지스톤 J15DF 단조아이언!

‘국민 아이언’ 브랜드가 이름을 바꿨다. 일본 브리지스톤스포츠는 아시아 일부에서 사용하던 투어스테이지 브랜드를 단종시키고, 글로벌 브랜드인 브리지스톤으로 통일했다. 브리지스톤스포츠 국내 정식 수입사인 석교상사도 앞으로 국내에서 유통하는 골프클럽 브랜드를 브리지스톤으로 단일화한다.

투어스테이지가 브리지스톤이라는 새 옷을 입고 처음 찾아온 최신 제품이 J15DF 아이언이다. J15DF는 투어스테이지의 장점과 익숙함을 그대로 이어받은 동시에, 볼 초속을 증가시키는 기술로 비거리를 더욱 향상시켜주는 브리지스톤의 최신 기술력을 더했다. 앞으로 나올 아이언 역시 더 이상 투어스테이지가 아닌 브리지스톤으로 출시된다.



석교상사 마케팅팀 백영길 부장은 “브리지스톤으로 브랜드를 전개하면서 투어스테이지라는 이름은 사라지게 되지만, 이름만 바뀔 뿐 여전히 최고의 제품을 출시하고 있다. J15DF 아이언을 사용해보면 투어스테이지에서 느꼈던 감동을 똑같이 느끼면서 더 향상된 샷 성능을 체감할 수 있다”고 말했다.

J15DF(Driving Forged) 아이언은 이름에서도 알 수 있듯이, 드라이버 치듯 공이 헤드에 달라붙었다가 빠르게 직진하는 이른바 ‘드라이빙 포지드 아이언’이다. 연철 단조 아이언 특유의 손맛과 아이언 샷거리 향상 모두를 만족시킨다. 과거 출시됐던 투어스테이지 X-BLADE 709CB 등 동사의 중상급자용 연철 단조 아이언과 비교해도 볼 초속이 빨라져 샷 거리가 크게 늘었다. 이런 강점은 헤드 페이스에 고속 반발 소재인 울티메이트 스트롱 메탈(Ultimate Strong Metal)을 채택했기 때문에 가능해졌다.

미국 LPGA투어에서 9승을 거둔 미야자토 아이는 “J15DF 아이언은 임팩트 시 짝 붙었다가 튕겨져 나가는 훌륭한 타격감을 선사한다. 드라이버와 같은 느낌”이라고 시타 소감을 전했다. J15DF 아이언은 정확하고 멀리 나가기 때문에 지난해 5월 KLPGA 파3 버디 성공률 1위 아이언으로 꼽혔고, KLPGA 톱스타 고진영은 지난해 KG-이데일리 레이디스 챔피언십에서 J15DF 7번 아이언으로 홀인원을 기록하기도 했다. 주말 골퍼도 이 아이언을 쓰면 누구나 향상된 샷 품질을 바로 체감할 수 있다.



최고의 골프클럽을 선별해 최저 가격으로 제공하는 스포츠조선 온라인쇼핑몰 든든몰(www.dndnmall.co.kr)은 브리지스톤 정품 J15DF 아이언 세트를 온라인 최저가격인 103만원에 한정 수량 공급한다. 소비자가격이 180만원인 아이언세트를 이와 같은 최저가격으로 판매할 수 있는 이유는 유통 경로를 최소화해 소비자에게 불필요한 유통비용 부담을 없앴기 때문이다.

전화문의 1688-2528

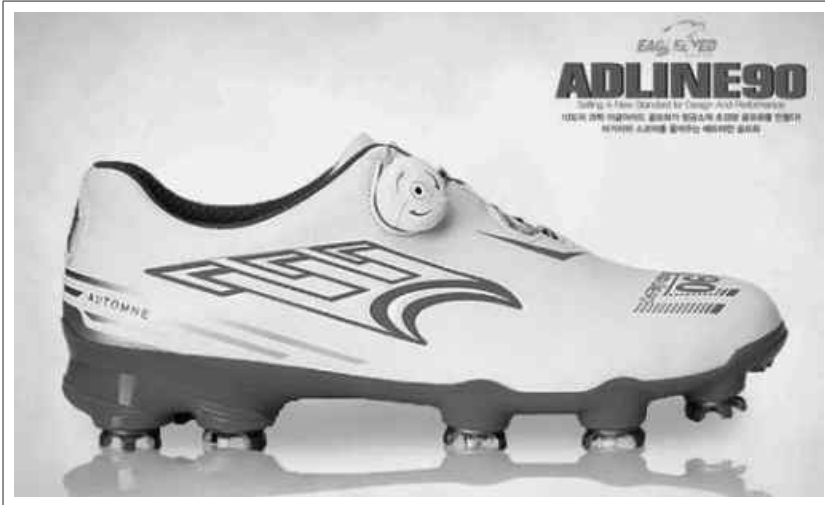
☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na***um@sportschosun.com」

〈<http://sports.chosun.com/news/ntype4.htm?id=201604120100090460006302&ServiceDate=20160411>〉

『‘애드라인90’ 초경량 골프화 체험기』

기사입력 2016-04-27 11:25:01



요즘 없어서 못 파는 화제의 골프화는 뭐가 다르길래? 스포츠조선 든든물 MD가 지난 4월23일 토요일 초경량 항공소재 골프화인 이글아이드 ‘애드라인 90’을 직접 신고 라운딩을 나가봤다. 라운딩을 한 구장은 경기도 포천의 베어크 링크cc 크리크 코스였다.

애드라인90은 항공소재인 초극세사 특수피혁을 채택해 무게 296g으로 현재 시판 중인 모든 골프화 중 가장 가볍다. 신발바닥의 아웃사이드를 인사이드보다 10도 높게 설계해 백스윙과 임팩트시 하체가 바깥쪽으로 밀리는 스웨이를 막아 준다고 제조사는 설명한다. 라커룸에서 골프화를 갈아 신으니, 우선 신발 전체가 발 모양에 따라 딱 달라붙는 느낌이 들었다. 마치 메모리폼 베개를 베고 누웠을 때 베개가 머리의 모양대로 내려가면서 머리 전체를 빈틈없이 감싸주는 느낌과 흡사했다.

클럽하우스 안에서 걸을 때는 징이 박힌 높이가 다른 골프화보다 아주 약간 높은 듯한 느낌이 들었는데, 잔디에 나가서는 그 만큼 깊이 박혀 들어가서 다른 신발을 신었을 때와 높이 차이는 느끼지 못했고, 오히려 징이 신발을 흙 속에 더 밀착시켜주는 안정감이 들었다.

샷을 할 때에는 10도 인사이드로 기울어진 신발바닥 덕택에 실제로 양쪽 허벅지 안쪽에 평소 라운딩을 할 때보다 힘이 들어가면서 양쪽 종아리와 허벅지가 바깥에서 안쪽으로 밀어주는 느낌이 들었고, 실제로 하체가 좌우로 밀리지 않고 제자리에서 더 많이 회전할 수 있었다. 그 만큼 비거리가 늘어나는 것을 기대할 수 있겠는데, 실제로 기자가 어프로치로 그린을 공략할 때 평소 캐리로 60미터 날아가던 56도 웨지 풀샷이 완벽한 정타로 임팩트되면서 75미터 이상 비행해 그린을 놓치는 일이 2번이나 있었다. 애드라인90 골프화를 처음 신고 라운딩을 나가기 전에는 연습장에서 정타율 상승에 따른 아이언 비거리 변화를 체크해 보는 것도 좋을 것 같았다.

인사이드 10도 밑창은 일반적인 스윙을 할 때 뿐만 아니라 퍼팅할 때에도 하체가 단단히 고정되는 효과를 느끼게 해 주었다.

이날은 오전 6시30분 첫 팀으로 티업했는데, 초반에는 잔디와 러프에 새벽 이슬의 물기가 마르지 않았지만 신발에 습기가 전혀 맺히거나 스며들지 않았다. 빗속 라운딩은 아니었지만, 항공소재의 방수력은 확실해 보였다.

초경량이 주는 착화감을 충분히 느껴보기 위해 다음 홀로 이동할 때를 제외하고 페어웨이에서는 카트 탑승을 거의 하지 않고 18홀을 걸어서 돌았는데, 라운딩이 끝나고 나서도 발이 무겁거나 붓지 않았다. 보아시시스템을 채택한 덕분에 중간에 신발끈이 풀리는 번거로움이 없었던 것도 장점이었다. 애드라인90은 스코어를 줄여주는 성능을 위주로 골프화를 선택한다면 가장 먼저 고려해 볼 만한 신발로 추천할 만하다.

최고 품질의 골프용품을 엄선해 합리적인 가격에 제공하는 스포츠조선의 온라인쇼핑몰인 든든몰(www.dndnmall.co.kr)은 MD가 직접 신고 라운딩한 체험을 바탕으로 이글아이드 애드라인90 골프화를 온라인 최저가로 판매한다.

전화문의 1688-2528

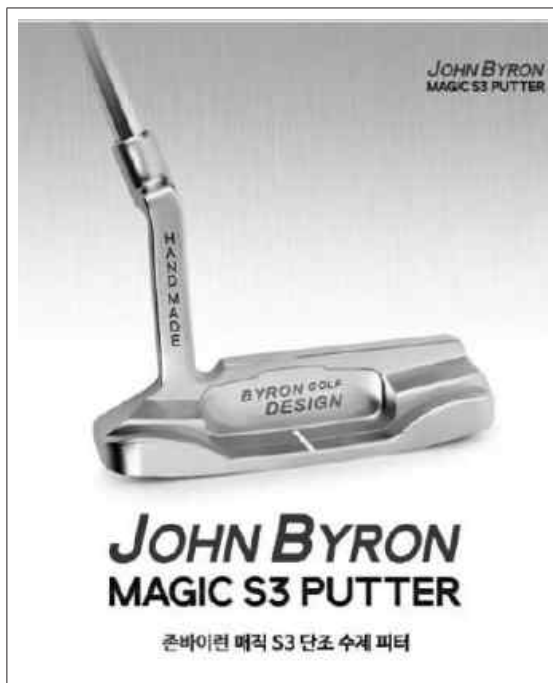
☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 이○○기자 lu**d2@sportschosun.com

〈<http://sports.chosun.com/news/ntype.htm?id=201604280100222790016100&serviceDate=20160427>〉

『백발백중 퍼팅귀재, 존바이런 MAGIC S3 퍼터, 반값판매』

기사입력 2016-05-09 08:17:10



‘골프의 황제’ 조던 스피스와 ‘골프 여제’ 박인비의 공통점은 무엇일까. 남녀 최정상 골퍼인 이들의 공통점이자 승리 비결은 고감도 퍼트에 있다. 둘은 남녀 골퍼 중 최소급 퍼트를 자랑한다.

타이거우즈에 이어 그린을 석권한 스피스는 2015년 시즌 라운드 당 평균 퍼팅 수 순위도 1위(27.82)다. LPGA 투어 사상 10년 만에 메이저 대회 3연패를 이룩한 박인비는 라운드 당 29.5개 안팎의 퍼트로 돌아왔다. 스피스와 박인비가 정상에서 포효하는 이유를 단 하나로 요약하면 황홀한 퍼팅 감각이다.

국내 유명 골퍼들도 게임의 40% 이상을 퍼팅이 좌우한다고 보고 있다. 그 다음 비중으로는 우드 샷(25% 내외), 웨지게임(153% 안팎), 쇼트 아이언(10% 미만)을 들고 있다. PGA나 LPGA에서 우승할 능력, 주말골퍼가 싱글이 되는 핵심 능력은 퍼트에 있는 것이다. 스코틀랜드에는 ‘퍼트는 골프실력의 절반을 차지한다’는 속담까지 있다.

백발백중 퍼팅 실력은 세 가지를 갖췄을 때 현실로 다가온다. 먼저, 퍼터의 스위트 스폿트 확인으로 클럽 컨트롤 능력을 극대화하는 것이다. 다음, 계산이 아닌 감각적인 퍼팅이 이루어지도록 꾸준히 연습하는 것이다. 또한 마인드 컨트롤로 감정을 다스릴 수 있어야 한다.

그런데 이 세 가지에 기술력이 더해졌을 때 챔피언과 싱글의 꿈이 현실화된 다. 많은 골퍼들이 빼어난 퍼팅을 하는 퍼트를 사용하는 게 좋다. 이 같은 명품 퍼트는 한두 번 반짝하고 사라지는 제품이 아니다. 오랜 기간 골퍼들의 사랑을 꾸준히 받는 게 진정한 퍼트의 제왕이다.



긴 세월 동안 골퍼들에게 ‘꿈의 퍼터’, ‘명품 퍼터’로 사랑받는 클래식 퍼터 중 하나가 ‘존바이런 퍼터’이다. 존바이런 퍼터는 대표적인 정통 핸드메이드 제품으로 가격이 비싸기로도 유명하다. 그래서인지 시중에서 쉽게 접할 수 없는 이유이기도 하다. 이런 정통핸드메이드 퍼터를

합리적인 가격에 구매할 수 있는 쇼핑몰이 있어 화재다. 스포츠조선이 운영하는 든든몰이다. 이번 든든몰에서 제안하는 명품 존바이런 퍼터는 기능과 디자인까지 수려한 MAGIC S3 연철단조퍼터다. 이퍼터는 존바이런 골프 정품이며 100% 수제 FULL CNC 밀링공법의 최상급 명품클럽이다.

정확한 방향성, 볼의 직진성 등 빼어난 컨트롤, 컴퓨터 같은 거리감은 타의 추종을 불허하다. 힐과 토우의 정밀한 무게 분배로 헤드의 흔들림도 최소화 된 이 제품의 페이스면은 터치감이 좋으면서도 묵직해 퍼팅에 이상적이다. 이 같은 장점은 심리적 안정감으로 이어진다. 베스트 기량을 선보이는 원동력으로 작용한다.

싱글 여부의 스코어는 결국 그린 위의 1타로 결정된다. 싱글로 인도하는 마 침표가 될 수 있는 수제 명품 ‘존바이런 Magic S3 FULL CNC 밀링 연철단조 수 제 퍼터’는 유명 백화점 몰에서 55만~65만 원에 판매되고 있다. 인터넷 최저가 도 53만원이다.

그러나 명품을 합리적이고 경제적 가격에 공급하는 스포츠조선 든든몰

(www.dndnmall.co.kr)에서는 온라인 최저가 보다도 30만원 상당이 저렴한 24만9,000원에 한정판매하고 있다. 수제 명품퍼터인 존바이런 퍼터를 구매할 절호의 찬스이다.

전화문의 1688-2528

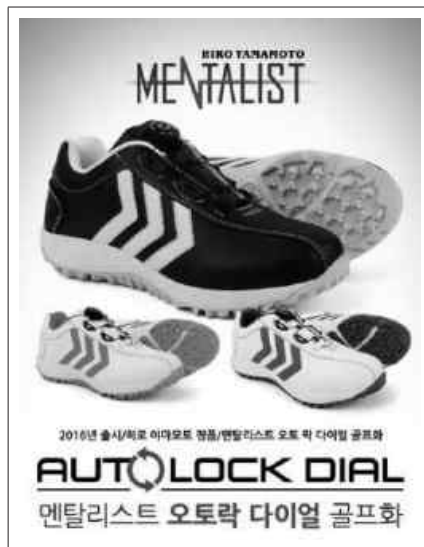
☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na***um@sportschosun.com』

〈http://sports.chosun.com/news/ntype.htm?id=201605100100055220003951&service_date=20160509〉

『최고가 ‘다이얼 골프화’ 60% 할인 ‘59,000원’ 파격 판매

기사입력 2016-05-10 14:46:22 최종수정 2016-05-18 15:04:03



다이얼을 살짝 돌리는 것만으로 굿샷 준비 끝! 최근 골프화의 대세는 끈을 매는 대신 다이얼만 돌리면 발을 생김새대로 감싸주는 다이얼시스템이다. 장타의 기본인 하체 고정에 최적인 다이얼시스템을 채택한 골프화가 단돈 59,000원에 국내 골퍼의 품에 안긴다. 거의 모든 브랜드에 다이얼이 장착되어 있는 제품들이 나오기는 하나 같은 모델이라 해도 일반 골프화보다 3~5만원 정도 비싸게 판매가 된다. 다이얼 시스템 골프화로는 단연 국내 최저가를 자부한다. 이

같은 혜택은 정가 14,500원인 히로 야마모토의 멘탈리스트 오토락 다이얼 골프화를 스포츠조선 든든몰이 60% 가격 할인 판매하는 덕분에 가능하다.



멘탈리스트 오토락 다이얼 골프화는 전통의 일본 골프용품 브랜드인 히로 야마모토가 한국 골퍼 맞춤형으로 출시한 제품이다. 라커룸에서 갈아 신고 다이어를 돌리는 순간 무장을 갖춘 스텔스 전투기가 물찬 제비처럼 공중으로 날아

오르듯 나의 티샷이 바람을 가를 것이라는 확신이 든다. 300그램대의 초경량으로, 18홀 내내 카트를 타지 않고 걸어서 라운딩해도 발이 가볍다. 또, 어떤 골프 패션에도 맞춰 신을 수 있도록 세 가지 색상의 심플하고 스포티한 디자인을 갖췄다.



멘탈리스트 오토락 다이얼 골프화는 최근 대세인 스파이크리스 형태로, 필드나 연습장에서는 물론 돌레길 걷기 등 다른 레저 활동 때 신어도 발이 편안하고 활동성이 높아 안정맞춤이다.

최고의 골프레저용품을 엄선해 합리적인 가격에 공급하는 스포츠조선 든든몰(www.dndnmall.co.kr)은 2016년 신상품인 히로 야마모토 멘탈리스트 오토락 다이얼 골프화를 소비자가 145,000원에서 60% 할인된 가격인 59,000원에 판매한다. 화이트그린, 화이트오렌지, 블랙그린 세 가지 색상 중 선택하면 되며, 사이즈는 색상별로 250~280mm까지 준비돼 있다. 또한 구매자 60명에게 이성을 유혹하는 폐로몬향 '클레마티스 향수 샴워젤'(정가 32,000원)을 선착순 무료 증정한다

전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na***um@sportschosun.com』

〈<http://sports.chosun.com/news/ntype4.htm?id=201605190100139720009725&servicedate=20160518>〉

『클레마티스 1만개 돌파기념! 100개 무료 증정 할인 행사

기사입력 2016-05-18 16:55:21



클레마티스 ‘샤워젤’ 1만개 돌파기념! 100개 무료 증정 할인 행사~

스포츠조선 든든몰에서는 클레마티스 페로몬 샤워젤 1만개 돌파기념으로 클레마티스 샤워젤(250ml본품) 100개를 무료로 드리는 행사를 진행한다. 이는 스포츠조선 든든몰에서만 판매된 숫자이며 스포츠조선 든든몰은 보다 더 좋은 양품질의 제품을 개발 판매하겠다는 포부를 밝혔다.

스포츠조선 온라인 쇼핑몰인 든든몰에서 2년 연속 최다 판매, 최대 구매댓수를 자랑하는 클레마티스 샤워젤은 한 번 구매한 고객의 재구매율이 45%를 웃도는 베스트셀러, 스테디셀러이다. 클레마티스가 오랜기간 사랑받는 비결은 바로 페로몬이다. 이성을 유혹하는 클레마티스 샤워젤의 베이스 원료가 페로몬

이다. 이성의 호감을 불러일으키는 묘약으로 알려져 있는 페로몬은 몸에서 나는 체취와 비슷한 유혹의 물질이며 행복의 매개체이다. 샤워 후 내 몸에서 은은히 풍기는 페로몬 향기를 맡으면 상대방의 뇌에서는 행복호르몬인 도파민 분비가 활성화되고, 그러면 미묘한 감정의 변화 속에 나를 매력적인 사람으로 느끼게 되는 것이다.

자연 속에서 살아가는 모든 동물은 짝짓기 시기가 되면 이성을 유혹하기 위해 성적 유인물질을 체외로 발산한다. 동물은 일정한 짝짓기 시기가 끝나면 유인물질 발산이 끝난다. 그런데 욕망이 무한한 인간은 언제 어느 때나 이성을 유혹하고 싶어한다. 이런 욕망을 만족시켜 주는 샤워젤이 페로몬 베이스인 클레마티스이다.

클레마티스 샤워젤은 기존 샤워젤 보다 10배 이상 향이 강하다. 소비자의 반응도 그만큼 뜨겁다. 클레마티스 샤워젤을 사용한 소비자들이 든든물에 남긴 사용 후기가 증명한다. “3년만에 미팅에서 성공했다”, “온 집안에 향기가 퍼진다”, “대인관계가 잘 풀린다” 등의 찬사가 줄을 잇는다. 이성과의 만남 때, 또는 비즈니스를 위한 모임 때 상대방부터 호감을 얻는 방법으로 클레마티스 페로몬 샤워젤이 역할을 톡톡히 하는 것이다.

클레마티스 페로몬 향수 샤워젤은 남녀 공용이다. 남성과 여성 모두 좋아하는 시원한 향으로, 다가오는 여름에 이성을 유혹하기에 딱 좋은 향수샤워젤이다.

클레마티스 샤워젤은 페로몬 향이 강할 뿐 아니라, 세정 효과 또한 더욱 좋아졌다. 거품력은 2배 이상, 보습력은 4배 강하고 세정력은 2배 강화됐다. 파워 넘치는 실천을 꿈꾸는 젊은이의 취향에 딱 맞다.

샤워젤을 구매하는 모든분들께 1+1으로 증정하는 100개의 샤워젤은 모두 250ml 본품이며 든든물에서 판매하고 있는 소비자가 36,000원인 제품이다. 조기 소진 될 수 있으니 이 기회를 놓치지 말자.

이 행사의 자세한 내용을 보려면 스포츠조선 든든몰(www.dndnmall.co.kr)에서 확인 할 수 있다.

전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na***um@sportschosun.com』

〈[http://sports.chosun.com/news/ntype4.htm?id = 201605190100141620009834&ServiceDate = 20160518](http://sports.chosun.com/news/ntype4.htm?id=201605190100141620009834&ServiceDate=20160518)〉

『캘러웨이 ‘VIP’ 드라이버, 전세계 한정판! 판매실시

기사입력 2016-05-27 13:43:02



전세계 딱! 1000자루만 생산된 최고급 드라이버를 보유할 기회가 왔다. 캘러웨이코리아가 한정판으로 국내에 소개한 레가시 플래티늄V 드라이버가 주인공이다. 품격과 비거리, 방향성을 모두 만족시키는 프리미엄 삼위일체를 보장하는 명품이다. 이처럼 세 마리 토끼를 잡은 것은 헤드와 샤프트 모두를 첨단소재, 정밀설계로 제작했기 때문에 가능해졌다.

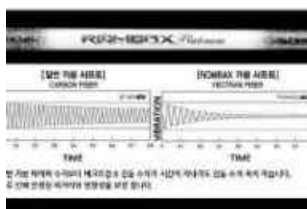


캘러웨이는 전세계 골퍼들이 가장 많이 애용하는 브랜드이다. 레가시는 이러한 캘러웨이의 최상위 라인이고, 플래티늄V 드라이버는 이 라인 중에서도 최고급 제품이다. 그만큼 품격이 남다르다. 헤드 크라운은 블랙PVD로 처리해 흑진주와 같은 광채가 빛나고, 솔 부분은 레인보우PVD로 마감해 필드의 햇빛이

무지개처럼 신비롭게 퍼져나간다. 백금색 샤프트와 화이트 칼러의 고급 그룹은 짙은 빛갈 헤드와 대비되며 골퍼의 품위를 높여 준다.

레가시 플래티늄V 드라이버의 헤드 페이스는 지구상 모든 티타늄 합금 중 가장 가볍고 반발력이 좋은 8-1-1 티타늄으로 제작했다. 이 덕분에 레가시 플래티늄V는 공인 드라이버 반발지수의 극한까지 추구한다. 이와 달리, 다수의 티타늄 드라이버는 가격 부담 때문에 가장 일반적인 공업용 티타늄인 6-4 티타늄으로 만든다.

캘러웨이 기술진은 또, 여유 무게를 후방 힐 위치에 깊고 낮게 배치해 슬라이스를 방지하면서 자연스럽게 드로우 구질을 유도하도록 헤드를 설계했다. 최고급 티타늄의 최대반발력과 드로우 바이어스 헤드 설계가 동시에 작용함으로써, 레가시 플래티늄V 드라이버는 티샷하는 골퍼가 보낼 수 있는 최장 비거리를 만들어낸다.



드라이버의 ‘엔진’이라 할 샤프트도 빼놓을 수 없다. 세계 3대 샤프트 브랜드로 꼽는 후지쿠라 롬박스의 플래티늄 샤프트는 내마모성이 탁월해 화성탐사선에 사용하는 고강력섬유인 벙크트란R’로 제작했다. 골퍼가 티샷을 시작하면, 경량 고탄성 카본직물이 힘과 복원력을 최대치로 만들어낸다. 동시에 벙크트란R은 샤프트의 불필요한 움직임을 억제해서 낭창거리지 않는 견고한 스윙감을 선사한다. 이와 같은 운동 특성이 스윙 스피드가 느린 주말골퍼도 공을 멀리 정확하게 보내 필드의 목표지점에 착륙시킬 수 있도록 해 주는 것이다. 후지쿠라 롬박스 플래티늄 샤프트는 만약 시중에서 따로 구입한다면 65만원선을 예상해야 하는 고가 샤프트이다.



이 드라이버는 권장소비자가격이 130만원에 달한다. 앞서 설명했듯 최고급 재질로 한정 수량만 제작했기 때문이다. 하지만, 스포츠조선 쇼핑몰 든든몰(www.dndnmall.co.kr)에서는 단독으로 파격 할인가인 40만원대에 판매한다. 정

가에서 60% 이상 할인한 특가 이벤트이다. 스펙은 ‘로프트 10.5도, 샤프트 강도 R과 SR’로 인기스펙이며, A/S가 보장되는 캘러웨이코리아 정품이다.

캘러웨이는 전세계에 한정 공급한 1000자루 이외에 추가 생산할 계획이 없다고 밝혔다. 이번이 캘러웨이 리미티드 명품 드라이버 ‘레가시 플레티늄V’를 손에 질 기회인 것이다. 전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na***um@sportschosun.com

<http://sports.chosun.com/news/ntype.htm?id = 201605280100217730015220&service_date = 20160527>

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠조선의 위 기사들은 기업의 판촉물과 같은 장점 일색의 표현과 내용으로 자사가 운영하는 쇼핑몰과 제품을 선전하고 있다. 제품의 단점이나 독자가 유념해야 할 정보에 관해서는 전혀 언급이 없을 뿐 아니라 자사 쇼핑몰로 연결되는 링크까지 걸어 놓았다.

이처럼 신문이 사회적 공기인 지면(온라인 지면)을 이용하여 계열사 홍보를 과도하게 하는 것은 언론의 정도를 벗어난 제작태도로써 자사의 영리적 목적을 위한 상업적 보도라는 지적을 피하기 어렵다고 판단된다. 따라서 위 기사들은 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로 부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑤(보도자료의 검증), 제10조 「편집지침」 ⑧(기사와 광고의 구분)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-24 독자불만처리

스포츠동아 발행인 송 대 근

주문

스포츠동아 2016년 5월 16일자「고개숙인 남편, 팬티 하나 바꿔줬더니?」, 5월 20일자「2만원대 자동차 통풍시트 40만원 보다 성능 앞서」, 5월 25일자「치주염, 구취 막는데 이 방법이 최고」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『스포츠동아의 위 기사들은 기사 형태를 가장한 광고입니다. 기자 바이라인을 달아 놓았지만 형식에 불과합니다. 기사체로 풀어서 제품을 상세히 소개하는 척 했지만 제품의 단점에 대해서는 단 한마디도 없습니다. 이런 식으로 소비자를 기만하지 마십시오.』

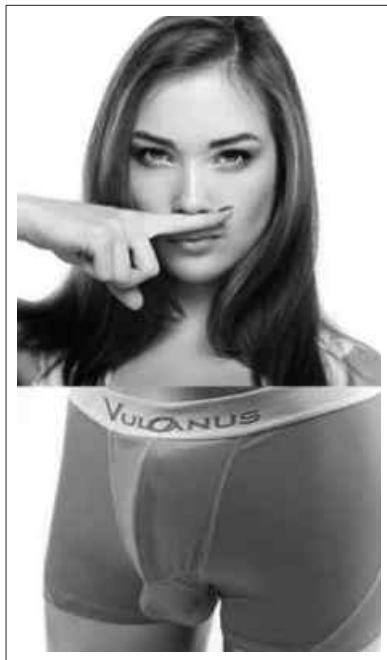
2. 이에 앞서 스포츠동아는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『고개숙인 남편, 팬티 하나 바꿔줬더니?』

입력 2016-05-16 17:12:00

남성의 사타구니 근처는 고온다습하다. 때문에 곰팡이나 살 같은 질환에 노출 돼 있다. 남성들의 심중팔구는 사타구니 냄새를 맡아 청결도를 확인한다. 가끔 타인에게 들킬 때도 있지만 남성들에게는 압박에 의한 불쾌감과 불편함은 어쩔 수 없는 현실이다.

조금 격한 운동을 하거나 많이 걸을 때면 음낭과 음경이 서로 쓸리거나 음낭이 주변 허벅지살에 쓸리게 된다. 이때 배출되는 열기와 땀을 온전히 배출해내지 못한다면 가장 청결해야 할 곳이 곰팡이 및 세균의 증식으로 인해 낭습, 습진, 가려움증등의 피부질환이 생기기도 한다. 이와 반대로 의자에 앉아서 하루 종일 근무할 때는 음낭과 음경이 장시간 맞붙어 있으면서 땀이 차고 고약한 냄새를 풍기게 된다.



문제는 이런 사정이 단순히 불편함에서 그치지 않고 성기능 저하로 이어질 수 있다는 점이다. 남성의 고환은 체온 36.5도보다 약 3도 낮은 33.5도일 때 가장 왕성한 생산 활동을 한다. 따라서 본능적으로 고환의 피지선과 땀샘이 수시로 땀을 배출하여 열을 발산하는 중요한 역할을 한다.

그러나 이때 배출되는 열기와 땀을 제대로 배출해내지 못하면 사타구니의 악취, 피부질환은 물론, 생식기능에까지 문제가 생길 수 있다.

심지어 전문가들도 고환은 1도만 온도가 상승해도 기능이 저하될 수 있다고 지적한다.

이를 남자로 태어난 팔자(?)로 치부할 수도 있겠지만, 실은 속옷만 잘 입어도 이런 고민을 덜 수 있는 세상이다.

속옷에도 인체구조공학을 접목해 편안함과 기능성을 동시에 추구한 제품들이 나오고 있기 때문이다.

생활건강 전문기업 (주)고려생활건강(대표이사 박충식)에서 소개하고 있는 ‘불카누스’(Vulcanus)는 사타구니 악취 및 낭습 예방을 위한 음경 및 음낭 분리형

기능성 팬티로 특허 등록(특허 제 10-1400904호)된 제품으로, 음낭과 음경을 따로 담아 분리해주는 3D 입체구조로 제작되었다. 이런 독특한 입체구조 덕에 일반 삼각, 트렁크, 드로즈 팬티와 달리 음낭과 음경이 한쪽으로 쏠리거나 마찰이 되는 현상이 없다.

따라서 땀으로 인한 끈적임, 옷감에 의한 압박감이 없이 시원하고 쾌적한 기분을 느낄 수 있다. 고환이 허벅지 등에 달라붙지 않고 독립해 위치하므로 고환의 온도가 체온에 의해 불필요하게 상승하는 것도 방지해 준다. 이로써 고환 본연의 기능을 왕성하게 할 수 있게 된다.

불카누스는 또한 꿈의 섬유로 불리는 ‘코오롱 ATB-UV+’를 원단으로 채택해 음낭에서 난 땀이 신속히 속옷 외부로 배출되고 그 만큼 빨리 건조된다. 은사를 사용하여 악취나 세균, 곰팡이의 향균 처리가 탁월하며, 여러 번 세탁해도 이 같은 기능이 오래도록 유지할 수 있도록 설계됐다.

음경이 놓이는 중심 부위는 ‘파워존’이라고 명명, 속감에 삼배와 같이 부드럽고 자연스럽게 마찰이 되는 소재를 덧대어 착용 시간 동안 저절로 마찰에 의한 귀두를 둔감하는 효과를 볼 수 있도록 고안됐다.

판매원인 고려생활건강의 담당 엠디는 “인체공학적인 디자인과 기능성 속옷은 비단 여성의 전유물이 아니라는 생각에서 불카누스 기능성팬티를 기획하게 되었다. 봄이 다가오며, 판매량이 2배로 뛰었으며, 해외 수출문의도 지속적으로 들어오고 있다”고 밝혔다.

고려생활건강은 불카누스 6종 한 세트를 정상 판매가 9만9000원에서 할인된 4만8800원에 최저가로 판매중이다.

정리 = 동아닷컴 고○○ 기자 ho***se@donga.com

☞ 불카누스 기능성 팬티 자세히 보러가기

〈<http://sports.donga.com/SPORTS/3/all/20160516/78125707/1>〉

『2만원대 자동차 통풍시트 40만원 보다 성능 앞서

입력 2016-05-20 10:51:00



자동차를 출고할 때보다 사제(?)제품의 성능이 더 뛰어난 경우가 많다. 후방 카메라의 화질은 CMOS급으로 순정보다 사제가 더 화질이 뛰어나고 선명하다. 오디오나 내비게이션도 순정보다 사제 매립이 더 우수하다. 가격도 사제제품이 순정보다 절반수준으로 더 합리적이다.

여름에 주로 사용하는 통풍시트 옵션은 따로 추가할 수 없고 고급사양을 선택해야 따라오는 옵션이다. 대략 30만원선. 만약 시트를 통째로 바꾸게 되면 시트하나에 45만원으로 양쪽 90만원이 든다. 여름한철 잠깐 사용하는 옵션치고는 너무 비싸다.

통풍시트는 엉덩이와 등, 허벅지가 시트에 밀착되어 실내온도가 20도를 유지해도 통풍이 안 되어 땀이 차고 끈적거리게 된다.

하지만 윈드파워 차량통풍시트는 가죽시트와 잘 어울리는 고급스러운 디자인에 간단한 설치로 신체와 시트사이의 공간을 만들어 실내공기가 지나가는 통로가 생긴다. 3D입체 그물구조로 뛰어난 공기 투과력을 가지고 땀이 차지 않아 시원하게 운전할 수 있다.

여름철 장거리 운전에는 이런 통풍시트가 필수적인 아이템이다. 굳이 값비싼 통풍시트 옵션을 따로 하지 않아도 된다.

고려생활건강에서(<http://www.korcare.co.kr/shop/shopdetail.html?branduid=24772>)에서 차량통풍시트 일체형 1개에 2만2000원에 판매중이며, 색상은 화이트와 블랙 두가지가 있다. 또한 선착순 500명에게 팔 전용 쿨토시 한쌍을 무료로 증정하는 프로모션을 단독으로 진행한다.

정리 = 동아닷컴 고○○ 기자 ho***se@donga.com

▷ 윈드파워 차량통풍시트 보러가기』

〈<http://sports.donga.com/SPORTS/3/all/20160520/78204543/1>〉

『치주염, 구취 막는데 이 방법이 최고

입력 2016-05-25 10:53:00

치은염, 치주염등의 치주질환은 자신도 모르게 발생하게 되는 경우가 많으며, 이는 우리나라 국민의 70%이상 해당된다. 치주질환은 대체 왜 발생하게 되는 것일까? 주요 원인은 바로 입속 세균. 그러므로 입속 세균 의 근본적인 해결이 중요하다.

치주질환은 잇몸(치은)과 치아 사이 'V자' 모양의 틈 아래 부분에 박테리아가 공격하여 치주인대와 인접 조직을 손상되면 발생하며, 심하면 고름 및 출혈을 동반, 더욱 심할 경우 치아가 저절로 빠지기도 한다. 치주 질환은 연령과도 관계가 깊은데 20세 이상의 성인의 경우에는 과반수에서, 35세 이후에는 4명당 3명꼴로, 그리고 40세 이상의 장노년층의 경우는 80~90%가 발생한다.

또 다른 치주 질환의 직접적인 원인은 치아에 지속적으로 형성되는 '플라크'라는 세균막이다. 플라크는 끈적끈적하고 무색이며, 이것이 제거되지 않고 단단해지면 치석이 된다. 치석은 심한 경우 잇몸에 염증을 일으키고 더 심하면 궤으로 드러난 부위 뿐만 아니라 잇몸 안쪽으로도 파고들어 치조골과 신경 조직을 상하게 한다.

특히 구강세균 중에서 제일 무섭다고 하는 진지발리스균은 잇몸 사이에 숨어 있다가 독소를 내뿜어 잇몸을 붓게 하고 출혈도 일으키지만 통증이 없어서 예방이 더욱 어렵게 한다. 하지만 사전에 일상속에서 개인 구강관리만 잘해도 충분히 예방할 수 있다.

보통 치주염, 치은염등의 치주 질환은 스케일링이나 정기적으로 자가 치과검진을 하지 않는 이상 관리하기가 어렵다. 이런 질환으로 고민하는 사람들을 위해 아주약품(주)에서 입 냄새는 물론 치주질환 예방까지 가능한 치주염 예방

가글을 출시했다.



60년간 국민 건강과 복지에 기여한 아주약품의 기술제휴로 만들어낸 올리덴탈 체크가글은 가글 형태로 되어 있어 이와 잇몸 사이사이까지 구석구석 침투해서 이물질을 빼내주고 입속 세균을 99.9% 없애주는 놀라운 살균은 물론 불소 막을 형성하여 유해세균으로부터 치아 표면을 보호해주고 충치를 예방하는 효과까지 있다.

사용 방법도 간편하다. 작은 컵으로 입안에 머금고 30초 정도 가글 후 뱉어 내면 이물질을 육안으로 확인할 수 있는데, 이 이물질속에 입 냄새와 치주 질환의 원인인 세균이 포함되어 있다. 즉, 이물질이 많을수록 치주질환에 직접적인 영향을 주는 유해세균이 많이 서식한 것이라 보면 된다. 하루 1번 사용으로 치주 질환 예방은 물론, 입 냄새로부터 해방될 수 있다.



뿐만 아니라 설태, 백태, 치석 제거의 뛰어난 효과와 구강 내 세균 제거 효과를 지닌 것으로 연세대학교 기능수연구단 임상실험으로 검증되었다.

올리덴탈 체크가글은 구강 청결에 효과가 있는 녹차, 레몬오일, 올리브 잎 추출물 성분등의 천연원료로 제조되었으며, 無타르색소, 無알코올, 無계면활성제 제품으로, 효과가 일시적이고 침을 마르게 해 되려 구강건강에 해를 끼칠 수 있는 시중의 알코올 함유 제품과 차별화된다.

식약처에서 ‘충치예방, 구취제거, 치은염 및 치주염 예방, 잇몸질환 및 치주질환 예방’으로 허가 받고 美FDA에 등록되었다.

아주약품 연구진은 “가글처럼 입안을 행구듯 뱉으면 입 냄새의 원인물질인 백태와 설태, 기타 박테리아가 제거되고 이런 이물질을 육안으로도 확인할 수 있다”라고 밝혔다.

올리덴탈 체크가글을 온,오프라인 최저가로 공급중인 생활건강 전문기업 고려생활건강(www.korcare.co.kr)의 진수정팀장은 “올리덴탈 체크가글은 고려생활건강에서 출시 6개월만에 10만세트가 판매되었다. 수백개의 후기와 입소문을 타고 구매하는 고객이 빠르게 증가하고 있어 최근에는 생산 속도가 판매 속도를 따라 잡지 못하는 사태까지 발생했다”고 밝혔다.

한편, 고려생활건강에서 올리덴탈 체크가글 판매수량 10만세트 돌파 기념으로 선착순 1천명에게 최대 2만9800원 상당의 사은품(USB면도기, 휴대용 구강청결제, 올리덴탈체크가글중 택1)을 증정하는 이벤트를 단독으로 진행중이다.

정리 = 동아닷컴 고○○ 기자 ho***se@donga.com

▷ 아주약품 올리덴탈 체크가글 선착순 이벤트 보러가기

〈<http://sports.donga.com/News/3/all/20160525/78305968/1>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠동아의 위 기사들은 각각 남성 기능성 팬티, 차량 통풍시트, 구강 청결제를 선전하는 것이다. 기사는 독자나 소비자들에게 해당 제품의 장·단점을 균형 있게 소개해 정보를 충실히 전달하기 보다는 장점 일색의 표현과 내용으로

제품을 홍보하고 업체 홈페이지 주소와 제품 가격까지 공개했다.

이는 사실상 광고나 다름 없는 홍보성 기사로써 특정 업체의 영리에 영합하는 상업적 보도라는 지적을 피할 수 없다고 판단된다. 따라서 위 기사들은 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑤(보도자료의 검증), 제10조 「편집지침」 ⑧(기사와 광고의 구분)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-25 독자불만처리

스포츠경향 발행인 송 영 승

주문

스포츠경향 2016년 5월 24일자 「[영상] ‘불륜녀의 최후’ 머리카락 잘리고 옷까지 찢겨 내동댕이」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문이 이런 폭력적인 영상을 게재해도 되는 겁니까? 아스팔트 바닥에 넘어뜨려 집단 구타하고 반나체 상태로 옷을 벗기고 머리카락까지 잘라버리는 장면이 매우 무섭고 끔찍합니다.

불륜은 비난 받아야 마땅하지만 그렇다고 폭력이 정당화될 순 없습니다. ‘배우자가 불륜을 저지르거나 애인이 바람을 피우면 폭력으로 처참히 응징해야 한다’ 는 의식을 심어주고자 이런 영상을 게재한 겁니까? 중고생 자녀들을 키우는 입장에서 우리 아이들이 이런 걸 볼까봐 심히 걱정됩니다.』

2. 이에 앞서 스포츠경향은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『[영상] ‘불륜녀의 최후’ 머리카락 잘리고 옷까지 찢겨 내동댕이

온라인뉴스팀기사입력 2016년 05월 24일 17:40:00

‘불륜녀의 최후’ 머리카락 잘리고 옷까지 찢겨 내동댕이

타인의 남편과 불륜을 저지른 한 중국 여성이 길거리에서 남성의 아내에게 폭행을 당하고 머리카락을 잘리는 등 수모를 당했다.

중국 매체 금일두조는 15일(현지 시각) 한 모녀가 자신의 남편을 유혹한 여성을 찾아가 처절하게 응징하는 모습이 담긴 영상을 공개했다. 영상 속에서 남편의 아내로 추정되는 한 여성은 흰 원피스를 입고 있던 한 여성을 차량에서 끌어내 길바닥에 내팽개쳤다.



이어 이 모녀는 끌어내린 여성을 폭행하고 옷을 찢는 것뿐만 아니라 가위로 머리카락을 자르기 시작한다. 길바닥에 팽개쳐진 여성은 끝내 눈물을 흘리며 자리에서 일어나지 못했다.

모녀의 폭행은 여기에서 끝나지 않았다. 이 여성들은 불륜녀로 추정되는 여

성의 뺨을 계속해서 때리고 입고 있던 옷을 벗기기까지 했다. 결국 여성은 반나체와 마찬가지로 상태로 길바닥에서 일어나지 못했다.

중국에서는 아내가 자신의 남편을 유혹한 불륜녀를 찾아가 복수하는 모습이 담긴 동영상 이미 여러차례 공개돼 논란을 빚은 바 있다.』

〈http://sports.khan.co.kr/news/sk_index.html?art_id=201605241740003&sec_id=562901&nv=stand〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 위 적시 기사에 게재된 동영상에 대해 독자가 불만을 제기한 건이다. 해당 동영상에는 2명의 여성이 하얀 원피스를 입은 어떤 여성을 차에서 끌어내려 폭행하는 장면이 담겨 있다. 기사에 따르면 자신의 남편과 불륜을 저지른 여성에게 복수하기 위해 두 모녀가 이와 같은 행각을 벌였다고 한다. 이 모녀는 여성을 길바닥에 내팽개친 후 옷을 벗겨 뺨을 때리고 가위로 머리카락까지 잘라버렸다.

사회 공공의 정서를 감안한다면 결혼한 사람이 배우자 이외의 다른 이성과 애정행위를 하는 것은 당연히 비난의 대상이고 금기시되는 행위이다. 그러나 학교 폭력이나 성인 남녀의 데이트 폭력이 심각한 사회 문제가 되고 있는 현실에 비추어 볼 때, 신문이 위와 같은 동영상을 게재한 것은 신중한 보도 자세가 아니다. 더욱이 어린이나 청소년들까지도 접근이 쉬운 인터넷 매체에 잔혹한 폭력 장면이 담긴 동영상을 그대로 게재한 것은 미성년자의 건전한 인격 형성에 부정적인 영향을 미치고 모방 범죄까지 유발할 우려가 있다.

스포츠경향은 2016년 5월 31일에 해당 동영상을 삭제 조치했지만, 폭행의 구체적인 과정까지 볼 수 있는 풀(full)동영상을 게재하고 8일간 방치한 점은 본 위원회의 지적을 피하기 어렵다고 판단된다.

따라서 위 기사는 신문윤리강령 제2조 「언론의 책임」, 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ④(선정보도의 금지), 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-26 독자불만처리

스포츠동아 발행인 송 대 근

주문

스포츠동아 2016년 5월 27일자 「최수종, 北김정은 먹살잡다 아오지탄광 갈 뻔…」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

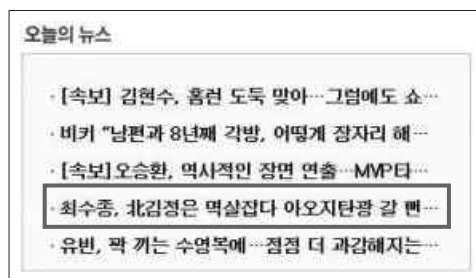
이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『인터넷으로 스포츠동아를 보던 중 「최수종, 北김정은 먹살잡다 아오지탄광 갈 뻔…」이라는 제목을 보고 깜짝 놀라 클릭해봤더니 TV방송에 대한 기사였습니다.

북한의 남한 인사 납치 가능성이 높아지고 남북 관계가 위태로운 상황인데 이런 낚시성 제목은 제발 올리지 말았으면 좋겠습니다.』

2. 이에 앞서 스포츠동아는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



〈2016. 5. 27. 13:57 캡처〉

『“잘 살아보세” 최수종, 北 김정은 먹살잡다 아오지탄광 끌려갈 뻔

입력 2016-05-27 10:10:00



‘잘 살아보세’ 최수종이 북한 김정은에 의해 아오지탄광으로 보내질 뻔한 사연이 공개된다.

28일 방송되는 채널A ‘잘 살아보세’에서는 탈북미녀들을 만나기 위해 북한 김정은이 통일섬을 방문했다.

집에 질린 탈북미녀들의 모습에 최수종은 “초대 받지 않은 외부인은 내 집에 들어올 수 없다”고 막아섰다. 이에 김정은은 “나를 막아선 최수종을 당장 아오지탄광으로 보내라”고 말해 주변을 놀라게 했다.

그런데 잠시 후 김정은의 정체가 밝혀지면서 긴장감은 커녕 바로 남북화합의 장이 열렸는데, 김정은의 정체는 옷차림부터 체형까지 판박이인 김정은 닮은꼴

SNS스타 김민용 씨였던 것.

이에 최수중은 “진짜 김정은이 아니어서 다행이다. 아오지탄광으로 끌려가는 줄 알았다”고 말하며 김정은의 먹살을 잡아 웃음을 줬다. 함께 출연하는 탈북미녀들 또한 “정말 무서웠다. 김정은이 실제로 나를 잡으러 온 줄 알았다.”며 당시 상황을 설명했다.

한편 이날 통일섬을 발각 뒤집은 가짜 김정은의 방문 스토리는 27일 토요일 9시 30분에 방송된다.

동아닷컴 이○○ 기자 m**ty82@donga.com

사진 | 채널A ‘잘 살아보세’

〈<http://sports.donga.com/Feed/3/all/20160527/78349586/1>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠동아의 위 적시 기사는 지난 5월 28일 방영된 채널A 예능프로그램 ‘잘 살아보세’의 내용을 다룬 것이다.

채널A ‘잘 살아보세’는 탤런트 최수중을 비롯한 가수 이상민, 김종민 등의 남한 남성과 탈북 여성들이 충남 태안 대야도에서 함께 살며 벌어지는 이야기를 그린 프로그램이다. 이 날 방송에서는 북한의 김정은 코스프레로 유명세를 타고 있는 김민용씨가 대야도에 예고 없이 방문, 출연자들을 놀라게 했다.

그런데 스포츠동아는 위 방송이 나가기 하루 전인 5월 27일, 자사 사이트 ‘오늘의 뉴스’ 난에 「최수중, 北김정은 먹살잡다 아오지탄광 갈 뻔…」이라는 제목으로 기사를 올렸다.

불만을 제기한 독자처럼 방송 내용을 전혀 모르는 입장에서는 위 제목을 실제 상황으로 오해할 여지가 있다. 더구나 해당 프로그램은 위 기사가 보도된 시점에는 아직 방송되지 않은 상태였다. 그러한 시점에 스포츠동아가 위와 같은 제목을 단 것은 적절치 않았다고 판단된다.

기사에서 제목이 갖는 비중은 결코 작다고 할 수 없으므로 방송이나 영화 속 스토리를 실제 사실인 것처럼 제목을 다는 것은 독자들에게 잘못된 정보를 제

공할 우려가 있고 독자의 시선을 끌기 위해 의도적으로 사실을 왜곡했다는 오해를 살 수 있다. 연예계의 단순한 가십거리라도 가능한 한 객관적 사실에 가까운 보도를 하는 것이 바람직하다고 사료된다.

따라서 위 기사는 신문윤리실천요강 제10조 「편집지침」 ①(표제의 원칙)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-27 독자불만처리

연합뉴스 발행인 박 노 황

주문

연합뉴스 2016년 4월 27일자 「‘비혼이 대세?’…신붓감 없어 결혼 못하는 농촌총각엔 ‘비수’」 제목의 기사에 대한 독자의 불만제기를 ‘기각’한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『2016년 4월 27일 연합뉴스에서 보도된 ‘비혼이 대세?’…신붓감 없어 결혼 못하는 농촌총각엔 ‘비수’ 기사에 대해 아래와 같은 문제가 있다고 판단되어 심의를 요청합니다.

해당 기사는 외국 ‘처녀’라는 표현을 ‘총각딱지’라는 표현과 함께 사용하며 여성을 총각 딱지를 떼기 위한 성적대상으로 치부해버리고 있습니다. 더군다나 9살 적은 베트남 여성과 결혼하는 한국 남성A씨를 총각 딱지를 떼고 가정을 꾸리게 된 사람으로 표현하여 결혼에 담긴 신성한 의미들을 성(性)에 국한시키고, 평생의 반려자를 찾고 싶은 농촌의 남성을 성적인 욕구를 충족시킬 대상을 찾는 존재로 폄하하였습니다.

또한, 미혼 여성 비율 변화자료(통계개발원)를 제시하며 저출산 현상의 핵심 원인과 책임을 여성에게 돌리고 있습니다. 이는 여성의 비혼 결심을 농촌총각

의 양산과 출산으로 귀결시키는 논리적 비약이 있다고 보여집니다.

결혼이 어려운 농촌총각의 현실과 이를 타개하기 위한 각 지자체의 노력을 알리기 위한 연합뉴스 기사의 목적은 좋았으나, 부적절한 표현과 인용을 통해 독자들에게 잘못된 인식을 심어줄 위험성이 있다고 판단됩니다.

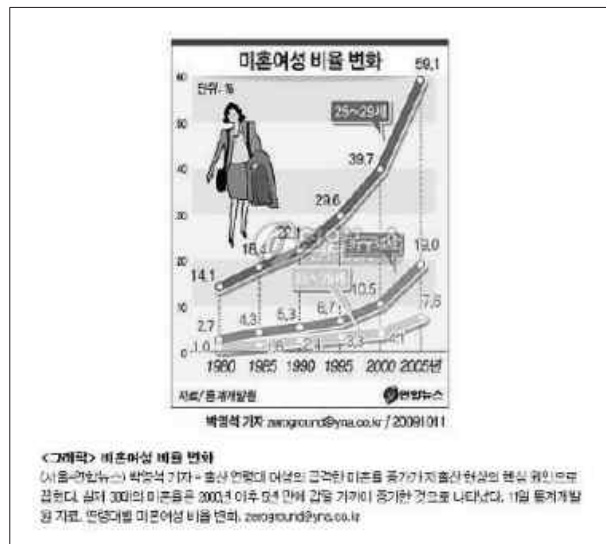
기사에는 한남충, 김치녀 등의 이성혐오성 발언 댓글이 달림으로써, 양성평등한 사회조성에 기여해야할 언론이 성적 대결구도를 조장했습니다.

연합뉴스는 국내외 뉴스를 공급하고 있는 종합 뉴스 통신사로서 사회에 만연한 남녀 간의 갈등을 해소하고 건전한 여론을 형성하는 책무성을 가져야 합니다. 해당 기사는 신문윤리실천요강 제1조 3항(사회적 책임)과 4항(차별과 편견의 금지)을 위반한 것으로 판단되므로, 심의를 통해 적절한 제재를 취해 주실 것을 요청합니다.』

2. 이에 앞서 연합뉴스는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『비혼이 대세?...신붓감 없어 결혼 못하는 농촌총각엔 ‘비수’

송고시간 2016-04-27 10:03



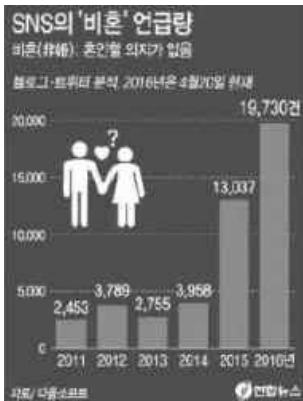
외국 처녀라야 ‘총각딱지’ 떼는 현실...농촌 지자체, 국제결혼 지원 팔 걷어

(증평 = 연합뉴스) 윤○○ 기자 = # ‘비혼(非婚)’이 대세?

최근 사회관계망 서비스(SNS)에서는 “결혼이 필수도 아니고...”, “결혼을 해도 그만, 안 해도 그만”이라는 내용의 글을 심심치 않게 볼 수 있다.

결혼을 못하는 게 아니라 화려한 싱글로 살기 위해 안 한다고 당당하게 선언하는 싱글족이 부쩍 늘었다.

빅데이터 분석업체 다음소프트에 따르면 올 들어 지난 20일까지 블로그 등에서 언급된 ‘비혼’ 건수가 2011년보다 무려 704%나 증가했다.



지난달 초 임각수 충북 괴산군수 집무실로 한국 남성 A(36)씨와 A씨보다 9살이나 적은 베트남 여성 B씨가 수줍게 들어섰다.

임 군수는 총각 딱지를 떼고 가정을 꾸리게 된 A씨와 이역만리에서 오직 남편만을 믿고 새 살림을 꾸리게 된 B씨에게 ‘행복하게 오래 잘 살라’는 따뜻한 덕담과 함께 결혼비용 지원금(500만원) 증서를 전달했다.

비혼을 선언하는 싱글족과 단란한 가정을 꾸리고 싶어도 국내에서 신부를 구하지 못해 국제결혼으로 눈을 돌리는 농촌 총각들의 안타까운 현실이 극명하게 대비되는 장면이다.

신부를 구하지 못해 발을 동동 구르는 농촌 총각들로서는 ‘비혼이 트렌드?’라는 시대상에 가슴이 뭉클 따름이다.

한여름 띄약벌에서 등골을 타고 연방 흐르는 땀을 훔치면서 일을 해야 하는 농촌으로 여성이 시집가는 것을 꺼리는 현실은 어제오늘의 일이 아니다.



외국인 반려자를 찾아야 겨우 신혼의 단꿈을 꿀 수 있는 농촌 총각들을 위해 충북 도내 지방자치단체와 지방의회가 국제결혼을 적극적으로 지원하고 나섰다.

‘아기 울음소리’가 많이 들릴수록 지역에 활력이 생기고 지역경제에도 도움이 될 수 있다는 판단에서다.

국제결혼에 적극 나서는 지자체 중 한 곳이 전형적인 농업군(郡)인 괴산이다.

지난달 말 괴산군 내 65세 이상 노인은 전체 군민(3만8천202명)의 30%인 1만1천456명에 달한다.

전체 인구가 3만명가량 더 많은 인근 진천군(6만8천339명)보다 노인 인구는 오히려 358명 많다. 충북 평균 노인인구 비율(14.9%)보다 배나 높다.

초고령사회로 접어들고 변변한 기업체가 거의 없는 괴산군으로서는 ‘젊은 피’를 수혈, 농촌에 활력을 불어넣는 게 절실하다.

군이 2008년 8월 농촌 총각의 국제 결혼 지원에 나선 것도 이 때문이다. 군은 그해 조례를 제정, 최고 500만원의 국제결혼 비용을 지원하기 시작했다.

만 35세 이상~만 50세 이하 남성으로, 군내에 3년 이상 계속 거주한 총각이 첫 결혼에 나설 때 지원한다.

노총각들에게 결혼 비용을 지원해주면 국제결혼이 늘고, 자연스레 인구 증가로 이어질 것이라는 군의 기대와는 달리 눈에 띄는 성과는 없었다.

지원 조건을 충족하는 국제결혼자가 많지 않아서다.

2008년부터 지난해까지 7년동안 겨우 28명이 혜택을 받는데 그쳤다. 국제결혼 지원제도가 실질적인 효과를 거두려면 문턱을 낮춰야 한다는 목소리가 커졌다.

괴산군의회가 지원 조건을 대폭 낮춘 조례안을 마련한 것도 이런 맥락에서다.



괴산군의회는 최근 미혼자 국제결혼 지원 기준을 군내 3년 이상 거주자에서 1년 이상 거주자로 낮추는 내용의 일부 개정 조례안을 만들었다.

미혼 남성은 물론 외국인과 결혼하는 미혼 여성도 지원받을 수 있도록 했다.

만 35세 이상~만 50세 이하 미혼자에게만 지원하던 조항도 민법상 성인(만 20세)으로 손질했다.

다만, 남성과 여성의 연령차를 20년 이하로 제한했다. 나이 어린 외국인 여성과 결혼할 때 생길 수 있는 인권 침해 소지를 없애겠다는 취지다.

괴산군의회는 “지원 문턱이 낮아졌기 때문에 인구 유입과 증가에 적지 않은 도움이 될 것”이라고 말했다.

영동군도 만 30세 이상으로 1년 이상 관내에서 농사를 짓는 총각이 결혼할 때 300만원의 결혼 자금을 지원한다.



초혼뿐 아니라 재혼, 국제결혼도 1회에 한해 지원이 가능하다.

군은 애초 2006년부터 국제결혼하는 총각을 대상으로 지원하던 것을 2년 뒤 ‘인구 늘리기 지원 조례’ 제정에 맞춰 내국인 간 결혼까지 확대했다. 지난해까지 모두 73명이 혜택을 봤다.

군은 올해에도 이 사업을 위해 3천만원을 확보했다. 군청과 읍·면사무소에는 ‘농촌총각 장가보내기 지원 창구’도 설치했다.

영동군 관계자는 “결혼한 농촌 총각이 자녀를 낳으면 농가 도우미를 우선 파견하는 등 사후 관리도 강화하고 있다”고 말했다.

진천군은 2011년 11월 다문화가족 지원 조례를 일부 개정해 국제 결혼하는 군민에게 1인당 500만원을 지원하고 있다.

2012년 9명, 2013년 16명, 2014년 16명, 지난해 8명, 올해 현재까지 2명이 혜택을 봤다.

성별·연령별·직업 제한은 없다. 군내에 3년 이상 거주하고 초혼이면 된다.

증평군도 2009년 농촌 총각 국제결혼 지원에 관한 조례를 제정했다. 군내에 3년 이상 거주한 만 35세 이상 50세 미만의 미혼 남자 농업인이 국제결혼할 때 최고 300만원을 받는다.

y**@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지>2016/04/27 10:03 송고

<<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/04/26/02000000000A>

KR20160426191800064.HTML?from = search>

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

연합뉴스의 위 기사는 국내에서 신부를 구하지 못해 국제결혼으로 눈을 돌리는 농촌 총각들의 안타까운 현실과 이와 관련한 각 지방자치단체의 국제결혼 지원정책을 다룬 것이다.

불만제기인은 위 기사가 “외국 처녀라야 ‘총각딱지’를 땄다”는 표현으로 결혼에 담긴 신성한 의미를 성(性)에 국한시키고, 한국으로 시집오는 외국인 여성을 한국 남성의 ‘총각 딱지’를 떼기 위한 성적인 대상으로 폄하했다고 주장했다.

물론 세간에서는 남성이 처음으로 성경험을 하는 경우를 빗대어 ‘총각 딱지를 떼다’라는 표현을 쓰기도 한다. 그러나 위 기사의 주된 내용과 취지로 비춰볼 때, 위와 같은 표현은 ‘총각이 처음으로 동정을 깨뜨리다’라는 의미보다는 ‘결혼을 하여 총각 신세를 면하다’는 의미로 해석하는 편이 적절하다고 판단된다.

한편 불만제기인은 위 기사가 미혼여성비율 변화 자료를 제시하며 저출산 현상의 원인과 책임을 여성에게 전가시켰다고 주장했다.

기사가 여성의 결혼·출산 기피 현상에 대한 사회·경제적 이유까지 적극적으로 분석하여 불만제기인과 같은 오해의 소지를 없애지 못한 것은 아쉬운 대목이나, 저출산 현상의 주요 원인이 출산 연령대 여성의 급격한 미혼율 증가에 있다는 분석은 이미 각종 대중매체가 제시해 온 일반화된 통념이다.

불만제기인은 또 위 기사에 ‘여성의 비혼 결심으로 인해 농촌 총각이 양산된다’는 논리적 비약이 있다고 주장했으나 그러한 내용은 찾아볼 수 없다.

위와 같은 점들을 종합해볼 때 위 기사가 본 위원회로부터 제재조치를 받을 만큼 신문윤리강령을 위반했다고 보기엔 무리가 있다고 판단하여 주문과 같이 결정한다.

주문

조선닷컴 2016년 5월 24일자 「[카드뉴스] 흑시 이 뉴스, 불편하신가요?」 제목의 기사에 대한 독자의 불만제기를 ‘기각’한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『조선일보는 5월 23일자 공식 페이스북(SNS) 계정에 업로드한 ‘카드뉴스’ 형식의 기사 〈흑시 이 뉴스, 불편하신가요?〉를 통해 페미니스트 전체를 ‘프로불편러(잘못된 부분을 지적하는 사람을 조롱하는 단어)’로 매도함으로써, 편견과 차별을 금지하고 사회적 약자인 여성을 보호하는데 앞장서야 할 언론윤리를 위반하였습니다. 뿐만 아니라 해당 게시물로 인해 본인의 명예를 심각하게 훼손하고, 악성 댓글 및 무차별적 비난으로 인해 정신적 피해를 입었으므로 이에 신문윤리위원회에 제소하고자 합니다.

해당 게시물 중 트위터(SNS)상에서 본인과 백만 명 이상의 팔로워를 보유했던 인터넷 방송 BJ ‘대도서관’ 사이에 있었던 논쟁 중 일부를 악의적으로 편집하여 올린 부분이 있습니다. 조선일보 측은 이를 “불편을 제기한 뒤 호응을 받지 못하면 아니면 말고 식으로 대응하기도”라며 사실과 다르게 기술했습니다. 실제 대도서관과의 논쟁은 특정 여성혐오 용어에 대해 지적하는 방식으로 이루어졌고, 해당 BJ의 사과를 받고 끝난 일입니다. 먼저 제가 공개적으로 올린 트윗을 검색해 들어와 댓글을 남긴 것도 상대방이었습니다. 더군다나 논쟁의 상대방은 많은 팬을 보유한 공인에 가까운 인물이었기에 저는 그 사람과 논쟁을 주고받으면서도 수많은 인신공격과 조롱에 시달려야 했고, 이로 인해 부득이하게 계정을 비공개로 전환할 수밖에 없었습니다.

조선일보는 이를 들어 마치 본인이 억지주장으로 먼저 시비를 걸고, 그냥

SNS 계정을 삭제해버린 것처럼 사건의 내용을 왜곡하였습니다. 계정을 가려놓기는 했지만, 유명한 사건이었기 때문에 댓글만 봐도 이미 저라는 트위터 이용자가 특정되고 있다는 점을 확인할 수 있습니다. 이런 악의적 편집으로 인해서 또다시 댓글에 의해 많은 사람들에게 ‘김치녀’, ‘또라이’, ‘정신병원에 가라’ 등 입에 담을 수 없는 모욕들을 들어야만 했습니다. 심지어 기사를 게재한 조선일보 측에서도 공식계정으로 댓글을 달아 “몸이 불편하면 병원에 가라”면서 인신공격에 동참하고 있는 모습입니다.

뿐만 아니라 이런 내용의 기사는 조선일보가 카드뉴스 내용 안에서 담은 전문가의 목소리와도 배치됩니다. 사회 전반에 상존하고 있는 ‘여성혐오(misogyny)’적 사안들을 고발하는 사람들을 단순 ‘불평불만’ 종자로 치부해버리는 것은, 성평등이 실현된 사회를 만드는데 해악을 가져오는 태도입니다. 국내 1등 신문임을 자처하는 언론사가 내세울만한, 공익과 언론윤리에 부합하는 입장이 아닙니다. 기사의 결론도 ‘프로불편러들을 불편해 하는 사람의 목소리에 귀를 기울이라’며 그저 현 상황을 덮어버리자는 쪽에 목소리를 실어주는, 평등을 지향하는 헌법정신과 UN 인권헌장에 정면으로 배치되는 내용입니다.

한국기자협회 윤리강령은 “취재의 과정 및 보도의 내용에서 지역·계층·종교·성·집단간의 갈등을 유발하거나, 차별을 조장하지 않는다”를 원칙으로 밝히고 있습니다. 신문윤리강령 또한 “편견과 차별의 금지(제1조 6)”, “사회적 약자 및 소수자 보호(제1조 7)”를 채택합니다. 더 나은 세상을 만들어가기 위해 노력하고 있는 사람들이, 이런 기사를 보고 좌절하지 않도록 분명한 제재가 필요하다고 생각합니다.』

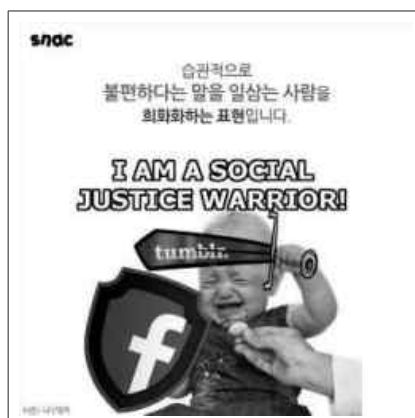
2. 이에 앞서 조선닷컴은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

[카드뉴스] 혹시 이 뉴스, 불편하신가요?

양○○ 기자 강○○

기사입력 2016-05-24 17:47

프로불편러(pro+불편+er).





〈http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2016/05/24/2016052402405.html〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 조선닷컴의 위 기사로 인해 불만제기인 본인의 명예가 훼손되고 정신적 피해를 입었다며 제재 조치를 요청한 건이다. 불만제기인은 또 위 기사가 자신을 포함한 페미니스트 전체를 ‘프로불편러’로 매도하는 등 사회적 약자인 여성을 보호하지 않았다고 주장했다.

기사에 의하면 ‘프로불편러’란 ‘습관적으로 불편하다는 말을 일삼는 사람’을 회화화하여 이르는 말이다. 기사는 이러한 사람들이 사이버 공간에서 특정 대

상을 공격하고, 대중들의 호응을 받지 못하면 ‘아니면 말고’ 식으로 대응하는 행태를 비판했다.

그 과정에서 기사는 AOA의 설현, 필라테스 강사 양정원, 인터넷 방송인(BJ) ‘대도서관’의 사례를 예로 들었는데, 불만제기인은 자신이 BJ대도서관의 ‘아줍마’ 표현에 문제를 제기했던 트위터 사용자임을 밝히고, 위 기사로 인해 자신의 신원이 노출되었다며 억울함을 호소했다. 기사에 실명이 드러나진 않았지만 BJ대도서관은 동영상 사이트 ‘유튜브’ 누적 조회 수가 5억회가 넘는 유명 인사이고 그 당시 트위터 논쟁 또한 많은 네티즌들이 알고 있기 때문에 기사에 노출된 댓글 내용만 봐도 누구인지 알 수 있다는 것이다.

그러나 짧은 문장과 이미지만으로 구성된 위 기사에서 불만제기인의 신원이 드러날 가능성은 극히 제한적이라 사료된다. 또한 기사가 ‘프로블펀러’의 사회적 필요성과 긍정적인 의견도 함께 다룬 점을 감안하면, 어떠한 문제에 대해 불편함을 토로하는 이들을 일방적으로 비판하는데 초점을 두었다거나 불만제기인의 명예를 훼손할 의도가 있었다고 보기 어렵다.

따라서 위 기사가 본 위원회로부터 제재조치를 받을 만큼 신문윤리강령을 위반했다고 단정하기엔 무리가 있다고 판단하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-29 독자불만처리

헤럴드경제 발행인 이 영 만

주문

헤럴드경제 2016년 6월 3일자 「만취한 20대 여교사 몸 속 3명의 정액… 학부형이 집단 강간」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『선정적인 제목으로 신문윤리강령 제4조, 신문윤리실천요강 제3조 제4항(보도준칙 중 선정보도의 금지)을 위반하였으며, 피해자의 강력 범죄 피해를 선정적으로 묘사하여 사회적 여성 인권 경시에 일조하였고, 이는 2차 가해에 준하는 비윤리적 행위임에 시정을 요구하며, 해당 언론사의 보도윤리 수준에 심각한 의문을 제기합니다.』

『해당 기사는 2016. 6. 3. 오후 경에 삭제되었지만, 최소한 6시간 간 이상 위 제목과 기사로 주요 포털의 “뉴스”면을 통하여 불특정 다수의 시민들에게 널리 노출되었습니다.』

귀 위원회의 신문윤리실천요강 제3조(보도준칙)은 보도기사의 목적은 사실 관계의 충실한 전달과 이를 통한 사회정의와 공익의 실현임을 명시하고 특히 성범죄 등을 선정적으로 보도하거나 저속하게 표현하지 말 것을 명시하고 있습니다.

그럼에도 헤럴드경제는 위 기사의 제목에서 “만취”, “20대 여교사”, “3명의 정액”과 같은 표현을 사용하여 범죄사실의 보도와 직접 관련 없는 피해자의 생활과 피해상태를 노골적으로 묘사하고, 그 기사의 내용에서 지역 주민인 피의자들이 피해자를 공동으로 유인하여 만취하게 한 후 성폭행한 과정을 불필요하게 자세히 설명하였습니다.

한편, 성폭력 사건을 보도함에 있어 피해자의 몸에서 다수 피의자의 정액이 검출된 것은 사건의 전모를 충실히 밝히는 데 특별히 기여한다고 볼 수 없는 정보이고, 이를 기사의 제목으로 선정하는 것이 사회정의와 공익에 기여한다고 볼 수도 없습니다.

그럼에도 헤럴드경제는 수사 진행 중이고 피해자가 존재하는 성폭력 사건을 지나치게 자극적인 제목으로 보도함으로써, 사건의 잔인성을 부각하고 선정적이고 저속하게 표현하였습니다.

헤럴드경제는 해당 기사 및 제목에 노출된 독자들에게 상당한 충격을 야기하였고, 이에 대하여 온라인상에서 다수가 불만을 제기하자 사과 없이 기사를 삭제하였습니다.

위 살핀 바와 같이 헤럴드경제의 기사 제목은 귀 위원회의 신문윤리실천요강

을 위반한 바, 적절한 조치를 하여 주시기 바랍니다.』



2. 이에 앞서 헤럴드경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『만취한 20대 여교사 몸 속 3명의 정액.. 학부형이 집단 강간

【헤럴드경제】 20대 여교사가 하룻밤 사이 3명의 남성에게 잇따라 추행과 성폭행을 당했다.

술에 취한 교사를 상대로 범행을 저지른 이들은 같은 학교 학부형과 주민들이었다.

전남 목포경찰서는 3일 초등학교 관사에서 여교사를 성폭행한 혐의(성폭력범죄의처벌 등에 관한 특례법 위반 등)로 40대 A씨 등 3명을 입건해 조사 중이다.

지난 5월 22일 새벽 20대 여교사 A씨가 전날 학부형이 운영하는 식당에서 저녁식사 겸 술자리를 한 뒤 관사에서 학부모 등 3명에게 성추행과 성폭행을 당했다.

학부형 2명과 식사를 한 교사는 식당에 있던 주민들의 권유를 못 이겨 술을 많이 마신 것으로 알려졌다. 교사를 데려다 주겠다고 나선 학부형 B씨는 관사

에 도착한 뒤 술에 취한 교사를 추행했다.

이어 B씨를 뒤따라왔던 또 다른 학부형과 주민도 차례로 들어와 교사를 성폭행한 것으로 확인됐다.

이들은 혐의를 부인하고 있지만, 경찰은 국과수 감정 결과 교사의 몸에서 이들의 정액이 검출된 점을 등을 토대로 3명 모두에 대해 구속영장을 신청하기로 했다.

〈<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160603000244>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

헤럴드경제 2016년 6월 3일자 「만취한 20대 여교사 몸 속 3명의 정액… 학부형이 집단 강간」 제하의 기사에 대해 불만제기인은 다음과 같은 요지로 위 신문에 대한 제재 조치를 요청해 왔다.

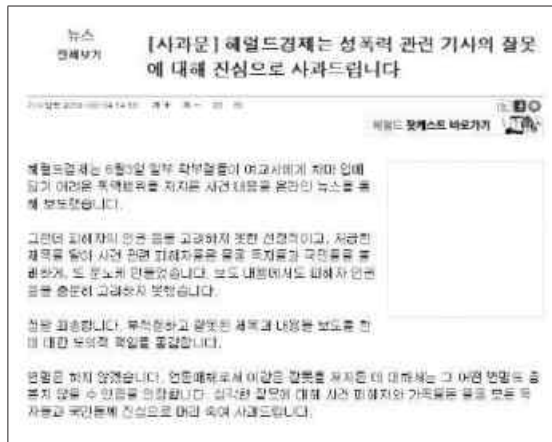
헤럴드경제가 성폭행 사건을 다루면서 자극적인 제목으로 사건의 잔인성을 부각하고 피해 상태를 노골적으로 묘사한 것은 2차 가해에 준하는 비윤리적 보도이며, 온라인상에서 다수가 불만을 제기하자 사과 없이 기사를 삭제한 것은 언론으로서 무책임한 처사라는 것이다.

실제로 이번 사건과 관련한 국내 언론들의 보도를 살펴보면, 성폭행 피해자의 몸에서 피의자의 정액이 검출된 사실을 언급한 기사는 상당수 있다. 하지만 헤럴드경제의 위 기사처럼 그러한 사실을 제목으로 내세워 선정적으로 묘사한 보도는 찾아볼 수 없다. ‘집단 강간’이라는 표현도 ‘집단 성폭행’으로 순화하여 편집한 제목이 대부분이다.

성범죄 수사에서 피해자 몸 속의 정액은 범인을 밝혀낼 수 있는 결정적 단서가 된다. 그러나 언론이 이러한 내용을 보도할 때는 피해자는 물론 일반 대중의 정서까지 고려, 어떻게 다룰지 신중하게 접근해야 한다. 설령 헤럴드경제의 보도가 경찰의 수사와 국과수 감정 결과에 기초한 것이라 해도, ‘여교사 몸 속 3명의 정액’, ‘집단 강간’ 등의 표현을 한데 엮어 위와 같은 제목으로 편집한 것

은 성폭행 피해자와 가족들에게 이중의 고통을 줄 수 있는 과잉 보도이다. ‘만취한 20대 여교사’라는 표현도 피해자에게 책임을 전가한 느낌을 줄 수 있다는 점에서 문제가 있다.

이와 같은 점을 종합해볼 때 위 기사는 신문윤리강령 제2조 「언론의 책임」, 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ④(선정보도의 금지)를 위반했다고 인정하여 ‘공개 경고’ 이상의 제재 조치가 필요하다고 여겨지나, 헤럴드경제가 해당 기사를 자사 홈페이지 및 포털사이트 등 온라인에서 삭제 조치하고, 기사가 나간 다음 날 아래와 같은 사과문을 게재한 점을 감안하여 주문과 같이 결정한다.



2016-1-30 독자불만처리

스포츠동아 발행인 송 영 언

주문

스포츠동아 2016년 6월 15일자 「치주염, 구취 막는데 이 방법이 최고」, 「와이셔츠, 다리미판 없이 10초만에 다리는 스팀다리미 등장」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『스포츠동아의 위 기사들은 기사를 가장한 광고입니다. 기사체로 풀어서 제품을 상세히 소개하는 척 했지만 제품의 단점에 대해서는 단 한마디도 없습니다. 기자 바이라인을 달아 놓은 것도 형식에 불과합니다. 이런 식으로 소비자를 기만하지 마십시오.』

2. 이에 앞서 스포츠동아는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『치주염, 구취 막는데 이 방법이 최고

입력 2016-06-15 10:43:00

치은염, 치주염등의 치주질환은 자신도 모르게 발생하게 되는 경우가 많으며, 이는 우리나라 국민의 70%이상 해당된다.

치주질환은 대체 왜 발생하게 되는 것일까? 주요 원인은 바로 입속 세균. 그러므로 입속 세균의 근본적인 해결이 중요하다.

치주질환은 잇몸(치은)과 치아 사이 'V자' 모양의 틈 아래 부분에 박테리아가 공격하여 치주인대와 인접 조직을 손상되면 발생하며, 심하면 고름 및 출혈을 동반, 더욱 심할 경우 치아가 저절로 빠지기도 한다. 치주 질환은 연령과도 관계가 깊은데 20세 이상의 성인의 경우에는 과반수에서, 35세 이후에는 4명당 3명꼴로, 그리고 40세 이상의 장노년층의 경우는 80~90%가 발생한다.

또 다른 치주 질환의 직접적인 원인은 치아에 지속적으로 형성되는 '플라크'라는 세균막이다. 플라크는 끈적끈적하고 무색이며, 이것이 제거되지 않고 단단해지면 치석이 된다. 치석은 심한 경우 잇몸에 염증을 일으키고 더 심하면 겉으로 드러난 부위 뿐만 아니라 잇몸 안쪽으로도 파고들어 치조골과 신경 조직을 상하게 한다.

특히 구강세균 중에서 제일 무섭다고 하는 진지발리스균은 잇몸 사이에 숨어

있다가 독소를 내뿜어 잇몸을 붓게 하고 출혈도 일으키지만 통증이 없어서 예방이 더욱 어렵게 한다. 하지만 사전에 일상속에서 개인 구강관리만 잘해도 충분히 예방할 수 있다.

보통 치주염, 치은염등의 치주 질환은 스케일링이나 정기적으로 자가 치과검진을 하지 않는 이상 관리하기가 어렵다. 이런 질환으로 고민하는 사람들을 위해 아주약품(주)에서 입 냄새는 물론 치주질환 예방까지 가능한 치주염 예방가글을 출시했다.



60년간 국민 건강과 복지에 기여한 아주약품의 기술제휴로 만들어낸 올리덴탈 체크가글은 가글 형태로 되어 있어 이와 잇몸 사이사이까지 구석구석 침투해서 이물질을 빼내주고 입속 세균을 99.9% 없애주는 놀라운 살균은 물론 불소 막을 형성하여 유해세균으로부터 치아 표면을 보호해주고 충치를 예방하는 효과까지 있다.

사용 방법도 간편하다. 작은 컵으로 입안에 머금고 30초 정도 가글 후 뱉어 내면 이물질을 육안으로 확인할 수 있는데, 이 이물질속에 입 냄새와 치주 질환의 원인인 세균이 포함되어 있다. 즉, 이물질이 많을수록 치주질환에 직접적인 영향을 주는 유해세균이 많이 서식한 것이라 보면 된다. 하루 1번 사용으로 치주 질환 예방은 물론, 입 냄새로부터 해방될 수 있다.



뿐만 아니라 설태, 백태, 치석 제거의 뛰어난 효과와 구강 내 세균 제거 효과를 지닌 것으로 연세대학교 기능수연구단 임상실험으로 검증되었다.

올리덴탈 체크가글은 구강 청결에 효과가 있는 녹차, 레몬오일, 올리브 잎 추출물 성분등의 천연원료로 제조되었으며, 無타르색소, 無알코올, 無계면활성제 제품으로, 효과가 일시적이고 침을 마르게 해 되려 구강건강에 해를 끼칠 수 있는 시중의 알코올 함유 제품과 차별화된다.

식약처에서 ‘충치예방, 구취제거, 치은염 및 치주염 예방, 잇몸질환 및 치주질환 예방’으로 허가 받고 美FDA에 등록되었다.

아주약품 연구진은 “가글처럼 입안을 행구듯 뱉으면 입 냄새의 원인물질인 백태와 설태, 기타 박테리아가 제거되고 이런 이물질을 육안으로도 확인할 수 있다”라고 밝혔다.

올리덴탈 체크가글을 온,오프라인 최저가로 공급중인 생활건강 전문기업 고려생활건강(www.korcare.co.kr)의 진수정 팀장은 “올리덴탈 체크가글은 누적 판매수량이 30만병을 돌파하였다. 수백개의 후기와 입소문을 타고 구매하는 고객이 빠르게 증가하고 있어 최근에는 생산 속도가 판매 속도를 따라 잡지 못하는 사태까지 발생했다”고 밝혔다.

한편, 고려생활건강에서 올리덴탈 체크가글 판매수량 30만병 돌파 기념으로 30일까지 1만원을 추가로 할인하는 이벤트를 단독으로 진행한다. 단, 할인 이벤트로 준비된 물량이 한정되어 있다고 하니, 관심이 있다면 이번 기회를 놓치지 않는 것이 좋겠다.

정리 = 동아닷컴 고○○ 기자 ho****se@donga.com』

〈<http://sports.donga.com/News/3/all/20160615/78673308/1>〉

『와이즈즈, 다리미판 없이 10초만에 다리는 스팀다리미 등장』

입력 2016-06-15 10:39:00



생활건강용품 전문기업 (주)고려엘앤씨(대표 박충식)에서 다리미계의 혁명을 일으킨 오리를 검거했다. 초강력 스팀으로 주름을 순식간에 없애버리는 “스팀덕”이 그 주인공이다.

‘스팀덕’은 일반적인 스팀다리미와는 달리 열판을 과감하게 제거하고 1200w의 강력한 스팀으로만 순식간에 주름을 없애버린다.

사용법도 아주 간단하다. 주입구가 타제품보다 커서 물을 흘리지 않고 주입하기 쉽고, 전원을 연결한 후, 물이 끓기 시작하면 오리 주둥이처럼 생긴 토출구로부터 강력한 스팀이 무한대로 방출된다. 이 강력한 스팀이 옷감의 큰 주름부터 잔주름까지 확실히 없애준다. 또한 “스팀덕”은 사이즈도 작고 무게도 가벼워 출장시에 휴대가 가능하다.

또한 가정에서 흔히 사용하고 있는 스팀다리미는 장시간 사용시 녹물이 흘러나와 옷감을 상하게 할 수 있지만 스팀덕은 그런 염려는 하지 않아도 된다. 녹이 슬지 않는 스테인레스와 폴리프로필렌 재질로 만들어 이런 걱정들을 원천적으로 봉쇄 한 것이다.



정광훈 ‘스팀덕’ 개발자는 “‘스팀덕’은 정신없는 출근시간에 다림질을 하기 위해서 다림판을 꺼내고, 펴고 다리미를 연결하는 등의 여러모로 불편했던 부분에 많은 변화를 가져다 주는 제품으로 다림질의 시간도 획기적으로 줄여주는 신개념 다리미이므로, 소비자들에게 큰 만족을 줄 수 있으리라 기대한다”고 밝혔다.

올해 1월에 출시된 스팀덕 스팀다리미와 스탠드 옷걸이 세트는 5월까지 이미 5차 생산을 하였으며, 5차 생산물량 역시 조기에 소진되어, 불황속 선전이 돋보였다.

한편, 스팀덕 스팀다리미는 고려생활건강에서 온,오프라인 최저가로 79,800원에서 할인된 29,800원에 판매중이며, 스탠딩 옷걸이와 함께 구매시 (스팀덕 스팀다리미+스탠드 옷걸이) 44,700원에 판매한다.

정리 = 동아닷컴 고○○ 기자 ho***se@donga.com.』

〈<http://sports.donga.com/News/3/all/20160615/78673199/1>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠동아의 위 기사들은 각각 구강청결제와 스팀다리미를 선전하는 것이다. 기사는 독자나 소비자들에게 해당 제품의 장·단점을 균형 있게 소개해 정보를 충실히 전달하기 보다는 장점 일색의 표현과 내용으로 제품을 홍보하고 업체 홈페이지 주소와 제품 가격까지 공개했다.

이는 사실상 광고나 다름 없는 홍보성 기사로써 특정 업체의 영리에 영합하는 상업적 보도라는 지적을 피할 수 없다고 판단되므로 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증), 제10조 「편집지침」 ⑧(기사와 광고의 구분)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-31 독자불만처리

스포츠조선 발행인 방 성 훈

주문

스포츠조선 2016년 6월 23일자 「연인을 사로잡는다. 클레마티스 메이트 3일간 타임 세일!」, 6월 29일자 「퍼터의 혁명, 놀라운 직진성에 ‘10타’ 줄이기 성공!」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『스포츠조선은 온라인 쇼핑물 광고를 기사 형태로 둔갑시켜 내보내고 있습니다. 게다가 이 온라인 쇼핑물은 스포츠조선이 운영하는 계열사입니다. 광고는 광고란에 하시길 바랍니다. 광고를 기사 형태로 쓴다고 해서 독자가 모를 것 같습니까?』

2. 이에 앞서 스포츠조선은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『연인을 사로잡는다. 클레마티스 메이트 3일간 타임 세일!』

기사입력 2016-06-23 15:43:40



천사의 손길인가, 악마의 유혹인가. 페르몬 향은 이성의 호감을 불러일으키는 묘약으로 알려져 있다. 몸에서 나는 체취와 비슷한 이 향은 유혹의 물질, 행복의 매개체로 인식되고 있다. 신경전달물질인 도파민이 활성화되고, 미묘한 감정의 변화 속에 매력적인 사람으로 인식되는 경향이다.

페르몬 향을 바탕으로 한 각종 제품이 날개 돋친 듯 팔리는 이유다. 제품 생산은 동물의 이성 유혹의 원리에서 비롯됐다. 동물은 이성의 관심을 끌 시기가 되면 성적 유인물을 체외로 발산한다. 그런데 욕망이 무한한 인간은 언제 어느 때나 이성을 유혹하고 싶어 한다. 이를 만족시키는 게 페르몬 향 제품이다.

지난 해 2개월 만에 2만 개가 팔린 클레마티스도 페르몬 향의 원리가 적용됐다. 2016년에는 더욱 강해진 클레마티스로 승부하는 데 시장의 반응이 뜨겁다. 이성을 유혹하는 샤워젤을 사용한 사람들의 후기가 이를 입증한다. ‘3년 만에 미팅에서 성공했다.’, ‘온 집에 향기가 퍼진다.’ ‘대인관계가 잘 풀린다’ 등의 글이다. 이성과의 만남 때, 또는 비즈니스를 위한 모임 때 상대방부터 호감을 얻는 방법으로 인기를 끄는 것이다.

이성을 유혹하는 클레마티스 페르몬 남성용은 쿨함과 경쾌함이 특징이다. 남성다운 세련미에 부드러움이 잘 조화됐다. 여성 샤워젤은 장미의 풍부한 감성이 여성스러움을 더하고, 바이올렛의 섬세함이 매력을 충분히 발산하게 한다는 평이다. 클레마티스 메이트 페로몬 남성 샤워젤은 관능적인 남성미를 원하는 사람이 즐겨찾고, 클레마티스메이트 페로몬 여성 샤워젤은 강한 향에 관심이 높은 고객에게 적합하다.

2016년 신제품은 기존 샤워젤 보다 10배 이상 향이 강하다. 또 거품력은 2배 이상 강력하다. 보습력은 4배 강하고 세정력은 2배 강력해졌다. 파워 넘치는 실천을 꿈꾸는 젊은이의 취향에 딱 맞다.

다만 제품의 가격이 3만2,000원으로 젊은이에게는 다소 부담스러울 수도 있었다. 이에 든든몰(www.dndnmall.co.kr)은 3일간 파격적 가격인 9,800원에 타임 할인 판매를 한다. 9,800원에 사랑을 만나고, 아름다운 밀어를 속삭일 제품은 여성용과 남성용이 있다.

전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

〈<http://sports.chosun.com/news/ntype4.htm?id=201602160100118200007719&ServiceDate=20160215>〉

『퍼터의 혁명, 놀라운 직진성에 ‘10타’ 줄이기 성공!

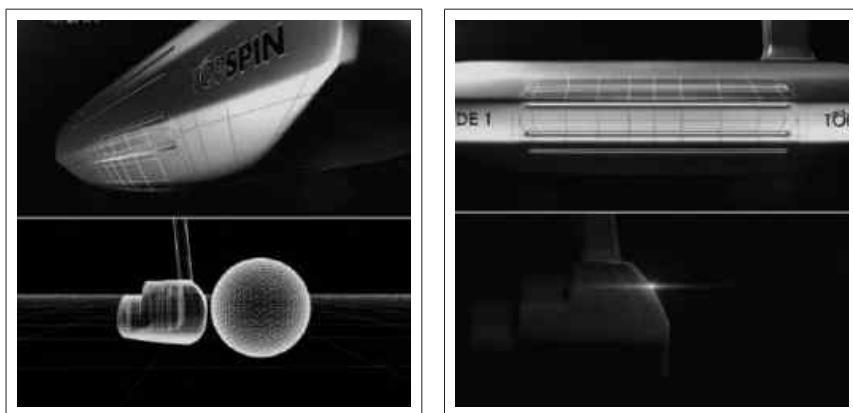
기사입력 2016-06-29 15:14:23



주말 골퍼가 스코어를 까먹는 양대 원흉은 드라이버 OB와 쓰리퍼팅이다. 드라이버는 연습장에서갈고 닦을 수 있지만, 퍼팅 연습을 제대로 하기 어려운 주말 골퍼들은 쓰리퍼팅을 잡을 수가 없다. 이런 문제를 해결해 주는 비법의 퍼터가 제임스 밀러 정품 ‘탑스핀 퍼터’이다.

퍼팅 거리가 맞지 않고 방향성이 나빠지는 원인은 퍼터에 볼이 맞은 직후 바로 회전하면서 직진을 시작하지 못하고 붕 뜨거나 찌이익 밀리기 때문이다. 프로 선수들은 실제 그린에서 하루에도 몇 시간씩 퍼팅 연습을 하기 때문에 이런 문제를 극복하지만, 주말 골퍼는 사실상 해결이 불가능하다. 집안에 퍼팅 매트를 깔아놓고 툭툭 친다고 고쳐지는 문제가 아니기 때문이다.

탑스핀 퍼터가 직진성과 방향성 두 마리 토끼를 한꺼번에 잡은 비결은 곡면 페이스에 숨어 있다. 탑스핀 퍼터는 퍼팅을 실수해도 둥근 공의 한 지점이 곡면 페이스의 한 지점과 만나기 때문에, 공이 퍼터 페이스에 어떻게 맞든 간에 일정한 임팩트가 이루어진다. 그 결과로 볼에 전진 회전력이 전달돼 앞으로 똑바로 굴러가는 것이다. 당구에서 밀어치기(속칭 오시)가 먹은 공이 직진하는 것을 생각하면 바로 이해된다.



반면, 일반적인 평면 퍼터로 실수하면 당구공을 찍어치거나 퍼올리는 것과 마찬가지로 엉뚱한 결과가 나온다. 거리를 못 맞추거나, 볼에 좌우 스핀이 먹어서 엉뚱한 방향으로 휘는 것이다.

현재 온라인에서 최저 20만원대 이상에 판매되는 제임스 밀러 탑스핀 퍼터

를 스포츠조선 든든몰은 100자루를 확보해 반값보다 더 싼 98,000부터 파격 특가로 제공한다.

준비된 탑스핀 퍼터는 블레이드 형태 세종류(B1, B2, B3)와 말렛 형태(M2, M4)로 총 다섯 종류이다. 블레이드 중 B2는 헤드 무게가 가장 일반적인 350g 이고, B1과 B3는 약간 무거운 퍼터를 선호하는 사람을 위해 355g으로 제작됐다. B1의 모양은 가장 일반적인 블레이드 모양이고 B3는 위에서 봤을 때 조금 넓은 형태를 띄고 있다. 말렛 M2는 무게중심이 뒤쪽에 있어서 직진성이 더욱 보장돼 있다.

스포츠조선 든든몰(www.dndnmall.co.kr)에서 판매하는 탑스핀 퍼터는 모두 주식회사 제임스밀러의 정품이다. 100자루가 매진되면 특가 이벤트는 바로 종료돼 이 가격으로는 더 이상 구입할 수 없다.

전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

<<http://sports.chosun.com/news/ntype4.htm?id=201606300100239950016813&serviceDate=20160629>>

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠조선의 위 기사들은 기업의 판촉물과 같은 장점 일색의 표현과 내용으로 자사가 운영하는 쇼핑몰과 제품을 선전하고 있다. 제품의 단점이나 독자가 유념해야 할 정보에 관해서는 전혀 언급이 없을 뿐 아니라 자사 쇼핑몰로 연결되는 링크까지 걸어 놓았다.

이처럼 신문이 사회적 공익인 지면(온라인 지면)을 이용하여 계열사 홍보를 과도하게 하는 것은 언론의 정도를 벗어난 제작태도로써 자사의 영리적 목적을 위한 상업적 보도라는 지적을 피하기 어렵다. 따라서 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증), 제10조 「편집지침」 ⑧(기사와 광고의 구분)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

주문

스포츠동아 2016년 6월 22일자 「배슬기 “신성일과 베드신...더럽다, 역겹다” 상처」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『네이버에 뜬 제목만 보면 배슬기가 신성일과의 베드신이 더럽고 역겨웠다고 말한 것처럼 보입니다. 더럽고 역겹다고 말한 주체는 배슬기가 아니라 악플을 단 네티즌입니다. 그리고 영화 ‘야관문’에 배슬기의 베드신이 있지만 신성일이 아니라 다른 사람과의 베드신입니다.』

2. 이에 앞서 스포츠동아는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



『호박씨’ 배슬기 “신성일과 베드신 관련한 악플…더럽다, 역겹다” 상처

입력 2016-06-22 16:19:00



21일 밤 방송된 TV조선 ‘술깃한 연예토크 호박씨’(이하 호박씨)에서 배슬기는 지우고 싶은 검색어로 ‘노출’을 꼽았다.

검색어와 악플 때문에 상처를 많이 받았으며 배슬기는 대선배 신성일과 함께 찍었던 영화 ‘야관문’에 대해 언급했다. “사실 영화에 신성일 선생님과 베드신이 있거나 그렇지를 았다. 영화를 보신 분들은 아시겠지만”이라고 말을 했다.

이에 김구라는 “영화에 본인의 베드신이 없는 거냐?”고 물었고, 배슬기는 “사실 내가 처음에 받았던 시나리오에는 노출신이 아예 없었다. 그런데 중간에 노출신이 추가가 됐다. 그래서 제작사 대표님이 직접 찾아와 ‘노출 장면이 좀 들어갈 것 같은데 이 부분은 처음 이야기랑 달라진 거니까 배려 차원으로 대역을 쓰게 해주겠다’고 먼저 나한테 말씀을 해주셨다. 그래서 난 너무 고마워서 그렇게 하기로 하고 진행을 했다”고 말했다.

배슬기는 “그리고 영화상에도 신성일 선생님과 베드신이 아니다. 그런데 영화를 안 본 사람들은 신성일 선생님과 베드신을 한 줄 알고 있다. 그래서 악플들이 되게 가슴이 아팠다. ‘역겹다’, ‘생각만 해도 더럽다’ 이런 악플들이 달리니까 나도 굉장히 속상했다”고 답했다.

이어 “‘야관문’라는 영화가 평점도 낮고 흥행에 성공도 못 했지만 나한테는 되게 많이 배움의 기회를 준 너무 고마운 영화였다. 그리고 정말 대 거장이신 신성일 선생님과 함께 내가 배워가면서 할 수 있었다는 것도 너무 감사했고. 그

래서 나한테는 되게 소중한 영화지만 ‘노출’이라는 단어에 상처를 많이 받긴 받았다”고 털어놨다. 동아닷컴 온라인뉴스팀』

〈<http://sports.donga.com/NewsStand/3/all/20160622/78805229/1>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠동아의 위 기사는 영화배우 배슬기가 게스트로 출연한 TV조선 예능프로그램 ‘술깃한 연예토크 호박씨’ 6월 21일 방송분을 다룬 것이다.

이 날 방송에서 배슬기는 신성일과 함께 찍었던 영화 ‘야관문’ 얘기가 나오자 “영화를 안 본 사람들은 신성일 선생님과 베드신을 한 줄 알고 있다. 그래서 악플들이 되게 가슴이 아팠다. ‘역겹다’, ‘생각만 해도 더럽다’ 이런 악플들이 달리니까 나도 굉장히 속상했다”고 털어놨다. 배슬기가 밝힌 대로 실제로 영화 ‘야관문’에는 배슬기와 신성일의 베드신이 없다.

그런데도 스포츠동아는 네이버 뉴스스탠드에 「배슬기 “신성일과 베드신…더럽다, 역겹다” 상처」라는 제목을 달아 마치 배슬기와 신성일의 베드신이 실제로 있었다거나 배슬기가 신성일과의 베드신 촬영을 더럽고 역겹게 생각한다는 식으로 보도했다.

이러한 제목은 독자들에게 잘못된 정보를 제공할 우려가 있을 뿐만 아니라 해당 연예인의 명예를 훼손할 가능성이 있다고 판단되므로 신문윤리실천요강 제10조 「편집지침」 ①(표제의 원칙)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-33 독자불만처리

아시아경제 발행인 이 세 정

주문

아시아경제 2016년 6월 24일자 「[속보] “北미사일 일본 영공에…” 발각」 제

목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『북한이 또 미사일을 발사한 줄 알고 깜짝 놀랐습니다. 이틀 전에 있었던 일에 [속보]라고 표기하고 허위 사실의 제목을 다는 이유가 뭡니까? 제목만 보면 북한이 일본을 공격하려고 미사일을 쏜 것처럼 보입니다. 국가 안보나 전쟁과 관련된 기사까지 낚시성 제목을 다는 것은 지나치다고 생각합니다.』

2. 이에 앞서 아시아경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

The screenshot shows the homepage of the AsiaEconomy website. At the top, there's a banner with the text '북한이 또 미사일을 발사한 줄 알고 깜짝 놀랐습니다. 이틀 전에 있었던 일에 [속보]라고 표기하고 허위 사실의 제목을 다는 이유가 뭡니까? 제목만 보면 북한이 일본을 공격하려고 미사일을 쏜 것처럼 보입니다. 국가 안보나 전쟁과 관련된 기사까지 낚시성 제목을 다는 것은 지나치다고 생각합니다.' Below the banner, there are several news sections. On the left, there's a section titled '속보' (Breaking News) with a headline about North Korea's missile launch. In the center, there's a section titled '북미미사일 일본 영공에...' (North Korea missile enters Japanese airspace...). On the right, there's a section titled 'COOL PHOTO' with a photo of a woman. Below that, there's a section titled 'HOT CONTENTS' with a photo of a woman. At the bottom, there are two columns of news headlines under the heading '아시아 주요뉴스' (Asia Main News).

『[양낙규기자의 Defence]북 미사일 놓고 ‘美日 ‘성공’VS 韓?’』

최종수정 2016-06-24 13:13 기사입력 2016-06-24 10:23



【아시아경제 양○○ 기자】북한이 지난 22일 발사한 중거리탄도미사일 ‘무수단 성공여부’를 놓고 미국과 일본은 성공쪽에 무게를 두고 있지만 현재 우리 군은 정확한 분석을 내놓지 못하고 있다.

24일 제프리 루이스 미국 ‘제임스 마틴 비확산센터(CNS)’ 동아시아 담당 국장은 미국의 소리(VOA) 방송을 통해 “미사일이 400km를 비행했고, 고도 1천 km에 도달한 것으로 미뤄볼 때 발사에 성공한 것으로 본다”고 밝혔다.

그는 미사일이 멀리 비행하지 못한 것은 일본 영공에 들어가는 것을 피하려고 북한이 (고의로) 미사일을 거의 직각으로 쏘아 올렸기 때문으로 추정된다며 “정상 각도로 발사했다면 충분히 사정거리인 4천km를 비행했을 것”이라고 주장했다.

일본도 마찬가지다. 일본은 북한이 신형 중거리 탄도 미사일 ‘무수단’ 발사에 사실상 성공한 것으로 나타나자 미일 공조로 미사일방어(MD) 능력을 강화한다는 방침을 세웠다. 아베 신조(安倍晋三) 일본 총리는 22일 밤 도쿄 총리 관저에서 개최한 국가안전보장회의(NSC) 관계 각료 회의에서 북한 미사일 요격 역량을 서둘러 향상시킨다는 방침을 확인했다. 이런 긴박한 대응에서 볼 수 있듯 일본 정부는 열도를 사정권 안에 두는 무수단의 성능 향상에 바짝 긴장한 모습이다.

마이니치신문 23일자에 의하면, 일본 방위성 관계자는 22일 북한이 발사한 무수단 1발이 고도 1천km까지 도달했다는 데 대해 “솔직히 놀랐다”고 말했다.

하지만 우리 군은 북한이 지난 2007년 실전 배치한 무수단을 이번에 시험발사에 성공했다고 대대적으로 선전하고 있는 데도 24일 오전까지도 “성공했는지, 실패했는지” 정확히 설명하지 않고 있다.

무수단은 핵탄두를 탑재해 유사시 한반도로 배치되는 미군 증원전력을 저지하거나 타격하는 전략미사일로, 우리나라 안보에 직접적인 위협을 주는 무기다. 북한이 무수단 미사일 발사 준비를 하고 있다는 보도는 지난 21일 일본 언론에서 비롯됐다.

당시 국방부와 합참은 ‘화들짝’ 놀라는 반응을 보였다. 미군 측으로부터 사전에 관련 정보를 받았는지 알 수 없지만, 그 당시 국방부와 합참 고위 관계자들은 대체로 ‘뜬금없다’는 반응을 보였다.

한국 언론이 일본 언론의 보도를 토대로 확인해 들어가자 군 관계자는 “임박한 징후는 아니다”라고 답변했다. 북한이 무수단 미사일을 탑재한 이동식 발사차량 2대를 원산비행장으로 전개했는데도 그런 반응을 보인 것이다.

북한이 미사일을 이동시킨 사실은 미국의 첩보위성이 파악한 것으로 알려졌다. 우리 군은 미군이 이 정보를 주지 않으면 깜깜이가 될 수밖에 없다. 북한 내륙을 실시간 볼 수 있는 첩보 장비가 없기 때문이다. 북한이 지상에서 공중으로 수백m 가량미사일을 쏘아 올려야만 우리 군의 레이더로 포착할 수 있다는 게 군 관계자들의 설명이다.

북한이 22일 무수단 미사일을 발사한 이후 군 당국의 태도에도 의문점이 있다. 무수단 미사일이 고각(각도를 높여)으로 발사됐는데도 얼마나 올라갔는지에 대해서는 국방정보본부가 비공개로 했다. 외국 언론은 미국과 일본 군사당국을 인용해 무수단 미사일이 1000km 이상으로 올라갔다고 보도했다. 우리 국방부와 합참은 이 보도마저 공식적으로 확인해주지 않았다.

이후 북한은 23일 “최대정점 고도 1천413.6km까지 상승비행했다”고 공개했다. 그러나 군은 이런 공개에 대해 아직도 침묵하고 있다. 무수단 미사일이 얼마의 각도로 비행했고 최대정점 고도에서 얼마의 속도로 낙하했는지 설명하지 않고 있다.

이번에 북한이 발사한 무수단 미사일과 관련한 정보는 대부분 미국의 정보자

산일 가능성이 크다는 게 전문가들의 시각이다. 미국 정보자산의 경우 수집한 정보를 받아서 마음대로 사용할 수 없다는 군의 심정은 이해가 가지만 우리나라 안보와 직결된 정보에 대해 수세적으로 대응하는 태도는 고쳐야 한다고 제언하는 전문가들도 있다. 일각에서는 ‘한해 40조원에 육박하는 국방비가 도대체 어디로 가느냐’는 불멘소리도 나온다.』

〈<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016062410221340506>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

아시아경제는 북한의 무수단 시험 발사 이틀 후인 6월 24일, 네이버 뉴스스탠드에 「[속보]“北미사일 일본 영공에…” 발각」이라는 제목으로 기사를 올렸다. 국내외의 각종 매체를 통해 밝혀졌듯이 북한이 6월 22일 발사한 중거리 탄도미사일 ‘무수단’은 이례적으로 큰 각도로 발사되어 일본 영공을 침범하지 않았다. 아시아경제의 위 기사 역시 “미사일이 멀리 비행하지 못한 것은 일본 영공에 들어가는 것을 피하려고 북한이 (고의로) 미사일을 거의 직각으로 쏘아 올렸기 때문으로 추정된다”는 미 관계자의 발언을 인용, 이번에 발사된 북한의 미사일이 일본 영공에 진입하지 않았다는 사실을 간접적으로 전했다.

해당 기사는 북한이 시험 발사한 미사일의 성공 여부와 미국, 일본, 우리 군의 입장을 다룬 것이지만, 네이버 뉴스스탠드에 노출된 제목만 보면 마치 북한이 6월 22일에 이어 또 다시 미사일을 발사, 일본을 향해 날아가고 있는 긴급한 상황인 것처럼 느껴진다.

이와 같은 보도 행태는 신문의 신뢰성을 훼손할 우려가 있을 뿐만 아니라 국민들로 하여금 사실관계를 오인케 하고 혼란을 초래할 소지가 있으므로 신문 윤리실천요강 제10조 「편집지침」 ①(표제의 원칙)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

주문

헤럴드경제 2016년 6월 27일자 「‘집단누드사진’ 예술인가?~의설인가?~」 제목의 사진에 대하여 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『지구촌의 별난 소식을 재미 삼아 보기에는 노출이 너무 심합니다. 집단으로 다 벗고 있는 사진이 징그럽기까지 합니다. 이런 사진을 한두 장도 아니고 근접 촬영한 사진까지 필요 이상으로 많이 올린 저의가 무엇입니까? 저희 집에 아이들이 보게 될까 걱정이 됩니다.』

2. 이에 앞서 헤럴드경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.





〈http://photo.heraldcorp.com/ptview.php?ud = 20160607163141AUI8068_20160607163320_22.jpg〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 헤럴드경제가 자사 온라인 신문에 집단 누드 사진을 게재한 것에 대해 독자가 제재 조치를 요구한 건이다.

기사에 따르면 해당 사진들은 단체 누드 사진으로 유명한 미국의 사진작가가 콜롬비아 볼리바르 광장에 6천명의 누드 군중을 세워 놓고 작업하는 장면을 담은 것이다.

남녀의 은밀한 신체 부위가 드러났다 하여 무조건 그것을 선정성 음란물로 단정할 수는 없다. 그러나 언론이 위와 같이 노출 수위가 높은 사진을 게재할

경우에는 보다 신중한 판단이 요구된다 할 것이다. 설령 위 사진 보도가 선정성에 초점을 맞춘 것이 아니라 하더라도 여성의 가슴과 음모가 그대로 드러나 있고 남성의 성기도 육안으로 식별할 수 있을 정도로 모자이크 처리가 미흡하여 미성년자가 보기에는 적절하지 않다.

한편, 해당 사진을 제공한 연합뉴스도 ‘지구촌 이모저모’ 코너를 통해 이와 관련된 소식을 보도했지만, 사람의 형체를 거의 알아볼 수 없을 정도로 뿌옇게 모자이크 처리를 했다.

따라서 헤럴드경제가 위와 같은 사진을 그대로 게재해 어린이들까지 볼 수 있도록 한 것은 사회적 공기로써 언론의 책무를 충실히 했다고 볼 수 없으므로 신문윤리강령 제2조 「언론의 책임」, 신문윤리실천요강 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-35 독자불만처리

아주경제 발행인 곽영길

주문

아주경제 2016년 6월 28일자 「10명 중 1명 앓아...원인은 ‘쌀밥」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『충치의 주범이 흰쌀밥이라니요? 말이 되는 소리입니까?』

흰쌀보다 과자나 초콜렛, 탄산음료에 당분이 더 많고 어릴 때부터도 이런 것들이 충치의 제1원인이라고 배웠습니다. 그리고 쌀밥이 잡곡밥에 비해 혈당지수가 높은 것은 사실이지만 적당량을 먹는다면 아무 문제가 되지 않습니다. 날

이 갈수록 쌀 소비량이 줄어들고 있어 사회적으로 문제가 되고 있는 마당에 언론이 잘못된 보도로 여론몰이를 해서는 안 된다고 생각합니다.』

2. 이에 앞서 아주경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『[치아 건강상식] ①충치: 10명 중 1명 앓아… 원인은 ‘쌀밥’

입에서 끈적한 찌꺼기로 변해
치아 사이에 당분 끼게 만들어
어금니 홈 매우면 90% 예방
연 1~2회 치석제거·검진 중요

최근 건강보험심사평가원의 통계 자료를 보면 2014년 충치(치아우식증)로 병원에서 진료를 받은 사람은 545만명에 달한다. 국민 10명 중 1명은 충치를 앓고 있는 것이다.

충치는 당분이 많이 함유된 음식을 섭취하면 발생한다. 충치균은 치아 표면에 붙어 있는 끈적한 음식 찌꺼기 속의 당분을 먹이로 한다.

한국인이 주로 섭취하는 쌀은 탄수화물로, 이것이 분해되면 당분이 된다. 쌀을 요리한 밥은 입속에서 끈적한 찌꺼기로 변해 치아 사이에 끼기 쉬워 우리나라 국민의 충치를 유발하는 주요 원인이 되기도 한다.

충치는 초기에 아프거나 불편한 증상이 없어 진행되는 것을 잘 느끼지 못한다. 대부분의 충치는 어금니의 씹는 면에서 생기며 치아와 치아 사이에도 자주 발생한다. 잘못된 양치 습관으로 치아와 잇몸 사이가 파이거나, 잇몸이 나빠져서 치아의 뿌리가 드러나도 충치가 발생하기 쉽다.

충치는 보이는 것보다 속으로 훨씬 심하게 진행된 경우가 많다. 따라서 충치 때문에 증상을 느낀다면 이미 심각한 상황일 수 있다.

치료법은 충치의 정도에 따라 달라진다. 충치가 깊지 않거나 부위가 넓지 않으면 충치가 생긴 치아 표면을 긁어내고 아말감이나 레진을 씌우는 치료를 한다. 충치가 신경에 침범했을 땐 신경치료를 진행하며, 심한 경우 이를 뽑아야

한다.

충치를 유발하는 밥 같은 음식은 자제하면 좋지만, 먹지 않고 살 수는 없다. 따라서 음식 섭취 후 이를 닦은 깨끗한 상태로 지내려는 노력이 충치 예방을 위한 가장 좋은 식습관이다.

직접적인 방법으로는 연 1~2회 불소를 치아에 발라주면 산에 잘 견디게 돼 치아가 강해진다. 또한 어금니에 충치가 생길 만한 홈을 치과 재료로 미리 메워 버리는 방법은 90% 충치 예방이 가능하다.

충치는 초기에 자각증상이 나타나지 않기 때문에 병원에서 1년에 1~2회 치석제거(스케일링)와 구강검진을 받는 게 중요하다.

조○○ 기자 **cho@

도움말: 백영걸 유디치과 용인 동백점 대표원장』

〈<http://www.ajunews.com/view/20160627130720219>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 기사는 아주경제가 생활경제/건강 면에 새롭게 기획한 ‘치아건강상식’ 코너 제1편으로써, 치아 우식증(충치)의 원인과 예방법을 소개한 것이다.

그런데 기사는 제목부터 「①충치: 10명 중 1명 앓아… 원인은 ‘쌀밥」이라 달고 오로지 쌀밥만을 충치의 원인으로 지목했다. 기사 본문에서도 “쌀을 요리한 밥은 입속에서 끈적한 찌꺼기로 변해 치아 사이에 끼기 쉬워 충치를 유발하는 가장 큰 원인이 된다”고 기술하는 등 충치를 일으키는 다른 요인에 대해선 전혀 언급하지 않았다.

언론매체가 건강상식이나 의료정보를 제공하는 것은 긍정적 기능이 있지만 우리나라의 쌀 소비량 감소가 심각한 수준에 다다른 현실에 비추어 볼 때 위와 같은 보도는 언론의 사회적 책임이라는 차원에서 문제가 있다고 본다. 물론 소득 수준이 높아지면서 먹거리가 다양해진 것이 쌀 소비량 감소의 주요 원인이지만 최근 들어 쌀밥을 ‘공공의 적’으로 몰고 가는 각종 언론매체의 영향도 크다.

그러한 점에서 아주경제의 위 기사는 올바른 여론형성의 책임을 가지고 있는 언론으로서 독자들에게 잘못된 정보를 제공할 우려가 있으므로 신문윤리강령 제2조 「언론의 책임」을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-36 독자불만처리

헤럴드경제 발행인 이 영 만

주문

헤럴드경제 2016년 6월 2일자 「누드 유출 파문 켈리 브룩 컴백 “난 안 죽어”」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『2016년 6월 2일 헤럴드경제의 엔터테인먼트 화제뉴스에 보도된 〈누드 유출 파문 켈리 브룩 컴백 “난 안 죽어”〉 기사에 대해 심의를 요청합니다.

2014년 영화배우 켈리 브룩의 1차 사진유출 시 ‘가슴은 물론, 성기까지 적나라하게 드러난 사진’이 포함되어 있다는 내용에 이어, 2015년 또 다시 사진이 유출되었고 ‘켈리 브룩이 자신의 성기를 적나라하게 드러내고 있는 사진과 전 남자친구와 찍은 사진 등’이 포함되었음을 보도했습니다. 그리고 두 차례의 유출 파문 이후 1년이 지났지만 아직까지도 SNS 등에 켈리 브룩의 은밀한 사진들이 계속 유포되고 있음을 알렸습니다.

영화배우가 누드 유출 파문을 딛고 컴백했다는 기사에 굳이 ‘가슴’, ‘성기’등의 신체부위를 언급하여 필요 이상 세밀하게 표현한 것은 선정성을 부추겨 독자들의 관심을 끌려는 의도라고 밖에 이해되지 않습니다. 특히 가슴이 심하게 드러나고 다리를 짝 벌린 켈리 브룩의 사진과 함께 ‘성기가 적나라하게 드러난 사진’이라는 표현을 두 번이나 사용하였는데, 이는 독자들의 관음증을 부추기

며 독자들로 하여금 상상의 여지를 줄 수 있는 표현이라 생각합니다.

헤럴드경제는 네이버 뉴스스탠드의 첫 화면에 이와 같은 선정적인 기사를 게재했습니다. 성인인증 없이도 아동에서부터 청소년까지 접근이 가능한 인터넷 매체에서 아직까지도 켈리 브룩의 은밀한 사진들이 계속해서 유포되고 있다는 사실을 전하는 것은, 독자들의 알 권리를 보장하는 차원이 아닐 뿐더러 선정성이 짙은 콘텐츠에 대한 아동·청소년에게 성적 호기심을 불러일으키고 건강한 정서 함양에 악영향을 끼칠 수 있습니다.

해당기사는 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ④(선정보도의 금지), 제13조 「어린이보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반한 것으로 판단되므로 심의를 통해 적절한 제재를 취해 주실 것을 요청합니다.

독자를 확보하기 위한 경제, 스포츠지의 선정성이 하루 이틀의 문제는 아니지만 한국신문윤리위원회의 제재를 통해 선정적인 미디어 환경이 다소나마 개선될 수 있기를 기대합니다.』

2. 이에 앞서 헤럴드경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『누드 유출 파문 켈리 브룩 컴백 “난 안 죽어”』

기사입력 2016-06-02 06:01

【헤럴드경제 = 이슈섹션】‘세계 최강 몸매’로 한국에서도 유명한 영국의 모델 겸 배우 켈리 브룩이 두차례의 누드 사진파문을 겪고도 다시 일어나 굳건하게 활동을 이어가고 있다.

2014년 애플사의 클라우드 저장 시스템인 ‘아이클라우드’를 통해 모델 켈리 브룩의 은밀한 사진이 대거 유출됐다.

당시 유출된 사진 중에는 켈리 브룩의 가슴은 물론, 성기까지 적나라하게 드러난 사진도 포함되어있어 국내외 켈리 브룩의 팬들을 큰 충격에 빠뜨렸다.



그 후 1년이 채 되지 않은 2015년 켈리 브룩은 다시 한번 사진 유출 파문에 휘말리며 이미지에 심각한 타격을 입었다.

2차 유출 파문에서 공개된 사진은 켈리 브룩이 자신의 성기를 적나라하게 드러내고 있는 사진과 전 남자친구와 찍은 사진 등이 포함된 것으로 알려졌다.

사고 전에는 우아하고 조신한 이미지와는 상반되는 탄탄하고 육감적인 몸매로 인기를 얻었던 켈리 브룩은 유출 사건 이후 이미지 타격이 불가피했다.



두차례의 유출 파문 이후 1년이 지났지만 아직까지도 SNS 등에는 켈리 브룩의 은밀한 사진들이 계속해서 유포되고 있는 것으로 확인됐다.

하지만 그는 유출 파문에도 불구하고 다시 일어났고 현재는 ‘세계 최강 몸매’, ‘대세 섹시 스타’로 굳건히 자리매김했다.

이를 접한 네티즌은 “씩씩해서 보기 좋다”, “저런 열린 마인드, 우리나라에도 필요하다” 등의 반응을 보이며 켈리 브룩을 응원했다.

onlinenews@heraldcorp.com』

〈<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160601000929>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

헤럴드경제 위 기사는 과거의 누드 사진 유출 파문을 딛고 일어난 영국의 모델 겸 배우 ‘켈리 브룩’의 컴백 소식을 다룬 것이다.

그러나 기사는 「누드 유출 파문 켈리 브룩 컴백 “난 안 죽어”」라는 제목 아래 “켈리 브룩이 두 차례의 누드 사진파문을 겪고도 다시 일어나 굳건하게 활동을 이어가고 있다”고 전하면서도, 재기에 성공한 세계적인 여배우의 근황보다는 아직도 인터넷상에 남아 있는 과거의 누드 사진을 언급하는데 많은 부분을 할애했다.

‘가슴’, ‘성기’라는 표현을 반복적으로 사용하여 누드 사진을 선정적으로 묘사하는 한편 “두 차례의 유출 파문 이후 1년이 지났지만 아직까지도 SNS 등에는 켈리 브룩의 은밀한 사진들이 계속해서 유포되고 있는 것으로 확인됐다”며 독자의 성적 호기심을 자극했다. 그러면서 기사는 선정적 포즈로 다리를 벌리고 있는 사진 등 신체 중요 부위가 과도하게 부각된 켈리 브룩의 사진까지 게재했다.

독자들의 흥미를 끌기 위해 노출 사진까지 곁들여가며 여배우의 곤혹스런 과거를 선정적으로 보도한 위 기사는 언론 본연의 기능과 역할을 망각했다는 지적에서 벗어나기 어렵다고 판단된다.

따라서 위 기사는 신문윤리강령 제2조 「언론의 책임」, 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ④(선정보도의 금지)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

주문

스포츠조선 2016년 7월 6일자 「[단독①] 에릭♥서현진 ‘오해커플’ 현실 로맨스…“2개월째 열애中”」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『해당 기자들은 사실에 대한 명백한 확인 없이 ‘아니면 말고’식의 열애설 기사를 보도했습니다.

10분도 안 돼서 양측이 이에 대해 반박했으나 열애설 기사의 게시 중단은 커녕, 양측이 부인한 사실을 인정한 상태에서 다음날 종이신문에 또한 열애설 기사를 게재하였습니다.(첨부) 또한 이에 대해 어떠한 정정보도나 사과는 없는 상태입니다.

기사에는 ‘복수의 연예관계자’, ‘두 사람의 또 다른 측근’, ‘현지에 함께 있는 <또 오해영> 관계자’ 등 수 많은 취재원을 확보했다고 되어있으나 소속사에 진위여부를 확인하는 기본적인 ‘크로스체크’ 절차조차 빠져 있습니다. 이런 식의 기사가 용인된다면, 근거 없는 자극적인 기사가 범람하여 신문의 질이 떨어지는 것은 물론 언론의 순기능 역시 심각하게 저하될 것입니다. 해당 기자들이 오보에 대해 책임을 질 것을 강력히 요구합니다.

더구나 해당 기사를 작성한 스포츠조선의 세 명의 기자(배선영, 백지은, 조지영)는 특정 가수의 팬으로 추정되며(증거자료 첨부), 그 동안 연예부 기자로 활동하면서 개인적인 감정이 반영된 기사를 작성하며 신문의 중립성을 훼손해왔습니다. (윤리강령 제4조 위반)

특히 해당 기자들이 좋아하는 가수과 라이벌관계인 그룹 및 멤버에 대해 편향된 시각을 가지고 의도적으로 부정적인 기사들을 작성하여 본질을 심각하게

호도해왔습니다.』

2. 이에 앞서 스포츠조선은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『[단독①] 에릭♥서현진 ‘오해커플’ 현실 로맨스...“2개월째 열애中”

기사입력 2016-07-06 17:25:22 최종수정 2016-07-06 17:40:35



【스포츠조선 배○○·백○○·조○○ 기자】드라마 속 로맨스가 현실이 됐다. 배우 에릭(37)과 서현진(30)이 현실 커플로 발전한 것. 이제 막 사랑을 시작한 2개월차 커플이다.

최근 복수의 연예 관계자는 스포츠조선을 통해 “에릭과 서현진이 실제 연인으로 발전했다. 인기리에 종영한 tvN 월화드라마 ‘또 오해영’(박해영 극본, 송현욱 연출)에서 심상치 않은 로맨스를 펼치더니 진짜 멜로를 시작하게 됐다”고 전했다.

‘또 오해영’의 한 관계자는 “두 사람이 촬영 중간 서로를 챙기는 다정한 모습을 보이는 등 남다른 애정을 드러냈다. 6월부터 정식으로 교제를 시작해 지금은 남부럽지 않은 ‘또 오해영’ 공식 커플이 됐다”고 귀띔했다.

두 사람의 또 다른 측근은 “‘또 오해영’으로 인해 약 3개월 간 동고동락하며 가까워진 드라마 관계자들은 이미 두 사람의 관계를 눈치 챌 만큼 찬 상태”라

며 “두 사람의 실제 로맨스 덕분에 연기에도 그만큼 힘이 실린 것 같다”고 덧붙 였다.

현지에 함께 있는 ‘또 오해영’ 관계자는 “에릭과 서현진 두 사람의 발전된 관계 가 푸켓에서도 전해진다. 두 사람만의 달콤한 밀월여행을 온 듯 한 다정한 기운 에 모두들 ‘드라마 속 로맨스가 현실이 됐다’며 축하하는 분위기다”라고 밝혔다.

‘또 오해영’을 통해 서현진의 매력을 느낀 에릭이 먼저 마음을 고백, 현실판 ‘오해커플’이 됐다는 것. 촬영 현장에서 서로에 대한 마음을 숨기지 않고 드 러내 스태프들 사이에서는 공식 커플로 불렸던 두 사람. 실제로 ‘또 오해영’ 배 우들과 스태프들은 서현진에게 ‘형수님’이라는 애칭을 붙여줬다는 후문이다.

현재 에릭과 서현진을 비롯, ‘또 오해영’의 출연진 및 스태프는 지난 3일 푸켓 으로 포상 휴가를 떠나 오는 7일 귀국한다. 두 사람은 현재 푸켓에서 드라마 성 공의 기쁨과 데이트를 동시에 만끽하고 있다.

온갖 우여곡절 끝에 해피엔딩을 맞았던 ‘또 오해영’ 속 에릭과 서현진. 인기 와 사랑을 동시에 사로잡은 연예계 특급 커플이 됐다.』

〈<http://sports.chosun.com/news/ntype.htm?id=201607070100047050003161&servicedate=20160706>〉

※참고 자료- 스포츠조선 2016년 7월 7일자 2면



3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

지난 7월 6일 스포츠조선은 자사 온라인 판을 통해 배우 에릭과 서현진이 2개월째 열애 중이라고 단독 보도했다.

이 기사가 나간지 10분 만에 에릭과 서현진 양측은 본인들의 열애설을 강력 부인했고, 엑스포츠뉴스「서현진 측 “에릭과 열애설, 사실무근” (공식입장)」, 일간스포츠「[종합is] 에릭·서현진, 안 사귀다 진짜」, 조이뉴스「에릭-서현진 측 “열애 사실무근”...10분 만에 끝난 해프닝」 등 상당수 매체들이 이를 즉각 반영하는 기사를 내보냈다.

그러나 스포츠조선은 열애설 당사자들의 부인에도 아랑곳없이 다음 날 지면 예까지 온라인과 동일한 기사를 냈고, 그 후에도 해당 기사를 수정하는 후속 기사를 전혀 다루지 않았다. 보도가 나간 지 40일이 지난 8월 15일이 되어서야 스포츠조선은「서현진 첫언급 “에릭과 열애? 아니라해도 안믿어”」 제하의 기사를 통해 열애설을 부인하는 서현진의 입장을 실어줬다.

연예인에 대한 흘리기식 추측성 보도는 이미 오래 전부터 문제시 되어 왔고 끊임없이 개선이 요구되어 왔다. 스포츠조선 기사의 경우 ‘복수의 연예관계자’, ‘두 사람의 또 다른 측근’, ‘현지에 함께 있는 <또 오해영> 관계자’ 등 다수의 취재원을 제시하며 여러 정황적 증거를 내세웠지만, 정작 열애설 당사자나 소속사에는 진위 여부를 확인하지 않은 것으로 보인다. 잘못된 보도로 인해 두 사람의 연예 활동에 심각한 타격을 입을 수도 있는 상황에서 스포츠조선은 측근이나 관계자의 말만 빌려 단독 기사까지 낸 것이다. 또한 지속적으로 뉴스를 갱신할 수 있는 인터넷 매체의 특성을 고려할 때 스포츠조선은 자사 기사의 불명확성을 해소하여 사실의 전모를 충실히 전달하는 데도 너무 소극적이었다.

위와 같은 점을 종합해볼 때 스포츠조선의 위 기사는 ‘공인의 사생활을 보도·평론하는 때에도 절제를 잃지 않도록 경계해야 한다’고 규정한 신문윤리실천요강 제12조「사생활 보호」④(공인의 사생활 보도)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

주문

스포츠조선 2016년 6월 15일자 「된장이 나오기까지 천일의 기다림, ‘죽장연’의 비밀은», 6월 22일자 「무선 골전도 헤드폰 ‘트랙티타늄’, 난청이 없네!», 7월 14일자 「2016 다이얼 골프화 ‘59,000원’ 60%할인 최저가 판매!», 8월 17일자 「건강증진 ‘33종’한 포에 총망라, 진수성찬 안부러워!」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『‘든든몰’이라는 온라인 쇼핑몰은 스포츠조선이 운영하는 계열사입니다. 자사가 운영하는 쇼핑몰을 버젓이 자사 신문에 광고해도 되는 겁니까? 게다가 스포츠조선은 이러한 광고를 기사 형태로 바꿔서 내보내고 있습니다. 자사 쇼핑몰 광고는 자중하시고 부득이 하고 싶다면 광고 난에 하시길 바랍니다. 광고를 기사 형태로 쓴다고 해서 독자가 모를 것 같습니까?』

2. 이에 앞서 스포츠조선은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

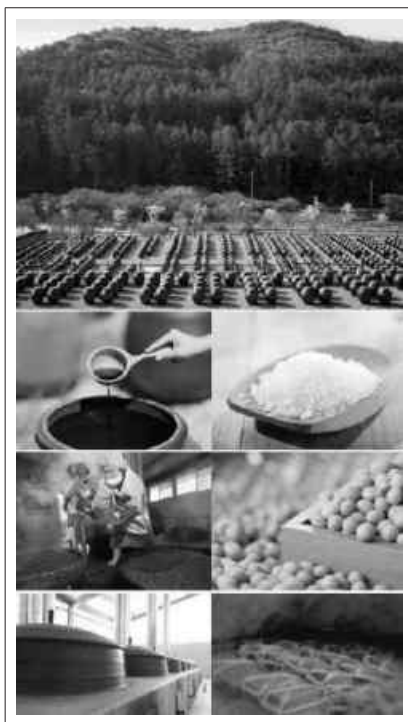
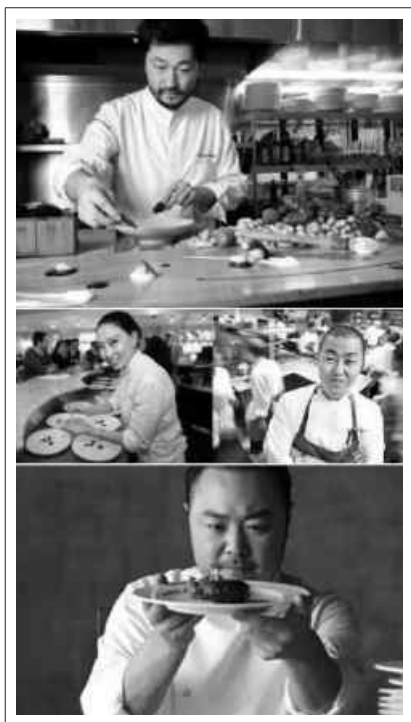
『된장이 나오기까지 천일의 기다림, ‘죽장연’의 비밀은

기사입력 2016-06-15 16:13:02

천일의 기다림, 3만 시간의 정성. 자연과 세월 외에는 아무 것도 넣지 않은 고품격의 ‘장’이 있다. 음식 한류를 이끄는 장 브랜드인 ‘죽장연’이다. 한국인만의 전통 먹거리였던 장은 이제 세계인들이 웰빙식품으로 인정하고 있다.



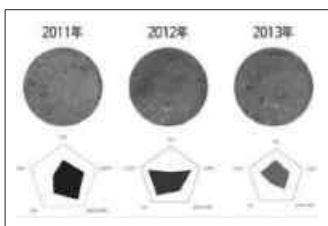
특히 족보가 있는 전통장은 맛과 멋을 함께 아우르고 있어서 더욱 이목을 끈다. 죽장연은 족보 있는 전통장류의 대표 브랜드이다. 죽장연은 문화체육부와 농축산식품부가 선정하는 대한민국 우수문화상품으로 지정된 국가 공인 명품이다. 우수문화상품 지정제도는 정부가 우수한 문화상품의 해외홍보를 책임지고 지원하는 제도이다. 음식 한류를 이끄는 죽장연은 수량이 한정된 명품 특산물답게 현재 국내에서는 유명 백화점에서만 판매된다.



죽장연은 미국, 일본, 홍콩 등 전세계의 유명 셰프들이 선호하고 있다. 뉴욕 미술랭 스타 레스토랑의 오너 셰프인 김훈이 죽장연을 요리에 활용하고 있다. 프랑스의 인기 셰프인 피에르 상 보이에는 음식 축제인 'Taste of Paris'에서 죽장연의 장을 이용한 프랑스 요리를 선보인 바 있다. 국내에서도 죽장연 전통장

을 사용해 요리를 내놓는 유명 셰프가 늘고 있다.

죽장연이 세계적 명품으로 자리잡은 것은 최고의 재료, 청정 자연환경 활용, 빈티지 제도 등 체계적 관리라는 삼위일체가 있었기 때문에 가능했다. 죽장연 장류의 주원료인 콩은 청정지역인 포항시 죽장면 상사리에서 재배된다. 지하 200미터에서 끌어올린 암반수를 한 번 더 정제한 물을 사용하고, 3년간 간수를 뺀 남해안 천일염으로 씻는다. 메주는 참나무 장작을 이용해 무쇠가마솥에서 찌서 쏜다. 이렇게 쏜 메주는 자연 바람으로 건조시킨 뒤에 황토방에서 발효시킨다. 최고의 재료가 최적의 조건에서 만들어진 ‘장’은 이후 2년 동안 숙성된 뒤 소비자와 만난다. 콩의 수확에서 장의 판매까지 꼬박 일천일(一千日), 3만 시간이 걸린다.



죽장연은 명품 와인과 같은 생산연도별 관리인 ‘빈티지(Vintage)’ 시스템이 적용된다. 빈티지별로 같은 맛을 내기 위한 품질관리를 하고 있는 것이다. 매년 자연바람에 20,000장의 메주를 건조하고, 정월에 소량인 1,000독의 장만 담

근다. 담근 장은 무형문화재 청송 이무남 옹기장인이 고집을 가지고 만드는 숨쉬는 항아리에 담아서 숙성시킨다. 화학조미료, 색소, 방부제를 전혀 사용하지 않은 무공해 청정 식품이다. 자연과 전통이 어우러져 빛나는 최고의 웰빙식품인 죽장연은 된장, 간장, 고추장으로 만날 수 있다.

백화점에서 고가에 판매하는 죽장연을 스포츠조선 든든몰(www.dndnmall.co.kr)이 온라인에 소개한다. 여름 스페셜 이벤트로 된장, 고추장, 간장을 9,900원에 할인 판매하는 이벤트를 통해서다. 맛과 정성이 담긴 오리지널 명품 전통장 ‘죽장연’으로 여름 건강을 챙기자.

전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na***um@sportschosun.com」

〈<http://sports.chosun.com/news/ntype2.htm?id=201606160100122970008474&ServiceDate=20160615>〉

『무선 골전도 헤드폰 ‘트랙티타늄’, 난청이 없네!』

기사입력 2016-06-22 17:20:59



철저한 연구 개발로 기존 제품의 문제점을 한 번에, 완벽하게 해결한 신제품이 나오는 경우가 있다. 이런 혁신적인 신제품은 광고를 하지 않아도 입소문을 타고 소비자의 폭발적인 호응을 얻어서 시장의 스타 상품으로 등극한다. 스포츠 헤드폰 시장에서는 무선 골전도 헤드폰 ‘트랙티타늄’이 대표적인 사례이다.

기존 헤드폰은 아웃도어 스포츠를 즐기는 사람들의 안전을 심각하게 위협한다. 자전거, 조깅, 등산 등 아웃도어 스포츠를 즐기면서 음악을 듣거나 전화를 할 때 기존 헤드폰을 쓰면 주변 소리가 차단돼 안전 사고를 유발하기 때문이다. 실제로, 헤드폰을 끼고 사이클링이나 조깅을 하다가 옆을 지나는 차량 소리가 들리지 않아서 일어나는 교통사고가 국내에서도 수도 없이 일어난다.

또 아웃도어에서 헤드폰으로 음악을 들으면 주변의 소리 때문에 음량을 크게 높이기 마련이어서, 헤드폰을 끼고 야외 활동을 하는 사람은 결국 거의 예외없

이 소음성 난청이 생긴다.

트랙티타늄은 특허받은 골전도 기술을 이용해 운동 중 발생하는 사고를 막아주고 소음성 난청을 예방하며, 고음질의 음악을 들으며 주변 상황을 함께 인식할 수 있는 유일한 스포츠 헤드폰이다. 트랙티타늄은 헤드폰을 귓바퀴에 걸쳐서 양쪽 귀 앞에 대기만 하면 되고, 귓구멍은 막지 않는 오픈형 헤드폰이다. 다이나믹 스테레오 사운드와 이중 소음제거 기술이 적용돼 음향이 잡음 없이 선명하고 깨끗하다. 이런 음향은 광대뼈 진동을 통해 고막을 거치지 않고 내이에 전달된다.

음악을 듣는 동시에 고막을 통해서는 외부 소리가 인식되기 때문에, 사이클로 고속 주행을 하더라도 교통사고나 충돌사고 등의 위험을 피할 수 있다. 또 소리가 고막을 거치지 않고 전달되기 때문에, 기존 이어폰의 치명적인 한계점인 소음성 난청을 근본적으로 예방하는 혁신적인 제품이다.

블루투스를 이용한 무선 헤드폰이어서 몸 움직임에 방해하는 거추장스러운 선 없이 사용할 수 있으며, 초경량 티타늄 프레임으로 무게감이 거의 느껴지지 않는다. 생활방수 기능이 탑재돼 비를 맞으면서 사용해도 된다. 리튬이온배터리 1회 충전으로 6시간 연속 사용(대기시간 100시간)이 가능해 장거리 라이딩이나 등반에도 충분하다.

트랙티타늄은 아웃도어 스포츠 애호가 뿐 아니라, 공부하면서 늘 이어폰을 꽂고 사는 학생이나 출퇴근시 스마트폰으로 음악 감상이나 게임을 즐기는 직장인에게도 최적이다. 트랙티타늄을 쓰면 젊을 때부터 장기간 이어폰을 사용하면 누구에게나 찾아오는 소음성 난청을 근본적으로 피할 수 있기 때문이다.

무선 골전도 헤드폰 트랙티타늄을 합리적인 쇼핑을 추구하는 스포츠조선 든든몰(www.dndnmall.co.kr)에서 판매중이다.

전화문의 1688-2528』

〈<http://sports.chosun.com/news/news.htm?id=201606230100181860012587&ServiceDate=20160622>〉

『2016 다이얼 골프화 ‘59,000원’ 60%할인 최저가 판매!

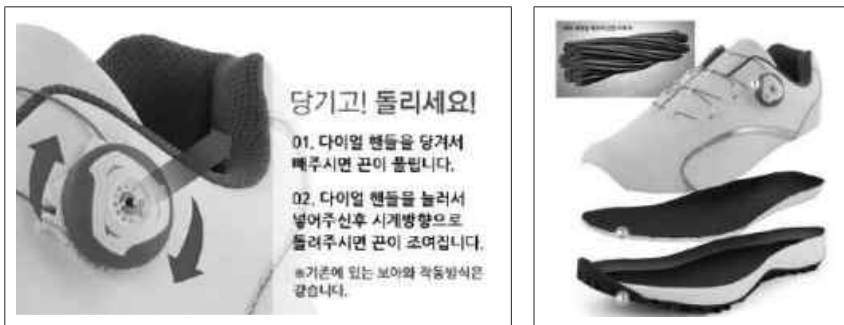
기사입력 2016-07-14 11:03:27 최종수정 2016-07-14 17:57:29



다이얼을 살짝 돌리는 것만으로 굿샷 준비 끝! 최근 골프화의 대세는 끈을 매는 대신 다이얼만 돌리면 발을 생김새대로 감싸주는 다이얼시스템이다. 장타의 기본인 하체 고정에 최적인 다이얼시스템을 채택한 골프화가 단돈 59,000원에 국내 골퍼의 품에 안긴다. 거의 모든 브랜드에 다이얼이 장착되어 있는 제품들이 나오기는 하나같은 모델이라 해도 일반 골프화보다 3~5만원 정도 비싸게 판매가 된다. 다이얼 시스템 골프화로서는 단연 국내 최저가를 자부한다. 이같은 혜택은 정가 14,5000원인 히로 야마모토의 멘탈리스트 프리락 다이얼 골프화를 스포츠조선 든든몰이 60% 파격 할인 판매하는 덕분에 가능하다.

올해 출시된 신상품 멘탈리스트 프리락 골프화는 기존에 다이얼 골프화의 문제였던 다이얼의 고장율을 특허기술인 ‘와이어 조임장치’ 기술로 0.1%까지 잡

았다. 또한 300그램대의 초경량으로, 18홀 내내 카트를 타지 않고 걸어서 라운딩해도 몸이 가볍고 피로감이 적다. 신발 안쪽에 들어있는 AFS 메모리폼은 골퍼의 발모양에 맞춰 편안한 착화감을 제공하여 스윙시 발을 편하게 해주고 오랫동안 쿠셔닝을 유지해준다. 또, 어떤 골프패션에도 맞춰 신을 수 있도록 세 가지 색상의 심플하고 스포티한 디자인을 갖췄다. 제품을 소싱한 스포츠/패션 MD는 “전체적인 디자인이 잘 나왔고 특히 바지가 살짝 덮이는 착용샷은 고급스러움이 한층 더한다”라고 말했다.



멘탈리스트 프리락 골프화는 최근 대세인 스파이크리스 형태로, 필드나 연습장에서는 물론 둘레길 걷기 등 다른 레저 활동 때 신어도 발이 편안하고 활동성이 높아 안성맞춤이다.

최고의 골프레저용품을 엄선해 합리적인 가격에 공급하는 스포츠조선 든든몰(www.dndnmall.co.kr)은 2016년 신상품인 히로 야마모토 멘탈리스트 프리락 골프화를 소비자가 145,000원에서 60% 할인된 가격인 59,000원에 판매한다. 화이트그린, 블랙그린, 화이트블루 세 가지 색상 중 선택하면 되며, 사이즈는 색상별로 250~280mm까지 준비돼 있다.

전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na***um@sportschosun.com」

〈<http://sports.chosun.com/news/ntype4.htm?id=201607150100118970008415&servicedate=20160714>〉

『건강증진 ‘33종’ 한 포에 총망라, 진수성찬 안부러워!』

기사입력 2016-08-17 16:15:37



성공을 향해 달려가는 현대인은 매일 지친다. 출근길부터 발걸음이 무거운 월요일에서 업무 부담이 본격화하는 화요일, 절반이나 남은 일주일을 바라보는 수요일, 지쳐가는 목요일을 거쳐 회식이 기다리는 금요일까지, 지치고 힘든 원인은 그날그날 다르다. 더 큰 문제는 이런 라이프스타일이 일주일 단위로 다람쥐 쳇바퀴처럼 반복되는 것이다.

이 때문에, 사업의 성공과 가족의 행복을 바라는 가장이라면 매주 그날의 라이프사이클에 맞춰 에너지를 충전하고 출근해야 한다. 그날 필요한 건강증진과 체력유지를 위한 맞춤형 영양보급을 해야 가족을 위한 성공적인 하루를 보낼 수 있기 때문이다.

이를 위해서는 그날그날 다른 식단으로 차리는 ‘당일 맞춤형 아침밥상’으로 식사하는 것이 가장 좋다. 그러나 한국인의 현실은 아침밥상 식단 변화는커녕

허둥지둥 출근하느라고 아침밥 자체를 챙겨먹지 못하는 경우가 더 많다. 최근의 다양한 조사마다 국내 직장인 아침 결식률은 40~55%대로 나타나고 있으며, 한국식품건강소통학회가 지난 3월 조사한 결과 아침식사를 거르는 이유의 70%는 “시간 부족”이었다. 바쁘다는 이유로 가족과 사업을 위한 전장에 에너지탱크를 텅 비운 채로 출전하는 셈이다.

월화수목금 건강증진원료 섭취… 토일은 가족과 식사를

그런데, 이런 문제는 해결책이 있다. 당일 맞춤형 아침밥상 못지 않게 다양하고 균형잡힌 건강증진성분을 함유한 대용식을 챙겨먹는 것이다. ‘건강든 모닝밀 올인원’이 대표적인 아침식사형 영양공급 균형식이다. 이 제품은 월요일부터 금요일까지 매일 현대인에게 필요한 건강증진성분을 한 포에 모두 담았다. 총 33가지 성분을 통해 그날그날의 건강증진, 건강유지, 체력유지, 영양보급을 지원하도록 설계된 신개념 아침대용식이다. 월요일부터 금요일까지 매일아침 건강든 모닝밀 올인원으로 건강증진원료와 영양을 섭취하고, 토·일요일 주말에는 가족과 함께 식사하면서 휴식을 즐긴다면 14포 한 상자로 3주일 가까이 아침을 든든하게 열 수 있다.



건강든 모닝밀 올인원은 최근 맛의 대세인 바나나맛을 채택한 현재 유일한 아침대용식 제품이기도 하다. 바나나를 영하 40도 이하에서 급속 냉동해서 수분만 쏙 뺀 뒤 분말화해 신선한 바나나의 맛과 향, 영양분을 그대로 유지했다. 건강든 모닝밀 올인원은 또, 동결건조바나나분말과 분리대두단백, 차전자피분말 등이 포만감을 오래 유지하고 공복감을 쉽게 느끼지 않도록

해 줘서, 아침 일찍 먹고 출근해도 쉽게 허기지지 않고 오랫동안 든든하다. 직장인이나 사업가는 물론, 늦은밤까지 이어지는 공부에 지쳐 아침을 거르고 허둥지둥 등교하는 수험생 자녀나 입맛을 잃기 쉬운 노부모의 건강증진, 건강유지, 체력유지, 영양보급에도 안성맞춤이다.

마음놓고 드세요... 무설탕·무콜레스테롤 ‘공인분석’

이 제품은 식품 안전성도 철저하게 확보한 든든한 식품이다. 식품의약품안전처 지정 검사기관의 공인분석을 거친 ‘저지방 고단백’ 식품이다. 최근 정부는 국민 건강을 위해 ‘설탕과의 전쟁’을 선포했다. 건강든 모닝밀 올인원은 이런 정부의 방침에 맞춘 무설탕 제품이며, 성인 남녀의 근심의 원천인 콜레스테롤이 전혀 없는 무콜레스테롤 식품이기도 하다.

건강든 모닝밀 올인원은 섭취해 본 사람들의 호평과 재구매가 이어지고 있다. 아침마다 우유에 한 포씩 타 먹고 출근하는 서울 소재 건축관련 대기업 B사의 40대 후반 김모 상무는 “집에서 믹서기에 우유와 바나나를 넣고 진하게 갈아 먹던 맛과 식감이 그대로 난다”며 “아침대용식을 여러 가지 먹어 봤는데 중년 입맛에 딱 맞아서 매일 먹어도 질리지 않는 맛과 점심 때까지 허기를 느끼지 않는 포만감에서 이 제품이 가장 마음에 든다”고 말했다.

건강든 모닝밀 올인원 출시기념 향수샤워젤 무료 증정

‘건강든’은 스포츠조선 헬스라이프케어사업부에서 출범한 프리미엄 건강식품 브랜드이다. 건강든 모닝밀 올인원은 국민 건강 증진을 위한 언론사의 신뢰도를 바탕으로 다수의 건강기능식품 등을 개발한 경험을 갖춘 건강식품 전문가들이 철저하게 연구 설계했다. 스포츠조선 든든몰(www.dndnmall.co.kr)에서는 건강든 모닝밀 올인원 출시기념으로 소비자가 69,000원인 제품을 54,800원에 공급한다. 또한 선착순 50명에게는 소비자가 36,000원인 이성을 사로잡는 향수 샤워젤 클레마티스도 무료로 증정한다.

전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na***um@sportschosun.com」

〈<http://sports.chosun.com/news/news.htm?id=201608180100182110013837&serviceDate=20160817>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠조선의 위 기사들은 기업의 판촉물 같은 장점 일색의 내용으로 스포츠조선 자사가 운영하는 쇼핑몰과 제품을 선전하고 있다. 제품의 단점이나 독자가 유념해야 할 정보에 관해서는 전혀 언급이 없을 뿐 아니라 자사 쇼핑몰로 연결되는 링크까지 걸어 놓았다.

이처럼 신문이 사회적 공익인 지면(온라인 지면)을 이용하여 계열사 홍보를 과도하게 하는 것은 언론의 정도를 벗어난 제작태도로써 자사의 영리적 목적을 위한 상업적 보도라는 지적을 피하기 어렵다.

따라서 위 기사는 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증), 제10조 「편집지침」 ⑧(기사와 광고의 구분)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-39 독자불만처리

1. 스포츠동아 발행인 송 영 언
2. 전자신문 발행인 이 선 기

주문

스포츠동아 2016년 8월 9일자 「속 터지는 샤워기 수압, 초간단 해결책은?」, 전자신문 8월 12일자 「‘땀날수록’ 더 판매되는 남성 화장품, ‘대박’」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

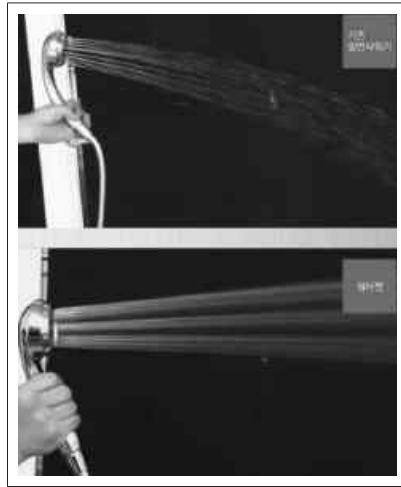
『 위 기사들은 기사를 가장한 광고입니다. 기사체로 풀어서 제품을 상세히 소개했지만 제품의 단점에 대해서는 단 한마디도 없습니다. 기자 바이라인을 달아 놓은 것도 형식에 불과합니다. 이런 식으로 소비자를 기만하지 마세요.』

2. 이에 앞서 스포츠동아와 전자신문은 각각 다음과 같은 기사를 게재하였다.

1)스포츠동아

『속 터지는 샤워기 수압, 초간단 해결책은?』

입력 2016-08-09 16:27:00



현대인에게 샤워란 피로와 스트레스에 지친 심신을 달래주는 일례 행사다. 그런데 주거환경에 따라서는 샤워기에 전달되는 수압이 부족해 영 신통찮은 샤워가 되기도 한다. 폭포수를 맞는 느낌을 원했지만 웬걸 빗물을 받아쓰는 것 마냥 물줄기가 빈약하다. 주구장창 틀어놓아도 상쾌함은커녕 수도세만 오르기 일쑤다.

이럴 때 샤워기 헤드를 교체하면 간단히 해결된다는 사실을 아는 이들이 몇 이나 될까? 절수 샤워기 ‘워터젯’ 샤워기는 물은 오히려 적게 쓰면서 수압은 높이는 일거양득의 기능성제품이다. 수도세는 최고 60% 줄고, 수압은 최고 250% 상승한다. 기존 미세 살수관의 단점으로 지적된 살수관 막힘 현상도 해결했다.

워터젯 샤워기는 해당 품목 최대판매 기록을 보유한 초인기 상품이다. 수압이 올라가는데 물 사용량이 줄어든다니 얼핏 이해가 안 갈 수도 있지만 엄연히

소비자들의 검증을 받은 사실이다.

워터젯 샤워기는 미세 살수관을 물방울 모양으로 컷팅해 기존 미세 살수관의 단점으로 지적됐던 바늘로 찌르는 듯한 따가움을 해결하고 피부가 약한 어린이 또는 노약자까지 강하고 부드러운 물줄기를 느낄 수 있게 개선됐다.

워터젯 샤워기의 장점은 이뿐만 아니다. 미세 구멍을 통과한 물입자의 부서짐 효과가 극대화 되면서 일반 폭포수의 최고 200배에 달하는 자연 음이온 피부를 미세자극하는 마사지 효과도 갖추었다. 강한 수압으로 인해 욕실청소에도 효자다.

워터젯 샤워기는 시중의 저가 중국산 제품과는 성능과 내구성 면에서 차이가 있다. 표준규격의 나사를 사용해 간단히 돌려서 탈부착할 수 있다.

고려생활건강(www.korcare.co.kr)에서 4만5000원에서 할인된 2만7000원에 판매중이며, 고려생활건강 여름 시즌 이벤트로 선착순 1천명에게 욕실방수시계(1만2000원)와 글라스터 샤워기걸이(6천 100원)를 모두 증정한다.

동아닷컴 고○○ 기자 ho**ase@donga.com

사진 = ©Gettyimages/이미진스

▷ 워터젯샤워기 자세히 보러 가기』

〈<http://sports.donga.com/News/3/all/20160809/79652545/1>〉

2)전자신문

『땀날수록’ 더 판매되는 남성 화장품, ‘대박’

발행일 2016-08-12

남자들은 귀찮아서 화장품을 잘 바르지 않는 경우가 많다. 스킨(토너 또는 애프터쉐이브), 로션, 에센스 등을 다 챙겨서 얼굴에 바르려고 하니 번거롭기 짝이 없다. 그렇다고 ‘피부 관리’를 소홀히 할 수는 없다.

젊은 나이에도 자칫 방심하면 탄력이 떨어질 수 있어 눈가, 팔자주름이 본인도 모르는 사이에 얼굴에 자리잡기 쉽기 때문에 관리는 필수이다. 꾸준하게 관리해야 늘 변치 않는 피부를 자랑하는 브라운관 스타들처럼 탄력있고 고운 피

부를 유지할 수 있다.

최근 ‘귀찮은 것을 싫어하는’ 남성들을 위해 美콩코디아 대학 생명공학연구소와 대한민국 코스메틱 전문브랜드 ‘닥터셀온’이 공동개발한 화장품이 국내에 출시되어 화제다. ‘닥터셀온 포맨 올인원(Dr.cellon For man All In One)’이라 불리는 화장품이다.



스킨, 로션, 에센스 성분을 한병에 담아 기초 케어의 복잡한 여러 단계를 과감하게 한 단계로 축소시켰다. 그냥 ‘닥터셀온 포맨 올인원(All In One)’ 하나만 바르면 끝이다.

‘닥터셀온 포맨 올인원’은 식약처 고시성분인 고가의 나이아신 아마이드와 아데노신을 함유하여, 주름개선 및 미백의 2중 기능성화장품 인증을 받았다.

여자뿐만 아니라, 남자도 늘어가는 눈가, 팔자주름과 칙칙해지는 피부를 걱정하는 마음을 이해한 완벽한 남자 화장품이다.

뿐만 아니라, ‘와인을 마시면 젊어진다’는 의학계 보고에 착안하여, 와인의 폴리페놀, 비타민, 무기질 성분과, 참마뿌리, 상황버섯, 송로버섯, 대추등의 자연 유래 한방성분을 퓨전으로 접목시켰으며, 이 성분들을 발효기법으로 만들어 영양공급을 최대화하였다.

닥터셀온 진수정 팀장은 “다년간 품질테스트와 철저한 성분조사를 통해 마침내 런칭하게 되었다”며, “제품 품질력 하나만큼은 자신있기 때문에 소비자가

사용해보고 만족하지 않으면 100% 환불해주는 환불 보장제를 도입하였다”고 밝히며 제품에 대한 강한 자신감을 드러내었다.



아침에 스킨, 로션까지 꼼꼼히 챙겨 발랐는데 오후만 되면 하얀 각질이 일어나는 말 못할 고민을 가진 남자, 무더워지는 계절만 되면 얼굴에 끈적이는 느낌이 싫어 스킨 하나만 바르고 다니는 남자, 스킨과 로션을 같이 바르는데 항상 스킨만 먼저 다 써버려 난감한 남자들은 ‘닥터셀온 포맨 올인원’을 참고하면 좋겠다.

닥터셀온 포맨 올인원은 공식 홈페이지 (www.drcellon.com)와 온라인 공식 지정판매처 고려생활건강(www.korcare.co.kr)에서 최저가로 공급하며, 닥터셀온 포맨 올인원 구매자

전원에게 식약처에서 탈모방지, 모발의 굵기강화로 효능효과를 허가받은 ‘닥터셀온 탈모방지샴푸’를 무료로 증정하는 파격적인 프로모션을 이달말까지 진행한다.

▷ 닥터셀온 포맨 올인원 보러가기

이○○ 기자(**lee@etnews.com)』

〈<http://www.etnews.com/20160812000361>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠동아와 전자신문의 위 기사들은 각각 샤워기와 남성화장품을 선전하는 것이다. 기사는 독자나 소비자들에게 해당 제품의 장·단점을 균형 있게 소개해 정보를 충실히 전달하기 보다는 장점 일색의 표현과 내용으로 제품을 홍보하고 업체 홈페이지 주소와 제품 가격까지 공개했다.

이는 사실상 광고나 다름 없는 홍보성 기사로써 특정 업체의 영리에 영합하는 상업적 보도라는 지적을 피할 수 없다고 판단되므로 신문윤리실천요강 제1

조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 제3조 「보도 준칙」 ⑦(보도자료의 검증), 제10조 「편집지침」 ⑧(기사와 광고의 구분)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-40 독자불만처리

1. 서울경제 발행인 이 종 환

2. 光州日報 발행인 김 여 송

주문

서울경제 2016년 8월 18일자 「“관심 둘 여유 없어” 올림픽 열기 예전만 못하다」, 光州日報 8월 19일자 「국민들 리우 올림픽 관심 ‘뚝’ 이유는?» 제목의 기사에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『올림픽 관련 기사를 검색 중 연합뉴스 기사와 서울경제, 광주일보 기사가 거의 똑같아서 제보합니다. 보도된 날짜를 보니 서울경제와 광주일보가 연합뉴스 기사를 배껴쓴 거 같은데 자기가 쓴 것처럼 본인 이름을 달아 댄데요? 기사를 쓰는 게 기자의 할 일인데 이렇게 남의 기사 배껴 쓰는 기자는 언론인으로서 자격이 없다고 생각합니다.』

2. 이에 앞서 서울경제와 光州日報는 각각 다음과 같은 기사를 게재하였다.

1)서울경제

“관심 둘 여유 없어” 올림픽 열기 예전만 못하다

강○○ 기자 2016-08-18 08:28:38



사상 최초로 남미 대륙에서 펼쳐지고 있는 2016 브라질 리우데자네이루 올림픽에 대한 관심이 예전만 못하다. 기대보다 못 미친 한국 선수들의 경기 결과와 12시간 시차, 경기 악화와 폭염 등 요인이 겹쳐 한밤중 생중계 시청을 포기하고 다음 날 아침 경기 결과만 확인하는 선에 그치고 있다.

직장인 김 모(48) 씨는 최근 리우 올림픽 경기를 챙겨보는 것을 사실상 포기했다. 대부분 밤에 치러지다 보니 생중계를 본 다음 날은 출근길부터 부담스럽다. 또 낮에는 폭염까지 겹치니 일하다 보면 체력의 한계를 느낄 때가 많다. 그는 “축구가 조금만 더 잘해 올라갔으면 그것을 재미삼아 다른 경기라도 더 볼 수 있는데 기대했던 성적이 나오지 않은 실망감이 무엇보다 컸다”고 말했다.

회사원 이 모(48) 씨도 “예전에는 올림픽이 열리기 전 기대를 모으는 간판스타들이 꽤 있었는데 이번에는 그다지 관심이 가는 선수가 많지 않은 것 같다”며 “선수들의 기대에 못 미치는 경기 결과도 응원 열기를 식힌 이유가 아닐까 한다”고 전했다.

리우올림픽에 출전한 선수들을 응원하는 열기도 과거 올림픽보다 떨어졌다. 단국대학교 학생회는 2008 베이징 올림픽과 2012 런던올림픽 당시 수영선수 박태환을 응원하기 위해 단체 응원전을 벌였지만, 이번에는 별다른 행사를 준비하지 않았다.

단국대 관계자는 “박태환이 인천광역시청으로 소속을 옮긴 것이 가장 큰 이

유일 것”이라며 “박 선수가 국가대표 선발 전에 여러 가지 사정으로 구설에 오른 사실도 대대적인 응원전을 개최하지 않은 이유 중 하나가 아닐까 생각된다”고 밝혔다.

충북에서도 남자 양궁 2관왕을 기대했던 김우진이 개인전에서 예선에서 탈락하고, 정승화(펜싱)·조구함(유도)·장금영(사격) 등 지역 출신 선수들이 메달권 진입에 실패하면서 단체 응원이 거의 이뤄지지 않았다. 장경일 충북도 체육회 팀장은 “국민의 올림픽에 대한 분위기가 가라앉으면서 선수단 성적도 동반 하락하는 것 같다”고 우려했다.

광주에서도 4년 전 런던올림픽 때는 광주 월드컵경기장에서 한국-멕시코 예선 첫 경기 응원전을 펼치는 등 열기가 뜨거웠으나 이번 올림픽 기간에는 단체·거리 응원전을 찾아보기 어려웠다.

시민들은 개막 전부터 지카바이러스 확산과 불안한 브라질 치안, 대회 시설 미숙 등이 지적되면서 이번 올림픽에 대한 호감도가 떨어졌다는 평이다. 최근 경기 악화에 따른 불안감도 올림픽에 대한 관심이 떨어진 요인으로 꼽힌다. 또한 일자리를 찾는 게 시급한 젊은이들로서는 예전처럼 경기를 직접 챙겨볼 여유가 없다.

대학생 이민우(26) 씨는 “메달 개수보다도 올림픽 개최지에 대한 부정적인 인식과 장기화한 경기 침체·사회 양극화 등으로 관심도가 떨어진 것 같다”며 “저 역시 취업을 앞두고 영어점수·인턴 경험 등 스펙 쌓기가 우선이라 올림픽 경기를 즐길 여유가 없다”고 말했다.

여기에 방송사들이 심야 시간 한국 선수가 나오는 비슷한 경기만 중계하는 방식도 이제는 좀더 다양한 소식을 알고 싶은 시청자들의 관심을 떨어뜨리는 요인 중 하나로 분석된다. 현재 올림픽 경기 시청률은 한 자리 숫자에 머물 정도여서 사상 최악의 광고 판매율을 기록할 것이라는 전망이다./디지털미디어부

<<http://www.sedaily.com/NewsView/1L06TYWE5H>>

2)光州日報

국민들 리우 올림픽 관심 ‘뚝’ 이유는?

12시간 시차, 메달 유망종목 경기력 부진 영향

폭염·경기불황 장기화로 취업난 심화도 원인

2016년 08월 19일(금) 00:00

직장인 김모(47)씨는 최근 리우 올림픽 경기를 챙겨보는 것을 사실상 포기했다. 대부분 새벽에 경기가 중계되다 보니 경기를 보면 업무에 차질이 빚어지기 때문이다.

밤에 경기를 보고 나서 낮에는 폭염과 싸우며 일하다 보면 체력의 한계도 느낀다.

그는 “리우 올림픽 경기 시간대 자체가 우리와 정반대여서 경기를 시청하기가 부담스럽다”면서 “축구가 조금만 더 잘해 올라갔으면 그것을 재미삼아 다른 경기라도 더 볼 수 있는데 기대했던 성적이 나오지 않은 실망감이 무엇보다 컸다”고 말했다.

2016 브라질 리우데자네이루 올림픽에 대한 국민들의 관심이 예전만 못하다는 지적이다.

국민들이 본방송을 시청하기보다는 인터넷이나 아침 뉴스로 경기 결과만 확인하는 선에 그치고 있다. 국민들의 관심이 줄어든 가장 큰 이유 중 하나는 브라질 현지와 12시간 시차 때문으로 해석된다.

우선 리우올림픽에 출전한 선수들을 응원하는 열기가 과거 올림픽보다 떨어지고 있다.

광주는 지난 2012년 열린 런던올림픽 당시 광주 월드컵경기장에서 한국-멕시코 예선 첫 경기 응원전을 펼치는 등 열기가 뜨거웠으나 이번 올림픽 기간에는 단체·거리 응원전을 찾아보기 어려웠다. 시민들은 개막 전부터 지카바이러스 확산과 불안한 브라질 치안, 대회 시설 미숙 등이 지적되면서 이번 올림픽에 대한 호감도가 떨어졌다고 입을 모았다.

또한, 메달 유망 종목에서 드러난 경기력 부진도 영향이 있었다는 분석이다.

기대를 모았던 광주시청 소속 육상 김국영(100m) 김덕현(3단 뛰기) 선수 등이 예선에서 탈락하고, 서구청 소속의 여자 펜싱 최은숙·강영미 선수, 광주도시철도공사 소속 김성연(유도) 선수들이 부진을 면치 못한 것도 관심이 떨어진 원인으로 지적된다.

특히 이들 경기가 심야와 새벽 시간에 열리는 데다 축구 등 인기 종목이나 유력한 메달 후보로 꼽혔던 종목들의 성적이 부진하면서 올림픽에 대한 관심도 떨어졌다는 분석이 지배적이다.

최근 경기 악화에 따른 불안감도 올림픽에 대한 젊은층 관심을 떨어뜨린 요인으로 작용하고 있다.

일자리를 찾는 게 시급한 젊은이들로서는 예전처럼 경기를 직접 챙겨볼 여유가 없는 것이다.

대학생 이민우(26)씨는 “메달 개수보다도 올림픽 개최지에 대한 부정적인 인식과 장기화한 경기 침체·사회 양극화 등으로 관심도가 떨어진 것 같다”며 “저 역시 취업을 앞두고 영어점수·인턴 경험 등 스펙 쌓기가 우선이라 올림픽 경기를 즐길 여유가 없다”고 말했다.

서민들은 올림픽보다는 지속되는 폭염과 전기요금 누진세 폭탄에 더 관심을 두는 분위기다.

여기에다 방송사들이 심야 시간에 거의 비슷한 경기만 중계하는 방식도 다양한 소식을 알고 싶은 시청자들의 관심을 떨어뜨리고 있다.

체육계 관계자는 “리우올림픽에 대한 관심도가 떨어지는 것은 경기력에 대한 실망감이 제일 크다”라면서 “우리 사회에서 밥 먹고 사는 일과 경제적인 게 더 급하다 보니 올림픽에 신경 쓸 여유로움도 조금 각박해졌다. 이런 걸 넘어 설 수 있는 희망의 메시지도 없고, 경기를 의미 있게 바라볼 구심점도 없었다”고 분석했다.

/이○○기자 **lee@kwangju.co.kr

〈<http://www.kwangju.co.kr/read.php3?aid = 1471532400584431008>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

서울경제와 光州日報는 연합뉴스가 2016년 8월 18일 07시 00분에 송고한 「한국 국민들 올림픽 관심 떨어졌다…그 이유는」 제하 기사의 상당 부분을 그대로 전재했는데도 자사 기자가 직접 취재해 작성한 것처럼 기사 말미에 자사 기자 이름을 명기하였다.

위 기사에는 연합뉴스 기사의 일부 단락을 생략하거나 수정한 부분이 있지만 신문윤리강령은 기사의 사소한 내용을 변경하여 자사 기사로 바꾸는 행위도 표절로 보고 이를 금하고 있다.

따라서 서울경제와 光州日報의 적시 기사는 명백히 타 언론사의 저작권을 침해하는 것으로 신문의 품격과 신뢰를 훼손할 우려가 있으므로 신문윤리실천요강 제8조 「출판물의 전재와 인용」 ①(통신기사의 출처명시), ②(타 언론사 보도 등의 표절금지)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-41 독자불만처리

스포츠동아 발행인 송 영 언

주문

스포츠동아 2016년 8월 23일자 「[19금]성진국의 온천 소개 ㅎㄷㄷ.jpg」 제목의 게시물에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『스포츠동아를 보던 중 오른쪽 광고 블럭에 「[19금]성진국 방송ㄷㄷ」이라는 배너를 보고 들어가 봤더니 실오라기 걸치지 않은 여인 사진이 있었습니다. 자세히 보니 일반 네티즌이 올린 것 같은데 스포츠동아는 왜 이런 사진을 그대로

나두는 거죠? 광고 블럭에 배너 사진을 올리고 링크를 걸어놓은 걸로 보아, 아예 아무나 이 사진을 보라고 유도하는 것 같은데 정말 어이가 없습니다. 스포츠동아는 포르노 신문입니까?』

2. 이에 앞서 스포츠동아는 다음과 같은 게시물을 게재하였다.



〈2016. 8. 24. 13:25 캡처〉

〈<http://sports.donga.com/NewsStand/3/all/20160824/79942023/2>〉

[19금] 성진국의 온천 소개 ㅎㄷㄷㄷㄷ.jpg

다오폰 2016-08-23

〈http://dkbnews.donga.com/Board?no=11707&m=view&tcodes=bbs_dkbnews〉





번호	제목	작성일	조회수	상태
[191]	남자 운동복 입지 않은 여자 선수들 (2)	이영민	2019-08-28	0/0
[192]	정체불명인 선수가 수영복 입지 않은 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[193]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[194]	남자 운동복 입지 않은 여자 선수들 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[195]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[196]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[197]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[198]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[199]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[200]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[201]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[202]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[203]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[204]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[205]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[206]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[207]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[208]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[209]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0
[210]	정체불명인 선수 (2)	김지현	2019-08-28	0/0

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠동아 도깨비뉴스의 ‘도깨비 방망이’ 코너에는 네티즌들이 올린 것으로 보이는 여성 사진이 다량으로 게재되어 있다.

본 사안은 위 ‘도깨비 방망이’ 코너에 게재된 사진 중 「[19금]성진국의 온천 소개 ㅎㄷㄷ.jpg」에 대해 독자가 불만을 제기한 건이다.

해당 사진에는 전라의 여성이 온천욕을 하고 있는 모습이 담겨 있는데, 유두나 성기가 드러나진 않았지만 그 노출 정도가 미성년자가 보기에는 부적절하다고 판단된다. 8월 23일 게재된 이 사진은 아직까지도 그대로 방치되어 있는 상태이며, 이에 한술 더 떠 스포츠동아는 자사 사이트 한쪽에 해당 사진으로 연결되는 배너까지 달아 놓았다. ‘도깨비 방망이’ 코너는 네티즌들이 직접 게시물을 올릴 수 있도록 스포츠동아가 마련한 것인 만큼 적절치 못한 게시물이 올라오는 경우 즉시 삭제하는 등 관리에 만전을 기해야 함에도, 이를 방치하는 것도 모자라 자사 광고 블록까지 할애해 해당 코너를 적극 홍보하고 있는 것이다.

스포츠동아의 이와 같은 행태는 언론의 책임을 망각한 것으로써 신문의 품위와 신뢰성까지 훼손할 우려가 있으므로 신문윤리강령 제2조 「언론의 책임」, 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-42 독자불만처리

서울신문 발행인 김 영 만

주문

서울신문 2016년 8월 30일자 「‘남혐’은 수사대상 ‘여혐’은 기각?...경찰, 이중 잣대 논란」, 8월 31일자 「[단독] “여성혐오 패치 피해 경찰이 고소 목살”」 제목의 기사에 대한 독자의 불만제기를 ‘기각’한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『서울신문의 심○○라는 기자가 경찰에 대한 허위·왜곡 기사를 써서 제보 드립니다.

최근에 말이 많은 강남패치, 한남패치라는 사건을 들어 보셨을 겁니다. 강남패치는 여성을 대상, 한남패치는 남자를 대상으로 하고 있는데, 이 두 곳의 운영자인 28세 여성과 24세 여성이 사람들의 얼굴과 신상을 sns에 노출시켰다가 얼마 전 불구속 입건되었습니다. 인터넷 커뮤니티에서 조사한 결과 피의자들은 남성혐오커뮤니티인 ‘위마드’와 연루되어 있었습니다.

그리고 이 심○○라는 기자 또한 위마드와 연루되어있고 정상적으로 사건을 처리한 경찰들에 대해 일방적이고 왜곡적인 기사를 쓰고 있습니다. 오늘 쓴 기사도 “여성혐오 패치 피해사건을 경찰이 고소 목살”이라는 허위사실을 제목으로 달고, 기사내용도 경찰이 여성혐오인 메갈패치는 안 잡고 남성혐오인 한남

패치만을 잡았다고 썼습니다. 이는 사실이 아닙니다. 정식 고소장도 내지 않았는데 경찰이 고소를 기각했다는 게 말이 되지 않습니다.

이 기자는 인터넷 극단주의 남성혐오 커뮤니티인 위마드와 연루돼있습니다. 왜곡 기사를 쓴 후 곧바로 위마드에 해당 기사의 주소를 올려 위마드 회원들이 남성에 대한 욕설 댓글을 작성하게 하는 방식으로 댓글 여론을 조작합니다. 이런 식으로 허위·왜곡된 기사를 쓰는 기자를 제보합니다.』

『서울신문은 인터넷의 어느 한 여성 커뮤니티에 소속된, 피해자를 자처하는 이의 주장을 내세워 경찰이 특정 가해자만 선택적으로 집중 수사했다고 비난했습니다. 정작 근거라고는 해당 ‘피해자’의 일방적인 주장뿐이며 경찰에 전화한 통이라도 넣어서 진상을 알아보는 기본적인 노력조차 없는 기사입니다.

그러한 기본적인 사실 확인도 없이 오후 8시 45분 무렵 무작정 서울신문 인터넷판에 기사를 올려서 피해자를 자처하는 이들을 대변하고 편파적으로 언론 플레이를 하고 여론을 선동하는 한편, 자신의 기사가 인터넷에 올라간 다음에야 여성 커뮤니티에 그 기사가 말하고자 하는 논지를 보강할 근거를 모집한다는 글을 올리는 등 기사의 객관성과 중립성은 둘째치고서라도 매우 무책임하고 무능한 대응을 하고 있습니다.』

2. 이에 앞서 서울신문은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『‘남혐’은 수사대상 ‘여혐’은 기각?…경찰, 이중 잣대 논란

메갈패치 피해자 명예훼손으로 고소했지만, 경찰 “해외서버라 안된다” 기각
기사입력 2016-08-30 20:45 수정 2016-08-31 17:08

사회관계망서비스(SNS) 상에서 일반인들의 신상을 일방적으로 폭로한 ‘강남패치’와 ‘한남패치’ 계정 소유자들이 잇따라 검거된 가운데 여성혐오성 계정에 대한 수사는 기각된 것으로 알려져 경찰이 이중 잣대 논란에 휩싸일 것으로 보인다.

30일 국내의 한 여성 커뮤니티 사이트에 따르면 ‘메갈패치’에 올라온 신상털

기식 게시물로 피해를 입은 여성들은 ‘한남패치’ 운영자가 이날 경찰에 붙잡히기 전 이미 메갈패치 운영자를 명예훼손으로 고소하려고 했다. 그러나 고소장을 받은 경찰은 “메갈패치 게시글이 명예훼손은 맞지만 해당 계정이 해외서버이기 때문에 수사가 불가능하다. 도와줄 수 없다.”고 답변한 뒤 기각시켰다.

메갈패치는 ‘한남패치’와는 반대로 여성혐오성 게시글을 올리는 곳으로, 주로 여성의 외모 비하, 성적 대상화 발언 등이 담긴 사진과 글이 주를 이루고 있다.

피해자는 또 이 커뮤니티 게시글을 통해 “경찰에 붙잡힌 한남패치 등은 고소장이 접수되자마자 바로 수사에 들어간 반면, 똑같은 성격에 ‘피해 대상’만 남자에서 여자로 바뀐 메갈패치가 기각된 것은 명백한 이중잣대”라며 “경찰이 한 사건에 ‘이중 잣대’를 들이대 선택 수사하는 것 아니냐”고 주장했다.

심○○기자 ma***ck@seoul.co.kr

『단독』 “여성혐오 패치 피해 경찰이 고소 묵살”

‘메갈패치’ 등 고소인 SNS 주장

기사입력 2016-08-31 23:18 수정 2016-09-02 10:04

소셜네트워크서비스(SNS) 인스타그램에 개인 신상을 폭로한 ‘강남패치’와 ‘한남패치’ 계정 소유자들이 최근 검거된 가운데 경찰이 이에 앞서 인스타그램의 유사한 ‘여성혐오’(여혐) 계정 피해자의 고소를 묵살했다는 주장이 제기돼 논란이 일고 있다.

31일 인스타그램의 여혐 패치인 ‘메갈패치’, ‘위마드패치’, ‘위마드패치2’로부터 피해를 입은 A씨에 따르면 지난 7월 6일 자신의 사진과 신상 정보가 담긴 게시글을 올린 이들 패치에 대해 경찰에 수사를 의뢰했다. A씨 등이 피해자 16명을 대표해 서울의 한 경찰서에 사이버 민원을 제기한 것이다. 하지만 A씨는 지난 8월 11일 경찰로부터 “해당 게시글들은 모두 허위 사실 유포 및 모욕죄에 성립되지만 인스타그램이 해외 서버가 기반이어서 고소가 어렵다”는 답변을 들었다. 경찰은 “추후 인스타그램에서 정보 제공을 한다면 도움을 주겠다”고 약속했지만 그 뒤 아무런 연락을 받지 못했다.

그러나 A씨는 지난 29일 경찰이 강남패치, 한남패치 계정 소유자를 검거했다는 소식을 듣고 곧바로 한 여성 커뮤니티 사이트에 “메갈패치 등의 고소를 기각한 경찰이 한남패치 고소장은 접수되자마자 바로 수사에 착수한 것이 이해가 안 간다”는 내용의 글을 올렸다. A씨의 글이 각종 사이트로 퍼져 나가면서 누리꾼들은 “경찰이 꼭 남성혐오(남혐)와 여혐에 대해 이중 잣대로 선택 수사하는 것처럼 보인다. 사실이라면 있을 수 없는 일”이라고 지적했다.

이에 대해 담당 경찰은 “해외 계정이라 수사가 어렵다고 설명해 준 것뿐이다. 정식 고소장을 접수하지 않아 해결된 줄 알고 사건을 종결시켰다”고 해명했다. A씨는 “담당 수사관이 전화를 해서 ‘해외 계정이라 어렵다. 영어로 영장을 받아도 소용 없다’고 말했다”며 “사건을 종결시키겠다는 말을 한 적도 없고, 안내 메일도 받지 못했다. 그런데 아예 접수조차 안 하고 종결했다는 것이 더욱 놀랍다”고 밝혔다.

심○○ 기자 ma****ck@seoul.co.kr

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

서울신문 2016년 8월 30일자 「‘남혐’은 수사대상 ‘여혐’은 기각?…경찰, 이중 잣대 논란」, 8월 31일자 「[단독] “여성혐오 패치 피해 경찰이 고소 묵살”」 제하 기사에 대해 불만제기인은 다음과 같은 요지로 위 신문 및 기자에 대한 제재 조치를 요청해 왔다.

서울신문이 소위 ‘메갈패치’라 불리는 여성혐오성 SNS 피해 사건을 다루면서 경찰에 진위 여부도 확인하지 않고 성급히 기사를 내보낸 것은 해당 기자가 ‘위마드’라는 남성 혐오 커뮤니티와 연루되어 있기 때문이며, ‘경찰이 피해 여성의 고소를 묵살했다’고 보도한 부분도 어느 한쪽의 일방적인 주장일 뿐 실제 사실과는 다르다는 것이다.

위와 같은 불만제기인의 주장에 대해 서울신문은 “피해 여성의 제보를 토대로 우선 8월 30일자 온라인 판에 1보를 올렸고, 이후 추가 취재를 통해 확보한 내용을 토대로 기사를 수정한 뒤 8월 31일자 온라인과 9월 1일자 지면에 실었

다”고 밝혔다.

서울신문이 밝힌 바와 같이, 8월 30일자 기사는 경찰의 입장보다는 피해 여성의 일방적 주장이 주를 이루고 있는 것이 사실이다. 하지만 8월 31일자 후속 기사는 “피해 여성이 정식 고소장을 접수하지 않아 사건을 종결시켰다”는 담당 경찰의 해명을 반영하였다. 이는 자사 기사의 불명확성을 해소하려는 노력을 보인 것으로 이해할 수 있다. 경찰이 피해자의 고소를 묵살한 것이 아니라 고소장이 정식으로 접수되지 않아 수사 진행을 하지 않았다는 점을 분명히 해둔 것이다. 물론 후속 기사에도 피해 여성의 주장은 그대로 남아 있지만 이는 경합 중인 사안을 보도할 때 양측의 입장을 균형 있게 다뤄야 할 언론으로서 당연한 것이라 여겨진다.

서울신문이 제1보부터 피해여성의 제보만을 토대로 기사를 작성하지 않고 경찰 등에 보충 취재를 하여 보도했다면 하는 아쉬움은 분명히 있다. 그러한 점에서 불만제기인의 지적도 수긍할 만하다. 하지만 서울신문측이 1일내 잘못을 시정, 후속 기사에서 바로 이를 반영한 점은 공정보도를 위한 노력을 기울인 것으로 이해할 수 있다.

위와 같은 점을 종합해 볼 때 서울신문의 적시 기사에 대해서는 윤리강령 위반으로 제재하기보다는 기사 취재 및 보도에 보다 신중할 것을 권고하는 선에서 그치는 것이 옳다고 보이므로 주문과 같이 결정한다.

2016-1-43 독자불만처리

스포츠동아 발행인 송 영 언

주문

스포츠동아 2016년 8월 29일자 「[19금] 세미누드 찍은 아유미ㄷㄷ.jpg」 제목의 게시물에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『스포츠동아를 보던 중 오른쪽 광고 블록에「[19금]세미누드 찍은 아유미ㄷㄷ.jpg」 제목의 사진을 클릭했더니 ‘아유미’의 누드 사진이 있었습니다. 일반 네티즌이 올린 것 같은데 스포츠동아는 왜 이런 사진을 그대로 놔두는 거죠? 광고 블록에 배너 사진을 올리고 링크까지 걸어놓은 걸로 보아, 아예 이 사진을 보라고 선전하는 것 같은데 정말 어이가 없습니다.』

2. 이에 앞서 스포츠동아는 다음과 같은 게시물을 게재하였다.

『[19금] 세미누드 찍은 아유미ㄷㄷ.jpg

다오피 2016-08-23



〈2016. 8. 29. 14:40 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠동아 도깨비뉴스의 ‘도깨비 방망이’ 코너에는 네티즌들이 올린 것으로 보이는 여성 사진이 다량으로 게재되어 있다.

본 사안은 위 ‘도깨비 방망이’ 코너에 게재된 사진 중 「[19금] 세미누드 찍은 아유미ㄷㄷ.jpg」에 대해 독자가 불만을 제기한 건이다.

해당 게시물에는 현재 일본에서 활동 중인 재일교포 연예인 아유미의 누드 사진이 담겨 있는데, 유두나 성기가 드러나진 않았지만 그 노출 정도가 미성년자가 보기에는 부적절하다고 판단된다. 8월 29일 게재된 이 사진은 아직까지도 그대로 방치되어 있는 상태이며, 이에 한술 더 떠 스포츠동아는 자사 사이트 한쪽에 해당 사진으로 연결되는 배너까지 달아 놓았다.

‘도깨비 방망이’ 코너는 네티즌들이 직접 게시물을 올릴 수 있도록 스포츠동아가 마련한 것인 만큼, 적절치 못한 게시물이 올라오는 경우 즉시 삭제하는 등 관리에 만전을 기해야 함에도 이를 방치하는 것도 모자라 자사 광고 블록까지 할애해 해당 코너를 적극 홍보하고 있는 것이다.

스포츠동아의 이와 같은 행태는 언론의 책임을 망각한 것으로써 신문의 품위와 신뢰성까지 훼손할 우려가 있으므로 신문윤리강령 제2조 「언론의 책임」, 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-44 독자불만처리

1. 서울신문 발행인 김 영 만
2. 아주경제 발행인발행인 곽 영 길

주문

서울신문 2016년 9월 16일자 「北 핵실험 여파...대북민간단체 北수해지원 사업도 ‘전면 중단」, 아주경제 9월 16일자 「북한 핵실험으로 수해지원 사업도

‘올스톱’」 제목의 기사에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『북한 함경북도 수해 소식이 궁금하여 기사를 검색 하던 중 연합뉴스 기사와 서울신문, 아주경제 기사가 거의 똑같아서 제보합니다. 보도된 날짜를 보니 서울신문과 아주경제가 연합뉴스 기사를 배껴쓴 거 같은데 자기가 쓴 것처럼 본인 이름을 달아 뒀네요? 기사를 쓰는 게 기자의 할 일인데 이렇게 남의 기사 배껴 쓰는 기자는 언론인으로서 자격이 없다고 생각합니다.』

2. 이에 앞서 서울신문과 아주경제는 각각 다음과 같은 기사를 게재하였다.

(서울신문) = 『北 핵실험 여파...대북민간단체 北수해지원 사업도 ‘전면 중단’

기사입력 2016-09-16 13:38 수정 2016-09-16 13:38

대북지원 민간단체들이 최악의 수해를 겪는 북한에 복구지원사업을 추진하려고 했지만 5차 북한 핵실험에 부딪혀 추진이 어렵게 됐다.

국내 59개 대북지원 민간단체들로 구성된 대북협력민간단체협의회(북민협) 관계자는 16일 “지난 9일 오전 8시 긴급상임위원회를 개최해 대북 수해복구 지원사업을 결의했다. 하지만 회의가 끝나자마자 북한이 5차 핵실험을 감행했다는 소식이 전해지면서 지원사업 추진 일정이 올스톱됐다”고 밝혔다.

북민협은 앞서 5일에는 긴급회의를 열어 수해복구 지원사업에 착수하기로 한 뒤 나흘 만에 상임위를 열어 지원을 결의한 상태였다.

이 관계자는 “의약품이든, 생필품이든 북한 이재민에게 도움을 줄 수 있다면 품목을 가리지 않고 지원하기로 의견을 모았다”면서 “언제든지 북한에 지원할 수 있도록 내부적으로 준비에 착수했지만 언제 도움의 손길을 뻗을 수 있을지 모르겠다”고 답답함을 호소했다.

북민협이 통과해야 할 첫 번째 관문은 정부의 승인이지만, 현재 북한의 대남 창구인 민족화해협의회(민화협)와 팩스 교신이나 접촉 자체가 허용되지 않고 있다.

한편, 유엔 인도주의업무조정국(OCHA)은 성명을 통해 이번 홍수로 북한에서 133명이 사망했고, 395명이 실종됐다고 전했다. 구호를 받아야 할 처지에 놓인 북한 주민은 14만명에 이른다.

온라인뉴스부 iseoul@seoul.co.kr』

〈http://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20160916500040&wlog_tag3=naver〉

(아주경제) = 『북한 핵실험으로 수해지원 사업도 ‘올스톱’』

강○○ 기자(s**@ajunews.com)

등록 : 2016-09-16 13:53 수정 2016-09-16 13:53

【아주 경제】강정숙 기자 = 북한이 최악의 수해를 겪고 있는지만 5차 핵실험 탓에 대북지원 민간단체들의 지원사업에 차질이 빚어지고 있다.

국내 59개 대북지원 민간단체들로 구성된 대북협력민간단체협의회(북민협) 관계자는 16일 “지난 9일 오전 8시 긴급상임위원회를 개최해 대북 수해복구 지원사업을 결의했다”면서 “하지만 회의가 끝나자마자 북한이 5차 핵실험을 감행했다는 소식이 전해지면서 지원사업 추진 일정이 올스톱됐다”고 밝혔다.

앞서 북민협은 지난 5일 긴급회의를 개최해 수해복구 지원사업에 착수하기로 의견을 모은 뒤 나흘 만에 상임위를 열어 복구지원에 나서기로 결의했다.

이 관계자는 “의약품이든, 생필품이든 북한 이재민에게 도움을 줄 수 있다면 품목을 가리지 않고 지원하기로 의견을 모은 상태”라면서 “언제든지 북한에 지원할 수 있도록 내부적으로 준비에 착수했지만 언제 도움의 손길을 뻗을 수 있을지 모르겠다”고 답답함을 호소했다.

북민협이 통과해야 할 첫 번째 관문은 정부의 승인이지만, 현재 북한의 대남 창구인 민족화해협의회(민화협)와의 팩스 교신과 접촉 자체가 허용되지 않고 있다.

한편, 유엔 인도주의업무조정국(OCHA)은 성명을 통해 이번 홍수로 북한에서 사망자가 133명, 실종자가 395명에 달했으며 14만 명이 구호를 받아야 할 처지에 놓였다고 전했다.』

〈<http://www.ajunews.com/view/20160916134534478>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

서울신문과 아주경제는 연합뉴스가 2016년 9월 16일 13시 ○○분에 송고한 「北 핵실험으로 대북민간단체 北수해지원 사업도 ‘울스톱’」 제하 기사의 상당 부분을 그대로 전재했는데도 자사 기자가 직접 취재해 작성한 것처럼 기사 말미에 자사 기자 이름을 명기하였다.

위 기사에는 연합뉴스 기사의 일부 문장을 수정한 부분이 있지만 신문윤리강령은 기사의 사소한 내용을 변경하여 자사 기사로 바꾸는 행위도 표절로 보고 있다.

따라서 서울신문과 아주경제의 적시 기사는 명백히 타 언론사의 저작권을 침해하는 것으로 신문의 품격과 신뢰를 훼손할 우려가 있으므로 신문윤리실천요강 제8조 「출판물의 전재와 인용」 ①(통신기사의 출처명시), ②(타 언론사 보도 등의 표절 금지)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-45 독자불만처리

1. 스포츠동아 발행인 송 영 언

2. 전자신문 발행인 이 선 기

주문

스포츠동아 2016년 9월 20일자 「와이셔츠 다리는데 10초? 괴물 스팀다리미 불티」, 「치주염, 입냄새 30초만에 싹~ 어떻게?」, 전자신문 9월 22일자 「치주염, 구취 막는데 이 방법이 최고」, 「3분이면 미세먼지 제거 세계최초 4ways 멀티청

소기 대박」, 「뇌섹남도 반한 수압상승 샤워기, 원리 알고보니… ‘대박」, 9월 23일자 「‘내 남편 기 좀 살려주자’ 여자가 더 많이 찾는 이것?」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『스포츠동아와 전자신문의 위 기사들은 기사를 가장한 광고입니다. 기사체로 풀어서 제품을 상세히 소개했지만 제품의 단점에 대해서는 단 한마디도 없습니다. 기자 바이라인을 달아 놓은 것도 형식에 불과합니다. 이런 식으로 소비자를 기만하지 마십시오.』

2. 이에 앞서 스포츠동아와 전자신문은 각각 다음과 같은 기사를 게재하였다.

(스포츠동아) = 『와이셔츠 다리는데 10초? 괴물 스팀다리미 불티

입력 2016-09-20 09:48:00

정장, 화이트셔츠, 블라우스를 자주 입는 직장남녀에게 빼놓을 수 없는 가사 일과가 있다. 바로 다림질이다. 아무리 깨끗하게 입고 세탁했을지라도 주름을 펴고 각을 잡아주지 않는다면 옷 맵시를 낼 수 없고 후줄근한 태를 못 벗는다.

그런데 이 다림질이 은근히 고역이다. 네이버, 다음 등 주요 포털사이트에서 ‘다림질’로 검색하면 다림질 잘 하는 방법이나 다림질 시간을 줄이는 요령을 묻고 답하는 글들을 흔히 찾아볼 수 있을 정도다. 특히 챙겨줄 사람이 따로 없는 싱글이나 다림질에 익숙하지 않은 맞벌이 신혼부부들은 퇴근 후 황금 같은 휴식시간이나 출근 직전 급하게 옷을 다리는 데 적잖이 스트레스를 받는 게 현실이다.

속 편히 세탁과 다림질까지 세탁소에 맡기는 방법도 있겠지만 정기적으로 세금 내듯 지불해야 하는 비용은 요즘 같은 불경기에 결코 만만치 않은 수준이다. 더 빨리, 더 쉽게, 더 깔끔하게 다림질을 할 수 있는 방법은 없을까.

‘스팀덕 스팀다리미’는 다리미질 초보 및 만년 하수들의 고민을 해결해 주는 제품이다. 순간 가열로 단 30초면 강력한 수증기를 내뿜는 스팀다리미질이 가능하고, 옷을 옷걸이에 걸어둔 채로도 슬쩍 지나가기만 하면 금새 주름이 펴지고 보송보송해진다.



‘스팀덕’은 일반적인 스팀다리미와는 달리 열판을 과감하게 제거하고 1200w의 강력한 스팀으로만 순식간에 주름을 없애버린다.

사용법도 아주 간단하다. 주입구가 타제품보다 커서 물을 흘리지 않고 주입하기 쉽고, 전원을 연결한 후, 물이 끓기 시작하면 오리 주둥이처럼 생긴 토출구로부터 강력한 스팀이 무한대로 방출된다. 이 강력한 스팀이 옷감의 큰 주름부터 잔주름까지 확실히 없애준다. 또한 “스팀덕”은 사이즈도 작고 무게도 가벼워 출장시에 휴대가 가능하며, 보관과 사용이 간편한 까닭에 비단 가정뿐 아니라 직장에서도 서랍이나 캐비닛에 넣어뒀다 필요시 꺼내 사용하면 편리하다.

실크, 니트, 액세서리 의류, 모피를 다릴 때는 기본 구성품인 고급원단 브러시를 바닥에 끼워 사용하면 된다. 베개, 커튼, 심지어 곰인형이나 소파를 살균, 소독하는 데도 사용할 수 있다.

또한 가정에서 흔히 사용하고 있는 스팀다리미는 장시간 사용시 녹물이 흘러나와 옷감을 상하게 할 수 있지만 스팀덕은 그런 염려는 하지 않아도 된다. 녹이 슬지 않는 스테인레스와 폴리프로필렌 재질로 만들어 이런 걱정들을 원천적으로 봉쇄 한 것이다.

식약처로부터 커피포트로도 정식 허가받아, 국내 최초로 스팀다리미와 커피포트를 겸용으로 사용할 수 있어, 특히 1인 가구에서 각광을 받고 있으며, 누적

된 사용 후기도 수백건에 달한다.

정광훈 ‘스팀덕’ 개발자는 “스팀덕은 정신없는 출근시간에 다림질을 하기 위해서 다림판을 꺼내고, 펴고 다리미를 연결하는 등의 여러모로 불편했던 부분에 많은 변화를 가져다 주는 제품으로 다림질의 시간도 획기적으로 줄여주는 신개념 다리미이므로, 소비자들에게 큰 만족을 줄 수 있으리라 기대한다”고 밝혔다.

올해 1월에 출시된 스팀덕 스팀다리미와 스탠드 옷걸이 세트는 8월까지 이미 7차 생산을 하였으며, 7차 생산물량 역시 조기에 소진되어, 불황속 선전이 돋보였다.



고려생활건강(www.mcnplaza.com)은 정가 7만9800원에서 무려 5만원 할인된 2만9800원 최저가에 스팀덕 스팀다리미를 판매하고 있으며, 유사 사양으로 시중가 5만원대를 훌쩍 넘는 스팀다리미 전용 스탠드 옷걸이도 1만9900원 최저가에 판매하고, 세트로 구매시 추가로 5천원을 할인해준다.

한편, 고려생활건강 단독으로 스팀덕 스팀다리미와 스탠드 옷걸이를 세트로 구매시 맥심 커피믹스 1박스를 증정하는 이벤트를 한정 수량으로 진행하니, 관심이 있다면 이번 기회를 놓치지 않는 것이 좋겠다.

정리 = 동아닷컴 고○○ 기자 ho**ase@donga.com

▷ 이곳을 누르시면 제품을 자세히 볼 수 있습니다.』

〈<http://sports.donga.com/SPORTS/3/all/20160920/80351896/1>〉

『치주염, 입냄새 30초만에 싹~ 어떻게?』

입력 2016-09-20 09:52:00

치은염, 치주염등의 치주질환은 자신도 모르게 발생하게 되는 경우가 많으며, 이는 우리나라 국민의 70%이상 해당된다.

치주질환은 대체 왜 발생하게 되는 것일까? 주요 원인은 바로 입속 세균. 그러므로 입속 세균 의 근본적인 해결이 중요하다.

치주질환은 잇몸(치은)과 치아 사이 ‘V자’ 모양의 틈 아래 부분에 박테리아가 공격하여 치주인대와 인접 조직을 손상되면 발생하며, 심하면 고름 및 출혈을 동반, 더욱 심할 경우 치아가 저절로 빠지기도 한다. 치주 질환은 연령과도 관계가 깊은데 20세 이상의 성인의 경우에는 과반수에서, 35세 이후에는 4명당 3명꼴로, 그리고 40세 이상의 장노년층의 경우는 80~90%가 발생한다.

또 다른 치주 질환의 직접적인 원인은 치아에 지속적으로 형성되는 ‘플라크’라는 세균막이다. 플라크는 끈적끈적하고 무색이며, 이것이 제거되지 않고 단단해지면 치석이 된다. 치석은 심한 경우 잇몸에 염증을 일으키고 더 심하면 겉으로 드러난 부위 뿐만 아니라 잇몸 안쪽으로도 파고들어 치조골과 신경 조직을 상하게 한다.

특히 구강세균 중에서 제일 무섭다고 하는 진지발리스균은 잇몸 사이에 숨어 있다가 독소를 내뿜어 잇몸을 붓게 하고 출혈도 일으키지만 통증이 없어서 예방이 더욱 어렵게 한다. 하지만 사전에 일상속에서 개인 구강관리만 잘해도 충분히 예방할 수 있다.

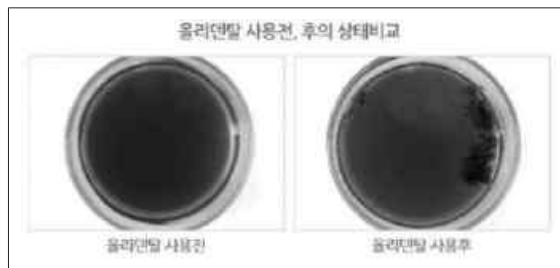
보통 치주염, 치은염등의 치주 질환은 스케일링이나 정기적으로 자가 치과검진을 하지 않는 이상 관리하기가 어렵다. 이런 질환으로 고민하는 사람들을 위해 아주약품(주)에서 입 냄새는 물론 치주질환 예방까지 가능한 치주염 예방가글을 출시했다.

60년간 국민 건강과 복지에 기여한 아주약품의 기술제휴로 만들어낸 올리덴탈 체크가글은 가글 형태로 되어 있어 이와 잇몸 사이사이까지 구석구석 침투해서 이물질을 빼내주고 입속 세균을 99.9% 없애주는 놀라운 살균은 물론 불

소 막을 형성하여 유해세균으로부터 치아 표면을 보호해주고 충치를 예방하는 효과까지 있다.



사용 방법도 간편하다. 작은 컵으로 입안에 머금고 30초 정도 가글 후 뱉어 내면 이물질들을 육안으로 확인할 수 있는데, 이 이물질속에 입 냄새와 치주 질환의 원인인 세균이 포함되어 있다. 즉, 이물질이 많을수록 치주질환에 직접적인 영향을 주는 유해세균이 많이 서식한 것이라 보면 된다. 하루 1번 사용으로 치주 질환 예방은 물론, 입 냄새로부터 해방될 수 있다.



뿐만 아니라 설태, 백태, 치석 제거의 뛰어난 효과와 구강 내 세균 제거 효과를 지닌 것으로 연세대학교 기능수연구단 임상실험으로 검증되었다.

올리덴탈 체크가글은 구강 청결에 효과가 있는 녹차, 레몬오일, 올리브 잎 추

출물 성분등의 천연원료로 제조되었으며, 無타르색소, 無알코올, 無계면활성제 제품으로, 효과가 일시적이고 침을 마르게 해 되려 구강건강에 해를 끼칠 수 있는 시중의 알코올 함유 제품과 차별화된다.

식약처에서 ‘충치예방, 구취제거, 치은염 및 치주염 예방, 잇몸질환 및 치주질환 예방’으로 허가 받고 美FDA에 등록되었다.

개발 연구진은 “가글처럼 입안을 행구듯 뱉으면 입 냄새의 원인물질인 백태와 설태, 기타 박테리아가 제거되고 이런 이물질을 육안으로도 확인할 수 있다”라고 밝혔다.

한편, 생활건강 전문기업 고려생활건강에서 아주약품 올리덴탈 체크가글 2만세트 판매기념으로 선착순 1,000명에게 USB면도기 or 올리덴탈 285ml or 휴대용 구강청결제 중 하나를 추가로 증정하는 이벤트를 단독으로 진행중이며, 올리덴탈 체크가글은 285ml 휴대용과 770ml 욕실 비치용으로 구성되어 있다.

정리 = 동아닷컴 고○○ 기자 ho**ase@donga.com

▷ 아주약품 올리덴탈 체크가글 선착순 이벤트 보러가기』

〈<http://sports.donga.com/SPORTS/3/all/20160920/80352057/1>〉

(전자신문) = 『치주염, 구취 막는데 이 방법이 최고

발행일 2016-09-22

치은염, 치주염등의 치주질환은 자신도 모르게 발생하게 되는 경우가 많으며, 이는 우리나라 국민의 70%이상 해당된다.

치주질환은 대체 왜 발생하게 되는 것일까? 주요 원인은 바로 입속 세균. 그러므로 입속 세균 의 근본적인 해결이 중요하다.

치주질환은 잇몸(치은)과 치아 사이 ‘V자’ 모양의 틈 아래 부분에 박테리아가 공격하여 치주인대와 인접 조직을 손상되면 발생하며, 심하면 고름 및 출혈을 동반, 더욱 심할 경우 치아가 저절로 빠지기도 한다. 치주 질환은 연령과도 관계가 깊은데 20세 이상의 성인의 경우에는 과반수에서, 35세 이후에는 4명당 3명꼴로, 그리고 40세 이상의 장노년층의 경우는 80~90%가 발생한다.

또 다른 치주 질환의 직접적인 원인은 치아에 지속적으로 형성되는 ‘플라크’라는 세균막이다. 플라크는 끈적끈적하고 무색이며, 이것이 제거되지 않고 단단해지면 치석이 된다. 치석은 심한 경우 잇몸에 염증을 일으키고 더 심하면 겉으로 드러난 부위 뿐만 아니라 잇몸 안쪽으로도 파고들어 치조골과 신경 조직을 상하게 한다.

특히 구강세균 중에서 제일 무섭다고 하는 진지발리스균은 잇몸 사이에 숨어 있다가 독소를 내뿜어 잇몸을 붓게 하고 출혈도 일으키지만 통증이 없어서 예방이 더욱 어렵게 한다. 하지만 사전에 일상속에서 개인 구강관리만 잘해도 충분히 예방할 수 있다.

보통 치주염, 치은염등의 치주 질환은 스케일링이나 정기적으로 자가 치과검진을 하지 않는 이상 관리하기가 어렵다. 이런 질환으로 고민하는 사람들을 위해 아주약품(주)에서 입 냄새는 물론 치주질환 예방까지 가능한 치주염 예방가글을 출시했다.



60년간 국민 건강과 복지에 기여한 아주약품의 기술제휴로 만들어낸 올리덴탈 체크가글은 가글 형태로 되어 있어 이와 잇몸 사이사이까지 구석구석 침투해서 이물질을 빼내주고 입속 세균을 99.9% 없애주는 놀라운 살균은 물론 불소 막을 형성하여 유해세균으로부터 치아 표면을 보호해주고 충치를 예방하는

효과까지 있다.

사용 방법도 간편하다. 작은 컵으로 입안에 머금고 30초 정도 가글 후 뱉어 내면 이물질들을 육안으로 확인할 수 있는데, 이 이물질속에 입 냄새와 치주 질환의 원인인 세균이 포함되어 있다. 즉, 이물질이 많을수록 치주질환에 직접적인 영향을 주는 유해세균이 많이 서식한 것이라 보면 된다.



하루 1번 사용으로 치주 질환 예방은 물론, 입 냄새로부터 해방될 수 있다.

뿐만 아니라 설태, 백태, 치석 제거의 뛰어난 효과와 구강 내 세균 제거 효과를 지닌 것으로 연세대학교 기능수연구단

임상실험으로 검증되었다.

올리덴탈 체크가글은 구강 청결에 효과가 있는 녹차, 레몬오일, 올리브 잎 추출물 성분등의 천연원료로 제조되었으며, 無타르색소, 無알코올, 無계면활성제 제품으로, 효과가 일시적이고 침을 마르게 해 되려 구강건강에 해를 끼칠 수 있는 시중의 알코올 함유 제품과 차별화된다.

식약처에서 ‘충치예방, 구취제거, 치은염 및 치주염 예방, 잇몸질환 및 치주질환 예방’으로 허가 받고 美FDA에 등록되었다.

개발 연구진은 “가글처럼 입안을 행구듯 뱉으면 입 냄새의 원인물질인 백태와 설태, 기타 박테리아가 제거되고 이런 이물질을 육안으로도 확인할 수 있다”라고 밝혔다.

한편, 생활건강 전문기업 고려생활건강(www.mcnplaza.com)에서 아주약품 올리덴탈 체크가글 2만세트 판매기념으로 선착순 1,000명에게 USB면도기 or 올리덴탈 285ml or 휴대용 구강청결제 중 하나를 추가로 증정하는 이벤트를 단독으로 진행중이며, 올리덴탈 체크가글은 285ml 휴대용과 770ml 욕실 비치용으로 구성되어 있다.

▷ 아주약품 올리덴탈 체크가글 선착순 이벤트 보러가기

이○○ 기자(**lee@etnews.com)』

〈<http://www.etnews.com/20160922000050>〉

『3분이면 미세먼지 제거 세계최초 4ways 멀티청소기 대박

발행일 2016-09-22



국내 생활,건강,뷰티 분야 우수 쇼핑몰 고려생활건강이 멀티 괴물청소기 ‘배큐몬’을 출시했다고 밝혔다.

대부분의 가정에서 사용되고 있는 침구 청소기나 일반적인 청소기는 침구 또는 바닥 청소 딱 한가지 기능만 할 수 있어 활용도가 많이 떨어진다.

또한 시중에 저가로 구매한다고 하더라도 침구용, 카펫용, 차량용, 일반 가정용 청소기를 따로 구매시 약 50만원 이상을 지불해야 한다.

배큐몬 괴물청소기는 세계최초로 4가지(침구, 차량, 카펫, 바닥청소)기능을 구현할 수 있다.

배큐몬은 이불, 침대 매트리스, 베개, 소파등의 침구류에 사용시 253.7nm 파장의 UV(자외선) 살균과 함께 무려 분당 3600회 두드려 진드기 및 세균을 99.2% 제거하여(일본 AIKEN사 시험결과 입증) 국내 유명 침구 청소기에 뒤지지 않는 스펙을 자랑한다.

특히 침구 속 집먼지진드기 및 대장균, 황색포도상구균, 살모넬라균 등의 세

균은 봄, 여름에 더 활발히 증가하는데, 아이가 있는 가정뿐만 아니라 천식이나 비염, 호흡기 질환이 있는 사람들에게는 더욱 치명적이다.

우리나라 가정의 46%가 한 달에 한 번도 침구를 세탁하지 않으며, 이화여자 대학교 연구 결과에 따르면 “가정집 침대 먼지에 세균의 분비물과 세균성 초미세먼지가 다량 존재하며 이것이 기도에 염증을 일으켜 중증 천식, 폐기종, 만성 폐쇄성 질환, 폐암등을 유발한다”고 밝혔다. 이는 천식과 만성 폐 질환 위험도를 8배, 폐암 위험도를 38.7배 높이는 것으로 조사되었으며, 이는 흡연(13배)보다 높은 수치다.

결국, 지속적인 침구 위생 관리와 청결이 이러한 질병의 예방법이 되는 것이다.

또한 배큐몬 괴물청소기는 침구용 헤드로부터 분리하면 차량 또는 핸디청소기로 사용이 가능하며, 침구용 헤드 내에 있는 틈새 노즐을 이용하여 화장대, 책상, 창틀등의 틈새청소도 가능하다.

싸이클론 흡입 방식을 채택하여 시중에 판매되는 90만원대의 카펫 청소기의 기능을 완벽 구현하며, 소비전력은 400W로 최적화되어 오버 스펙으로 인한 소음 및 모터 바람에서 오는 불편함이 없다.

바닥 청소시 11단 조절이 가능한 연장관을 통해 허리를 구부릴 필요 없이 청소가 가능한 만능 괴물 청소기라 불리고 있다.

배큐몬 괴물청소기를 기획한 고려생활건강 담당 엠디는 “세계최초 4WAY 기능을 구현한 배큐몬 괴물청소기는 뛰어난 기능 뿐만 아니라 10만원대라는 경제성까지 갖추어 소비자들의 문의가 빗발치고 있다. 예상보다 폭주한 주문으로 인해 출시와 동시에 추가 발주를 2배이상 늘려 진행하고 있다”며 “일본과 대만, 중국에 수출 초읽기에 들어갔으며, 국내 메이저급 홈쇼핑에서 러브콜도 들어오고 있는 상태이다”라고 밝혔다.

한편, 배큐몬 괴물 청소기는 고려생활건강(www.korcare.co.kr)에서 소비자가 29만9천원에서 할인된 11만5천원에 온라인 최저가로 판매중이다.

▷ 배큐몬 괴물청소기 자세히 보러가기

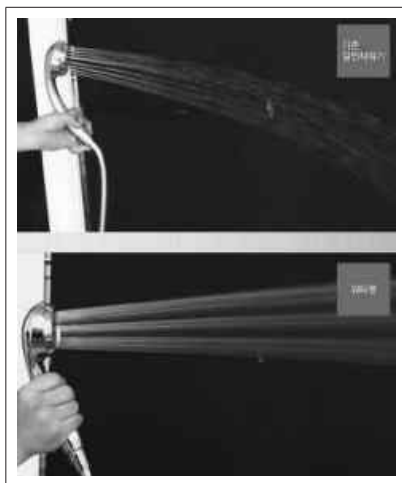
이○○ 기자(**lee@etnews.com)』

〈<http://www.etnews.com/20160922000043>〉\

『뇌섹남도 반한 수압상승 샤워기, 원리 알고보니.. ‘대박’

발행일 2016-09-22

현대인에게 샤워란 피로와 스트레스에 지친 심신을 달래주는 일례 행사다. 그런데 주거환경에 따라서는 샤워기에 전달되는 수압이 부족해 영 신통찮은 샤워가 되기도 한다. 폭포수를 맞는 느낌을 원했지만 웬걸 빗물을 받아쓰는 것 마냥 물줄기가 빈약하다. 주구장창 틀어놓아도 상쾌함은커녕 수도세만 오르기 일쑤다.



이럴 때 샤워기 헤드를 교체하면 간단히 해결된다는 사실을 아는 이들이 몇이나 될까? 절수 샤워기 ‘위터젯’ 샤워기는 물은 오히려 적게 쓰면서 수압은 높이는 일거양득의 기능성제품이다. 수도세는 최고 60% 줄고, 수압은 최고 250% 상승한다. 기존 미세 살수관의 단점으로 지적된 살수관 막힘 현상도 해결했다.

위터젯 샤워기는 해당 품목 최대판매 기록을 보유한 초인기 상품이다. 수압이 올라가는데 물 사용량이 줄어든다니 얼핏 이해가 안 갈 수도 있지만 엄연히 소비자들의 검증을 받은 사실이다.

위터젯 샤워기는 미세 살수관을 물방울 모양으로 컷팅해 기존 미세 살수관

의 단점으로 지적됐던 바늘로 찌르는 듯한 따가움을 해결하고 피부가 약한 어린이 또는 노약자까지 강하고 부드러운 물줄기를 느낄 수 있게 개선됐다.

위터젯 샤워기의 장점은 이뿐만 아니다. 미세 구멍을 통과한 물입자의 부서짐 효과가 극대화 되면서 일반 폭포수의 최고 200배에 달하는 자연 음이온 피부를 미세자극하는 마사지 효과도 갖추었다. 강한 수압으로 인해 욕실청소에도 효자다.

위터젯 샤워기는 시중의 저가 중국산 제품과는 성능과 내구성 면에서 차이가 있다. 표준규격의 나사를 사용해 간단히 돌려서 탈부착할 수 있다.

ABS합성수지로 충격에 강하고, 무게는 163g의 초경량이다. 1년간 무상보증. 고려생활건강(www.mcnplaza.com)에서 정가 4만5000원에서 40% 할인된 2만7000원에 판매한다. 구매자 전원에게 1만2000원 상당 욕실용 방수시계 또는 글라스터 샤워기걸이를 사은품으로 지급한다.

▷ 위터젯샤워기 자세히 보러 가기

이○○ 기자(**lee@etnews.com)』

<http://www.etnews.com/20160922000044#close_kova>

『내 남편 기 좀 살려주자' 여자가 더 많이 찾는 이것?』

발행일 2016-09-23

요즘 같은 시대에 남성으로서 ‘난 항상 에너지가 넘친다’라고 자신 있게 말할 수 있는 남성이 몇이나 될까? 해도 해도 끝이 없는 일, 업무의 연장인 회식에... 지친 몸을 이끌고 가정으로 돌아가도 바닥난 체력 때문에 남성으로서의 자신감을 되찾긴 쉽지 않을 것이다.

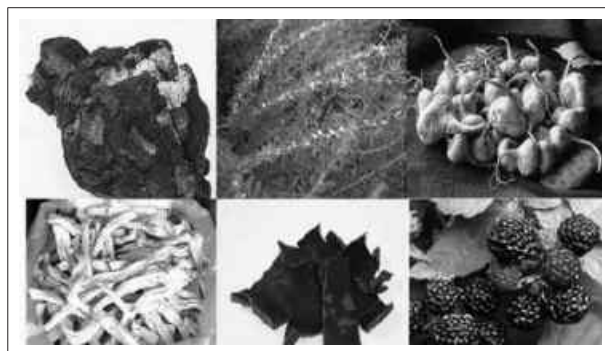
더군다나 ‘슈퍼맨이 돌아왔다’ 같은 프로그램의 영향인지 남성의 기준은 점점 높아져만 간다.

이런 상황에서 현대 남성은 스스로 건강을 챙겨야 행복한 삶, 남자로서의 자신감도 되찾을 수 있을 것이다. 건강을 개선하기 위해서는 적절한 운동과 남성에게 부족한 부분을 채겨줄 수 있는 건강기능식품을 섭취하는 것이다.

고려생활건강에서 판매중인 ‘뉴홈런2’는 이러한 지친 남성을 위해 건강기능식품으로 출시되었다. 현재까지 꾸준한 사랑을 받으며, 재 구매의 황제 라고 불릴 만큼 소비자들로부터 높은 만족도를 얻고 있다.

뉴홈런2를 만든 (주)한국코러스제약은 다년간 세계박람회에 출품하며 해외에서도 좋은 반응을 얻고 있으며, 최근엔 2016년 1월 26일에 열린 두바이 세계박람회에도 참가하여 해외 바이어들로부터 큰 호응을 얻었다고 한다. 또한 우수 건강기능식품제조기준인 GMP인증을 받음으로써 소비자들로부터 신뢰를 얻고 있다.

‘뉴홈런2’는 기존 ‘홈런’의 부원료 12가지를 포함하여 야관문(비수리), 숙지황, 산약, 두충, 인삼열매, 복령 5종을 추가적으로 첨가하면서 기존 ‘홈런2’와는 차별화된 면모를 보이고 있다. 또한 기존 ‘홈런’은 90캡슐 90일분인 반면 ‘뉴홈런2’는 100캡슐 100일분으로 양까지 대폭으로 늘려 사소한 부분까지 소비자들을 만족시켰다.



기존 기능성 원료들 이외에 망간이 추가되면서 뼈 건강과 체내 에너지 보강에 도움을 줄 수 있는 기능이 추가되어 보다 넓은 건강기능식품으로서의 면모를 보이며 확실한 업그레이드를 완성하기에 이르렀다.

자칫 무력해지기 쉬운 봄에는 본인의 체력도 보충하고, 부모님을 위한 선물로도 최고의 선택이 될 것이다.

한편, ‘뉴홈런2’는 생활건강 전문기업 고려생활건강(www.mcnplaza.com)서 온, 오프라인 최저가로 공급중이다.

▷ 뉴홈런2 자세히 보러가기

이○○ 기자(**lee@etnews.com)』

〈<http://www.etnews.com/20160923000076>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠동아와 전자신문의 위 기사들은 스팀다리미, 진공청소기, 건강보조식품 등을 선전하는 것이다. 기사는 독자나 소비자들에게 해당 제품의 장·단점을 균형 있게 소개해 정보를 충실히 전달하기 보다는 장점 일색의 표현과 내용으로 제품을 홍보하고 업체 홈페이지 주소와 제품 가격까지 공개했다.

이는 사실상 광고나 다름 없는 홍보성 기사로써 특정 업체의 영리에 영합하는 상업적 보도라는 지적을 피할 수 없다고 판단되므로 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증), 제10조 「편집지침」 ⑧(기사와 광고의 구분)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-46 독자불만처리

每日新聞 발행인 여 창 환

주문

每日新聞 2016년 9월 23일자 20면 「김천시청 옆에 951가구…도심 10년 만에 새 아파트」, 9월 30일자 22면 「달성군 초역세권 도로길 ‘항아리형 상권」, 10월 6일자 22면 「학군 좋은 구미 도량 롯데캐슬 골드파크」, 10월 7일자 22면 「북층 소규모 449실… “혼자 살기 딱 좋네”」 제목의 기사, 10월 28일자 「살맛나는 집」 별지 섹션에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『대구 지역 신문 특히 매일신문을 보면 아파트나 오피스텔 분양 소식을 기사로 실어 투기를 부추기고 있습니다.

기자 본인들은 실제 내용을 전한다고 하겠지만, 알고 보면 기사를 가장한 광고입니다. 이런 식의 기사는 일반사람들이 봤을 때 광고가 아닌 기사로 오해하기 쉬우며 아파트가 정말 좋기 때문에 기자가 기사를 쓴 것이라고 착각하게 됩니다.

아파트 분양 관련 소식을 광고로 신지 않고 기사 형태로 바꿔 독자를 기만하는 행태에 대하여 제재를 요청합니다.』

2. 이에 앞서 每日新聞은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『김천시청 옆에 951가구…도심 10년 만에 새 아파트

삼도뷰엔빌W 건본 주택 공개·분양
반경 500m거리에 마트·병원·공원
차로 5분만 가면 IC, KTX역도 가까워

김천시청 옆 951가구 대단지 아파트로 일찌감치 입소문을 탄 ‘김천시청 옆 삼도뷰엔빌W’가 23일 건본주택을 공개하고 분양에 들어간다.

반경 500m 거리에 이마트, 롯데마트 등 대형마트가 인접해 있으며 김천제일병원, 김천시청, 상공회의소 등 생활인프라가 잘 구축돼 있다. 단지 뒤로 달봉산과 앞으로 직지천, 배드민턴장, 배구장 등을 갖춘 강변조각공원이 가까워 주거쾌적성도 높다. 특히 달봉산 등산로는 김천 시민이라면 누구나 선호하는 힐링 명소로 손꼽힌다. 또한 차량으로 5분 거리에 약 120여 개 업체 근로자 1만1천여 명이 근무하는 김천산업단지 1·2차, 김천일반산업단지 1·2단계, 대광농공단지가 위치해 있다.

교통망도 탁월하다. 단지 앞으로 김천을 가로지르는 3, 4번 국도가 있고, 차량으로 5분 거리에 경부고속도로 김천IC가 인접하여 광역이동에도 편리하다. 김천역, 김천버스터미널도 가깝다. KTX김천구미역을 통해 서울, 부산으로의 접근성이 높아졌으며, 신설되는 남부대륙철도(판교~거제 개설예정)로 수도권 및 남부해안지역으로의 이동도 편리해질 전망이다.

단지 곳곳에 공원, 놀이터, 운동시설, 벽천, 텃밭 등을 설계해 쾌적함을 높였다. 지형상 지대가 주변보다 높고 일부 필로티로 설계해 저층 가구의 프라이버시 보호는 물론 개방감도 우수하다. 여성 운전자를 배려한 일부 광폭주차면과 안전한 승하차를 위한 안심정류장도 설치된다.

입주민이면 누구나 이용할 수 있는 커뮤니티 구성도 뛰어나다. 실내골프클럽, 피트니스센터, GX룸, 다목적 체육관 등 운동 및 취미생활을 위한 공간과 키즈룸, 맘스라운지, 파티룸, 북카페 등 아이들의 학습과 입주민 간 커뮤니티를 위한 공간도 마련된다. 건강, 문화, 휴식, 취미를 한곳에서 누리며 새로운 라이프스타일을 꿈꾸는 실수요자들에게 인기를 끌 것으로 기대를 모으고 있다.

365일 언제나 햇살과 바람이 잘 통하는 남향 위주 판상형 4-베이(일부)설계, 서재 및 팬트리 등 다양한 쓰임새의 알파룸과 널찍한 주방 팬트리, 안방 드레스룸 등 실용과 수납 특화를 바탕으로 품질을 고급화했다. 관리비 부담을 줄여주는 LED 시스템을 가구 전체와 지하주차장에 적용했으며, 부재 시에도 편리하고 안전하게 택배를 받을 수 있는 무인택배시스템도 적용된다.

삼도주택은 2015년 경산 삼도뷰엔빌W(1천213가구)를 성공 분양함으로써 명실 공히 명문건설사로 인정받았고, 포항 창포지구 메트로시티(2천269가구), 포항 삼도뷰엔빌 스마트(360가구), 구미 임은 삼도뷰엔빌W(994가구) 등 성공 실적을 바탕으로 활동무대를 전국으로 넓혀가고 있다.

1단지 지하 3층~지상 20층 10개동, 2단지 지하 4층~지상 20층 6개동으로, 선호도가 높은 전용 59㎡, 67㎡, 77㎡, 84㎡, 119㎡ 타입으로 구성돼 있다. 건본주택은 김천시 신읍동 561-2번지에 개관할 예정이다.

김천 신○○ 기자 h***il@msnet.co.kr』

『달성군 초역세권 도로권 ‘항아리형 상권’』

죽곡·북죽곡 삼정그린코아 더베스트

다음달 단지 내 상가 동시 입찰

아파트 단지 주 출입구와 연결

교통여건 좋아 유동인구 풍부

초저금리 기조가 유지되면서 수익형 부동산으로 부동산값이 몰리고 있다. 그 중 환금성이 좋고 비용 부담이 상대적으로 적은 상가 투자가 주목받는다. 단지 주민을 고정 수요층으로 확보할 수 있는 단지 내 상가는 투자의 안정성이 높아 많은 투자자들이 눈독을 들이고 있다.

올해 대구지역 상반기 아파트 단지 내 상가의 낙찰가를 살펴보면 인기를 실감할 수 있다. 대구지역 단지 내 상가의 내정가 대비 낙찰가는 최고 215%를 기록했고 5개 단지 중 4개 단지가 최고 190% 이상, 평균 150% 이상 높게 낙찰됐다. 초저금리 영향으로 부동산 전문 투자자들은 물론 일반 투자자들이 단지 내 상가 시장으로 몰려들었기 때문이다.

부동산 전문가들은 상가의 성패는 배후 수요와 입지에 달려 있다고 입을 모은다. 그 때문에 역세권이나 신도시의 아파트 단지 내 상가에는 항상 투자자들의 이목이 집중된다. 신도시는 계획적이고 체계적인 개발을 기대할 수 있고 주거단지가 계속해서 들어서면서 풍부한 배후 수요를 갖추게 된다. 거기에 역세권의 유동인구까지 흡수하는 상가는 최적의 조건을 두루 갖춘 상가이다.

분양대행사 (주)리코C&D 전형길 대표는 “최근 아파트 공급이 줄고 초저금리 기조가 유지되면서 투자처를 찾지 못한 여유자금이 단지 상가로 이어지고 있다”며 “당분간 단지 상가에 대한 열기는 더욱 높아질 것”이라고 전망했다.

이런 가운데 (주)삼정은 아예 달성군 지역에 아파트 2개 단지 상가를 동시에 공급해 투자자들의 이목을 끌고 있다.

‘죽곡 삼정그린코아 더베스트’는 죽곡 최대 단지 아파트로, 단지 내 상가와 근린상가는 1천54가구의 고정수요를 확보하고 있다. 교통 여건도 좋아 유동인구가 풍부한 것도 장점.

달구벌대로와 인접해 있고 다사역까지 도보 3분 거리의 초역세권으로 접근성도 우수하다. 단지 바로 맞은편에 위치한 달성문화센터는 학생부터 직장인, 가족 단위 이용객까지 다양한 연령층이 이용, 모든 업종이 가능한 상권으로 통한다. 바로 앞에 공공공지가 있는 도로변 상가로 노출효과와 집객력 또한 높다.

‘북죽곡 삼정그린코아 더베스트’ 역시 ‘북죽곡 한라비발디’(1천204가구)와 주출입구가 하나로 연결돼 있어 상가 상권이 탄탄하다. 게다가 세천지구는 배후 수요층이 쉽게 빠져나가지 않는 항아리형 상권이어서 지속적으로 수요를 흡수할 것으로 전망된다.

죽곡·북죽곡 삼정그린코아 단지 내 상가는 다음 달 입찰을 진행할 예정이다. 견본주택은 대구시 달서구 감삼동 599-49에 위치해 있다.

한편, (주)삼정은 창사 34주년을 맞아 고객 감사 이벤트를 실시한다. 죽곡 삼정그린코아 견본주택에서 ‘단지 내 상가 동시분양’과 ‘죽곡 삼정그린코아 잔여가구 특별분양’에 관한 정보를 제공한다. 또 모든 방문객에게 사은품을 증정하고 이달과 다음 달까지 방문객을 대상으로 매주 일요일 가전제품 경품 행사가 열린다. 10월 30일에는 9·10월 계약자를 대상으로 자동차 경품 행사도 예정돼 있다.

임○○ 기자 n**s@msnet.co.kr」

달성군 초역세권 도로 낀 '항아리형 상권'

(사진제공: 북부건설(주) 김민준)

최고 부동산 신흥지구와 더불어
다동 달만의 내상가들이 일렬
아래로 난지 주출입구가 연결
교통이 편리한 용이 부동산양구 부부



북부건설(주)가 개발 중인 달성군 신흥지구와 더불어, 달성군 달만의 내상가들이 일렬아래로 난지 주출입구가 연결교통이 편리한 용이 부동산양구 부부

최고의 부동산 신흥지구와 더불어, 달성군 달만의 내상가들이 일렬아래로 난지 주출입구가 연결교통이 편리한 용이 부동산양구 부부

달성군 신흥지구와 더불어, 달성군 달만의 내상가들이 일렬아래로 난지 주출입구가 연결교통이 편리한 용이 부동산양구 부부

달성군 신흥지구와 더불어, 달성군 달만의 내상가들이 일렬아래로 난지 주출입구가 연결교통이 편리한 용이 부동산양구 부부

달성군 신흥지구와 더불어, 달성군 달만의 내상가들이 일렬아래로 난지 주출입구가 연결교통이 편리한 용이 부동산양구 부부

3.3㎡ 최대 850만원 분양가

달성군 용두동 연동로에 준공
일부 2000㎡ 분양가



달성군 용두동 연동로에 준공일부 2000㎡ 분양가

달성군 용두동 연동로에 준공일부 2000㎡ 분양가

달성군 용두동 연동로에 준공일부 2000㎡ 분양가

4~5층형 아파트 분양



달성군 용두동 연동로에 준공일부 2000㎡ 분양가

달성군 용두동 연동로에 준공일부 2000㎡ 분양가

이웃 부동산 25년간 점유 땀 소유권 인정

원주시에 아파트 부동산 25년간 점유 땀 소유권 인정

이웃 부동산 25년간 점유 땀 소유권 인정

이웃 부동산 25년간 점유 땀 소유권 인정

이웃 부동산 25년간 점유 땀 소유권 인정

이웃 부동산 25년간 점유 땀 소유권 인정

이웃 부동산 25년간 점유 땀 소유권 인정

이웃 부동산 25년간 점유 땀 소유권 인정

이웃 부동산 25년간 점유 땀 소유권 인정

〈每日新聞 2016년 9월 30일자 22면〉

『학군 좋은 구미 도량 롯데캐슬 골드파크』

오늘 1순위 내일 2순위 접수
연휴 동안 2만4천명 방문
신혼·중년층 실수요자 관심

롯데건설이 지난달 30일 공개한 구미 '도량 롯데캐슬 골드파크' 견본주택에 3일 연휴기간 동안 2만4천여 명이 방문하는 등 시민들의 높은 관심을 끌었다. 견본주택에는 어린 자녀들과 함께 온 가족, 신혼부부, 중년층까지 다양한 실수요자 위주의 시민들이 대거 몰렸다.

견본주택은 84㎡A, 84㎡B 등 2개의 유닛이 마련됐다. 84㎡A형은 판상형 4~베이 구조로 설계된다. 주방은 'ㄷ' 자형으로 동선이 편리하도록 설치된다. 안방 드레스룸에는 창이 설치돼 환기가 잘 되도록 했다. 또 롯데건설의 특화설계

인 ‘드림알파룸’이 도입됐다. 필요에 따라 알파룸을 방으로 만들거나 서재가 있는 공간, 팬트리와 선반이 있는 수납 강화형 형태로 선택할 수 있다. 84㎡B형은 이면개방형 타워형 구조로 환기와 채광이 좋다.

단지가 위치한 도량동은 구미에서 학군 선호도가 가장 높은 곳이다. 도산초등학교와 구미여고가 있고 인근에 구미중·고교가 있다. 쾌적한 주거환경도 큰 장점이다. 단지를 둘러싸고 대규모 도량산립공원이 조성돼 있어 건강한 주거생활이 가능하다.

‘도량 롯데캐슬 골드파크’는 도량주공1·2단지를 재건축한다. 지하 3층~지상 29층, 10개 동, 전용면적 59~109㎡, 1천260가구의 대단지 아파트로 조성되며, 이 가운데 전용면적 64㎡와 84㎡ 351가구를 일반에 분양한다. 전 가구를 남향 위주로 배치해 채광과 통풍을 극대화했다.

외관은 롯데캐슬의 새로운 BI가 반영된 고급스러운 문주 설계가 도입될 예정이다. 조형미가 극대화된 동 출입구, 층간소음 저감설계 등이 선보일 계획이다. 조경시설도 돋보인다. 생태연못과 연계된 휴게공간으로 조성되는 캐슬리언 가든, 주민공동시설과 연계된 어울림마당, 바닥분수와 캐스케이드를 통한 다이내믹한 수경관을 연출하며, 소나무와 조화류가 조화롭게 연출된 물빛마당, 계절마다 꽃과 녹음, 단풍 등을 즐길 수 있는 힐링 산책로 등도 들어설 예정이다.

특화된 커뮤니티 시설도 주목받고 있다. 컬처&스터디센터에는 작은도서관, 독서실(남·여), 스터디룸이 설계되고 스포츠센터에는 피트니스클럽, GX룸, 골프연습장과 스크린 골프, 샤워실과 탈의실 등이 조성될 계획이다. 통학버스 승·하차 대기공간인 맘스 스테이션도 마련된다.

분양팀 관계자는 “중도금 전액(60%) 무이자, 1차 계약금 1천만원 정액제 등 계약자들의 부담을 덜 수 있는 금융 혜택을 제공하고 있다”며 “올해 구미에서 공급된 아파트 중 대형 건설사 브랜드로는 첫 공급인 데다 구미 중심 입지에서 분양에 나서는 만큼 수요자들의 관심이 뜨겁다”고 했다.

한편 5일 특별공급을 시작으로 6일 1순위, 7일 2순위 신청을 받고, 13일 당첨자를 발표한다. 계약기간은 19~21일이다. 입주는 2019년 4월 예정.

구미 정○○ 기자 jung**@msnet.co.kr』

『복층 소규모 449실... “혼자 살기 딱 좋네”』

반월당 아너스 제네스타워 분양

4m 층고 설계 개방감 더해

냉장고·세탁기 빌트인 제공

한국은행 기준금리가 사상 최저 수준인 1.25%로 유지되는 초저금리시대가 지속되고 있다. 최근 개최된 미국 연방준비제도 연방공개시장위원회(FOMC) 정례회의에서 연방 기준금리가 동결됐다. 기준금리를 현 수준인 0.25~0.50%를 유지하기로 결정한 것.

이에 따라 저금리 기조 속에 갈 곳 잃은 자본이 부동산 시장으로 유입되고 있다.

부동산114에 따르면, 8월 전국 오피스텔 임대수익률이 5.58%를 기록했다. 한국은행 기준금리가 1.25%임을 감안할 때 오피스텔 임대수익률은 3배가 넘는 수준을 유지하고 있어 적은 돈으로 높은 투자가치를 거두는 데 효과적이다.

7일 견본주택을 열고 본격 분양에 나서는 ‘반월당 아너스 제네스타워’도 저금리 효과를 톡톡히 누리고 있다. 여기에 대구 최고 도심으로 꼽히는 반월당에 위치하고 있어 성공 분양을 예고하고 있다. 반월당은 대구도시철도 1·2호선 역세권인 동시에 현대백화점, 동아쇼핑 등 쇼핑 인프라와 함께 동성로의 풍부한 배후수요까지 갖추고 있는 대구 쇼핑 1번지로 꼽힌다.

‘반월당 아너스 제네스타워’는 대구 중구 남산동 694-3번지 일원에 지하 4층~지상 21층, 총 449실 규모로 조성된다. 반월당 핵심주거층인 1, 2인 가구가 선호하는 전용면적 21~46㎡의 전실 소형 중심으로 설계됐다.

편리한 생활을 지원하는 라이프 시스템도 눈에 띈다. 홈오토메이션시스템과 무인경비시스템, 입출차 통제시스템 등으로 안전한 디지털 라이프를 실현한다. 일괄 소등 스위치, 대기전력 차단 콘센트는 물론 방음, 단열 등이 우수한 24mm 로이복층유리를 시공해 주거비를 절약해준다.

명품 빌트인 시스템도 무상으로 제공된다. 빌트인 냉장고·세탁기에다 전기쿡탑, 욕실 비데까지 합리적인 가격과 공간구성으로 만족도를 높이고 있다.

모던한 감성을 담은 주거 디자인은 4m에 달하는 높은 층고 설계를 통해 중형 부럽지 않은 넓은 개방감과 쾌적함까지 제공한다. 특히 다양한 생활공간으로 사용이 가능한 복층형 공간을 전 가구에 마련했다. 아울러 옥상공원과 함께 자연채광 및 환기가 가능한 자연환기 외부창을 전 가구에 설치, 주거쾌적성을 높였다. 일부 가구에는 냉방과 난방이 모두 가능한 천장형 냉난방기와 TV 설치로 더욱 편리한 생활을 지원한다. 게다가 부동산 신탁업계 1위인 한국토지신탁이 시행해 신뢰를 더하고 있다. 시공사는 지역의 명문건설기업 태왕과 TEC건설이 맡는다. 견본주택은 대구 남문시장네거리 현장 옆에 있다.

임○○ 기자 n**s@msnet.co.kr」

복층 소형 449실...“혼자 살기 딱 좋네”

(전면임대 전용) 1~4세대

전면임대 전용인 449실은 서울 시내에서 10년째 아파트 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.



전면임대 전용인 449실은 서울 시내에서 10년째 아파트 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

전면임대 전용인 449실은 서울 시내에서 10년째 아파트 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

전면임대 전용인 449실은 서울 시내에서 10년째 아파트 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

전면임대 전용인 449실은 서울 시내에서 10년째 아파트 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

전면임대 전용인 449실은 서울 시내에서 10년째 아파트 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

창원 대규모 아파트·상업시설·오피스 구성

도시인구 약 10만명, 1.5km² 규모
1~4세대 전용임대 전용



도시인구 약 10만명, 1.5km² 규모, 1~4세대 전용임대 전용

창원시 서남권 개발을 위한 대규모 아파트·상업시설·오피스 구성이 추진되고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

창원시 서남권 개발을 위한 대규모 아파트·상업시설·오피스 구성이 추진되고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

기획부동산, 피라미드식 단계 판매로 진화

전면임대 전용

기획부동산은 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

기획부동산은 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

기획부동산은 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

기획부동산은 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

●지역 부동산 동향

서울시 서남권 개발을 위한 대규모 아파트·상업시설·오피스 구성이 추진되고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

●전국 부동산 동향

전국 부동산 동향에 대해 살펴보면, 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

부동산 동향

부동산 동향에 대해 살펴보면, 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

●서울 부동산 동향

서울 부동산 동향에 대해 살펴보면, 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

●경기 부동산 동향

경기 부동산 동향에 대해 살펴보면, 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

●충청 부동산 동향

충청 부동산 동향에 대해 살펴보면, 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

●전국 부동산 동향

전국 부동산 동향에 대해 살펴보면, 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

●부동산 동향

부동산 동향에 대해 살펴보면, 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 특히 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 전세 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다.

중소형 중심 459가구...야외음악당 한눈에

센트럴
CENTRAL

역세권 복합 주거 단지

본 프로젝트는 서울특별시 강남구 삼성동 센트럴역 인근에 위치하며, 역세권 복합 주거 단지로 개발된다. 총 459가구의 중소형 아파트를 비롯해, 야외음악당, 커뮤니티 센터, 상점 등이 포함되어 있다. 전체 면적은 약 10만㎡이며, 지하 3층, 지상 15층의 구조를 가진다.



센트럴 아파트 단지 rendering. 15층 아파트 459가구, 야외음악당, 커뮤니티 센터, 상점 등이 포함되어 있다.

본 프로젝트는 서울특별시 강남구 삼성동 센트럴역 인근에 위치하며, 역세권 복합 주거 단지로 개발된다. 총 459가구의 중소형 아파트를 비롯해, 야외음악당, 커뮤니티 센터, 상점 등이 포함되어 있다. 전체 면적은 약 10만㎡이며, 지하 3층, 지상 15층의 구조를 가진다.

본 프로젝트는 서울특별시 강남구 삼성동 센트럴역 인근에 위치하며, 역세권 복합 주거 단지로 개발된다. 총 459가구의 중소형 아파트를 비롯해, 야외음악당, 커뮤니티 센터, 상점 등이 포함되어 있다. 전체 면적은 약 10만㎡이며, 지하 3층, 지상 15층의 구조를 가진다.



야외음악당과 아파트 단지의 rendering.

'집단지향' 서병오 생가터에 짓는 알뜰 상가

세상일보
세상일보

본 프로젝트는 서울특별시 강남구 삼성동 센트럴역 인근에 위치하며, 역세권 복합 주거 단지로 개발된다. 총 459가구의 중소형 아파트를 비롯해, 야외음악당, 커뮤니티 센터, 상점 등이 포함되어 있다. 전체 면적은 약 10만㎡이며, 지하 3층, 지상 15층의 구조를 가진다.

본 프로젝트는 서울특별시 강남구 삼성동 센트럴역 인근에 위치하며, 역세권 복합 주거 단지로 개발된다. 총 459가구의 중소형 아파트를 비롯해, 야외음악당, 커뮤니티 센터, 상점 등이 포함되어 있다. 전체 면적은 약 10만㎡이며, 지하 3층, 지상 15층의 구조를 가진다.

본 프로젝트는 서울특별시 강남구 삼성동 센트럴역 인근에 위치하며, 역세권 복합 주거 단지로 개발된다. 총 459가구의 중소형 아파트를 비롯해, 야외음악당, 커뮤니티 센터, 상점 등이 포함되어 있다. 전체 면적은 약 10만㎡이며, 지하 3층, 지상 15층의 구조를 가진다.

3초! 역세권 1분도 길다!

반월당역 클라시아

복합형 오피스텔 아파트 복합단지

3초! 역세권 1분도 길다!

반월당역 클라시아

복합형 오피스텔 아파트 복합단지

3초! 역세권 1분도 길다!

반월당역 클라시아

복합형 오피스텔 아파트 복합단지



야외음악당과 아파트 단지의 rendering.

산단 입주 채 취득세 50%, 재산세 75% 감면

LH
한국주택금융공사

본 프로젝트는 서울특별시 강남구 삼성동 센트럴역 인근에 위치하며, 역세권 복합 주거 단지로 개발된다. 총 459가구의 중소형 아파트를 비롯해, 야외음악당, 커뮤니티 센터, 상점 등이 포함되어 있다. 전체 면적은 약 10만㎡이며, 지하 3층, 지상 15층의 구조를 가진다.

본 프로젝트는 서울특별시 강남구 삼성동 센트럴역 인근에 위치하며, 역세권 복합 주거 단지로 개발된다. 총 459가구의 중소형 아파트를 비롯해, 야외음악당, 커뮤니티 센터, 상점 등이 포함되어 있다. 전체 면적은 약 10만㎡이며, 지하 3층, 지상 15층의 구조를 가진다.

본 프로젝트는 서울특별시 강남구 삼성동 센트럴역 인근에 위치하며, 역세권 복합 주거 단지로 개발된다. 총 459가구의 중소형 아파트를 비롯해, 야외음악당, 커뮤니티 센터, 상점 등이 포함되어 있다. 전체 면적은 약 10만㎡이며, 지하 3층, 지상 15층의 구조를 가진다.

지방 재개발 재건축 '3대 유망 단지'



태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕



태왕이 추진 중인 재개발·재건축 사업의 한 단지를 소개하고 있다.

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕

태왕



5분 시지생활권...남천 가짜워 '레직'

5분 시지생활권...남천 가짜워 '레직'

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

SM하우징

같은 반월당, 다른 프리미엄
메디컬 특화 랜드마크

반월당에서 5분길 특화 단지입니다. 프리미엄 특화 단지입니다. 프리미엄 특화 단지입니다.

431-1200

부항동 주변 체류형 관광지로 탈바꿈

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

김천시

도심속 96.1 평방미터
이와함께 도심 동부건설

신원777

신원777

동부건설

대구 최고 미래가치에 동부건설이 라치킴표를 찍다!

**최고의 주거환경과 초역세권 터널이 미래가치까지
트리플프리미엄**
야외음악당 동부건설세발만의 특별한 혜택을 드립니다.

01 도심속 96.1 평방미터의 거대한, 3000㎡ 이상 규모의 신원777 터널이 동부건설세발만의 특별한 혜택을 드립니다.

02 대구최고의 주거환경과 초역세권 터널이 동부건설세발만의 특별한 혜택을 드립니다.

03 야외음악당 동부건설세발만의 특별한 혜택을 드립니다.

04 도심속 96.1 평방미터의 거대한, 3000㎡ 이상 규모의 신원777 터널이 동부건설세발만의 특별한 혜택을 드립니다.

05 대구최고의 주거환경과 초역세권 터널이 동부건설세발만의 특별한 혜택을 드립니다.

78㎡

74㎡

59㎡

신원777
053 6512600

〈每日新聞 2016년 10월 28일자 19면〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

毎日新聞의 적시 기사들은 대구 지역의 아파트나 상가 분양 정보를 다룬 것이다.

그러나 위 기사들은 독자들에게 해당 부동산의 장·단점을 균형 있게 소개해 정보를 충실히 전달하기 보다는 기업의 홍보물을 연상케 할 정도로 장점 위주의 표현과 내용으로 일관했다. 게다가 10월 28일자에는 별지 섹션까지 제작해 몇몇 특정 기업에 유리한 정보를 기사 형태로 홍보하고 관련 광고까지 게재했다.

이는 기업 광고 이상의 홍보 효과를 기대할 수 있는 제작형태로서 영리적 목적에 영합하기 위한 상업적 보도라는 지적을 피하기 어려울 뿐만 아니라 신문의 공신력까지 훼손할 우려가 있으므로 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-47 독자불만처리

아시아경제 발행인 이 세 정

주문

아시아경제 2016년 9월 20일자「와이셔츠 다리는데 10초? 괴물 스텐다리미 불티」, 10월 17일자「뇌섹남도 반한 수압상승 샤워기, 원리 알고보니... ‘대박」, 10월 25일「고약한 입냄새, 30초 해결법은?」 제목의 기사에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

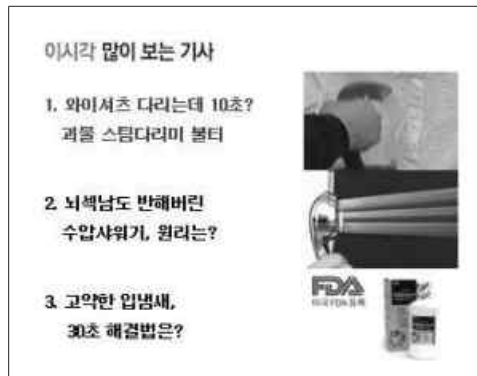
이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『아시아경제의 위 기사들은 기사를 가장한 광고입니다. 기사처럼 보이지만

업체가 제공한 홍보물 같은 느낌이 강합니다. 제품의 단점에 대해서는 단 한마디도 없습니다. 기사 바이라인을 달아 놓은 것도 형식에 불과하고 사실상 광고와 다름없다고 생각됩니다. 이런 식으로 소비자를 기만하지 마세요.』

2. 이에 앞서 아시아경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



〈<http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016102516375797204>〉

『와이셔츠 다리는데 10초? 괴물 스팀다리미 불티』

최종수정 2016-09-20 09:32 기사입력 2016-09-20 09:22

정장, 화이트셔츠, 블라우스를 자주 입는 직장남녀에게 빼놓을 수 없는 가사 일과가 있다. 바로 다림질이다. 아무리 깨끗하게 입고 세탁했음지라도 주름을 펴고 각을 잡아주지 않는다면 옷 맵시를 낼 수 없고 후줄근한 태를 못 벗는다.

그런데 이 다림질이 은근히 고역이다. 네이버, 다음 등 주요 포털사이트에서 ‘다림질’로 검색하면 다림질 잘 하는 방법이나 다림질 시간을 줄이는 요령을 묻고 답하는 글들을 흔히 찾아볼 수 있을 정도다. 특히 챙겨줄 사람이 따로 없는 싱글이나 다림질에 익숙하지 않은 맞벌이 신혼부부들은 퇴근 후 황금 같은 휴식시간이나 출근 직전 급하게 옷을 다리는 데 적잖이 스트레스를 받는 게 현실이다.

속 편히 세탁과 다림질까지 세탁소에 맡기는 방법도 있겠지만 정기적으로 세

금 내듯 지불해야 하는 비용은 요즘 같은 불경기에 결코 만만치 않은 수준이다. 더 빨리, 더 쉽게, 더 깔끔하게 다림질을 할 수 있는 방법은 없을까.



‘스팀덕 스팀다리미’는 다림질 초보 및 만년 하수들의 고민을 해결해 주는 제품이다. 순간 가열로 단 30초면 강력한 수증기를 내뿜는 스팀다림질이 가능하고, 옷을 옷걸이에 걸어둔 채로도 슬쩍 지나가기만 하면 금새 주름이 펴지고 보송보송해진다.

‘스팀덕’은 일반적인 스팀다리미와는 달리 열판을 과감하게 제거하고 1200w의 강력한 스팀으로만 순식간에 주름을 없애버린다.

사용법도 아주 간단하다. 주입구가 타제품보다 커서 물을 흘리지 않고 주입하기 쉽고, 전원을 연결한 후, 물이 끓기 시작하면 오리 주둥이처럼 생긴 토출구로부터 강력한 스팀이 무한대로 방출된다. 이 강력한 스팀이 옷감의 큰 주름부터 잔주름까지 확실히 없애준다. 또한 “스팀덕”은 사이즈도 작고 무게도 가벼워 출장시에 휴대가 가능하며, 보관과 사용이 간편한 까닭에 비단 가정뿐 아니라 직장에서도 서랍이나 캐비닛에 넣어뒀다 필요시 꺼내 사용하면 편리하다.

실크, 니트, 액세서리 의류, 모피를 다릴 때는 기본 구성품인 고급원단 브러시를 바닥에 끼워 사용하면 된다. 베개, 커튼, 심지어 곰인형이나 소파를 살균, 소독하는 데도 사용할 수 있다.

또한 가정에서 흔히 사용하고 있는 스팀다리미는 장시간 사용시 녹물이 흘러나와 옷감을 상하게 할 수 있지만 스팀덕은 그런 염려는 하지 않아도 된다. 녹이 슬지 않는 스테인레스와 폴리프로필렌 재질로 만들어 이런 걱정들을 원천적으로 봉쇄 한 것이다.

식약처로부터 커피포트로도 정식 허가받아, 국내 최초로 스팀다리미와 커피포트를 겸용으로 사용할 수 있어, 특히 1인 가구에서 각광을 받고 있으며, 누적된 사용 후기도 수백건에 달한다.

정광훈 ‘스팀덕’ 개발자는 “스팀덕은 정신없는 출근시간에 다림질을 하기 위해서 다림판을 꺼내고, 펴고 다리미를 연결하는 등의 여러모로 불편했던 부분에 많은 변화를 가져다 주는 제품으로 다림질의 시간도 획기적으로 줄여주는 신개념 다리미이므로, 소비자들에게 큰 만족을 줄 수 있으리라 기대한다”고 밝혔다.

올해 1월에 출시된 스팀덕 스팀다리미와 스탠드 옷걸이 세트는 8월까지 이미 7차 생산을 하였으며, 7차 생산물량 역시 조기에 소진되어, 불황속 선전이 돋보였다.



고려생활건강(www.mcnplaza.com)은 정가 7만9800원에서 무려 5만원 할인된 2만9800원 최저가에 스팀덕 스팀다리미를 판매하고 있으며, 유사 사양으로 시중가 5만원대를 훌쩍 넘는 스팀다리미 전용 스탠드 옷걸이도 1만9900원 최저가에 판매하고, 세트로 구매시 추가로 5천원을 할인해준다.

한편, 고려생활건강 단독으로 스팀덕 스팀다리미와 스탠드 옷걸이를 세트로 구매시 맥심 커피믹스 1박스를 증정하는 이벤트를 한정 수량으로 진행하니, 관심이 있다면 이번 기회를 놓치지 않는 것이 좋겠다

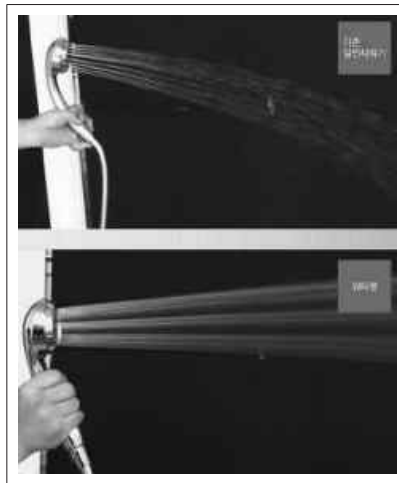
▷ 이곳을 누르시면 제품을 자세히 볼 수 있습니다.

이○○ 기자 m**k@asiae.co.kr』

〈<http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016092009193228638>〉

『뇌섹남도 반한 수압상승 샤워기, 원리 알고보니.. ‘대박’

최종수정 2016-10-17 14:37 기사입력 2016-10-17 14:37



현대인에게 샤워란 피로와 스트레스에 지친 심신을 달래주는 일례 행사다. 그런데 주거환경에 따라서는 샤워기에 전달되는 수압이 부족해 영 신통찮은 샤워가 되기도 한다. 폭포수를 맞는 느낌을 원했지만 웬걸 빗물을 받아쓰는 것 마냥 물줄기가 빈약하다. 주구장창 틀어놓아도 상쾌함은커녕 수도세만 오르기 일쑤다.

이럴 때 샤워기 헤드를 교체하면 간단히 해결된다는 사실을 아는 이들이 몇이나 될까? 절수 샤워기 ‘워터젯’ 샤워기는 물은 오히려 적게 쓰면서 수압은 높이는 일거양득의 기능성제품이다. 수도세는 최고 60% 줄고, 수압은 최고 250% 상승한다. 기존 미세 살수관의 단점으로 지적된 살수관 막힘 현상도 해결했다.

워터젯 샤워기는 해당 품목 최대판매 기록을 보유한 초인기 상품이다. 수압

이 올라가는데 물 사용량이 줄어든다니 얼핏 이해가 안 갈 수도 있지만 엄연히 소비자들의 검증을 받은 사실이다.

워터젯 샤워기는 미세 살수관을 물방울 모양으로 컷팅해 기존 미세 살수관의 단점으로 지적됐던 바늘로 찌르는 듯한 따가움을 해결하고 피부가 약한 어린이 또는 노약자까지 강하고 부드러운 물줄기를 느낄 수 있게 개선됐다.

워터젯 샤워기의 장점은 이뿐만 아니다. 미세 구멍을 통과한 물입자의 부서짐 효과가 극대화 되면서 일반 폭포수의 최고 200배에 달하는 자연 음이온 피부부를 미세자극하는 마사지 효과도 갖추었다. 강한 수압으로 인해 욕실청소에도 효자다.

워터젯 샤워기는 시중의 저가 중국산 제품과는 성능과 내구성 면에서 차이가 있다. 표준규격의 나사를 사용해 간단히 돌려서 탈부착할 수 있다.

ABS합성수지로 충격에 강하고, 무게는 163g의 초경량이다. 1년간 무상보증. 한편, 고려생활건강(www.mcnplaza.com)에서 정가 4만5000원에서 40% 할인된 2만7000원에 판매하며, 주문폭주로 인해 9월 생산물량 2만개가 완판되었다고 업체측은 밝혔다. 현재는 10월 말 배송으로 예약판매중이며, 예약구매한 고객에 한하여 욕실방수벽시계와 글라스터 샤워기걸이 2종을 증정하는 파격적인 이벤트를 단독으로 진행한다.

▷ 워터젯샤워기 자세히 보러 가기

이○○ 기자 m**k@asiae.co.kr」

(<http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016101714351921799>)

『고약한 입냄새, 30초 해결법은?』

최종수정 2016-10-25 10:03 기사입력 2016-10-25 10:03

치은염, 치주염등의 치주질환은 자신도 모르게 발생하게 되는 경우가 많으며, 이는 우리나라 국민의 70%이상 해당된다.

치주질환은 대체 왜 발생하게 되는 것일까? 주요 원인은 바로 입속 세균. 그러므로 입속 세균 의 근본적인 해결이 중요하다.

치주질환은 잇몸(치은)과 치아 사이 'V자' 모양의 틈 아래 부분에 박테리아가 공격하여 치주인대와 인접 조직을 손상되면 발생하며, 심하면 고름 및 출혈을 동반, 더욱 심할 경우 치아가 저절로 빠지기도 한다. 치주 질환은 연령과도 관계가 깊은데 20세 이상의 성인의 경우에는 과반수에서, 35세 이후에는 4명당 3명꼴로, 그리고 40세 이상의 장노년층의 경우는 80~90%가 발생한다.

또 다른 치주 질환의 직접적인 원인은 치아에 지속적으로 형성되는 '플라크'라는 세균막이다. 플라크는 끈적끈적하고 무색이며, 이것이 제거되지 않고 단단해지면 치석이 된다. 치석은 심한 경우 잇몸에 염증을 일으키고 더 심하면 겉으로 드러난 부위뿐만 아니라 잇몸 안쪽으로도 파고들어 치조골과 신경 조직을 상하게 한다.

특히 구강세균 중에서 제일 무섭다고 하는 진지발리스균은 잇몸 사이에 숨어 있다가 독소를 내뿜어 잇몸을 붓게 하고 출혈도 일으키지만 통증이 없어서 예방이 더욱 어렵게 한다. 하지만 사전에 일상속에서 개인 구강관리만 잘해도 충분히 예방할 수 있다.

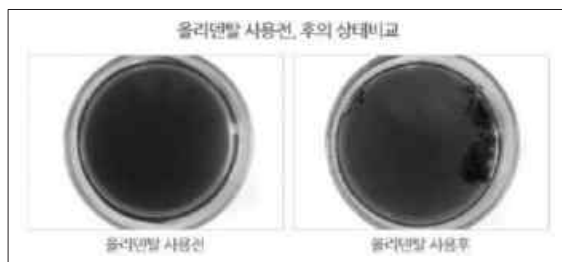
보통 치주염, 치은염등의 치주 질환은 스케일링이나 정기적으로 자가 치과검진을 하지 않는 이상 관리하기가 어렵다. 이런 질환으로 고민하는 사람들을 위해 아주약품(주)에서 입 냄새는 물론 치주질환 예방까지 가능한 치주염 예방가글을 출시했다.



60년간 국민 건강과 복지에 기여한 아주약품의 기술제휴로 만들어낸 올리덴탈 체크가글은 가글 형태로 되어 있어 이와 잇몸 사이사이까지 구석구석 침투해서 이물질을 빼내주고 입속 세균을 99.9% 없애주는 놀라운 살균은 물론 불소 막을 형성하여 유해세균으로부터 치아 표면을 보호해주고 충치를 예방하는 효과까지 있다.

사용 방법도 간편하다. 작은 컵으로 입안에 머금고 30초 정도 가글 후 뱉어 내면 이물질을 육안으로 확인할 수 있는데, 이 이물질속에 입 냄새와 치주 질환의 원인인 세균이 포함되어 있다. 즉, 이물질이 많을수록 치주질환에 직접적인 영향을 주는 유해세균이 많이 서식한 것이라 보면 된다.

하루 1번 사용으로 치주 질환 예방은 물론, 입 냄새로부터 해방될 수 있다.



뿐만 아니라 설태, 백태, 치석 제거의 뛰어난 효과와 구강 내 세균 제거 효과를 지닌 것으로 연세대학교 기능수연구단 임상실험으로 검증되었다.

올리덴탈 체크가글은 구강 청결에 효과가 있는 녹차, 레몬오일, 올리브 잎 추출물 성분등의 천연원료로 제조되었으며, 無타르색소, 無알코올, 無계면활성제 제품으로, 효과가 일시적이고 침을 마르게 해 되려 구강건강에 해를 끼칠 수 있는 시중의 알코올 함유 제품과 차별화된다.

식약처에서 ‘충치예방, 구취제거, 치은염 및 치주염 예방, 잇몸질환 및 치주질환 예방’으로 허가 받고 美FDA에 등록되었다.

개발 연구진은 “가글처럼 입안을 행구듯 뱉으면 입 냄새의 원인물질인 백태와 설태, 기타 박테리아가 제거되고 이런 이물질을 육안으로도 확인할 수 있다”라고 밝혔다.

한편, 고령생활건강에서 구강청결제의 수요가 늘어나는 환절기 시즌동안 선

착순 3천명에게 1만원을 추가로 할인하는 파격적인 프로모션을 단독으로 진행한다.

단, 할인 이벤트로 준비된 물량이 한정되어 있다고 하니, 관심이 있다면 이번 기회를 놓치지 않는 것이 좋겠다.

▷ 아주약품 올리덴탈 체크가글 선착순 이벤트 보러가기

이○○ 기자 m**k@asiae.co.kr」

〈<http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016102510010374880>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

아시아경제의 위 기사들은 각각 스팀다리미, 샤워기, 구강청결제를 선전하는 것이다. 기사는 독자나 소비자들에게 해당 제품의 장·단점을 균형 있게 소개해 정보를 충실히 전달하기 보다는 장점 일색의 표현과 내용으로 제품을 홍보하고 업체 홈페이지 주소와 제품 가격까지 공개했다.

이는 사실상 광고나 다름 없는 홍보성 기사로써 특정 업체의 영리에 영합하는 상업적 보도라는 지적을 피할 수 없다고 판단되므로 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증), 제10조 「편집지침」 ⑧(기사와 광고의 구분)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-48 독자불만처리

스포츠서울 발행인 유 지 환

주문

스포츠서울 2016년 10월 26일자 「[SS영상] 아르헨티나 홀리건들의 경기 중 난투」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문에 이런 영상을 게재해도 되는 겁니까? 축구 홀리건들이 서로 무자비하게 폭행하고 있습니다. 중고생 자녀들을 키우는 입장에서 우리 아이들이 이런 걸 볼까봐 심히 걱정됩니다.』

2. 이에 앞서 스포츠서울은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『[SS영상] 아르헨티나 홀리건들의 경기 중 난투

기사입력 2016-10-26 10:16 수정2016-10-26 10:16

【스포츠서울 이○○기자】 아르헨티나 축구 홀리건들의 난폭한 행동이 카메라에 잡혔다.

26일(현지시각) 영국 일간 ‘데일리 메일’은 아르헨티나 축구 경기 도중 벌어진 홀리건들의 난투 영상을 소개했다.

보도에 따르면 아르헨티나 프로 축구팀 간의 경기 도중 벌어진 난동으로 인해 몇몇은 부상을 입었고, 두 명의 팬은 폭행으로 인해 병원으로 이송됐다.

아르헨티나 홀리건들의 난동은 아르헨티나 3부리그(지역리그) 클럽 데포르티보 과라니 안토니오 프랑코와 클럽 스포르티보 패트리아의 경기에서 일어났다.

이날 과라니의 홈구장 클레멘테 페르난데즈 데 올리베이라 스타디움 한 쪽 구석에서는 홀리건이 두 명의 남성을 주먹과 발로 폭행하는 장면이 카메라에 포착됐다.

폭행에 관여된 이는 막시밀리아노(21)와 네스터 베론(37)라는 남성으로, 폭행을 당한 남성은 심각한 부상을 입은 것처럼 보였다. 특히 정신을 잃은 남성을 계속해서 난폭하게 폭행하는 모습으로 아찔함을 자아냈다. 하지만 다행히도 폭행당한 남성은 신속히 병원으로 이송돼 치료받은 것으로 전해지고 있다.

경기장 안전 요원에 따르면 해당 폭행 장면은 두 팀이 1-1로 비기고 있던 상황에서 발생됐다. 한편, 현재 지역 리그에서 과라니는 최하위를 기록하고 있고, 스포르티보 패트리아는 최상위를 기록하고 있다.

뉴미디어국 purin@sportsseoul.com



사진 | 유튜브 영상 캡처』

〈<http://www.sportsseoul.com/news/read/450601>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠서울은 아르헨티나 프로 축구 경기 도중 벌어진 훌리건들의 집단 난투 사건을 보도하면서 이와 관련된 동영상도 함께 실었다. 동영상에는 정신을 잃고 쓰러져 있는 남성까지 주먹과 발로 집요하게 폭행하는 모습이 담겨 있다.

신문윤리실천요강은 제13조 「어린이 보호」 ④항에서 “언론인은 폭력, 음란, 약물사용의 장면을 미화하거나 지나치게 상세하게 보도하여 어린이에게 유해한 환경을 조성하지 않도록 특별히 경계해야 한다”고 규정하고 있다.

학교 폭력이 심각한 사회 문제가 되고 있는 현실에 비추어 볼 때, 어린이나 청소년들까지도 접근이 쉬운 인터넷 매체에 잔혹한 폭력 장면이 담긴 동영상

을 게재하는 것은 신중한 보도 자세라고 볼 수 없다.

게다가 위 기사는 ‘성범죄, 폭력 등을 보도할 때 잔인한 내용을 포함하는 등 선정적으로 보도해서는 안된다’는 신문윤리강령을 위반한 것으로, 미성년자의 건전한 인격 형성에 부정적인 영향을 미치고 모방 범죄까지 유발할 우려가 있으므로 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ④(선정보도의 금지), 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-49 독자불만처리

아시아경제 발행인 이 세 정

주문

아시아경제 2016년 11월 15일자 「[속보] ‘떨어뜨리려 나왔다’ 이정희, 특검에」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『네이버 뉴스스탠드로 기사를 보던 중에 이정희 전 통합진보당 대표가 최순실 특검에 임명됐다는 속보를 보고 클릭해봤더니 그제 SNS에 떠도는 이야기였습니다. 국가적인 중대 사안에 정말 이런 식으로 독자를 우롱하는 건 너무하다고 생각합니다.』

2. 이에 앞서 아시아경제는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



〈네이버 뉴스스탠드 2016년 11월 15일 13시 15분 캡처〉

『박근혜 떨어뜨리려 나왔다면…네티즌 “이정희를 특검으로”

최종수정 2016-11-15 15:23 기사입력 2016-11-15 09:39



【아시아경제 한○○ 인턴기자】 여야 3당이 ‘박근혜-최순실 게이트’에 대해 특별검사법 도입과 국정조사에 합의하면서 누가 특검팀의 지휘봉을 잡을지 귀추가 주목되고 있다.

새누리당이 야당에 최순실 특검 추천권을 넘기면서 더불어민주당과 국민의당이 특별 검사를 각각 1명씩 추천하고 대통령이 임명한다.

이번 특검팀에는 특별 검사 1명과 특검보 4명, 파견검사 20명, 수사관 40명 등이 포함돼 최장 120일 동안 수사를 펼칠 전망이다. 특검 수사 대상은 청와대 문고리 3인방인 이재만, 정호성, 안봉근 그리고 최순실, 최순득, 장시호 등 최씨 일가 친인척, 또한 차은택, 고영태, 안종범 전 청와대 정책조정수석, 우병우 전 민정수석 등이다.

이에 일부 네티즌들은 이정희 전 통합진보당 대표가 특검을 맡아야 한다는 목소리를 높이고 있다.

네티즌들은 “특검은 이정희 변호사”(jauroi****), “채동욱이 아니라 이정희를 특별검사로…되긴 되나…”(ulb***), “생각해보니 이정희는 이 국가적 위기에서 반등할만한 기회가 온 것 같군?”(engra****) 등의 반응을 보이고 있다.

한편 2012년 통합진보당 대선 후보로 나섰던 이 전 대표는 대선 토론회에서 당시 박근혜 후보를 향해 “당신 떨어뜨리려 나왔다”, “유신의 공주”, “충성혈서를 써서 일본군 장교가 된 다카키 마사오(박정희)” 등 맹공을 펼친 바 있다.』

〈<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016111509274191390>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

2016년 11월 14일 여야 3당이 최순실 게이트 관련 특검법 도입과 국정조사에 합의하자, 아시아경제는 11월 15일 네이버 뉴스스탠드에 「[속보] ‘떨어뜨리려 나왔다’ 이정희, 특검에」라는 제목의 기사를 올렸다.

이정희 전 통합진보당 대표에게 특검을 맡겨야 한다는 일부 네티즌들의 주장을 두고 마치 이정희가 특별검사에 선정 또는 임명되어 이를 긴급히 속보로 전하는 것처럼 제목을 단 것이다.

독자의 접속을 유도하기 위해 의도적으로 사실관계를 왜곡하는 위와 같은 보도 행태는 국민들로 하여금 혼란을 초래할 소지가 있을 뿐 아니라 신문의 신뢰성을 훼손할 우려가 있으므로 신문윤리실천요강 제10조 「편집지침」 ①(표제의 원칙)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

주문

스포츠조선 2016년 10월 11일자 「샷게임 책임지는 전문가, 100미터 해결사」, 11월 7일자 「직접 수확해서 절임배추, 국내산 천일염사용, 맛이 최고」, 11월 16일 「머리 좋게하고 맛도 좋은 아침대용식, 모닝밀 올인원」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『스포츠조선은 온라인 쇼핑몰 광고를 기사 형태로 둔갑시켜 내보내고 있습니다. 게다가 이 온라인 쇼핑몰은 스포츠조선이 운영하는 계열사입니다. 광고는 광고난에 해야 되는 거 아닙니까?』

2. 이에 앞서 스포츠조선은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『샷게임 책임지는 전문가, 100미터 해결사

기사입력 2016-10-11 10:38:10

이것만 있으면 주말골퍼도 올 가을 골프시즌이 끝나기 전에 바로 80대를 기록할 수 있다. 이것 은 무엇일까? 정답은 100미터 이내 샷게임을 책임지는 전문 웨지다. 단, 반드시 프로처럼 그린 위에 공이 딱딱 서는 충분한 백스핀량을 만들어 주는 전문 웨지를 사용해야 스코어가 단숨에 뚝 떨어지는 효과를 볼 수 있다. 대표적인 백스핀 전문 웨지가 일본 장인이 연철 단조에 직접 정교하게 페이스를 밀링해 제작한 ‘야마모토 철심 웨지’이다.

브랜드만 일본, 미국 이름을 달고 중국에서 생산하는 일부 양산 웨지와 달

리, 야마모토 철심 웨지는 제조 전 과정을 일본에서 장인들이 수작업으로 진행한다.



스포츠조선 든든물 골프 MD가 10월 8일 철심 웨지를 남서울CC에서 가지고 나가서 18홀 라운딩을 하면서 시타했다. 핀까지 40미터 거리의 그린 사이드 어프로치샷을 하니 공이 그린 위에 떨어져서 한 번 튀기더니 백스핀을 먹고 5미터 정도 뒤로 밀려 핀에 붙었다. MD는 “내가 웨지로 먹여 본 백스핀 중 가장 강력한 백스핀이었다”고 설명했다. 어프로치샷을 하고 나니 공 표면이 깎인 것은 물론 웨지 페이스에도 미세한 흠집들이 생겼다. 헤드에 흠집이 나는 것은 최고급 연철 단조 제품만의 특징이다. 이로 보아, 쓸수록 표면이 반들반들하게 닳아서 스핀량이 줄어드는 양산품 주조 웨지와 달리, 야마모토 철심 웨지는 쓸수록 페이스면이 거칠어져서 백스핀을 더 쉽고 많이 먹일 수 있게 될 것으로 예상된다.

MD는 100미터 이내에서 10미터 단위로 남은 거리에 따라 백스윙 크기를 조절하는 웨지샷을 하는데, 그린의 경사도에 따라 공을 세우는데 어려움을 느꼈다. 이날 라운딩은 초반부터 그린위에 딱딱 세우는 신들린 샷으로 MD와 같이 라운딩을 한 골퍼들도 믿기지 않는다는 이야기를 했다.

이와 같은 강력한 백스핀은 V자형이 아닌 사각형으로 파인 그루브 덕분이다.



야마모토 웨지는 업계에서 가장 깊고 가파른 사각엿지 그루브를 자랑한다. 그로 인해 볼을 컨트롤 하기가 쉽고 스핀량을 최고로 끌어올릴 수 있다. 그뿐 아니라 야마모토 웨지의 샤프트는 명품 웨지 샤프트로 유명한 다이나믹골드 S200샤프트가 장착되어 있다.



웨지는 골퍼의 스윙에 따른 거리감과 백스핀 콘트론틀에 예민하게 반응하므로, 동일한 브랜드의 같은 시리즈 제품으로 통일하는 것이 바람직하다. 보통 52도와 56도를 함께 구비한다. 한편, 공을 눈앞에서 높이 띄워서 푹 떨어뜨려 세우는 로브샷을 시도하려면 60도까지 겸비하면 좋다. 대부분의 양산 웨지 60도는 바운스앵글이 8도 정도로 날카롭기 때문에 실수가 많이 나와서 상급자에게 권하지만, 철심 웨지 60도는 바운스앵글을 12도로 여유있게 설계돼 초중급자가 써도 실수를 방지해 주며, 일반적인 병커샷 용도로 사용해도 무난하다.

최고 품질의 골프클럽을 합리적인 가격에 소개하는 스포츠조선 든든몰

(www.dndnmall.co.kr)은 백스핀량을 30% 증가시킨 2017년형 야마모토 철심 웨지를 소비자가 198,000원의 절반 이하(50% 할인) 가격인 98,000원에 한정 판매한다. 두자루 구매시 추가 71,000원만 더하면 된다. 고급 철심 양피장갑도 함께 증정한다. 52도, 56도, 60도가 준비돼 있다.

전화문의 1688-2528

☞ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na**bum@sportschosun.com』

〈http://sports.chosun.com/news/ntype_review.htm?id=201610120100082970005887&ServiceDate=20161011〉

『직접 수확해서 절임배추, 국내산 천일염사용, 맛이 최고

기사입력 2016-11-07 11:50:12 최종수정 2016-11-16 17:53:41



김장철이다. 김장 성패의 80%는 배추에 있다. 싱싱한 배추를 골라서 잘 절여야 맛있는 김장김치가 탄생한다. 하지만 김장배추 절이기는 주부에게 엄청난 고생이다. 더구나 맛별이나 커리어우먼은 1년 두고 먹을 배추를 비교해서 고

르고 사들여와 하루 종일 절일 엄두가 아예 안 난다. 하지만, 100% 천일염으로 절인 ‘해풍맛은 해남 절임배추’는 완벽한 ‘맛의 베이스’를 보장하면서 주부들의 수고로운 과정을 생략해 준다.

해풍맛은 해남 절임배추는 10년 동안 배추농사만 지으신 이상천씨(52)의 피와 땀이다. 그는 올해의 배추 농사를 “올해는 8월말, 9월초에 심고 한달가량 비가 안 오다가 갑자기 추워진 날씨 탓에 발육이 늦고 속이 더디게 차 올랐다. 소퇴비를 섞어 땅을 기름지게하고 영양제, 칼슘제를 뿌려 물배추가 아닌 단단한 배추를 수확했다.”고 말했다. 또한 해남산 배추는 지역의 특성상 바람(해풍), 하늘, 땅의 영양분을 먹고 서리를 1~2번 받으면서 수분을 날려버리는 과정이 있어 배추가 아삭하고 끝맛이 달달하다.



또한 소금도 중요하다. 소금산업진흥법 제35조 제1항에 따른 품질검사를 통과한 100% 국내산(신안)의 천일염만 사용한다.

해풍맛은 해남 절임배추는 반드시 김장날 5일전에 주문해야 한다. 미리 절여서 냉장 보관한 배추가 아니라, 주문을 받은 뒤에 배추를 절여서 김장하기 하루 전날 도착하도록 배송하기 때문이다. 배추의 신선도를 유지하기 위해 토요일과 일요일은 배송하지 않으므로 김장 스케줄에 맞춰서 주문하도록 권한다.

이렇게 완성한 아삭한 절임배추는 아삭아삭하면서 적당하게 숨이 죽은 상태로 배송돼, 어떤 김치소를 넣어도 조화롭게 받아준다. 한 입 씹으면, 절임배추와 김치소의 완벽한 어울림이 입 안에서 맛의 교향악을 연주한다고 해도 과언이 아니다.

믿을 수 있는 안전한 먹거리를 추구하는 스포츠조선 든든몰(www.dndnmall.co.kr)의 해알림 명품 특산물 코너에서는 해풍맞은 해남 절임배추 20kg를 34,800원에 공급한다. 해남 김치속 양념도 함께 주문할 수 있다. 국산 천일염(전남 신안군)과 고춧가루(충북 충주시), 멸치젓(전남 무안군)으로 만든 김치속 맛도 함께 느껴보자.

전화문의 1688-2528 ☎ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na**bum@sportschosun.com】

〈[http://sports.chosun.com/news/ntype_review.htm?id = 201611170100147420009866&ServiceDate = 20161116](http://sports.chosun.com/news/ntype_review.htm?id=201611170100147420009866&ServiceDate=20161116)〉

『머리 좋게하고 맛도 좋은 아침대용식, 모닝밀 올인원』

기사입력 2016-11-16 14:11:51



아침 식사는 왕처럼 하는 게 좋다. 하루의 활동력과 에너지를 좌우하기 때문이다. 식사는 뇌와 오장육부에 영양소를 공급하는 행위이다. 충분한 영양소는 두뇌와 몸의 강한 활동 에너지가 된다. 업무의 집중력, 학습 이해력이 높아진다.

만약 영양 공급이 부족하면 두뇌와 장기의 활동력이 떨어진다. 또 점심 폭식 등 불규칙한 식습관으로 이행돼 영양불균형과 신장, 간, 위, 뇌 등의 장기의 기능 저하를 부를 수 있다. 기초대사량 감소로 비만의 원인이 될 수도 있다. 따라서 즐거운 하루, 힘찬 나날을 열기 위해서는 아침 식사는 필수다. 특히 인체 기

능을 최적화로 활성화 하는 고른 영양 섭취가 중요하다.

그러나 많은 사람에게 아침 식사는 번거롭다. 늦게 일어나 헐레벌떡 출근하고, 등교하는 상황에서 느긋하게 앉아 여유롭게 아침을 먹는 것은 극히 어렵다. 이 같은 여건에서 간편 영양 만점 섭취 방법이 주부들의 시선을 끌고 있다. 아침식사 균형영양 프로젝트를 추구하는 제품인 ‘건강든 모닝밀 올인원’이다.

건강기능식품 전문 제조회사 한국씨엔에스팜과 스포츠조선이 공동 개발하고 스포츠조선이 판매하는 아침대용식으로 필수 영양소가 한 포에 모두 포함되어 있다. 건강 증진에 효과적인 5대 성분을 포함한 1주일에 필요한 33종의 성분이 고루 담겨 있다. 페루의 산삼으로 통하는 마카, 녹차 잎에서 추출한 아미노산인 테아닌, 수천km를 날아가는 철새의 숨은 힘인 옥타코사놀, 유럽인이 2천년 동안 사랑한 밀크씨슬추출물분말, 유산균으로 발효시킨 흑마늘추출물분말은 이 제품의 기능을 극대화하는 성분들이다. 아미노산혼합물, 비타민7종, 미네랄 2종, 철, 아연 등 인체 필수 영양소도 넘쳐난다.

또한 아침의 상큼함을 선물하는 푸른과즙분말, 락투로스분말, 푸른농축분말, 차전자피분말, 프라토올리고당, 유산균혼합분말도 인상적이다. 시금치 등 채소 6종, 블루베리와 파인애플 등 과일 9종은 맛을 더욱 향긋하게 한다.

맛과 영양이 듬뿍 든 모닝밀 올인원은 포만감이 길다. 한 포만 먹어도 공복감이 없다. 바나나 분말과 분리 대부단백, 차전자피분말 등이 포만감을 유지하게 한다. 한 포의 열량은 130kcal로 우유(200ml)에 타 마시면 260kcal로 아침이 든든하다. 콜레스테롤과 설탕이 전혀 없는 대용식으로 남녀노소 누구에게나 좋은 건강식이다. 모닝밀 올인원의 1박스는 14포로 구성됐다. 1박스로 2주일의 아침을 건강하게 지킬 수 있다.

근심걱정을 사라지게 하고, 두뇌를 활성화 하고, 업무 능력을 좋게 하는 모닝밀 올인원의 소비자 가격은 69,000원이다. 그러나 좋은 제품을 합리적인 가격에 공급하는 든든몰(www.dndnmall.co.kr)에서는 인터넷 최저가인 43,500에 구입할 수 있다. 이 제품은 제조사에서도 자신감이 넘친다. 아침대용식 최초로 먹어보고 맘에 안들면 반품하는 ‘본품 2포 무료체험’ 행사를 진행한다. 2박스 구매하고 할인과 함께 무료체험의 주인공이 되어보자.

전화문의 1688-2528 ☎ 상세페이지 바로가기

스포츠조선닷컴 김○○기자 na**bum@sportschosun.com」

〈[http://sports.chosun.com/news/ntype_review.htm?id =](http://sports.chosun.com/news/ntype_review.htm?id=)

201611170100144430009702&ServiceDate = 20161116〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠조선의 위 기사들은 기업의 판촉물과 같은 장점 일색의 표현과 내용으로 자사가 운영하는 쇼핑몰과 제품을 선전하고 있다. 제품의 단점이나 독자가 유념해야 할 정보에 관해서는 전혀 언급이 없을 뿐 아니라 자사 쇼핑몰로 연결되는 링크까지 걸어 놓았다.

이처럼 신문이 사회적 공익인 지면(온라인 지면)을 이용하여 계열사 홍보를 과도하게 하는 것은 언론의 정도를 벗어난 제작태도로써 자사의 영리적 목적을 위한 상업적 보도라는 지적을 피하기 어렵다.

따라서 위 기사들은 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증), 제10조 「편집지침」 ⑧(기사와 광고의 구분)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-51 독자불만처리

전자신문 발행인 이 선 기

주문

전자신문 2016년 11월 7일자 「겨울철 난방비, 10분당 32원, 1시간에 191원」, 11월 21일자 「에스키모인에게서 답을 찾은 방한패션 ‘대박’」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『전자신문의 위 기사들은 기사를 가장한 광고입니다. 기사처럼 보이지만 업체가 제공한 홍보물 같은 느낌이 강합니다. 제품의 단점에 대해서는 단 한마디도 없습니다. 기자 바이라인을 달아 놓은 것도 형식에 불과하고 사실상 광고와 다름없다고 생각합니다.』

2. 이에 앞서 전자신문은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『겨울철 난방비, 10분당 32원, 1시간에 191원

발행일 2016-11-07



성큼 다가온 초겨울, 욕실에 들어가면 한기가 오싹하게 느껴진다. 좀더 추워지기 전에 겨울을 준비 할 시기이다. 이런 걱정을 한방에 해결해주는 제품이 나와서 화제다. 예열 없이 켜는 순간 1초 만에 추운 욕실을 따뜻하게 해 주는 2017년형 후지카 램프히터가 바로 그것이다. 전원을 넣자마자 난방이 시작되기 때문에, 샤워기를 틀고 찬물이 더운물로 바뀌는 잠깐 동안의 추위마저 빈틈

없이 막아 준다.

그 외에도 후지카 램프히터는 여러면에서 소비자 만족도 별 5개 ★★★★★ 제품이다.

첫째는 전기료다. 겨울철 전기료도 여름철 전기료 못지 않게 부담스럽다. 그래서 요즘 난방기구의 선택 1순위는 효율성이다. 후지카 램프히터는 한달에 전기료를 4만원 내는 집을 기준으로 10분당 32원, 1시간에 191원이다. 일반 헤어드라이기보다 전기를 덜 쓰는 절전형 제품이다. 또한 원하는 온도에 따라 각각의 전구를 따로 켜서 전력 소모를 더욱 줄일 수 있다. 두번째는 활용도이다. 후지카 램프히터는 적외선램프를 사용해 소음과 냄새가 전혀 없다. 창문 없이 밀폐된 욕실에서 쓰기에 최적이다. 세번째는 제품의 수명이다. 전구의 수명은 5000시간으로 하루에 1시간 사용시 매일 사용해도 13년 동안 쓸 수 있다. 반영구적이라고 할 수 있다. 또한 전선길이가 4미터이기에 욕실 어디에 설치하여도 추가적인 연장선이 필요 없다.

2구형과 3구형이 있으며, 세련된 디자인에 2구형은 실버, 3구형은 핑크와 메탈실버 2가지 색상이 준비돼, 욕실 분위기에 따라 선택하면 인테리어 효과까지 더해 준다. 한국산업기술시험원의 전기용품안전인증과 국립전파연구원의 전자파인증을 획득한 안전한 제품이므로, 안심하고 사용하면 된다.

전자신문 와파몰(www.whatta.kr)에서는 1년 A/S가 보장되는 후지카 램프히터 정품을 소비자가 99,000원 대비 30% 할인한 온라인 최저가 69,000원에 한정 판매한다.

▷ 후지카 램프히터 자세히 보기

이○○ 기자 (**lee@etnews.com)』

〈<http://www.etnews.com/20161107000105>〉

『에스키모인에게서 답을 찾은 방한패션 ‘대박’

발행일 2016-11-21

올해는 유난히 많은 눈과 이른 한파가 올 것이라는 기상청 예보에 따라, 난방

용품 수요가 급증하고 있다.

하지만, 가정에선 가스비, 기름값, 전기료 걱정에 난방, 전열기기를 망놓고 사용하기가 두렵다. 회사와 학교에서도 마찬가지로 이유와 화재 우려 등으로 개인용 전 열기기 사용이 어려운 경우가 많다.

연료비 걱정 없이 따뜻한 겨울을 날 수는 없는 걸까. 이럴 때 보온을 위한 적절한 아이템이 해결책이 될 수 있다.



이동 레드워머는 겉과 안 모두 이중 기모조직과 두겹의 원단처리로 제작되어 있어, 원단 사이에 들어가는 공기층이 추위를 막고 보온효과를 올려 준다. 특히 신축성이 좋아 피부에 밀착되며 밴드가 없어 착용감이 편안하고 압박감이 없어 혈액순환까지 자유롭다. 소재는 첨단 방한소재인 폴리프로필렌이며 100% 메이드인코리아 제품으로서 이탈리아 심리스 공법으로 제조된다.

이와함께 세트판매 상품인 '넥워머'는 김서림 방지 와이어가 장착, 찬바람을 완벽 차단하는 구조에 통기성까지 갖추고 있어 선글라스나 안경을 써도 불편함이 없다. 여기에 특허받은 귀걸이 설계를 비롯 흘러내리는 현상이 없어 야외 활동시 편하게 착용할 수 있고, 핫팩 탈착이 가능한 주머니가 있어 필요시 더 따뜻하게 사용이 가능하다. 소재는 방한 보온기능이 탁월한 폴리프로필렌이며 기모조직으로 개발해 방한성을 더 높였다.

이동워머세트는 그레이와 레드 2가지 컬러로 준비되어 있으며, 고려생활건

장(www.mcnplaza.com)에서 구매할 수 있다.

☞여기를 클릭하시면 제품을 자세히 확인할 수 있습니다.

이○○ 기자 (**lee@etnews.com)

〈<http://www.etnews.com/20161121000350>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

전자신문의 위 기사들은 독자들에게 해당 제품의 장·단점을 균형 있게 소개해 정보를 충실히 전달하기 보다는 장점 일색의 표현과 내용으로 제품을 홍보하고 업체 홈페이지 주소와 제품 가격까지 공개했다.

이는 사실상 광고나 다름 없는 홍보성 기사로써 특정 업체의 영리에 영합하는 상업적 보도라는 지적을 피할 수 없다고 판단되므로 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증), 제10조 「편집지침」 ⑧(기사와 광고의 구분)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-52 독자불만처리

每日新聞 발행인 여 창 환

주문

每日新聞 2016년 11월 25일자 22면 「3~4인 가구도 넉넉한 ‘아파트형 설계’ 오피스텔」, 「대구 반월당서 누리는 ‘트리플 역세권’ 오피스텔」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『매일신문이 여전히 아파트나 오피스텔 분양 소식을 기사로 싣고 있습니다. 이런 식의 기사는 일반사람들이 봤을 때 광고가 아닌 기사로 오해하기 쉬우며 아파트가 정말 좋기 때문에 기자가 기사를 쓴 것이라고 착각하게 됩니다. 아파트 분양 관련 소식을 광고로 싣지 않고 기사 형태로 바꿔 독자를 기만하는 행태에 대해 제재를 요청합니다.』

2. 이에 앞서 毎日新聞은 다음과 같은 기사를 게재하였다.

『3~4인 가구도 넉넉한 ‘아파트형 설계’ 오피스텔

‘수성 헤센 더테라스’ 25일 분양

원룸·2룸형 다양한 설계

전용면적 29~59㎡ 614실

인근 도시철 3호선 황금역

신한종합건설은 25일 건본주택을 열고 주거용 오피스텔 ‘수성 헤센 더테라스’를 분양한다. 대구 수성구 두산동에 들어서는 이 오피스텔은 지하 5층, 지상 29층, 전용 29~59㎡ 614실 규모다. 층별 구성은 ▶ 지상 1층 상업시설 ▶ 2층 주민편의시설 ▶ 3~29층 오피스텔로 구성됐다.

차별화된 특화 설계는 헤센 더테라스가 가장 자부하는 포인트다. 1인 가구가 거주할 수 있는 스튜디오 타입(원룸형)부터 3, 4인 가구를 위한 2룸형까지 다양한 평면으로 설계됐다. 전 실에 테라스를 적용, 공간 활용성을 극대화하고 채광과 통풍성을 높였다. 일부 가구는 복층형 설계를 적용했다.

지상 2층에 들어서는 커뮤니티 시설에는 피트니스센터, 골프연습장, 키즈룸, 북카페, 게스트하우스, 스카이가든 등이 마련된다. 주차 공간은 법정 주차 대수의 약 110% 수준으로 넉넉하게 확보했다.

오피스텔 앞 샛터공원을 앞마당처럼 이용할 수 있다. 범어공원(113만2천458㎡)과 2013년 생태복원사업을 통해 재탄생한 수성못, 수성유원지, 아르떼수성랜드 등도 가깝다.

대구도시철도 3호선 황금역을 걸어서 이용할 수 있고 동대구로, 수성로 등을 통해 대구 도심으로 빠르게 이동할 수 있다. KTX 동대구역, 동대구복합환승센터도 인근에 있다.

편의 시설로는 주민센터, 은행, 우체국, 보건소, 대구한의대 한방병원, 홈플러스, 하나로마트 등이 주변에 포진하고 있다. 수성아트피아, 아르떼수성랜드, 수성아이스링크, 국립대구박물관 등 문화·체육시설도 가깝다.

분양 관계자는 “황금동 두산동 권역은 남녀노소 누구나 선망하는 최고 주거지이지만 7억~8억원 이상의 비싼 시세 때문에 망설여왔던 소비자가 많다”며 “혜센 더테라스는 3.3㎡당 800만원대의 분양가와 소형 아파트형 설계라는 점에서 황금, 두산동을 선호하는 직장인과 젊은 부부들에게 인기가 높다”고 했다. 견본주택은 수성구 두산동 198번지에 위치한다. 문의 1899-0072.

임○○ 기자 n**s@msnet.co.kr』

『대구 반월당서 누리는 ‘트리플 역세권’ 오피스텔

태왕 아너스 제네스타워 분양

전용면적 21~46㎡ 소형 중심

역세권을 품은 오피스텔이 저금리 시대에 투자가치 1순위로 꼽히고 있다. 역세권 오피스텔은 보통 견고한 상권 등으로 공실률이 낮아 안정적 임대수익을 거둘 수 있기 때문이다.

분양 전문가들은 “역세권에 포함되는 오피스텔은 도시철도는 물론 버스, 택시 등의 이용도 수월하다. 역 주변 편의, 상업시설 등이 잘 발달돼 임차인 선호도도 높은 편”이라고 했다.

최근 한국토지신탁이 공급하는 ‘반월당 태왕 아너스 제네스타워’는 대구 도시철도 3개 라인을 모두 누리는 트리플 역세권으로 눈길을 끈다. 대구 최고 도심으로 꼽히는 반월당에 위치하는 점도 성공 분양에 보탬을 주고 있다. 반월당은 도시철도 1, 2호선 역세권인 동시에 현대백화점, 동아쇼핑 등 쇼핑 인프라와 함께 동성로의 풍부한 배후수요까지 갖춘 대구 쇼핑 1번지로 꼽힌다.

대구 중구 남산동 694-3번지 일대에 지하 4층~지상 21층, 449실 규모로 조성되는 데 모든 가구가 1, 2인 가구가 선호하는 전용면적 21~46㎡의 소형 중심으로 설계됐다.

편리한 라이프 시스템도 눈길을 끈다. 홈오토메이션시스템과 무인경비시스템, 입출차 통제시스템 등으로 안전한 디지털 라이프를 실현한다. 일괄 소등 스위치, 대기전력 차단 콘센트는 물론 방음, 단열이 우수한 이복층유리를 시공, 주거비도 절약해준다. 명품 빌트인 시스템도 제공된다. 빌트인 냉장고·세탁기에다 전기 쿡탑, 욕실 비데까지 합리적인 가격과 공간구성으로 만족도를 높인다.

모던한 감성을 담은 주거 디자인은 4m에 달하는 높은 층고 설계를 통해 중형 부럽지 않은 넓은 개방감과 쾌적함까지 제공한다. 다양한 생활공간으로 사용할 수 있는 복층형 공간도 모든 가구에 마련했다. 옥상공원과 함께 채광 및 환기가 가능한 자연환기 외부 창을 모든 가구에 설치했다. 일부 가구에는 냉·난방이 모두 가능한 천장형 냉난방기와 TV도 설치했다. 시공은 지역의 명문건설기업 태왕이 맡는다. 견본주택은 대구 남문시장네거리 현장 옆에 있다. 문의 053)423- 0200. 임○○ 기자 n**s@msnet.co.kr』



〈매일新聞 2016년 11월 25일자 22면〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

每日新聞의 적시 기사들은 대구 지역의 아파트나 상가 분양 정보를 다룬 것이다.

그러나 위 기사들은 독자들에게 해당 부동산의 장·단점을 균형 있게 소개해 정보를 충실히 전달하기 보다는 기업의 홍보물을 연상케 할 정도로 장점 위주의 표현과 내용으로 일관했다.

이는 기업 광고 이상의 홍보 효과를 기대할 수 있는 제작형태로서 영리적 목적에 영합하기 위한 상업적 보도라는 지적을 피하기 어려울 뿐만 아니라 신문의 공신력까지 훼손할 우려가 있으므로 신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립), 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-53 독자불만처리

파이낸셜뉴스 발행인 권 성 철

주문

파이낸셜뉴스 2016년 12월 2일자 「수면내시경 女환자 잠들자…손가락 ‘쭈욱」 제목의 기사에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『피해자의 성폭행 피해에 대해 선정적이고 저속하게 표현하여 2차 가해에 준하는 비윤리적 보도를 행했습니다. 해당 언론사의 보도윤리 수준에 심각한 의문을 제기합니다. 강력한 제재 부탁드립니다.』

2. 이에 앞서 파이낸셜뉴스는 다음과 같은 기사를 게재하였다.



『수면내시경 환자 성추행한 의사, 항소심에서 감형』

기사입력 2016-12-02 05:41 수정 2016-12-02 05:41



항소심 중 피해자와 합의...징역 3년6개월→2년6개월

【서울 = 연합뉴스】황○○ 기자 = 수면내시경 검진 도중 환자를 성추행한 혐의로 실형을 선고받았던 의사가 항소심에서 형을 감경받았다.

서울고법 형사11부(서태환 부장판사)는 준유사강간 혐의로 구속기소된 의사 양모(58)씨에게 징역 3년 6개월을 선고한 1심을 깨고 징역 2년 6개월을 선고했다고 2일 밝혔다. 80시간의 성폭력 치료 프로그램 이수, 3년의 정보공개 명령은 1심대로 유지했다.

재판부는 “피해자들이 상당한 정신적 충격과 성적 수치심을 느낀 것으로 보

인다”며 “피해자들뿐 아니라 같은 병원에서 내시경 검사를 받은 다른 환자들도 불안감을 호소하는 등 사회적 해악이 적지 않다”고 판단했다.

다만 “양씨가 범행을 인정하며 항소심 재판 중 장기기증 서약을 하고 사회복지 공동 모금회에 3천만원을 기부하는 등 깊이 반성하는 점, 항소심 과정에서 피해자 1명과 합의한 점을 고려했다”고 양형 배경을 설명했다.

서울 강남 한 병원의 내시경센터장으로 일하던 양씨는 2013년 10~11월 대장내시경 검사를 받기 위해 수면유도제를 맞고 잠든 여성 환자 3명의 신체 부위에 손가락을 넣는 등 추행한 혐의로 재판을 받았다.

양씨는 권고사직으로 일하던 병원에서 물러나 직업이 없는 상태에서 재판을 받았다.

1심은 “양씨가 의료인으로서 수면유도제를 투여받아 항거불능 상태에 이른 피해자들을 상대로 범행해 죄질이 몹시 나쁘다”며 실형을 선택했다.

ja**@yna.co.kr』

〈<http://www.fnnews.com/news/201612020541333784>〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

파이낸셜뉴스의 위 기사는 수면내시경 검진 중 여성 환자를 성추행한 의사에 대한 항소심 결과를 다룬 것이다.

그런데 파이낸셜뉴스는 네이버 뉴스스탠드에 해당 기사를 올리면서 원제목 「수면내시경 女환자 성추행한 의사, 항소심에서 감형」을 「수면내시경 女환자 잠들자…손가락 ‘쑤욱’」이라는 제목으로 바꿔 달았다.

언론이 성범죄 사건을 다룰 때는 피해자는 물론 일반 대중의 정서까지 고려, 신중하게 접근해야 함에도 파이낸셜뉴스는 여러 매체가 동시에 노출되는 포털 사이트에서 독자의 눈길을 끌기 위해 위와 같은 제목으로 바꾼 것이다.

성범죄 보도에 있어서 범행 장면을 노골적으로 묘사하는 듯한 위와 같은 보도 행태는 피해자와 가족들에게 이중의 고통과 수치심을 줄 뿐 아니라 언론의

품위까지 훼손할 우려가 있으므로 신문윤리강령 제2조 「언론의 책임」, 신문윤리실천요강 제3조 「보도준칙」 ④(선정보도의 금지), 제10조 「편집지침」 ①(표제의 원칙)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-1-54 독자불만처리

강원도민일보 발행인 김 중 석

주문

강원도민일보 2016년 11월 22일자 21면 「형수는 반장님 〈제56화〉」 제목의 만화에 대하여 '주의' 조치한다.

이유

1. 위 만화에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『강원도민일보를 정기 구독하는 독자입니다. 집에서 어린 아이들이 만화를 자주 보는데 여성이 샤워하는 장면이 있어서 깜짝 놀랐습니다. 앞으로도 이런 선정적인 장면이 나온다면 구독을 계속하기가 어려울 것 같습니다.』

2. 이에 앞서 강원도민일보는 다음과 같은 만화를 게재하였다.



3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

강원도민일보 만화 「형수는 반장님」은 2016년 9월 19일부터 11월 21일까지 55화를 이어오는 동안 전체적인 줄거리가 비교적 건전하고 선정적인 장면도 거의 없는 편이다.

독자가 불만을 제기한 <제56화>도 여성의 유두나 성기 등 민감한 부위가 드러나거나 성관계 장면을 묘사한 것은 아니지만, 전라의 여성이 목욕하는 장면은 어린이와 청소년이 보기에 다소 부적절하다고 판단된다. 더욱이 어린 자녀와 신문을 함께 보는 정기 구독자 입장에서는 부담스러운 면이 있다고 사료된다.

따라서 위 만화는 신문윤리실천요강 제13조 「어린이 보호」 ④(유해환경으로 부터의 어린이 보호)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.



”

광고

Korea Press Ethics Commission

...



2016-2-1 독자불만처리

스포츠서울 발행인 김 광 래

주문

스포츠서울 2015년 12월 29일자 「오피스 레이디 스타킹」 제목의 광고에 대하여 '주의' 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문이 어떻게 포르노 사이트 광고를 실어줄 수 있습니까? 성인인증을 받아야 볼 수 있긴 하지만 이런 사이트 자체가 불법이라고 알고 있습니다.

게재된 광고 사진이나 표현부터 선정적이고 이를 클릭하면 더욱 민망한 사진과 제목이 나옵니다. 해당 사이트에 들어가 보니 매우 음란하고 해괴망측한 포르노 동영상이 가득합니다.

스포츠서울은 포르노 신문입니까? 가정에서 아이들도 인터넷으로 신문을 봅니다. 언론으로서 책임감을 좀 가졌으면 합니다. 이런 광고는 제발 나오지 않았으면 좋겠습니다.』

2. 이에 앞서 스포츠서울은 다음과 같은 광고를 게재하였다.



〈2016. 12. 29. 16:40 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

스포츠서울의 위 광고는 ‘파일동(FILEDONG)’이라는 인터넷 파일공유 사이트를 선전하는 것이다. 그런데 문제는 해당 사이트에 불법 음란 동영상의 대량으로 포함되어 있고 위 광고는 그러한 점을 적극 홍보하고 있는데도 스포츠서울은 이를 그대로 묵인하고 있다는 것이다.

현행 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률은 제44조의7(불법정보의 유통금지 등) ①항에서 음란한 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 배포·판매·임대하거나 공공연하게 전시하는 내용의 정보를 유통해서는 안 된다고 규정하고 있다. 또 파일공유 사이트 운영자는 의무적으로 방송통신심의위원회가 제공하는 음란물 금치어를 설정하고 모니터링을 통해 음란물을 차단해야 한다.

초고속 인터넷이 대중화되고 ‘파일공유 사이트’라는 것이 생긴 이래, 불법 음란물을 대량 유포하거나 이를 알면서도 음란물 업로드를 방조하고 수익을 챙기다가 경찰에 입건된 사례는 적지 않다. 해당 사이트에 성인 인증 절차가 있더라도 불법 음란물을 유포하거나 방조하는 행위 자체가 불법이기 때문에 용인이 되지 않았다.

또 이러한 사이트에는 자신의 영리행위에 이용하려는 목적으로 영화, 음악, 강의, 논문 등 타인의 저작물을 대량으로 올리는 이른바 ‘헤비 업로더(heavy uploader)’들이 상당수 있는데, 2015년 6월 대법원은 음란물을 업로드한 행위 까지도 저작권 침해로 인정해 유죄를 선고한 바 있다.(대법원 2015. 6. 11. 선고 2011도10872 판결)

이와 같이 파일공유 사이트는 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률이나 저작권법과 관련된 범죄의 온상이 되고 있다. 스포츠서울이 광고하는 위 사이트도 불법 음란물을 노골적으로 홍보하고 있으므로 예외라고 볼 수 없다.

따라서 스포츠서울이 이러한 광고를 실어주는 것은 불법 행위를 방조하는 것일 뿐 아니라 국민의 건전한 미풍양속을 해치고 신문의 품위를 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 2, 3, 신문광고윤리실천요강 강령 2의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-2 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 서울신문 발행인 김 영 만
3. 스포츠조선 발행인 방 준 식
4. 아시아경제 발행인 이 세 정
5. 일간스포츠 발행인 전 태 석

주문

국민일보 2015년 12월 28일자 「女배우 유출 “모델서” 기절…이유가…충격!」, 서울신문 12월 28일자 「연예인 “집단 性행위” 최음제 충격…헉!」, 스포츠조선 12월 28일자 「강남역 노브라녀, 후끈하게 “충격영상”」, 아시아경제 12월 29일자 「잠실역 성행위 커플, 온라인 유출…“충격”」, 일간스포츠 12월 24일자 「중년 남 노래방녀 떡실신시킨 영상 공개!」, 「노래방 노팬티녀 “충격영상” 확인!」, 「해운대 집단 성행위 온라인 유출…“충격”」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『비아그라는 의사의 처방전이 있어야 구입이 가능한데 어떻게 인터넷신문에서 버젓이 판매를 하고 있죠? 위 광고의 제품이 정품인지 확인할 길도 없고 현행법에도 저촉이 되는데 신문이 이런 광고를 실어준다는 자체가 불법행위를 방조하는 것 아닙니까?』

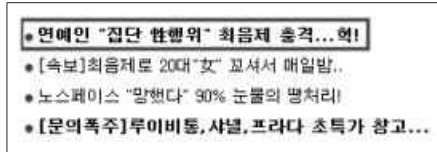
2. 이에 앞서 국민일보, 서울신문, 스포츠조선, 아시아경제, 일간스포츠는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



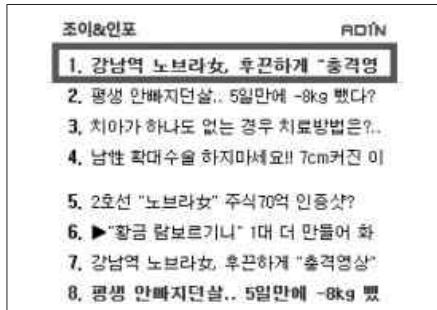
<2016. 12. 28. 15:04 캡처>

2)서울신문



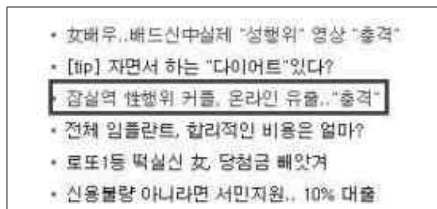
<2016. 12. 28. 16:20 캡처>

3)스포츠조선



<2016. 12. 28. 17:03 캡처>

4)아시아경제



<2016. 12. 29. 15:09 캡처>

5)일간스포츠



〈2016. 12. 24. 10:57 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「女배우 유출 “모델서” 기절…이유가…충격!», 「연예인 “집단 性 행위” 최음제 충격…헉!», 「중년남 노래방녀 떡실신시킨 영상 공개!」 등 매우 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를 눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연결되도록 설정해 놓았다.

그런데 이들 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문의약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있다.

따라서 이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 신문 광고의 신뢰성을 떨어뜨리고, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-3 독자불만처리

1. 서울경제	발행인 이 종 환
2. 스포츠동아	발행인 송 대 근
3. 스포츠조선	발행인 방 준 식
4. 아시아투데이	발행인 백 석 기
5. 한경닷컴	발행인 황 재 활
6. 한국미디어네트워크	발행인 조 상 현

주문

서울경제 2015년 12월 29일자 「어성초 자소엽 녹차 천궁 고삼 감초 이 모든 것을 하나로! 드림모」, 스포츠동아 12월 29일자 「샴푸 대신 “어성초” 2주 감으니… 98%발모? 충격!」, 스포츠조선 12월 29일자 「세계 수출1위 탈모샴푸 한국 상륙! “난리나”」, 아시아투데이 12월 29일자 「탈모! “이것” 2주 감았더니… 새카맣게 짝차!」, 「‘샴푸’버리고 “어성초”로 감았더니…95% 발모!」, 한경닷컴 12월 29일자 「횡한 머리 술, ○○○했더니 몰라보게 달라져」, 한국미디어네트워크 12월 24일자 「“탈모” 한 달 감았더니… 새카맣게 짝차! 98%발모」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『발모가 된다 해서 드림모 샴푸를 구입하여 몇 달간 사용했지만 탈모가 더 심해지고 있습니다. 독자를 기만하는 이런 광고가 다시는 나오지 않았으면 좋겠습니다.』

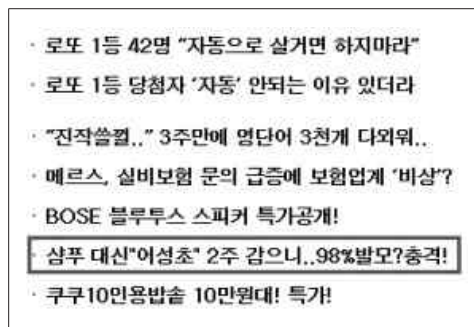
2. 이에 앞서 서울경제, 스포츠동아, 스포츠조선, 아시아투데이, 한경닷컴, 한국미디어네트워크는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)서울경제



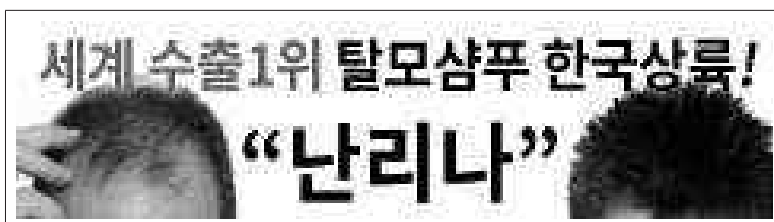
〈2016. 12. 29. 14:10 캡처〉

2)스포츠동아



〈2016. 12. 29. 14:38 캡처〉

3)스포츠조선



〈2016. 12. 29. 15:04 캡처〉

4)아시아투데이

금주의 핫클릭

- 1. 의료실비 인상소식에 보험업계 문의폭주!..
- 2. **탈모! "이것" 2주 감았더니..세카망게 콕차!**
- 3. 4~50대 女, 피부노화 막는 초간단 비법?
- 4. 박선영 화장품 또완판..피부개선 엄청나!
- 5. **'삼푸'버리고 '머성초'로 감았더니..95% 발모!**
- 6. 로또1등 당첨자..숨은비법 폭로! 알고보니..충...
- 7. 굶기만한다고 뺄래? 먹고 2달, 44사이즈로!
- 8. "진작슬쩍.." 3주만에 영단어 3천개 다외워..

〈2016. 12. 29. 15:16 캡처〉

5)한경닷컴

조이엔인포 광고문의

행한 머리 술, 000 했더니 몰라보게 달려져

- 하루 5천원으로 달힌 성장판을 열어라
- 차 바꾸고 싶은데.. 내 차 "팔면" 얼마?
- 팔자주름 치료비 얼마?? (의
- 서민대출 "신용등급" 제한없이 3000만원 지원!!

〈2016. 12. 29. 15:45 캡처〉

6)한국미디어네트웍

라이프 스폰서

1. 서민대출 "신용등급" 제한없이 3000만원 지원!!
2. **"탈모" 한 달 감았더니.. 세카망게 콕차! 98%...**
3. 차 바꾸고 싶은데... 내 차 "팔면" 얼마?
4. 박남정 물재달, 홍격성장, '이것' 때문에!
5. 하루 5천원으로 달힌 성장판을 열어라
6. 추워지는 겨울, 에어캡(뽁뽁이)로 극복하기

〈2016. 12. 29. 15:56 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고는 식약처로부터 ‘의약외품’으로 허가받은 제품인 ‘드림모’ 샴푸를 선전하는 것이다. 그런데 현재 시중에서 판매되는 의약외품 샴푸는 단지 ‘탈모 방지’나 ‘양모’ 정도의 효능만 인정받은 것일 뿐 머리카락이 새로 나는 등의 ‘탈모 치료 효과’로 허가 받은 것은 아니다.

그런데도 위 광고는 「샴푸 대신 “어성초” 2주 감으니… 98%발모? 충격!», 「한달간 머리감으니 사용자중 98% 발모!」 등의 과장된 제목으로 마치 ‘탈모 치료’나 ‘발모’의 효과가 있는 것처럼 선전하고 있다.

「약사법」 제61조는 『누구든지 의약품이 아닌 것을 용기·포장 또는 첨부 문서에 의학적 효능·효과 등이 있는 것으로 오인될 우려가 있는 표시를 하거나 이와 같은 내용의 광고를 하여서는 안 된다』고 규정하고 있다. 탈모방지 샴푸를 탈모 치료 효과가 있는 것처럼 허위 광고하거나 판매하는 행위는 현행 법률을 정면으로 위반한 것이다. 이러한 광고는 독자를 오도하여 선의의 피해를 줄 우려가 있으며 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-4 독자불만처리

1. 동아닷컴	발행인 김 일 흥
2. 머니투데이	발행인 박 종 면
3. 서울신문	발행인 김 영 만
4. 스포츠동아	발행인 송 대 근
5. 스포츠서울	발행인 김 광 래
6. 스포츠조선	발행인 방 준 식
7. 조선닷컴	발행인 김 찬
8. 중앙일보	발행인 김 교 준
9. 쿠키뉴스	발행인 변 재 운
10. 파이낸셜뉴스	발행인 권 성 철
11. 한경닷컴	발행인 황 재 활

주문

동아닷컴 2016년 1월 28일자 「‘하룻밤 조건’으로 3억씩번 K여교사 생계 위해…」, 머니투데이 1월 28일자 「20대男과 바람난 유부녀, 데이트비용만…」, 「불륜女 “XX영상” 아내에게 카톡 보낸 남편」, 서울신문 1월 28일자 「‘하룻밤 조건’으로 3억씩번 K여교사 생계 위해…」, 스포츠동아 1월 28일자 「‘하룻밤 조건’으로 3억씩번 K여교사 생계 위해…」, 스포츠서울 1월 28일자 「‘하룻밤 조건’으로 3억씩번 K여교사 생계 위해…」, 스포츠조선 1월 28일자 「불륜女 “XX영상” 아내에게 카톡 보낸 남편…“충격”」, 조선닷컴 1월 28일자 「K여교사 하룻밤 조건 3억, 생계 위해…충격」, 중앙일보 1월 28일자 「K여교사 하룻밤 조건 3억, 생계 위해 밤마다…」, 쿠키뉴스 1월 28일자 「K여교사 하룻밤 조건 3억, 생계 위해…충격」, 파이낸셜뉴스 1월 28일자 「K여교사 하룻밤 조건 3억, 생계 위해…충격」, 한경닷컴 1월 28일자 「K여교사 하룻밤 조건 3억, 생계 위해 밤마다」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

3)서울신문

투데이 이슈
more

- 정부 "생계대출" 22조원 준다? 최저금리0.5%
- "역류성식도염,입냄새"병원가지마세요..충격
- K여교사,생계위해 밤마다 교무실에서..경악
- 귀두확대,조루,발기부전 동시치료! (의)
- **"하룻밤 조건"으로 3억씩번 K여교사 생계위...**
- "조루증,발기부전"남성수술 동시예가능!(의)
- 콧물, 재채기 잦더니..끔찍한 비염! 원인은?
- 민사고 합격 "3.024명", 초중수학공부법 알고보...

〈2016. 1. 28. 16:08 캡처〉

4)스포츠동아

치주염, 구취 방지했더니 세균이 몸속 깊은곳까지?
'한경희와 비교해주세요' 가성비甲 스텀다리며 등장
"하룻밤 조건"으로 3억씩번 K여교사 생계위해..
"주식" 할때 "가장 많이하는 실수" 알고보니..."원전공감"

〈2016. 1. 28. 16:35 캡처〉

5)스포츠서울

직장인 생활정보

- 1 "역류성식도염,입냄새"병원가지마세요...
- 2 섹시녀, "한국男 파트너 만족 못시켜",...
- 3 **"하룻밤 조건"으로 3억씩번 K여교사 생...**
- 4 "조루증,발기부전"남성수술 동시예가...
- 5 무서운 "당뇨 합병증", 이것만 알았어...
- 6 K여교사,생계위해 밤마다 교무실에서...
- 7 귀두확대,조루,발기부전 동시치료! (의)
- 8 두부 '절대' 사먹지 마세요..충격!

〈2016. 1. 28. 16:31 캡처〉

6)스포츠포스트

- **불륜女"XX영상" 아내에게 카톡보낸 남편.."충격"**
- ▶ 남성의 성관계를 위한 성기충전기 개발..충격! ◀
- 음경확대, 귀두확대, 조루, 발기부전 동시치료..의66711
- 복권빙주인 문씨(47세) 로또 하지 마세요? 충격적사실..
- 노점상김씨 로또당첨의 비밀 풀어?

〈2016. 1. 28. 16:38 캡처〉

7)조선닷컴

- 가장 많이 본 정보 [AD]
- **"당뇨" 혈당수치 정상으로!! "치료제"...** ↑26
 - 할수로도 못 가리는 '노인냄새' 없애려면..? NEW
 - 김해수'뱃속 찌꺼기'배출 79kg->48kg"충격" ↑53
 - '오십견vs회전근개파열', 어깨통증 치료... ↑71
 - **"주식 잘하고 싶으면..." 초보는 "규칙"...** ↑37
 - **K여교사 하룻밤 조건 3억, 생계위해..충격** NEW
 - 정부 "생계대출" 22조원 푼다? 최저금리0.5% ↑21
 - [속보] 당뇨, "혈당체크" 끝났다! 치료제... ↑49

〈2016. 1. 28. 17:22 캡처〉

8)중앙일보

- AD 인기 링크
- 귀두확대,조루,발기부전 동시치료! 의66711
 - "주택담보대출" 누구나 최저금리 최대한도, 즉시...
 - 민사고 합격 "3,024명", 초중수학공부법 알고보니..
 - 배우 김상중, 증권가 찌라시 파헤쳐보니..
 - 대명리조트 "파격특별분양" 놀라운 혜택!! 선착순
 - **K여교사 하룻밤 조건 3억, 생계위해 밤마다.**
 - "주식 잘하고 싶으면..." 초보는 "규칙" 따라해라!!
 - K여교사,생계위해 밤마다 교무실에서,경악

〈2016. 1. 28. 17:34 캡처〉

9)쿠키뉴스

■ 정부 "생계대출" 22조원 푼다? 최저금리0.5%
 ■ K여교사 하룻밤 조건 3억, 생계위해..충격
 ■ "역류성식도염,입냄새"치료방법 밝혀내..충격
 ■ '오십견vs회전근개파열', 어깨통증 치료방법?
 ■ 풍부한 경험의 맞춤남성수술 의료가관
 ■ 남자가 결혼상대로 생각하는 女? TEST

〈2016. 1. 28. 10:38 캡처〉

10)파이낸셜뉴스

오늘의 이슈

- "아토피" 병원 갈 필요 없다?! "학계들썩!"
- 목, 어깨 뭉치고 결리는 '통증' 파헤쳐보니...
- "주식" 할때 "가장 많이하는 실수" 알고보니..."
- '잘은 "어깨통증"방지..오십견,회전근개파열 키...
- 배우 김상중, 증권가 찌라시 파헤쳐보니..
- '추적60분' 모발이식 하지마세요!! 경악
- 女교사,생계위해 밤마다 남편틀래..충격
- "로또 하지마세요" 방송전 1등 정해져있어..경악
- K여교사 하룻밤 조건 3억, 생계위해..충격
- 김해수"땀속 찌꺼기"배출 79kg->48kg"충격"

〈2016. 1. 28. 17:10 캡처〉

11)한경닷컴

오늘의 핫클릭 광고문의

- 女대생 만족시킨 50대男의 비결은?
- K여교사,생계위해 밤마다 교무실에서..경악
- K여교사,3억준다는말에 동료교사와..충격
- 정부 "생계대출" 22조원 푼다? 최저금리0.5%
- "주택담보대출" 누구나 최저금리 최대한도, 즉...
- 민사고 합격 "3,024명", 초중수학공부법 알고보니..
- K여교사 하룻밤 조건 3억, 생계위해 밤마다.
- "주식 잘하고 싶으면," 초보는 "규칙" 따라해라

〈2016. 1. 29. 15:52 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 모두 주식투자정보업체를 선전하는 것이다.

문제는 위 광고의 제목들이 매우 음란하고 선정적이며 광고 내용과도 전혀 관련이 없다는 점이다. 「하룻밤 조건」으로 3억씩번 K여교사 생계 위해…, 「20대男과 바람난 유부녀, 데이트비용만…」, 「불륜女 “XX영상” 아내에게 카톡 보낸 남편」 등 모두 성매매나 불륜을 연상시키는 제목들로 편집되어 있다. 이러한 광고는 국민의 건전한 미풍양속을 해치고 특정 직업군의 청렴한 이미지를 훼손할 수 있다. 게다가 위 광고들은 사건 기사로 오인할 소지가 있는 제목과 편집 체계로 독자들에게 혼란을 주고 있다.

따라서 위 광고는 신문광고윤리강령 2, 4, 신문광고윤리실천요강 2의 (2), 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-5 독자불만처리

1. 국민일보	발행인 최 삼 규
2. 스포츠조선	발행인 방 준 식
3. 아시아경제	발행인 이 세 정
4. 일간스포츠	발행인 전 태 석
5. 쿠키뉴스	발행인 변 재 운
6. 파이낸셜뉴스	발행인 권 성 철
7. 헤럴드경제	발행인 이 영 만

주문

국민일보 2016년 1월 25일자 「남性기능 3배 ↑ 즉각효과 ‘신물질’」, 스포츠조선 1월 25일자 「강남여 노브라女, 후끈하게 “충격영상”」, 아시아경제 1월 25일자 「연예인 “집단 성행위” 온라인유휄…파문」, 일간스포츠 1월 25일자 「중년男 노래방女 X실신시킨 영상 공개!」, 「女배우 “O실신영상” 온라인유휄…“충격”」,

쿠키뉴스 1월 25일자 「女배우 “모텔서유출” O실신 온라인…충격!」, 파이낸셜 뉴스 1월 19일자 「연예인 “집단 성행위” 온라인 유출…파문」, 헤럴드경제 1월 28일자 「女배우… 배드신中 실제 “성행위” 이유…」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『아직도 인터넷 신문에는 비아그라 광고가 많습니다. 비아그라는 의사의 처방전이 있어야 구입이 가능한데 어떻게 인터넷신문에서 버젓이 판매를 하고 있죠? 위 광고의 제품이 정품인지 확인할 길도 없고 현행법에도 저촉이 되는데 신문이 이런 광고를 실어준다는 자체가 불법행위를 방조하는 것 아닙니까?』

2. 이에 앞서 국민일보, 스포츠조선, 아시아경제, 일간스포츠, 쿠키뉴스, 파이낸셜뉴스, 헤럴드경제는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



〈2016. 1. 25. 14:15 캡처〉

2)스포츠조선

조이&인포
ADIN

1. ▶ 초,중학생 영어 단어 외우지 마세
2. 로또 1등 당첨자 "자동은 미친질!"
3. 노점상김씨 로또당첨의 비밀 풀어?
4. 밥먹고 OO했더니... 체지방 -12kg감소?
5. 강남역 노브라녀, 후끈하게 "충격영상"
6. 40대女누워서 "-18kg" 혼자 했다??
7. "이반떼"대폭락 1月반토막, 500만원어
8. ▶ "남성 조루, 확대" 수술하지마세요!

〈2016. 1. 25. 16:56 캡처〉

3)아시아경제

- 로또1등 먹실신 女, 당첨금 빼앗겨
- 불편하지 않은 돌니, 저렴하게 하는 방법!
- 女배우..배드신中실제 "성행위" 영상 "충격"
- 자주 소변이 마려운 이유는?
- 연예인 "집단 성행위" 온라인유희...파문**
- [tip] 살 빼고 싶은 사람만 클릭!

〈2016. 1. 25. 16:44 캡처〉

4)일간스포츠

출년 특 "노래방女"
%실신사린 영상공개!

먹을게 다먹고 5일
"-10kg" 급속감량

백종원 명품시계
당일배송! 90%평려리!

女배우 "O실신영상"
온라인유희, "충격!"

충격! 알아지단들,
10kg ~15kg 폭풍감량!

〈2016. 1. 25. 17:02 캡처〉

5) 쿠키뉴스

오늘의 BEST댓글 ADIN

- 1 불광동 동네상권에서 "콜매출 8000만
- 2 밥먹고 00헛더니.. 체지방 -12kg 감소?
- 3 "명가" 여성이 말하는 완결한 루틴관계?
- 4 "7살 꼬마" 영어실력 외국인도 충격..
- 5 로또 1등 3번 당첨자, "패턴정해 있어!!"
- 6 로또 1등 17억.. 한순간에 날려.. "억울
- 7 하루 4시간 집에서 찹수입 "5천" 비결?
- 8 "당뇨", "천미밥" 먹지마세요!!
- 9 **여배우 "모텔서 유출" 0십신 온라인.. 충격!**
- 10 친구끼리 10억씩 나눠가져, 로또왕당사연

〈2016. 1. 25. 17:12 캡처〉

6) 파이낸셜뉴스

오늘의 인기정보 B

- 뽕뽕일으키기 하지마, 의사도 놀란 복근만...
- 신용불량자 앞으로 '빚' 안갸아도 된다
- "여보미안..", 남편몰래 '이것'으로 49억 모은것...!!
- 할머니 "음란웹위" CCTV에 찍히
- 늦둥이맘 다이어트 했더니, '변비'까지 한방...
- "42억 벌고 쉬러갑니다" 주식고수여 인종 화제
- 국가에서 지원하는 햇살론은 7~10%입니다.
- 신용불량자 앞으로 '빚' 안갸아도 된다
- 연예인 "집단 성행위" 온라인 유출... 파문
- "당뇨, 고혈압" 병원 가지 마세요

〈2016. 1. 19. 15:29 캡처〉

7) 헤럴드경제

오늘의 인기정보

여배우.. 배드신中 실재 "성행위" 이유...

- 김혜수 "뽕속지거기" 배출 79kg->48kg "충격"
- 신용불량자, '정부'에서 "빚" 전부 갸아줘?
- 20대 여 2kg 뽕때 홍진영-7kg "이것" 때문?
- 200억 주식갑부, 하루종일 '이것'만 봐 "충격"
- 백종원 명품시계 여마어마한 가격??
- 16년 서민지원 대출 無조건 최대1억!
- 적중률99% 화제의 "급등주검색기" 오늘...
- 삼둥이네 "출뽕카니발" 촬영 후 알고보니...
- "42억 벌고 쉬러갑니다" 주식고수여 인종...

〈2016. 1. 28. 17:18 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「연예인 “집단 성행위” 온라인 유출…과문」, 「女배우… 배드신 中 실제 “성행위” 이유…」 등 매우 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를 눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연결되도록 하였다.

그런데 이들 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있다.

따라서 이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 신문 광고의 신뢰성을 떨어뜨리고, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-6 독자불만처리

1. 스포츠서울 발행인 김 광 래
2. 일간스포츠 발행인 전 태 석

주문

스포츠서울 2016년 1월 19일자 「오피스 레이디 스타킹」, 일간스포츠 1월 19일자 「오피스 레이디 스타킹」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문이 어떻게 포르노 사이트 광고를 실어줄 수 있습니까? 게재된 광고 사진이나 표현부터 선정적이고 이를 클릭하면 더욱 민망한 사진과 제목이 나옴

니다. 해당 사이트에 들어가 보니 포르노 동영상이 가득합니다. 성인인증을 받아야 볼 수 있긴 하지만 음란물 유통 자체가 불법이라고 알고 있습니다. 가정에서 아이들도 인터넷으로 신문을 봅니다. 언론으로서 책임감을 좀 가졌으면 합니다.』

2. 이에 앞서 스포츠서울과 일간스포츠는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.



〈2016. 1. 19. 15:04 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고는 ‘파일동(FILEDONG)’이라는 인터넷 파일공유 사이트를 선전하는 것이다. 그런데 문제는 해당 사이트에 불법 음란 동영상의 대량으로 포함되어 있고 위 광고는 그러한 점을 적극 홍보하고 있는데도 스포츠서울과 일간스포츠는 이를 그대로 묵인하고 있다는 것이다.

현행 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률은 제44조의7(불법정보의 유통금지 등) ①항에서 음란한 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 배포·판매·임대하거나 공공연하게 전시하는 내용의 정보를 유통해서는 안 된다고 규정하고 있다. 또 파일공유 사이트 운영자는 의무적으로 방송통신심의위원회가 제공하는 음란물 금지어를 설정하고 모니터링을 통해 음란물을 차단해야 한다.

초고속 인터넷이 대중화되고 ‘파일공유 사이트’라는 것이 생긴 이래, 불법 음란물을 대량 유포하거나 이를 알면서도 음란물 업로드를 방조하고 수익을 챙기다가 경찰에 입건된 사례는 적지 않다. 해당 사이트에 성인 인증 절차가 있더라도 불법 음란물을 유포하거나 방조하는 행위 자체가 불법이기 때문에 용인이 되지 않았다.

또 이러한 사이트에는 자신의 영리행위에 이용하려는 목적으로 영화, 음악, 강의, 소프트웨어 등 타인의 저작물을 대량으로 올리는 이른바 ‘헤비 업로더(heavy uploader)’들이 상당수 있는데, 2015년 6월 대법원은 음란물을 업로드한 행위까지도 저작권 침해로 인정해 유죄를 선고한 바 있다.(대법원 2015. 6. 11. 선고 2011도10872 판결)

신문이 이러한 광고를 실어주는 것은 불법 행위를 방조하는 것일 뿐 아니라 국민의 건전한 미풍양속을 해치고 신문의 품위를 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 2, 3, 신문광고윤리실천요강 강령 2의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-7 독자불만처리

1. 국민일보	발행인 최 삼 규
2. 동아닷컴	발행인 김 일 흥
3. 머니투데이	발행인 박 종 면
4. 문화일보	발행인 이 병 규
5. 세계닷컴	발행인 차 준 영
6. 스포츠월드	발행인 차 준 영
7. 스포츠조선	발행인 방 준 식
8. 아시아투데이	발행인 백 석 기
9. 헤럴드경제	발행인 이 영 만

주문

국민일보 2016년 2월 23일자 「“서민위한대출” 0.5%~2.9% 1억 99%」, 동아닷컴 2월 23일자 「정부 희망대출 “1억원”까지 가능!! 최저금리 0.5%」, 머니투데이 2월 23일자 「“서민위한대출” 0.5%~2.9% 1억 99%승인!」, 문화일보 2월 23일자 「“서민위한대출” 0.5%~2.9% 1억 99%승인!」, 세계닷컴 2월 23일자 「“서민위한대출” 0.5%~2.9% 1억 99%승인!」, 스포츠월드 2월 23일자 「“서민위한대출” 0.5%~2.9% 1억 99%승인!」, 스포츠조선 2월 25일자 「“서민위한대출” 0.5%~ 2.9% 1억 99…」, 아시아투데이 2월 23일자 「“서민위한대출” 0.5%~2.9% 1억 99%승인!」, 헤럴드경제 2월 25일자 「“서민위한대출” 0.5%~2.9% 1억 99%승인!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『광고 제목에는 대출금리가 0.5%~2.9%라고 적혀 있지만 실상은 연 34%에 이르는 고금리 대부업체입니다. 신문이 어떻게 이러한 허위 광고를 게재할 수 있습니까?』

2. 이에 앞서 국민일보, 동아닷컴, 머니투데이, 문화일보, 세계닷컴, 스포츠월드, 스포츠조선, 아시아투데이, 헤럴드경제는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1) 국민일보

이시각 인기정보
[AD]

- 신용불량자, 앞으로 '빚' 안갸아도 된다!
- ㄸ배우..배드신中실제 "성행위" 영상"....
- 150 버는 남편대신 부업으로 500 버는...
- '당뇨, 고혈압' 병원 가지 마세요!
- 40대 이혼女 옆집남편과 "○○"해.....
- 로또1등 6자리 패턴밝혀져..업계발칵
- 女대생 "그곳" 모텔서 반지껴주니 "떡..."
- [단독] 서민대출 "1억까지" 99% 승인!
- 200억 주식갑부, 하루종일 '이것'만 봐...
- "서민위한대출" 0.5~2.9% 1억 99%...

〈2016. 2. 23. 14:44캡처〉

2) 동아닷컴

투데이 베스트 이슈	여성 TOP이슈	남성 TOP이슈
1 [속보]대출'빚' 無조건 3,000만원 지원!!		↑ 10
2 정부 희망대출 "1억원"까지 가능!! 최저금리0.5%		↓ 88
3 신용대출 최대1억 신용등급 필요없어		↑ 31
4 20대 알바女, 3년만에 "27억" 벌어..		↑ 45
5 베이비붐세대의 노후를 위한 은행이자4배 확정수익!		↑ 23
6 최저금리, 신용등급 상관없는 서민대출 화제		→ 11

〈2016. 2. 23. 16:17 캡처〉

3)머니투데이

프리미엄 인기정보

김혜수 "뱃속찌꺼기"배출 79kg->48kg"중...
서민대출최대1억원까지 "신청자폭주"
"서민위한대출" 0.5~2.9% 1억 99%승인!
코스닥 '사이드카'발행..주식시장 와르르?
얇몸일으키기 하지마, 의사도 놀란 복근...
20대女 한강에 "40억" 뿌려.. "찾김에"
"42억 벌고 쉬러갑니다"주식고수女 인증...
200억 주식갑부, 하루종일 '이것'만 봐 "...
취급수수료없이 4.9%이지만 내는 주식대출

〈2016. 2. 23. 13:16 캡처〉

4)문화일보

▶ **"서민위한대출" 0.5~2.9% 1억 99%승인!**
▶ 男性의 "그것" 사준섬 이것으로 해결?!
▶ "42억 벌고 쉬러갑니다"주식고수女 인증 화제
▶ 적중률99% 화제의 "급등주검색기" 오늘 무료배포
▶ [단독] 서민대출 "1억까지" 99% 승인!
▶ 30만 화원이 증명한 탈모삼포 "미리나라" 리얼후기!

〈2016. 2. 23. 16:24 캡처〉

5)세계닷컴

▶ **"서민위한대출" 0.5~2.9% 1억 99%승인!**
▶ 백종원 "그랜저 IG" 출시 앞두고 '미출고' 그랜...
▶ "42억 벌고 쉬러갑니다"주식고수女 인증 화제
▶ 적중률99% 화제의 "급등주검색기" 오늘 무...
▶ 40대 불륜커플 모텔에서 '이것'해..충격!
▶ 200억 주식갑부, 하루종일 '이것'만 봐 "충격"

〈2016. 2. 23. 13:45 캡처〉

6)스포츠월드

- ↳ **[단독] 서민대출 "1억까지" 99% 승인!**
- ↳ 20대女 한강에 "40억" 뿌려.. "찾김에"
- ↳ 200억 주식갑부, 하루종일 '이것'만 봐 "충격"
- ↳ **"서민위한대출" 0.5~2.9% 1억 99%승인!**
- ↳ 백종원 "그랜저 IG" 출시 앞두고 "미출고" 그랜...
- ↳ **[단독] 서민대출 "1억까지" 99% 승인!**
- ↳ 로또1등 3번 당첨자, "당첨패턴 정해져있다."
- ↳ 미모의女친 "3명" 중년男 괴력..엄청나!
- ↳ 女대생 교신, 30대男 '화제'
- ↳ 김혜수 "햇속찌거기"배출 79kg->48kg "충격"

〈2016. 2. 23. 15:20 캡처〉

7)스포츠조선

1. **"서민위한대출" 0.5~2.9% 1억 99...**
2. 로또1등 3번 당첨자, "당첨패턴 정해져...
3. 女의사 "요실금" 팬티 입지 마세요!?
4. 20대女 한강에 "40억" 뿌려.. "찾김에"
5. "아들에게 주기 싫어" 수천만원 찢은...
6. 40대 이혼女 옆집남편과 "OO"해...
7. 로또 1등 당첨자, "자동 안되는 이유...
8. 서민대출 "1억까지" 99% 승인!
9. 서민대출, 최대1억원까지 "신청자폭주"
10. 여보 미안해! 농협에 53억 숨긴 40대...
11. 공항면세, 루이비통-샤넬 면세특가 "...
12. "42억 벌고 쉬러갑니다" 주식고수...

〈2016. 2. 25. 11:44 캡처〉

8) 아시아투데이

네티즌 인기정보

- 1 50대 마트여직원, 통장에 12억 찍혀 현!
- 2 '당뇨, 고혈압' 병원 가지 마세요!
- 3 여보 미안해! 농협에 53억 숨긴 40대 女..
- 4 적중률99% 화제의 "급등주검색기" 오늘 무료배!
- 5 女대생 포신, 30대 男 '화제'
- 6 적중률99% 화제의 "급등주검색기" 오늘 무료배!
- 7 [단독] 서민대출 "1억까지" 99% 승인!
- 8 200억 주식갑부, 하루종일 '이것'만 봐 "충격"
- 9 임세령 공할패션, 루이비통 면세특가 "90%" 땀..
- 10 "42억 벌고 쉬러갑니다"주식고수 女 인증 화제
- 11 코스닥 '사이드카'발령...주식시장 와르르?
- 12 "서민위한대출" 0.5~2.9% 1억 99%승인!

〈2016. 2. 23. 15:34 캡처〉

9) 헤럴드경제

실시간 주요기사

- 여보 미안해! 농협에 53억 숨긴 40대 女..
- "42억 벌고 쉬러갑니다"주식고수 女 인증...
- 40대 이혼 女 옆집남편과 "○○"해...충격!
- 적중률99% 화제의 "급등주검색기" 오늘...
- "아들에게 주기 싫어" 수천만원 찢은 80...
- 인기 女배우..영화촬영中 어떤 일이?..
- 20대 女 한강에 "40억" 뿌려.."황김에"
- "서민위한대출" 0.5~2.9% 1억 99%승인!
- 보험 아줌마, 충격고백!! 업계 발칵!!

〈2016. 2. 25. 14:58 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 위 대부업체 광고에 명시된 대출 이자율(0.5%~2.9%)에 허위 또는 과장의 소지가 있다며 독자가 불만을 제기한 건이다.

독자불만처리위원회가 해당 대부업체에 문의한 결과, 광고 제목의 대출 금리는 연리가 아니라 월리이며, 연리로 환산하면 연 6%~34%에 이르는 고금리 대출이었다. 시중 은행권의 대출 상품이 통상 1년 기간의 연 이자율로 표시된다는 점을 감안하면 위 광고의 대출 금리를 연리로 인식할 가능성은 매우 높다.

현행 ‘대부업의 등록 및 금융이용자보호에 관한 법률’ 제9조의 3(허위·과장 광고의 금지 등)은 ‘사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀리는 방법’, ‘사실을 숨기거나 축소하는 방법’으로 광고하는 행위를 금하고 있다. 따라서 실제로는 연리 6%~34%의 대출 상품을 판매하면서 광고에 0.5%~2.9%라고 홍보하고 ‘월 이자율’이라는 사실을 명시하지 않은 것은 현행법 위반 소지가 있다. 한편, 해당 광고와 연결된 홍보물에는 최저 대출금리를 연4%라고 선전하고 있는데, 광고 제목에 표시된 이자율과 달라 독자의 혼란을 가중시키고 있다.

따라서 위 광고들은 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4, 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-8 독자불만처리

1. 국민일보	발행인 최 삼 규
2. 서울신문	발행인 김 영 만
3. 스포츠월드	발행인 차 준 영
4. 아시아경제	발행인 이 세 정
5. 파이낸셜뉴스	발행인 권 성 철
6. 헤럴드경제	발행인 이 영 만

주문

국민일보 2016년 2월 24일자 「미모의女친 “3명” 중년男 괴력… 엄청나!」,
서울신문 2월 24일자 「미모의女친 “3명” 중년男 괴력… 엄청나!」, 스포츠월드
2월 25일자 「미모의女친 “3명” 중년男 괴력… 엄청나!」, 아시아경제 2월 24일

자 「인천공항 “집단성행위” 온라인유출…충격!», 파이낸셜뉴스 2월 26일자 「인천공항 “집단성행위” 동영상유출…충격!», 「해운대 “집단4명 성행위” 온라인 유출…충격!», 헤럴드경제 2월 25일자 「해운대 “집단4명 성행위” 온라인 유출…충격!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문에서 왜 비아그라 광고를 하는 것입니까? 비아그라는 의사의 처방전이 있어야 구입이 가능한데 어떻게 인터넷신문에서 버젓이 판매를 하고 있죠? 광고의 제품이 정품인지 확인할 길도 없고 현행법에도 저촉이 되는데 신문이 이런 광고를 실어준다는 자체가 불법행위를 방조하는 것 아닙니까?』

2. 이에 앞서 국민일보, 서울신문, 스포츠월드, 아시아경제, 파이낸셜뉴스, 헤럴드경제는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



〈2016. 2. 24. 10:30 캡처〉

2)서울신문

- **女대생 환장하는 50대男, 알고봤더니.. 뭐길래?**
- 성형수술 붓기 잘못빠면...충격!!
- ▶ **임플란트 합리적가격은 얼마?** ◀
- **미모의女친 3명 중년男 괴력 엄청나!**
- 12억 싹쓸 골프 도우미女, 매일 모텔에서.. 경악!

〈2016. 2. 24. 17:36 캡처〉

3)스포츠월드

오늘의 파워링크

미모의女친 "3명" 중년男 괴력..엄청나!

- ↳ 로또1등 6자리 패턴발혀져..업계발칵
- ↳ "서민위한대출" 0.5~2.9% 1억 99%승인!
- ↳ 공항면세, 루미비동-샤넬 면세특가 "90%" 행...
- ↳ 200억 주식갑부, 하루종일 '이것'만 봐 "충격"
- ↳ **[속보] 암보험 파헤쳐보니.. 보험업계 "술"**
- ↳ 20대女 한강에 "40억" 뿌려.. "찾김에"
- ↳ 여보 미안해! 농협에 53억 숨긴 40대女..
- ↳ "아들에게 주기 싫어" 수천만원 찢은 80대 노...
- ↳ 적중률99% 화제의 "급등주검색기" 오늘 무료...

〈2016. 2. 25. 11:38 캡처〉

4)아시아경제

- [tip] 살 빼고 싶은 사람만 클릭!
- 전체 임플란트, 합리적인 비용은 얼마?
- 인천공항 "집단성행위" 온라인유희...충격!
- 女배우..배드신中실제 "성행위" 영상 "충격"
- 23세女, 중년남성"힘"에 한번만 더 애원?
- 로또1등 당첨금 수령시 3가지 유의사항

〈2016. 2. 24. 14:20 캡처〉

5)파이낸셜뉴스

오늘의 인기정보

- "42억 벌고 쉬러갑니다"주식고수녀 인증...
- 보험료가 오르지않는 비갱신형 암보험 문의폭주
- 김혜수 "뱃속찌꺼기"배출 79kg->48kg"충격"
- 백종원 "그랜저 IG" 출시 앞두고 "미출고" 그랜...
- "여보미안..,남편몰래 '이것'으로 49억 모...
- 40대 이혼녀 옆집남편과 "○○"해...충격!
- 배우..배드신中실제 "성행위" 영상 "충격"
- 인천공항 "집단성행위" 동영상유출..충격!
- "그랜저IG" 출시 코 앞, 기존모델 대폭락!
- 해운대 "집단4명 성행위" 온라인유출..충격!

〈2016. 2. 26. 11:12 캡처〉

6)헤럴드경제

오늘의 인기정보

- 여보 미안해! 농협에 53억 숨긴 40대 女..
- 로또1등 3번 당첨자, "당첨패턴 정해져있다."
- 해운대 "집단4명 성행위" 온라인유출..충격!
- 서민대출, 최대1억원까지 "신청자폭주"
- 뽕뽕일으키기 하지만, 의사도 놀란 복근만...
- [단독] 서민대출 "1억까지" 99% 승인!
- 강남 "7살꼬마" 영어 발음에 외국인도 "충격"
- 제네시스 EQ "후폭풍", 중고차값 반토막??
- 200억 주식갑부, 하루종일 '이것'만 봐 "충격"
- "42억 벌고 쉬러갑니다"주식고수녀 인증...

〈2016. 2. 25. 15:55 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「미모의 女친 "3명" 중년男 괴력... 엄청나!」, 「인천공항 "집단성

행위” 온라인유통…충격!’ 등 매우 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를 눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연결되도록 하였다.

그런데 이들 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문의약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있다. 따라서 이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 신문 광고의 신뢰성을 떨어뜨리고, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-9 독자불만처리

1. 국민일보	발행인 최 삼 규
2. 머니투데이	발행인 박 종 면
3. 서울신문	발행인 김 영 만
4. 스포츠서울	발행인 김 광 래
5. 스포츠조선	발행인 방 준 식
6. 중앙일보	발행인 김 교 준
7. 파이낸셜뉴스	발행인 권 성 철

주문

국민일보 2016년 2월 24일자 「女대생 “음란행위” CCTV에 딱…!」, 머니투데이 2월 24일자 「‘하룻밤 조건’으로 3억씩번 K여교사 생계…」, 서울신문 2월 23일자 「‘하룻밤 조건’으로 3억씩번 K여교사 생계 위해…」, 스포츠서울 2월 24일자 「‘하룻밤 조건’으로 3억씩번 K여교사 생…」, 스포츠조선 2월 24일자 「잠적한 40억 주식女 대낮에 재벌男과…」, 중앙일보 2월 24일자 「‘하룻밤 조건’으로 3억씩번 K여교사 생계 위해…」, 파이낸셜뉴스 2월 25일자 「女대생 “음란행위”

CCTV에 딱...!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『주식투자업체 광고에 왜 조건만남, 성매매, 불륜과 관계된 제목이 달리는 겁니까? 그 표현도 매우 음란하고 선정적입니다. 신문이 무슨 포르노 사이트입니까? 제발 이런 광고를 중단해 주세요.』

2. 이에 앞서 국민일보, 머니투데이, 서울신문, 스포츠서울, 스포츠조선, 중앙일보, 파이낸셜뉴스는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보

많이 본 정보

[AD]

- 150 버는 남편대신 부업으로 500 버...
- 강남 "7살꼬마" 영어 발음에 외국인도...
- 하루 5천원이면 내아이 키가 무려...결...
- 걸그룹 A양, 성접대 영상 유출...발각!
- **· 女대생 "음란행위" CCTV에 딱..!**
- "그런저IG" 위장막 노출, 중고차 太폭...
- 여보 미안해! 농협에 53억 숨긴 40대女..
- 김혜수"뱃속찌꺼기"배출 79kg->48kg"...
- [단독] 서민대출 "1억까지" 99% 승인!
- 20대女 한강에 "40억" 뿌려.."황김에"

〈2016. 2. 24. 10:40캡처〉

2)머니투데이

TODAY BEST INFO

'하룻밤 조건'으로 3억씩번 K여교사 생계...

"내장지방,똥뱃살" 90%제거 '이것'해라!

女교사,생계위해 밤마다 남편몰래..충격

"주적60분" 절대 암보험 들지마라 '발칵'

'오십견vs회전근개파열', 어깨통증 치료...

배우 김상중, 증권가 찌라시 파헤쳐보니...

"엄마 고마워" 중학수학 3개월에 끝낸영...

K여교사,생계위해 밤마다 교무실에서..경악

취급수수료없이 4.9%이자만 내는 주식대

〈2016. 2. 24. 11:02 캡처〉

3)서울신문

가장 많이 본 정보

> more

· 민사고 합격 "3,024명" 초중수학공부법 알...

· 귀두확대,조루,발기부전 동시치료! (의)

· '하룻밤 조건'으로 3억씩번 K여교사 생계위해..

· "내장지방,똥뱃살" 90%제거 '이것'해라!

· 배우 김상중, 증권가 찌라시 파헤쳐보니...

· 女교사,생계위해 밤마다 남편몰래..충격

· "정준하"무도촬영중 허리 약!! 극비리에 시...

· 민사고 합격 "3,024명" 초중수학공부법 알고보니..

· "엄마 고마워" 중학수학 3개월에 끝낸영재 결국

· K여교사,생계위해 밤마다 교무실에서..경악

· '오십견vs회전근개파열', 어깨통증 치료방법?

· "조루증,발기부전"남성수술 동시에가능!(의)

〈2016. 2. 23. 16:38 캡처〉

4)스포츠서울

직장인 생활정보

- 1 로또 1등 45명 고백 "패턴 정해져있는듯"
- 2 민사고 합격 "3,024명" 초중수학공부법...
- 3 섹시녀, "한국男 파트너 만족 못시켜".....
- 4 남성 전립선, 크기확대, 지속시간 동시치...
- 5 "추적60분" 절대 암보험 들지마라 '발각'
- 6 '하룻밤 조건'으로 3억씩번 K여교사 생...
- 7 "내장지방,똥뱃살" 90%제거 '이것'해라
- 8 女교사,생계위해 밤마다 남편몰래..충격

〈2016. 2. 24. 13:50 캡처〉

5)스포츠조선




20대 女 혈떡혈떡
떡실신시킨 50대 男

잠적한 40억 주식女
대낮에 재벌男과...

〈2016. 2. 24. 17:49 캡처〉

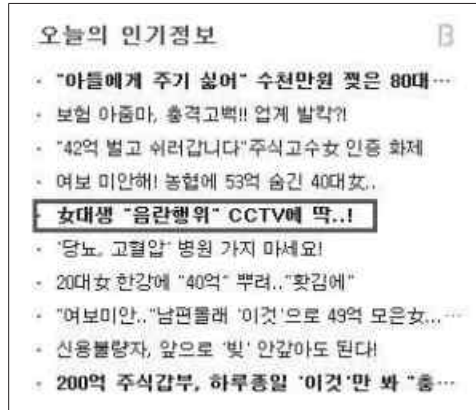
6)중앙일보

AD 인기 링크

- 남자에게 "가장 중요한 기능" 한방에 해결한다!
- 민사고 합격 "3,024명" 초중수학공부법 알고보니..
- 남성수술,확대,전립선 동시치료!!
- 김혜수 "뱃속찌꺼기"배출 79kg->48kg 충격
- "내장지방,똥뱃살" 90%제거 '이것'해라
- "조루증,발기부전"남성수술 동시에가능(의)
- "추적60분" 절대 암보험 들지마라 '발각'
- '하룻밤 조건'으로 3억씩번 K여교사 생계위해..

〈2016. 2. 24. 10:14 캡처〉

7)파이낸셜뉴스



〈2016. 2. 25. 17:18 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 모두 주식투자정보업체를 선전하는 것이다.

문제는 위 광고의 제목들이 매우 음란하고 선정적이며 광고 내용과도 전혀 관련이 없다는 점이다. 「하룻밤 조건」으로 3억씩번 K여교사 생계 위해..., 「女대생 “음란행위” CCTV에 찍혔다!!」, 「잠적한 40억 주식女 대낮에 재벌男과...」 등 성매매나 불륜과 같은 비정상적 성행위를 연상시키는 제목들로 편집되어 있다. 이러한 광고는 국민의 건전한 미풍양속을 해치고 특정 직업군의 청렴한 이미지를 훼손할 수 있다. 또 적시 광고의 제목들은 기사와 혼동하기 쉬운 표현으로 독자들의 시선을 유도하고 있다.

따라서 위 광고들은 신문광고윤리강령 2, 4, 신문광고윤리실천요강 2의 (2), 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-10 독자불만처리

국민일보	발행인 최 삼 규
머니투데이	발행인 홍 선 근
문화일보	발행인 이 병 규
세계닷컴	발행인 차 준 영
스포츠월드	발행인 차 준 영
스포츠조선	발행인 방 준 식
아시아투데이	발행인 백 석 기
파이낸셜뉴스	발행인 권 성 철

주문

국민일보 2016년 3월 25일자 「인천공항 “집단성행위” 동영상유출», 「여의사 “남성수술 절대 하지 마세요»», 「女배우 배드신중 실제 “성행위”», 「동거女 밤마다 “도망”치는 이유!!», 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”», 머니투데이 3월 25일자 「톱스타 연예인 “집단 성행위 파티”», 「 여배우 배드신중 실제 “성행위”», 「‘그곳’ 반지켜주니 女아이돌 떡실신», 「인천공항 ‘집단성행위’ 동영상 유출», 「힘 좋아진 남性, 이유는 레시틴?», 「女대생 흥분시킨 男성비법 ‘충격’», 문화일보 3월 25일자 「톱스타 연예인 “집단 성행위 파티”», 「女배우 배드신중 실제 “성행위”», 「힘 좋아진 남性, 이유는 레시틴?», 「동거女 밤마다 ‘도망’치는 이유», 세계닷컴 3월 25일자 「중년男, ○○먹고 관계중 여자 미쳐», 「동거女 밤마다 “도망”치는 이유!!», 「남性의 활력 “이것”으로 자존심», 「女배우 배드신중 실제 “성행위”», 「여의사 “남성수술 절대 하지 마세요»», 스포츠월드 3월 25일자 「힘 좋아진 남性, 이유는 레시틴?», 「女배우 배드신중 실제 “성행위”», 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”», 「인천공항 “집단성행위” 동영상 유출», 「‘그곳’ 반지켜주니 女아이돌 떡실신», 스포츠조선 3월 25일자 「女대생 흥분시킨 男성 비법 ‘충격’», 「‘그곳’ 반지켜주니 女아이돌 떡실신», 「인천공항 “집단성행위” 동영상유출», 「여배우 배드신중 실제 “성행위”», 「여의사 “남성수술 절대 하지 마세요»», 「동거女 밤마다 “도망”치는 이유!!», 아시아투데이 3월 25일자 「동거女 밤

마다 “도망”치는 이유!!», 「중년男 ○○먹고 관계중 여자 미쳐», 「女배우… 배드신中 실제 “성행위”», 「주식고수女 수익 230억 인스타», 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”», 파이낸셜뉴스 3월 25일자 「남성의 활력 “이것”으로 자존심», 「여배우 배드신中 실제 “성행위”», 동거女 밤마다 “도망”치는 이유!!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『광고를 보다가 닫으면 자꾸 이상한 광고창이 자동으로 열립니다. 처음엔 바이러스 감염인줄 알고 천천히 살펴봤더니 몇몇 온라인신문(국민일보, 머니투데이, 문화일보, 세계닷컴, 스포츠월드, 스포츠조선, 아시아투데이, 파이낸셜뉴스)에서만 뜨는 광고창입니다.

이 광고창에는 포르노에서나 볼 수 있을 만한 매우 선정적인 움짤(움직이는 짧은 동영상)이 나옵니다. 가정에서 아이들도 인터넷으로 신문을 봅니다. 이런 식으로 꼼수를 써서 선정적이거나 불법적인 광고를 게재하는 것 같은데, 이러한 광고는 신지 않았으면 좋겠습니다.』

2. 이에 앞서 국민일보, 머니투데이, 문화일보, 세계닷컴, 스포츠월드, 스포츠조선, 아시아투데이, 파이낸셜뉴스는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



<2016. 3. 25. 10:21 캡처>

2)머니투데이



<2016. 3. 25. 13:47 캡처>

3)문화일보



〈2016. 3. 25. 11:43 캡처〉

4) 세계닷컴



〈2016. 3. 25. 10:54 캡처〉

5)스포츠월드



〈2016. 3. 25. 11:09 캡처〉

6)스포츠조선



〈2016. 3. 25. 11:24 캡처〉

7)아시아투데이



〈2016. 3. 25. 13:12 캡처〉

8)파이낸셜뉴스



〈2016. 3. 25. 13:19 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 8개 신문은 자사 사이트 특정 광고블록의 임의의 광고를 열었다 단으면 자동으로 새로운 광고 페이지가 열리도록 설정해 놓았다. 예를 들어 머니투데이의 경우, ‘프리미엄 인기정보’ 광고블록의 아무 광고나 열었다 단으면 위 광고 페이지로 자동 연결된다.

그런데 해당 광고 페이지에는 「톱스타 연예인 “집단 성행위 파티”」, 「여배우 배드신중 실제 “성행위”」, 「인천공항 ‘집단성행위’ 동영상 유출」 등 선정적 제목의 광고가 다수 게재되어 있고, 각각의 광고에서 반복 재생되는 동영상은 성인이 보기에 민망할 정도로 매우 음란하고 자극적이다.

이러한 광고는 “혐오감이나 어떤 욕정을 불러일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (2)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-11 독자불만처리

국민일보 발행인 최 삼 규

머니투데이 발행인 홍 선 근

헤럴드경제 발행인 이 영 만

주문

국민일보 2016년 3월 23일자 「미모의女친 “3명” 중년男괴력…엄청나!」, 머니투데이 3월 24일자 「미모의女친 “3명” 중년男괴력…엄청나…헉」, 헤럴드경제 3월 24일자 「미모의女친 “3명” 중년男괴력…엄청나!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

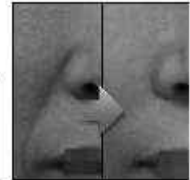
이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문에서 왜 비아그라 광고를 하는 것입니까? 비아그라는 의사의 처방전이 있어야 구입이 가능한데 어떻게 인터넷신문에서 판매를 하고 있죠?』

2. 이에 앞서 국민일보, 머니투데이, 헤럴드경제는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보

			
이세돌 "명품로렉스" 3차 품절..가격깎을!	미모의 여친 "3명" 중년 男 괴력..엄청나!	1등 당첨금 17억 빼앗아간 20년지기	팔자주름 한번치료로 80살까지 유지??

〈2016. 3. 23. 13:36 캡처〉

2)머니투데이

프리미엄 인기정보

양화대교에 '찾김에' 40억 뿌린 20대 女...

"42억 벌고 쉬러갑니다" 주식고수 女 인증...

하루 5천원이면 내아이 키가 무려..결과...

서민지원 "1억대출" 3月 조건없이 지원

주식투자 실수 1위 '이것' 고쳐 20억대수익..

"주식 잘하고 싶으면..." 초보는 "규칙" 따...

미모의 여친 "3명" 중년 男 괴력 엄청나..척

여의사曰 "남성수술 절대 하지마세요"

취급수수료없이 4.9%이자만 내는 주식대출

〈2016. 3. 24. 16:55 캡처〉

3) 헤럴드경제



〈2016. 3. 24. 16:20 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「미모의 여친 “3명” 중년男 괴력... 엄청나!」 등 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를 눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연결되도록 하였다.

그런데 이들 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문의약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있다. 따라서 이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 신문 광고의 신뢰성을 떨어뜨리고, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-12 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 문화일보 발행인 이 병 규
3. 세계닷컴 발행인 차 준 영
4. 스포츠월드 발행인 차 준 영
5. 스포츠조선 발행인 방 준 식
6. 아시아투데이 발행인 백 석 기
7. 코리아타임즈 발행인 이 창 섭
8. 코리아헤럴드 발행인 이 영 만
9. 파이낸셜뉴스 발행인 권 성 철

주문

국민일보 2016년 4월 28일자 「女배우 남자2명과 ‘모텔’ 떡실신», 「女대생 떡실신 모텔 몰카 ‘충격’», 「女대생 모텔 떡실신 “이것” 발견», 「중년男, ○○먹고 관계중 여자 미쳐», 「비아그라 효과 “20배?” 여자를 미치…», 「인천공항 “집단성행위” 동영상 유출», 문화일보 4월 28일자 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”», 「女대생 모텔 떡실신 “이것” 발견!!», 「60대 영감 도대체 ‘뭘’ 먹길래?!, 「모텔 6차례 성관계 걸그룹 A양 누구», 「인천공항 “집단성행위” 동영상 유출», 세계닷컴 4월 28일자 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”», 「비아그라 효과 “20배?” 여자를 미치…», 「女대생 떡실신 모텔 몰카 ‘충격’», 스포츠월드 4월 28일자 「비아그라 효과 “20배?” 여자를 미치…», 「모텔 6차례 성관계 걸그룹 A양 누구», 「인천공항 “집단성행위” 동영상 유출», 「女대생 떡실신 모텔 몰카 ‘충격’», 스포츠조선 4월 28일자 「女대생 떡실신 모텔 몰카 ‘충격’», 「여배우 배드신중 실제 “성행위”», 「인천공항 “집단성행위” 동영상유출», 「중년男, ○○먹고 관계중 여자 미쳐», 「비아그라 효과 “20배?” 여자를 미치…», 「힘줄아진 남性, 이 유는 레시틴?», 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”», 아시아투데이 4월 29일자 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”», 「흑마 중년男, 도대체 뭘 하길래…», 「중년男 ○○먹고 관계중 여자 미쳐», 「인천공항 “집단성행위” 동영상유출», 코리아

타임즈 4월 29일자 「모텔 6차례 성관계 걸그룹 A양 누구」, 「女배우 배드신中 실제 “성행위”」, 「흑마 중년男, 도대체 뭘 하길래…」, 「비아그라 효과 “20배?” 여자를 미치…」, 「女배우 남자 2명과 ‘모텔’ 떡실신」, 「힘 좋아진 남성, 이유는 레시틴?」, 코리아헤럴드 4월 29일자 「여배우 배드신中 실제 “성행위”」, 「흑마 중년男, 도대체 뭘 하길래…」, 「女배우 남자 2명과 ‘모텔’ 떡실신」, 「女대생 떡실신 모텔 몰카 ‘충격’」, 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”」, 「女대생 모텔 떡실신 ‘이것’ 발견」, 「중년男 ○○먹고 관계중 여자 미쳐」, 「비아그라 효과 “20배?” 여자를 미치…」, 파이낸셜뉴스 4월 29일자 「인천공항 “집단성행위” 동영상유출」, 「비아그라 효과 “20배?” 여자를 미치…」, 「女배우 배드신中 실제 “성행위”」, 「중년男 ○○먹고 관계중 여자 미쳐」, 「모텔 6차례 성관계 걸그룹 A양 누구」, 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『각 언론사에 걸려있는 광고 페이지를 링크로 보내드립니다.

http://land.dp25.kr/land/bnn_event/index.html

광고를 열었다 닫으면 ‘바나나아이엔씨’라는 곳에서 제작한 페이지가 자동으로 열리는데 수위가 매우 심각합니다. 포르노 동영상의 장면을 캡처한 듯한 사진이 게재되어 있습니다. 가정에서 아이들도 인터넷으로 신문을 봅니다. 이런 식으로 꼼수를 써서 선정적이거나 불법적인 광고를 게재하는 것 같은데, 이러한 광고는 신지 않았으면 좋겠습니다.』

2. 이에 앞서 국민일보, 문화일보, 세계닷컴, 스포츠월드, 스포츠조선, 아시아투데이, 코리아타임즈, 코리아헤럴드, 파이낸셜뉴스는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



〈2016. 4. 28. 15:36 캡처〉

2)문화일보



〈2016. 4. 28. 15:52 캡처〉

3) 세계닷컴



〈2016. 4. 28. 16:10 캡처〉

4)스포츠월드



〈2016. 4. 28. 16:45 캡처〉

5)스포츠조선



〈2016. 4. 28. 16:53 캡처〉

6)아시아투데이



〈2016. 4. 29. 14:22 캡처〉

7)코리아타임즈



〈2016. 4. 29. 15:37 캡처〉

8)코리아헤럴드



〈2016. 4. 29. 14:47 캡처〉

9)파이낸셜뉴스



〈2016. 4. 29. 14:35 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 9개 신문은 자사 사이트 특정 광고블록의 임의의 광고를 열었다 닫을 때 새로운 광고 페이지가 자동으로 열리도록 설정해 놓았다. 예를 들어 스포츠조선의 경우, ‘내가 본 정보’ 광고블록의 아무 광고나 열었다 닫으면 위 광고 페이지로 연결된다.

그런데 해당 광고 페이지에는 「女배우 남자 2명과 ‘모텔’ 떡실신, 「모텔 6차례 성관계 걸그룹 A양 누구, 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”」 등 선정적 제목의 광고가 다수 게재되어 있고, 각각의 광고에서 반복 재생되는 동영상은 성인이 보기에 민망할 정도로 매우 음란하고 선정적이다.

이러한 광고는 “혐오감이나 어떤 욕정을 불러일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (2)를 위반했다고 인정하여 주

문과 같이 결정한다.

2016-2-13 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 파이낸셜뉴스 발행인 권 성 철

주문

국민일보 2016년 4월 1일자 「로또 1등번호 리스트 이미 정해져 있어… 발
각!」, 파이낸셜뉴스 4월 29일자 「“로또하지 마세요” 방송전 1등 정해져 있어」
제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『로또 번호는 무작위 추첨인데 해당 광고는 “방송 전에 1등 번호가 이미 정
해져있다”고 선전하고 있습니다. 국가에서 하는 복권 사업을 조작이라며 확실
하지도 않은 얘기를 사실인양 얘기하고 있습니다.』

2. 이에 앞서 국민일보, 파이낸셜뉴스는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



〈2016. 4. 1. 16:57 캡처〉

2)파이낸셜뉴스



〈2016. 4. 29. 16:12 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 위 광고의 제목에 허위 또는 과장의 소지가 있다며 독자가 불만을 제기한 건이다.

위 광고들은 모두 ‘로또 번호 정보 업체’를 선전하는 것인데, 광고의 상세 페이지를 살펴보면 해당 업체들은 지금까지의 당첨번호 패턴을 분석하고 다음

회차에 나올 번호를 예측, 소비자에게 그 번호를 전송하는 업무를 하는 곳으로 보인다.

그런데 불만을 제기한 독자의 의견처럼 위 광고들은 「로또 1등번호 리스트 이미 정해져 있어… 발각!」, 「“로또하지 마세요” 방송전 1등 정해져 있어」라는 제목을 달아 마치 로또 추첨에 무언가 사전 조작이 있거나 해당 업체가 미리 1등 번호를 알고 있는 것처럼 선전하고 있다.

신문이 이와 같이 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도할 우려가 있는 광고를 게재하는 것은 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-14 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 코리아헤럴드 발행인 이 영 만

주문

국민일보 2016년 4월 20일자 「장어 20배 효과!! 남성기능 폭발!!」, 코리아헤럴드 4월 29일자 「미모의女친 100명? 중년男괴력…엄청…」 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조처한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문에서 왜 비아그라 광고를 하는 것입니까? 비아그라는 의사의 처방전이 있어야 구입이 가능한데 어떻게 인터넷신문에서 버젓이 판매를 하고 있죠?』

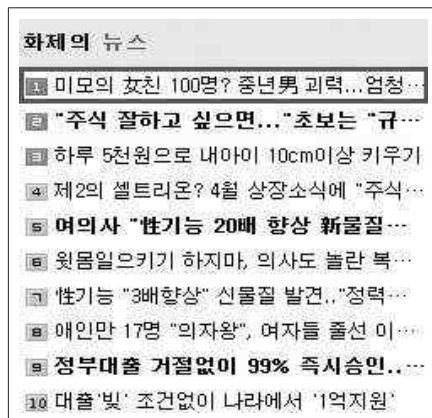
2. 이에 앞서 국민일보, 코리아헤럴드는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



〈2016. 4. 20. 13:36 캡처〉

2)코리아헤럴드



〈2016. 4. 29. 15:55 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「미모의 女친 100명? 중년男괴력...엄청...」 등 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를 눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연결되도록 하였다.

그런데 이들 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수

있는 ‘전문약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있다. 따라서 이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 신문 광고의 신뢰성을 떨어뜨리고, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

■ 2016-2-15 독자불만처리

1. 불만제기인은 코리아헤럴드의 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해 왔다.

I'd like to complain about the advertisements seen on Koreaherald.com. I often read articles on the website, and I can't believe how explicit some of the ads are! There are many with sexually-related ads that should not be on the site where young children have access to. Isn't there a law that regulates on the type of ads that are shown on online newspapers just like there is censorship for TV programs? Please look into this issue and take appropriate actions.

2. 불만제기인의 위와 같은 요청에 따라 독자불만처리위원회는 코리아헤럴드에 아래와 같은 서한을 발송하였다.

코리아헤럴드 발행인 귀하

귀지의 무궁한 발전을 기원합니다.

최근 귀지의 온라인 신문에 게재되고 있는 광고에 대해 독자들로부터 불만이 늘어나는 추세입니다. 뿐만 아니라 국내에 거주하는 외국인까지 강력한 불만을

표시하고 시정 조치를 요구하기에 이를 알려드리고 시정을 권고하는 바입니다.

한국신문윤리위원회는 귀지의 일부 광고에 혐오감이나 욕정을 불러 일으키는 음란한 내용이 포함되어 있다는 판단 하에 귀지에 주의를 환기시킨바 있습니다. 특히 귀지 특정 광고 블록 내의 임의의 광고를 열었다 닫으면 자동으로 연결되는 광고 페이지(http://land.dp25.kr/land/bnn_event/index.html)에는 매우 음란하고 선정적인 제목과 사진이 다수 게재되어 있습니다.

그 사례들을 유형별로 보면

○「여배우 배드신中 실제 “성행위”」, 「톱스타 연예인 “집단성행위 파티”」, 「女대생 모텔 떡실신 ‘이것’ 발견」 제목의 남성 발기부전치료제 및 여성 최음제 광고

○「흑마 중년男, 도대체 뭘 하길래…」, 「女배우 남자 2명과 ‘모텔’ 떡실신」, 「중년男 ○○먹고 관계중 여자 미쳐」, 「비아그라 효과 “20배?”여자를 미치…」 제목의 남성 건강기능식품 광고

○「女대생 떡실신 모텔 몰카 ‘충격’」 제목의 페로몬 향수 광고 등입니다.

신문광고윤리실천요강 강령 2의 (2)와 강령 4의 (3)은 각각 “혐오감이나 어떤 욕정을 불러 일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용을 게재해서는 안 된다”, “광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체제 및 표현을 게재해서는 안 된다”고 규정하고 있습니다.

위 적시 광고의 제목과 사진은 위 조항을 모두 위반한 것이며 특히 발기부전치료제광고는 의사의 처방에 따른 판매만 허용한 관련 법률에 저촉됩니다.

본 위원회 독자불만처리위원이 귀지에 신문광고윤리강령에 따른 시정을 권고하는 이유는 불만을 제기한 외국인이 우리 위원회뿐만 아니라 국민 신문고와 문화관광체육부에도 민원을 넣은 상태여서 귀지가 현행 법률에 의해 제재 조치를 받을 수 있다고 염려되기 때문입니다.

이 점을 양지하시어 위와 같은 광고를 신지 않음으로써 보다 건전한 신문을 만드는데 힘써 주시기를 당부 드립니다.

귀지의 무궁한 발전을 기원합니다.

2016-2-16 독자불만처리

1. 중앙일보	발행인 송 필 호
2. 아시아경제	발행인 이 세 정
3. 파이낸셜뉴스	발행인 권 성 철
4. 한경닷컴	발행인 황 재 활

주문

중앙일보 2016년 5월 27일자 「“로또하지 마세요” 방송전 1등 정해져…」, 아시아경제 5월 27일자 「“로또하지 마세요” 방송전 1등 정해져…」, 파이낸셜뉴스 5월 27일자 「“로또하지 마세요” 방송전 1등 정해져…」, 한경닷컴 5월 27일자 「로또 1등번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『로또 번호는 무작위 추첨인데 해당 광고는 “방송 전에 1등 번호가 이미 정해져있다”며 국가에서 하는 복권 사업이 조작된 것처럼 선전하고 있습니다. 지난번에 제가 신문윤리위원회에 제보한 뒤 해당 신문사에 제재 조치가 내려진 것으로 알고 있는데 아직도 광고가 게재되고 있습니다. 강력한 제재를 요청합니다.』

2. 이에 앞서 중앙일보, 아시아경제, 파이낸셜뉴스, 한경닷컴은 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)중앙일보



〈2016. 5. 27. 14:45 캡처〉

2)아시아경제



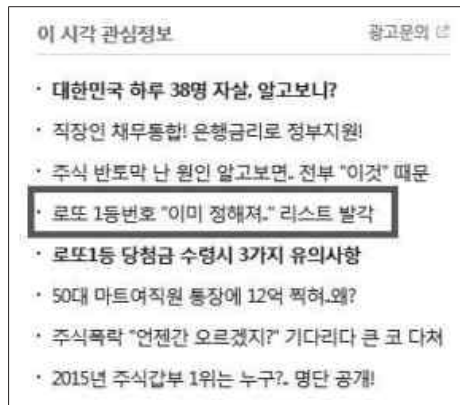
〈2016. 5. 27. 16:09 캡처〉

3)파이낸셜뉴스



〈2016. 5. 27. 14:52 캡처〉

4)한경닷컴



〈2016. 5. 27. 14:58 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 모두 ‘로또 번호 정보 업체’를 선전하는 것이다.

그런데 불만을 제기한 독자의 의견처럼 위 광고들은 「“로또하지 마세요” 방송전 1등 정해져…」, 「로또 1등번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」이라는 제목

을 달아 마치 로또 추첨에 무언가 사전 조작이 있거나 해당 업체가 미리 1등 번호를 알고 있는 것처럼 선전하고 있다.

신문이 이와 같이 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도할 우려가 있는 광고를 게재하는 것은 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1)을 위반한 것이라 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-17 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 스포츠서울 발행인 김 광 래
3. 스포츠월드 발행인 차 준 영
4. 스포츠조선 발행인 방 준 식
5. 아주경제 발행인 곽 영 길

주문

국민일보 2016년 5월 27일자 「알파고, 로또번호 예측에 도전한다」, 스포츠서울 5월 27일자 「알파고, 로또번호 예측에 도전한다」, 스포츠월드 5월 27일자 「알파고, 로또번호 예측에 도전한다」, 스포츠조선 5월 27일자 「알파고, 로또번호 예측에 도전한다」, 아주경제 5월 27일자 「알파고, 로또번호 예측에 도전한다」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『인공지능 알파고가 이세돌과의 바둑 대결에 이어 이번에는 로또 번호 예측에 도전하는 줄 알고 클릭해봤더니 로또 정보 업체 광고였습니다. 이런 식으로 독자를 우롱하지 말았으면 좋겠습니다.』

2. 이에 앞서 국민일보, 스포츠서울, 스포츠월드, 스포츠조선, 아주경제는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



〈2016. 5. 27. 15:23 캡처〉

2)스포츠서울



〈2016. 5. 27. 15:57 캡처〉

3)스포츠월드



〈2016. 5. 27. 15:53 캡처〉

4)스포츠조선



〈2016. 5. 27. 14:19 캡처〉

5)아주경제



〈2016. 5. 27. 14:33 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 모두 ‘로또 번호 정보 업체’를 선전하면서 「알파고, 로또번호 예측에 도전한다」라는 제목과 함께 ‘TOP NEWS’ 라고 표기하고 이를 누르면 해당 광고로 연결되도록 하였다.

신문광고윤리실천요강은 ‘광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동하기 쉬운 편집체계 및 표현’을 금지하고 있는데, 적시 광고는 해당 광고와 아무 관련이 없는 ‘알파고’를 내세워 기사로 오인할 만한 제목을 달고 독자의 접속을 유도하고 있다는 점에서 본 위원회의 지적을 피하기 어렵다고 판단되므로 신문광고윤리강령 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1), (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-18 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 문화일보 발행인 이 병 규
3. 세계닷컴 발행인 차 준 영
4. 스포츠월드 발행인 차 준 영

주문

국민일보 2016년 5월 27일자 「미모의 女친 100명? 중년男 괴력...엄청...」, 문화일보 5월 27일자 「재벌가 “집단 성행위파티” 온라인유출...충격!」, 세계닷컴 5월 27일자 「재벌가 “집단 성행위파티” 온라인유출...충격!」, 스포츠월드 5월 27일자 「중년男 “강력추천” 활력에 좋은 1위는??」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문에서 왜 비아그라 광고를 하는 것입니까? 비아그라는 의사의 처방전이

있어야 구입이 가능한데 어떻게 인터넷신문에서 버젓이 판매를 하고 있죠?』

2. 이에 앞서 국민일보, 문화일보, 세계닷컴, 스포츠월드는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보

이시각 인기정보 [AD]

- 제2의 셀트리온? 5월 상장소식에 "주...
- 로또1등번호"6자리계산법"밝혀져..헉!
- 기름값 "급등", "LPG"차량 대세.. 일반...
- 주식투자도 인공지능? 수익률 무려 82...
- 죄꼬리월급 남편대신 부업으로 500배...
- **미모의 여친 100명? 중년男 괴력..엄청...**
- "주식 잘하고 싶으면..."초보는 "규칙"...
- 영진 4배↑, 신풍2배↑ "단기 초대박급...
- 막힌혈관 '이것'섭취 20분후..충격! "고...
- 로또1등 당첨자들 '농협가는길' 후기...

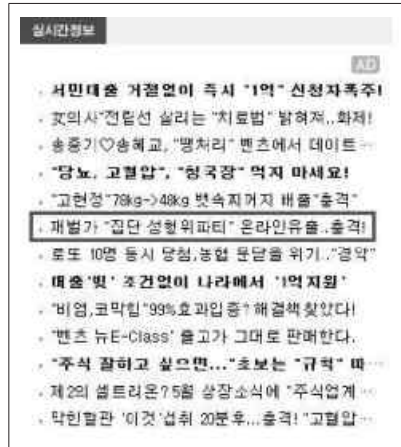
〈2016. 5. 27. 10:08 캡처〉

2)문화일보

- ▶ 男性 "발기부전,성기능장애" 완치의 길 열려.. 충격!
- ▶ "당뇨, 고혈압", "청국장" 먹지 마세요!
- ▶ **재벌가 "집단 성행위파티" 온라인유출..충격!**
- ▶ "주식 잘하고 싶으면..."초보는 "규칙" 따라해라!
- ▶ 제2의 셀트리온? 5월 상장소식에 "주식업계 발칵"
- ▶ 4만9천원으로 2개월동안 스포츠TV의 모든 강의 무료!

〈2016. 5. 27. 13:26 캡처〉

3)세계닷컴



〈2016. 5. 27. 13:50 캡처〉

4)스포츠월드



〈2016. 5. 27. 15:50 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「재벌가 “집단 성행위파티” 온라인유출...충격!」, 「미모의 女친 100명? 중년男괴력...엄청...」 등 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를 눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연

결되도록 하였다.

그런데 이들 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있다.

따라서 이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 신문 광고의 신뢰성을 떨어뜨리고, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 2, 3, 신문광고윤리실천요강 강령 2의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-19 독자불만처리

1. 경향신문	발행인 이 동 현
2. 동아닷컴	발행인 박 원 재
3. 매경닷컴	발행인 진 성 기
4. 머니투데이	발행인 박 종 면
5. 스포츠경향	발행인 이 동 현
6. 아시아경제	발행인 이 세 정
7. 파이낸셜뉴스	발행인 권 성 철
8. 조선닷컴	발행인 김 찬

주문

경향신문 2016년 6월 30일자 「“로또하지 마세요” 방송전 1등 정해져있어…», 동아닷컴 6월 30일자 「“로또하지 마세요” 방송전 1등 정해져 있어… 경악», 매경닷컴 6월 24일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각», 머니투데이 6월 29일자 「“로또 하지마세요” 방송전 1등 정해져 있어…경악», 스포츠경향 6월 24일자 「“로또하지 마세요” 방송전 1등 정해져 있어…경악», 아시아경제 6월 29일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각», 파이낸셜뉴스 6월 24일자 「“로또 하지마세요” 방송전 1등 정해져 있어…경악», 조선닷컴 6월 30일

자 「“로또 하지마세요” 방송전 1등 정해져 있어…경악」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

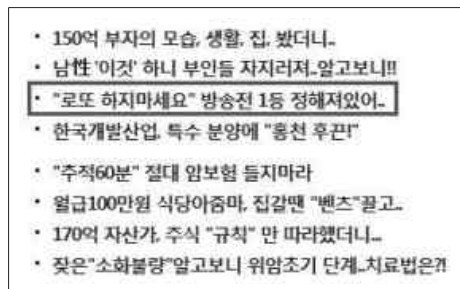
이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『로또 번호는 무작위 추첨인데 해당 광고는 “방송 전에 1등 번호가 이미 정해져있다”며 국가에서 하는 복권 사업이 조작된 것처럼 선전하고 있습니다. 지난번에 제가 신문윤리위원회에 제보한 뒤 해당 신문사에 제재 조치가 내려진 것으로 알고 있는데 아직도 광고가 게재되고 있습니다. 강력한 제재를 요청합니다.』

2. 이에 앞서 경향신문, 동아닷컴, 매경닷컴, 머니투데이, 스포츠경향, 아시아경제, 파이낸셜뉴스, 조선닷컴은 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)경향신문



〈2016. 6. 30. 17:20 캡처〉

2) 동아닷컴

오늘의 인기 정보

- 여간호사, "남성전립선 치료법 밝혀져"
- "추적60분" 절대 암호형 들지마라 '발각'
- 척추관협착증 "세계유일 특허" 수술없이 치료!
- 170억 자산가, 주식 "규칙" 만 따라했더니...
- **주식 팔하고 싶으면, 초보는 "규칙" 따라해라!!**
- 150억 부자가 사는집, 어떤가 봤더니.. 충격
- 남성 '이것' 하나 부인을 자지려져..충격!
- 한국개발산업, 특수 분야에 "훌륭 후끈!"
- **150억 부자의 모습, 생활, 집, 봤더니..경악**
- 김혜수 73kg->48kg "뱃속찌꺼기"배출..충격!
- **"로또 하지마세요" 방송전 1등 정해져있어..경악**
- 월급100만원 식당아줌마, 집갈땐 "벤츠"끌고..

〈2016. 6. 30. 10:20 캡처〉

3)매경닷컴

로또 1등번호 "이미 정해져.." 리스트 발각

플레이보이 女모델, 3일동안 40억.. 증권가 발각

방에서 컴퓨터만 하는데 월수입이 5천???

주택담보대출 '2%'대 끌어타고 100만원 절감!

당뇨, 고혈압 따져하지 말고, "이것"만 해라!

빛있어도 누구니 "최대 8천" 더줄가능..화제!

〈2016. 6. 24. 14:42 캡처〉

4)머니투데이

- **女간호사, "남성수술 절대 하지마세요"**
- 170억 자산가, 주식 "규칙" 만 따라했더니...
- **"로또 하지마세요" 방송전 1등 정해져있어..경악**
- **"추적60분" 절대 암호형 들지마라 '발각'**
- 한국개발산업, 특수 분야에 "훌륭 후끈!"
- 남성 전립선끝내내 치료방법 개발돼..화제!

〈2016. 6. 29. 15:34 캡처〉

5)스포츠경향

- "로또 하지마세요" 방송전 1등 경해져있어..경악
- "작은 소확행"알고보니 위암초기 단계..치료받은단
- 170억 자산가, 주식 "규칙"만 따라했더니..
- 한국계발신업, 특수 분야에 "올전 후끈!"

〈2016. 6. 24. 15:12 캡처〉

6)아시아경제

이 시각 관심정보

- 10년만기 500만원대 리조트 회원권 출시
- 서민대출 "연금리7~9%" 3,000만원
- 로또 1등번호 "이미 정해져..," 리스트 발각
- 서민대출 지원 "최대5000만원" 가능
- 자꾸 소변이 마려운 이유는?
- 4억원대로 6층건물을 산다, 월 500만원씩 평생..
- 로또1등 당첨후 농협지점 절대 따르지마
- 680만원, 온라인 영어도서관 창업!
- 서울, 모텔 침대에서 나온 "20억 사과박스" 주인 찾아...

〈2016. 6. 29. 13:33 캡처〉

7)파이낸셜뉴스

- 척추관협착증 "세계유일 특허" 수술없이 치료!
- "추적60분" 절대 암보험 들지마라 '발각'
- "로또 하지마세요" 방송전 1등 정해져있어..경악
- 주도주 50%이상 상승유망주 2개 바로확인
- "상승종목 선별 기계단생으로 매장 연일 복세동!
- FI 문자서비스 3일 무료체험하기
- 아무 조건 없이 무료 3종목 공개합니다. 방송보!

8)조선닷컴

- ▶ [AD] 4억원대로 6층건물을 산다, 월 500만원씩 평생..
- ▶ [AD] "로또 하지마세요" 방송전 1등 정해져있어..경악
- ▶ [AD] 컷속잡는 고령업 특효 "레시딘" 대체될까래..
- ▶ [AD] 창업, 취업의 모든 것! 조영사, 인설교육지도사 자격증 취득과정

〈2016. 6. 30. 16:37 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 모두 ‘로또 번호 정보 업체’를 선전하는 것이다.

그런데 불만을 제기한 독자의 의견처럼 위 광고들은 「“로또하지 마세요” 방송전 1등 정해져 있어…경악」, 「로또 1등번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」이라는 제목을 달아 마치 로또 추첨에 무언가 사전 조작이 있거나 해당 업체가 미리 1등 번호를 알고 있는 것처럼 선전하고 있다.

따라서 위 광고들은 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-20 독자불만처리

1. 머니투데이 발행인 박 종 면
2. 문화일보 발행인 이 병 규
3. 서울신문 발행인 김 영 만
4. 아시아경제 발행인 이 세 정

주문

머니투데이 2016년 6월 24일자 「일본TV, 탈모 근본원인 밝혀져…결국」, 문화일보 6월 24일자 「일본TV, 탈모 근본원인 밝혀져…결국」 제목의 광고, 서울신문 6월 24일자 「일본TV, 탈모 근본원인 밝혀져…결국」, 아시아경제 6월 28일자 「일본TV, 탈모 근본원인 밝혀져…결국」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『탈모 치료의 선진 기술을 가지고 있는 일본에서 탈모의 근본 원인을 밝혀냈
다하여 기쁘고 들뜬 마음으로 클릭했습니다. 그런데 탈모 병원을 선전하는 내
용만 있을 뿐 광고 제목과 관련된 내용은 전혀 없었습니다. 이런 식의 낚시성
제목으로 소비자를 속이지 말았으면 좋겠습니다.』

2. 이에 앞서 머니투데이, 문화일보, 서울신문, 아시아경제는 각각 다음과
같은 광고를 게재하였다.

1)머니투데이

BEST 머니이슈

- 일본TV, 탈모 근본원인 밝혀져..결국
- 월급100만원 식당아줌마, 집갈땐 "벤츠"끌고..
- 목, 어깨 뭉치고 걸리는 '통증' 파헤쳐보니...
- 주식 잘하고 싶으면... 초보는 "규칙" 따라
- 월150 여교사 집갈땐 68억페라리 끌어..
- 남性 '이것'하니 부인들 자지러져..충격!

〈2016. 6. 24. 14:52 캡처〉

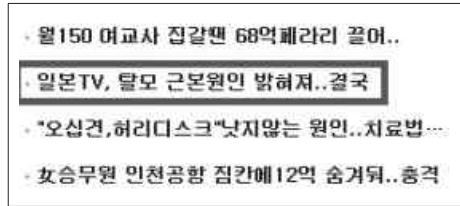
2)문화일보

오늘의 인기정보

- 월150 여교사 집갈땐 68억페라리...
- 주식 잘하고 싶으면... 초보는 "규칙" 따...
- 남性 '이것'하니 부인들 자지러져..충격!
- 목, 어깨 뭉치고 걸리는 '통증' 파헤쳐...
- 월급100만원 식당아줌마, 집갈땐 "벤츠"...
- 잦은 방귀,가스"뻐속 찌꺼기"그대로 방...
- 女승무원 인천공항 짐칸에12억 숨...
- "당뇨,고혈압"이젠 병원 가지 마세요!
- 170억 자산가, 주식 "규칙"만 따라했더...
- 150억 부자가 사는집, 어떤가 봤더니...
- 남性 '이것'하니 부인들 자지러져..충격!
- 일본TV, 탈모 근본원인 밝혀져..결국
- 주식 초보"규칙"만 알아도 90% 먹고 들...

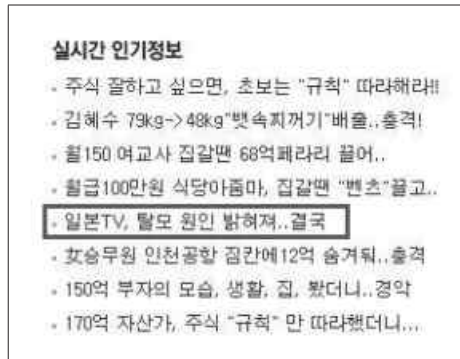
〈2016. 6. 24. 14:57 캡처〉

3)서울신문



〈2016. 6. 24. 15:05 캡처〉

4)아시아경제



〈2016. 6. 28. 16:44 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

「일본TV, 탈모 근본원인 밝혀져…결국」 제하의 위 광고들은 모두 특정 병원을 선전하는 것이다.

그런데 위 광고의 세부 내용을 아무리 살펴봐도 탈모의 근본 원인에 관한 일본 TV의 방영 내용은 전혀 찾아 볼 수 없다.

지난 5월 일본 NHK가 모낭의 대량 생산 실험에 관해 보도하긴 했지만 해당 광고가 홍보하는 병원은 일본TV의 보도와 전혀 관련이 없다.

따라서 위 광고들은 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-21 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 스포츠월드 발행인 차 준 영

주문

국민일보 2016년 6월 24일자 「女BJ 어플병개...신상유출...파문...헉!」, 스포츠월드 6월 24일자 「미모의 女친 100명? 중년男 괴력...엄청나...!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문에서 왜 비아그라 광고를 하는 것입니까? 비아그라는 의사의 처방전이 있어야 구입이 가능한데 어떻게 인터넷신문에서 버젓이 판매를 하고 있죠?』

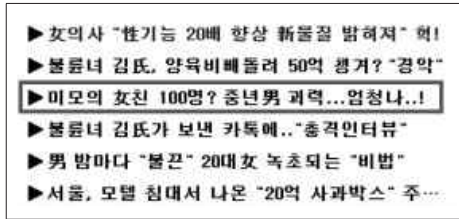
2. 이에 앞서 국민일보, 스포츠월드는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



〈2016. 6. 24. 14:20 캡처〉

2)스포츠험럴드



〈2016. 6. 24. 15:33 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「女BJ 어플병개...신상유출...파문...혁!」, 「미모의 女친 100명? 중년男괴력...엄청나!...」 등 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를 눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연결되도록 하였다.

그런데 이들 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문의약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있다. 따라서 이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 신문 광고의 신뢰성을 떨어뜨리고, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 2, 3, 신문광고윤리실천요강 강령 2의 (2)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-22 독자불만처리

1. 아시아경제 발행인 이 세 정
2. 코리아헤럴드 발행인 이 영 만

주문

아시아경제 2016년 6월 28일자 「알파고 로또 번호 예측, 어떤 번호를 선택할
까?」, 코리아헤럴드 6월 30일자 「알파고 로또 번호 예측, 어떤 번호를 선택할
까?」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

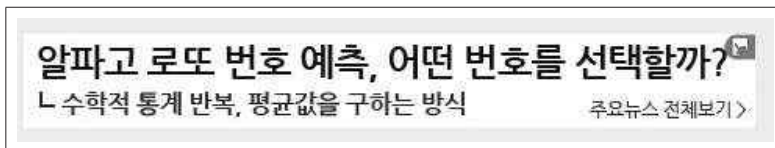
이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『알파고가 로또 번호 예측에 도전한다는 기사인줄 알고 클릭해봤더니 로또
업체 광고였습니다. 이런 식으로 독자를 우롱하지 말았으면 좋겠습니다.』

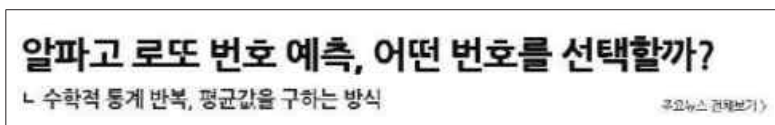
2. 이에 앞서 아시아경제, 코리아헤럴드는 각각 다음과 같은 광고를 게재하
였다.

1)아시아경제



〈2016. 6. 28. 14:25 캡처〉

2)코리아헤럴드



〈2016. 6. 30. 14:10캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 ‘로또 번호 정보 업체’를 선전하면서 광고 제목에 「알파고 로또 번

호 예측, 어떤 번호를 선택할까?」라고 달고 ‘주요뉴스 전체보기’ 라고 표기했다.

신문광고윤리실천요강은 ‘광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동하기 쉬운 편집체계 및 표현’을 금지하고 있는데, 적시 광고는 해당 광고와 아무 관련이 없는 ‘알파고’를 내세워 기사로 오인할 만한 제목을 달고 독자의 접속을 유도하고 있다는 점에서 신문광고윤리강령 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1), (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-23 독자불만처리

1. 경향신문	발행인 이 동 현
2. 국민일보	발행인 최 삼 규
3. 서울경제	발행인 이 종 환
4. 스포츠경향	발행인 이 동 현
5. 스포츠동아	발행인 송 영 언
6. 스포츠조선	발행인 방 성 훈
7. 일간스포츠	발행인 홍 성 완
8. 중앙일보	발행인 김 교 준
9. 헤럴드경제	발행인 이 영 만

주문

경향신문 2016년 8월 17일자 「이세돌 명품 로렉스 가격 알고 보니… 충격!」, 국민일보 8월 12일자 「유재석 명품 로렉스 가격 알고보니…충격!」, 「유재석 명품 휴블릿 가격 알고보니…“충격”」, 서울경제 8월 12일자 「유재석 “명품 로렉스” 가격 알고보니…충격!」, 스포츠경향 8월 19일자 「이세돌 명품 로렉스 가격 알고보니… 충격!」, 스포츠동아 8월 19일자 「유재석 “명품 휴블릿” 가격… 알고보니… 충격!」, 스포츠조선 8월 10일자 「연예인 협찬 휴블릿 가격 알고보니…헉!」, 일간스포츠 8월 19일자 「유재석 명품 휴블릿 가격 알고보니… “충격”」, 중앙일보 8월 10일자 「공항면세점 “망했다” 미출고품 “땡처리”」, 헤럴드

경제 8월 17일자 「유재석 명품 “로렉스” 가격 알고 보니… “충격”」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『온라인 신문 광고에 짝퉁 이미테이션 쇼핑몰 광고가 넘쳐납니다.

쇼핑몰 사이트 이름은 탑클론, 후즈워치, 아미르 등입니다. 짝퉁 제품의 판매는 명백히 불법 행위입니다. 경찰이나 세관에서도 강력히 단속하는 것으로 알고 있습니다. 신문이 광고 수입에 눈이 멀어 이러한 범죄 행위에까지 협조, 가담하고 있다니 정말 어처구니가 없습니다.』

2. 이에 앞서 경향신문, 국민일보, 서울경제, 스포츠경향, 스포츠동아, 스포츠조선, 일간스포츠, 중앙일보, 헤럴드경제는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)경향신문



〈2016. 8. 17. 13:25 캡처〉

2)국민일보



〈2016. 8. 12. 16:05 캡처〉

3)서울경제



〈2016. 8. 12. 17:20 캡처〉

4)스포츠경향



〈2016. 8. 19. 10:50 캡처〉

5)스포츠동아



〈2016. 8. 19. 10:35 캡처〉

6)스포츠조선



〈2016. 8. 10. 17:13 캡처〉

7)일간스포츠



〈2016. 8. 19. 10:42 캡처〉

8)중앙일보



〈2016. 8. 10. 16:55 캡처〉

9)헤럴드경제



〈2016. 8. 17. 11:28 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

불만을 제기한 독자의 주장처럼 위 광고에 연결된 쇼핑몰에서는 해외 유명상품을 도용한 위조 상품이 판매되고 있다. 모두 세계적인 명품 가방이나 시계를 모조한 제품들이다.

상표법 제6장 제66조에 따르면 “타인의 등록상표와 동일 또는 유사한 상표를 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하거나 사용하게 할 목적으로 교부·판매·위조·모조 또는 소지하는 행위”는 상표권을 침해했다고 판단하고 있다.

위 업체의 경우 사법 당국의 단속을 피하기 위해 국내가 아닌 해외(홍콩)에 상주하며 쇼핑몰을 운영하고 있지만, 단속 가능 여부를 떠나 모조 유명 브랜드 시계, 가방 등을 판매하는 행위는 불법이다.

신문이 위와 같은 광고를 실어주는 것은 명품 브랜드의 지적재산권 침해를 방조하는 것일 뿐 아니라 소비자 피해를 양산하고 신문의 신뢰성과 품위까지 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 2, 3 및 신문광고실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

※참고 자료- 해당 쇼핑몰 온라인 상담원과의 대화 내용



2016-2-24 독자불만처리

1. 동아닷컴 발행인 박 원 재
2. 머니투데이 발행인 박 종 면
3. 아시아경제 발행인 이 세 정
4. 한겨레 발행인 정 영 무
5. 한경닷컴 발행인 황 재 활

주문

동아닷컴 2016년 8월 19일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」, 머니투데이 8월 23일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」, 아시아경제 8월 19일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」, 한겨레 8월 19일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」, 한경닷컴 8월 24일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『로또 번호는 무작위 추첨인데 해당 광고는 “방송 전에 1등 번호가 이미 정해져있다”며 국가의 복권 사업이 조작된 것처럼 선전하고 있습니다. 강력한 제재를 요청합니다.』

2. 이에 앞서 동아닷컴, 머니투데이, 아시아경제, 한겨레, 한경닷컴은 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1) 동아닷컴

- "덕질예", "뚜렛질예" 원인 도대체 뭘까?
- 月 18억, 로또급 수익녀 CCTV로 촬영해보...
- 로또 1등번호 "이미 정해져.." 리스트 발각
- 문자마 폭행, 어릴적 알고보니?
- 주식종목 금메달 "이건 기적이다" 감탄
- '심한 코골이 사망', 알고보니

〈2016. 8. 19. 11:03 캡처〉

2) 머니투데이

직장인 재테크정보 

4억원대로 5층건물을 산다. 月 500만원...
한달만에 61억 돈벼락.. 연예인 주식갑부...
주식종목 금메달 "이건 기적이다" 감탄
파킨슨병과 떨림증, 차이를 아시나요?
임플란트 가격 논란, 해결 방안나왔다
로또1등 당첨금 수령시 3가지 유의사항
임플란트 절대 하지마세요! "화제"
로또 1등번호 "이미 정해져.." 리스트 발각
10억이상 벌어가? 단타 적중률 95%

〈2016. 8. 23. 16:17 캡처〉

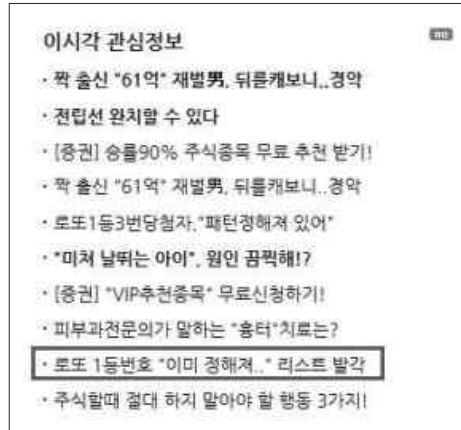
3) 아시아경제

이 시각 관심정보

- [종권] "VIP추천종목" 무료신청하기!
- 주식종목 금메달 "이건 기적이다" 감탄
- 로또 1등번호 "이미 정해져.." 리스트 발각
- 빠진 치아 받치한 이씨, 끝내 "이것"으로 해결
- 월급 100만원 식당아줌마, 집갈면 "벤츠" 끌어...
- 4억원대로 5층건물을 산다. 月 500만원씩 평생..
- 주식할 때, 절대 하지말아야 할 3가지!
- 월급 100만원 식당아줌마, 집갈면 "벤츠" 끌어...
- 주식 반토막 난 원인 알고보면.. 전부 "이것" 때문

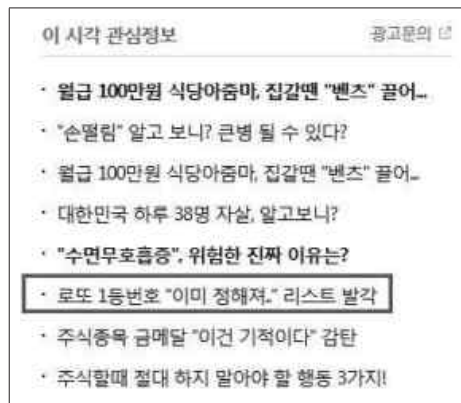
〈2016. 8. 19. 14:45 캡처〉

4)한겨레



〈2016. 8. 19. 11:20 캡처〉

5)한경닷컴



〈2016. 8. 24. 09:42 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 모두 ‘로또 번호 정보 업체’를 선전하는 것이다.

그런데 불만을 제기한 독자의 의견처럼 위 광고들은 「로또 1등번호 “이미 정해져...” 리스트 발각」이라는 제목을 달아 마치 로또 추첨에 무언가 사전 조작이 있거나 해당 업체가 미리 1등 번호를 알고 있는 것처럼 선전하고 있다.

신문이 이와 같이 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도할 우려가 있는 광고를 게재하는 것은 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-25 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 머니투데이 발행인 박 종 면

주문

국민일보 2016년 8월 10일자 「여배우 “집단성행위” 몰카유출…영상…」, 머니투데이 8월 9일자 「연예인A양… 촬영中 중년男과… 온라인 발각!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 기사에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『신문에서 왜 비아그라 광고를 하는 것입니까? 비아그라는 의사의 처방전이 있어야 구입이 가능한데 어떻게 인터넷신문에서 버젓이 판매를 하고 있죠?』

2. 이에 앞서 국민일보, 머니투데이는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보

이시각 인기정보

[AD]

- 주식고수女 SNS인증 "10억, 4일이면...
- 카드 '빚' 갚지마라! '1억까지' 정부지원
- 여배우 배드신中 실제 "성행위" "혁명"
- **여배우 "집단성행위" 몰카유출...영상보...**
- **화대생, 남자 '굴기'보다 '이것'에 매력...**
- [속보] 빚, 정부에서 신용 상관없이 1억...
- "9월, 암보험 사라진다!...", 막판 가입몰려
- '현금만2억5천' 70대노숙자 '수표도2억...
- 제2의 "셀트리온" 뜬다! 상장소식에 주...
- 해운대 쓰레기통 '12억 돈뭉치'발견.....

〈2016. 8. 10. 17:10 캡처〉

2)머니투데이

프리미엄 인기정보

B

"42억 벌었습니다"주식고수女 SNS인증 "...
 "빚갚지마" 최대8천만원 지원해줘.
 제2의 "영진약품" 상장소식에 주식업계 "...
 제2의 '영진' 등장?, 8월 상장소식에 주식...
 "수지 로렉스" 완판, 한정수량 재입고 주...
 "비염" 적신폭! 집에서 '이것' 한 번하면...
연예인A양...촬영中 중년男과...온라인 발각!
 안정환, "로렉스 시계 없다고 무시해" 결...
 10억이상 벌어가? 단타 적중률 95%

〈2016. 8. 9. 15:18 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「여배우 “집단성행위” 몰카유출...영상...」, 「연예인A양...촬영中 중년男과... 온라인 발각!」 등 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를

눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연결되도록 하였다.

그런데 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문의약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있다.

따라서 이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 신문 광고의 신뢰성을 떨어뜨리고, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 2, 3, 신문광고윤리실천요강 강령 2의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-26 독자불만처리

1. 경향신문 발행인 이 동 현
2. 국민일보 발행인 최 삼 규
3. 서울경제 발행인 이 종 환
4. 스포츠경향 발행인 이 동 현
5. 스포츠동아 발행인 송 영 언
6. 스포츠조선 발행인 방 성 훈
7. 헤럴드경제 발행인 이 영 만

주문

경향신문 2016년 9월 22일자 「연예인 협찬 “로렉스” 가격 알고보니…충격!」, 국민일보 9월 27일자 「연예인 협찬 “로렉스” 가격 알고보니…충격!」, 서울경제 9월 21일자 「연예인 협찬 “로렉스” 가격 알고보니…충격!」, 스포츠경향 9월 21일자 「연예인 협찬 “로렉스” 가격 알고보니…충격!」, 스포츠동아 9월 21일자 「유재석 “명품 시계” 가격… 알고보니… 충격!」, 스포츠조선 9월 21일자 「연예인 협찬 “휴블릿” 가격 알고보니…헉!」, 헤럴드경제 9월 22일자 「연예인 협찬 “로렉스” 가격 알고보니…충격!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『온라인 신문에 짝퉁 이미테이션 쇼핑몰 광고가 넘쳐납니다.

쇼핑몰 이름은 ‘탑클론’입니다. 짝퉁 제품 판매는 명백히 불법 행위입니다. 경찰이나 세관에서도 강력히 단속하는 것으로 알고 있습니다. 신문이 이러한 범죄 행위에까지 협조, 가담하고 있다니 정말 어처구니가 없습니다.』

2. 이에 앞서 경향신문, 국민일보, 서울경제, 스포츠경향, 스포츠동아, 스포츠조선, 헤럴드경제는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)경향신문



〈2016. 9. 22. 16:25 캡처〉

2)국민일보



<2016. 9. 27. 16:10 캡처>

3)서울경제



<2016. 9. 21. 14:45 캡처>

4)스포츠경향



<2016. 9. 21. 15:20 캡처>

5)스포츠동아



〈2016. 9. 21. 15:27 캡처〉

6)스포츠조선



〈2016. 9. 21. 16:30 캡처〉

7) 헤럴드경제



〈2016. 8. 9. 15:18 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

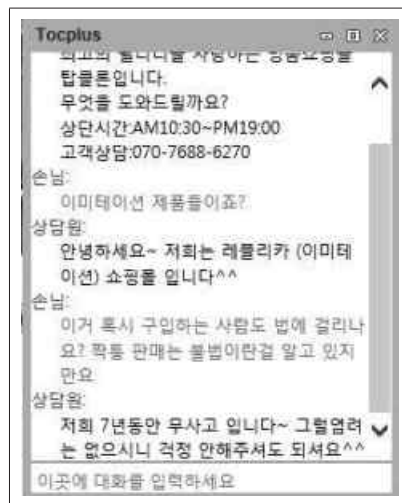
불만을 제기한 독자의 주장처럼 위 광고에 연결된 쇼핑몰에서는 해외 유명 상표를 도용한 위조 상품이 판매되고 있다. 모두 세계적인 명품 가방이나 시계를 모조한 제품들이다.

상표법 제6장 제66조에 따르면 “타인의 등록상표와 동일 또는 유사한 상표를 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하거나 사용하게 할 목적으로 교부·판매·위조·모조 또는 소지하는 행위”는 상표권을 침해하는 것으로 보고 있다.

위 업체의 경우 사법 당국의 단속을 피하기 위해 국내가 아닌 해외(홍콩)에 상주하며 쇼핑몰을 운영하고 있지만, 단속 가능 여부를 떠나 모조 유명 브랜드 시계, 가방 등을 판매하는 행위는 불법이다.

신문이 위와 같은 광고를 실어주는 것은 명품 브랜드의 지적재산권 침해를 방조하는 것일 뿐 아니라 신문의 신뢰성과 품위까지 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3 및 신문광고실천요강 강령 4의 (1)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

※참고 자료- 해당 쇼핑몰 온라인 상담원과의 대화 내용



2016-2-27 독자불만처리

1. 경향신문 발행인 이 동 현
2. 매경닷컴 발행인 진 성 기
3. 스포츠경향 발행인 이 동 현
4. 일간스포츠 발행인 홍 성 완

주문

경향신문 2016년 9월 21일자 「“로또 하지마세요” 방송전 1등 정해져…충격!」매경닷컴 9월 22일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」, 스포츠경향 9월 21일자 「“로또 하지마세요” 방송전 1등 정해져…충격!」, 일간스포츠 9월 21일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

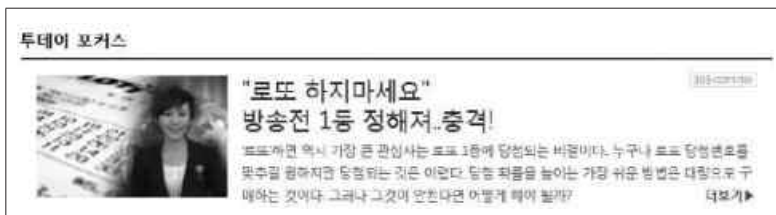
이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『로또 번호는 무작위 추첨인데 해당 광고는 “방송 전에 1등 번호가 이미 정해져있다”며 국가의 복권 사업이 조작된 것처럼 선전하고 있습니다. 강력한 제재를 요청합니다.』

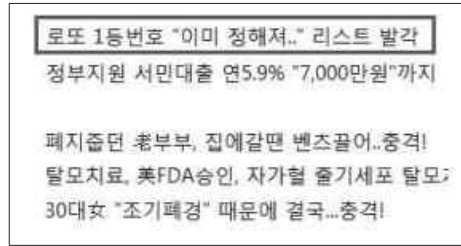
2. 이에 앞서 경향신문, 매경닷컴, 스포츠경향, 일간스포츠는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)경향신문



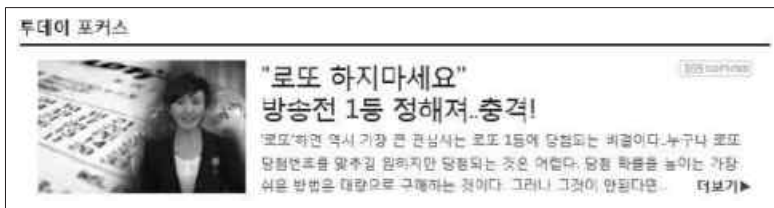
〈2016. 9. 21. 14:04 캡처〉

2)매경닷컴



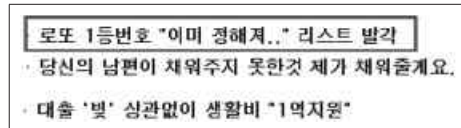
〈2016. 9. 22. 17:10 캡처〉

3)스포츠크경향



〈2016. 8. 17. 11:28 캡처〉

4)일간스포츠



〈2016. 9. 21. 16:33 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 모두 ‘로또 번호 정보 업체’를 선전하는 것이다.

그런데 불만을 제기한 독자의 의견처럼 위 광고들은 「로또 1등번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」, 「“로또 하지마세요” 방송전 1등 정해져…충격!」이라는 제목을 달아 마치 로또 추첨에 무언가 사전 조작이 있거나 해당 업체가 미리 1등 번호를 알고 있는 것처럼 선전하고 있다.

신문이 이와 같이 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도할 우려가

있는 광고를 게재하는 것은 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1)을 위반한 것이라 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-28 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 아시아경제 발행인 이 세 정
3. 한경닷컴 발행인 황 재 활

주문

국민일보 2016년 9월 10일자 「탈북 男女 “집단성행위” 영상유출…“충격”」, 아시아경제 9월 9일자 「女배우 배드신 촬영中 실제 “性행위” 유출…!」, 한경닷컴 9월 9일자 「女배우 배드신 촬영中 실제 “性행위” 유출…!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『왜 이렇게 광고 제목이 음란하고 선정적입니까? 특히 「탈북 男女 “집단성행위” 영상유출…“충격”」은 너무 심한 것 아닙니까? 탈북자들이 이런 제목을 보면 어떤 생각이 들까요? 그리고 해당 광고는 비아그라 광고인데 왜 신문이 이런 광고를 실어주는 겁니까? 비아그라는 의사의 처방전이 있어야 구입 가능한 전문 의약품입니다. 이 광고는 여러 가지로 문제가 심각합니다. 강력한 제재 부탁드립니다.』

2. 이에 앞서 국민일보, 아시아경제, 한경닷컴은 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보

이시각 인기정보

[AD]

- "月 만원대 실비보험 출시!..", 막판 가...
- "고혈압", "혈전" 치료법 밝혀져.. "업계...
- 女교사, "생계 때문에" 가족 몰래 밤마...
- 女의사 전립선 살리는 "치료법" 밝혀져...
- 女비서日 회장님에게 반한 '이것' 비X...
- 비X그라 효과 "30배" .. 女자들 미친다?
- **탈북 男女 "집단성행위" 영상유출.. "충...**
- [TIP] 이성을 유혹하는 확실한 방법!!
- 제2의 "셀트리온" 뜬다! 상장소식에 주...
- 카드 '빚' 갚지마라! '1억까지' 정부지원

〈2016. 9. 22. 16:30 캡처〉

2)아시아경제

프리미엄 인기정보

· 女배우 배드신 촬영中 실제 "성행위" 유출..!

- 아빠 170cm + 엄마 150cm = '우리아이 키' 는?
- 월급쟁이 계좌에 20억? "은행적금 절대 들지마세요!"
- 중년남성 자존심, 이것 하나면 한번에...!!
- '발기부전, 강직도, 사정량', 정력제 절대 먹지마라?
- 남성성기능 강하고 길게!! 즉시 나타난다
- 女의사, "잘어, 아관문" 먹지마세요!
- 제주도 "관광객 폭발" 빈 객실이 없다... "충격"

〈2016. 9. 27. 16:02 캡처〉

3)한경닷컴

오늘의 관심정보

광고문의 02-1234-5678

· 女배우 배드신 촬영中 실제 "성행위" 유출..!

- 제주도 "관광객 폭발" 빈 객실이 없다... "충격"
- 중금속 덩어리 후라이팬..치매까지?.. "충격"
- "똥뼚살, 내장지방" 90% 제거하면 "-10kg"까지 가...
- 중년남성 자존심, 이것 하나면 한번에...!!

〈2016. 9. 26. 17:07 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「탈북 男女 “집단성행위” 영상유출…“충격”」, 「女배우 배드신 촬영中 실제 “性행위” 유출…!」 등의 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를 눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연결되도록 하였다.

그런데 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문의약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있다.

또한 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (3)은 광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체계 및 표현을 금지하고 있는데, 위 광고의 제목들은 사건 기사로 오인할 소지가 있을 뿐 아니라 「탈북 男女 “집단성행위” 영상유출…“충격”」이라는 제목은 탈북자들의 이미지를 크게 훼손할 우려마저 있다.

따라서 위 광고는 신문광고윤리강령 2, 3, 신문광고윤리실천요강 강령 2의 (2), 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-29 독자불만처리

전자신문 발행인 이 선 기

주문

전자신문 2016년 9월 21일자 「60억 번 김씨, 탑여배우 S양과 하룻밤… 충격!」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

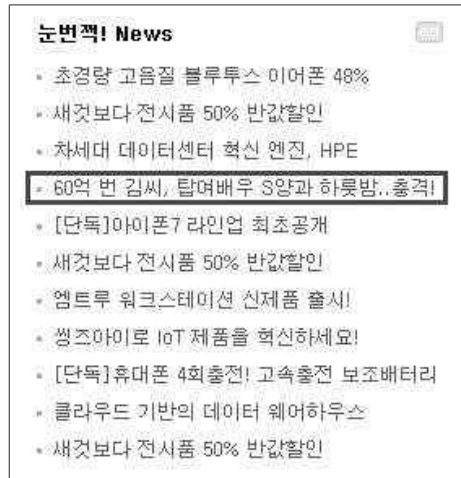
이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『기사인 줄 알고 클릭해보니 주식투자정보 광고였습니다.

이렇게 음란한 제목으로 독자를 기만하는 낚시성 광고는 없어져야 한다고 생각합니다.』

2. 이에 앞서 전자신문은 다음과 같은 광고를 게재하였다.



〈2016. 9. 21. 17:18 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 적시 광고는 주식투자정보업체를 선전하는 것이다.

문제는 위 광고의 「60억 번 김씨, 탐여배우 S양과 하룻밤... 충격!」이라는 제목이 업체의 성격이나 광고 내용과 전혀 관련이 없고 그 표현이 매우 선정적이라는 점이다. 성매매나 조건 만남과 같은 비정상적인 성행위를 연상시키는 이러한 광고는 국민의 건전한 미풍양속을 해치고 신문의 품위마저 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 2, 4, 신문광고윤리실천요강 2의 (2), 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-30 독자불만처리

1. 동아닷컴 발행인 박 원 재
2. 머니투데이 발행인 박 종 면
3. 서울신문 발행인 김 영 만
4. 스포츠경향 발행인 이 동 현
5. 스포츠동아 발행인 송 영 언
6. 스포츠조선 발행인 방 성 훈
7. 아시아경제 발행인 이 세 정
8. 조선닷컴 발행인 김 찬
9. 한겨레 발행인 정 영 무
10. 한경닷컴 발행인 황 재 활

주문

동아닷컴 2016년 10월 25일자 「“당뇨”, “혈당” 치료법 밝혀져…“업계발각”」, 머니투데이 10월 24일자 「당뇨, 결국 완치의 길 열려…업계 충격!」, 서울신문 10월 24일자 「당뇨, 결국 완치의 길 열려…업계 충격!」, 스포츠경향 10월 26일자 「당뇨, 결국 완치의 길 열려…업계 충격!」, 스포츠동아 10월 26일자 「당뇨, 결국 완치의 길 열려…업계 충격!」, 스포츠조선 10월 26일자 「“당뇨”, “혈당” 치료법 밝혀져…“업계발각”」, 아시아경제 10월 24일자 「당뇨, 결국 완치의 길 열려…업계 충격!」, 조선닷컴 10월 20일자 「당뇨, 결국 완치의 길 열려…업계 충격!」, 한겨레 10월 20일자 「당뇨, 결국 완치의 길 열려…업계 충격!」, 한경닷컴 10월 24일자 「결국 “당뇨”완치성분 개발…의학계 경악!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『당뇨는 식생활이나 운동 등의 자기 관리가 필요하고 치료도 장기간이 소요

되는 질병인데 이런 획기적인 완치약이 있다는 것이 믿어지지 않습니다. 더구나 광고하는 제품은 의약품이 아니라 건강기능식품인데 “당뇨 완치성분 개발되었다”, “당뇨 완치의 길이 열렸다”는 과장된 말로 치료 효과를 내세우는 것은 잘못됐다 생각합니다.』

2. 이에 앞서 동아닷컴, 머니투데이, 서울신문, 스포츠경향, 스포츠동아, 스포츠조선, 아시아경제, 조선닷컴, 한겨레, 한경닷컴은 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)동아닷컴

조미&인포
ADIN

·혁주관협착증, 비수술 특허기술로 완치..충격!

·남성 "조루,발기부전" 간단히 완치.. 충격!

·남성기능 "협축"한알, 비X그라 "30배"?

·"빛" 갇지마세요! 정부에서 생계자금 "1억원지"

·"연립선질환" 비대증, 10일만에 사라져..충격!

·안티에이징, 울트라포머3로 V라인 만들기

·40대女 몸긔볼긔 안면홍조 알고보니..충격!

·150억 부자가 사는"집" 어떤가 봤더니..충격!

·"당뇨", "혈당" 치료법 밝혀져.. "업계발칵"

·조루증,왜소증 누가 왜하는걸까??

·로또1등 당첨자, "자동으로 하지마라"

·30대女 "조기폐경" 때문에 결국...충격!

〈2016. 10. 25. 15:35 캡처〉

2)머니투데이

프리미엄 인기정보

'김영란법 역효과?' 수익률220% '의외의...

"당뇨, 고혈압" 청국장 먹지마세요!

'로또1등 만 3번째..방송진 번호 받아...'...

"비염,축농증" 끝내 완화법 밝혀져..업계...

"비염" 98% 호전되는 치료법 개발..의사...

정부대들 5분만에 조건없이 "8천만원"...

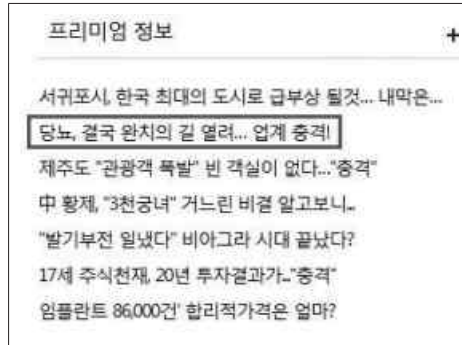
중고차카니발 500만원으로 캠핑카만들어...

고혈압 잡는 新물질..혈압약도 끊어? 대박!

당뇨, 결국 완치의 길 열려.. 업계 충격!

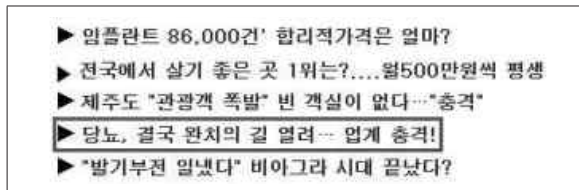
〈2016. 10. 24. 14:45 캡처〉

3)서울신문



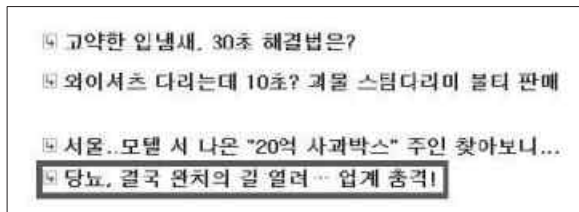
〈2016. 10. 24. 16:10 캡처〉

4)스포츠경향



〈2016. 10. 26. 15:40 캡처〉

5)스포츠동아



〈2016. 10. 26. 16:33 캡처〉

6)스포츠조선

실시간 핫이슈

ADIN

1. "명기"여성이 말하는 원만한 부부관
2. "내장지방, 똥뱃살" 90%제거 '이것'해라
3. 로또1등 17억..한순간에 날려.."억울
4. 로또1등 당첨자, "자동으로 하지마라"
5. 남성 관계전 "이것" 한알, 내여자 미쳐~
6. '42억'벌고 쉬러갑니다"주식고수女..
7. 남성 "조루,발기부전" 간단히 완치.. 총
8. 로또1등번호 "6자리 패턴"밝혀져..경악!
9. 임플란트 "77만원" 10년 AS 보장!
10. "당뇨", "혈당" 치료법 밝혀져.."업계발
11. "월 만원대 암보험 출시!..", 가입

〈2016. 10. 26. 17:05 캡처〉

7)아시아경제

프리미엄 인기정보

- 산악회 회장, 30代 물싱녀에 받은 은밀한 제안...
- 서귀포시, 한국 최대의 도시로 급부상 될것... 내막...
- 당뇨, 결국 완치의 길 열려... 업계 충격!
- 당뇨, 결국 완치의 길 열려... 업계 충격!
- "비염" 콧물, 코막힘 근본원인 찾아...충격!!
- 中 황제, "3천궁녀" 거느린 비결 알고보니...
- 임플란트 86,000건 '합리적가격'은 얼마?
- 제주도 "관광객 폭발" 빈 객실이 없다...충격"

〈2016. 10. 24. 17:02 캡처〉

8)조선닷컴

[AD]

노민생세, 당신만 몰랐던 "몸냄새" 해결...

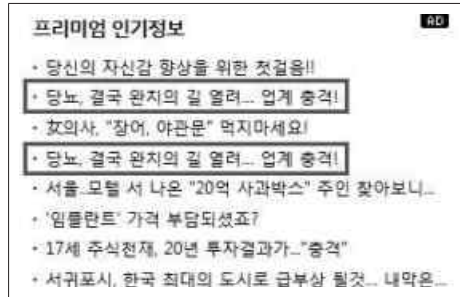
탈모환자 82%, "딱 한달"만에 발모?

당뇨, 결국 완치의 길 열려... 업계 충격!

'임플란트' 가격 부담되셨죠?

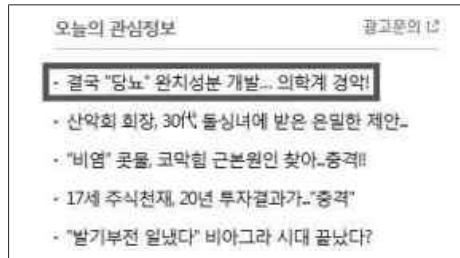
〈2016. 10. 20. 14:57 캡처〉

9)한겨레



〈2016. 10. 20. 15:20 캡처〉

10)한경닷컴



〈2016. 10. 24. 14:30 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 각각 솔잎증류농축액, 타히보 추출물 등이 함유된 건강기능식품을 선전하면서 「당뇨, 결국 완치의 길 열려... 업계 충격!」, 「결국 “당뇨” 완치성분 개발... 의학계 경악!」 등 해당 제품이 당뇨병에 의학적인 치료 효과가 있는 것처럼 제목을 달았다.

『건강기능식품에 관한 법률』은 ‘질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고’를 금지하고 있는데, 해당 제품은 ‘건강을 보조하는 정도의 제품’이라고 할 수 있으므로 제목 또는 내용에 특정 질병에 대한 치료 효과를 내세우는 표현을 넣는 것은 건강기능식품에 관한 법률을 위반한 것이다.

위와 같은 광고는 소비자에게 잘못된 정보를 제공해 선의의 피해를 줄 우려가 있고 신문의 공신력마저 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-31 독자불만처리

1. 경향신문	발행인 이 동 현
2. 국민일보	발행인 최 삼 규
3. 서울경제	발행인 이 종 환
4. 스포츠경향	발행인 이 동 현
5. 스포츠조선	발행인 방 성 훈
6. 쿠키뉴스	발행인 변 재 운

주문

경향신문 2016년 10월 19일자 「유제○ 명품 “로렉스”가격 알고보니…충격!」, 국민일보 10월 19일자 「유재석 협찬 “로렉스”가격 알고보니…충격!」, 서울경제 10월 19일자 「유제○ 명품 “로렉스”가격 알고보니…충격!」, 스포츠경향 10월 26일자 「유제○ 명품 “로렉스”가격 알고보니…충격!」, 스포츠조선 10월 26일자 「공항면세점 “명품시계” 온라인, 폭탄세일!」, 쿠키뉴스 10월 25일자 「유제○ “로렉스”가격 알고보니…충격!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『아직도 온라인 신문에 짝퉁 명품 쇼핑몰 광고가 많습니다.

쇼핑몰 이름은 ‘탑클론’입니다. 짝퉁 제품 판매는 명백히 불법입니다. 경찰이나 세관에서도 강력히 단속하는 것으로 알고 있습니다. 신문이 범죄 행위에 협조, 가담하고 있는데 왜 그냥 놔두는지 이해할 수 없습니다.』

2. 이에 앞서 경향신문, 국민일보, 서울경제, 스포츠경향, 스포츠조선, 쿠키뉴스는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)경향신문

투데이 핫 이슈

	
눈피로, 시력저하, 노안 이것 하나면 끝!	유제이 명품 '로렉스' 가격 알고보니..충격!
	
주택담보대출 2%대 파 헤쳐보니..경악!	서민대출 1원당 3천만원 확정!

〈2016. 10. 19. 13:37 캡처〉

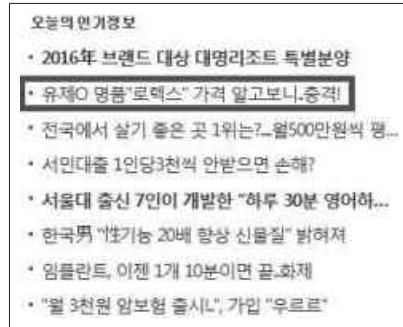
2)국민일보

베스트 클릭 이슈

1 유제이 명품 "로렉스" 가격 알고보니..충격!	
2 주택담보대출 2%대 갈아타 고 이자절감!	
3 "여성수술"을 이쁘게 하는 이성규원장	

〈2016. 10. 19. 13:50 캡처〉

3)서울경제



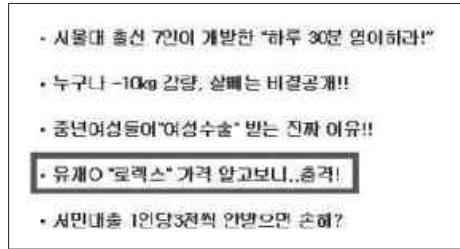
4)스포츠경향



5)스포츠조선



6) 쿠키뉴스



<2016. 10. 25. 15:26 캡처>

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

불만을 제기한 독자의 주장처럼 위 광고에 연결된 쇼핑몰에서는 해외 유명 상표를 도용한 위조 상품이 판매되고 있다. 모두 세계적인 명품 가방이나 시계를 모조한 제품들이다.

상표법 제6장 제66조에 따르면 “타인의 등록상표와 동일 또는 유사한 상표를 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하거나 사용하게 할 목적으로 교부·판매·위조·모조 또는 소지하는 행위”는 상표권을 침해하는 것으로 보고 있다.

위 업체의 경우 사법 당국의 단속을 피하기 위해 국내가 아닌 해외(홍콩)에 상주하며 쇼핑몰을 운영하고 있지만, 단속 가능 여부를 떠나 모조 유명 브랜드 시계, 가방 등을 판매하는 행위는 불법이다.

신문이 위와 같은 광고를 실어주는 것은 명품 브랜드의 지적재산권 침해를 방조하는 것일 뿐 아니라 신문의 신뢰성과 품위까지 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3 및 신문광고실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-32 독자불만처리

1. 경향신문 발행인 이 동 현
2. 동아닷컴 발행인 박 원 재
3. 매경닷컴 발행인 진 성 기
4. 머니투데이 발행인 박 종 면
5. 이데일리 발행인 곽 재 선
6. 일간스포츠 발행인 홍 성 완

주문

경향신문 2016년 10월 18일자 「“로또 하지마세요” 방송전 1등 정해져…충격!», 동아닷컴 10월 19일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각», 매경닷컴 10월 19일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각», 머니투데이 10월 19일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각», 이데일리 10월 24일자 「로또 ‘당첨번호’ 조작 혐의 정황 포착 “경…», 일간스포츠 10월 26일자 「로또 1등 번호 “이미 정해져…” 리스트 발각」에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

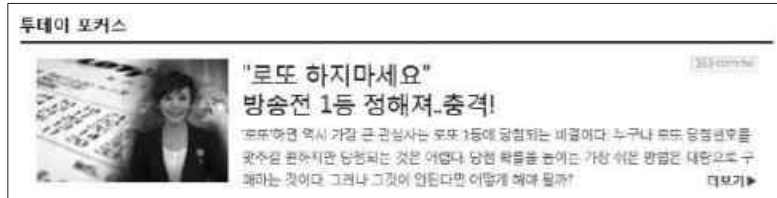
이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『로또 번호는 무작위 추첨인데 해당 광고는 “방송 전에 1등 번호가 이미 정해져있다”며 국가의 복권 사업이 조작된 것처럼 선전하고 있습니다.』

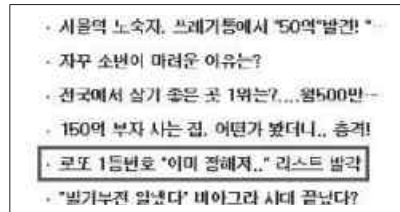
2. 이에 앞서 경향신문, 동아닷컴, 매경닷컴, 머니투데이, 이데일리, 일간스포츠는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)경향신문



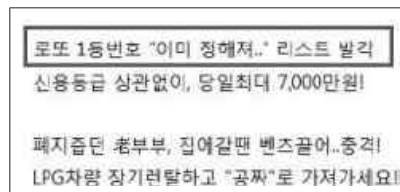
<2016. 10. 18. 14:45 캡처>

2)동아닷컴



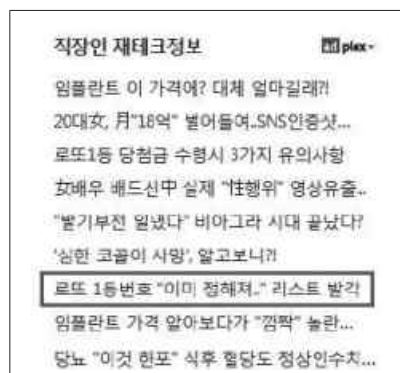
<2016. 10. 19. 14:04 캡처>

3)매경닷컴



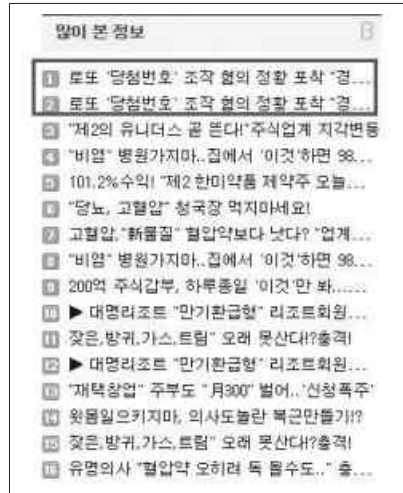
<2016. 10. 19. 14:18 캡처>

4)머니투데이



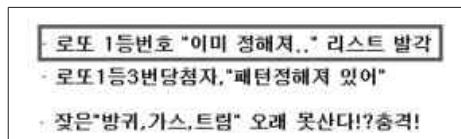
<2016. 10. 19. 14:28 캡처>

5)이데일리



〈2016. 10. 24. 15:53 캡처〉

6)일간스포츠



〈2016. 10. 26. 17:35 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 모두 ‘로또 번호 정보 업체’를 선전하는 것이다.

그런데 불만을 제기한 독자의 의견처럼 위 광고들은 「“로또 하지마세요” 방송전 1등 정해져...충격!», 「로또 ‘당첨번호’ 조작 혐의 정황 포착 “경...”이라는 제목을 달아 마치 로또 추첨에 사전 조작이 있거나 해당 업체가 미리 1등 번호를 알고 있는 것처럼 선전하고 있다.

신문이 이와 같이 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도할 우려가 있는 광고를 게재하는 것은 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1)을 위반한 것이라 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-33 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 머니투데이 발행인 박 종 면
3. 한경닷컴 발행인 황 재 활

주문

국민일보 2016년 10월 25일자 「女배우 배드신中 실제 “성행위” “혁”」, 머니투데이 10월 19일자 「女배우 배드신中 실제 “性행위” 영상유출…!」, 한경닷컴 10월 11일자 「女배우 배드신 촬영中 실제 “性행위” 유출…!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

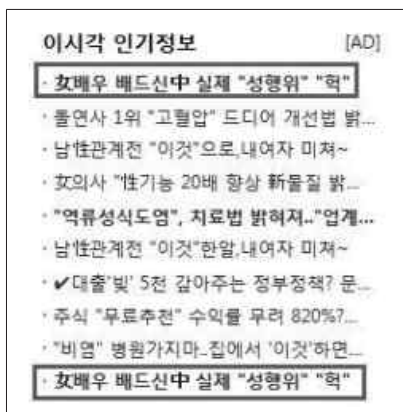
이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『왜 이렇게 광고 제목이 음란하고 선정적입니까? 그리고 해당 광고는 비아그라 광고인데 왜 신문이 이런 광고를 실어주는 겁니까? 비아그라는 의사의 처방전이 있어야 구입 가능한 전문 의약품입니다. 강력한 제재 부탁드립니다.』

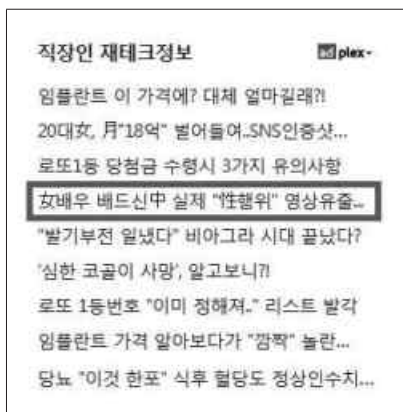
2. 이에 앞서 국민일보, 머니투데이, 한경닷컴은 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



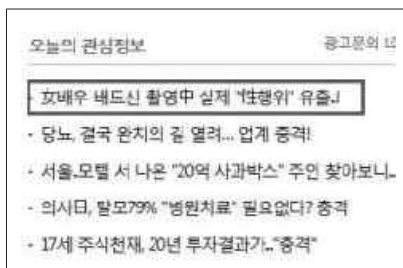
〈2016. 10. 25. 15:22 캡처〉

2)머니투데이



〈2016. 10. 19. 14:30 캡처〉

3)한경닷컴



〈2016. 10. 11. 16:20 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「女배우 배드신中 실제 “성행위” “혁”」, 「女배우 배드신中 실제 “性행위” 영상유출…!」 등 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를 눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연결되도록 하였다.

그런데 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문의약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있다.

또한 신문광고윤리실천요강은 광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체계 및 표현을 금지하고 있는데, 위와 같은 제목은 사건 기사로 오인할 소지가 있다.

따라서 위 광고들은 신문광고윤리강령 2, 3, 신문광고윤리실천요강 강령 2의 (2), 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-34 독자불만처리

1. 동아닷컴 발행인 박 원 재
2. 머니투데이 발행인 박 종 면
3. 스포츠경향 발행인 이 동 현
4. 스포츠서울 발행인 김 광 래
5. 스포츠조선 발행인 방 성 훈
6. 아시아경제 발행인 이 세 정
7. 조선닷컴 발행인 김 찬
8. 한겨레 발행인 정 영 무
9. 한경닷컴 발행인 황 재 활

주문

동아닷컴 2016년 11월 23일자 「“당뇨”, “혈당” 치료법 밝혀져… “업계발칵”」,
머니투데이 11월 28일자 「당뇨, 이제는 걱정없다…업계 충격!」, 스포츠경향
11월 23일자 「당뇨, 이제는 걱정없다…업계 충격!」, 스포츠서울 11월 24일자
「당뇨, 이제는 걱정없다…업계 충격!」, 스포츠조선 11월 23일자 「당뇨, 이제는
걱정없다…업계 충격!」, 아시아경제 11월 23일자 「“당뇨, 고혈압” 신물질 발견,
‘이것’만 먹으면 완치되」, 조선닷컴 11월 28일자 「당뇨, 이제는 걱정없다…업
계 충격!」, 한겨레 11월 29일자 「“당뇨, 고혈압” 신물질 발견, ‘이것’만 먹으면
완치되」, 한경닷컴 11월 23일자 「당뇨, 이제는 걱정없다…업계 충격!」 제목의
광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『광고하는 제품은 의약품이 아니라 건강기능식품인데 “당뇨가 완치된다”는
표현으로 치료 효과를 내세우고 있습니다.』

2. 이에 앞서 동아닷컴, 머니투데이, 스포츠경향, 스포츠서울, 스포츠조선, 아시아경제, 조선닷컴, 한겨레, 한경닷컴은 각각 다음과 같은 광고를 게재하 였다.

1) 동아닷컴

조아&인포
ADIN

· "전립선질환" 비대증, 10일만에 사라져..

· "당뇨", "혈당" 치료법 밝혀져.. "업계발칵"

· [충격] "로또1등" 당첨자 정해져있다..?

· 탈모치료, 美FDA승인, 자가혈 줄기세포 탈모

· LPG차 5년 렌탈 후 "공차"위 화제!

· 초등영어 "30일 무료체험"에 강남 "들쭉!"

· 차 팔고 싶은데..내차 "가격" 얼마?

· 남性功能 "캡슐"한알, 비X그라 "30배"?

· "월 8천원 암보험 출시!..", 막판가입 "우르르"

· [충격] "로또1등" 당첨자 정해져있다..?

· 안빠지던살.. "OO"으로 10주 "-12kg"감량?

· "전립선질환" 비대증, 10일만에 사라져...충격

(2016. 11. 23. 15:24 캡처)

2)머니투데이

프리미엄 인기정보
B

100억대 슈퍼개미, "벤츠-람보르기니까지...

'로또조작파문' 농협 문단을 위기-"충격"

"카드대출빚"있다면 無조건 1억지원!

혈압약, 고혈압에 "독" 된다? 충격적인 진...

'빛값지마!!' 99% 당일 승인 '최대1억'까지...

男관계전"○○"으로 내여자 미쳐~

男性功能20배↑ '이것' 한번! 내여자 미쳐~

정유연씨 150억 집, 어떤가 봤더니-충격!!

당뇨, 이제는 걱정없다... 업계 충격!

(2016. 11. 28. 15:30 캡처)

3)스포츠크경향

▶ "발기부전, 감작도, 사정량" 판개발고 "이것"해라..

▶ 당뇨, 이제는 걱정없다... 업계 충격!

▶ 中 황제, "3천궁녀" 커느면 바깥 열고모니...

▶ 17세 주식천재, 20년 투자결과가... *충격*

▶ 전국에서 살기 좋은 곳 1위는?... 월500만원씩 평생

(2016. 11. 23. 14:28 캡처)

4)스포츠서울

- ▶ "男,女"피로회복제 절대 먹지마세요!...왜?
- ▶ 샌티에 뽕귀자국..반복트럼..오래못산다 충격!!
- ▶ **당뇨, 이제는 걱정없다... 업계 충격!**
- ▶ "음경혈관 뚫어라!!" 性 기능이 달라진다!!

〈2016. 11. 24. 14:43 캡처〉

5)스포츠조선

프리미엄 인기정보

- "뽕뽕살, 내장지방" 90%제거... 충격!
- 가을철 "비염" 98% 호전 시키는 방법...
- ▶ **당뇨, 이제는 걱정없다... 업계 충격!**
- 정부대출, 신용 10등급도 가능해, "화제!"
- 中 황제, "3천궁녀" 거느린 비결 알고보니...

〈2016. 11. 23. 14:55 캡처〉

6)아시아경제

프리미엄 인기정보

- "뽕뽕살, 내장지방" 90%제거... 충격!
- "음경혈관 뚫어라!!" 性 기능이 달라진다!!
- ▶ **"당뇨, 고혈압"신물질 발견, 이것만 먹으면 완치되**
- "제주도 관광호텔" 4,000만원 분양...깜짝!
- 中 황제, "3천궁녀" 거느린 비결 알고보니...
- "발기부전,강직도,사정량" 뜯겨말고 "이것"해라..
- "발기부전,강직도,사정량" 뜯겨말고 "이것"해라..
- 산악회 女회장, 男회원을 홀린 '그곳'존존 비법보니..

〈2016. 11. 23. 17:34 캡처〉

7)조선닷컴

[AD]

당뇨, 이제는 걱정없다... 업계 충격!

주식할때 "가장 많이하는 실수" 알아보...

정부대출, 신용 10등급도 가능해, "화제!"

하루'한알' 중년 고민 해결해.. 무료체험...

〈2016. 11. 28. 14:20 캡처〉

8)한겨레

프리미엄 인기정보

- 주식할때 "가장 많이하는 실수" 알아보니...
- V특공대, 연봉7천 "리스크없는창업" 공개
- 당뇨, 이제는 걱정없다... 업계 충격!
- 17세 주식천재, 20년 투자결과가... "충격"
- 제주도 "관광객 폭발" 빈 격실이 없다... "충격"
- 하루'한알' 중년 고민 해결해.. 무료체험본 제공까지
- 하루'한알' 중년 고민 해결해.. 무료체험본 제공까지
- "당뇨, 고혈압"신물질 발견, '이것'만 먹으면 완치되

〈2016. 11. 29. 14:55 캡처〉

9)한경닷컴

오늘의 관심정보

- "발기부전,강직도,사정량" 떼어내고 "이것"해라.
- "통뱃살, 내장지방" 90%제거.. 충격!
- 주식할때 "가장 많이하는 실수" 알아보니...
- "당뇨, 이제는 걱정없다... 업계 충격!"
- "발기부전,강직도,사정량" 떼어내고 "이것"해라.

〈2016. 11. 23. 16:02 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 술잎증류농축액, 타히보 추출물 등이 함유된 건강기능식품을 선전하는 것이다.

그런데 동아닷컴, 아시아경제, 한겨레는 「“당뇨”, “혈당” 치료법 밝혀져... “업계발칵”」, 「“당뇨, 고혈압” 신물질 발견, ‘이것’만 먹으면 완치되」 등 해당 제품이 당뇨병에 의학적인 치료 효과가 있는 것처럼 제목을 달았다.

상기 적시된 그 외 신문들은 「당뇨, 이제는 걱정없다...업계 충격!」이라고 제목을 달았지만, 이를 클릭하면 「[속보] 당뇨, 결국 완치의 길 열려... 업계 충격!」 제하의 광고 페이지로 연결된다.

『건강기능식품에 관한 법률』은 ‘질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고’를 금지하고 있는데, 해당 제품은 ‘건강을 보조하는 정도의 제품’이라고 할 수 있으므로 제목 또는 내용에 특정 질병에 대한 치료 효과를 내세우는 표현을 넣는 것은 건강기능식품에 관한 법률을 정면으로 위반한 것이다.

건강기능식품을 광고하면서 위와 같은 제목을 다는 것은 소비자에게 잘못된 정보를 제공해 선의의 피해를 줄 우려가 있고 신문의 공신력마저 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-35 독자불만처리

1. 국민일보	발행인 최 삼 규
2. 머니투데이	발행인 박 종 면
3. 코리아헤럴드	발행인 이 영 만
4. 한국일보	발행인 이 준 희
5. 헤럴드경제	발행인 이 영 만

주문

국민일보 2016년 11월 28일자 「농협 문단을 위기, ‘로또조작파문’…“충격”」, 머니투데이 11월 22일자 「‘로또조작파문’, 농협 문단을 위기…“충격”」, 코리아헤럴드 11월 28일자 「‘로또조작파문’, 농협 문단을 위기…」, 한국일보 11월 28일자 「농협 문단을 위기, ‘로또조작파문’…“충격”」, 헤럴드경제 11월 24일자 「‘로또조작파문’, 농협 문단을 위기…“충격”」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『해당 광고는 농협이 국가의 복권 사업을 조작한 것처럼 선전하고 있습니다.』

2. 이에 앞서 국민일보, 머니투데이, 코리아헤럴드, 한국일보, 헤럴드경제는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보

▶ "아랫배가스, 잦은방귀" 오래 못산다 충격!!
▶ 송도 "초호화 요트" 누구건가 봤더니...충격!!
▶ **농협 문단을 위기, '로또조작파문' .."충격"**
▶ 男관계전"○○"으로 내여자 미쳐~
▶ '저금리시대' 전문가들도 주목 하는 재테크 방법..

〈2016. 11. 28. 15:05 캡처〉

2)머니투데이

프리미엄 인기정보 B

'로또조작파문' 농협 문단을 위기.. "충격"

비아X라 50배 ↑, 남·性 2시간 고백없어..
"허리통증" 방치했다가 결국.. '충격'
"고혈압"에 혈압약은 <독>? 충격적 진실...
최O실 로또당첨번호조작 주가의혹!?".. "충...
女の사"전립선 살리는 "치료법" 남성力♪
20대 女대생 "이것"으로 매일 500만원벌어
신차 살필요없다, 중고차 사야하는 이유!?
"발기부전,강직도,사정량" 째거말고 "이것..."

〈2016. 11. 22. 13:50 캡처〉

3) 코리아헤럴드

오늘의 인기정보	
1	농협 문단을 위기, '로또조작파문' .."충...
2	男性기능20배↑'이것' 한번! 내여자...
3	LPG차량 "5년 렌탈" 후 공짜로 가져가...
4	100억대 슈퍼개미, "벤츠 람보르기니까...
5	강남부자"카톡"내용 유출 확인해볼...
6	"고혈압"에 혈압약은 <독>? 충격적 진...
7	'빛값지마!!' 99% 당일 승인 '최대1억'까...
8	정유연씨 150억 집, 어떤가 봤더니.. 충격!!
9	'로또조작파문', 농협 문단을 위기..
10	"카드,대출빚"있다면 無조건 1억지원!

〈2016. 11. 28. 15:20 캡처〉

4) 한국일보

▶ "고혈압약" 불신 커져..해답으로 각광받는 '이것'..	AD
▶ 송도 "조호화 요트" 누구건가 봤더니...충격!!	AD
▶ 60대男, 혈압약 끊고도 "고혈압" 개선..효과 입증!	AD
▶ 신차 살필요없다, 중고차 인기몰이 이유는!?	AD
▶ 농협 문단을 위기, '로또조작파문' .."충격"	AD

〈2016. 11. 28. 15:45 캡처〉

5) 헤럴드경제

오늘의 인기 정보	
· "고혈압"에 혈압약은 <독>? 충격적 진실...	
· 주식 "무료주천" 개미투자자 <함정>!?	
· 신차 살필요없다, 중고차 사야하는 이유!?	
· '당뇨', 혈당관리 "이것" 한 알로 해결 !!	
· 혈압약, 고혈압에 "독" 된다? 충격적인...	
· 믿을수 있는 중고차 "플러스카" 11월 EV...	
· 20대 女대생 "이것"으로 매일 500만원벌...	
· 송도 "조호화 요트" 누구건가 봤더니...충...	
· '로또조작파문', 농협 문단을 위기.. "충격"	
· 男性기능20배↑'이것' 한번! 내여자 미쳐~	

〈2016. 11. 24. 14:30 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고들은 모두 ‘로또 번호 정보 업체’를 선전하는 것이다.

그런데 불만을 제기한 독자의 의견처럼 위 광고들은 「‘로또조작과문’, 농협 문단을 위기…“충격”」이라는 제목을 달아 마치 로또 추첨에 사전 조작이 있거나 농협이 연루된 것처럼 선전하고 있다.

신문이 이와 같이 허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도할 우려가 있는 광고를 게재하는 것은 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-36 독자불만처리

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 머니투데이 발행인 박 종 면
3. 코리아타임스 발행인 이 창 섭

주문

국민일보 2016년 11월 28일자 「정유연씨 150억 집, 어떤가 봤더니…충격!!」, 머니투데이 11월 28일자 「정유연씨 150억 집, 어떤가 봤더니…충격!!」, 코리아타임스 11월 28일자 「정유연씨 150억 집, 어떤가 봤더니…충격!!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘경고’한다.

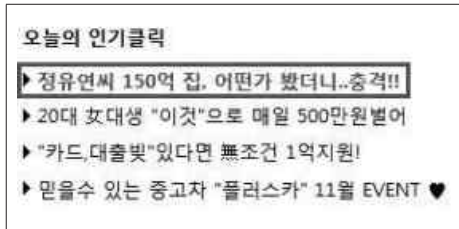
이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『최순실 딸 정유라(정유연) 관련 기사인 줄 알고 클릭해보니 주식투자정보 광고였습니다. 독자를 기만하는 이런 낚시성 광고는 없어져야 한다고 생각합니다.』

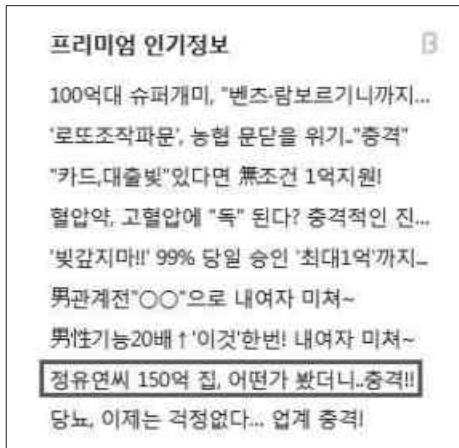
2. 이에 앞서 국민일보, 머니투데이, 코리아타임스는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)국민일보



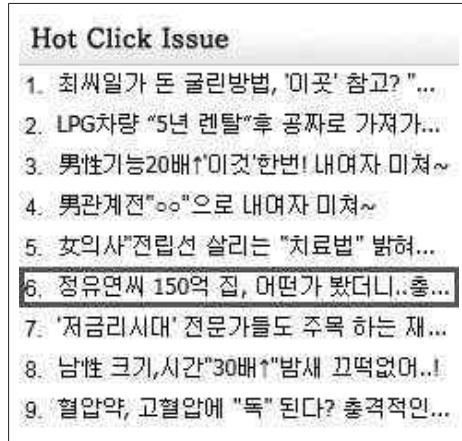
〈2016. 11. 28. 15:08 캡처〉

2)머니투데이



〈2016. 11. 28. 15:37 캡처〉

3)코리아타임스



<2016. 11. 28. 15:50 캡처>

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 자사 사이트 광고 블록에 「정유연씨 150억 집, 어떤가 봤더니... 충격!!」 제목의 광고를 게재하고, 이를 둘러보면 주식투자정보업체 홍보물로 연결되도록 하였다.

신문광고윤리실천요강 강령 4의 (3)은 광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체계 및 표현을 금지하고 있는데, 위 광고는 최순실 국정농단 관련 기사로 오인할 소지가 있다는 점에서 더욱 문제가 있다. 해당 광고의 상세 페이지를 살펴봐도 업체의 성격이나 광고 내용이 최순실 또는 정유연(정유라)과 전혀 관련이 없다. 국가적으로 엄중한 시기에 그와 관련된 중대 사안을 상업적으로 이용, 독자를 기만·오도하고 있는 것이다.

또한 위 광고는 주식투자 성공사례를 소개한다며 서울 은평구에 사는 최지연(27)씨의 인터뷰와 사진을 실었지만, 게재된 사진은 중국 인터넷에 떠도는 것이며 '최지연'이라는 여성도 가상의 인물이다.

이와 같이 독자를 기만하는 행태를 고려할 때, 해당 광고의 업체는 사기 혐의로 구속된 '청담동 주식부자' 이희진의 '사기성 투자 자문'과 비슷한 수법으로

독자들에게 선의의 피해를 입힐 가능성이 높다.

따라서 위 광고는 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (3)뿐만 아니라, “신문광고는 독자에게 이익을 주고 신뢰받을 수 있어야 한다”, “신문광고는 공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 규정한 신문광고윤리강령 1과 2, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2016-2-37 독자불만처리

1. 동아닷컴 발행인 박 원 재
2. 머니투데이 발행인 박 종 면
3. 일간스포츠 발행인 홍 성 완

주문

동아닷컴 2016년 11월 14일자 「연예인 “집단性행위” 온라인 “영상유출”…헉!», 머니투데이 11월 23일자 「女배우 배드신中 실제 “性행위” 영상유출”…», 일간스포츠 11월 24일자 「연예인 “집단性행위” 온라인 “영상유출”…헉!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

이유

1. 위 광고에 대한 독자의 불만제기내용은 다음과 같다.

『왜 이렇게 광고 제목이 음란하고 선정적입니까? 그리고 해당 광고는 비아그라 광고인데 왜 신문이 이런 광고를 실어주는 겁니까? 비아그라는 의사의 처방전이 있어야 구입 가능한 전문 의약품입니다. 강력한 제재 부탁드립니다.』

2. 이에 앞서 동아닷컴, 머니투데이, 일간스포츠는 각각 다음과 같은 광고를 게재하였다.

1)동아닷컴

AD 금주의 생생정보

- "발기부전 일냈다" 비아그라 시대 끝났다?
- "당뇨" 판거하지말고, "이것"만 해라!
- 혈당 가만두면 평생 짙어져야..
- "턱장애", "뚜렛장애"원인 도대체 뭘까?
- 연예인 "집단^性행위" 온라인 "영상유통"..헉!
- 서민대출 지원 "최대5000만원" 가능

〈2016. 11. 14. 17:20 캡처〉

2)머니투데이

직장인 재테크정보 

"성기능" 비X그라 20배 항상 ↑ 女친 안달...

女배우 배드신中 실제 "性행위" 영상유통...

임플란트 가격 알아보다가 "깜짝" 놀란...

남편 미안해..주부, 40억대 호화생활.. "충격"

"손떨림" 알고 보니? 큰병 될 수 있다?

임플란트도 이젠 가격경쟁시대, 1순위는...

고주만지는 내 아이, 알아보니?" 충격"

150억 부자 사는 집, 어떤가 봤더니.. 충격!

제주도 "관광객 폭발" 빈 객실이 없다..."

〈2016. 11. 23. 16:20 캡처〉

3)일간스포츠

- 휴대폰 문자, 함부로 지우지 마세요!
- 연예인 "집단^性행위" 온라인 "영상유통"..헉!
- 수백억번 女교사, 생계위해 문란행위.."경악"

〈2016. 11. 24. 14:03 캡처〉

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 신문들은 「연예인 “집단性행위” 온라인 “영상유통”…헉!」, 「女배우 배드신 中 실제 “性행위” 영상유통…」 등 선정적인 제목으로 독자의 시선을 유도하고 이를 눌러보면 비아그라, 시알리스 등 발기부전치료제를 판매하는 사이트로 연결되도록 하였다.

그런데 발기부전 치료제는 의사의 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문약품’이므로 광고를 통한 일반판매는 법에 저촉된다. 또한 정품 여부를 확인하기 어려워 소비자 피해가 발생할 수 있고 의약품의 오·남용을 조장해 국민 건강을 위협할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 2, 3, 신문광고윤리실천요강 강령 2의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.



”

독자불만처리 현황

Korea Press Ethics Commission

...



▲ 독자불만처리위원 심의 결과(2016. 1. - 12.)

가. 결정 내용

구 분	상답	기각	주의	경고	계
일간신문 및 통신	50	1	20	-	71
온라인신문	201	10	337	2	550
소계	251	11	357	2	621

나. 결정 이유

① 기사

규 제 이 유		계
강령 제2조 언론의 책임		10
강령 제4조 보도와 평론		1
제1조 언론의 자유·책임·독립	사회·경제 세력으로부터의 독립	59
	차별과 편견의 금지	2
제3조 보도준칙	선정보도의 금지	9
	답변의 기회	2
	보도자료의 검증	59
제8조 출판물의 전재와 인용	통신기사의 출처명시	3
	타 언론사 보도 등의 표절 금지	3
제10조 편집지침	표제의 원칙	10
	기사와 광고의 구분	31
제12조 사생활 보호	공인의 사생활 보도	1
제13조 어린이 보호	유해환경으로부터의 어린이 보호	14
규제 총 건수		204

② 광고

규 제 이 유	계
신뢰훼손광고	25
미풍양속저해광고	131
과대광고	126
법규위반광고	105
허위광고	132
기사혼동광고	33
규제 총 건수	552

이 사 회

이 사 장 김 기 웅 (한국경제 사장)
 이 사 김 용 담 (윤리위원회 위원장)
 정 영 무 (한겨레 사장)
 김 여 송 (광주일보 사장)
 손 인 락 (영남일보 사장)
 김 원 식 (중도일보 회장)
 이 하 경 (한국신문방송편집인협회 회장
 · 중앙일보 주필)
 김 세 형 (매일경제 고문)
 정 규 성 (한국기자협회 회장)
 박 래 용 (경향신문 논설위원)
 감 사 남 상 현 (대전일보 사장)
 이 영 만 (헤럴드경제 사장)

윤 리 위 원 회

위 원 장 김 용 담 (변호사·전 대법관)
 윤리위원 정 승 호 (독자불만처리위원)
 장 명 국 (내일신문 사장)
 이 동 현 (경향신문 사장)
 박 재 현 (중앙일보 편집국장대리)
 장 인 철 (한국일보 논설위원)
 김 규 식 (매일경제 금융부 차장)
 강 희 (경인일보 편집부장)
 손 해 원 (국회의원·더불어민주당)
 이 은 재 (국회의원·바른정당)
 하 윤 수 (한국교원단체총연합회 회장)
 김 영 모 (한국신문협회 광고협의회장
 · 문화일보 광고국장)
 박 현 갑 (서울신문 온라인뉴스국장)
 박 미 경 (수필가·한국문인협회 이사)

독자불만처리위원

위 원 정 승 호 (전 한국일보 편집부국장)
 심의위원 박 동 근
 강 방 준

심 의 실

심의실장 김 명 서
 심의위원 현 창 국
 유 규 하
 윤 양 섭
 서 배 원
 전문위원 김 인 모
 이 용 원
 이 상 용
 이 창 호
 홍 완 식

사 무 국

사무국장 김 종 원
 총무부장 박 상 국

독자불만처리보고

발행일 ————— 2017년 4월 20일

발행인 ————— 김 기 응

발행처 ————— 한국신문윤리위원회

서울 중구 세종대로 124(프레스센터 13층)

전화 (02)734-3081~3

팩스 (02)720-1176

www.ikpec.or.kr

편집·제작 ————— (주)씨마스커뮤니케이션

전화 (02)2269-8280~1

한국신문윤리위원회

Korea Press Ethics Commission

