

광고



1. 기사로 오인케 하는 광고

▲ 2010 - 2044 신문광고윤리강령 위반

1. 東亞日報 발행인 김 재 호
2. 중앙일보 발행인 송 필 호
3. 한국일보 발행인 이 종 승

〈주 문〉

東亞日報 2010년 8월 18일자 A13면 「시간·전기 1/2로 줄인 버블 에코, 세탁기 역사 다시 쓰다/버블에서 진화한 버블 에코 반응 뜨거워!」, 중앙일보 8월 19일자 23면 「시간·전기 1/2로 줄인 버블 에코, 세탁기 역사 다시 쓰다/버블에서 진화한 버블 에코 반응 뜨거워!」, 한국일보 8월 20일자 13면 「시간·전기 1/2로 줄인 버블 에코, 세탁기 역사 다시 쓰다/버블에서 진화한 버블 에코 반응 뜨거워!」 제목의 기사형 광고에 대하여 각각 '주의' 조치한다.

〈이 유〉

위 광고는 각각 사회면 중앙에 가로 3단 크기의 박스형으로 붉은 색의 여성 치마를 사진으로 곁들이면서 삼성전자가 판매 중인 '하우젠 버블 에코 세탁기'를 기사식 편집체제와 표현을 사용하여 칭찬 일변도로 소개하고 있는데, 내용 등으로 보아 '광고'임이 분명한 이른바 기사형 광고다.

특히 이 광고는 같은 날 A15면(동아일보)·23면(중앙일보)·13면(한국일보)에 같은 회사의 동일한 세탁기를 홍보하는 〈전면 광고〉를 게재하고 있어 일종의 티저 광고로도 볼 수 있다. 그럼에도 전문가가 아니면 광고인지 기사인지 구분하기 어려운 기사형 광고를 실어 독자에게 혼란을 주고 있다.

따라서 위 광고는 '광고'임을 알 수 있도록 별도로 '광고' 표시를 하는 것이 마땅함에도 이를 이행하지 않았으므로 신문광고윤리강령 4, 동 실천요강 강령 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

시간·전기 $\frac{1}{2}$ 로 줄인 버블 에코, 2 세탁기 역사 다시 쓰다

**버블에서 진화한 버블 에코
반응 뜨거워!**

삼성전자는 지난 4월말에 출시한 '하우젠 버블 에코' 세탁기가 출시 2개월 만에 3만대를 판매하는 기록적인 성장세를 보이고 있다고 밝혔다.

이는 삼성전자가 버블 드럼세탁기를 처음 출시했을 때인 2008년 8월말 당시 2개월 만에 1만5천 대를 돌파했던 것과 비교해 2배 빠른 성장이다.

**버블 에코 최단기간 최다판매
신기록 수립!**

이로써 버블 에코 드럼세탁기는 삼성전자가 지난 1974년 '세탁기' 생산을 시작한 이후 35년만에 단일 모델군으로는 역대 최단시간에 최다판매 신기록을 달성했던 하우젠 버블 모델의 판매기록을 경신하게 됐다.



큰 맘 먹고 산
'빨간 원피스'
어디에 맡기지?

**시간과 전기 1/2 혜택으로
소비자 사로잡아**

버블 에코 드럼세탁기는 세탁 시간과 전기사용량을 일반 드럼의 절반 이하로 줄여 소비자들의 호응을 얻고 있는데, 가령 대한민국 1500만 가구의 세탁기를 버블에코로 바꾼다고 가정하면 1년 동안 버블에코로 줄인 에너지(약 8500만kwh)로 지하철 1~4호선 객차를 모두 365일 운전할 수 있는 에너지(8400만 kwh)가 절약되는 셈이다. 또한 고온의 공기로 의류나 침구를 건조시켜주는 '에어살균'과 '에어탈취', '이불털기' 코스(16·17kg 제품 限)는 장마철을 맞아 제품을 구매한 소비자들 중심의 입소문을 타고 판매에 탄력을 더했다. 담당자는 "버블 세탁과 같은 혁신기술에 소비자 생활밀착형 기능들이 시장 성장을 이끌어 냈다"며 "앞으로 친환경 제품으로 세계 세탁기 시장의 일대 혁명을 이뤄내겠다"고 말했다.

〈한국일보 2010년 8월 20일자 13면〉

▲ 2010 - 2060 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠서울 발행인 송 대 수

2. 스포츠조선 발행인 남 상 균

<주 문>

스포츠서울 2010년 12월 9일자 24면 「“산학협력 강한 구미1대학 취업률 1위 이유있었네”/4년간 20억원 지원 지경부 사업 또 획득」, 스포츠조선 12월 13일자 21면 「스포츠조선 ‘3331’모바일엔.../‘D컵 여대생’ 화보 공개」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

<이 유>

위 스포츠서울 광고는 ‘사회’면 하단 좌측에 붉은 사선을 위와 옆으로 그은 박스 안에 구미1대학의 산학협력 성과 등을 소개하고 있다. 스포츠조선 광고 또한 가는 선으로 박스를 만들고 그 안에 「‘스포츠조선 모바일 3331’에서 유료로 수십 개의 스타 화보 및 만화를 무제한 감상할 수 있다」 내용을 싣고 있다.

이들 광고는 신문 등 언론관련 전문가들이 보면 ‘기사형 광고’임을 알 수 있지만, 일반 독자들에게는 기사인지 광고인지를 구분하기가 매우 어려운 편집 체제를 취하고 있다.

따라서 이 광고들은 큰 제목 바로 위나 박스 상단에 <광고>라는 문구를 삽입하여 일반 기사와 혼동을 피하도록 하는 것이 바람직함에도 이를 표시하지 않아 신문의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

“산학협력 강한 구미1대학 취업률 1위 이유있었네”

올해들이 산학협력 관련 각종 국제사업에 선정되면서 주목을 받고 있는 구미1대학(총장 정창우)이 연말을 앞두고 20억 규모의 신규사업권을 확보하여 산학협력융합지원센터 등으로서의 전국적인 위상을 높여갔다.

구미1대학 산학협력단(단장 서영재)은 최근 지경부로부터 지원되는 “2010년 에너지인력양성사업”의 미래 기초연구 역량개발 분야에 “신재생에너지 예비기술 기초트랙” 사업자로 최종 선정되었다고 3일 밝혔다.

이번 사업은 정창우 구미지학의 IT 산업이 신재생에너지 산업으로 산업환경이 변화하는 시점에서 앞으로 다가올 전문기술인력의 수요 증가에 대응하기 위한 것으로, 정책 경쟁력 선도 산업과 연계하여 지역 지역의 신재생에너지 산업체를 대상으로한 수요조사를 바탕으로 추진하는 직업교육 프로그램이다.

전국 대학 및 전문대학을 대상으로 공모한 프로그램 지원경쟁에서 별가를 통해 사업자로 선정된 구미1대학은 전기에너지개발과 기계계열이 공동으로 참여하여 구미지학의 태양광 단지 생산 전문기술인력을 양성하는 교육프로그램을 진행하게 된다.

특히 이 프로그램은 지식경제부가 교육수요자에게 특화된서비스를 수여하고, 구미지학에 1대 참여기업인 신재생에너지 기업들이 특화된 교육 프로그램을 인턴과 고용을 하겠다는 협약을 맺고 추진하는 현장 맞춤형 산학협력교육이라는 큰 특징과 장점을 갖고 있다.

그 뿐만 아니라 경상북도와 구미시가 적극 행정-재정적 지원을 하고 태양광 등 신재생에너지 생산공정 기술은 구미전지정보기술원과 참여 기업에서 보유하고 있는 정보와 기기로 현장에서 직접 강의와 실습을 담당하는 형태로 이뤄지게 된다.

본 사업은 총 4년간 20억원의 예산으로 추진되며 지식경제부가 11억원, 참여기관 및 기업에서 10여억원을 지원하는 산학연관 공동의 신사업 교육 모델로 지원대응할 것으로 기대된다.

이번 사업지 선정에 공동 참여한 구미1대학의 서영재 단장(산학협력

4년간 20억원지원 지경부사업 또 획득

구미1대학 - 에너지인력양성사업자로 선정

구미1대학

단)은 “이번 사업지 선정은 그동안 구미1대학이 산학협력융합대학으로서 전국적인 역량과 다양한 실적을 이룩한 결과물로서 자랑”이라며 “앞으로 선진 지자재와 기업, 연구소들과 협심하여 미래 신재생에너지 분야의 우수한 인재들을 배출하는 산학협력의 중요 체제로 발전해 나가기”며 자신감을 전했다.

또한 사업단은 “올해 구미1대학이 건강보험 가입기준 취업을 85.7%로

졸업생 1명당이상 기준으로 전국 대학에서 박람회 1등을 할 수 있었던 그 지학에는 국내 최대 규모의 국가산업단지에 2천여 기업체가 몰려있는 지리적 여건과 기업체와의 밀착성 높은 맞춤형 산학협력 인프라를 구축하고 노력한 결과라고 생각한다”고 밝혔다.

특히 올해 구미1대학의 산학협력 성과물로 전국적인 입지와 위상을 갖추게 되었다는 서단장은 “지난 10월 전국 산학협력융합지원센터이로 두 참여하는 협선했다지만 전국경진대회”를 유치해 좋은 성과를 거두었고, 일본과 베트남 등 국제산학협력도 주목해 명실공히 직업인문 교육기관으로서 국내 뿐만아니라 국제적 경쟁력도 갖추어 가고 있다”고 말했다.

문의 : (053)401-114, www.kumi.ac.kr

■ 구미1대학 산학협력 성과

지경부지 2억 800억원 이상과 재정을 지원받아, 구미국가산업단지의 수요에 충족되는 약 2000여명의 연구인력을 유치하여 이 연구인력 100여명 이상을 교육하고 있다.

지적 산업체의 기술예비사업에

경을 위해 약 100여명의 교수와 산학협력 분야에 약 200여개 기업과 10여개 대학을 유치하고, 이를 학생들의 취업과 연결시켜 전국 최고의 취업률을 유지하며 2010년 한국 대학 취업률 1등(졸업생 1인당)인 모든 대학이상을 급차점을 올렸다.

▶ 구미1대학은 구미국가산업단지

의 산업화 정책의 모범형 특성화 대학으로 지역사회와 동반자적인 역할과 산학연관 일체화 지원사업을 선도하는 기업대학으로 발돋움할 것이다.

▶ 구미1대학은 이제 국내를 넘어 국제산학협력에도 발을 그 첫걸음(일본, 베트남)을 내딛었으며 세계 최고의 직업인문 교육기관이 되고

기 위해 최선을 다하고 있다.

■ 산학협력 관련 최근 수상내역

2010.10

“협선했다지만 전국경진대회” 대상

2010.11

“2010 산학협력 엑스포” 교육과학기술부 장관상 수상

“세계 산업도시 콜라보레이션” 남 지자재부장상 수상

<스포츠서울 2010년 12월 9일자 24면>

스포츠조선

‘3331’ 모바일엔...

‘D컵 여대생’ 화보 공개

청순한 외모와 육감적인 몸매로 촬영기간 내내 화제를 모았던 ‘D컵 여대생’ 화보를 ‘스포츠조선 모바일 3331’에서 공개한다.

럭셔리 풀빌라를 배경으로 촬영된 이번 화보는 그녀의 육감적 바디라인을 럭셔리한 분위기로 연출하였다. 워낙 클래식 스타일이라 평범한 의상이나 소품을 사용하면 도발적인 이미지가 강해 촬영스텝과 현지인들의 눈을 뜨게 했으며 타고난 육감적 몸매로 마니아 팬들의 가슴을 설레이기에 충분했다.

스포츠조선 월정액 요금제에 가입하면 하루 200원도 안되는



금액으로 수십개의 스타화보 및 만화를 무제한으로 감상할 수 있다. 스포츠조선 모바일 서비스에 접속하려면 휴대폰을 열고 ‘3331 + NATE(SKT이동자), SHOW(KT이동자), EZ-L(GT이동자)’만 누르면 된다. (단, 무선인터넷 접속시 데이터 통화료 발생)

<스포츠조선 2010년 12월 13일자 21면>

2. 청소년에 유해한 이동통신서비스

▲ 2010 - 2027 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠서울 발행인 송 대 수
2. 스포츠조선 발행인 남 상 균
3. 스포츠칸 발행인 송 영 승
4. 일간스포츠 발행인 정 경 문

〈주 문〉

스포츠서울 2010년 5월 4일자 4면 「잘나가는 A급 강남녀/18 누르고」·「육감스타킹/619 누르고」와 5월 14일자 4면 「nud모텔/69 누르고」·「육감아줌마/818 누르고」 및 5월 17일자 4면 「nud모텔/69 누르고」·「육감아줌마/818 누르고」 외, 스포츠조선 5월 4일자 20면 「여자가 보고 싶을 때/69 누르고」·「땡!너~/육덕노출/615 누르고」·「심야노출/야한 상상/18 누르고」·「투명속살 훑쳐보기/8289누르고」와 5월 14일자 18면 「심야노출/야한 상상/18누르고」·「여대생 은밀한 란제리/405 누르고」·「리얼상상/육실 샤워중/69누르고」·「투명속살 훑쳐보기/8289 누르고」 및 5월 17일자 23면 「노출 중독녀 사생활/18 누르고」·「외로운 미시녀/69 누르고」·「노출본능 뽀얀 살결/8280 누르고」·「투명속살 훑쳐보기/ 8289 누르고」 외, 스포츠칸 5월 4일자 10면·5월 14일자 18면·5월 17일자 10면 「성인 ZONE/여대생 밀착 탐구/69 누르고」 외, 일간스포츠 5월 4일자 12면 「잘 빠진 육감 몸매/혼자 사는 미시녀/818 누르고」와 5월 14일자 22면 「하라는 공부는 안 하고!/핸드폰에 992 눌르고」 및 5월 17일자 4면 「실제 상황!/육감스타킹/619 누르고」·14면 「르포/연봉 3억 텐프로/그녀들의 사생활/19 누르고」·31면 「어려도 느껴요.../992 눌르고」 외 제목의 광고에 대하여 각각 ‘경고’ 한다.

〈이 유〉

위 광고들은 하나같이 국내외 젊은 여성들의 가슴과 심부만을 아슬아슬하게 가린 묘한 자세의 반라 사진을 배경에 깔고 이동통신 3사의 특정 전화번호를 누르면 관련 여성들의 선정적인 사진들을 유료로 볼 수 있다는 내용을 담고 있는데, 이는 청소년들에게 부적절한 성적 호기심을 유발하고 나아가 여성의 신체를 상품화하여 결과적으로 청소년을 포함한 광범위한 독자들에게 부적절한 성의식을 심어줌으로써 건전한 사회윤리를 해칠 우려가 있어 신문광고윤리강령 2, 동 실천요강 강령 2의 (2)를 위반한 점이 인정되고, 3회 이상 ‘주의’ 조치하였음에도 이를 시정하지 않아 주문과 같이 한 단계 높여 결정한다.



〈스포츠서울 2010년 5월 4일자 4면〉

▲ 2010 - 2045 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠서울 발행인 송 대 수
2. 스포츠조선 발행인 남 상 균
3. 일간스포츠 발행인 정 경 문

〈주 문〉

스포츠서울 2010년 9월 9일자 4면 「18/18 누르고」·「성인ZONE 100% LIVE/ 619 누르고」·16면 「힛껏~ 눌러봐!!!/2040 누르고」·24면 「FULL HD 무삭제 동영상! 췌! 혼자만 보세요/919 누르고」·27면 「요즘 어린애들 사생활 688/688 누르고」와 9월 10일자 및 9월 13일자 4면 「69/69 누르고」·「성

인ZONE/818 누르고」 그리고 9월 14일자 4면 「18/18 누르고」·「619/619 누르고」· 24면 「FULL HD/무삭제 동영상!/췌! 혼자만 보세요!/919 누르고」· 27면 「요즘 어린애들 사생활/688/688 누르고」 외, 스포츠조선 9월 9일자 23면 「지오/성인 ZONE 100% LIVE/69 누르고」·「섹시스타 주은실/성인 ZONE/405 누르고」·「성인존/즐거운 상상 조수정/18 누르고」와 9월 10일자 및 9월 13일자 18면 「섹시스타 주은실/18 누르고」·「성인 ZONE 100% LIVE/섹시스타 데이트 조수정/8280 누르고」·「즐거운 상상 지오/69 누르고」 그리고 9월 14일자 18면 「SEXY STAR DATE/지오/69 누르고」·「섹시스타 주은실/405 누르고」·「즐거운 상상 조수정/18 누르고」 외, 일간스포츠 9월 9일자 26면 「장안의 화제 69녀/69 누르고」·「청담동 섹시녀/818 누르고」·「The Secret Rose/장미인에 화보집 비공개 컷 전격공개/19 누르고」· 27면 「요즘 애들 사생활/992 누르고」 와 9월 10일자 04면 「미녀 사생활/18 누르고」·「성인 ZONE/써머타임 비키니/619 누르고」 및 9월 13일자 04면 「미녀 사생활/18 누르고」 「성인 ZONE/써머타임 비키니/619 누르고」· 27면 「요즘 애들 사생활/992 누르고」 그리고 9월 14일자 12면 「장안의 화제 69녀/69 누르고」·「성인 ZONE/청담동 섹시녀/818 누르고」· 27면 「요즘 애들 사생활/992 누르고」 외 제목의 광고에 대하여 각각 ‘경고’ 한다.

〈이 유〉

위 광고들은 ‘섹시스타 조수정’ ‘요즘 어린애들 사생활’ ‘청담동 섹시녀’ 등 특정 젊은 여성들의 이름과 사생활을 공개하는 듯한 유인 문구와 반라의 사진을 보여주면서 이동통신 3사의 특정 전화번호를 누르면 관련 여성들의 선정적인 사진들을 유료로 볼 수 있다는 내용을 담고 있는데, 이는 청소년들에게 부적절한 성적 호기심을 유발하고 나아가 여성의 신체를 상품화하여 결과적으로 청소년을 포함한 광범위한 독자들에게 왜곡된 성의식을 심어줄 우려가 있어 신문광고윤리강령 2, 동 실천요강 강령 2의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

본 위원회는 금년 들어 위와 같은 양식의 광고를 실은 스포츠서울 스포츠조

선 스포츠칸 일간스포츠 등 4개 스포츠지에 대하여 각각 3회의 〈주의〉와 3회의 〈경고〉 결정을 내린 바 있다.

이에 스포츠칸은 9월부터 위 양식의 광고 게재를 전면 중단하였고, 스포츠조선과 스포츠서울은 선정적 문구를 삭제하는 등 부분적인 개선 노력을 보임에 따라 금회의 경우 ‘자사 신문에 〈경고〉 받은 사실을 보도해야 하는 경고’ 단계이지만 개선 노력을 참작해 제재 수위를 한 단계 낮춘 것이다.

따라서 향후 위와 같은 광고의 게재는 ‘윤리위원회 운영규정’ 제9조에 따라 ‘자사 신문에 이 사실을 알리는 경고’로 제재 수위가 높아질 뿐만 아니라 윤리위원회 운영규정 시행세칙에 따른 과징금이 부과될 수도 있으므로 특별한 주의를 환기한다.

〈그 밖에 청소년에 유해한 이동통신서비스〉

(www.ikpec.or.kr 참조)

결정 번호	신문사	게재일	내 용	위원회 결 정
2010- 2021	일간스포츠	4. 9.외	직찍 UCC관 Open!/실사촬영 화보 대방출!!/19누르고 외	주 의
	스포츠칸	4. 13.외	여대생 밀착탐구/성인 ZONE/18누르고 외	"
	스포츠서울	4. 14.외	숨막히는 글래머/누드모델/69누르고 외	"
	스포츠조선	4. 15.외	꿀가슴 & 몰래 보기/69누르고 외	"
2010- 2033	스포츠서울	6. 3.외	소문난 S여대 기숙사 CCTV/18 누르고 외	경 고
	스포츠조선	"	외로운 미시녀 목욕중.../69 누르고 외	"
	스포츠칸	"	성인 ZONE/여대생 밀착 탐구/69 누르고	"
	일간스포츠	"	어려도 느껴요.../992 누르고 외	"
2010- 2039	스포츠서울	7. 19.외	육구/69 누르고 외	경 고
	스포츠조선	"	성인 ZONE. 섹시스타 조수정/18 누르고 외	"
	일간스포츠	"	18/18 누르고 외	"
	스포츠칸	7. 22.외	요즘 어린애들 사생활.../499 누르고 외	"
2010- 2050	스포츠서울	10. 11.외	69/69 누르고 외	경 고
	스포츠조선	10. 12.외	성인 ZONE/지오/69 누르고 외	"
	일간스포츠	"	장안의 화제 69녀/69 누르고 외	"

3. 소비자 오도하는 다이어트식품

▲ 2010 - 2034 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠칸 발행인 송 영 승
2. 스포츠동아 발행인 송 대 근

〈주 문〉

스포츠칸 2010년 6월 1일자 11면 「9일밖에 안 걸리는 “겐코쿠키” 다이어트」, 스포츠동아 6월 4일자 11면 「9일밖에 안 걸리는 “겐코쿠키” 다이어트」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘경고’ 한다.

〈이 유〉

위 광고는 다이어트 식품 ‘겐코쿠키’를 홍보하면서 구체적 자료의 제시도 없이 ‘식품의 노벨상, 올림픽인 몽드셀렉션 2007~9년 연속 금메달! / 미국 진출, 인기 CBS News 보도/일본의 전문기관 96.8% 체중 감소!’ 등을 기록했다고 주장하는 한편 공인된 임상시험의 결과도 제시하지 않은 채 ‘9일 동안 굶으며 운동하는 것보다 더 건강하게 살 빼주는 다이어트/배 부르게 먹으면서 건강하게 살 뺀다’ 등을 강조하고 있어 이 분야에 관한 지식이 없는 소비자를 오도할 가능성이 매우 높으므로 신문광고윤리강령 3, 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1), (4)를 위반한 점이 인정되고, 3회 이상 ‘주의’ 조치하였음에도 이를 시정하지 않아 주문과 같이 결정한다.

굶으며 운동하는 것보다 더 건강하게 살 빼주는 다이어트 "겐코쿠키" 9일

9일 밖에 안 걸리는 다이어트 "겐코쿠키"

다이어트 누구나 시작은 할 수 있어도 누구나 성공하진 못한다. 지금 까지의 많은 다이어트는 살을 빼기 위해 식사량을 조절해 굶거나, 배고픔을 참으며 무리한 운동을 하고, 견디다 못해 포기하면 힘들게 조금 뺀 살이 다시 찌는 경우가 다반사였다. 그러나 이제 식사량을 조절 해 굶으며 배고픔을 참고 무리한 운동을 할 필요가 없다. 또 힘들고 어렵 게 뺀 살이 다시 찌는 요요현상을 걱정 할 필요도 없다. 바로 일본 열도를 뒤흔들고 일본에서 직수입한 겐코쿠키 다이어트가 그 주인공이다. 겐코쿠키는 살을 빼기 위해 굶거나 식사량을 조절 할 필요도 무리한 운동을 할 필요도 없다. 배고픔을 참는게 아니라 오히려 배부르게 먹으면 끝난다. 배부르게 먹어서 살을 빼라는 거다.

하루한번 9일간 겐코쿠키를 7~10개 정도 먹으면 배가 부른다. 겐코쿠키에는 모든 영양소가 들어가 있으면서 배가부른다. 우리 몸은 배가 부르고 모든 영양소가 들어가 있기에 평소 섭취량 보다 더 많이 먹었다고 잘못 인식한다. 그래서 신진대사량을 더 높여 준다. 우리 몸이 속아 신진대사를 높혀 실제

섭취한 칼로리보다 더 소비한 에너지는 우리 몸에 축적되어 있는 지방을 연소해 쓴거 다. 바로 첨단 과학으로 우리 몸과 뇌를 속여 살을 빼주는 거다. 비슷한 예를 들면 자일리톨이다. 자일리톨은 실제 당분이 없으면서 단맛을 가진다. 자일리톨을 먹으면 충치는 당분으로 인식하고 섭취하지만 실제로는 당분이 없어 굶어죽는다. 겐코쿠키를 먹으면 모든 영양소가 있고 배가 부름에도 칼로리는 낮아 우리 몸과 뇌가 속아 지방을 굶겨 죽이는 것과 비슷하다. 9일 놀랍지 않은가! 9주도 아닌 9일 만에 4-6kg 목표를 세우고 우리 몸과 뇌를 속여 살을 빼보자. 목표감량이 10kg이라면 18일에서 27일을 목표로 살을 빼보자. 그리고 9일 후 18일 후 27일 후 체중계 위에 올라서 확인 할 필요없이 스스로 알것이다. 간신히 입었던 바지가 맞는지, 아저면 그럴 필요도 없을지 모른다. 당신을 바라보는 사람들이 당신의 변화에 대해 먼저 말해줄테니까.

garim.net

대리점 및 문의전화 1544-1631

식품의 노벨상, 올림픽인 몽드셀렉션 2007~9년 연속 금메달! 미국 진출, 인기 CBS NEWS 보도, 일본의 전문기관 96.8% 체중이 감소! 3천원/개, 12초당 1개씩 판매 고객인정 2004~09년 4년연속 다이어트시장 식품 의학박사, 의사들이 격찬하고 적극 추천



〈일간스포츠 2010년 6월 16일자 4면〉

▲ 2010 - 2041 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠조선 발행인 남 상 균
2. 스포츠서울 발행인 송 대 수
3. 중앙일보 발행인 송 필 호
4. 東亞日報 발행인 김 재 호
5. 일간스포츠 발행인 정 경 문
6. 朝鮮日報 발행인 변 용 식

〈주 문〉

스포츠조선 2010년 7월 6일자 18면·7월 26일자 및 8월 3일자 11면·8월 11일자 20면 「귀에 붙이면, 5주에 -10kg 쏙~/미국, 일본, 중국 3개국 특허… 임상시험서 98% 감량 확인」 외, 스포츠서울 7월 7일자 18면·7월 28일자 23면·8월 6일자 13면·8월 11일자 21면 「귀에 붙이면, 5주에 -10kg 쏙~/미국, 일본, 중국 3개국 특허… 임상시험서 98% 감량 확인」 외, 중앙일보 7월 8일자 32면 「귀에 붙이면, 5주에 -10kg 쏙~/미국, 일본, 중국 3개국 특허… 임상시험서 98% 감량 확인」, 東亞日報 7월 14일자 A18면 「귀에 붙이면, 5주에 -10kg 쏙~/미국, 일본, 중국 3개국 특허… 임상시험서 98% 감량 확인」, 일간스포츠 7월 15일자 7면·7월 27일자 13면·8월 3일자 11면·8월 9일자 9면 「귀에 붙이면, 5주에 -10kg 쏙~/미국, 일본, 중국 3개국 특허… 임상시험서 98% 감량 확인」, 朝鮮日報 8월 2일자 A32면 「귀에 붙이면, 5주에 -10kg 쏙~/미국, 일본, 중국 3개국 특허… 임상시험서 98% 감량 확인」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

〈이 유〉

위 광고는 귀, 복부, 다리 등에 붙이는 다이어트 제품인 ‘이온 데 슬림’을 홍보하면서 미국·일본·중국 등에서 특허를 획득했다는 점을 강조하는 한편, 공인기관의 임상시험 결과도 제시하지 않은 채 ‘귀 다이어트 5주 프로그램을 실시, 시험에 참여한 91명 중 다이어트 성공률 98%, 최고 5주 만에 9.9kg의 체중 감소’ 등을 주장하고 있어 이 분야에 관한 지식이 없는 소비자를 오도할 가능성이 매우 높으므로 신문광고윤리강령 3, 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1), (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

스포츠서울

귀에 붙이면, 5주에 -10kg 쏙~

미국, 일본, 중국 3개국 특허… 임상시험서 98% 감량 확인

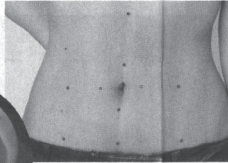
바캉스 시즌 대비, 올해 마지막 다이어트 찬스
먹거나 바르지 않아 부작용 없이 안전한 감량
1mm크기로 작아서 예쁘게 ‘붙이면 OK’

급원침, 다이어트침, 정신뇌증침, 신체교정침… 침은 현대의학이 존재하는 사회에서도 꾸준한 인기를 얻고 있다. 그렇다면 그 이유는 무엇일까? 그리고 최근 들어 이러한 침은 동양이 아닌 미국, 유럽 등 서양에서 더욱 각광을 받고 있는데, 외국의 유명 축구선수가 국내에 침을 맞기 위해 입국했다는 보도가 오르내리기도 했었다. 우리에게 침이란 결국, 막힌 혈을 풀어주고 너무 넘어진 혈을 조정해 준다는 것인데, 최근 이러한 침이 원리를 이용해 통증 없이 우리 귀에 쉽게 붙이기만 하면, 5주 만에 약 10kg의 체중감소를 이끌어낸 ‘귀 다이어트’가 여세를 앞두고 화제로 떠오르고 있다.

◆ 귀에 붙이면 살이 쏙~ 빠진다· ‘경혈 다이어트’
귀 다이어트 5주 프로그램은 ‘이온 데 슬림 (ION de SLIM)’이라는, 마치 귀의 경혈에 침을 놓듯이 붙이기만 하면, 경혈을 자극해주는 ‘필’을 이용해 매우 쉽고 편리하게 진행된다. 바캉스 시즌을 앞두고 신속한 살빼기를 원하는 사람들에게, 아마 이번 기회가 마지막이 아닐까 하는 생각이 들 정도다. 현재 미국, 일본, 중국,의 특허(미국특허 : US83022E2, 중국특허 : ZL 0113336.3, 일본특허 : 제3150460호)를 획득한 ‘이온 데 슬림 (ION de SLIM)’은 침처럼 아프지 않고, 음이온과 원적외선, 전기력을 통한 지속적인 자극으로 다이어트에 최고의 효과를 준다. ‘귀보석 (眞寶石)’이라고도 불리는 이 ‘필’은 5주 만에 다이어트는 물론, 스트레스로 인해 깨어

진 신체리듬을 되찾는 데 도움을 준다. 실제 임상시험에서 귀 다이어트 5주 과정으로 거의 100%의 성공률을 보인 바 있는데, 2008년 귀 다이어트 5주 프로그램을 실시, 시험에 참여한 91명 중 다이어트성공률 98%, 최고 5주 만에 9.9kg의 체중감소는 놀라운 다이어트성공률을 보였다.

◆ 지속적인 다이어트 효과· ‘이온 데 슬림’
‘이온 데 슬림 (ION de SLIM)’은 침술이론에 근거한 귀 경혈 다이어트에 사용되는 것으로, 기존의 침·뜸·자압과는 달리, 천연광석이 가지는 복합적 에너지인 3종의 에너지가 귀의 경혈을 부드럽게 자극한다. 3개국의 특허를 통해 그 효과와 안전성이 입증했으며, 손금과 에너지 양적인 ‘귀보석’의 이중구조로 이루어져 경락을 통해서 인체의 자연치유력을 높이는 목적으로 개발된 획기적인 신상품이다. 귀보석이 가지는 ‘원적외선’과 ‘음이온’, 그리고 손금과의 마치 차가 낡는 ‘미세전류’의 3종의 에너지가 마치 침을 맞듯이 경혈을 자극하는 구조다. 쏘를 경혈에 붙이는 것만으로, 인체의 전위 밸런스(균형)를 잡아줘 경혈요법효과를 발휘하는 것이다. ‘이온 데 슬림’은 매우 작아(약 1mm) 안면이나 정면, 경혈 등 필요한 신체 부위라면 어디든 상



관없이 쉽게 붙일 수 있다. 이 제품은 목, 어깨, 허리를 누르는 귀경혈 다이어트 용으로 효능을 받고 있어, 현재는 귀 다이어트 5주 프로그램에 큰 인기를 얻고 있다. 이미 그 놀랄 만한 효과가 광범위한 사례로 확인되고 있어, 침·뜸 없게나 의학계에서도 이 제품을 이용하기 위한 움직임이 널리 퍼지고 있다. 이온 데 슬림을 붙이고 약 3일~7일 정도 벗기게 되면 새로운 세포 교환해 주는 것이 보통이지만, 붙이고 있는 동안은 인체에 계속해서 에너지가 보급되기 때문에 효과가 길게 유지되는 것도 특징이다.

◆ 부위별 감량효과에 미(美)적 효과까지· ‘이온 데 슬림’
‘이온 데 슬림 (ION de SLIM)’은 귀경혈만이 아닌 감량에 어려운 복부, 팔뚝, 다리 등의 경혈에 부착하게 되면 부위별 감량효과를 확인할 수 있으며, 보석형태로 다양한 색상 때문에 노출이 많은 여름철 예쁜 액세서리처럼 사용하면서 감량효과를 볼 수 있는 1식2조의 효과를 기대할 수 있겠다.

www.iondeslim.com
문의 / 080-333-3292

〈스포츠서울 2010년 5월 4일자 4면〉

〈그 밖에 소비자 오도하는 다이어트식품〉

(www.ikpec.or.kr 참조)

결정 번호	신문사	게재일	내 용	위원회 결 정
2010- 2022	東亞日報	4. 5.외	9일밖에 안 걸리는 다이어트 “겐코쿠키”	주 의
	서울경제	4. 5.외	”	”
	경향신문	4. 7.	”	”
	헤럴드경제	4. 8.외	”	”
	한국일보	”	”	”
	한국경제	4. 9.외	”	”
	스포츠칸	4. 10.외	배부르게 먹으면서 건강 다이어트!/9일만에 살 빼주는… 외	”
	머니투데이	4. 12.외	”	”

결정 번호	신문사	게재일	내 용	위원회 결 정
2010- 2022	일간스포츠	4. 15.외	9일밖에 안 걸리는 다이어트 “젠코쿠키”	”
	스포츠동아	4. 15.	”	”
	朝鮮日報	”	”	”
	매일경제	4. 20.	”	”
2010- 2028	중앙일보	4. 29.외	9일밖에 안 걸리는 다이어트 “젠코쿠키”	주 의
	東亞日報	4. 30.외	”	”
	서울경제	5. 3.	”	”
	스포츠칸	5. 7.	”	”
	스포츠동아	5. 11.	”	”
	스포츠서울	”	”	”
2010- 2035	한국경제	5. 14.	”	”
	한겨레	5. 31.외	9일밖에 안 걸리는 “젠코쿠키” 다이어트	주 의
	한국경제	6. 1.외	”	”
	한국일보	6. 2.외	”	”
	스포츠서울	6. 4.	”	”
	헤럴드경제	”	”	”
	경향신문	6. 12.	”	”
2010- 2040	일간스포츠	6. 16.	굵으며 운동하는 것보다 더 건강하게 살빼주는 다이어트...	”
	경향신문	7. 28.	9일밖에 안 걸리는 다이어트 “젠코쿠키”	주 의
	東亞日報	”	”	”
	한겨레	”	”	”
	헤럴드경제	7. 29.외	”	”

4. 전문의약품 통신판매

▲ 2010 - 2023 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠칸 발행인 송 영 승
2. 한국일보 발행인 이 종 승

〈주 문〉

스포츠칸 2010년 4월 12일자·4월 13일자 4면 외 「비아·씨알/1통·30정·10개, 날개/010-3040-8332」, 한국일보 4월 16일자 23면·4월 19일자 16면 외 「성인비디오·약/비아·씨알·여홍서비스/010-7263-0158」·「정품·여성홍 전문/강한 효과·확실한 효능/비아·씨알 미제정품 전국 최

저가/016-893-7739」·「비아·씨알·각스타/발기부전제, 미제정품/상담은 010-8962-1944」제목의 광고 대하여 각각 ‘경고’ 한다.

〈이 유〉

위 조각광고는 ‘비아’ ‘씨알’로 표기했지만, 누가 보아도 발기부전 치료제인 ‘비아그라’와 ‘씨알리스’를 가리키는 것임을 알 수 있다.

이들 발기부전 치료제는 의사 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문의약품’으로, 통신광고를 통한 일반판매는 금지돼 있으며 특히 휴대전화 번호만으로 연락처를 표기한 것은 불법 암거래를 통한 의약품의 오·남용을 부추겨 국민건강을 위협할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 3 및 동 실천요강 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

▲ 2010 - 2048 신문광고윤리강령 위반 한국일보 발행인 이 종 승

〈주 문〉

한국일보 2010년 9월 9일자 23면·9월 11일자 21면·9월 13일자 23면·9월 14일자 25면 「천연 각스타·아드레닌/비아○○·씨알○○/발기부전제, 미제 정품/상담은 010-8962-1944」·「정품·여성 홍 전문/강한 효과·확실한 효능/비아·씨알 미제정품 전국 최저가/016-893-7739」외 제목의 광고에 대하여 ‘경고’ 한다.

한국일보는 자사 지면에 결정 주문과 이유 부분 요지를 결정문 수령 이후 한 달 이내에 게재해야 한다.

〈이 유〉

위 광고는 문안에 ‘비아○○’ ‘씨알○○’ ‘비아·씨알’ 등으로 표기했지만 이는 누가 보아도 발기부전 치료제인 ‘비아그라’와 ‘씨알리스’를 가리키는 것임

을 알 수 있다.

이들 발기부전 치료제는 의사 처방에 따라 약국에서만 판매할 수 있는 ‘전문의약품’으로, 광고를 통한 일반판매는 금지돼 있으며 특히 광고주가 분명하지 않은 채 휴대전화 번호만으로 연락처를 표기한 것은 불법 암거래를 통한 의약품의 오·남용을 부추겨 국민건강을 위협할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 3 및 동 실천요강 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

본 위원회가 위와 같은 양식의 광고에 대하여 지속적인 제재를 가하자 스포츠칸은 8월부터 게재를 중단하였으나 한국일보를 올 들어 3회의 <주의> 결정과 3회의 <경고> 결정에 이어 8월에는 <자사 신문에 경고 받은 사실을 밝히는 경고> 결정을 내렸음에도 팔목할 만한 개선 노력을 보이지 않아 금회에도 주문과 같이 결정한 것이다.

아울러 귀사가 위 결정을 성실히 이행하지 않을 경우에는 한국신문협회 이사회 의안으로 올리거나 한국기자협회 · 한국신문방송편집인협회 등 윤리위원회 기간 3단체를 통해 위 사실을 공론화할 뿐만 아니라 전 회원사의 신문에 위 사실을 기사화하는 <공개경고>로 제재 수위 또한 높아지게 될 것임을 재삼 밝힌다.

<그 밖에 전문의약품 통신판매 광고>

(www.ikpec.or.kr 참조)

결정 번호	신문사	게재일	내 용	위원회 결 정
2010-2030	스포츠칸 한국일보	5. 7.외 5. 8.외	비아 · 씨알/1통, 30정, 10개, 날개/010-3040-8332 성인비디오 · 약/비아 · 씨알 · 여흥서비스/010-7263-0158 외	경 고 "
2010-2037	스포츠칸 한국일보	6. 3.외 "	비아 · 씨알/1통, 30정, 10개, 날개/010-3040-8332 외 천연 카스타 · 아드레닌/비아그라 · 씨알리스/발기부전제... 외	경 고 "
2010-2043	한국일보	7. 20.외	천연 카스타 · 아드레닌/비아그라 · 씨알리스/발기부전제... 외	경 고 (자사신문게재)
2010-2053	한국일보	10. 9.외	성인 비디오 30장 5만/씨알 · 비아 · 미제 정품/...외	경 고 (자사신문게재)
2010-2059	한국일보	11. 2.외	성인 비디오 30장 5만/씨알 · 비아 · 미제 정품/... 외	경 고

5. 과도한 수익보장

▲ 2010 - 2057 신문광고윤리강령 위반

1. 국민일보 발행인 조 용 기
2. 朝鮮日報 발행인 변 용 식
3. 東亞日報 발행인 김 재 호
4. 중앙일보 발행인 송 필 호
5. 한국경제 발행인 신 상 민

<주 문>

국민일보 2010년 10월 27일자 27면 「실투자금 2천만 원대 “1억에 4채”/연 수익률 최대 16.4%/고수익형 풀옵션 원룸텔」, 朝鮮日報 10월 30일자 A5면 「풀옵션 원룸텔 타사 대비 반값 분양!!/총투자금 3,000만 원이면 나도 18% 고수익 임대사업자가 된다!!」 · 11월 12일자 D5면 「실투자금 2천만 원대!/연수익률 최대 16.4%/시공 · 시행 지안 루미니」, 東亞日報 11월 3일자 A21면 「귀하게 또 하나의 월급을 드립니다!/3천만 원 투자시, 연수익 480만 원/(표)예상 수익률(년) 12.43% · 15.15%」 · 11월 10일자 A9면 「국가대표급 투자가치!/9천만 원대 분양가에 반하고/년 10.5% 수익률에 끝났다!/강서 동도 센트리움 분양!」 · 11월 13일자 A5면 「풀옵션 원룸텔 타사 대비 반값 분양!!/총투자금 3,000만 원이면 나도 18% 고수익 임대사업자가 된다!!」, 중앙일보 11월 3일자 2면 「이것이 진정한 수익형이다! 원주 유일의 오피스텔 연 14%대 수익률/1,900만 원 투자로 270만 원 수익」 · 11월 10일자 12면 「연수익률 13% · 10%!/투자금액 대비/안정적 임대수입과 투자를 동시에!/쉐르빌」, 한국경제 11월 16일자 1면 「임대수익형 도시형 생활주택-‘엑셀런트’/간석 오거리역/임대수익률 12%대」 · A17면 「3천만 원대 투자로 롯데, 신세계 바로 앞/이안 오피스텔/(표)예상수익률(년) 12.43% · 15.15%」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

〈이 유〉

위 광고들은 대부분 원룸 혹은 오피스텔 분양광고로 주택경기의 침체 등으로 분양에 어려움을 겪고 있음에도 시중은행 금리보다 3배 이상 비싼 '18% 고수익' 또는 '연 수익률 12.43·15.15%' 등의 과도한 수익을 약속하고 있어 자칫 독자들을 현혹할 수 있을 뿐 아니라 신문의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

▲ 2010 - 2058 신문광고윤리강령 위반
매일경제 발행인 장 대 환

〈주 문〉

매일경제 2010년 10월 29일자 A2면 「폴업션 원룸텔 타사 대비 반값 분양!!/총투자금 3,000만 원이면 나도 18% 고수익 임대사업자가 된다!!」· 11월 9일자 A19면 「귀하게 또 하나의 월급을 드립니다!/실투자금 3천만 원으로 호텔급 폴업션 소형 오피스텔의 주인이 되십시오!/(표)예상 수익률(년) 12.43%·15.15%」· 11월 12일자 A15면 「롯데, 신세계 바로 앞, 인천 최고의 입지조건/(표)예상 수익률(년) 12.43%·15.15%」 제목의 광고에 대하여 '경고' 한다.

〈이 유〉

위 광고들은 원룸 혹은 오피스텔 분양광고로 주택경기의 침체 등으로 분양에 어려움을 겪고 있음에도 시중은행 금리보다 3배 이상 비싼 '18% 고수익' 또는 '연 수익률 12.43·15.15%' 등의 과도한 수익을 약속하고 있어 자칫 독자들을 현혹할 수 있을 뿐 아니라 신문의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (4)를 위반했음이 인정되고, 더욱이 금년 들어 유사한 광고 게재로 3차례 이상 '주의' 결정을 받았음에도 개

선 노력을 보이지 않아 주문과 같이 결정한다.

〈그 밖에 과도한 수익을 보장하는 광고〉

(www.ikpec.or.kr 참조)

결정 번호	신문사	게재일	내 용	위원회 결 정
2010- 2024	매일경제	4. 15.외	(주)포천공구유통단지 ↑ /3,000만원 투자시 연 450만원 (15%) 수익률 외	주 의
	한국경제	4. 15.	〃	〃
	朝鮮日報	4. 16.	〃	〃
2010- 2031	한국경제	4. 23.외	서울은평구/1,100세대 힐스테이트/임대완료된 단지내 상가!... 외	주 의
	東亞日報	4. 29.	980만원 투자로 월수익 500만원 창출!	〃
2010- 2038	매일경제	6. 18.	초역세권 소형 원룸 3200만원 투자시 월 40만원 임대수익 확정!!	주 의
	한국경제	〃	송도신도시 임대수요 10만명이 기다린다!/3,000만원대 투자시...	〃
2010- 2046	매일경제	9. 1.	실투자금 4천만원대부터! 내 생애 최고의 선택! 수익률 12%/...	주 의
	東亞日報	9. 3.외	롯데, 신세계 바로 앞, 3천만원 투자시, 연수익 480만원!... 외	〃
	한국경제	9. 10.	실투자금 4천만원대부터! 내 생애 최고의 선택! 수익률 12%/...	〃
2010- 2051	매일경제	10. 5.외	롯데, 신세계 바로 앞, 3천만원 투자시, 연 수익 480만 원!! 외	주 의
	東亞日報	10. 7.외	〃	〃
	朝鮮日報	10. 7.	이것이 진정한 수익형이다! 1,900만 원 투자로 270만 원 수익/...	〃
	경향신문	10. 9.	실투자금 3,000만 원대! 회사직영 연 수익률 12%/임대차계약서 발행	〃
2010- 2064	매일경제	12. 7.	급매/오피스텔 시공사 보유분 특별매각/...	경 고
2010- 2065	東亞日報	12. 8.	"3천만원 투자로 롯데, 신세계 바로 앞/...	주 의
2011- 2004	중앙일보	1. 6.외	실투자금 2,800만원/10만여 임대수요가 원하는 폴업션... 외	주 의
	朝鮮日報	1. 14.	현대성우리조트 앞 펜션 & 전원주택/6천만원 투자시...	〃
2011- 2009	東亞日報	1. 19.외	분양/현대성우리조트 앞 6천만 원 투자시 연 수익 15% !! 외	주 의
	朝鮮日報	1. 20.외	최고의 수익형 오피스텔! 원주 유일의 오피스텔 연12%이상... 외	〃

결정 번호	신문사	게재일	내 용	위원회 결 정
2011- 2009	스포츠서울	1. 31.외	당신의 노후대책은 준비되어 있습니까?/무료임대점포 월 135만원...	"
	스포츠조선	2. 1.외	"	"
	스포츠동아	2. 8.외	당신의 노후대책은?/현미 1분 콘떡/무료임대점포 월135만 원...	"
	한국일보	"	"	"
2011- 2013	일간스포츠	3. 3.	참! 별 것도 아닌 것 같은데~/ ? /창업비 1,400만 원이...	주 의
	東亞日報	"	롯데 · 신세계 바로 앞/3천만 원대 투자, 연 수익 540만 원 확정!	"
	매일경제	3. 4.	롯데, 신세계 바로 앞!/2천만 원대 투자, 연 수익 480만 원 외	"
	한국경제	"	1억으로 매월 300만 원 만들기!!	"
	중앙일보	3. 9.외	롯데 · 신세계 바로 앞/3천만 원대 투자, 연 수익 540만 원 확정!	"
	朝鮮日報	3. 10.외	1층 토지+건물 등기분양! 보장된 남대문 상권!/...	"

6. 광고주의 책임소재 밝히지 않아

▲ 2010 - 2025 신문광고윤리강령 위반

1. 東亞日報 발행인 김 재 호
2. 중앙일보 발행인 송 필 호
3. 문화일보 발행인 이 병 규
4. 朝鮮日報 발행인 변 용 식

〈주 문〉

東亞日報 2010년 3월 25일자 A35면 「성당에 가서 미사 드리기가 무섭습니다」, 중앙일보 3월 25일자 35면 「성당에 가서 미사 드리기가 무섭습니다」, 문화일보 3월 25일자 31면 「성당에 가서 미사 드리기가 무섭습니다」, 朝鮮日報 3월 26일자 A35면 「성당에 가서 미사 드리기가 무섭습니다!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

〈이 유〉

1. 위 東亞日報 등 4개 신문은 다음과 같은 내용의 광고를 싣고 있다.

성당에 가서 미사 드리기가 무섭습니다!

1. ‘4대강 사업 반대’가 교회의 가르침입니까?

■ 천주교 주교회의가 ‘4대강 사업 반대’ 입장을 밝혔다고 하는데, 사실입니까? 1,000 여명의 사제들이 ‘4대강 사업 반대’에 서명을 했다는 것도 사실입니까? “하느님의 창조질서를 거스르기 때문”이라고 했었는데, 그렇다면 모든 나라의 지도자들이 국민의 복지를 향상시키기 위해 치산치수(治山治水)에 애쓰는 것이 하느님의 뜻을 거스르는 것이고 반천주교적인 것이란 말씀입니까?

■ 4대강 사업에 대한 국민여론은 ‘찬성’과 ‘반대’ 그리고 ‘국민공감대’를 형성하면서 추진’등이 혼재하며, 내용을 잘 몰라서 반대하는 사람들도 적지 않은 것으로 알고 있습니다. 그렇다면 어떤 통계에 근거하여 국민의 73%가 반대한다”고 주장하시는 것입니까? 반대여론 부풀리기까지 마다하지 않는 연유가 무엇입니까?

■ 누구나 무분별한 자연파괴에 반대합니다. 그럼에도 ‘자연 이용’과 ‘자연 파괴’를 구분하는 것은 전문가의 영역이지 교회의 영역이 아닙니다. 특히, 선거를 앞둔 민감한 시기에 정부사업에 반대하는 집단행동을 보이는 것은 천주교 사제들이 할 일이 아닙니다. 선동적인 만화를 제작하여 전국 교회에 배포하면서까지 여론몰이에 나서는 것은 정치활동이지 교회의 가르침이 아닙니다.

2. 이번에도 「정의평화위원회」입니까?

■ ‘4대강 사업 반대’를 주도하고 있는 것은 주교회의의 「정의평화위원회」라고 합니다. 이 위원회는 작년에도 제주도 해군기지 건설 문제에 개입하여 “평화의 섬에 군사기지가 웬말이냐”라면서 반대운동을 펼치지 않았습니까? 이번에는 “정부의 4대강 사업에 대한 그리스도의 응답”이라는 제하의 만화까지 만들어 “창조질서 거스르는 4대강 사업은 당장 멈추어야 합니다”라고 선전하고 있습니다. 이것이 주교님들이 하실 일입니까?

■ 주교회의에 묻습니다. 「정의평화위원회」란 무엇을 하는 기구이며, 이 기구가 표방하는 것이 한국 천주교회의 입장입니까? 치산치수가 교리(敎理)와 계명(誡命)에 반한다는 것이 교회의 공식 입장입니까? 나라의 생명줄인 남방무역을 보호하기 위한 해군기지 건설에 반대하고, 나라의 안보사업들을 저지하는 것이 교회의 공식 입장입니까?

■ 지금 평신도들은 피곤합니다. 「정의구현사제단」이란 단체의 일부 사제들이 미군기지 이전사업을 무산시키기 위해 축창을 들고 시위대의 선봉에 서는 것도 보았고, '쇠고기 파동' 때에는 사제들이 촛불시위를 주도하는 것도 보았습니다. 도대체 천주교 사제들이 왜 이러시는 겁니까? 평신도들은 누구를 쳐다보고 신앙 생활을 해야 합니까?

3. 성당에 다니기가 무섭습니다

■ '자연보호' '평화' '생명존중' 등은 거역할 수 없는 인류보편적 진리입니다. 우리는 교회가 이 진리들을 지키기 위해 노력하는 것에 찬성하며, 필요한 경고음을 내는 것에도 공감합니다. 하지만, 우리는 역사적으로 '환경주의'와 '평화주의'가 좌익들이 즐겨 사용해온 위장 이데오르기라는 사실도 중시합니다. 이 이데오르기들이 교회에 파고들어 일부 성직자들을 좌경화시키고 있음을 개탄합니다.

■ 주교님들에게 요청합니다. 인류보편적 진리를 존중하는 일과 좌경 이 데오르기에 협조하는 일을 다른 것입니다. 일부 사제들이 좌경화되어 교회의 영역을 일탈하여 과격한 집단행동을 하는 것을 막아 주셔야 하지 않습니까? 북한의 인권유린 현장에 대해서는 침묵하면서 어찌 이럴 수가 있습니까? 평신도들은 미사 드리기가 무섭습니다. 강론을 듣기가 두렵습니다. 천주교 신자라는 사실이 부끄럽지 않게 해주십시오.

뜻있는 천주교 평신도 모임

2. 위 광고에 대하여 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 적시 광고는 '천주교 주교회의가 4대강 사업을 반대한다'는 입장에 대해 해당 종교단체의 불특정 다수의 신도들이 익명의 단체 이름('뜻있는 천주교 평신도 모임')으로 이를 비판하는 내용을 담고 있다.

특정 종교단체의 조직체계나 평신도와 성직자 간의 특수한 관계 등을 십분 이해하여 익명의 단체로 의견을 표시한다고 해도 위 광고는 '신문광고윤리강령'에서 규정하고 있는 최소한의 요건인 '광고주의 주소 및 책임소재를 밝히는 연락처'를 명기해야 함에도 이를 밝히고 있지 않아 신문의 공공성과 신뢰성을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

7. 국내 최초 등 최상급 표현

▲ 2010 - 2036 신문광고윤리강령 위반

1. 국민일보 발행인 노 승 숙
2. 한국경제 발행인 신 상 민

〈주 문〉

국민일보 2010년 6월 3일자 10면·6월 21일자 22면 「전세계 더 이상의 찬양 반주기는 없습니다/세계 최고! 오케스트라 3가지 사운드」, 한국경제 6월 8일자 A6면 「경기 양평, 국내 최초 리조트형 전원주택 및 택지 76세대 분양!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

〈이 유〉

위 광고들은 객관적인 근거도 제시하지 않은 채 ‘세계 최고’ ‘국내 최초’ 등 최상급 표현을 사용하였다.

이 같은 행태는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 ‘부당한 표시·광고 행위의 금지’에 위배될 뿐만 아니라 정보가 부족한 독자들에게 선의의 피해를 입힐 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1), (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

▲ 2010 - 2047 신문광고윤리강령 위반

1. 朝鮮日報 발행인 변 용 식
2. 한국일보 발행인 이 종 승
3. 세계일보 발행인 유 종 관
4. 스포츠칸 발행인 송 영 승

〈주 문〉

朝鮮日報 2010년 8월 27일자 A26면 「세계 최초! 신제품 출시!/CE(씨이) 얼음냉온정수기」, 한국일보 8월 28일자 5면 「설치공사가 필요 없는 세계 최초 감시카메라!/전기에 꼽기만 하면 설치 끝」, 세계일보 8월 31일자 16면 「국내 외 최초 방범용 ‘무선 365’/한번 설치로 365일 범죄로부터 안전!」, 스포츠칸 9월 7일자 및 9월 10일자 14면·9월 13일자 10면 「남자들이여 당당해져라/국내 최초 마그마 제조방법 특허/신비의 원적외선 결정체」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

〈이 유〉

위 광고들은 객관적이고 신뢰할 만한 근거를 제시하지 않은 채 ‘세계 최초’ ‘국내 최초’ 등 최상급 표현을 사용하였다.

이 같은 행태는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 ‘부당한 표시·광고 행위의 금지’에 위배될 뿐만 아니라 정보가 부족한 소비자들에게 피해를 입힐 수 있으며 나아가 신문의 공신력마저 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1), (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

〈그 밖에 최상급 표현을 한 광고〉

(www.ikpec.or.kr 참조)

결정 번호	신문사	게재일	내 용	위원회 결 정
2010- 2029	국민일보	5. 3.외	전세계 더 이상의 찬양 반주기는 없습니다/세계 최고! 오케스트라...	주 의
	朝鮮日報	"	미래내 빌리지/택지분양/국내 최초 리조트형 전원주택 탄생! 외	"
2010- 2029	東亞日報	5. 4.	"	"
	매일경제	5. 6.	"	"
	大邱日報	5. 10.외	천지인 탄생 천지령 탄생/하늘과 땅의 정기와 진실기운 으로...	"
	중앙일보	5. 14.	최초 도시형 생활주택 분양공고/하나세인스톤 I 외	"
2010- 2042	매일경제	7. 16.외	세계 최초 발 전용 선풍기 "쿨가이" 판매개시!	주 의
	東亞日報	7. 23.	조립식 샌드위치 판넬의 제왕 비버-/또 다시 세계 최초 D/S...	"
	경향신문	7. 28.외	국내 최초 '웃으며 공부하는 영문법'/유치해서 오래 기 억하는 영문법 외	"
	스포츠조선	7. 29.외	국내외 최초 방범용 '무선 365'/한번 설치로 365일 범죄 로부터 안전!	"
	세계일보	8. 4.외	"	"
	스포츠서울	8. 5.외	"	"
	朝鮮日報	8. 11.	세계 최초! 신제품 출시!/CE(씨이) 얼음냉온정수기/...	"
2010- 2052	경향신문	10. 12.외	체험 여성... "수면중 살 빠졌다" 응답/국내 최초! 굶지 않고 감량 성공	주 의
	국민일보	10. 13.	"	"
2010- 2056	한국경제	10. 28.외	세계자연유산 제주토지/"최초 특별분양" 외	주 의
	일간스포츠	11. 3.	국내 최초 · 최고의 신기술/4계절용 실외기 없는 냉 · 난방	"
	朝鮮日報	11. 4.	세계자연유산 제주토지/"최초 특별분양"	"
	매일경제	11. 5.	동대문구 최초/도시형 생활주택 탄생!!	"
	서울경제	11. 15.	최초 내 몸에 좋은 약차 전문점 모집/산에초/...	"
2011- 2010	東亞日報	2. 22.	"세계최초" 제지는 맛사지 "페니팩" 출시!	주 의
	스포츠동아	3. 4.	세계 최초! 세계 유일!/남성 마사지팩 '페니팩' 출시	"
	스포츠서울	3. 4.외	"	"
	스포츠조선	3. 11.외	세계 최초! 남성 마사지팩 '페니팩' 출시!	"

8. 국내외 인증 받았다고 표기

▲ 2010 - 2055 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠조선 발행인 남 상 균
2. 일간스포츠 발행인 정 경 문
3. 스포츠서울 발행인 송 대 수

〈주 문〉

스포츠조선 2010년 11월 9일자 18면 · 11월 12일자 20면 · 11월 15일자 28면 「달라진 아내, 남편이 먼저 느낀다/여성(성)이라면 '시크릿이브'로 부부생활 만족 업!업!업!/미국 FDA · 일본 후생성 · 한국화학시험연구원 인증」 외, 일간스포츠 11월 9일자 15면 · 11월 11일자 13면 · 11월 15일자 24면 「달라진 아내, 남편이 먼저 느낀다/여성(성)이라면 '시크릿이브'로 부부생활 만족 업!업!업!/미국 FDA · 일본 후생성 · 한국화학시험연구원 인증」 외, 스포츠서울 11월 10일자 23면 · 11월 12일자 15면 「달라진 아내, 남편이 먼저 느낀다/여성(성)이라면 '시크릿이브'로 부부생활 만족 업!업!업!/미국 FDA · 일본 후생성 · 한국화학시험연구원 인증」 외 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조치한다.

〈이 유〉

위 광고는 여성 회음부에 사용하는 '시크릿이브'라는 상품을 홍보하면서 공인된 자료나 근거를 제시하지 않고 '미국 FDA, 일본 후생성과 ENS 특허, 한국화학시험연구원 등 까다롭고 다양한 검사에 적합 인증을 받았다'고 주장하고 있다.

이와 관련해 본 위원회는 해당 제품의 인터넷 홈페이지(www.s-eve.co.kr)까지 점검했으나, 위 주장의 확실한 근거를 확인할 수 없었다. 따라서 사회적으로 공인된 위 기관의 인증을 받았다고 주장하려면 최소한 해당 기관의 공인된 인증서나 특허의 번호 등을 광고 문안에 분명히 밝혀야 함에도 이를 배제

한 것은 선량한 독자를 현혹해 선의의 피해를 줄 수 있을 뿐만 아니라 신문의 공신력마저 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

달라진 아내, 남편이 먼저 느낀다

여성(성)이라면 '시크릿이브'로 부부생활 만족 업!업!업!

100% 천연원료와 20여종 한약재 사용해 안전
미국FDA·일본후생성·한국화학회시험연구원 인증

▶ 일찍 귀가하는 남편... 비결은?

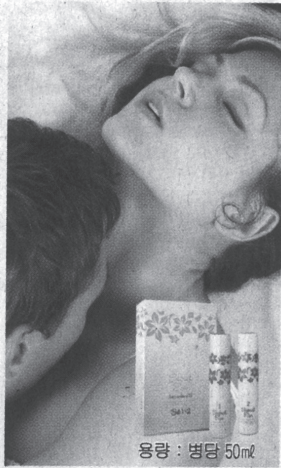
한국 여성의 40% 이상이 불감증 등 성기능 장애를 겪고 있다. 이들은 대부분 성관계에 수동적이고 위축되어 있으며, 특히 중년 여성의 경우 출산·노화 등으로 질이 탄력을 잃고 늘어지는 외형적 변화를 겪기도 한다. 이러한 여성들은 자신감을 잃게 되고, 성 만족도는 더욱 떨어진다. 이로 인해 남편들도 성감이 저하되면서 관계를 기피하는 현상까지 보인다. 이러한 현실에도, 일부에서는 항상 늦든 남편이 일찍 들어와 귀찮게 한다면 행복한 비명을 지르고 있다. 바로 '시크릿이브'를 사용하는 여성들의 이야기다.

▶ 안전한 시크릿이브, 이제 남편이 권한다!

시크릿이브는 100% 순수 천연 물질과 천연한방원료를 다스려 만들어 미국FDA, 일본후생성과 ENS 특허, 한국화학회 시험연구원

수 없다면 '시크릿이브'를 통해 자신감을 회복하는 것은 어떨까? 시크릿이브는 동의보감과 고서에서 제시한 한방/천연원료를 한방비법을 통해서 만들어졌다. 40여종의 추출물을 천연소재에 침윤하여 나노기술과 원적외선기술을 통해 만들었으며 여성의 회음부에 사용하여 그 성분이 한의학적 경락계통을 통해 성분이 침투하여 질 내부 노폐물을 없애주고 어혈을 풀어줌으로써 혈액순환을 개선하고 양기를 북돋기 때문에 질수축을 도와 여성뿐만 아니라 남편의 성감 증대에 영향을 미친다.

등 까다롭고 다양한 검사에 적합 인증을 받은 안전하고 효과적인 제품으로 더욱 믿을 수 있다. 이미 시크릿이브를 경험한 여성들은 그 놀라운 가치를 주변인들에게 빠르게 일소문을 타고, 퍼져가고 있으며 심지어는 남편이 부인에게 권하는 경우도 많아진다.



용량 : 병당 50ml

www.s-eve.co.kr
고객상담 : 080-616-2020

〈스포츠조선 2010년 11월 9일자 20면〉

▲ 2010 - 2062 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠조선 발행인 남 상 균
2. 일간스포츠 발행인 정 경 문
3. 朝鮮日報 발행인 변 용 식
4. 스포츠서울 발행인 송 대 수

〈주 문〉

스포츠조선 2010년 12월 1일자 16면「'강한' 남자는 '밤'이 즐겁다/쉽고 안전하게 '남성이 불끈!', '소변이 술술~/고농축 천연성분으로 'PCT 국제특허' 획득」· 12월 9일자 16면 및 12월 10일자 20면「세계 최초! 밤의 대혁명!/여성(性)을 지배하는 힘(力)/쉽고 안전하게 '남성이 불끈!', '소변이 술술~/고농축 천연성분으로 'PCT 국제특허' 획득」 외, 일간스포츠 12월 1일자 20면「'강한' 남자는 '밤'이 즐겁다/쉽고 안전하게 '남성이 불끈!', '소변이 술술~/고농축 천연성분으로 'PCT 국제특허' 획득」, 朝鮮日報 12월 2일자 B6면· 12월 7일자 B8면「세계 최초! 밤의 대혁명!/여성(性)을 지배하는 힘(力)/쉽고 안전하게 '남성이 불끈!', '소변이 술술~/고농축 천연성분으로 'PCT 국제특허' 획득」, 스포츠서울 12월 8일자 21면· 12월 9일자 23면· 12월 10일자 23면「세계 최초! 밤의 대혁명!/여성(性)을 지배하는 힘(力)/쉽고 안전하게 '남성이 불끈!', '소변이 술술~/고농축 천연성분으로 'PCT 국제특허' 획득」 외 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조치한다.

〈이 유〉

위 광고는 본문에 "페니팩의 기능성과 안전성은 국내 특허, 식약청, 실용신안등록 등을 통해 이미 인정받았다. 또한 세계 유일의 전립선 마사지팩으로 PCT 국제출원까지 마친 후"라고 주장하면서도 이와 관련된 확실한 근거자료를 내용 중에 제시하지 않았고 제목에서는 'PCT 국제특허 획득'이라고 표기하는 등 같은 광고 안에서도 서로 다른 주장을 펴고 있다. 나아가 광고 게재

초기에는 광고주의 명칭이나 연락처마저 없이 단순히 광고 끝에 ‘문의전화 : 080-333-3292’만 표기하다가 내용을 일부 수정해 홈페이지(www.manpack.co.kr)를 추가하고 있어 이를 열람해도 특허나 식약청 심의 관련 자료를 찾을 수 없어 전반적인 광고 내용의 진실성을 의심하지 않을 수 없다.

따라서 위 광고는 선량한 독자를 현혹해 선의의 피해를 줄 수 있을 뿐만 아니라 신문의 공신력마저 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

〈그 밖에 국내외의 인증을 받았다는 광고〉

(www.ikpec.or.kr 참조)

결정 번호	신문사	게재일	내 용	위원회 결 정
2010- 2061	스포츠조선	12. 1.외	달라진 아내, 남편이 먼저 느낀다/여성(성)이라면 ‘시크릿이브’로...	주 의
	일간스포츠	12. 2.외	"	"
	스포츠서울	12. 7.	"	"
2011- 2002	스포츠서울	1. 10.외	달라진 아내, 남편이 먼저 느낀다/여성(성)이라면... 외	주 의
	일간스포츠	1. 11.외	"	"
	스포츠조선	1. 12.외	"	"
2011- 2003	스포츠서울	1. 10.외	장안의 화제!/무엇에 쓰는 “물건”인고?/힘차고! 활력있게!...	주 의
	스포츠조선	1. 11.	"	"
	스포츠칸	1. 11.외	여성 불감증 해방!/멀티 오르가즘/핑크밸리	"
2011- 2007	스포츠서울	2. 7.외	남편이 아내를 다시 여자로 보기 시작했다/부부관의...	주 의
	스포츠조선	"	"	"
	일간스포츠	2. 10.외	"	"
2011- 2008	스포츠칸	2. 2.외	여성 불감증 해방!/멀티 오르가즘/핑크밸리	주 의
	스포츠서울	2. 7.외	장안의 화제!/무엇에 쓰는 “물건”인고?/힘차고! 활력있게! ‘그린밸리’...	"
	일간스포츠	"	"	"

9. 의약적 효능 있다는 건강보조식품

▲ 2010 - 2063 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠서울 발행인 송 대 수
2. 스포츠조선 발행인 남 상 균
3. 일간스포츠 발행인 정 경 문

〈주 문〉

스포츠서울 2010년 12월 3일자 4면 · 12월 6일자 4면 「장안의 화제!/무엇에 쓰는 “물건”인고?/2010년 화제작!/난생 처음 느껴보는 여자의 환희!」 · 12월 13일자 4면 「장안의 화제!/무엇에 쓰는 “물건”인고?/미국 FDA 인증/식약청 심사기준 통과/완전 짱! 인기 폭발!/‘천하장사’」 · 「난생 처음 느껴보는 여자의 환희!」 외, 스포츠조선 12월 3일자 15면 · 12월 6일자 10면 · 12월 11일자 15면 「장안의 화제!/무엇에 쓰는 “물건”인고?/2010년 화제작!/난생 처음 느껴보는 여자의 환희!」 외, 일간스포츠 12월 3일자 04면 · 12월 6일자 04면 「장안의 화제!/무엇에 쓰는 “물건”인고?/2010년 화제작!/난생 처음 느껴보는 여자의 환희!」 · 12월 13일자 14면 「장안의 화제!/무엇에 쓰는 “물건”인고?/미국 FDA 인증/식약청 심사기준 통과/완전 짱! 인기 폭발!/‘천하장사’」 · 「난생 처음 느껴보는 여자의 환희!」 외 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

〈이 유〉

위 광고는 여성용 먹는 성생활 개선제 ‘핑크밸리’와 남성용 신진대사 개선제 ‘그린 밸리 복합 비타민’을 소개하면서 각각 ‘미국 FDA 인증’ ‘식약청 심사기준 통과’ 등을 주장하고 있으나 이와 관련된 자료를 광고주의 인터넷 홈페이지(www.knjsot.kr)는 물론 식약청 공시 열람 자료에서도 확인할 수 없었다. 특히 해당 제품은 용기 겉 사진에 ‘건강기능식품’이라고 표기하고 있어 더욱 주의가 요구됨에도 광고에 이와 관련된 자료를 표시하지 않았다.

모 재벌 그룹의 총수 딸이 ‘나라굿을 하는 작두 굿의 1인자로 손꼽힌다’는 ‘김도령’이란 무속인의 능력에 의해 일주일 만에 치유되었다고 주장한다. 이러한 기적과도 같은 치유가 가능했던 것은 그의 신통력과 그가 법당에 모신 ‘영험한 돌’ 때문이라는 것.

무속이 우리 전통문화의 한 부분으로 자리 잡았다고 할 수 있지만, 이처럼 무속인의 힘으로, 그것도 ‘영험한 돌’의 힘으로 여러 가지 난치병이 치유되었다는 주장은 현실성이 없다고 하겠다.

이러한 광고 행태는 ‘비과학적 또는 미신적인 내용을 게재해서는 안 된다’는 신문광고윤리강령에 저촉될 뿐만 아니라 신문의 신뢰를 훼손할 여지마저 있으므로 신문광고윤리실천요강 강령 1의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

11. 근거없이 의약적 효능 강조하는 제품

▲ 2011 - 2005 신문광고윤리강령 위반

국민일보 발행인 조 용 기

〈주 문〉

국민일보 2011년 2월 1일자 7면 「10년이 젊어진다/〈1년을 먹으면 10년이 젊어집니다〉」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

〈이 유〉

위 국민일보 광고는 식물 중 세포재생 효과가 있다는 세포재생 촉진제를 소개하면서 ‘1년 정도 복용하면 노인성 질환이 사라지고 죽었던 신경과 세포가 살아난다’ ‘허리 디스크와 무릎 관절이 회복되고 풀어졌던 근육이 다시 생긴다’는 등 여러 가지 효능을 주장하고 있다.

그러나 해당 제품은 광고에 성분과 관련된 자료를 전혀 표시하지 않고, 근거가 확실치 않은 효능만을 강조함으로써 정보가 부족한 독자를 현혹해 선의의 피해를 줄 수 있을 뿐만 아니라 신문의 공신력마저 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1,4 및 동 실천요강 강령 4의 (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.