

광고



▲ 2010-2-1 독자불만처리
每日新聞 발행인 이 창 영

〈주 문〉

每日新聞 2010년 1월 27일자 11면 「“바로커햇참식”으로 우리 아이-쑥쑥!!」 제하의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

〈이 유〉

1. 불만제기인은 每日新聞 2010년 1월 27일자 「“바로커햇참식”으로 우리 아이-쑥쑥!!」 제하의 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해 왔다.

每日新聞은 ‘바로커햇참식’ 광고하지 않는다고 했는데, 또 시작하고 있습니다. 실제로 每日新聞은 이미 윤리위원회로부터 세 차례의 ‘주의’로 인해 11월에 ‘경고’ 조치를 받은 바 있는 것으로 알고 있습니다.

하지만 2010년 1월 신문에서 7차례의 관련광고를 게재했으며, 지면 크기 또한 전면 광고의 절반 크기에 해당합니다. 이에 대해 적절한 조치를 부탁드립니다.

2-1. 이에 앞서 피제기인 每日新聞은 다음과 같은 광고를 게재하였다.

성장, 발육을 위한 쑥쑥 프로젝트

“바로커햇참식”으로 우리 아이-쑥쑥!!

“성장 물질(SR-103) 국제학술지 발표”



배송한 박사
(한경대 식품생명공학과 교수)

효모에서 추출한 성장 발육성분(SR-103)이 함유된 “바로커햇참식”이 화제가 되고 있다.

한경대 배송한 박사(식품생명공학과 현직 교수)와 서형주 박사(현직 교수)팀이 다년간 연구 끝에 개발한 SR-103은 효모에서 추출한 천연 물질로 동물 실험 결과 성장촉진에 대한 효능이 입증돼 국내특허(명칭-효모가수분해물을 유효성분으로 함유하는 성장촉진효과를 갖는 조성물 및 이를 포함하는 식품)를 획득, 국제특허(PCT/KR2007/005919) 출원, 국제학술지(Phytotherapy Research) 등재 등 공신력 있는 검증과정을 통과하였다.

연구팀은 SR-103이 성장호르몬의 분비량을 2.6배 성장판의 길이가 3.6배 증가시켰으며, 대퇴골과 경골 및 장골의 길이가 현저히 늘어났음이 확인 되었다고 보고하였다. 또한 IGF(초유추출 성장인자)와 4주간의 비교 분석 결과 성장호르몬의 분비량에서 SR-103이 IGF에 비해 2.8배 높은 수치를 보였다고 밝혔다. GMP 허가 업체인 (주)한미양행에서 제조된 “바로커햇참식”에는 SR-103 과 100% 국내산 곡물류 14종(쌀, 보리, 백태, 옥수수, 찹쌀, 검정콩, 현미, 조, 기장, 수수, 울무, 검정쌀, 당근, 밤)과 비타민, 칼슘, 단백질, 무기질 등 20여종의 영양성분이 균형에 맞게 골고루 구성되어 있어 별도의 영양제를 섭취하지 않아도 성장기 어린이와 청소년의 영양공급을 도와줄 수 있다. “바로커햇참식”은 우유나 두유에 혼합해서 간편하게 섭취할 수 있고 고소하고 부드러운 맛으로 입맛이 까다롭거나 편식이 심한 아이들도 맛있게 즐길 수 있으며 아침식사를 거르는 학생들의 아침 대용식으로 좋다. 또한 부담 없는 저칼로리(155kcal)로 비만을 걱정하는 수험생들의 늦은 밤 간식으로도 활용할 수 있다.

현재 청담중학교 축구부에서는 선수들의 체력증진과 지구력향상을 위해 “바로커햇참식”을 꾸준히 구매, 섭취하고 있다.

자녀의 성장발육과 체격발달에 관심을 갖고 있는 모든 부모님들께 자신 있게 권해 드린다.



▲평택 청담중학교 축구부



구입문의 및 상담 1588-7033
www.sdkbaro.com

〈每日新聞 2010년 1월 27일자 11면〉

2-2. 每日新聞은 제기인의 불만에 대해 다음과 같은 의견을 표명해 왔다.

- 귀 위원회에서 발송한 공문과 불만제기서를 해당 업체에 보내고 담당직원을 통해 신문윤리강령에 관한 내용을 주지시켰습니다.
- 해당 내용의 재검토와 수정, 삭제를 요구했습니다.
- 해당 업체 관계자가 신문윤리위원회를 직접 방문해 해명하겠다는 답변을 받았습니다.
- 2월 16일자 광고분부터 해당 내용을 삭제했습니다
- 제조사 전화번호 외 소비자 문제제기 판매처를 명기토록 요구했습니다.

-향후 유사 광고도 윤리위원회의 심의 내용을 참조해 제작해 줄 것을 요청했습니다.』

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고는 (주)한미양행에서 제조한 ‘바로커 햇참식’에 한경대 배송환 박사팀이 개발한 성장 발육 물질인 SR-103과 국내산 곡물류 14종이 함유돼 있어 어린이와 청소년의 성장을 촉진한다고 알리고 있다.

광고 문안에 따르면 “SR-103이 성장호르몬의 분비량을 2.6배, 성장판의 길이를 3.6배 증가 시켰으며, 대퇴골과 경골 및 장골의 길이가 현저히 늘어났음이 확인되었다”고 주장하고 있다.

그러나 일반적으로 새로운 물질을 발명하거나 발견하고 그러한 물질이 함유된 제품을 판매할 때는 별도의 임상시험 단계를 거친 뒤 관계기관의 인·허가를 받은 후에야 가능하다. 식품의약품안전청은 이 광고에 대해 “어린이와 청소년의 성장을 촉진하는 물질은 아직 개발된 바 없으며 성장촉진 물질을 포함하고 있다고 주장하는 광고는 허위”라고 지적하면서 “바로커 햇참식이 성장을 촉진한다는 내용은 믿을 수 없다”고 밝혔다.

또 식품을 질병의 치료나 의학적 효능이 있는 것처럼 표시하는 것은 「건강기능식품에 관한 법률」 제16조 1항 및 제18조 1항, 「식품위생법 시행규칙」 제6조(허위표시·과대광고의 범위) 2항에 각각 위배된다.

따라서 위 광고는 이 분야에 지식이 부족한 소비자들로 하여금 이 식품을 기능성식품으로 오인케 할 가능성이 매우 높고 나아가 신문의 신뢰를 떨어트릴 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 3, 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1), (4)를 위반했다고 인정되어 주문과 같이 결정한다.

▲ 2010-2-2 독자불만처리 每日新聞 발행인 이 창 영

〈주 문〉

每日新聞 2010년 1월 27일자 11면 「아내가 다시 예뻐보인다?」 제하의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

〈이 유〉

1. 불만제기인은 每日新聞 2010년 1월 27일자 「아내가 다시 예뻐보인다?」 제하의 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해 왔다.

每日新聞은 신문윤리위원회로부터 12월에 ‘주의’ 조치를 받은 〈아내가 다시 예뻐 보인다?〉 광고를 1월에 여전히 7차례나 게재했습니다.

위 광고는 책임소재를 확인 할 수 있는 광고주의 기본정보를 밝히지 않아 ‘주의’조치를 받았고 이러한 광고형태는 독자들에게 피해를 입힐 우려가 있다고 생각합니다.

위 광고에 대한 적절한 조치를 요구하는 바입니다.

2-1. 이에 앞서 피제기인 每日新聞는 다음과 같은 광고를 게재하였다.

여성 보습제의 명품! 전세계 60개국 판매! - 아스트로글라이드

아내가 다시 예뻐보인다?

◆남녀가 같이 사용하시면 더 좋습니다.
바르는 순간부터 촉촉하고 부드럽게 느껴지는 따뜻한 열감! 워밍만의 열정적인 터치감을 느껴보세요. 보다 에너지 넘치는 즐거움과 만족감을 드립니다. 적당량을 덜어 원하는 부위에 부드럽게 마사지 해주십시오. - 여성을 위한 뜨거운 열정

☆ **당신의 하루는 행복하십니까?**
아스트로글라이드가 아름다운 행복을 드리겠습니다

◆탁월한 보습력과 청결 효과!
금세 말라버리는 기존의 보습제와는 달리 쉽게 마르지 않고 장시간 지속적인 매끄러움과 촉촉함으로 최상의 즐거움을 선사해드립니다. - 여성을 위한 부드러운 배려

◆안전한 세계인의 보습제!
즐겁고 건강한 라이프스타일의 가치를 더해주는 아스트로글라이드는 미국 FDA 등록업체인 BioFilm Inc.에서 개발되어 미주와 유럽을 비롯한 전세계 60개국의 소비자들이 선택한 보습제입니다.



문의/1588-0103

〈每日新聞 2010년 1월 27일자 11면〉

2-2. 每日新聞은 제기인의 불만에 대해 다음과 같은 의견을 표명해 왔다.

- 귀 위원회에서 발송한 공문과 불만제기서를 해당 업체에 보내고 담당직원을 통해 신문윤리강령에 관한 내용을 주지시켰습니다.
- 해당 내용의 재검토와 수정, 삭제를 요구했습니다.

- 해당 업체 관계자가 신문윤리위원회를 직접 방문해 해명하겠다는 답변을 받았습니다.
- 2월 16일자 광고 분부터 해당 내용을 삭제했습니다
- 제조사 전화번호 외 소비자 문제제기 판매처를 명기토록 요구했습니다.
- 향후 유사 광고도 윤리위원회의 심의 내용을 참조해 제작해 줄 것을 요청했습니다.

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고는 남녀 성생활용 제품에 관한 것으로 오·남용할 경우 건강에 영향을 끼칠 수도 있다. 그럼에도 이 광고는 책임소재를 확인할 수 있는 광고주의 기본정보를 밝히지 않고 단지 전화번호만 게재하였다.

이 같은 광고행위는 독자들에게 뜻밖의 피해를 입힐 우려가 있을 뿐 아니라 신문의 신뢰를 훼손할 여지마저 있으므로 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

▲ 2009-2-3 독자불만처리 일간스포츠 발행인 정 경 문

〈주 문〉

일간스포츠 2010년 2월 5일자 21면 「롱길이롱타임 사랑」 제하의 광고에 대해 ‘주의’ 조치한다.

〈이 유〉

1. 불만제기인은 일간스포츠 2010년 2월 5일자 「롱길이롱타임 사랑」 제하의 기사에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해 왔다.

최근 3개월 동안 스포츠지마다 꾸준히 나오는 광고입니다. 의료기구도 아니면서 의료기구인 것처럼 허위·과대광고까지 하여 나이든 노인들을 현혹하고 있어 수많은 피해자가 나올 수 있습니다. 가정에서 신문 보기가 민망합니다. 신문품위에도 저속적인 문구이므로 광고를 금지하여 피해자를 줄여주실 것을 부탁드립니다.

2-1. 이에 앞서 피제기인 일간스포츠는 다음과 같은 광고를 게재하였다.

롱길이롱타임사랑

■발기원리= 비뇨기과병원서 발기부전증환자 의성기에 실리콘막대심을 삽어, 발기시키는 원리이고, 롱타임은 수술없이 실리콘막대심을 실리콘토시(귀두는 안 덮어짐)를 이용 성기에 부착즉시 우뚝서고, 성기가 15센티로 길어지고, 막대심을 뗄 때까지 통증없고 감각도 느끼고 사정이 끝나도 발기가 끝없이 지속되는 국제특허품(10-2009-94188)

*우수성 : 고혈압, 당뇨, 80대. 약물. 각종기구를 사용해도 발기가 안되는 분도 발기가 된다.(반영구적 사용자)

*가격 : 막대심없는것 (젊은층사용) 96,000원
발기및롱타임 (막대심있는것) 198,000원
완전발기불능자 (성기복원) 300,000원

오르가즘사랑

오르가즘유도기를 남자성기에 착용 즉시 아내는 오르가즘에 오르고 불면증, 불감증은 즉시 없어지고 다이어트에도 큰 효과가 있다 (뉴스위크지 보도내용) 특허품(10-2009-76488)
가격 149,000원



010-9607-9970 / 010-2762-2540
070-8243-9970 / 070-8639-9941
입금계좌 농협 170202-56-055221 (김영순)

〈일간스포츠 2010년 2월 5일자 21면〉

2-2. 일간스포츠는 제기인의 불만에 대해 다음과 같은 의견을 표명해 왔다.

롱길이롱타임 사랑, 일간스포츠지 광고 게재중지를 광고주에 통보.
통보 근거는 신문윤리위원회의 문제 제기에 의함.

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고는 남녀 성생활용품에 관한 것으로 “수술 없이 실리콘 막대심을 실리콘토시(귀두는 안 덮어짐)를 이용, 성기에 부착 즉시 우뚝 서고, 성기가 15센티로 길어지고, 막대심을 뗄 때까지 통증 없고 감각도 느끼고 사정이 끝나도 발기가 끝없이 지속되는 국제특허품(10-2009-94188)” 등의 자극적이고 선정적인 표현을 사용하여 발기부전증과 불감증에 효과가 있는 것처럼 선전하였을 뿐 아니라 특허청으로부터 특허등록을 받지 않았음에도 ‘국제특허품’이라고 표기하였다.

우리 위원회에서 특허청에 문의해본 결과 위 광고에 명기된 특허관련 일련번호는 특허등록번호가 아니라 특허출원번호임이 밝혀졌다. 즉, 아직 특허등록이 돼있는 상태가 아니고 특허를 출원하여 심사절차에 있는 상태이다.

또한 위 광고는 책임소재를 확인할 수 있는 광고주의 기본정보를 밝히지 않고 전화번호만 게재하였다.

이 같은 광고행위는 자칫 정보가 부족한 소비자들에게 뜻밖의 피해를 입힐 소지가 있을 뿐만 아니라 신문의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고 윤리강령 4 및 동 실천요강 강령 4의 (1),(2),(4)를 위반했다고 인정되어 주문과 같이 결정한다.