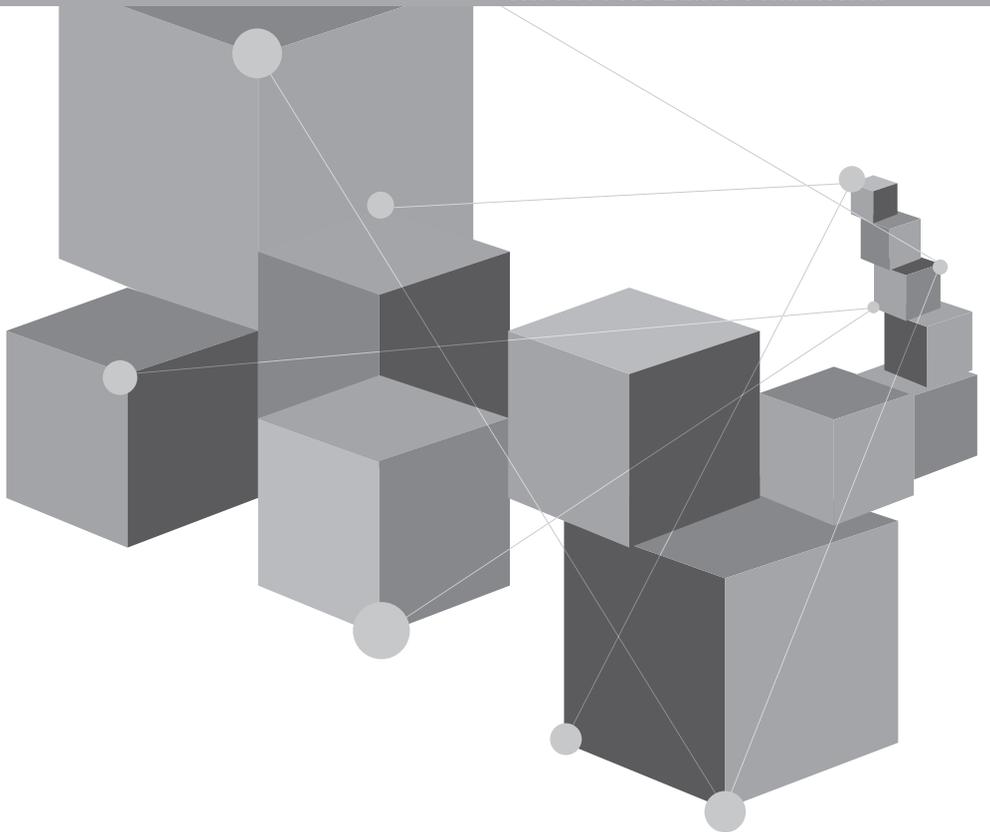


# 광고

Korea Press Ethics Commission



▲ 2012-2-1 독자불만처리  
서울일보 발행인 이 근 학

〈주문〉

서울일보 4월 9일자 20면 「인도네시아 발리」 제하의 광고에 대하여 ‘주의’ 조처한다.

〈이유〉

1. 서울일보 4월 9일자 20면 「인도네시아 발리」 제하의 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해왔다.

처음에는 여행지 정보를 제공하는 기사로 생각하고 읽었습니다. 그런데 끝 부분에 기자 이름도 없고 여행사 이름과 전화번호까지 나와 있는 것을 본 후 기사를 가장한 광고임을 알게 되었습니다.

게다가 해당 지면 어디에도 광고 표시가 없습니다.

이처럼 기사와 혼동하기 쉬운 광고로 독자를 현혹하는 것은 문제가 있다고 생각합니다. 이에 대한 적절한 조처를 부탁드립니다.

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

인도네시아 발리

‘神들의 피난처’로 당신을 초대합니다

발리 누사두아, 이색적 전통문화 아름다운 바다 ‘매혹적’

전세계 유명호텔 총집합 ... 안전한 가족여행지로 호평

지상 마지막 낙원으로 불리며 전세계적인 유명 관광지인 발리는 이슬람 문화권인 인도네시아 지역 중 힌두 문화가 살아 숨쉬는 유일한 지역이다. 신들



의 호평이 계속 되고 있다. 또한 인도네시아 최고급 브랜드 호텔인 물리야호텔그룹은 2012년 가을 목표로 누사두아 최대 규모의 리조트 및 풀빌라 오픈을 앞두고 있어 발리로의 여행을 계획하고 있는 관광객들에게는 매우 반가운 소식이 아닐 수 없다.

지역적 특성= 누사두아는 발리의 도청 소재지인 덴파사르로부터 40km 남쪽으로 떨어진 곳에 위치해 있습니다. 접근성은 꾸따 또는 르기안 또는 스미냇 지역에서 약 20-30분 정도, 짐바란지역에서 약 15분 정도 걸리며, 국제 공항은 차로 약 20-30분 정도 소요.

#### ◆ 볼거리

Devdan Show= 누사두아 단지 내 700석 규모의 새롭게 단장한 극장에서 현재 상영 중인 공연으로 기존 발리에서는 찾을 수 없었던 화려한 의상 및 특수효과 전통 댄스 및 아크로바틱으로 구성된 최대 규모의 뮤지컬쇼

PASIFIKA MUSEUM= 매일 오전 10시부터 오후 6시까지 오픈하는 이곳은 남동 아시아 및 남태평양 지역의 발리 예술에 흥미가 있는 누구에게나 높게 추천되는 박물관.

WATER SPORTS해양스포츠에는 바나나보트, 파라세일링, 제트스키, 다이빙, 플라잉피쉬 등이 있다. 누사두아 비치 탄중 브노아 비치에서 직접 예약하여 즐길 수 있고, 숙박하는 호텔에 예약하여 즐길 수도 있다.

#### ◆ 놀거리

NUSA DUA GOLF AND COUNTRY CLUB= 티타임이 매일 오전 6부터 오후 4시까지인 이 골프장은 매우 편리한 위치로 많은 관광객들에게 인기가 많습니다. 예약은 어느 호텔에서든 가능하며, 다만 티타임은 꼭 미리 예약을 하시는 편이 좋습니다.

BALI COLLECTION (SHOPPING, DINING AND ENTERTAINMENT COMPLEX)= 5성급 호텔들이 즐비한 누사두아 지구에 위치하고 있으며, 누사두아 지구에서 가장 크고, 럭셔리한 쇼핑몰입니다. 발리니스 스타일과 자연적이 분

위기를 살린 유일한 쇼핑몰로 누사두이 지구 내의 호텔이나 판중 브노아 지역의 호텔에서는 무료로 셔틀버스가 운행되고 있어 이동에 편리합니다.

◆ 항공편

가루다 인도네시아항공에서 인천~발리(덴파사르)구간 직항편 오전 11시 15분 운항 중.

항공문의\_가루다인도네시아항공 예약과

02)773\_2092 or www.garuda.co.kr

상품문의\_허니문두 여행사

1544-0855 or www.honeymoondew.co.kr

2-② 서울일보는 제기인의 불만에 대해 다음과 같은 의견을 표명하였다.

본보는 독자가 보다 다양한 정보를 얻을 수 있도록 20면을 기획특집 형식으로 제작하여 여행지나 그달의 불만한 것들을 제공하고 있으며 2012년 4월 9일자 20면 '인도네시아 발리' 제하 기사는 이의 일환으로 발리를 소개한 것입니다.

위 기사는 독자의 편의를 위해 보다 상세한 정보를 소개한 것이지 여행사측이나 다른 이유로 광고성 내용을 담을 의도는 없었습니다.

다만 향후 신문을 편집하는 과정에서 더 신중을 기하도록 하겠습니다.

앞으로도 더 알찬 내용으로 찾아가기 위해 독자의 소리를 귀담아 듣는 서울일보가 되겠습니다. 감사합니다.

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

서울일보 4월 9일자 20면 「인도네시아 발리」는 독자에게 여행지 정보를 소

개하는 기사 형태를 취하고 있으나 홍보성 표현으로 일관하며 해당 여행지의 장점만을 부각시키고 있다.

게다가 여행사 이름과 전화번호, 홈페이지 주소까지 게재한 점 등을 고려하면 위 게시물은 기사식 편집 형태만 갖춘 광고로 볼 수 밖에 없다.

지면 상단에는 ‘광고’ 표시를 생략하고 지면 하단에는 바이라인을 달지 않음으로써 일반 독자 입장에서는 기사인지 광고인지를 구분하기가 매우 어려운 방식으로 편집해 놓았다.

따라서 위 광고는 독자들이 해당 광고를 기사로 오인할 소지가 있을 뿐만 아니라 신문의 신뢰를 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

#### ▲ 2012-2-2 독자불만처리

東亞日報 발행인 김 재 호

##### 〈주문〉

東亞日報 2012년 4월 5일자 C3, C4면 「인간이 더불어 사는 공간, 신뢰로 잇습니다」 제하 광고 外 9건의 광고에 대하여 ‘주의’ 조처한다.

##### 〈이유〉

1. 東亞日報 2012년 4월 5일자 C3, C4면 「인간이 더불어 사는 공간, 신뢰로 잇습니다」 제하 광고 外 9건의 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해 왔다.

최근에 저희 회사로 모 신문사 직원으로부터 전화가 몇 번 왔었습니다.

기사를 써 줄테니 돈을 내라는 것이었습니다. 기사인데 왜 돈을 내야하냐고 물어보자 협찬금으로 들어가는 거랍니다.

東亞日報 2012년 4월 5일자 Industrial Review C3, C4면에 전단지처럼 박혀

있는 게시물들도 위와 같은 경위로 게재된 것이 아닌지 의심스럽습니다.

실상은 광고임에도 광고 표시를 달지 않고 기사식으로 광고를 내는 것은 언론사의 기본적인 신뢰를 실추시키는 행위 아닙니까?

적절한 조치를 부탁드립니다.

2-① 이에 앞서 피제기인 東亞日報는 다음과 같은 광고를 게재하였다.

〈東亞日報 2012년 4월 5일자〉

인간이 더불어 사는 공간, 신뢰로 짓습니다.

#### ◆ 주안이엔씨

전원주택 및 현대적 한옥 건설, 건축설비 전문기업인 (주)주안이엔씨는 10년 이상의 노하우를 바탕으로 고속 성장한 기업이다.

종합건설회사인 (주)주안이엔씨 임정현 대표는 한마디로 “계약이 중요한 것이 아니라, 사람과 신뢰가 중요하다”고 강조한다.

개발자의 이익이 아닌 고객, 즉 ‘수분양자’ 수익을 실현할 수 있는지를 먼저 고려해야 부동산개발 사업에 성공할 수 있다고 임 대표는 강조한다. ‘신뢰와 기술’을 바탕으로 한 ‘현장 중심의 경영자 마인드’가 임 대표의 핵심 철학. 주안이엔씨는 이에 따라 고품질에 철저한 사후관리를 추구한다.

임 대표는 아무리 트렌드가 변해도 가장 중요한 것은 인간이 더불어 사는 공간 자체라는 믿음을 갖고 있다. 2012년 전체적인 트렌드는 밝고 화려한 쪽이지만, 주안이엔씨는 여전히 대표의 철학과 고객이 원하는 콘셉트에 따라 ‘가장 실용적인 것’을 추구한다.

‘맞춤형 서비스’를 지향해 고객이 원하는 바를 미리 준비하여 디자인을 선택할 수 있도록 하며 마감까지 총체적으로 서비스하며 ‘영구적인 AS’를 내세우고 있다.

앞으로도 전통성에 현대적 의미를 반영하고 ‘일상생활에 디자인 및 고객 맞

충성에 중점을 둔 마이하우스(my house)를 개척하겠다는 포부를 갖고 있다. 임 대표는 밀접한 것들에 대한 무한서비스가 곧 신뢰의 바탕으로 그것이 바로 회사의 얼굴'이라는 믿음을 갖고 있다. 이에 따라 갖고 싶은 작은 가구나 선반, 필요한 서비스에 대해 즉각 대응하는 것이 바로 고객 봉사라고 믿고 있다.

경기 남양주시에 있는 (주)주안이엔씨는 '체계화'와 '전문화'를 통해 서비스 표준을 제시하는 종합건설업체다. 현재 주요 사업으로 남양주시 금단리 전원주택공사, 가평군 설악면 한옥마을 단지 조성사업, 수동 내방리 사찰 신축공사 및 전원주택 단지 조성사업을 펼치고 있다.

“온라인 집쇼핑으로 고객의 시간 절약해 드립니다”

#### ◆ 아이지개발

주식회사 아이지개발은 2009년 설립돼 부동산 매매 임대 및 분양대행을 통해 급성장한 기업이다. 현재 아파트건설과 부동산을 매개로 한 온라인사업에 역량을 집중하고 있다.

광주 동구에 본사가 있는 아이지개발은 전북 김제시 신흥동에 아파트 건설 사업을 진행해 착공을 앞두고 있다.

이 회사는 최근 온라인 부동산 토털서비스인 '집사람(www.jibsaram.com)'을 출범시켜 눈길을 끌고 있다. 중개·금융·법무·이사·집수리 등의 토털 서비스다. 광주를 거점으로 서비스를 시작해 조만간 전국으로 서비스 영역을 확대해 나갈 예정이다.

'집사람'은 인사말을 통해 경영철학을 대변한다.

“왜 우리가 아직도 이곳저곳을 찾아 헤매거나 전화번호 하나에 의지해 집을 알아봐야 합니까. 인터넷에서 집을 자유롭게 골라 보고 그에 대해 편의의 퇴할 수 있는 방법은 없습니까'라는 질문을 던지는 고객이 점점 늘어날 것입니다. 당사는 특화된 매물검색, 하우스뷰와 파노라마뷰, 그리고 일대일 전담 에이전트를 통한 빠른 피드백 등으로 '고객의 눈에 보이는 집쇼핑'을 실현할 것입니다. 특히 거주지를 옮기면서 다양하게 요구되는 많은 서비스들을 제휴

업체를 통해 윈스톱으로 제공함은 물론이고 고객의 스케줄까지 관리하여 그들의 소중한 시간을 절약하게 할 것입니다. 거기에 모든 거래 시 발생하는 현실적 금액의 캐시백은, 당사의 경쟁력을 더욱 높여 줄 것이라 믿습니다.”

이용호 대표는 아파트 건설과 관련해 “서민 주거 지원 방안 등을 포함한 추가 부동산대책이 한동안은 계속될 것으로 본다”면서 “건설경기가 긴 침체 속에 있으나 건설투자는 꾸준히 회복세를 보여, 이제는 주택부문의 회복 여부가 관건”이라고 전망했다.

이 대표는 어떤 일이건 결국 ‘사람’을 위해서 ‘사람’이 생각하고 움직인다면서 결국 모든 것에 ‘사람’이 있는데 ‘사람’을 생각지 않는 경영이 과연 성공할 수 있겠는가라고 늘 스스로에게 되묻곤 한다고 말했다.

#### 페아스콘 재활용으로 자원절약·환경오염 방지 기여

#### ◆ 태형기업

1996년 창업한 태형기업(주)은 태형물산, 태형 리사이클링, 화약을 운영하며 레디믹스트 콘크리트 및 재활용을 포함한 가열 아스팔트 혼합물의 생산 및 서비스 인증을 받았다.

아스콘 및 레미콘 산업의 기반을 다지며 쇄석, 골재, 아스콘, 레미콘뿐만 아니라 건축 토목 사업도 펼치고 있다. 일본과의 기술제휴로 1999년 페아스콘 재활용 사업에 뛰어들어 이 분야 선두 주자로 꼽히는 친환경 기업이다.

도로 보수과정에서 나오는 페아스콘(아스팔트 콘크리트)은 과거 대부분 매립됐지만 태형기업은 이를 분쇄기에 옮겨 불순물을 걸러내고 규격별 가공으로 재사용했다. 따라서 수입원자재를 절약하고, 나아가 석산골재 채취에 따른 자연 훼손 방지 및 부존자원의 절약과 페아스콘 유해물질의 토양 유입을 방지할 수 있다. 수입 대체 효과와 자원절약 효과를 낳는 셈이다.

태형기업은 기술개발 및 품질관리로 신아스콘에 버금가는 고품질의 재활용 아스콘을 만들어 서울시 환경상, 국가도로 건설발전 공로패, 지식경제부장관상, 국무총리표창 등을 받았다. 카자흐스탄, 몽골, 요르단 등지에서 찾아와 교

육을 받고 있다.

윤호중 대표이사는 “초기에 단지 ‘재생’이라는 이유만으로 품질이 좋지 않을 것이라는 편견 때문에 힘들었다”면서 “품질이 절대로 떨어지지 않는다”고 강조했다.

‘가족 같은 분위기의 경영’의 기치 아래 직원들은 마라톤을 한다. 윤 대표는 마라톤을 완주하려면 철저히 준비해야 하듯 사전 준비와 전략을 강조하는 ‘마라톤 경영’을 모토로 삼고 있다.

태형기업은 재생 드라이어 내부의 구조적 코팅 현상을 10% 감소시켜 아스콘 품질을 개선했고 내부 온도를 10~15도 상승시켜 연료 소비량을 절약했다. 또 트롬벨을 설치하여 미분덩어리를 제거했으며 페아스콘 분리 발주, 수주를 통하여 자원 절약 및 환경오염 방지에 기여했다.

“페아스콘을 전량 재활용한다면 아스팔트에서 연간 1000억 원가량 절약할 수 있습니다.”

눈건강 시력지킴이 봉사로 국민의 눈 지켜요

#### ◆ 다비치 안경체인

(주)다비치안경체인은 이름 그대로 전국적인 안경체인이다.

서울 중구 회현동에 본사가 있으며 2003년 설립돼 2년 만에 전국에 대형 전문매장을 100여 개 갖춘 정도로 급성장했다.

“안경만 팔던 시대는 지났다. 이제부터는 국민의 눈을 지키려는 기업이념이 절실하다”는 김인규 대표의 뜻에 국민의 시(視)건강을 위해 다비치안경체인이 눈건강 시력지킴이로 나섰다.

지난 1월 10일 눈건강시력지킴이 봉사단 발대식을 마친 후 김 대표 지휘 아래 11개 지부에서 각각 매월 하루를 지정하여 다비치안경 800여 명의 봉사단원들과 함께 안경바로사용하기 캠페인을 펼치고 노인복지관이나 사회 소외 계층을 방문하여 봉사활동을 진행하고 있다.

25인승 버스를 검사차량으로 개조하여 전국 곳곳을 누비며 4월 첫 주로 21

차 봉사단활동을 하고 있다. 또 눈건강시력지킴이로서 다비치 옵토메트리 아카데미에서는 다비치 전 매장의 점주 및 안경사들이 양안시 이상 교육을 받고 활약하고 있다.

주문형 상토 작물별 전용상토 등 고객 맞춤으로 척척

◆ 농경

(주)농경은 50여 명의 임직원이 연간 12만 t 이상의 인공상토를 전국 310여 단위농협과 540여 대리점을 통해 농민에게 공급하는 굴지의 상토전문 제조사다.

충북 진천에 있으며 30여 년 전 창사 이래 매년 10% 이상의 매출 성장을 기록해 2011년 매출액은 231억 원이었다.

농경은 고객의 애로와 불만사항이 접수되면 신속하고 정확하게 진단하고 처리해 신뢰를 얻어 전체 고객의 80%가 넘는 ‘충성고객’을 자랑한다.

풍부한 경험과 기술력의 바탕 아래 ‘열정’을 자사의 최고 자산으로 여긴다. 열정을 토대로 농민의 요구에 맞춘 주문형 상토와 작물별 전용상토를 출시했고 한국양묘협회와 공동연구를 통해 묘목별 전용산림양묘상토를 개발해 독점 공급하고 있다.

또 특수작물에 적합한 상토를 개발하기 위해 3년여간 산학 공동연구를 진행하여 곧 제품 출시를 앞두고 있다.

올해에는 연구개발비 투자비중을 10~15% 높이고 중국 대륙에 한국 상토 기술을 접목할 계획을 갖고 있다. 충북대, 강원대, 경상대 등과 산학협약을 체결하여 국내 연료개발 시험을 실시하고 있으며 인도, 스리랑카, 필리핀 등과 원재료 기술협약을 체결했다.

구창희 대표는 제품, 기계 등 모두가 처음인 상황이라 초기 시장개척 단계에서 수많은 애로를 겪었다면서 “늘 기본에 충실한 것을 생활화하였을 뿐”이라고 성장 비결을 밝혔다. 구 대표는 ‘1+1= 2가 된다’는 원칙을 기본으로 정직함을 좌우명으로 삼고 있다.

(주)농경은 상토시장에서 공정한 경쟁의 필요성을 강조하고 있다. 현재 각 제조사는 농협중앙회의 가격결정권과 계약일정에 따를 수밖에 없는 구조로 돼 있어서 공개입찰에서도 지역이기주의 등이 작용해 공정한 경쟁을 방해하는 경우가 많아 소비자의 선택권을 침해하는 결과를 가져오기 때문에 개선되어야 한다는 것이다. 지방자치단체가 비료, 퇴비 등을 구입할 때도 농민의 사용 시기에 압박하여 거의 동시에 진행하므로 생산과 배송에 혼란을 초래하고 있다는 것이다

신화기공, 로터리 자동제진기·상하수도 설비 등 자연재해 이상무

#### ◆ (주)신화기공

(주)신화기공은 도심에 홍수가 났을 때 배수펌프가 원활히 작동해 생명과 재산을 보호하는 로터리자동제진기를 생산한다. 또 4대강 살리기 사업 중 ‘소수력발전소 설치공사’에 수문 및 스크린을 납품함으로써 새로운 트렌드 사업인 녹색산업에 참여하고 있다.

1979년 창립한 신화기공은 상하수도설비, 수처리 설비, 녹색인증설비, 건설자재 등을 생산하는 기업이다. 충남 당진군 송악면에 있다.

상하수도설비로는 슬러지수집기, 슬러지컬렉터, 침사인양기, 응집기, 호퍼가 있고 수처리 설비로는 제진기, 수문, 밸브, 펌프가 있으며 녹색인증설비로는 소수력발전소, 조류발전차단막, 스티로폼감용기, 건설자재로는 타이케이בל, 리프팅케이בל, 들고리가 있다.

현재 40여 개의 기술특허를 보유하고 있는 신화기공은 생태환경 변화에 따라 ‘수처리 분야’ 관심이 높아지고 있어 대형 수문, 댐, 배수갑문 등의 사업에도 나설 예정이다.

엔지니어 출신인 황부회 회장은 “설립 당시 국내에는 생산이나 연구가 전무한 제진기를 제작하기 위해 일본으로 건너가 완성품을 보고 현장에서 도면을 직접 그렸으며, 국내에 제품에 맞는 가공기계가 없어 직접 가공기계를 제작했다”고 말했다.

황 회장은 “모든 제품에 규격이 정해져 있는 기성품이 아니라 발주처의 조건에 따라야 하기 때문에 재고와 원가관리에 애로점이 많았다”면서 “회사를 경영하는 동안 단 한 번도 매출액이 감소한 적이 없는데 이는 앞선 기술에 고장이 적기 때문”이라고 설명했다.

2012년에는 매출목표 150억 원에 수출액을 40억 원으로 잡고 있다. 장기적으로는 현재의 수처리기계 전문업체에서 환경부문전문업체로 확장할 계획이다.

황 회장은 또 신화기공이 향후 글로벌시장에서 경쟁력을 갖기 위한 노력에 대해 “기계분야에서는 성능과 내구성이 최우선이므로 이를 특화시킬 노력을 계속할 예정”이라고 말했다.

삼원씨앤지, 지진재난시 건물자동제어시스템으로 생명 살린다

#### ◆ (주)삼원씨앤지

(주)삼원씨앤지는 1995년 설립된 건물자동제어시스템 개발회사다.

이 회사의 지진재난 방지용 건물 자동제어시스템은 발명특허와 실용신안 등록됐다. 특히 지진감지기능을 이용한 건물 내 시설 자동제어시스템으로 2007년 산업자원부 기술표준원에서 국내최초로 신제품(NEP) 인증을 받았다. 이 자동제어시스템은 건물 내 기계설비, 전력설비 등을 제어하면서 실시간으로 지진을 감지하여 지진 강도에 따라 단계별로 건물 내 기계설비 및 전력 등을 차단 및 제어하여 2차 피해를 줄일 수 있도록 했다.

지진의 정보를 권역별로 관리하여 자체 지진감지센서 등의 고장 또는 오작동이 발생하더라도 권역내의 다른 자동제어시스템에서 수집한 지진정보를 중앙 서버를 통해 수신해 지진 강도에 따라 단계별로 대응하게 된다. 즉 스스로 작동하는 것이다.

지역 통합 지진감지기능을 이용한 건물내 시설 자동제어시스템은 인텔리젠트 빌딩, 종합병원, 체육관, 음식점, 백화점, 지하철 역사 등에 활용 가능하다.

일반 오피스건물도 첨단화하면서 쾌적한 실내 환경 조성과 에너지 사용을

줄이는 IBS 통합 자동제어시스템을 설치하는 빌딩이 늘고 있다. 또한 일정규모 이상 건물에 에너지등급을 받도록 의무화됐으며 일본, 중국과 동남아시아에서 대형지진이 잦아 수요는 늘고 있다.

김태원 대표이사는 “자동제어시스템 기술은 전기설비, 기계설비, 조명설비, 출입통제, 소방 설비, CCTV 감시 등의 전반적인 기술을 포괄하고 있다”면서 “전자·전기·기계공학 전문 인력을 확보해야 하지만 중소기업으로서는 어려워 연구개발 전담부서를 신설하고, 전문 분야별로 교수와 박사를 위촉하여 자문에 응하는 사외 고문제도를 도입해 신제품을 개발했다”고 말했다.

김 대표는 임직원의 ‘혼연일체’를 강조한다. 1998년 외환위기 당시 임직원이 혼연일체가 되어 위기를 극복했다고 한다.

#### 문서보안 제품 국내 점유율 1위 … 특화 기술력의 힘, 소프트캠프

##### ◆ 소프트캠프

소프트캠프는 문화적 차이를 극복하고 세계 최고의 소프트웨어 개발을 목표로 1999년 설립된 소프트웨어 기업이다. 현재 130명가량의 직원이 있으며, 소프트캠프의 문서보안 제품을 사용하는 업체는 국내 300여 개, 일본 100여 개에 이른다.

소프트캠프는 기업용 보안 소프트웨어 개발에 역점을 두고 있다. 예를 들면, Secure KeyStroke(인터넷뱅킹 키보드 보안 솔루션) Document Security(Office 및 OA 제품군의 전자문서 산출물 암호화 DRM 솔루션), S-Work(가상화 드라이버 기반의 전자문서, 도면, 소스 보안 솔루션), S-Work DI(기업 내 ECM 시스템 연계를 통한 문서중앙화 솔루션) 등이다. 고객이 검증한 기술력을 바탕으로 소프트캠프의 문서보안 제품은 국내 최대 그룹사 및 지주사 정보유출방지 표준제품으로 선정되었다. 또 국내 문서보안은 금융시장 및 기업시장 점유율 1위라고 회사 측은 밝혔다.

소프트캠프는 전 직원의 약 69%가 기술인력으로, 높은 보안성에 특화된 기술 연구개발(R&D)을 수행한다. 다수의 국내외 특허 지식재산권 확보하고 있

다. 또한 설립 이래로 일본 사업을 10년째 유지하고 있어 안정적인 해외사업 경험을 기반으로 중국을 중심으로 동남아 및 미주에 판로를 개척해 Global SW로 발돋움하고 있다.

소프트캠프는 해외 유사 제품을 국산화하기보다는 독특한 아이템을 기반으로 한 신제품 개발에 중점을 둔다. 이를 바탕으로 개발된 문서보안 제품은 E-DRM 시장 개척을 필두로, 확고한 고객사 레퍼런스를 확보하게 되었으며, 점차 기업 내 내부정보유출방지 시장의 강자로 성장했다.

배환국 대표이사는 ‘스스로 기회를 갖자’는 경영철학을 갖고 있다. 소수 인원 중심으로 출발한 벤처기업의 특성을 이어받아 직원 130여 명은 지금도 회로애락을 늘 함께하며, 자유로운 의사 표현과 정보 공유 성향이 강하다.

‘소중한 것을 지킵니다’ 믿을 수 있는 친환경 팩, 테트라팩

#### ◆ 테트라팩

테트라팩은 식음료 전 처리 및 무균포장기술 기업이다.

테트라팩은 독일 쾰른에서 3월 말 열린 ‘2012 국제 식품 음료 기술 박람회 (ANUGA Foodtec 2012)’에 참가해 신제품과 미래 혁신기술을 선보였다. 3년마다 개최되는 이 분야 최대 박람회로 올해에는 35개 나라 1300여 업체가 참가했다.

테트라팩은 236여 개의 제품 포트폴리오와 설비를 전시했으며 실험부스에서 혁신적인 솔루션도 선보였다.

테트라팩은 산림경영인증 FSC가 인증한 판지만을 이용해 완전 재생이 가능한 몸통과 재활용이 용이한 마개의 테트라 에베로 아셉틱을 공개하고, 재생 가능한 폴리에틸렌 마개도 선보였다.

이 밖에도, 테트라팩의 가장 최신 무균 종이팩이자 원형 뚜껑이 달린 세계 최초의 게이블 톱, 포장용기인 테트라 제미나 아셉틱 라인의 테트라 제미나 아셉틱 1000 크리스탈 및 테트라 제미나 아셉틱 1000리프, 각 모서리가 원형 처리된 테트라 탑 카튼 샷 라인의 ‘로카’ 등 혁신적인 포장 디자인도 공개했다.

테트라팩은 친환경 제품과 혁신적인 디자인 외에도 비용 절감 효과와 포장 과정에서의 효율성 증진 및 환경 부담을 크게 줄인 새로운 포장 기술도 내놓았다.

데니스 온슨 최고경영자는 “60년 역사를 지닌 테트라팩은 이번 박람회에 선보인 신기술을 통해 운영 비용을 줄이되 생산성 및 환경 성과는 극대화할 수 있도록 했다”고 설명했다.

테트라팩은 연간 매출액의 4%를 연구개발에 쓰고 있으며 세계에 11개 연구개발센터를 운영하고 있다. 또한 5100여 개의 특허를 보유하고 85개국에서 2만2000명 이상을 고용하고 있다.

“소중한 것을 지킵니다”라는 기업 모토에는 테트라팩에 담긴 식음료를 믿고 이용하도록 하려는 비전이 들어있다. 자세한 내용은 웹사이트([www.tetrapak.com](http://www.tetrapak.com), [www.tetrapak.co.kr](http://www.tetrapak.co.kr)) 참조.

### 대현금속, '전 공정 자동화' 엄격한 품질관리로 매출 60억 달성

#### ◆ 대현금속

대현금속(주)은 자동차용 파워스티어링 호스&파이프와 기타 호스 파이프 생산업체다.

자동차용 파워스티어링이 유압식에서 전기식으로 전환돼 국내외 대기업에서는 투자를 더는 하지 않고 있다. 이에 대현금속의 경쟁력은 강화되었고 이란 등지로 수출하는 등 국내외 틈새시장을 개척해 범위를 넓혀나가고 있다.

대현금속은 갈수록 강화되고 있는 품질요구에 부응해 품질 경쟁력을 갖추고 중국 등의 저가 경쟁력에 대하여 원가 경쟁력을 갖추고 있다.

특히 품질 우수성을 통해 차별화된 경쟁력을 확보하기 위해 품질시스템 인증은 물론이고 지난해 현대·기아자동차의 품질인증인 SQ품질인증을 획득했다.

1차 5년 계획으로 2011년부터 2015년까지는 파워스티어링 호스&파이프를 비롯한 기타 호스 파이프를 통해 매출성장을 이룩하고 있다.

이제 대현금속은 2차 5년 계획을 수립해 2016년부터 2020년까지로 잡고 새로운 성장 동력을 위해 새로운 품목에 대한 사업다각화를 야심적으로 추진하고 있다.

1차 5년 계획을 통해 기업성장의 기반을 다진 뒤 자체 기술력 확보, 품질 경쟁력 확보, 가격 경쟁력 확보를 통해 국내외 시장을 확대해 나갈 계획이다.

대현금속은 충북 음성군에 있으며 종업원 50명 규모에 2011년 기준 매출 60억 원을 달성했다. 2000년 설립됐으며 일본 태국 미국 이란 등지로 제품을 수출하고 있다.

대현금속은 최신 장비를 이용한 전 공정의 자동화를 통하여 생산성을 향상시키면서 전 공정 Fool Proof System(Poka-Yoke)과 함께 엄격한 품질관리 체계를 갖추고 있다.

손준길 대표는 “이에 따라 대현의 제품 전용라인은 보다 높은 생산성과 품질을 지니게 됐다”면서 “5S 개선활동, 자주개선, 개선제안 활동 등을 통하여 Zero PPM 목표 달성을 위해 노력할 것”이라고 말했다.

손 대표는 “향후 사업다각화를 통해 기업을 발전시켜 ‘고용창출’을 통한 사회공헌을 하겠다”는 포부를 갖고 있다.

2-② 東亞日報는 제기인의 불만에 대해 아무런 의견도 표명하지 않았다.

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

東亞日報 4월 5일자 C3, C4면의 게시물들은 「Industrial Review」라는 기획하에 독자들에게 기업 정보를 제공하는 기사 형태를 취하고 있으나, 해당업체의 일방적인 주장이나 장점만을 부각하였다.

또한 기업 측이 제공하는 각종 제품·설비 사진 또는 홈페이지 주소까지 함께 게재한 점을 고려하면 위 게시물들은 기사식 편집 형태만 갖춘 광고로 볼 수 밖에 없다.

게다가 지면 상단에는 ‘광고’ 표시를 하지 않고 각 게시물 문장 끝에는 바이

라인을 달지 않아 일반 독자 입장에서는 기사인지 광고인지를 구분하기가 매우 어렵다.

따라서 위 광고는 독자들이 해당 광고를 기사로 오인할 소지가 있을 뿐만 아니라 신문의 신뢰를 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

### ▲ 2012-2-3 독자불만처리

#### 충북일보 발행인 변 근 원

##### 〈주문〉

충북일보 2012년 5월 16일자 14면 「“한알만 먹어도... 담배생각 없어지네!”」 제하 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

##### 〈이유〉

1. 불만제기인은 충북일보 2012년 5월 16일자 14면 「“한알만 먹어도... 담배생각 없어지네!”」 제하 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해왔다.

최근 몇 개월 동안 꾸준히 나오는 광고입니다. 의약품도 아니면서 니코틴 분해와 배출에 효과가 있는 의약품(천연생약제)인 것처럼 광고하고 있습니다. 특히 ‘한알만 먹어도 담배생각이 없어진다’는 부분은 과장이 너무 심하다고 생각합니다.

국내 및 국제 특허를 받았다고 광고하고 있는데, 특허번호가 명기되지 않아 신뢰하기 어렵습니다. 제품에 관한 상세정보를 알고 싶어서 신문광고에 나온 전화번호로 문의를 해보았지만, 판매에만 열중할 뿐 제품에 대한 상세정보는 상담원조차 모르고 있었습니다.

제조사이나 제조 관련 전문가와 상담할 수 있는 전화번호도 기재해주시기 바랍니다.



것은 확인하였다.

그러나 위 광고는 해당 제품이 식품의약품안전청에서 허가 받은 의약품이 아님에도, “국내 의과대학 임상실험 효과 입증!”, “11가지 생약성분 원료만 사용한 천연생약제” 등의 문구를 사용해 마치 의약품인 것처럼 홍보하고 있을 뿐만 아니라, “한알만 먹어도 담배생각 없어지네!”, “한알의 기적” 등의 과대한 표현으로 소비자를 현혹시키고 있다. 또한 니코옌을 복용한 사람들의 체험기도 같이 제시하고 있다.

이러한 광고 행위는 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품 또는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고를 금지하고 있는 「식품위생법」 제13조(허위표시 등의 금지) ①항, 체험기를 이용하는 광고를 금지하고 있는 「식품위생법 시행규칙」 제8조 ①항을 위반하는 것이다.

따라서 위 광고는 신문광고윤리강령 3, 4 및 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

#### ※ 참고자료

##### ■ 「식품위생법」 제13조 (허위표시 등의 금지)

제13조(허위표시 등의 금지) ① 누구든지 식품등의 명칭·제조방법, 품질·영양 표시, 유전자재조합식품등 및 식품이력추적관리 표시에 관하여는 다음 각 호에 해당하는 허위·과대·비방의 표시·광고를 하여서는 아니 되고, 포장에 있어서는 과대포장을 하지 못한다. 식품 또는 식품첨가물의 영양가·원재료·성분·용도에 관하여도 또한 같다. [개정 2011.6.7, 2011.8.4] [[시행일 2012.2.5]]

1. 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품 또는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고
2. 사실과 다르거나 과장된 표시·광고
3. 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 우려가 있는 표시·광고
4. 다른 업체 또는 그 제품을 비방하는 광고
5. 제12조의3제1항에 따라 심의를 받지 아니하거나 심의받은 내용과 다른

## 내용의 표시·광고

② 제1항에 따른 허위표시, 과대광고, 비방광고 및 과대표장의 범위와 그 밖에 필요한 사항은 보건복지부령으로 정한다. [개정 2010.1.18 제9932호(정부조직법), 2011.8.4] [[시행일 2012.2.5]]

### ■ 「식품위생법 시행규칙」 제8조 (허위표시, 과대광고, 비방광고 및 과대표장의 범위)

제8조(허위표시, 과대광고, 비방광고 및 과대표장의 범위) ① 법 제13조에 따른 허위표시 및 과대광고의 범위는 용기·포장 및 라디오·텔레비전·신문·잡지·음악·영상·인쇄물·간판·인터넷, 그 밖의 방법으로 식품등의 명칭·제조방법·품질·영양가·원재료·성분 또는 사용에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위 중 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것으로 한다. [개정 2011.8.19, 2012.1.17]

1. 법 제19조에 따라 수입신고한 사항이나 법 제37조에 따라 허가받거나 신고 또는 보고한 사항과 다른 내용의 표시·광고

2. 질병의 예방 또는 치료에 효능이 있다는 내용의 표시·광고

3. 식품등의 명칭·제조방법, 품질·영양표시, 식품이력추적표시, 식품 또는 식품첨가물의 영양가·원재료·성분·용도와 다른 내용의 표시·광고

4. 제조 연월일 또는 유통기한을 표시함에 있어서 사실과 다른 내용의 표시·광고

5. 제조방법에 관하여 연구하거나 발견한 사실로서 식품학·영양학 등의 분야에서 공인된 사항 외의 표시·광고. 다만, 제조방법에 관하여 연구하거나 발견한 사실에 대한 식품학·영양학 등의 문헌을 인용하여 문헌의 내용을 정확히 표시하고, 연구자의 성명, 문헌명, 발표 연월일을 명시하는 표시·광고는 제외한다.

6. 각종 상장·감사장 등을 이용하거나 “인증”·“보증” 또는 “추천”을 받았다는 내용을 사용하거나 이와 유사한 내용을 표현하는 광고. 다만, 다음 각 목에

해당하는 내용을 사용하는 경우는 제외한다.

가. 「정부표창규정」에 따라 제품과 직접 관련하여 받은 상장

나. 「정부조직법」 제2조 부터 제4조까지의 규정에 따른 중앙행정기관·특별지방행정기관 및 그 부속기관, 「지방자치법」 제2조에 따른 지방자치단체 또는 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관으로부터 받은 인증·보증

다. 「식품산업진흥법」 제22조에 따른 전통식품 품질인증, 「산업표준화법」 제15조에 따른 제품인증 등 다른 법령에 따라 받은 인증·보증

7. 외국어의 사용 등으로 외국제품으로 혼동할 우려가 있는 표시·광고 또는 외국과 기술제휴한 것으로 혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고

8. 다른 업소의 제품을 비방하거나 비방하는 것으로 의심되는 표시·광고나 “주문 쇠도” 등 제품의 제조방법·품질·영양가·원재료·성분 또는 효과와 직접적인 관련이 적은 내용 또는 사용하지 않은 성분을 강조함으로써 다른 업소의 제품을 간접적으로 다르게 인식하게 하는 표시·광고

9. 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 저속한 도안·사진 등을 사용하는 표시·광고 또는 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 음향을 사용하는 광고

10. 화학적 합성품의 경우 그 원료의 명칭 등을 사용하여 화학적 합성품이 아닌 것으로 혼동할 우려가 있는 광고

11. 판매사례품 또는 경품 제공·판매 등 사행심을 조장하는 내용의 표시·광고(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따라 허용되는 경우는 제외한다)

12. 소비자가 건강기능식품으로 오인·혼동할 수 있는 특정 성분의 기능 및 작용에 관한 표시·광고

13. 체험기를 이용하는 광고

■ 니코틴 국내외 특허 출원

○ 니코엔 국내외 특허 출원

구분	국가	발명의 명칭	출원번호	등록번호
상표등록	국내	니코엔(NICO-N) 제 30류등 2개류	2001-0034955	530071
상표등록	국내	유겐니코-엔	2001-0054787	549153
상표등록	국내	EUGEN NICO-N	2001-0054791	549923
상표등록	국내	니코엔(NICO-N) 제 30류	2002-0002545	533573
특허등록	국내	니코틴분해용료및 제제	2000-0020113	446641
특허등록	국내	니코틴 분해용 기능성 제제 및 그의 제조방법	2002-0009104	464140
특허출원	PCT	Functional agent for decomposing nicotine and method of preparing the same	PCT/KR02/000280	
특허등록	미국		10/468,500	7,037,533
특허출원	일본		2002-565539	
특허등록	러시아		2003124505	No.2254031
특허등록	중국		2805327.3	ZL02805327.3
특허등록	국내		코티닌 유도 및 항산화 효과를 갖는 기능성 식품 조성물	2003-0012415
특허출원	PCT	Composition of functional foods having effects of cotinine induction and antioxidation	PCT/KR2004/000411	

특허 등록번호		10-0464140-0000	
권리란			
표시번호	사할		
1번	출원 연월일 : 2002년 02월 20일 우선권 주장일자 : 2001년 02월 21일 우선권 주장국 : 대한민국 공고 연월일 : 2005년 01월 03일 특허결정(심결)연월일 : 2004년 12월 04일 유 별 : A61K 36/82 발명의 명칭 : 니코틴 분해용 기능성 제제 및 그의 제조방법 존속기간(예정)만료 일 : 2022년 02월 20일	출원 번호 : 10-2002-0009104 우선권 주장수 : 1 공 고 번 호 : 청구범위의 항수 : 5	2004년 12월 21일 등록

특허권자란	
순위번호	사할
1번 (등록권리자)	주식회사 리젠 바이오텍 경기도 성남시 중원구 순환로 ***, 생명공학커뮤니티 Bio-*** *층 (삼대원동) 정종문 경기도 용인시 수지구 풍덕천동 **** 신정마을 ****-****  2004년 12월 21일 등록
2번 (등록권자의 말소등록)	등 록 원 인 : 지분포기 말 소 권 자 : 정종문 경기도 용인시 수지구 풍덕천동 **** 신정마을 ****-****  2007년 05월 21일 등록

▲ 2012-2-4 독자불만처리  
일간스포츠 발행인 정 경 문

〈주문〉

일간스포츠 2012년 7월 25일자 13면 「실전게임 KOKOTOMA」 제하 광고에 대하여 '경고' 한다.

〈이유〉

1. 불만제기인은 일간스포츠 2012년 7월 25일자 13면 「실전게임 KOKOTOMA」 제하 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해왔다.

해당 광고를 보고 게임홍보라는 것을 알고 사이트 주소도 적혀있지 않아서 신문에 적힌 전화번호로 문의 후 게임에 접속하였습니다.

하지만 게임대기실에서 유저들 채팅 내용 가운데 “사기다”, “이게임 불법이네?” 등의 글을 보고 게임물등급위원회 홈페이지로 접속하여 해당 게임을 조회하였더니 등록되지 않은 게임이었습니다.

일간스포츠는 신문 중에서도 전국 단위의 상위권에 있는 신문인데, 불법 게임사이트 홍보를 하고 있다는 것에 실망이 큽니다.

적절한 조치를 부탁드립니다.

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



〈일간스포츠 2012년 7월 25일자〉

2-② 일간스포츠는 제기인의 불만에 대해 아무런 의견도 표명하지 않았다.

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고는 게임물등급위원회에 등록되지 않은 불법 사행성 게임을 선전하고 있다.

정식으로 허가 받은 카지노를 제외하고, 오프라인 또는 온라인상으로 현금을 거래하는 도박장을 개설 및 운영하는 것은 현행법상으로도 허용이 안 된다.

또한 위 광고는 인터넷을 통해서만 접근할 수 있는 게임을 홍보하면서 해당 게임의 인터넷 주소조차 밝히지 않았다. 뿐만 아니라 고객센터 전화번호 외에 광고주 명칭, 사업장 소재지 등 구체적인 책임소재는 전혀 표시하지 않아 정보가 부족한 독자들에게 선의의 피해를 줄 우려가 있다.

따라서 위 광고는 신문광고윤리실천요강 강령 1의 (2), 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

▲ 2012-2-5 독자불만처리  
朝鮮日報 발행인 변 용 식

〈주문〉

朝鮮日報 2012년 7월 13일자 32면 「파리 1시간이면 싹쓸이 한다。」 제하 광고에 대한 독자의 불만제기를 '기각'한다.

〈이유〉

1. 불만제기인은 朝鮮日報 2012년 7월 13일자 32면 「파리 1시간이면 싹쓸이 한다。」 제하 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해왔다.

어떻게 1시간이면 싹쓸이 하는지?

'1시간이면 완전 포획'은 정말 과장된 느낌이 드네요.

친환경적이라고 하는데, 파리가 죽으면서 제품의 주변 밑으로 떨어져 혐오감과 지저분한 느낌이 드는데 이런 것이 '친환경적인 파리 완전 포획'은 아닌 것 같습니다.

그리고 '위생을 요하는 곳'이라고 광고를 했는데, 유인제에서 나는 생선 썩은 냄새로 인하여 여러 사람들에게 피해를 줄 것이며 제품에 부착된 망이 흰히 보여서 친환경은 절대 아니라고 봅니다. 친환경적으로 파리를 완전 포획하려면 잡힌 파리가 보이지 않아야 되고, 유인제는 파리만 냄새를 맡고 포획된다고 생각합니다.

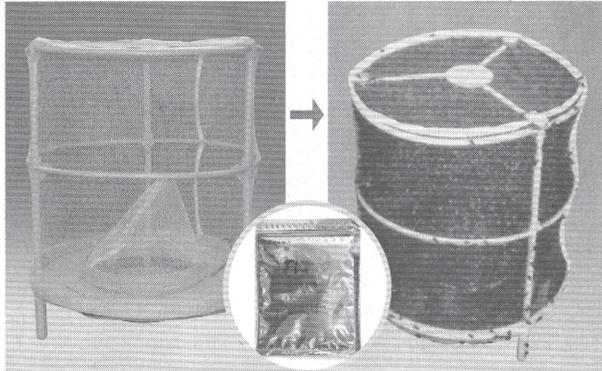
소비자를 현혹하는 광고를 더 이상 내지 않았으면 좋겠습니다.

2-① 이에 앞서 피제기인 朝鮮日報는 다음과 같은 광고를 게재하였다.

# 파리 1시간이면 싹쓸이 한다.

아무리 파리가 많은 곳에도 설치후 1시간이면 완전 포획!

최근의 지구온난화와 기온상승으로 인하여 파리가 계속 증가되고 사계절 내내 활동함에 따라서 농촌의 축사 및 요식업, 위생을 요하는 모든 곳에서 많은 어려움을 겪고 있다. 이렇게 질병예방과 깨끗한 환경조성 목적으로 개발된 파리진적 포획기 플라이119 제품이 대단한 인기를 누리며 판매되고 있다. 제품개발 소식이 알려지자 위생을 요하는 축사 및 요식업협회, 방역업체, 사회복지시설 및 공공기관의 보건소, 군청, 시청 등에도 수백 대씩 대량으로 납품이 되고 있다.



특히 지금까지의 시중의 파리 퇴치기는 미관상 좋지 않은 끈끈이, 분사용 살충제, 등을 이용하여 실내 환경을 오염시키고 보기에 불쾌하고 불결한 제품들이 사용되고 있는 것을 착안하여 3년 연구 끝에 플라이119를 출시하게 되었다. 주변 환경과 잘 어울리며 설치가 간단하고 파리 유인제 넣고 파리가 많은 곳에 설치를 하면 아무리 많은

**지금까지 이런 제품 없었다.  
친환경적으로 파리 완전포획!**

▲ 제품 설치전

▲ 파리 유인제 1년분 포함

▲ 파리가 많은곳 설치 1시간후 파리, 곤충 싹쓸이

위 환경이 깨끗하며 쾌적한 환경을 조성하는 특징이 있다.  
특히 밝은 본 제품 1개의 사용 면적이 20평이며 2개를 1세트로 65,000원에 공급하며 축사, 양계장 식당, 급식소, 사회복지시설 등 위생을 요하는 곳에 대량으로 공급하는 업체

파리도 1시간이면 제품 속에 모두 포획되어 주

를 찾고 있다.

2개 : ~~79,000원~~ → 65,000원

신용카드 3회 무이자 (배송비포함)

판매원 대양라이프  
문의전화: 1544-0563  
www.lifedy.co.kr

농협: 725-01-084858 송옥화

〈朝鮮日報 2012년 7월 13일자〉

## 2-② 朝鮮日報는 제기인의 불만에 대해 다음과 같은 의견을 표명해 왔다.

해당 광고에 대한 독자 불만 가운데 제품의 친환경성이나 위생적인지 여부는 주관적인 평가가 가능하기에 매체사가 의견을 표명할 사안은 아니라고 보는 바입니다.

다만, 해당 광고내 '1시간이면 완전 포획' 등의 문구는 독자에게 정확한 제품정보를 전달하기에 다소 미흡하다고 보며, 해당 광고주 및 대행사 측에 독자가 제기한 불만을 전달하도록 하겠습니다.

### 3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

불만제기인은 위 광고의 ‘1시간이면 싹쓸이한다’는 문구가 너무 과장된 느낌이 강하고, 유인제에서 나는 생선 썩은 냄새와 파리가 흰히 보이는 제품 구조 등을 고려할 때 ‘친환경적 완전포획’이라는 표현에도 문제가 있다고 주장했다.

독자가 지적한 바와 같이 위 광고 문구가 다소 과장된 면이 없지는 않으나, 제품과 광고주에 관한 추가적인 정보를 확인할 수 있는 홈페이지 주소를 공개하고 있는 점, 소비자피해 발생 시 소비자가 직접 대처할 수 있는 책임 소재를 비교적 충실하게 표시하고 있는 점 등을 감안하면 위 광고 문구가 고의로 소비자를 기만하려는 의도로 작성되었다고 보기에는 무리가 있고, 제품 성능을 강조하기 위한 ‘광고 카피’ 정도로 보는 견해도 있을 수 있겠다.

위 광고에 명시되어 있는 인터넷 홈페이지를 살펴본 결과, 빠르게는 1시간에서 2~3일 안에 파리가 포획된 사례 등 제품 성능을 확인할 수 있는 자료들도 찾아볼 수 있었다.

한편 朝鮮日報은 의견표명서를 통해 “해당 광고 내 ‘1시간이면 완전 포획’ 등의 문구는 신문 독자에게 정확한 제품정보를 전달하기에 다소 미흡하다고 보여, 해당 광고주 및 대행사 측에 독자가 제기한 불만을 전달하도록 하겠다”라고 밝혔다.

제품의 친환경성이나 위생적인지 여부는 사람마다 견해 차이가 있을 수 있는 주관적인 부분이므로 본 위원회가 심의할 사안은 아니라고 사료된다.

이러한 점들을 종합해볼 때 위 광고는 신문광고윤리강령 위반으로 지적할 정도는 아니라고 판단하여 독자의 불만제기를 ‘기각’한다.

### ▲ 2012-2-6 독자불만처리 중앙일보 발행인 송 필 호

#### <주 문>

중앙일보 2012년 10월 20일자 13면 「제55회 한국 오픈 골프볼 사용선수」, 11월 10일자 13면 「칠드런스 미라클 네트워크 클래식 골프볼 사용선수」 제하 광고에 대해 '주의' 조치한다.

#### <이 유>

1. 불만제기인은 위 광고들에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해왔다.

위 광고들은 광고표시를 하지 않아, 광고인지 기사인지 혼동됩니다. 독자로 하여금 기사와 관련된 그래픽으로 오인하게 하려는 의도가 있었지 않았나 의심됩니다. 이에 대한 적절한 조치를 바랍니다.

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

2-② 중앙일보는 제기인의 불만에 대해 아무런 의견도 표명하지 않았다.

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 게시물은 「제55회 한국 오픈 골프볼 사용선수」, 「칠드런스 미라클 네트 워크 클래식 골프볼 사용선수」라는 제목 하에 독자들에게 선수들이 사용하는 골프볼 정보를 제공하는 형태를 취하고 있다.

그러나 골프볼 사용 순위 1위 브랜드인 타이틀리스트(Titleist)만 표기한 점 등을 고려할 때 해당 게시물은 광고로 볼 수 밖에 없다.

그런데도 중앙일보는 위 광고에 '광고' 표시를 하지 않고 스포츠면의 골프 기사 밑에 배치하는 등 독자들로 하여금 기사와 혼동하기 쉬운 편집체제를 사용하였다.

따라서 위 광고는 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

▲ 2012-2-7 독자불만처리  
무등일보 발행인 전 용 준

〈주문〉

무등일보 2012년 10월 23일자 「CBS 특별기획 한국교회를 지키자, 신천지 OUT!」 제하 광고에 대한 독자의 불만제기를 '기각' 한다.

〈이유〉

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

무등일보사의 광고 게재로 인해 광주·전남 지역 1만7,000여 명의 신천지 교인들이 어려움을 호소하고 있습니다.

해당 광고는 신문광고윤리강령 1, 2, 3, 4를 위반한 것으로 보이며, 신문광고윤리실천요강 강령 3과 4를 위반한 것으로 확신합니다.

무등일보사에 호소하였으나 법으로 해결하라는 답변을 듣고 심의를 요청하게 되었습니다.

신문광고는 독자에게 이익을 주며, 공공질서와 미풍양속 및 진실에 그 기반이 되어야 함을 다시 한번 말씀드립니다.

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



〈무등일보 2012년 10월 23일자〉

2-② 이와 관련, 독자불만처리위원회는 무등일보에 의견을 요청한 결과, “무등일보는 노컷뉴스(CBS)와 전략적 제휴관계를 맺고 있으며, 계약 내용에 따라 CBS 광고를 게재하고 있으므로 광고내용에 관한 문의는 CBS 측에 하는 것이 좋겠다”면서 “위 광고에 대한 모든 책임은 광주CBS에서 지기로 합의하였다”는 답변을 해 왔다. 따라서 본 위원은 CBS 측과 자신을 신천지 신문고 부장이라고 직함을 밝힌 불만제기인에게 각각 질의서를 송부하였다.

2-③ CBS와 신천지 측은 본 위원의 질의에 대해 아래와 같이 답변하였다.

#### ■ CBS의 답변

1. 신천지가 생긴 시점은 언제입니까?

- ‘신천지’ 또는 ‘신천지 예수교회’는 ‘신천지 예수교 증거 장막 성전(이하 ‘신천지’)’의 당사자들이 사용하는 공식 호칭임. 출발 시점은 1984년으로 추정됨.

(참고 : 관련 보도, [http://kidokin.kr/bbs/board.php?bo\\_table=k01&wr\\_id=1040](http://kidokin.kr/bbs/board.php?bo_table=k01&wr_id=1040) )

2. CBS와 신천지의 갈등이 시작된 시점은 언제입니까?

3. 기독교내 계파 간 갈등입니까?

4. 갈등의 계기는 무엇입니까?

(질의 2, 3, 4에 대한 답변)

- ‘신천지’는 1995년 개신교의 주요 교단인 대한예수교장로회(이하 예장) 합동 교단으로부터 “교리가 일고의 신학적, 신앙적 가치가 없다”며 이단 판정을 받는데 이어 예장 통합(1995년), 기성(1999년), 합신(2003년), 고신(2005년) 주요 교단 등으로부터 잇달아 이단 판정을 받은 집단임.

- 이런 가운데 교리적 문제를 넘어 ‘신천지’의 반사회적 폐해가 누적되면서 언론기관이자 선교기관인 CBS가 이를 집중적으로 폭로하자 ‘신천지’ 측이 여

러 경로로 CBS를 집요하게 공격해 오고 있음.

- 이는 CBS와 '신천지' 간의 '갈등', 또는 기독교내 계파 간 갈등이 아니라 '신천지'라는 이단 집단의 반사회적 행태에 대한 고발과 관련하여 '신천지'측이 조직적으로 반발하고 있는 것임.

5. 신천지의 전국 교회 수, 신도 수 등 규모는 얼마나 됩니까?

- '신천지'의 정확한 규모는 베일에 가려져 있어 알 수 없으나 2011년 말 8만 5천 명 가량의 신도를 보유한 것으로 추정되고 있음.

(참고 : '노컷뉴스' 보도, <http://www.nocutnews.co.kr/show.asp?idx=2042075>)

6. CBS의 주장인 학업포기 가출 이혼 등이 사례가 언론에 보도된 적이 있습니까?

□ MBC 보도

- MBC가 2007년 5월 8일 시사프로그램인 'PD수첩'을 통해 '신천지의 수상한 비밀'이라는 제목의 특집물을 방영함

- MBC 측은 이 특집물의 제작 동기에 대해 "PD수첩의 제보 게시판에 수개월 동안 신천지의 폐해에 대하여 호소하는 글이 지속적으로 게재됐기 때문"이라고 밝히고 있음.

(참고 : 'TV리포트' 보도,

<http://media.daum.net/entertain/eneews/view?newsid=20070508104313494>)

- 동 특집물에 대해 신천지 측이 소송을 제기한 결과 일부 장면에 대한 정정보도 및 가출·이혼·부모 고소, 영생권, 불침번 및 성전 출입통제 등에 대한 반론보도가 이뤄지도록 조정됐음. 그러나 신천지 측이 주장하는 대로 학업포기, 가출, 이혼 등의 사례가 사실이 아니라는 의미는 아님(반론 보도는 상대방

의 입장을 함께 알려주라는 의미로, 사실관계가 다른데 따른 정정보도가 아니라  
라는 점에 주목함)

(참고 : '뉴시스' 보도,

<http://media.daum.net/society/others/newsview?newsid=20091020204206468> )

□ 전남대 여대생 '납치' 사건

- 2012년 7월 13일 광주시 소재 전남대학교 후문 부근에서 이 학교 재학 중인 여학생에 대한 '납치 의심' 사건이 발생한 것으로 다수의 언론에서 보도

- 이 일은 신천지에 관여하면서 가출한 딸을 설득해 집으로 데려가려던 부모가 벌인 일로 수사결과 밝혀짐.

(참고 : '중앙일보' 보도,

[http://article.joinsmsn.com/news/article/article.asp?total\\_id=8766277&cloc=olink|article|default](http://article.joinsmsn.com/news/article/article.asp?total_id=8766277&cloc=olink|article|default) )

- 이와 관련해 이 여학생이 신천지 측 단체인 '강제개종교육피해자연대'와 함께 기자회견을 열어 "강제로 납치됐고 이 과정에서 폭행을 당했다"며 "가출한 것이 아니라 6년 전부터 학교문제로 부모와 따로 살아왔다"고 주장하기도 했으나 2012년 3월부터 종교문제로 부모와 갈등이 있어온 사실을 밝힘. 부모는 '납치'가 아니며 '가출'이라고 주장하는 반면 딸은 '납치'며 '가출'이 아니라고 주장한 상황임. 그러나 이런 가족 간 갈등의 원인이 '신천지'임은 명백한 사실임.

(참고 : 관련 보도,

[http://www.newsen.com/news\\_view.php?uid=201207201414412310](http://www.newsen.com/news_view.php?uid=201207201414412310) )

□ CBS / 노컷뉴스 보도

- CBS가 '노컷뉴스'(CBS가 운영하는 인터넷 뉴스)를 통하여 학업포기, 가출, 이혼 등의 사례를 다수 보도함.

(참고 : 'CBS 특별기획 - 한국 교회를 지키자, 신천지 OUT!' (<http://anti->

scj.cbs.co.kr) 홈페이지 메뉴 중 ‘고발 뉴스’ 등)

- 2012년 9월 3일 CBS TV뉴스와 노컷뉴스를 통해, 한동대 다니던 딸이 신천지에 빠져 학업을 포기하고 가출한 지 6개월이 지나, 이를 안타까워하는 어머니와 딸의 전화통화를 직접 취재해 방영함으로써 신천지로 인한 학업포기와 가정 파괴 현장을 보도한 바 있음.

(참고 : 관련보도, <http://www.nocutnews.co.kr/show.asp?idx=2247558>)

- 2012년 9월 5일 CBS TV뉴스와 노컷뉴스를 통해, 신천지에 빠진 아내로 인해 가정이 해체된 사례와 신천지에 들어갔다가 빠져나왔지만 계속되는 협박과 회유로 인해 직장도 그만두고 고향을 떠나야 했던 피해사례를 보도한 바 있음.

(참고 : 관련보도, <http://www.nocutnews.co.kr/show.asp?idx=2249243>)

- 2012년 9월 4일 CBS TV뉴스와 노컷뉴스를 통해, 신천지에 빠진 아내로 인해 이혼을 했고 자살까지 하려 했던 피해사례가 보도된 바 있음.

(참고 : 관련보도, <http://www.nocutnews.co.kr/show.asp?idx=2246751>)

- CBS는 철저히 사실관계에 의거해 관련 보도를 시행했으므로 필요할 경우 제시할 수 있는 보도의 근거를 충분히 확보하고 있음.

## 7. CBS는 개신교를 대표합니까?

- (재) CBS는 1954년 민영으로는 한국 최초로 설립된 방송으로 58년의 역사를 가진 언론기관이자 선교기관임. 개신교의 경우 가톨릭과 달리 전체 교계를 대표하는 기관은 특정돼 있지 않음. 다만 개신교내에 다수의 교단들이 존재하므로 이 교단들이 대부분 참여하는 단체로 한국기독교총연합회(한기총), 한국교회협의회(NCCK) 등이 대표성을 인정받고 있음. (재)CBS도 현재 예수교장로회(통합 및 합동), 기독교장로회, 감리회, 성결교단, 구세군, 성공회 등 한국의 대표적인 개신교단 11곳에서 파송한 이사들을 중심으로 구성된 재단 이사회가 운영을 책임지고 있는 ‘연합선교기관’이기 때문에 개신교내에서는 대표성을 인정받는 기관 중 하나라고 할 수 있음.

8. 이러한 갈등으로 인해 언론중재위원회 또는 사법기관에 제기한 바 있습니까?

- CBS가 신천지 측에 대해 제기한 바는 없으며, 신천지 측이 CBS를 상대로 제기한 중재요청이나 고소 건 등이 아래와 같이 발생함.

□ **방송금지 가처분 신청**

1. 내용 : 2008년 2월 15일 방송예정이었던 ‘크리스천Q - 신천지 이단이 진화하고 있다’는 특집 프로그램이 신천지 예수교회와 이만희의 명예를 훼손할 수 있다하여 방송금지 가처분 신청을 2008년 2월 12일 남부지방법원(서울 남부지방법원 2008 카 합 415 방송금지 가처분)에 제기함.

(원고 : 신천지예수교회 및 이만희, 피고 : 재단법인 씨비에스)

2. 결과 : 원고의 청구는 기각되었음. 재판부는 기각 사유로 “헌법에서 보장하는 종교의 자유에는 자신의 종교에 대한 선전과 선교의 자유가 포함되어 있고 선교의 자유에는 다른 종교에 대한 비판과 타 종교인에 대한 개종권고의 자유도 포함되어 있으므로 종교적 목적을 위한 언론, 출판의 경우 일반적 언론, 출판에 비하여 고도의 표현의 자유를 보장받고 있다는 점”을 들. 또 “대한 예수교장로회 총회 등을 비롯한 다수의 기독교 교단에서 신천지 교회를 이단으로 규정한 점, 신천지예수교회 일부 신자들이 교리에 심취하여 가출한 바 있는 점, 크리스천Q 프로그램에서 원고들에 대하여 ‘기성교회에 은밀히 침투하는 집단, 각별한 경계대상 집단, 심각한 사회적 물의를 빚고 있는 집단’이라는 표현은 타 종교에 대한 비판으로 종교적 표현행위에 해당하는 점, 이만희가 이미 종교적으로 공적인 인물에 해당하는 점” 등을 들어 원고의 청구를 기각하였음. (\*\*판결문 별첨)

□ ‘(사)자원봉사단 만남’의 언론중재(2011서울조정1266) 신청

1. 내용 : 노컷 뉴스는 2011년 8월 13일 “임진각에 이단 교리 담은 통일비석이 웬 말?”이라는 기사와 “국립현충원에도 신천지 ‘손도장 태극기’ 전시”라는 기사를 보도하였음. 통일비석과 손도장 태극기는 ‘(사)자원봉사단 만남’ (이하 ‘만남’)이 제작한 것임. ‘만남’은 신천지 교주 이만희가 명예회장으로 있는 ‘신천지’측 단체임. 위 두 기사에 대하여 ‘만남’ 측은 신천지와 아무런 관련이 없으니 기사를 삭제하고 정정보도문을 보도하여 달라고 언론중재를 신청하였음.

2. 결과 : 언론중재위원회에 CBS의 나이영 TV보도부장이 출석하여 만남과 신천지의 관계, 비석에 새겨진 문구가 신천지 측 교리라는 점, 통일비석이 관찰 관청인 파주시의 허가 없이 세워진 점, ‘만남’이 실체가 없는 유명 단체라는 사실을 관련 자료를 함께 제시하며 반박하였음. 언론중재위원회는 신청인과 피 신청인의 주장을 들은 뒤 조정 불성립으로 처리하였음. ‘만남’측에서는 법적 소송을 운운 하였으나 이후 특별한 대응은 없음.

□ ‘신천지’를 다룬 CBS프로그램에 대하여 방송통신심의위원회에 진정

1. 내용 : 2012년 7월 29일부터 CBS는 일요일 오후에 방송되는 <CBS 광장> 프로그램을 통하여 5차례에 걸쳐 신천지 실체를 폭로하는 좌담 방송을 내보낸 바 있음. 이 방송에 대하여 신천지측이 타 종교를 비방했다는 이유로 방송통신심의위원회에 진정을 제기함.

2. 결과 : 방송통신심의위원회는 동년 11월 7일 열린 회의에서 이 사안을 심의했으나 CBS의 방송이 공익적 목적에 부합된다는 판단에 따라 기각 조치함.

□ YouTube에 CBS가 게시한 동영상 20여 편에 대한 저작권 위반 신고

1. 내용 : CBS는 교계뉴스와 크리스천Q 등에서 신천지와 관련하여 방영한 TV 영상을 편집하여 2011년 하반기부터 YouTube 사이트에 게시하였음. 이

동영상들의 내용 중 자료영상으로 신천지에서 홍보용으로 제작, 배포한 자료가 포함되어 있음. 이와 관련하여 신천지 측에서 자신들의 홍보영상 사용이 저작권 위반이라는 사유로 YouTube 측에 신고를 접수하였음

2. 결과 : 관련 영상들이 일시적으로 삭제되고 CBS 측의 계정이 사용정지되었음. CBS는 이에 대하여 신천지 측의 홍보동영상을 자료화면으로 사용하는 것이 저작권 위반이 아니며 관련 동영상이 표현의 자유에 해당한다는 법률 자문결과를 YouTube 측에 제시하며 강력 항의하였음. 이에 따라 YouTube 측에서는 관련 동영상을 원상복구 하였고 CBS 계정도 되살림.

2011년 연말부터 2012년 7월경까지 신천지 측에서는 지속적으로 YouTube 측에 관련 동영상을 저작권 위반으로 신고하였으나 결과적으로 수용되지 않았음

#### □ CBS의 ‘신천지 바로알기 사이트’ 운영과 관련, CBS 직원 형사 고소

1. 내용 : CBS가 개설한 ‘신천지 바로알기’ 사이트( <http://antiscj.cbs.co.kr> )의 동영상 다운로드 서비스와 관련하여 2012년 6월 22일 신천지 예수교 광주시온교회 측에서 동영상 중 신천지 측 홍보영상이 포함돼 저작권을 위반했다며 법적 조치를 경고하는 내용증명을 CBS에 보내음. 이후 자문변호사의 법률 자문을 근거로 저작권 위반이 아님을 통보하였으나 (재)CBS와 해당 사이트 운영 실무책임자인 CBS 최영준 크로스미디어전략부장을 형사 고소함.

2. 결과 : 최영준 부장이 경찰에 출석하여 피고소인 조사를 받았고 그간 신천지 측과의 분쟁 경과와 법적 자문 결과, 저작권 관련 소명자료를 제출하였음. 이후 경찰에서는 무혐의 의견으로 검찰에 사건을 송치하였고 검찰에서는 본 사건에 대하여 ‘공소권 없음’으로 최종 처리하였음.

#### □ 신천지 관련 기사를 작성한 CBS 기자에 대하여 허위사실 유포로 고소

1. 내용 : 2012년 7월 16일 CBS TV보도부 소속 송주열 기자가 “신천지, 어

편 종교단체인가?”라는 기획 기사를 보도하였음. 이 보도와 관련하여 신천지 측에서 허위 사실 유포로 송주열 기사를 형사 고소함.

2. 결과 : 송주열 기자가 남부 지방 경찰청에 출석하여 피고소인 조사를 받았으나 무혐의 처분됨

9. 무등일보에 게재된 이번 CBS 광고물은 공익을 위한 것입니까?

- 본 광고물은 CBS가 ‘신천지’ 집단의 폐해를 널리 알려 일반 국민과 기독교인들을 보호하기 위하여 착수한 ‘CBS 특별기획 - 한국 교회를 지키자, 신천지 OUT’을 소개하는 내용임.

- CBS는 이 광고물에 대하여 법적 자문을 통하여 적법성을 확인한 후 일간지에 게재하고 있음.

- CBS가 이 광고를 통하여 얻는 사적인 편익은 없으며, 오직 공공의 이익을 위하여 추진 중인 ‘CBS 특별기획 - 한국 교회를 지키자, 신천지 OUT!’을 홍보하기 위한 것이므로 이 광고물 역시 단지 공익을 위한 것이라고 할 수 있음.

#### ■ 신천지의 답변

1. 신천지가 생긴 시점은 언제입니까?

교계에서는 신천지 교회가 장막성전에서 분파한 것을 중요한 이유로 들어 이단이라 매도하고 있다.

그런데 신천지 교회가 장막성전에서 나왔기 때문에 이단이라 주장하려면, 장막 성전 출신 이단 목사 17명의 장로교회를 포함하여 장막 성전에서 변모한 80여개의 장로 교회도 모두 이단이라 말하라.

다 같이 장막 성전에서 나왔는데 누구는 이단이고 누구는 정통이라 하는 것은 부당한 판결이다. 또한 교리의 옳고 그름을 따지기도 전에 자기들과 소속이 다르기 때문에 이단이라고 단정짓는 처사는 극심한 이기주의의 횡포이다.

2. CBS와 신천지의 갈등이 시작된 시점은 언제입니까?

3. 기독교내 계파 간 갈등입니까?

4. 갈등의 계기는 무엇입니까?

(질의 2, 3, 4에 대한 답변)

기독교방송이 한국 교회내에서 급성장세를 보이는 신천지를 상대로 전쟁을 선포했다. CBS는 지난 7월 신천지 척결 운동의 선봉에 서겠다는 의사와 함께 CBS특별기획 '한국교회를 살지자 신천지 OUT!'을 오픈했다.

CBS는 지난 4개월동안 산하의 TV방송, 라디오방송, 인터넷신문, 오프라인 신문을 통해 대대적으로 신천지를 매도하고 있다는 게 우리의 입장이다.

사실 CBS는 고발사이트에 '신천지는 왜 사회적으로 위험한 집단인가'라는 자극적인 문구로 의문을 던지면서 MBC PD수첩 2007년 5월 8일 방송분 '신천지의 수상한 비밀' 편 등을 참고할 것을 권장하고 있다. 하지만 신천지보도로 MBC PD수첩은 왜곡한 사실을 인정 '정정보도'했으며, 제작을 담당 PD 또한 중징계를 받았다.

1990년부터 신천지예수교의 계시말씀을 듣고 수많은 기성교회 성도들이 모여들기 시작했다. 자기네 성도들이 빠져나가지 못하게 하기 위한 대책을 세운 것이 신천지가 이단이라는 말이었다.

오늘날 기성교회 목회자들에게 수차례 대화를 요청하였으나 응하지 않고 신천지가 무조건 이단이란 말만 하고 있다.

5. 신천지의 전국 교회 수, 신도 수 등 규모는 얼마나 됩니까?

전국교회수 : 12지파 성전 수 총 60개

선교센터 총 200개소

해외분포 : 총 31개소

신도수 : 10만여명

6. CBS의 주장인 학업포기 가출 이혼 등이 사례가 언론에 보도된 적이 있

습니까?

CBS 'MBC PD수첩' 인용, 신천지 연일 비방.

국내 유명 포털과 유튜브를 통해 해외에도 적극적으로 동영상을 유포하는 등 신천지에 대한 비방수위를 높이고 있다.

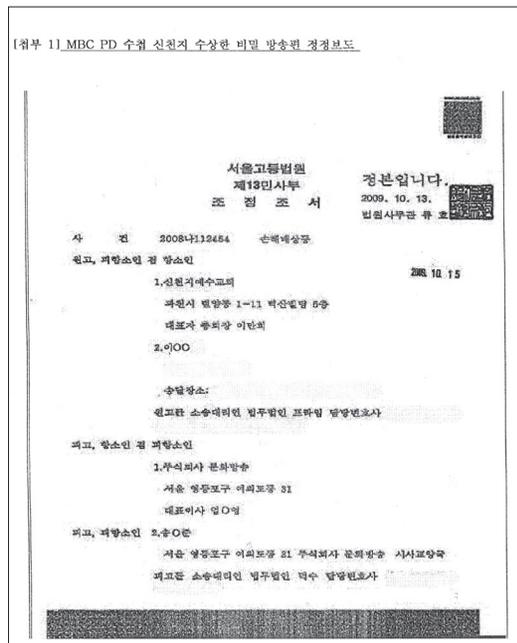
7. CBS는 개신교를 대표합니까?

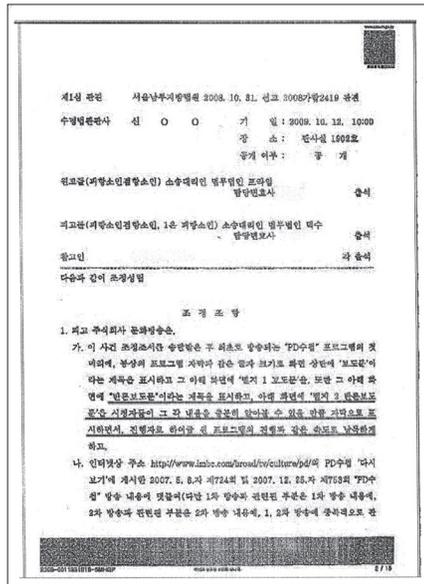
CBS는 힘있는 한국 기독교 총연합회(한기총) 소속 교회만 대표한다.

8. 이러한 갈등으로 인해 언론중재위원회 또는 사법기관에 제기한 바 있습니까?

지난 2008년도에 MBC PD수첩은 신천지예수교에서 출교당한 자들이 거짓 말만 듣고 신천지예수교에 대한 것들을 거짓으로 부풀려 보도했다가 법원의 판결로 정정 및 반론보도를 했다.

[첨부 1] MBC PD 수첩 신천지 수상한 비밀 방송편 정정보도





9. 무등일보에 게재된 이번 CBS 광고물은 공익을 위한 것입니까?  
 신문광고윤리광령 및 신문광고윤리실천요강을 위반한 광고물이다.

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 사안은 무등일보가 2012년 10월 23일자 「CBS 특별기획 한국교회를 지키자, 신천지 OUT!」 제하의 광고에서 신천지 고발사이트를 소개한 것에 대해 독자가 불만을 제기한 것이다.

독자는 위 광고가 신문광고윤리실천요강 강령 3의 (1)에 적시됐듯 ‘공익을 위함이 아니면서 타인 또는 단체나 기관을 비방, 중상하여 그 명예나 신용을 훼손시키거나 업무를 방해하는 내용’이라고 지적하였다.

그러나 CBS 측은 답변서에서 “본 광고물은 CBS가 ‘신천지’ 집단의 폐해를 널리 알려 일반 국민과 기독교인들을 보호하기 위하여 착수한 ‘CBS 특별기획 - 한국 교회를 지키자, 신천지 OUT’을 소개하는 내용으로, CBS는 이 광고물에 대하여 법적 자문을 통하여 적법성을 확인한 후 일간지에 게재하고 있다.

또 CBS가 이 광고를 통하여 얻는 사적인 편익은 없으며, 오직 공공의 이익을 위하여 추진 중인 CBS 특별기획을 홍보하기 위한 것이므로 이 광고물 역시 단지 공익을 위한 것이라고 할 수 있다”고 밝혔다.

한국신문윤리위원회가 신문윤리실천요강에서 규정하는 ‘공익을 위해 필요한 경우’는 △국가의 안전보장, 사회질서 유지, 공공복리 △공중의 보건과 안전 및 환경보존 △반사회적 범죄 또는 중대한 비윤리적 행위 방지 △개인이나 단체의 성명 또는 행동으로 인한 공중의 오도 방지 등의 사항을 포함하고 있다.

따라서 해당 광고에 게재된 CBS의 주장, 즉 “반사회적 집단 신천지 퇴출, 신천지 정체 폭로”는 일반적 범주로서의 공익을 위한 내용으로 보기에는 어려움이 있을 수 있다. 신천지 이단 시비는 어디까지나 기독교(또는 개신교) 내에서의 문제이지, 타 종교 신자나 종교를 가지지 않은 일반 사람들에게까지 미치는 보편적인 관심사가 아니기 때문이다.

그러나 △학업포기, 가출, 이혼 등으로 수많은 가정들이 파괴되고 있다 △신천지 집단으로 인한 피해는 개신교, 가톨릭 교회 뿐 아니라 이주노동자, 다문화가정, 대학, 청소년에게까지 확산되고 있다는 CBS의 폭로 내용은 단순히 기독교 신앙인만을 대상으로 한 것이 아니라 불특정다수 국민들에게 미칠 수 있는 사회적 문제를 우려한 것이므로 광의의 공익에 부합하는 측면이 있다.

그동안 CBS(노컷뉴스)를 비롯해 여러 언론매체가 전남대 여대생 납치 사건 등 신천지 관련 보도를 해왔다. 신천지 측은 이러한 보도 내용이 사실이 아니라고 주장하고 있으나, 보도로 인해 사법기관의 제재를 받은 언론사는 거의 없는 것이 사실이다. 불만제기인은 이와 관련, 2007년 5월 8일 MBC 시사프로그램 <PD수첩>이 ‘신천지의 수상한 비밀’을 방영한 후 왜곡보도 사실을 인정, ‘정정보도’를 했다고 주장하였다. 그러나 CBS측은 이는 법원 조정 결정(서울남부지방법원 2008. 10. 31 2008가합2419판결)에 따라 이뤄진 일부 보도내용에 대한 ‘반론보도’이지 사실관계가 다른데 따른 ‘정정보도’가 아니라고 반박하였다.

실제 재판부는 위 방송부분 중 한 청년이 해머를 가지고 문을 부수는 장면 등 극히 일부분에 대해 정정보송을 결정하였고, 원고의 손해배상 청구와 관련

하여 “이 사건 방송 중 정정방송의 범위에 포함되는 허위부분은 위법하게 원고들의 명예를 훼손하였다고 할 것이고 이로 인하여 원고들이 정신적 손해를 입었음은 경험칙상 명백하나 위와 같은 허위 방송 부분은 방송 전체의 내용으로 보아 지엽적인 부분에 불과하여 위와 같이 정정방송을 하는 것만으로 원고들의 명예훼손으로 인한 정신적 피해가 보전되었다고 보여지고 별도의 금전적 배상에 의하여 전보될 손해가 남아있다고 할 수 없다”고 판시해 위 방송의 실제적 보도를 허위로 보지 않았다.

또한 불만제기인은 신천지는 이단이 아니며 기성교단이 대화의 요청을 거부하고 이단이라고 거듭 주장하는 바람에 누명을 쓰고 핍박받고 있다고 주장하고 있다. 그러나 본 위원은 특정 종교의 이단 여부 문제는 본 심의에서 다룰 사안이 아니라고 본다.

한편 특정 종교의 이단이나 사이버 여부로 인하여 발생하는 분쟁에 대해서는 법원이 개입하여 어떠한 특정 종교나 교리가 옳고 이에 대한 비난이 위법하다고 선언할 수는 없다는 게 법조계의 입장이다. 우리 법은 표현의 자유에 따라 종교적 선전, 타 종교에 대한 비판 등을 보호하고 있고, 종교적 목적을 위한 언론·출판의 경우에는 그 밖의 일반적인 언론·출판에 비하여 보다 고도의 보장을 받는다고 밝히고 있다. 허위의 사실이 아니라면 다소 과장되거나 부적절한 표현을 사용한 바 있다 하더라도 그 행위는 근본적으로 종교적 비판의 표현행위에 해당되어 위법성이 없다고 보는 것이 일반적이다.

서울남부지원은 2008년 신천지 교회가 명예훼손 등의 우려가 있다며 CBS TV를 상대로 제기한 방송금지 가처분 신청을 기각하였다. 당시 법원은 “신천지 교단에 대해 예수교장로회 등이 이단에 해당한다는 입장을 취하고 있는게 사실이고, 방송에서 이 교단 교인들이 기성교회에 은밀히 침투해 사회적 물의를 빚고 있는 집단이라고 표현했다 하더라도 이는 타 종교에 대한 비판행위로서 종교적 표현행위에 해당한다”고 밝혔다.

이러한 점들을 종합해볼 때 위 광고는 신문광고윤리강령 위반으로 지적할 정도는 아니라고 판단하여 독자의 불만제기를 ‘기각’한다.

### ◎ 출판물을 통한 이단성 지적과 명예훼손 판례

구체적인 교리에 대한 나름대로의 분석에 근거하여 특정 종교인을 사 이비로 기술한 출판물을 출판한 사안에서, 그와 같은 분석 및 그 분석의 결과가 사실과 다르다거나 사실을 왜곡하였는가 여부를 과학적으로 입증하기는 불가능하고 오히려 이러한 종교·교리적 분석은 하나의 '의견'에 불과하여 명예훼손이 성립하기 위한 '사실의 적시'라고 보기 어려우므로, 그 출판물에서 그 종교인을 단정적·반복적으로 그리스도교의 사이비라고 표현하고 있다거나 이와 유사한 내용으로 표현한 것만으로는 그 종교인의 인격권·명예권이 침해되었다고 볼 수 없다. 또한 우리 헌법 제20조 제2항에서 국가의 종교적 중립성을 요구하고 있는바, 특정 종교의 이단이나 사이비 여부로 인하여 발생하는 분쟁에 법원이 개입하여 어떠한 특정 종교나 교리가 옳고 이에 대한 비난이 위법하다고 선언할 수는 없다.

(서울지법 서부지원 1996. 4. 19. 선고 95카합4745 판결)

### ◎ 이단 단체를 비판한 신학대학교 교수의 글은 '공공의 이익'을 위한 것으로 본 경우

대법원은 1996. 4. 12. 선고 94도3309 판결을 통하여 "신학대학교의 교수가 특정인의 명예를 훼손하는 사실을 적시하였으나 공공의 이익을 위한 것으로 본다"고 판시했다. 그 판결의 요지는 신학대학교의 교수가 출판물 등을 통하여 종교단체인 구원파를 이단으로 비판하는 과정에서 특정인을 그 실질적 지도자로 지목하여 명예를 훼손하는 사실을 적시하였으나 비방의 목적에서라기보다는 공공의 이익을 위하여 한 행위라고 판단한 것이다.

### ◎ 이단 연구 책자와 중요부분 '진실에 합치, 공익 차원'

대법원은 1997. 8. 29. 선고 97다19755 판결을 통하여 "다른 교단 소

속 목사의 이단성 여부에 관한 연구 책자 중 그 목사의 주장을 비판하고 명예를 침해하는 내용이 포함되어 있으나 그 내용의 중요 부분이 진실에 합치하고 자기 교단의 교리 및 신자들의 보호를 위하여 주로 그들을 상대로 책자를 배포한 경우 위법성이 없다”고 판시했다. 그 판결의 요지는 어느 교단이 그 산하 단체로 하여금 다른 교단 소속 목사의 주장의 이단성 여부에 관해 연구하게 한 후 그 결과를 책자에 게재하여 배포한 경우, 비록 그 공표 내용 중에 그 목사의 교리와 주장을 비판하고 그 명예를 침해하는 내용이 포함되어 있다고 할지라도, 이는 신앙의 본질적 내용으로서 최대한 보장받아야 할 종교적 비판의 표현 행위로서 그 안에 다소 과장되거나 부적절한 표현이 있다 하더라도 중요한 부분에 있어서 진실에 합치할 뿐만 아니라 자기 교단의 교리 보호와 그 산하 지도자들 및 신자들의 신앙 보호를 위하여 주로 그들을 상대로 주의를 촉구하는 취지에서 공표한 것이므로 위법성이 없다고 보았다.

#### ◎ 신천지 방송금지 가처분 신청 기각

서울남부지방법원은 2008년 2월 14일 CBS TV가 크리스천 시사프로그램인 ‘크리천 Q’를 통해 신천지 교회 문제를 다루려는 것과 관련해 이 교회가 명예훼손 등의 우려가 있다며 제기한 방송금지 가처분 신청을 기각하였다.

재판부는 “신천지 교단에 대해 예수교장로회 등이 이단에 해당한다는 입장을 취하고 있는게 사실이고, 방송에서 이 교단 교인들이 기성교회에 은밀히 침투해 사회적 물의를 빚고 있는 집단이라고 표현했다 하더라도 이는 타 종교에 대한 비판행위로서 종교적 표현행위에 해당한다”고 밝혔다.

재판부는 또 “신천지 교회 문제를 다루는 방송이 방송을 금지시킬 만큼 내용이 진실이 아니라고 볼 수 없고 신청인들에게 중대하고 회복 곤란한 손해를 입힐 우려가 있다고 단정하기도 어렵다”고 설명했다.