

# 광고

Korea Press Ethics Commission



## 비과학적/미신적인 광고

### 2015-2044 신문광고윤리강령 위반

1. 경향신문 발행인 송영승
2. 東亞日報 발행인 김재호
3. 스포츠경향 발행인 송영승
4. 스포츠서울 발행인 김광래
5. 스포츠조선 발행인 방준식
6. 일간스포츠 발행인 정경문
7. 스포츠동아 발행인 송대근
8. 朝鮮日報 발행인 방상훈
9. 중앙일보 발행인 송필호

### 주문

경향신문 2015년 3월 6일자 15면 「패션과 불심을 하나로~반야심경 행운 음각팔찌/반야심경의 불력으로 소원을 성취하다.....」·「부자가 되려면 지갑부터 과감하게 바꿔라!!」·「돈을 벌려면 大黑天像대흑천상을 지니고 다녀라!」 제목의 광고, 東亞日報 3월 6일자 A19면 「패션과 불심을 하나로~반야심경 행운 음각팔찌/반야심경의 불력으로 소원을 성취하다.....」·「부자가 되려면 지갑부터 과감하게 바꿔라!!」·「돈을 벌려면 大黑天像대흑천상을 지니고 다녀라!」, 3월 24일자 A24면 「소원성취, 만사형통 이루어진다는 신비의 황금 복 돼지!!」 제목의 광고, 스포츠경향 3월 6일자 7면 「패션과 불심을 하나로~반야심경 행운 음각팔찌/반야심경의 불력으로 소원을 성취하다.....」·「부자가 되려면 지갑부터 과감하게 바꿔라!!」·「돈을 벌려면 大黑天像대흑천상을 지니고 다녀라!」 제목의 광고, 스포츠서울 3월 6·7일자 5면 「패션과 불심을 하나로~반야심경 행운 음각팔찌/반야심경의 불력으로 소원을 성취하다.....」·「부자가 되려면 지갑부터 과감하게 바꿔라!!」·「돈을 벌려면 大黑天像대흑천상을 지니고 다녀라!」, 3

월 19일자 14면 「소원성취, 만사형통 이루어진다는 신비의 황금 복 돼지!!」 제목의 광고, 스포츠조선 3월 6일자 4면 「패션과 불심을 하나로~반야심경 행운 음각팔찌/반야심경의 불력으로 소원을 성취하다.....」·「부자가 되려면 지갑부터 과감하게 바꿔라!!」·「돈을 벌려면 大黑天像대흑천상을 지니고 다녀라!」 제목의 광고, 일간스포츠 3월 6·7일자 9면 「패션과 불심을 하나로~반야심경 행운 음각팔찌/반야심경의 불력으로 소원을 성취하다.....」·「부자가 되려면 지갑부터 과감하게 바꿔라!!」·「돈을 벌려면 大黑天像대흑천상을 지니고 다녀라!」 제목의 광고, 스포츠동아 3월 13·14일자 7면 「패션과 불심을 하나로~반야심경 행운 음각팔찌/반야심경의 불력으로 소원을 성취하다.....」·「부자가 되려면 지갑부터 과감하게 바꿔라!!」·「돈을 벌려면 大黑天像대흑천상을 지니고 다녀라!」 제목의 광고, 朝鮮日報 3월 14일자 A25면 「패션과 불심을 하나로~반야심경 행운 음각팔찌/반야심경의 불력으로 소원을 성취하다.....」·「부자가 되려면 지갑부터 과감하게 바꿔라!!」·「돈을 벌려면 大黑天像대흑천상을 지니고 다녀라!」 제목의 광고, 중앙일보 3월 16일자 15면 「소원성취, 만사형통 이루어진다는 신비의 황금 복 돼지!!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

## 이유

위 9개지의 광고들은 부자가 되게 하거나 불치병을 낫게 해주는 등 각종 소원을 이루어준다는 제품들을 선전하고 있다.

이 광고들 중 「패션과 불심을 하나로~반야심경 행운 음각팔찌/반야심경의 불력으로 소원을 성취하다.....」, 「부자가 되려면 지갑부터 과감하게 바꿔라!!」, 「돈을 벌려면 大黑天像대흑천상을 지니고 다녀라!」 제목의 광고는 각각 팔찌와 지갑, 목걸이를 선전하는 내용이다.

이들 광고는 팔찌의 경우 「소원성취와 함께 재물·건강」을, 지갑은 「부와 권력」을 얻게 한다고 주장했고 대흑천이라는 상징물로 장식한 목걸이는 「금전·부동산·결혼·사업·취직·건강·진급·당선·자녀운」을 불러온다고 주장하면서 이 목걸이 때문에 사업이 번창했다는 등의 체험사례를 게재했다.

또 東亞日報, 스포츠서울, 중앙일보의 「소원성취, 만사형통 이루어진다는 신

비의 황금 복 돼지!!」 제목의 광고는 어느 스님이 그려주는 황금색 복돼지가 사업, 질병완쾌, 시험, 매매, 취업, 입찰 등 여러 가지 소원을 들어준다고 주장했다. 이 광고는 이 돼지그림을 가져가 50~60차례 선을 보고도 결혼을 하지 못한 마흔 두 살 아들의 머리맡에 두었더니 보름만에 성사가 이루어졌다거나, 『허리를 다쳐 자리에 누운 노동자가 이 그림을 걸고 이틀만에 일하러갔다』, 『돼지그림을 걸고나서 식당에 손님이 넘쳐 옆가게까지 인수하며 사업을 확장했다』는 등의 체험사례를 소개했다.

그러나 위 광고들의 주장은 오늘날의 상식과 과학으로 설명할 수 없으며 그 대로 믿기 어렵다. 것처럼 납득하기 어려운 내용을 마치 사실인 것처럼 광고하고 이를 기화로 금전을 취득하는 일은 대중을 미신에 빠뜨려 사회의 건전한 풍속을 해치는 흑세무민의 결과를 초래할 수 있다.

또 건강을 보장한다는 등의 광고내용은 『의료인이 아닌 자는 의료에 관한 광고를 하지 못한다』는 「의료법」 제56조 규정을 위반한다.

이같은 광고는 신빙성에 의구심을 갖게 할 뿐 아니라 그 자체가 불법이어서 신문의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 2, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 1의 (1), 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-2055 신문광고윤리강령 위반

1. 국민일보 발행인 최삼규
2. 朝鮮日報 발행인 방상훈
3. 東亞日報 발행인 김재호

### 주문

국민일보 2015년 4월 16일자 15면 「가계의 저주 끊는 영성 치유/프로젝트 축복성회」 제목의 광고, 朝鮮日報 4월 22일자 B8면 「기적의 패치요법 저자-/남산 큰 스님/건강친견/고민상담」 제목의 광고, 東亞日報 4월 28일자 A6면 「기

적의 패치요법 저자-/남산 큰 스님/건강친견/고민상담」 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조치한다.

### 이유

국민일보, 朝鮮日報, 東亞日報의 적시 광고들은 목사와 스님이 질병을 낮게 하고 어려운 문제를 해결해준다는 내용이다.

국민일보의 광고는 개신교 목사들이 성회를 통해 「방향, 사고, 사망, 가난, 불치(난치)병, 가정불화, 이혼, 외도, 도박」 등 많은 문제들을 상담해 해결해준다고 주장하고 있다.

朝鮮日報, 東亞日報의 광고는 『패치 한 장으로 만병을 다스리며 돌풍을 일으켰던 남산큰스님 10년만에 다시 또 우리 곁으로 돌아왔습니다!』라고 알리면서 스님과의 친견을 통해 「패치 한 장으로 모든 질병 예방법, 편하게 사는 법, 비만관리의 100% 성공비결」 등을 알게 되고 「자식·부부·사업·조상·부동산·창업·취직·승진 등」에 관한 소원을 해결할 수 있는 것처럼 주장했다.

그러나 위 광고들의 주장은 오늘날의 의학적 지식으로 설명할 수 없으며 그대로 믿기 어렵다. 것처럼 납득하기 어려운 내용을 마치 사실인 것처럼 광고하는 일은 대중을 미신에 빠뜨려 사회의 건전한 풍속을 해치는 흑세무민의 결과를 초래할 수 있다.

또 「의료법」 제56조는 『의료인이 아닌 자는 의료에 관한 광고를 하지 못한다』고 규정하고 있으며 설령 의료인이라 하더라도 『치료효과를 보장하는 등 소비자를 현혹할 우려가 있는 내용의 광고는 하지 못한다』고 규정하고 있다.

이같은 광고는 신빙성에 의구심을 갖게 할 뿐 아니라 그 자체가 불법이어서 신문의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 2, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 1의 (1), 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-2067 신문광고윤리강령 위반

1. 경향신문 발행인 이 동 현
2. 朝鮮日報 발행인 방 상 훈
3. 東亞日報 발행인 김 재 호
4. 중앙일보 발행인 송 필 호

### 주문

경향신문 2015년 5월 18일자 12면 「천연운석(별뿔별)/명품 운석 팔찌(반지)」 제목의 광고, 朝鮮日報 5월 21일자 A29면 「천연운석(별뿔별)기적체험/명품 운석 팔찌(반지)」 제목의 광고, 東亞日報 5월 26일자 A20면 「천연운석(별뿔별)기적체험/명품 운석 팔찌(반지)」 제목의 광고, 중앙일보 5월 27일자 32면 「천연운석(별뿔별)기적체험/명품 운석 팔찌(반지)」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

### 이유

경향신문, 朝鮮日報, 東亞日報, 중앙일보의 광고들은 운석이 몸의 건강을 지켜주고 행운을 가져다준다고 주장하면서 ‘운석 팔찌’와 ‘운석 반지’를 선전하고 있다.

경향신문의 「천연운석(별뿔별)/명품 운석 팔찌(반지)」 제목의 광고는 일부 국가에서는 운석이 몸을 지키는 수호신이며 각종 통증을 없애기 위해 가루를 내어 음용하기도 한다고 소개했다. 그러면서 『팔찌만 착용했을 뿐인데 이런 일이 일어날 수가?』라며 『운석을 몸에 지니고 있으면 기(氣)에너지가 피하 5cm까지 전달돼 체내 신비한 기운이 가득 차오르고 1분안에 기적처럼 느낄 수 있어...』라고 주장했다.

또 다른 3개지의 「천연운석(별뿔별)기적체험/명품 운석 팔찌(반지)」 제목의 광고는 『氣에너지, 각종 통증, 수면장애로 고생하시는 분께!』라며 『몸에 지니면 강한 기(氣)가 차오르며 피하까지 발산되어 기력이 떨어진 중년분들과 골프마니아들에게 신비한 체험이 될 것』 『팔찌만 착용했을 뿐인데 이런 일이 일어날

수가?…」라고 주장했다.

그러나 위 광고들의 주장은 오늘날의 상식과 과학으로 설명할 수 없으며 그대로 믿기 어렵다. 것처럼 납득하기 어려운 내용을 마치 사실인 것처럼 광고하고 이를 기화로 금전을 취득하는 일은 대중을 미신에 빠뜨려 사회의 건전한 풍속을 해치는 흑세무민의 결과를 초래할 수 있다.

또 건강을 지켜준다는 등의 광고내용은 『의료인이 아닌 자는 의료에 관한 광고를 하지 못한다』는 「의료법」 제56조 규정을 위반한다.

이같은 광고는 신빙성에 의구심을 갖게 할 뿐 아니라 그 자체가 불법이어서 신문의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 2, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 1의 (1), 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

#### 2015-2092 신문광고윤리강령 위반

1. 한국경제 발행인 김 기 응
2. 스포츠동아 발행인 송 대 근
3. 한겨레 발행인 정 영 무
4. 중앙일보 발행인 송 필 호

#### 주문

한국경제 2015년 8월 17일자 A19면 「큰돈(재물)을 벌어주시는 최고의 天神/기업의 안정과 발전을 위한 “천금제(天金祭)”」 제목의 광고, 8월 18일 A34면 「천기를 타고난 정통명인 강민정 원장」 제목의 광고, 스포츠동아 8월 18일자 13면 「천기를 타고난 정통명인 강민정 원장」 제목의 광고, 한겨레 8월 19일자 17면 「큰돈(재물)을 벌어주시는 최고의 天神/기업의 안정과 발전을 위한 “천금제(天金祭)”」 제목의 광고, 중앙일보 8월 20일자 27면 「큰돈(재물)을 벌어주시는 최고의 天神/기업의 안정과 발전을 위한 “천금제(天金祭)”」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.



## 이유

한국경제, 한겨레, 중앙일보의 ‘天神’과 ‘天金祭’ 광고는 『천신의 대단한 기운을 받아』 세계적인 기업으로 키워줄 테니 이를 위한 ‘천금제’에 참가하라고 권유하는 광고이다.

광고는 『최근에 전 세계의 돈(재물)과 기업의 안정과 발전, 길흉화복, 흥망성쇠, 생사여탈권을 실질적으로 주관하시고, 큰돈을 벌어주시는 어마어마한 최고의 높은 천신을 인류 역사상 전 세계 최초로 찾아냈다』면서 『천금제는 기업의 크고 작은 불행을 지켜주고 여러분과 기업을 발전시키는데 최상의 의식』이라고 주장하는 등 미신적인 내용으로 일관했다.

또 한국경제와 스포츠동아가 게재한 「천기를 타고난 정통명인 강민정 원장」 제목의 광고는 한 여성 무속인을 선전하면서 『신통하고 영험함이 가히 소름이 끼칠 정도』라며 정신병 환자를 낫게 해 주었다는 사례를 소개했다. 광고는 이어 가정불화·애정·자녀진학·사업·승진·취직·매매 등에 관련된 문제들을 해결해준다고 주장했다.

이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 대중을 미신에 빠뜨려 사회의 건전한 풍속을 해치는 흑세무민의 결과를 초래할 수 있으며, ‘비과학적 또는 미신적인’ 내용의 광고 게재를 금지한 신문광고윤리실천요강에 어긋나므로 신문광고윤리강령 1, 2, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 1의 (1), 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4097 신문광고윤리강령 위반

한국일보 발행인 이종승

## 주문

한국일보(hankookilbo.com) 2015년 9월 22일자 「부동산 매매, 급매, 임대 성취 부적 170,000원」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

## 이유



<09.22. 09:15:30 캡처>

한국일보는 부적을 사용하면 만사형통하고 모든 재앙을 물리친다는 내용의 광고를 게재했다.

부적의 힘은 과학적으로 입증된 적이 없는 미신의 영역이다. 그런데도 모든 일을 이루어 준다는 식의 허무맹랑한 주장을 하면서 부적 당 많게는 100만~150만원을 받고 파는 광고를 신는 일은 독자의 신뢰를 저버리고 불이익을 초래하는 행위라 하지 않을 수 없다.

이는 “비과학적 또는 미신적인 것”을 금지한 신문광고윤리실천요강 1의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 선정적/미풍양속 저해

2015-4030 신문광고윤리강령 위반

문화일보 발행인 이 병 규

### 주문

문화일보(munhwa.com) 2015년 3월 14일자 「인생은 짧다. 바람을 쐬라.」 제목의 광고에 대하여 '경고'한다.

## 이유

[사회] 개재 일자 : 2015년 03월 14일(土)

### 80대 할머니 청태이프로 다리 묶여 숨진 채 발견

f t v G

경북 예천에서 80대 노인이 숨진 채 발견돼 경찰이 수사를 벌이고 있다.

14일 예천경찰서에 따르면 전날 오후 6시20분께 예천군 용암면에서 홀로 생활해온 A(80여)씨가 자신의 집 발에서 숨져 있는 것을 이웃 주민이 발견해 경찰에 신고했다.

경찰은 발견 당시 A씨가 청태이프로 두 다리가 묶인 상태였다고 밝혔다.

A씨는 2년여 전에 남편과 사별하고 나서 혼자 생활해 온 것으로 전해졌다.



<03.14. 17:20:04 캡처>

문화일보는 세계적인 온라인 데이트 사이트라는 ‘애슐리 매디슨’ 광고를 ‘바람을 피라’라는 제목을 붙여 실었다.

이를 클릭하면 초기 화면에 “애슐리 매디슨은 애인 및 바람 피는 배우자를 찾는 데 있어 가장 성공적인 웹사이트입니다. 오늘 애슐리 매디슨에서 연애하세요. 매일 수천 명의 바람 피는 아내와 남편들이 가입하여 애인을 찾습니다. 기혼자 데이팅이 그 어느 때보다 쉬워졌습니다. 당사의 연애 보장 패키지는 완벽한 관계 파트너를 찾을 수 있음을 보장합니다. 오늘 무료로 가입하세요.”라는 문구가 뜬다.

최근 헌법재판소 결정으로 간통죄가 폐지됐으나 그렇다고 기혼 남녀에게 바람을 피라고 공공연히 권하는 행위는, 헌법이 보장하는 ‘혼인의 순결’ 정신에 위배되는 데다 미풍양속을 해치는 일임에 분명하다. 따라서 사회의 공기임을 자임하는 신문으로서는 배제해야 마땅한 광고라고 하겠다.

이는 “신문광고는 공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 규정한 신문광고윤리강령 2를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2015-4041 신문광고윤리강령 위반  
스포츠경향 발행인 송영승

주문

스포츠경향(sports.khan.co.kr) 2015년 4월 27일자 「플레이 고」 제목의 광고에 대하여 '경고'한다.

이유



<04.27. 22:54:37 캡처>

스포츠경향은 기사를 클릭하면 바로 뜨는 팝업 광고에서 '플레이 고'라는 성인용품 전문 사이트를 소개했다. 이 사이트는 '명기 시리즈'를 비롯한 각종 자위기구 등을 판매한다.

그런데 '아름다운 그녀의 그곳을 철저하게 촬영, 분석! 이를 바탕으로 3D CG로 (중략) 제작했다'고 표현하는 등 선전 문구와 관련 사진이 매우 음란하다. 특히 이 광고는 기사를 클릭하면 자동으로 뜨기에 어린이 청소년을 비롯해 나이에 상관없이 누구에게나 공개된다.

이는 "미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다"고 규정한 신문광고윤리강령 2를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4070 신문광고윤리강령 위반

1. 헤럴드경제 발행인 이영만
2. 한국아이닷컴 발행인 조상현
3. 아시아경제 발행인 이세정
4. 매경닷컴 발행인 장용성
5. 일간스포츠 발행인 전태석
6. 아시아투데이 발행인 백석기
7. 스포츠월드 발행인 차준영
8. 서울신문 발행인 이철휘
9. 스포츠조선 발행인 방준식

### 주문

헤럴드경제(heraldcorp.com) 2015년 5월 29일자 「강남 클럽女 “룸에서” 흑인 3명과...영상..헉!» 제목의 광고, 한국아이닷컴(hankooki.com) 5월 29일자 「이태원 클럽女 흑인과 모텔에서...“충격”」 제목의 광고, 아시아경제(asiae.co.kr) 5월 31일자 「잠실역 “성행위 커플” 온라인 유출..“충격”」 제목의 광고, 6월 11일자 「女배우 배드신 中 떡실신 “충격”」 제목의 광고, 매경닷컴(mk.co.kr) 6월 4일자 「해운대 “집단 성행위” 영상 유출...“충격”」 제목의 광고, 일간스포츠(isplus.joins.com) 6월 11일자 「잠실역 “성행위 커플” 온라인 유출..“충격”」 제목의 광고, 아시아투데이(asiatoday.co.kr) 6월 11일자 「해운대 “집단 성행위” 영상 유출...“충격”」 제목의 광고, 스포츠월드(sportsworldi.com) 6월 11일자 「해운대 “집단 성행위” 영상 유출...“충격”」 제목의 광고, 서울신문(seoul.co.kr) 2015년 6월 18일자 「영계 마누라 “떡실신” 50대 중년男 영상 화제」 제목의 광고, 스포츠조선(sports.chosun.com) 6월 19일자 「해운대 “집단 성행위” 영상 유출...“충격”」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘경고’한다.

**이유**

**비즈링크**




**강남 클럽女 "룸에서" 흑인3명과...영상..헉!**      **흔한명품로렉스시계 눈물고별전91%세일**




**로또 791억, 1등 38명 다 한 곳에서 나**      **공효진 "루미비통" 연일 완판! 가격미..**

〈헤럴드경제 15.05.29. 15:14:08 캡처〉




**김구라 "휴블릿" 90%..가격미.."충격"**      **영계마누라 "딱살신" 50대 중년男 영상화제!**

\* 내 아이 명문대, 성공? 초중학교때 '이것' 들...  
 \* 풋볼, 코막힘 '이것' 만 알면 90% 완치...!  
 \* "사채빚" 갚아주는 정부대출 "햇살론"  
 \* 김수현 신상 야상자켓 '91%' 땡처리!  
 \* 노스페이스 "망했다" 90%..1+1공짜..."충격"

〈서울신문 15.06.18. 06:32:06 캡처〉

헤럴드경제 한국아이닷컴 아시아경제 매경닷컴 일간스포츠 아시아투데이 스포츠월드 서울신문 스포츠조선은 강남 또는 이태원에서 클럽을 드나드는 여성이 흑인(들)과 (집단) 성행위를 하거나, 잠실역에서 커플이 성행위를 하는 영상과 해운대에서 집단 성행위를 하는 영상이 유출되었다는 등 음란한 표현으로 독자의 시선을 유도하였다.

그런데 이 광고들을 클릭하면 제목에 따른 내용은 없고 '최음제' '정력강화제' 등을 파는 사이트로 연결된다. 해당 사이트에서는 의사 처방 없이는 판매할 수

없는 비아그라·시알리스는 물론 최음제임을 공공연히 선전하는 ‘여성 흥분제’까지 통신 판매한다.

이와 관련해 <사용 후기>에서 <사장님 말씀대로 의지와 상관없이 성욕이 일어나> 평소 <따먹고 싶은> 후배와 성관계에 성공했다는 내용을 실어 성범죄를 부추길 위험성이 크다 하겠다. 음란한 제목 또한 미풍양속을 해치고 신문의 품위를 훼손했다.

이는 “혐오감이나 어떤 욕정을 불러일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용” “범죄 행위를 미화하거나 유발시킬 우려가 있는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (2)와 2의 (4), “신문광고는 관계법규에 어긋나는 것이어서는 안 된다.”는 신문광고윤리강령 3, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4103 신문광고윤리강령 위반

세계닷컴 발행인 차 준 영

### 주문

세계닷컴(segye.com) 2015년 10월 23일자 「국내 최저가 성인용품 쇼핑몰 만남」 제목의 광고에 대하여 ‘경고’한다.

### 이유



<10.23. 00:26:54 캡처>

세계닷컴은 국내에서 최저가로 성인용품을 판다는 인터넷 쇼핑몰을 광고하면서 그 문구에 '100% 일본 정품'이라고 표시했다. 하지만 관세법 제234조 1항에는 '풍속을 해치는 서적·조각물 등이나 이에 준하는 물품'은 수출입이 금지돼 있다.

이에 따라 남녀의 성기 등을 노골적으로 묘사한 각종 성인용품(자위기구)의 통관을 원칙적으로 보류한 상태이므로 '100% 일본 정품'이라는 주장은 사실이라고 보기 힘들다.

게다가 이 사이트에 들어가는 과정에서 성인 인증 절차를 거치기에 미성년자 출입은 제한되지만, 판매하는 성인용품이 어린이 형태를 띄고 있는 등 그 음란함이 상식을 뛰어 넘고 있다.

이는 “혐오감이나 어떤 욕정을 불러일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (2), “신문광고는 관계법규에 어긋나는 것이어서는 안 된다.”는 신문광고윤리강령 3, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-2107 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠동아 발행인 송 대 근
2. 스포츠서울 발행인 김 광 래
3. 일간스포츠 발행인 전 태 석

### 주문

스포츠동아 2015년 9월 18·19일자 13면 「신제품/새로운 공기인형의 황홀함/동반자」 제목의 광고, 「강한 남자 빅맨/커지고! 단단하고! 오~~래 간다!」 제목의 광고, 9월 21일자 11면 「확 바뀐 공기인형 신상품 “에이미(amy)」 제목의 광고, 9월30일자 11면 「나만의 파트너 옹녀」 제목의 광고, 스포츠서울 9월 18·19일자 10면 「신제품/새로운 공기인형의 황홀함/동반자」 제목의 광고, 9월



22일자 12면 「나만의 파트너 용녀」 제목의 광고, 9월24일자 17면 「독신남으로 사는 비결 뽐녀」 제목의 광고, 일간스포츠 9월 23일자 8면 「독신남으로 사는 비결 뽐녀」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

#### **이유**

스포츠동아, 스포츠서울, 일간스포츠의 위 광고는 남성의 성생활을 위한 제품들을 선전하는 광고이지만 광고의 책임 소재를 알 수 있는 정보는 전혀 밝히지 않고 제품구입 문의 전화번호만 적어 놓았다.

「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제13조는 위 광고와 같은 통신판매 광고는 정확한 판매 주체, 광고주인 법인 또는 상호의 명칭, 주소지, 인터넷 홈페이지 주소 등을 밝히도록 규정하고 있다.

이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 독자인 소비자에게 예상치 못한 피해를 줄 우려가 있으며, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

### **2015-4040 신문광고윤리강령 위반**

#### **스포츠조선 발행인 방준식**

#### **주문**

스포츠조선(sports.chosun.com) 2015년 3월 6일자 「나는 오래 하는 남자가 좋다」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

## 이유



〈03.06. 12:44:42 캡처〉

스포츠조선은 여성이 남성의 성기를 켜 듯이 보이는 사진에 <나는 오래 하는 남자가 좋다> <딱딱한 그 놈이 온다!>는 제목을 붙였다. 비록 특정 신체 부위 노출은 없으나 이 같은 제목과 사진의 조합은 음란한 정도가 심하다 하겠다.

이는 “미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 규정한 신문광고윤리강령 2를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

스포츠조선은 같은 광고로 2015년 2월 11일 열린 제884차 윤리위원회에서 ‘주의’ 조치를 받은 바 있다.

### 2015-4059 신문광고윤리강령 위반

헤럴드경제 발행인 이영만

## 주문

헤럴드경제(heraldcorp.com) 2015년 5월 7일자 「하루 100번 관계한 정력 화제. “이것” 먹으」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

## 이유



〈05.07. 09:35:27 캡처〉

헤럴드경제는 ‘성기 동맥 혈류 충전기’를 선전하는 광고에 입을 벌린 여성의 사진을 함께 실었다. 그런데 이 여성은 입에 점액질을 물고 있으며, 그것은 남성의 정액으로 보인다. 만에 하나 정액이 아니라도 것처럼 보이도록 연출한 장면이라 아니할 수 없다.

이처럼 명백한 음란물을 광고에 연계해 신는 것은 사회의 공기로서 언론매체가 결코 해서는 안 될 일이다.

이는 “미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 규정한 신문광고윤리강령 2를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

### 2015-4072 신문광고윤리강령 위반

쿠키뉴스 발행인 변재운

## 주문

쿠키뉴스(kukinews.com) 2015년 5월 29일자 「당신 “뀐 거” 뭐야?? 이거 너무 좋네..」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

## 이유



<15.05.29. 13:55:39 캡처>

쿠키뉴스는 남성 성기에 끼우는 반지인 ‘황제옥환’을 광고하면서 남녀 성행위를 보여 주는 움직그림을 첨부했다. 이 움직그림은 남녀의 하반신을 드러내진 않았으나 남녀의 자세와 여성의 표정, 움직이는 행태가 성행위를 묘사했음이 분명하다. 이처럼 노골적인 움직그림은 선정성이 지나치다 하겠다.

이는 “혐오감이나 어떤 욕정을 불러일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4086 신문광고윤리강령 위반

1. 매경닷컴 발행인 장 용 성
2. 전자신문 발행인 이 선 기

## 주문

매경닷컴(mk.co.kr) 2015년 8월 24일자 「강남 18억 타짜女 팬티 대신 ○○ 보여줘..충격」 제목의 광고, 전자신문(etnews.com) 8월 25일자 「강남 18억 타짜女 팬티 대신 ○○ 보여줘..충격!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

## 이유

‘타짜’는 ‘노름판에서 남을 잘 속이는 재주를 가진 사람’을 지칭하는 단어로,

여성 타짜는 흔히 속옷을 부러 노출해 상대방의 마음을 흔든다는 속설이 있다.

그런데 매경닷컴 전자신문은 한술 더 떠 속옷이 아니라 음부를 보여준다는 식으로 자극적인 제목을 달았다. 그러나 제목을 클릭해 보면 투자자문사를 광고할 뿐 제목과는 하등 상관이 없다.

독자의 관심을 끌고자 도박 세계를 끌어들이며 선정적인 제목을 단 행위는 사회의 공기로서 언론의 책무를 외면하는 동시에 스스로 품위를 손상했다고 하지 않을 수 없다.

이는 “신문광고는 공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다.”고 규정한 신문광고윤리강령 2를 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4091 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠동아 발행인 송 대 근
2. 문화일보 발행인 이 병 규

### 주문

스포츠동아(sports.donga.com) 2015년 9월 3일자 「女제자, 男교사와 ×× 동영상 유출…충격!!」 제목의 광고, 문화일보(munhwa.com) 9월 4일자 「女제자, 男교사와 ×× 동영상 유출…충격!!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

### 이유

‘교사’는 초·중·고에서 학생을 가르치는 교원을 지칭한다. 따라서 이에 대칭되는 ‘제자’는 미성년자인 10대로 받아들여진다. 설령 성인이 된 졸업한 여제자를 의미했다하더라도 언중(言衆)은 미성년자로 생각하는 것이 일반적이다.

그런데도 스포츠동아 문화일보는 여제자가 남자 교사와 성행위를 한 동영상 이 유출된 듯이 제목을 달았다. 이처럼 미성년 여성을 성적 욕구의 대상으로 다

른 것은, ‘아동·청소년의 성보호에 관한 법률’이 금지한 ‘아동·청소년 이용 음란물의 제작·배포’에 해당하는 중대한 범죄에 버금가는 행위라 할 수 있으며, 제품(웹하드)과 무관한 내용으로 소비자를 현혹한 과장 광고라 하겠다. 사회의 공기여야 할 언론이 그 책무를 외면하고 범죄적인 행태를 보인 데 대해 엄중히 책임을 묻지 않을 수 없다.

이는 “신문광고는 공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다.”고 규정한 신문광고윤리강령 2, “신문광고는 관계 법규에 어긋나는 것이어서는 안 된다.”고 규정한 신문광고윤리강령 3을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4098 신문광고윤리강령 위반

스포츠월드 발행인 차 준 영

### 주문

스포츠월드(sportsworldi.com) 2015년 9월 26일자 「외로운 사람들을 위한 만남 사이트 1위」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조처한다.

### 이유



<09.26. 22:06:16 캡처>

스포츠월드는 ‘비밀 만남’을 주선하는 ‘사랑과 전쟁’ 사이트를 기사 하단에 자동으로 떠오르는 플래시 광고로 실었다. 이를 클릭하면 ‘100% 비밀 보장’이라는 문구와 함께 ‘기혼자 만남 사이트 1위’임을 강조한다.

최근 헌법재판소 결정으로 간통죄가 폐지됐으나 그렇다고 기혼 남녀의 만남

을 공공연히 주선하는 행위는, 헌법이 보장하는 ‘혼인의 순결’ 정신에 위배되는 데다 미풍양속을 해치는 일임에 분명하다. 따라서 사회의 공기임을 자임하는 신문으로서 배제해야 마땅한 광고라고 하겠다.

이는 “신문광고는 공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 규정한 신문광고윤리강령 2를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4119 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠동아 발행인 송 대 근
2. 스포츠조선 발행인 방 준 식

### 주문

스포츠동아(sports.donga.com) 2015년 11월 10일자 「만족스런 성관계 “돈”으로 가능해..」 「만족스런 성관계 “돈”으로 가능하다?!」 제목의 광고 등 2건, 스포츠조선(sports.chosun.com) 11월 11일자 「만족스런 성관계 “돈”으로 가능하다?!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

### 이유

스포츠동아 스포츠조선은 만족스런 성관계가 돈으로 가능하다는, 매매춘을 암시하는 듯한 자극적인 제목으로 독자의 눈길을 끌었다. 이 제목을 클릭하면 인터넷 경제매체의 기사인 양 구성된 화면에 주식으로 20억원을 번 30대 여성의 기사처럼 제목을 달았다. 그러나 내용에는 ‘만족스런 성관계가 돈으로 가능하다’거나 어떻게 해서 ‘주식으로 20억원을 벌었다’는 건 없이 ‘투자정보 클럽’을 홍보하고만 있다.

‘만족스런 성관계가 돈으로 가능하다’는 표현은 법에서 금지한 매매춘을 연상시키고, 설령 그게 아니더라도 사회적 기준으로 보아 부도덕한 주장이다. 투자정보 클럽을 선전하려고 건전한 성(性)윤리를 왜곡하고 거짓된 주장을 하는

광고를 신는 일은 언론의 사회적 책무를 저버리고 독자를 속이는 행위라 하지 않을 수 없다. 이는 “신문광고는 공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”는 신문광고윤리강령 2, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2016-4004 신문광고윤리강령 위반

스포츠월드 발행인 차 준 영

### 주문

스포츠월드(sportsworldi.com) 2015년 12월 1일자 「걸그룹 A양, 성접대 영상 유출...발각!」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

### 이유



〈12.01. 19:45:31 캡처〉

스포츠월드는 광고 제목에 걸그룹 멤버가 성접대를 하는 영상이 유출되었다는 뉴스성 제목에 노출이 심한 플래시배너를 덧붙였다. 하지만 이를 클릭하면 걸그룹 멤버에 관한 이야기는 없고 ‘남성 성기 확대기’를 선전한다.



클릭 수를 늘리고자 내용과 무관한, 외설스러운 제목을 붙여 독자를 속이는 일은 신문의 품위를 해치는 행위라 하지 않을 수 없다.

이는 “신문 광고는 공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 규정한 신문광고윤리강령 2, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 개인/단체의 명예훼손

### 2015-2051 신문광고윤리강령 위반

#### 문화일보 발행인 이 병 규

##### 주문

문화일보 2015년 4월 10일자 39면 「대한민국을 ‘민족반역자가 세운 나라’로 폄하하는 자에게 국민이 낸 세금으로 상을 쥐도 되는 것입니까?」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

##### 이유

문화일보의 위 광고는 제주 4.3 평화재단이 제1회 제주 4.3 평화상 수상자를 결정한데 대해 『대한민국 국민 전체를 ‘민족반역집단의 부역자’로 전락시킨 김석범을 수상자로 결정한 제주 4.3 평화재단을 즉각 해산하라!』고 촉구했다.

위 광고는 『제주 4.3 평화재단이 자신들의 정체를 마침내 드러내는 것』이라면서 『대한민국 건국을 위한 5.10 총선거에 반대하는 북한 공산집단의 사주와 무장폭도들의 습격으로 시작된 제주 4.3을 온갖 거짓으로 미화하여 대한민국을 깎아내리고 결과적으로는 북한공산집단의 주장에 동조하고 무고한 제주 양민들의 죽음을 더럽혀 온 세력들이 스스로 가면을 벗은 것』이라고 주장했다.

그러나 위 광고는 제주 4.3 평화재단에 대해 「제주 4.3을 온갖 거짓으로 미화하여 대한민국을 깎아내리고 결과적으로는 북한 공산집단의 주장에 동조하고 무고한 제주 양민들의 죽음을 더럽혀 온 세력」이라고 규정한 주장을 객관적으로 입증할 근거를 제시하고 않고 있다.

이같이 뚜렷한 근거도 없이 극히 주관적인 자기 의견에 따라 특정 인물이나 단체에 대해 북한공산집단의 주장에 동조했다는 등 일방적으로 매도하면서 그 주장을 공개적인 대중매체에 광고로 게재하는 것은 민주주의 사회의 법적 가치와 공공질서를 훼손하고 나아가 신문의 공신력을 크게 해칠 수 있으므로 신문광고윤리실천요강 강령 3의 (1), 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

#### 2015-2052 신문광고윤리강령 위반

1. 東亞日報 발행인 김 재 호
2. 朝鮮日報 발행인 방 상 훈
3. 중앙일보 발행인 송 필 호
4. 문화일보 발행인 이 병 규

#### 주문

東亞日報 2015년 4월 22일자 A31면 「대한민국의 정체성을 확립하자!」 제목의 광고, 朝鮮日報 4월 22일자 A31면 「대한민국의 정체성을 확립하자!」 제목의 광고, 중앙일보 4월 22일자 31면 「대한민국의 정체성을 확립하자!」 제목의 광고, 문화일보 4월 22일자 39면 「대한민국의 정체성을 확립하자!」 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조치한다.

#### 이유

東亞日報, 朝鮮日報, 중앙일보, 문화일보의 광고는 세월호 침몰사고 1주년을 맞아 서울 시내에서 벌어진 시위사태와 관련해 『국가원수를 모독하고 국

가의 정체성을 훼손하는 무리들과 중복세력, 부정부패 세력을 척결하자!』고 주장했다.

위 광고는 그러면서 『검찰은 더 이상 중복 좌파세력들이 준동하는 것을 방치 하여서는 안된다. 철저하게 수사하여 이땅에서 영원히 격리하라!』고 촉구하고 『국민의 이름으로 이들을 수배한다!』면서 누군가 태극기를 불태우고 있는 사진과 『박근혜 대통령이 탄 비행기를 폭파하겠다는 세월호 유가족』의 사진을 게재했다.

그러나 광고는 태극기를 불태운 사람이나 박근혜 대통령에게 악담을 했다고 소개된 세월호 유가족이라는 사람을 중복 좌파세력이라고 재단하는 근거를 제시하지 않았다.

이처럼 뚜렷한 근거도 없이 극히 주관적인 자기 의견을 바탕으로 특정 인물이나 단체를 함부로 중복 좌파세력으로 매도하면서 그 내용을 공개적인 대중매체에 광고로 게재하는 것은 민주주의 사회의 법적 가치와 공공질서를 훼손하고 나아가 신문의 공신력을 크게 해칠 수 있으므로 신문광고윤리실천요강 강령 3의 (1), 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-2097 신문광고윤리강령 위반

### 한겨레 발행인 정영무

#### 주문

한겨레 2015년 9월 2일자 4면 「손석희 제이티비시 보도사장님께 진정서 올립니다.」 제목의 광고에 대하여 '주의' 조치한다.

#### 이유

한겨레의 위 광고는 월남전 참전자인 김용현씨가 국가보훈처에 근무 중인 강성만(현 창원지청장) 씨와 보훈병원의 권대진씨를 상대로 펼쳐 온 법적다툼과 관련해 손석희 jtbc 사장에게 보내는 공개 진정서 성격의 광고다.

김용현씨에 따르면 김 씨는 2001년 이후 고엽제 후유의증 상이등급 판정 문제를 놓고 국가보훈처와 실랑이를 벌이다 2007년 강성만씨와 권재진씨를 공문서 위조 혐의로 검찰에 고소했으나 무혐의로 사건이 종결됐다는 것이다.

이에 김 씨는 2010년과 2012년 수사의 문제점을 지적하는 내용의 광고를 한겨레에 게재한 데 이어 2013년 3월 27일자 한겨레에도 강씨와 권씨를 처벌해 달라고 요구하는 「박근혜 대통령님께 진정서 올립니다.」 제목의 광고를 내보냈다는 것이다.

그러나 강씨와 권씨가 명예훼손 혐의로 김 씨를 고소하면서 김 씨는 검찰 수사와 재판을 받게 됐고, 결국 1, 2심 재판을 거쳐 대법원에서 벌금 300만원을 확정 판결 받았다.

김 씨는 위 광고에서 강성만 씨가 『장애수당 착복하고 공문서 위조한』 주범이고 권씨는 공범이라고 여전히 주장하면서 『검찰과 법원이 허위사실로 “훈장” 받은 피해자를 범죄자로 만든 것』이라고 비난했다. 김 씨는 자신을 수사하고 재판한 검사와 판사의 실명도 공개했다.

위 광고는 내용 면에서 강씨와 권씨가 명예훼손으로 문제 삼았던 2013년 한겨레 광고와 별반 다를 바 없다. 두 사람의 혐의와 관련해 김 씨는 추가 정황이나 물증을 제시하지 않았다. 실명을 공개 당한 검사와 판사들이 법적으로 문제가 있거나 잘못을 저질렀다는 구체적인 근거 역시 김 씨는 밝히지 않았다.

따라서 김 씨의 일방적인 주장만 나열한 위 광고 역시 2013년 광고와 마찬가지로 강씨와 권씨의 명예를 훼손했다고 봐야 할 것이다. 여기에다 실명으로 비난을 받은 검사와 판사들의 명예와 신용 훼손도 문제가 될 소지가 크다.

이러한 광고를 대중매체에 게재하는 것은 민주주의 사회의 법적 가치와 공공 질서를 훼손하고, 신문의 신뢰와 품위를 크게 해칠 수 있으므로 신문광고윤리강령 2, 신문광고윤리실천요강 강령 3의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4046 신문광고윤리강령 위반

### 아주경제 발행인 박영길

#### 주문

아주경제(ajunews.com) 2015년 4월 9일자 「예원 닐 “오빠 명품백 사줘” 나 마음에 안 들어?!” 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조처한다.

#### 이유



<04.09. 22:29:45 캡처>

<<http://www.ajunews.com/view/20150409102654453?l=N>>

아주경제는 연예인인 예원과, 최근 그가 발언해 유명해진 ‘나 마음에 안 들어?’를 광고 제목에 동원했다. 그러나 해당 제목을 클릭하면 가방 의류 시계 신발 등을 통신 판매하는 사이트가 나올 뿐 예원과 관련한 내용은 전혀 없다. 그렇다고 예원을 이 사이트의 광고 모델로 볼 만한 근거 또한 없는 데다 광고에 실은 여성 사진도 예원은 아니다.

‘욕설 과문’으로 구설에 오른 연예인의 이름과 발언을 도용해 광고에 써먹는 일은 프라이버시를 침해하고 신문의 품위를 손상하는 행위라 하겠다.

이는 “신문광고는 신문의 품위를 손상해서는 안된다”고 규정한 신문광고윤리강령 2, “프라이버시 침해의 우려가 있는 타인의 성명, 초상을 무단히 사용하는 것”을 금지한 신문광고윤리실천요강 3의 (2)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4052 신문광고윤리강령 위반

1. 문화일보 발행인 이 병 규
2. 스포츠동아 발행인 송 대 근
3. 동아닷컴 발행인 김 일 흥
4. 한경닷컴 발행인 황 재 활
5. 조선닷컴 발행인 김 찬
6. 스포츠조선 발행인 방 준 식
7. 서울신문 발행인 이 철 휘
8. 머니투데이 발행인 홍 선 근
9. 국민일보 발행인 최 삼 규
10. 중앙일보 발행인 송 필 호

### 주문

문화일보(munhwa.com) 2015년 4월 28일자 「주식하지 마세요!! “이영돈 PD 曰”..충격」 제목의 광고, 스포츠동아(sports.donga.com) 4월 28일자 「포장이사 속지 마세요 “이영돈 PD 曰”..충격」 제목의 광고, 동아닷컴(donga.com) 5월 1일자 「주식하지 마세요!! “이영돈 PD 曰”..충격」 제목의 광고, 한경닷컴(hankyung.com) 5월 1일자 「주식하지 마세요!! “이영돈 PD 曰”..충격」 제목의 광고, 조선닷컴(chosun.com) 5월 1일자 「이영돈 PD “포장이사 최소 비용은 이곳..?”」 제목의 광고, 스포츠조선(sports.chosun.com) 5월 4일자 「이영돈 PD “포장이사 최소 비용은 이…»」 제목의 광고, 서울신문(seoul.co.kr) 5월 4일자 「이영돈 PD, 주택담보대출 2%대 “숨…»」 제목의 광고, 머니투데이(mt.co.kr) 5월 4일자 「이영돈 PD “포장이사 최소 비용은 …」 제목의 광고, 국민일보(kmib.co.kr) 5월 4일자 「이영돈 PD, 주택담보대출 2%대 “숨겨진 진실”?!」 제목의 광고, 중앙일보(joongangjoins.com) 5월 5일자 「이영돈 PD, 주택담보대출 2%대 “숨겨진 진실”?!」 제목의 광고의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

## 이유

문화일보 스포츠동아 동아닷컴 한경닷컴 조선닷컴 스포츠조선 서울신문 머니투데이 국민일보 중앙일보는 각각 광고 제목에 이영돈 PD를 동원, 주식에 투자하지 말라거나 포장 이사에 속지 말라고 이 PD가 직접 말한 것처럼 제목을 달았다. 그러나 이 제목들을 클릭하면 장외주식 투자 사이트, 포장이사 업체로 연결되지만 이 PD에 관한 언급은 전혀 없다.

이는 “프라이버시 침해의 우려가 있는 타인의 성명, 초상을 무단히 사용하는 것”을 금지한 신문광고윤리실천요강 3의 (2), “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2016-4005 신문광고윤리강령 위반

1. 연합뉴스 발행인 박노황
2. 머니투데이 발행인 박종면

## 주문

연합뉴스(yonhapnews.co.kr) 2015년 12월 4일자 「“로또 1등 번호 방송 전 선정, 로또 사는 거 의미 없어..” 제목의 광고, 머니투데이(mt.co.kr) 12월 4일자 「“로또 1등 번호 방송 전 선정, 로또 사는 거 의...” 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

## 이유

연합뉴스 머니투데이는 ‘로또 사이트’ 광고를 실으면서 당첨 번호가 추첨 전에 미리 정해지는 것처럼 제목에 표현했다. 하지만 해당 사이트에 들어가면 이 같은 주장에 근거는 제시하지 않고 당첨 확률을 높일 수 있다고만 강조한다.

로또는 사회적으로 공인된 복권으로 매주 수많은 국민이 이에 참여한다. 그런데도 근거 없이 당첨 번호가 미리 정해져 있다고 광고하는 일은 사회에 불신

을 조장하는, 언론 본연의 책무에 위배되는 행위라 하지 않을 수 없다.

이는 “공익을 위함이 아니면서 타인 또는 단체나 기관을 비방, 중상하여 그 명예나 신용을 훼손시키거나 업무를 방해하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 3의 (1) “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 모방범죄 유발 우려

### 2016-4011 신문광고윤리강령 위반

1. 전자신문 발행인 이 선 기
2. 아시아경제 발행인 이 세 정
3. 세계닷컴 발행인 차 준 영
4. 문화일보 발행인 이 병 규
5. 머니투데이 발행인 박 종 면

### 주문

전자신문(etnews.com) 2016년 1월 11일자 「삼일 밤낮 여대생..“홍콩” 보낸 40대 男?!」 제목의 광고, 아시아경제(asiae.co.kr) 1월 11일자 「女배우 배드신 中 떡실신 “충격”」 제목의 광고, 세계닷컴(segye.com) 1월 11일자 「女배우 배드신 中 떡실신 “충격”」 제목의 광고, 문화일보(munhwa.com) 1월 14일자 「女 밤마다 죽어유! “3일간” 우뚝 선 40대」 제목의 광고, 머니투데이(mt.co.kr) 1월 19일자 「女 밤마다 죽어유! “3일간” 우뚝 선 40대男!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘경고’한다.



## 이유

전자신문 아시아경제 세계닷컴 문화일보 머니투데이는 40대 남자가 여대생을 3일 밤낮 동안 ‘홍콩’에 보냈다는 등 여배우가 베드신을 찍다가 ‘떡실신’을 했다는 등 저급한 표현으로 광고 제목을 달아 독자들의 성적(性的)인 호기심을 자극했다.

그러나 이 사이트들을 클릭하면 관련 내용은 없고 정력강화제, 여성 흥분제를 판매한다.

특히 여성 흥분제를 선전하면서는 <즉효성 흥분제>임을 강조하면서 <최음제는 아닙니다>라거나 <최음제로 사용을 금합니다>고 표기해 최음제나 다름없음을 오히려 강조했다. 따라서 성범죄를 부추길 위험성이 크다 하겠다.

이는 “신문광고는 관계법규에 어긋나는 것이어서는 안 된다.”는 신문광고윤리강령 3, “혐오감이나 어떤 욕정을 불러일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (2), “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4066 신문광고윤리강령 위반

1. 한국아이닷컴 발행인 조 상 현
2. 서울신문 발행인 이 철 휘

## 주문

한국아이닷컴(hankooki.com) 2015년 5월 21일자 「여성 상습폭행 막장男, 20억 출처 알고 보니…충격!」 제목의 광고, 서울신문(seoul.co.kr) 5월 24일자 「여성 상습폭행 막장男, 20억 출처 알고 보니…충격!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

이유



〈서울신문 05.24. 10:35:12 캡처〉

한국아이닷컴 서울신문은 ‘상습 폭력범이 20억원대 자산가가 되었다’는 내용의 주식 정보 제공업체 광고를 하면서 옷통 벗은 남자가 여자의 머리끄덩이를 잡고 주먹을 휘두르는 사진을 함께 실었다.

가정폭력이 여전히 심각한 사회문제인 현실에서 이러한 사진은 독자에서 혐오감을 줄 뿐만 아니라 자주 보다 보면 폭력에 무감각해지는 부작용을 낳을 수 있다. 게다가 주식 관련 사이트를 선전하는 광고에 이 같은 사진을 함께 실을 하등의 이유가 없다.

이는 “혐오감을 불러일으키는 잔인한 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (2), “협박, 폭력 등의 범죄 행위를 유발시킬 우려가 있는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (4)를 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 관련법규 위반

### 2015-2053 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠동아 발행인 송 대 근
2. 스포츠경향 발행인 송 영 승

#### 주문

스포츠동아 2015년 4월 1일자 11면 「미제/후불제/★효과100%, 직수입★미제/비·씨/최저가/두통·홍조 쓰림없는 강한 발기」 제목의 광고, 스포츠경향 4월 2일자 8면 「강한 남자 미국정품/후불제 비디오·씨디 효과100%※탁월한 효과.강한 발기/각종 캡슐」 제목의 광고에 대하여 각각 '경고'한다.

#### 이유

스포츠동아, 스포츠경향의 위 적시 광고는 누가 보아도 발기부전 치료제인 '비아그라'와 '씨알리스'를 통신판매한다는 내용이다.

비아그라와 씨알리스는 의사의 처방전이 있어야만 구입할 수 있는 전문의약품으로 약국 이외의 장소에서는 판매할 수 없으며 이같은 광고를 하는 것은 관련 법규를 위반하는 것이다.

이 광고는 또 통신판매 광고인데도 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제13조에 규정한 광고의 책임소재를 알 수 있는 광고주의 정확한 명칭, 주소 등을 명시하지 않고 문의 전화번호만 적어놓았다.

이는 신문 광고의 신뢰성을 떨어뜨리고, 나아가 신문의 공신력을 크게 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

스포츠동아, 스포츠경향은 위와 같은 형식의 광고로 신문윤리위원회 제883차~제886차 회의에서 각각 잇따라 4차례 주의 조치를 받았다.

## 2016-4008 신문광고윤리강령 위반

1. 동아닷컴 발행인 김 일 흥
2. 전자신문 발행인 이 선 기
3. 서울경제 발행인 이 중 환
4. 스포츠조선 발행인 방 준 식

### 주문

동아닷컴(donga.com) 2016년 1월 15일자 「성인 “찌라시” 내용 알고 보니..충격!」 제목의 광고, 전자신문(etnews.com) 1월 19일자 「성인 “찌라시” 내용 알고 보니..충격!」 제목의 광고, 서울경제(economy.hankooki.com) 1월 19일자 「성인 “찌라시” 내용 알고 보니..충격!」 제목의 광고, 스포츠조선(sports.chosun.com) 1월 19일자 「증권가 찌라시, 여배우 K양 알고 보니..!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘경고’한다.

### 이유

동아닷컴 전자신문 서울경제 스포츠조선은 광고들을 한데 모은 사이트를 「성인 “찌라시” 내용 알고 보니..충격!」 또는 「증권가 찌라시, 여배우 K양 알고 보니..!」라는 제목으로 게재했다. 이 사이트는 마치 증권가 ‘찌라시’를 모아둔 듯한 인상을 풍기지만 막상 들어가 보면 ‘기사’를 사칭한 광고 목록을 비롯해 다양한 형태로 광고들을 모아 놓았다.

그 가운데는 처방 없이 판매할 수 없는 비아그라·시알리스는 물론 범죄에 악용되는 최음제임을 공공연히 선전하는 제품을 통신 판매하는 광고들이 다수 섞여 있다.

이는 “신문광고는 관계법규에 어긋나는 것이어서는 안 된다.”는 신문광고윤리강령 3, “혐오감이나 어떤 욕정을 불러일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (2), “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2016-4020 신문광고윤리강령 위반

1. 코리아헤럴드 발행인 이영만
2. 머니투데이 발행인 박종면

### 주문

코리아헤럴드(koreaherald.com) 2016년 1월 26일자 「남성 기능 3배 ↑ 즉각 효과 “신물질” 발견!!」 제목의 광고, 머니투데이(mt.co.kr) 1월 29일자 「남성 기능 3배 ↑ 즉각 효과 “신물질” 발견!!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘경고’한다.

### 이유

코리아헤럴드 머니투데이는 남성의 성 기능을 3배 높인 신물질을 발견했다고 제목을 올렸으나 이를 클릭하면 관련 내용은 없고, 의사 처방 없이는 판매할 수 없는 비아그라·시알리스는 물론 최음제임을 공공연히 선전하는 ‘요힘빈’ 등을 통신판매한다.

이는 “신문광고는 관계법규에 어긋나는 것이어서는 안 된다.”는 신문광고윤리강령 3, “혐오감이나 어떤 욕정을 불러일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (2), “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-2042 신문광고윤리강령 위반

1. 朝鮮日報 발행인 방상훈
2. 경향신문 발행인 송영승
3. 스포츠서울 발행인 김광래
4. 일간스포츠 발행인 정경문
5. 東亞日報 발행인 김재호
6. 국민일보 발행인 최삼규

### 주문

朝鮮日報 2015년 3월 2일자 A22면 「전립선 기적의 완치」, 3월 19일자 A32면 「당뇨로부터 찾아오는 합병증」 제목의 광고, 경향신문 3월 2일자 13면 「당뇨, 기적의 완치」 제목의 광고, 스포츠서울 3월 6·7일자 1면 「왜 우리는 후코이단을 천연항암제라 부르나?」 제목의 광고, 일간스포츠 3월 10일자 20면 「당뇨, 기적의 완치」 제목의 광고, 東亞日報 3월 16일자 B12면 「전립선 기적의 완치」, 3월 24일자 A19면 「당뇨로부터 찾아오는 합병증」 제목의 광고, 국민일보 3월 23일자 11면 「당뇨로부터 찾아오는 합병증」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

### 이유

스포츠동아, 스포츠서울, 스포츠경향의 위 적시 광고는 겉으로는 「전립선 기적의 완치」, 「당뇨, 기적의 완치」, 「후코이단의 모든것」이라는 책을 각각 홍보하고 있다. 하지만 실상은 ‘NTB-A’와 ‘파워샘K-파워추출물’ ‘후코이단’이라는 전립선·당뇨 또는 암 환자용 천연물질을 각각 선전하고 있다.

이 광고들은 책 자체의 판매보다는 특정 질병 관련 제품을 판매할 목적으로 환자를 유인하는 데에 더 치중하고 있다.

이는 국민의 건강과 안전을 위하여 의료인의 광고를 엄격한 기준으로 규제하고 있는 현행법을 어긴 광고이다. 「의료법」은 제56조에서 『의료인이 아닌 자는 의료에 관한 광고를 하지 못한다』고 규정하고 있고, 설령 의료인이라 하더라도

『치료효과를 보장하는 등 소비자를 현혹할 우려가 있는 내용의 광고는 하지 못한다』고 규정하고 있다.

따라서 이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 신문의 공신력을 바탕으로 한 신문과 독자의 건전한 관계를 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

#### 2015-2045 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠동아 발행인 송 대 근
2. 스포츠서울 발행인 김 광 래
3. 스포츠조선 발행인 방 준 식
4. 일간스포츠 발행인 정 경 문

#### 주문

스포츠동아 2015년 3월 13·14일자 17면 「발기부전끝 발기콜/발기부전끝+15센치길게+팬티」 제목의 광고, 스포츠서울 3월 13·14일자 4면 「발기부전끝 발기콜/발기부전끝+15센치길게+팬티」 제목의 광고, 스포츠조선 3월 17일자 14면 「발기부전끝 발기콜/발기부전끝+15센치길게+팬티」 제목의 광고, 일간스포츠 3월 18일자 12면 「발기부전끝 발기콜/발기부전끝+15센치길게+팬티」 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조치한다.

#### 이유

스포츠동아, 스포츠서울, 스포츠조선, 일간스포츠의 광고는 남성 성기의 발기를 도와준다는 제품을 선전하는 내용인데 이 제품이 어떤 형태, 어떤 내용물의 제품인지 상세하게 설명하지 않고 있다. 다만 이 제품에 대해 『당뇨, 고혈압, 성기확대자, 발기약 먹어도 안되고, 완전 발기 불능자도, 발기콜 사용시 발기부전 없는 남자보다 더 단단하게 발기되는 전자식』이라고 선전했다.

이 광고는 의료기기가 아니면서 의료기와 유사한 성능이나 효능·효과를 내세운 광고를 금지하고 있는 「의료기기법」 제26조를 위반한 것이다.

이들 광고는 광고의 신빙성에 의구심을 갖게 할 뿐 아니라 나아가 신문의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

### 2015-2070 신문광고윤리강령 위반

1. 朝鮮日報 발행인 방 상 훈
2. 중앙일보 발행인 송 필 호
3. 문화일보 발행인 이 병 규

#### 주문

朝鮮日報 2015년 5월 19일자 A18면 「간과 눈에 좋은 석결명(石決明)!!」 제목의 광고, 중앙일보 5월 25일자 6면 「간과 눈에 좋은 석결명(石決明)!!」 제목의 광고, 문화일보 5월 26일자 20면 「간과 눈에 좋은 석결명(石決明)!!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

#### 이유

朝鮮日報, 중앙일보, 문화일보의 위 광고는 전복껍데기로 갈아 만든 환 제품을 선전하면서 이 제품을 먹으면 간과 눈이 좋아진다고 주장하고 있다.

위 광고는 『노안이 오거나 눈에 이상징후가 보이면 석결명으로 예방·대처하세요』라고 알리고 있다.

이는 식품과 관련해 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품 또는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고를 금지하고 있는 「식품위생법」 제13조를 위반한 것이다.

이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 독자인 소비자에게 혼란을 제공해 피해를 줄 우려가 있으며, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤



리강령 1, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2016-2001 신문광고윤리강령 위반

1. 국민일보 발행인 최삼규
2. 매일경제 발행인 장대환
3. 스포츠조선 발행인 방준식
4. 일간스포츠 발행인 전태석

### 주문

국민일보 2015년 12월 8일자 9면 「탈모졸업 “모생모 포르테”가 해답이다!」 제목의 광고, 매일경제 12월 11일자 A24면 「탈모졸업 “모생모 포르테”가 해답이다!」 제목의 광고, 스포츠조선 12월 18일자 9면 「탈모졸업 “모생모 포르테”가 해답이다!」 제목의 광고, 일간스포츠 12월 30일자 7면 「탈모졸업 “모생모 포르테”가 해답이다!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

### 이유

위 신문들의 광고는 식품의약품안전처로부터 탈모예방을 위한 ‘의약외품’으로 허가받은 ‘모생모 포르테’ 샴푸와 토닉을 선전하는 내용이다.

현재 시중에 나온 ‘의약외품’ 샴푸는 탈모 방지나 양모 정도의 효능만 인정받았을 뿐 모발을 생성(발모)시키는 제품으로 허가 받은 것은 아니다.

그런데도 위 광고는 『3세트 사용 후 머리가 안 나오면 100%환불보장』, 『정말 머리카락이 난다는데...』 등 제목과 문구로 ‘탈모 치료’나 ‘발모’의 효과가 있는 것처럼 과장하거나, 해당제품을 아예 ‘발모제’로 표기했다.

위 광고는 『누구든지 의약품이 아닌 것을 용기·포장 또는 첨부 문서에 의약적 효능·효과가 있는 것으로 오인될 우려가 있는 표시를 하거나 이와 같은 내용의 광고를 하여서는 안 된다』고 규정한 「약사법」 제61조에 어긋난다.

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

#### 2016-2002 신문광고윤리강령 위반

1. 서울신문 발행인 김 영 만
2. 한겨레 발행인 정 영 무
3. 스포츠동아 발행인 송 대 근
4. 일간스포츠 발행인 전 태 석

#### 주문

서울신문 2015년 12월 7일자 13면 「하루 3번이면 혈당이 똑!/당조고추가 기가 막혀!」 제목의 광고, 한겨레 12월 18일자 14면 「세계 최초! 혈당을 떨어뜨리는 新모약산 당조고추 연일 주문 폭주!!/新모약산 당조고추, 먹은 값 합니다!」 제목의 광고, 스포츠동아 12월 28일자 20면 「하루 3번이면 혈당이 똑!/당조고추가 기가 막혀!」 제목의 광고, 일간스포츠 12월 30일자 16면 「세계 최초! 혈당을 떨어뜨리는 新모약산 당조고추 연일 주문 폭주!!/新모약산 당조고추, 먹은 값 합니다!」 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조치한다.

#### 이유

서울신문, 한겨레, 스포츠동아, 일간스포츠의 위 광고는 '新모약산 당조고추'가 당뇨병 예방 등에 탁월한 효능이 있는 것처럼 선전하고 있다.

광고는 당조고추에 대해 『당뇨병, 비만증, 과당증 등 성인병 예방과 복부비만 예방에 효과가 있다』고 주장하고, 방송 프로그램 내용을 인용해 당뇨병 치료에도 효과적인 양 우회적으로 선전했다.

그러나 당조고추는 의약품이나 건강기능식품이 아닌 자연식품이다. 따라서

위 광고는 식품과 관련해 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품이나 건강기능식품으로 오인·혼동케 할 우려가 있는 내용의 표시·광고를 금지하는 「식품위생법」 제13조를 위반했다.

위 광고는 「세계최초! 대한민국에서 개발된 新모약산 당조고추」를 작은 제목으로 달았지만 「세계최초」라는 최상급 표현을 뒷받침하는 객관적이고 공신력 있는 증거자료를 제시하지 않았다. 이는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 ‘부당한 표시·광고행위의 금지’에 어긋난다.

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

## 2015-4039 신문광고윤리강령 위반

1. 서울경제 발행인 이 종 환
2. 조선닷컴 발행인 김 찬

### 주문

서울경제(economy.hankooki.com) 2015년 3월 20일자 「“당뇨 원인” 해결한 한국 박사, 세계가 놀랐다.」 제목의 광고, 조선닷컴(chosun.com) 3월 22일자 「[화제] “당뇨 원인” 해결한 한국 박사, 세계가 놀랐다.」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

### 이유

이 광고에서 선전하는 ‘뉴프로지’라는 제품은 건강기능식품으로, 의약품은 아니다.

그런데도 광고는 “당뇨환자가 복용한 지 2달 만에 거의 완치단계에 이르러 10년 넘도록 지독하게 고생하던 당뇨병으로부터 해방되었다”라고 하는가 하

면, 40년간 당뇨병과 비만을 연구해온 송문기 박사라는 사람을 내세워 “미국 정부는 그의 가치를 인정하여 연구 자금을 지원하였으며, 미 식품의약국(FDA)로부터 연구용 신약(IND)허가를 받아 미국연방향균병원에서 임상실험을 실시했는데 그 결과 당화혈색소(HbA1c) 평균 22.3% 감소라는 놀라운 결과를 얻었다. 또 70%의 환자에서 혈당치가 29% 개선되는 결과도 보였다”고 주장하는 등 마치 의약품의 효능이 있는 것처럼 선전하였다. 이는 제품의 기능과 관련 없는 사항으로 객관적이고 과학적인 근거 자료에 의하지 않은 표현이다.

위 광고는 전체적으로 당뇨 연구보다는 치료를 강조했고, 박사의 정체가 명확하지 않은 ‘송문기 박사’를 여러 군데 언급하며 ‘세계 3대 인명사전’에 등재되었다는 등 검증되지 않은 표현을 사용하였다.

이는 △모호한 표현으로 소비자를 오인, 혼동시킬 우려가 있는 내용 △제품의 기능과 관련 없는 내용 △질병의 예방 및 치료에 효능, 효과가 있거나 의약품으로 오인, 혼동할 우려가 있는 내용을 금지한 「건강기능식품법」 시행규칙 제21조 및 한국건강기능식품협회의 「건강기능식품 기능성표시·광고 심의세칙」을 벗어난 것이다. 이 광고처럼 선전하는 것은 독자를 오도하여 결과적으로 독자인 소비자의 건강에 위해를 끼칠 우려가 있다.

따라서 위 광고는 신문광고윤리강령 3, 4를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4054 신문광고윤리강령 위반

1. 서울신문 발행인 이 철 휘
2. 쿠키뉴스 발행인 변 재 운

### 주문

서울신문(seoul.co.kr) 2015년 5월 14일자 「[충격]당뇨환자 죽기 전에 “이것”하라」 제목의 광고, 쿠키뉴스(kukinews.com) 5월 19일자 「[충격]당뇨환자 죽기 전에 “이것”하라」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

**이유**

#넬A는 18일 "황철순이 술자리 시비 끝에 박모씨(34)를 폭행, 박씨의 눈 주위 뼈가 함몰 치료를 받았다"라고 보도했다.

‘에서 수차례 얼굴과 몸을 가격당했다’라고 주장한 반면, 황철순은 “많이 다쳤기 때문에 남자들이라는 흔적이 있을 수 있는 일이다. 두 대 때렸을 뿐”이라고 반박했다.

순은 19일 자신의 SNS에 “기자 참 무섭다. 사건 정황은 속 빼고 그걸 단독 보도라고 구계술로 기사 쓰시네. 통화로 그렇게 얘기했는데 앞뒤 다 자르고, 없던 원경과 분위기도 |에서 옆 테이블과 시비? 참 나 시나리오 작가출신인가?라며 불쾌감을 토로했다.

했다. 작년 12월 강남에서 집에 들어가는 길에 차 한대가 내 허벅지를 친다. 조수석에서 내린다. 음주 운전이라 생각되서 쳐다보고 있었는데 아니나다를까 그 여자 내 앞을 지 채 지나고 육을 퍼붓는다”라고 운을 폈다.


은 “나는 술 먹고 운전하고 뭘 잘못했다고 큰소리나, 경찰을 부르라고 얘기했다. 밑다름 남자 내려 내게 주먹질한다. 나는 바닥으로 제압하고 경찰을 불러달라 했다. 그 과정 머리를 휴대폰으로 내려치고, 남자는 저항이 심해 정확히 두 대 때렸다. 그래서 안알콜 했다.

이 어찌됐든 상해를 입힌 부분에 대해선 명백히 잘못된 것이기에 병원으로 찾아가서 무 했다. 욕이라는 욕 다먹고 천만원에 합의를 시도했다”라며 “상대 알, 알려진 사람이 왜 장원 달린다. 그리고 몇일후, 조수석에 타고 있던 여자가 연락온다. 1000만원에 합의 보

**많이 본 기사**

**종합** 시사 문화 스포츠

- [속보] 당장 '모든 요금구간 무선 인터넷'...
- 커본 김수영 체중 67kg 감량한 다이어트...
- 지자체-보험업계, 자건거 보험 등... 지역...
- 변수제가 요란? KBS 2TV '프로듀사' 소...
- 정형래 일병을 구하란? 내티즌들 서명...



**[충격] 당뇨환자 죽기전에 "이것" 하라**

NPS 국민연금

〈쿠키뉴스 05.19. 10:46 캡처〉

위 광고는 27년 된 당뇨 증상이 3개월만에 사라졌다고 주장하며 미래한의원을 소개하고 있다. 헬스뉴스라고 표시해 의견상 기사인 것처럼 보이나, 실은 뉴스로 위장한 광고에 지나지 않는다.

또 진료방법이 질병치료에 반드시 효과가 있다고 표현하였고, 체험수기까지 소개하였으며, 발바닥이 크게 손상된 혐오스러운 사진을 게재하였는데, 이는 의료법 및 의료법시행령을 위반한 것이다. 더구나 의료광고는 사전심의를 거쳐야 함에도 위 광고는 심의를 받지 않았다.

따라서 위 광고는 신문광고윤리강령 3을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

**※참고:**

-의료법 제56조(의료광고의 금지) ②의료법인 의료기관 또는 의료인은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다.(2, 치료효과를 보장하는 등 소비자를 현혹할 우려가 있는 내용의 광고, 9. 57조에 따른 심의를 받지 아니한 광고)

-의료법 시행령 제23조(의료광고의 금지 기준) ①구체적 기준 (2. '특정 의

료기관 또는 의료인의 기능 또는 진료방법이 질병 치료에 반드시 효과가 있다고 표현하거나 환자의 치료경험담이나 6개월 이하의 임상경력을 광고하는 것, 5. 의료인이 환자를 수술하는 장면이나 환자의 환부(患部) 등을 촬영한 동영상·사진으로서 일반인에게 혐오감을 일으키는 것을 게재하여 광고하는 것)

## 허위/불확실한 표현

### 2015-2060 신문광고윤리강령 위반

1. 東亞日報 발행인 김 재 호
2. 朝鮮日報 발행인 방 상 훈
3. 중앙일보 발행인 송 필 호
4. 한국경제 발행인 김 기 응
5. 경향신문 발행인 송 영 승

### 주문

東亞日報 2015년 4월 3일자 B8면 「신자마자 숙였던 허리 3° 펴주는 척추기립근 강화신발 ‘테네비스’/“허리 아픔도 사라졌구요, 몸무게도 10kg 감량했어요!”」 제목의 광고, 朝鮮日報 4월 13일자 A22면 「신자마자 숙였던 허리 3° 펴주는 척추기립근 강화신발 ‘테네비스’/“허리 아픔도 사라졌구요, 몸무게도 10kg 감량했어요!”」 제목의 광고, 중앙일보 4월 15일자 B12면 「신자마자 숙였던 허리 3° 펴주는 척추기립근 강화신발 ‘테네비스’/“허리 아픔도 사라졌구요, 몸무게도 10kg 감량했어요!”」 제목의 광고, 한국경제 4월 17일자 A24면 「신자마자 숙였던 허리 3° 펴주는 척추기립근 강화신발 ‘테네비스’/“허리 아픔도 사라졌구요, 몸무게도 10kg 감량했어요!”」 제목의 광고, 경향신문 4월 29일자 11면 「신자마자 숙였던 허리 3° 펴주는 척추기립근 강화신발 ‘테네비스’/“허리 아픔도 사라졌구요, 몸무게도 10kg 감량했어요!”」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

## 이유

위 신문들의 적시 광고는 척추를 바로 잡아준다는 신발을 선전하는 내용이다. 이 광고는 「차등 이중급 시스템 신발」임을 내세우면서 『윗굽과 아랫굽의 길이에 15mm 차이를 뒀으로써 … 자연스레 평소에 쓰지 않던 신체 뒷 근육에 운동을 가함으로써 척추 기립근을 강화시키도록 설계된 것』이라고 설명하고 있다.

그러나 이같은 내용이 광고에서 주장하는 특별한 효과와 과연 어떤 인과관계가 있는지에 대해서는 구체적인 설명이 없다. 이 광고는 신발을 사용했다는 사람들의 체험기를 다수 게재하고 있는데 이중 『몸무게도 10kg 감량했어요!』라며 이 신발을 신는 것만으로 체중이 10kg이나 줄었다는 체험기는 상식적으로 믿기 어려운 내용이지만 이를 뒷받침하는 어떤 과학적·논리적 설명도 없다. 그럼에도 불구하고 광고는 이 내용을 큰 제목으로 뽑았다.

이처럼 의학적 지식뿐 아니라 일반적 상식에도 어긋나는 주장을 광고 내용에 담는 것은 전형적인 과대광고라 할 수 있다.

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

### 2015-4037 신문광고윤리강령 위반

1. 중앙일보 발행인 송 필 호
2. 서울신문 발행인 이 철 휘
3. 스포츠동아 발행인 송 대 근
4. 동아닷컴 발행인 김 일 흥

## 주문

중앙일보(joongang.joins.com) 2015년 3월 18일자 「성매매 ‘박카스 할머니’, 月 78억 벌어…!!」 제목의 광고, 서울신문(seoul.co.kr) 3월 20일자 「성매매 ‘박

카스 할머니’, 月 78억 벌어...!!」 제목의 광고, 스포츠동아(sports.donga.com) 3월 22일자 「성매매 ‘박카스 할머니’, 月 78억 벌어...!!」 제목의 광고, 동아닷컴(donga.com) 3월 23일자 「성매매 ‘박카스 할머니’, 月 78억 벌어...!!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

#### **이유**

중앙일보 서울신문 스포츠동아 동아닷컴은 광고 제목에 노년층을 대상으로 성매매를 하는 ‘박카스 할머니’를 언급해 독자의 눈길을 끌었다. 하지만 클릭해보면 장외주식 투자 정보업체의 광고이다.

‘박카스 할머니’까지 등장시켜 호기심을 자극하는 행태는 신문의 품위를 스스로 훼손하는 행위라 하지 않을 수 없다.

이는 “신문광고는 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 규정한 신문광고윤리강령 2, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리강령 4의 (1)을 위반하고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

### **2015-4058 신문광고윤리강령 위반**

#### **전자신문 발행인 이 선 기**

#### **주문**

전자신문(etnews.com) 2015년 5월 4일자 「당뇨, “김치찌개” 먹지 마세요!!」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조처한다.

#### **이유**

전자신문은 당뇨병환자에게 김치찌개를 먹지 말라고 주장하는 광고를 실었다. 그러나 해당 광고는 ‘천연 인슐린’ 제품을 선전하되 김치찌개를 먹지 말아야 할 근거를 따로 제시하지 않았다.

김치찌개는 우리의 전통식품이자 이제는 세계적으로 각광 받는 발효식품이



다. 그런데도 자사 제품을 선전하려고 이를 먹지 말라고 근거 없이 폄훼하는 일은 관련 농가와 음식점, 생산 기업에 해를 끼치는 것은 물론 독자를 오도하는 행위이다.

이는 “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

### 2015-4094 신문광고윤리강령 위반

1. 중앙일보 발행인 송 필 호
2. 세계닷컴 발행인 차 준 영
3. 아시아투데이 발행인 백 석 기

#### 주문

중앙일보(joongang.joins.com) 2015년 9월 7일자 「한국여성 90%이상 골반 비틀림!?? 충격!」 제목의 광고, 세계닷컴(segye.com) 9월 7일자 「한국여성 90%이상 골반 비틀림!?? 충격!」 제목의 광고, 아시아투데이(asiatoday.co.kr) 9월 8일자 「한국여성 90%이상 골반 비틀림!?? 충격!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

#### 이유

중앙일보 세계닷컴 아시아투데이는 한국여성 가운데 90%이상이 골반이 비틀린 상태인 것처럼 표현한 광고를 내보냈다. 그러나 제목을 클릭해도 그러한 주장을 뒷받침하는 내용은 없다.

관련 제품을 선전하려고 왜곡된 제목을 앞세워 독자들에게 두려움을 불러일으키는 행위는 언론의 신뢰를 스스로 떨어뜨리는 일이라 하지 않을 수 없다.

이는 “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4096 신문광고윤리강령 위반

1. 일간스포츠 발행인 전 태 석
2. 아주경제 발행인 곽 영 길
3. 문화일보 발행인 이 병 규
4. 쿠키뉴스 발행인 변 재 운

### 주문

일간스포츠(isplus.joins.com) 2015년 9월 12일자 「뉴스보다 빠른 증권가 찌라시 화제!!」 제목의 광고, 아주경제(ajunews.com) 10월 2일자 「뉴스보다 빠른 증권가 찌라시 화제!!」 제목의 광고, 문화일보(munhwa.com)) 10월 6일자 「뉴스보다 빠른 증권가 찌라시 화제!!」 제목의 광고, 쿠키뉴스(kukinews.com) 10월 6일자 「뉴스보다 빠른 증권가 찌라시 화제!!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

### 이유



〈일간스포츠 09.12. 20:44:49 캡처〉

일간스포츠 아주경제 문화일보 쿠키뉴스는 주식투자 자문사라는 ‘청개구리’ 사이트를 광고하면서 그 화면에 ‘톱스타 H양 & J양 여성 전용 주점 엽기 행각

중독...' 등 연예계 정보를 담은 것처럼 소제목을 달았다. 독자가 이에 호기심을 갖고 사이트에 들어가면 '추천 종목' 등 주식정보 말고도 '증권 찌라시' 항목을 따로 두었고, 자극적인 제목이 나열돼 있다.

이 증권 찌라시의 내용을 보려면 사이트에서 요구하는 '다운로드'를 받아야 한다. 하지만 다운로드를 받더라도 '증권 찌라시' 항목은 작동하지 않는다. 제목만 있고 내용은 없어 어차피 독자는 볼 수 없는 것이다.

증권가 찌라시에 대한 일반인의 관심을 악용, 독자를 이처럼 속이는 행위는 매체 스스로 품위와 신뢰를 잃는 행위라 하지 않을 수 없다.

이는 “신문광고는 독자에게 이익을 주고 신뢰받을 수 있어야 한다.”고 규정한 신문광고윤리강령 1, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2016-4028 신문광고윤리강령 위반

문화일보 발행인 이 병 규

### 주문

문화일보(munhwa.com) 2016년 2월 23일자 「30만 회원이 증명한 탈모 샴푸 “머리나라” 리얼 후기!」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

### 이유

문화일보는 샴푸인 ‘머리나라’를 광고하면서 탈모 방지에 효과가 있는 것처럼 ‘후기’ 등에서 표현하였다. 그러나 약사법에 따라 샴푸가 탈모를 방지·치료한다거나 머리를 새로 나게 해 준다고 광고할 수는 없다. 게다가 한국소비자원은 ‘탈모 방지 샴푸’를 조사한 결과를 지난달 12일 발표하면서 “탈모 증상에 대해 샴푸나 탈모 관리 등 비의학적 수단에만 의존한다면 적절한 치료시기를 놓칠 수 있다”고 주의를 당부한 바 있다.

그런데도 이를 광고하는 일은 언론의 기본 책무를 저버리는 행위라 하겠다.

이는 “신문광고는 독자에게 이익을 주고 신뢰받을 수 있어야 한다.”는 신문 광고윤리강령 1, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 광고주의 명칭 불명확

### 2015-2046 신문광고윤리강령 위반

1. 중앙일보 발행인 송 필 호
2. 朝鮮日報 발행인 방 상 훈
3. 경향신문 발행인 송 영 승
4. 매일경제 발행인 장 대 환
5. 한겨레 발행인 정 영 무
6. 東亞日報 발행인 김 재 호

### 주문

중앙일보 2015년 3월 10일자 12면 「당뇨병 및 이상지질혈증 임상연구 대상자 모집」 제목의 광고, 朝鮮日報 3월 17일자 A27면 「당뇨병 및 이상지질혈증 임상연구 대상자 모집」 제목의 광고, 경향신문 3월 23일자 4면 「고혈압 및 고지혈증 치료제 복합제 임상시험자원자 모집」 제목의 광고, 매일경제 3월 23일자 A6면 「당뇨병 및 이상지질혈증 임상연구 대상자 모집」 제목의 광고, 한겨레 3월 23일자 12면 「고혈압 및 고지혈증 치료제 복합제 임상시험자원자 모집」 제목의 광고, 東亞日報 3월 24일자 A16면 「당뇨병 및 이상지질혈증 임상연구 대상자 모집」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

## 이유

위 6개지의 적시 광고는 각각 고혈압과 당뇨병 등의 임상시험에 참여할 자원자를 모집하는 광고로, 관련 질병 치료에 어려움을 겪고 있는 환자들이 관심을 가질만한 내용이다.

위 광고는 임상시험 참여대상에 대해서는 개략적인 기준을 제시하고 있지만, 임상시험을 어느 곳에서 주관하며 광고주는 누구인지 등 정작 환자들이 궁금해 할 사항에 대해서는 구체적인 정보를 밝히지 않고 상담원의 전화번호만 적어놓았다. 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」제13조는 광고의 책임소재를 알 수 있는 광고주의 정확한 명칭, 주소 등을 명시토록 하고 있다.

위 광고는 책임소재가 분명치 않아 광고 자체의 신빙성과 광고주의 신뢰성에 의구심을 갖게 하며, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

### 2015-2048 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠조선 발행인 방 준 식
2. 일간스포츠 발행인 정 경 문
3. 스포츠서울 발행인 김 광 래
4. 스포츠동아 발행인 송 대 근

## 주문

스포츠조선 2015년 3월 6일자 9면 「목편安경추베개」·「CCTV와 블랙박스의 만남! IP카메라」·「남성의 파워/옥타파워」 제목의 광고, 일간스포츠 3월 6·7일자 12면 「남성의 파워/옥타파워」, 3월 17일자 8면 「지속적으로, 만족스럽게~/남자한테 참 좋은데~/“신비고”」· 12면 「찐~하게 흔들이는 진동 링/♡맨스파워♡」, 3월 23일자 12면 「옥포단만의 노하우전수/남성의 자존심을 회복해드립

니다/착용과 동시에 자신감 쑹쑹!!」, 3월 24일자 8면 「아내가 개발한 큰 놈」 제목의 광고, 스포츠서울 3월 18일자 18면 「지속적으로, 만족스럽게~남자한테 참 좋은데/“신비고”」, 3월 19일자 10면 「찐~하게 흔들리는 진동 링/♡맨스파워♡」, 3월 24일자 10면 「옥포단만의 노하우전수/남성의 자존심을 회복해드립니다/착용과 동시에 자신감 쑹쑹!」 제목의 광고, 스포츠동아 3월 20일·21일자 8면 「옥포단만의 노하우전수/남성의 자존심을 회복해드립니다/착용과 동시에 자신감 쑹쑹!」 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조처한다.

### 이유

스포츠조선, 일간스포츠, 스포츠서울, 스포츠동아의 적시 광고는 각각 성생활을 위한 남성용 제품임을 알리고 있지만 광고의 책임 소재를 알 수 있는 정보는 전혀 밝히지 않고 전화번호만 적어 놓았다. 위 광고와 같은 통신판매 광고는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제13조에 규정한 대로 정확한 판매 주체, 광고주인 법인 또는 상호의 명칭, 주소지, 인터넷 홈페이지 주소 등을 밝혀야 한다.

이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 독자인 소비자에게 혼란을 제공해 피해를 줄 우려가 있으며, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1), (2), (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

### 2015-2072 신문광고윤리강령 위반

1. 東亞日報 발행인 김 재 호
2. 일간스포츠 발행인 전 태 석

### 주문

東亞日報 2015년 5월 12일자 B8면 「지속적으로, 만족스럽게~남자한테 참 좋은데/“신비고”」 제목의 광고, 일간스포츠 5월 20일자 8면 「지속적으로, 만족

스럽게~남자한테 참 좋은데/“신비고”」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

#### **이유**

東亞日報, 일간스포츠의 적시 광고는 남성의 성생활을 위한 제품임을 알리고 있지만 광고주 등 광고의 책임 소재를 알 수 있는 정보는 전혀 밝히지 않고 전화번호만 적어 놓았다. 위와 같은 통신판매 광고는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제13조에 규정한 대로 정확한 판매 주체, 광고주인 법인 또는 상호의 명칭, 주소지, 인터넷 홈페이지 주소 등을 밝혀야 한다.

이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 독자인 소비자에게 혼란을 제공해 피해를 줄 우려가 있으며, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

### **2016-2022 신문광고윤리강령 위반**

#### **한겨레 발행인 정영무**

#### **주문**

한겨레 2016년 2월 29일자 19면 박근혜 대통령 얼굴 사진 게재 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.



한겨레의 위 광고는 박근혜 대통령이 굳은 표정으로 말하는 두 가지 모습을 찍은 원형 얼굴사진 20여장을 여러 각도도 겹쳐 배치해 놓고, 사진마다 'NO MORE ANGER'나 'NO MORE TEARS'라는 영어문구를 달아놓았다.

박 대통령을 비판하는 광고라는 느낌을 주기는 하지만 광고주가 누구인지 등 관련 정보를 전혀 밝히지 않아, 독자로서는 광고의 구체적인 목적과 배경, 의도가 무엇인지를 알 수가 없다.

위 광고는 '광고주의 명칭, 주소 및 책임소재가 불명한 것'은 게재하지 못하도록 규정한 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.



2015-4038 신문광고윤리강령 위반  
세계닷컴 발행인 차 준 영

주문

세계닷컴(segye.com) 2015년 3월 20일자 「로또 1등 790억! 34명이 한곳에서 나온 이유가..충격!」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

이유



<03.20. 08:45:06 캡처>

세계닷컴은 ‘다음’에 게재된 기사의 말미에 붙이는 자사의 <실시간 주요뉴스> 목록에 광고를 섞어 넣었다.

이는 “광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체제 및 표현”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

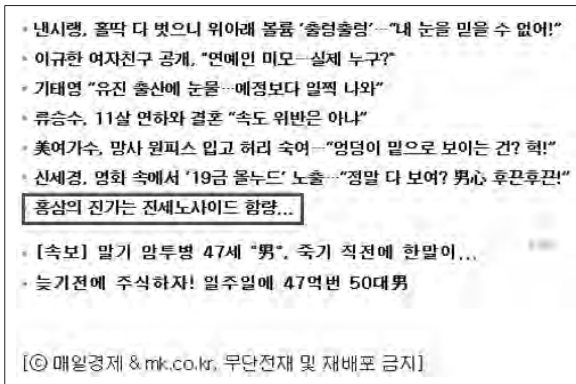
## 2015-4049 신문광고윤리강령 위반

### 매경닷컴 발행인 장 용 성

#### 주문

매경닷컴(mk.co.kr) 2015년 4월 19일자 「홍삼의 진가는 진세노사이드 함량...」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

#### 이유



<04.19. 17:40:47 캡처>

매경닷컴은 기사 하단에 붙는 기사 목록에 ‘홍삼의 진가는 진세노사이드 함량...’이라는 제목을 올렸다. 이를 클릭하면 <매경 헬스의 ‘고삼인 홍삼’>을 소개하는 내용이 나오는데, 다른 홍삼보다 탁월한 ‘프리미엄’이라고 그 효능을 선전했다. 바이라인은 [매경헬스 편집부]라고 모호하게 표시하였고 글 자체가 2014년 7월 작성된 것이다.

따라서 기사가 아니라 광고임이 분명한데도 다른 광고 제목과 차별해 기사 목록에 실은 행위는 이 글을 기사로 오인케 하려는 의도를 명확히 보여 준다고 볼 수 있다. 게다가 자사 제품을 광고하면서 기사인 양 위장한 행위는, 언론매체로서 독자의 신뢰를 잃을 뿐만 아니라 스스로 품위를 손상했다고 하겠다.

이는 “신문 광고는 신뢰받을 수 있어야 한다.”고 규정한 신문광고윤리강령 1, “신문광고는 신문의 품위를 손상해서는 안 된다.”고 규정한 신문광고윤리강령

2, “광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체제 및 표현”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (3)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

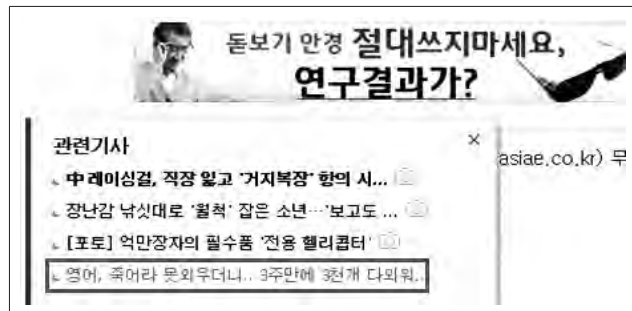
## 2015-4056 신문광고윤리강령 위반

1. 경기일보 발행인 신 선 철
2. 아시아경제 발행인 이 세 정

### 주문

경기일보(kyeonggi.com) 2015년 4월 30일자 「[구로구] 여름휴가는 홍콩의 스프레스와 떠나요..」 제목의 광고 등 3건, 아시아경제(asiae.co.kr) 5월 1일자 「영어, 죽어라 못 외우더니..3주만에 3천개 다 외워..」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

### 이유



〈아시아경제 05.01. 09:24:26 캡처〉

경기일보 아시아경제는 각각 기사를 클릭하면 화면에 함께 뜨는 팝업창인 〈관련기사〉 〈실시간 관심기사〉 목록에 별도 구분 없이 광고를 섞어 넣었다.

특히 아시아경제는 그 광고에 기자 바이라인을 넣어 기사인 양 꾸몄지만 하단에 붙은 광고 「“학원은 죽어도 못 가르쳐”」와 내용이 같다.

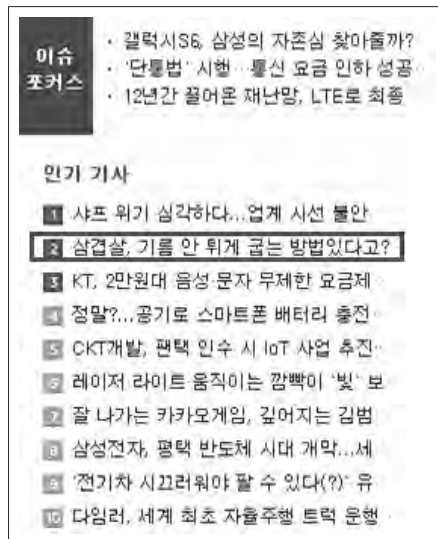
이는 “광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체제 및 표현”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4062 신문광고윤리강령 위반 전자신문 발행인 이 선 기

### 주문

전자신문(etnews.com) 2015년 5월 8일자 「삼겹살, 기름 안 튀게 굽는 방법 있다고?」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

### 이유



<05.08. 21:11:06 캡처>

전자신문은 <인기 기사>목록에 그릴을 소개하는 기사를 올렸다. 그러나 이 제목을 클릭하면 ‘트윈그릴’이라는 특정 제품만을 등장시킬 뿐만 아니라 바이라인도 <이뉴스팀>이라고 모호하게 표시해 광고임이 분명하다. 그런데도 기사

목록 사이에 제목을 올린 행위는 이 글을 기사로 오인케 하려는 의도를 보인 것이라 하겠다.

이는 “광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체제 및 표현”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 내용에 없는 뉴스성 제목

### 2015-4069 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠경향 발행인 이 동 현
2. 아주경제 발행인 곽 영 길
3. 머니투데이 발행인 홍 선 근
4. 매경닷컴 발행인 장 용 성
5. 파이낸셜뉴스 발행인 권 성 철
6. 서울신문 발행인 이 철 휘
7. 동아닷컴 발행인 김 일 흥
8. 조선닷컴 발행인 김 찬

### 주문

스포츠경향(sports.khan.co.kr) 2015년 6월 3일자 「메르스병 때문에 “식도염 환자가” 5배 더?」 제목의 광고, 아주경제(ajunews.com) 6월 3일자 「“메르스 완치 비용” 뒷돈으로 89억을..충격」 제목의 광고, 6월 19일자 「‘메르스’ 마스크주 급등↑ 70억 수혜자??」 제목의 광고, 머니투데이(mt.co.kr) 6월 3일자 「메르스병 때문에 “식도염 환자가” 5배 더?」 제목의 광고, 매경닷컴(mk.co.kr) 6월 3일자 「“메르스 완치 비용” 뒷돈으로 89억을..충격」 제목의 광고, 6월 19일자 「‘메르스’ 마스크주 급등↑ 70억 수혜자??」 제목의 광고, 파이낸셜뉴스(fnnews.

com) 6월 4일자 「“메르스 완치 비용” 뒷돈으로 89억을..충격」 제목의 광고, 서울신문(seoul.co.kr) 6월 5일자 「메르스보다 더 충격! 연 매출액 5억 화제 창업은?」 제목의 광고, 동아닷컴(donga.com) 6월 6일자 「“메르스 완치 비용” 뒷돈으로 89억을..충격」 제목의 광고, 조선닷컴(chosun.com) 6월 6일자 「메르스 마스크 추가보다 “이 창업 뜬다”..화제」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘경고’한다.

### 이유

메르스는 2015년 6월 8일 오후 10시 2분 현재 확진환자가 87명에 이르고 6명이 사망하는 등 국민이 크게 우려하는 전염병이다. 그런데도 스포츠경향 아주경제 머니투데이 매경닷컴 파이낸셜뉴스 서울신문 동아닷컴 조선닷컴은 단지 독자의 눈길을 끌려고 국민적 공포의 대상인 질병을 내용과 상관없는 광고의 제목에 사용하였다. 지나친 일이라 아니할 수 없다.

이는 “신문광고는 독자에게 신뢰받을 수 있어야 한다”고 규정한 신문윤리강령 1, “신문광고는 공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 규정한 신문윤리강령 2, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

### 2015-4034 신문광고윤리강령 위반

1. 헤럴드경제 발행인 이 영 만
2. 스포츠월드 발행인 차 준 영

### 주문

헤럴드경제(heraldcorp.com) 2015년 3월 6일자 「육설 논란 女배우, ××영상까지 유출? 헉!」 제목의 광고, 스포츠월드(sportsworldi.com) 3월 7일자 「육설 논란 女배우, ××영상까지 유출? 헉!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

## 이유

헤럴드경제 스포츠월드는 광고에 ‘욕설로 논란이 된 여배우’가 등장하는 음란 동영상이 유출된 것처럼 제목을 붙였다. 여배우 이태임과 여가수 예원 사이의 ‘욕설 논란’이 최근 인터넷을 뜨겁게 달군 점을 감안하면 이 제목은 ‘이태임 동영상’이 실재한다고 주장한 것과 다름없다.

그러나 제목을 클릭하면 관련된 내용은 없고 남성용 ‘정력강화제’를 판매하는 사이트로 연결된다.

특정 여성의 명예를 치명적으로 훼손할 만한 내용을 근거 없이 제목에 사용하는 행위는 신문의 품위와 공공성을 크게 저해했다고 하지 않을 수 없다.

이는 “공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상하는 내용”을 금지한 신문광고윤리강령 2, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4051 신문광고윤리강령 위반

1. 중앙일보 발행인 송 필 호
2. 동아닷컴 발행인 김 일 흥
3. 스포츠조선 발행인 방 준 식
4. 서울신문 발행인 이 철 휘

## 주문

중앙일보(joongang.joins.com) 2015년 4월 28일자 「현직 교장, 연수원 女교직원에 “열흘 굶었…”」 제목의 광고, 동아닷컴(donga.com) 4월 28일자 「현직 교장, 연수원 女교직원에 “열흘 굶었다..13…”」 제목의 광고, 스포츠조선(sports.chosun.com) 4월 28일자 「현직 교장, 연수원 女교직원에 “열흘 굶었…”」 제목의 광고, 서울신문(seoul.co.kr) 4월 28일자 「현직 교장, 연수원 女교직원에 “열흘 굶었다..13…”」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

## 이유

중앙일보 동아닷컴 스포츠조선 서울신문은 광고에 현직 교장이 여성 교직원에게 “열흘 굶었다”고 말했다는 제목을 달았다. 이는 뉴스1이 2015년 4월27일 낮12시5분31초에 처음 인터넷에 기사를 올린 이래 도하 각 매체가 보도한 ‘성희롱’ 뉴스의 제목을 그대로 차용한 것이다.

그러나 해당 제목을 클릭하면 투자 자문 회사 사이트가 나올 뿐 제목에 언급한 내용은 전혀 없다.

독자들의 관심을 끌려고, 내용 없는 뉴스성 제목을 광고에 단 행위는 속임수의 정도가 지나치다 하겠다.

이는 “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4075 신문광고윤리강령 위반

1. 한경닷컴 발행인 황재활
2. 파이낸셜뉴스 발행인 권성철

## 주문

한경닷컴(hankyung.com) 2015년 6월 11일자 「피파, 승리팀 미리 정해 놔...“충격”」 제목의 광고, 파이낸셜뉴스(fnnews.com) 6월 16일자 「피파, 승리팀 미리 정해 놔...“충격”」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

## 이유

한경닷컴 파이낸셜뉴스는 광고 제목에 국제축구연맹(FIFA)이 이길 팀을 미리 정해 놓는다는 식의 표현을 하였다. 이는 일견 황당해 보인다. 하지만 FIFA가 최근 미국·스위스 당국으로부터 수사를 당하고 제프 블래터 회장이 사임하는 등 비리가 속속 드러나는 상태이기에 관련 속보라도 나온 양 오해를 불러일으키기 쉽다.



따라서 독자의 눈길을 끌고자 근거 없는 뉴스성 제목을 광고에 단 행위는 속입수의 정도가 지나치다 하겠다.

이는 “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

#### 2015-4078 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠경향 발행인 이 동 현
2. 경향신문 발행인 이 동 현
3. 스포츠조선 발행인 방 준 식
4. 서울신문 발행인 김 영 만
5. 헤럴드경제 발행인 이 영 만
6. 조선닷컴 발행인 김 찬
7. 문화일보 발행인 이 병 규
8. 중앙일보 발행인 송 필 호
9. 아시아투데이 발행인 백 석 기

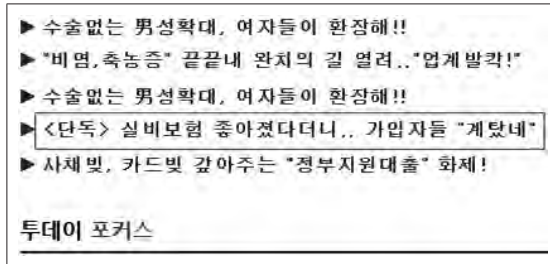
#### 주문

스포츠경향(sports.khan.co.kr) 2015년 7월 13일자 「〈단독〉실비보험 좋아졌 다더니..가입자들 “계 탔네”」 제목의 광고, 경향신문(khan.co.kr) 7월 16일자 「〈단독〉 보험설계사 “실비보험 들지 마” 진짜 이유?」 제목의 광고, 스포츠조선(sports.chosun.com) 8월 16일자 「[속보]“아토피” 신약 개발, 완치의…」 제목의 광고, 서울신문(seoul.co.kr) 8월 16일자 「[속보]“아토피” 신약 개발, 완치의 길 열려..」 제목의 광고, 헤럴드경제(heraldcorp.com) 8월 16일자 「[랭킹 뉴스]1000대 한정판매 ‘괴물 헤어드라이기’ 성능이?」 제목의 광고, 조선닷컴(chosun.com) 8월 16일자 「[속보]2%대로 갈아타기, 주택담보대출 인기」 제목의 광고, 문화일보(munhwa.com) 8월 16일자 「[속보]완치 불가능한 “당뇨”? ‘이것’…」 제목의 광고, 중앙일보(joongang.joins.com) 8월 16일자 「[속보]완치

불가능한 “당뇨”? ‘이것’ 먹…」 제목의 광고, 아시아투데이(asiatoday.co.kr) 8월 17일자 「속보, 신형 “제네시스DH” 반값?! 출고가에 판매!!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

**이유**

1) 스포츠경향



〈07.13. 20:57:40 캡처〉

2) 경향신문



〈07.16. 07:24:55 캡처〉

3) 스포츠조선

**돈이 되는 뉴스**

1 로또1등 당첨자 리스트 유출, 신상보나..  
2 마이넷 주부, 남편 몰래 "미것"으로 절제  
3 50대 백수, 통장에 29억 입금! 출처가..

**핫클릭** 이슈 라이프

1 S대교수, 하룻밤 조건으로 3억벌어...  
2 "탈모" 근본원인 찾았다, '완치'의...  
3 신도림서 3m싱크홀 속 "현금59억"...  
4 주식투자 "추천주 검색기 무료배포"...  
5 31세 연구원 세력의 비밀패턴 밝혀...  
6 송도서 5m싱크홀 속 "현찰63억"발...  
7 "주식" 할때 "가장 실수하는" 부분...  
8 목,어깨 뭉치고 걸리는 '통증'파헤쳐...  
9 [속보]"마토피" 신약개발, 완치의...

<08.16. 05:06:18 캡처>

4) 서울신문

**오늘의 핫클릭**

신도림서 3m싱크홀 속 "현금59억"발견..말각  
'오십견vs회전근개파열', 어깨통증 치료방법?..  
목,어깨 뭉치고 걸리는 '통증'파헤쳐보니..  
주식투자 "추천주 검색기 무료배포" 급등주와..  
**[속보]"마토피" 신약개발, 완치의 길 열려..**..  
31세 연구원 세력의 비밀패턴 밝혀내... '화제'  
보험아줌마 "절대 암보험 들지마라" 충격

**서울신문이 만난 사람들**

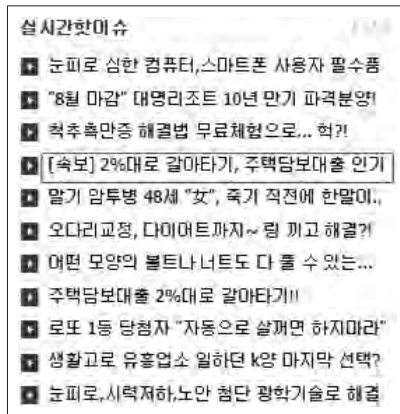
<08.16. 12:58:23 캡처>

5) 헤럴드경제



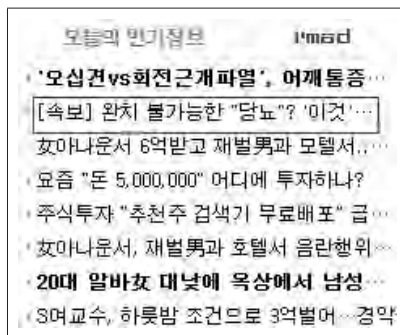
<08.16. 16:59:09 캡처>

6) 조선닷컴



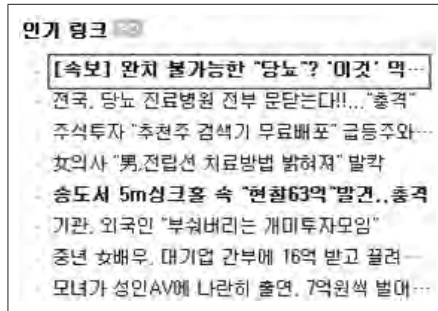
<08.16. 18:35:23 캡처>

7) 문화일보



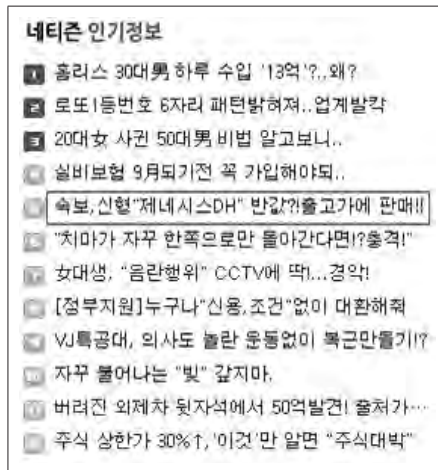
<08.16. 19:09:53 캡처>

8) 중앙일보



<08.16. 20:29:47 캡처>

9) 아시아투데이



<08.17. 15:50:32 캡처>

<단독> [속보] [뉴스]는 기사에 붙이는 표현이다. 그런데도 스포츠경향 경향신문 스포츠조선 서울신문 헤럴드경제 조선닷컴 문화일보 중앙일보 아시아투데이는 광고 제목에 사용해 마치 기사인 양 위장했다.

이는 “광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집체제 및 표현”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2016-4002 신문광고윤리강령 위반

1. 파이낸셜뉴스 발행인 권 성 철
2. 이데일리 발행인 곽 재 선
3. 조선닷컴 발행인 김 찬
4. 스포츠동아 발행인 송 대 근

### 주문

파이낸셜뉴스(fnnews.com) 2015년 12월 3일자 「음란 사이트 ‘소○넷’ 몰카女..월 40억 챙겼다?」 제목의 광고, 이데일리(edaily.co.kr) 12월 4일자 「음란 사이트 ‘소○넷’ 몰카女..월 40억 챙겼다?」 제목의 광고, 조선닷컴(chosun.com) 12월 4일자 「음란 사이트 ‘소○넷’ 몰카女..월 40억 챙겼다?」 제목의 광고, 스포츠동아(sports.donga.com) 12월 4일자 「소×넷..女아이돌 섹♥ 영상 유출..충격!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

### 이유

파이낸셜뉴스 이데일리 조선닷컴 스포츠동아는 광고 제목에 대표적인 음란 사이트인 소라넷을 동원해 주식투자 정보업체 또는 남성 건강기능식품을 광고하였다.

아무리 독자의 관심을 끌어 클릭 수를 늘리려는 의도가 있다 하더라도 사회적으로 큰 물의를 빚은 음란 사이트를 제목에 이용한 일은 언론의 품위를 해치는 행위라 하지 않을 수 없다.

이는 “신문 광고는 공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 규정한 신문광고윤리강령 2, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 상품에 대한 무지 악이용

2015-2049 신문광고윤리강령 위반

東亞日報 발행인 김재호

### 주문

東亞日報 2015년 3월 14일자 12면 「천비(天秘)/10년이 젊어 질수도 있습니다! 나이는 숫자에 불과합니다!」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

### 이유

東亞日報의 위 적시 광고는 해당 제품을 복용하면 70~80대가 2~3년 후 40~50대처럼 건강해지고 젊어진다면 『머리카락부터 발끝까지 전부가 좋아집니다』라고 주장하고 있다. 또 『늙는 것이 억울한 분, 젊어지길 원하는 분, 성인병으로 고생하고 계신 분 연락바랍니다』라고 선전하고 있다.

위 광고는 이처럼 만병통치 불로약의 효과가 있는 듯이 선전하면서도 제품에 관해 어떤 정보도 게재하지 않고 있다.

이는 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품 또는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고를 금지하고 있는 「식품위생법」 제13조와 함께 은폐와 축소 등 기만적인 표시·광고를 금지하고 있는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 ‘부당한 표시·광고행위의 금지’를 위반한 것이다.

또 이처럼 의학적 지식뿐 아니라 일반적 상식에도 어긋나는 주장을 펴면서 정체불명의 제품을 팔려는 행위는 건전한 미풍양속을 해치고 흑세무민하는 전형적 행태로서 ‘비과학적·미신적인 것’의 광고를 금하고 있는 신문광고윤리를 위배하는 것이다.

이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 독자인 소비자에게 잘못된 정보를 제공해 피해를 줄 우려가 있으며, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문

광고윤리강령 1, 2, 3, 4 및 동 실천요강 강령 1의 (1), 4의 (1), (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-2079 신문광고윤리강령 위반

1. 국민일보 발행인 최 삼 규
2. 중앙일보 발행인 송 필 호

### 주문

국민일보 2015년 6월 8일자 19면 「전인치유 1일 세미나」 제목의 광고, 중앙일보 6월 24일자 20면 「한약쓰면 살병에, 한약 안쓰고 죽는나라!」 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조치한다.

### 이유

국민일보의 위 광고는 온갖 질병들을 낫게 할 수 있는 치유법을 강의한다면 서 수강생들을 모집한다는 내용이다.

이 광고는 목과 허리의 디스크를 비롯해 고혈압, 당뇨병, 치매, 암과 같은 병들을 예방하거나 근본적으로 치유할 수 있는 방법을 가르쳐준다고 선전하고 있다.

중앙일보의 광고는 책장·폐·간암과 뇌·유방암과 여러 난치병들을 한약으로 몇 개월만에 완치토록 해주겠다고 선전하고 있으나 이 역시 현대 의학의 상식으로 믿을 수 없다. 그러나 위 광고들이 내세우는 것처럼 난치병들을 손쉽게 낫게 할 수 있다는 주장은 현대의학의 상식으로 믿기 어렵다.

위 광고들의 내용은 『의료인이 아닌 자는 의료에 관한 광고를 하지 못한다』는 「의료법」 제56조 규정을 위반하는 것이다. 또 중앙일보의 광고는 광고주가 누구인지 구체적인 정보를 밝히지 않고 상담원의 전화번호만 적어놓았는데 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제13조는 광고의 책임소재를 알 수 있는 광고주의 정확한 명칭, 주소 등을 명시토록 하고 있다.



이같은 광고는 신빙성에 의구심을 갖게 할 뿐 아니라 그 자체가 불법이어서 신문의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

#### 2015-2085 신문광고윤리강령 위반

1. 스포츠조선 발행인 방준식
2. 한국일보 발행인 이종승
3. 국민일보 발행인 최삼규
4. 한겨레 발행인 정영무
5. 매일경제 발행인 장대환
6. 東亞日報 발행인 김재호
7. 朝鮮日報 발행인 방상훈
8. 문화일보 발행인 이병규

#### 주문

스포츠조선 2015년 8월 6일자 11면 「코골이, 구강건조, 비염, 호흡기질환, 폐질환, 탈모, 주름, V라인, 다이어트 동시해결!!!/스마트마스크」 제목의 광고, 한국일보 8월 6일자 6면 「코골이, 구강건조, 비염, 호흡기질환, 폐질환, 탈모, 주름, V라인, 다이어트 동시해결!!!/스마트마스크」 제목의 광고, 국민일보 8월 10일자 6면 「코골이, 구강건조, 비염, 호흡기질환, 폐질환, 탈모, 주름, V라인, 다이어트 동시해결!!!/스마트마스크」 제목의 광고, 한겨레 8월 11일자 12면 「코골이, 구강건조, 비염, 호흡기질환, 폐질환, 탈모, 주름, V라인, 다이어트 동시해결!!!/스마트마스크」 제목의 광고, 매일경제 8월 26일자 A29면 「암, 탈모, 코골이, 비염, 구강건조, 면역력 강화/신기술 탄생!!/스마트마스크」 제목의 광고, 東亞日報 8월 27일자 A24면 「암, 탈모, 코골이, 비염, 구강건조, 면역력 강화 신기술 탄생!!」 제목의 광고, 朝鮮日報 8월 29·30일자 B5면 「암, 탈모, 코골이, 비염, 구강건조, 면역력 강화 신기술 탄생!!」 제목의 광고, 문화일보 8월 31일자

17면 「암, 탈모, 코골이, 비염, 구강건조, 면역력 강화 신기술 탄생!!」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

### 이유

스포츠조선, 한국일보, 국민일보, 한겨레의 위 광고는 『호흡환경을 개선』해주는 ‘스마트마스크’를 선전하는 내용이다.

광고에서 나타난 ‘스마트마스크’의 핵심 기능은 『입호흡을 방지하고, 코를 통해 가온/가습된 공기만을 호흡할 수 있도록』한다는 것이다. 이렇게 되면 『호흡기와 폐기능을 향상 시키므로써 혈액순환 촉진, 산소공급 증가 면역력 향상』로 이어진다고 광고는 설명했다.

광고는 이어 『감기, 비염, 아토피 피부염, 탈모, 고혈압, 당뇨 등이 놀랍게 개선된다』고 주장했다. 광고가 열거한 개선 대상은 이밖에도 코골이, 수면무호흡, 불면증, 입냄새, 잇몸질환, 구강건강, 기미, 여드름, 주름, 각질 등 ‘만병통치’라고 해도 좋을 만큼 다양하다.

그러나 이같은 내용은 상식적으로 믿기 어려운데다 위 광고는 그같은 의학적 효능을 뒷받침하는 객관적이고 공신력 있는 근거를 광고는 제시하지 않았다. 실체가 불분명한 익명의 체험기 7건을 함께 게재했을 뿐이다.

그런데도 제목에는 호흡기질환과 폐질환 등을 추가시켜 「코골이, 구강건조, 비염, 호흡기질환, 폐질환, 탈모, 주름, V라인, 다이어트 동시해결!!!」이라고 한 발 더 나아갔다. 제목만 놓고 보면 신체적 질환과 문제들이 쉽게 해결될 것처럼 받아들일 수밖에 없다.

광고는 ‘스마트마스크’가 『인류 역사상 세계 최초로 국내에서 개발됐다』고 최상급 표현을 사용해 주장했으나 이에 대한 구체적인 근거 역시 제시하지 않았다.

매일경제, 東亞日報, 朝鮮日報, 문화일보가 게재한 광고 역시 똑같이 스마트마스크를 선전하는 광고이지만, 암에도 효능이 있는 양 암을 앞세워 제목을 「암, 탈모, 코골이, 비염, 구강건조, 면역력 강화/신기술 탄생!!」으로 바꾸었다.

위 광고들은 부당한 표시·광고 행위의 금지를 규정한 「표시·광고의 공정화

에 관한 법률」 제3조에 어긋난다.

이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 독자들을 현혹·오도하고, 신문 광고의 공신력을 해칠 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1), (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-2098 신문광고윤리강령 위반

### 중앙일보 발행인 송 필 호

#### 주문

중앙일보 2015년 9월 18일자 12면 「대통령님과 국회의원님들에게 청원 드립니다.」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

#### 이유

위 광고는 척추 교정을 통해 암 등 각종 불치·난치병을 고친다는 ‘진골척추교정법’과 그 ‘창안자’인 임상만 씨를 선전하고 있다. 광고 제목은 「대통령님과 국회의원님들에게 청원 드립니다.」라고 달았지만, 실제 내용은 ‘진골척추교정법’ 선전으로 일관했다.

광고에서 임 씨는 『머리에서 발끝까지의 모든 통증은(암통증 포함) 반드시 거의 100% 가까이 척추의 변위로 발병됨을 밝혀내고』 『각종 질병과 통증에 따라 맞춤형 척추교정법을 연구 개발했다』고 주장했다.

임 씨는 이 같은 척추교정법으로 69세 중증 간암 환자, 43세 유방암 재발 환자, 40대 중증 위암 환자, 간경화 말기 40대 한의사, 89세 여성 치매 환자 등을 완치시켰다고 구체적인 사례로 열거했다.

이어 『불임여성의 경우 교정받으면 4개월에 회임하게 되고』, 『무릎태행성 관절염은 4개월이면 연골이 재생됨』, 『당뇨, 고혈압, 심장질환, 류마치즘, 관절염 등 여러 가지 질환이 있어도 한꺼번에 근치됨』이라고 주장했다.

그러나 위 광고는 이러한 주장을 뒷받침하는 객관적이고 공신력 있는 근거를

제시하지 않았다. 주장 자체가 오늘날의 의학적 지식과는 동떨어진 내용으로, 신빙성이 없다.

게다가 임 씨는 의료인도 아니다. 「의료법」은 제56조에서 『의료인이 아닌 자는 의료에 관한 광고를 하지 못한다』, 『설령 의료인이라 하더라도 치료효과를 보장하는 등 소비자를 현혹할 우려가 있는 내용의 광고는 하지 못한다』고 규정하고 있다.

이러한 광고는 각종 불치·난치병 환자와 그 가족들을 현혹·오도해 심각한 피해를 줄 수 있고, 내용 자체가 불법인 이러한 광고를 게재하는 행위는 신문 광고에 대한 신뢰를 해칠 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 1의 (1), 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-2109 신문광고윤리강령 위반

1. 한국일보 발행인 이종승
2. 문화일보 발행인 이병규

### 주문

한국일보 2015년 10월 12일자 28면 「뇌를 맑게 하여 스트레스를 확 날려 보내자!!/체험 내 몸을 살리는 브레인온의 기적」 제목의 광고, 문화일보 10월 16일자 35면 「뇌를 맑게 하여 스트레스를 확 날려 보내자!!/체험 내 몸을 살리는 브레인온의 기적」 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조치한다.

### 이유

한국일보와 문화일보의 위 광고는 겉으로는 「체험 내 몸을 살리는 브레인온의 기적」이라는 제목의 책을 홍보하고 있다. 그러나 실제로는 2013년 국내 업체가 개발해 판매 중인 '브레인온'이라는 '청각 유발 반응 자극장치'라는 의료 기기를 선전하고 있다.

브레인온은 첫 선을 보였을 당시 일부 언론에 집중력, 기억력, 불면증 등을 개선하는 데 효과가 있는 것으로 소개됐다.

그런데 위 광고는 치매, 소화 불량, 변비, 뇌경색, 틱 장애, 두통, 고혈압, 우울증, 전립선 질환, 요실금, 불면증에다 심장병에까지 효과가 있는 것처럼 실체가 불분명한 사용자들의 체험기를 통해 선전했다. 여기에는 전 건국대병원장의 추천사도 함께 게재했다.

이러한 내용의 광고는 의료기기의 성능이나 효능 및 효과, 또는 그 원리에 관한 거짓 또는 과대 광고를 금지한 「의료기기법」 제24조(기재 및 광고금지 등)를 위반한 것이다. 또 의사가 특정 의료기기를 추천했다는 내용의 광고와 사용자의 체험담을 게재하지 못하도록 규정한 「의료기기법 시행규칙」 제29조(의료기기 광고의 범위 등)에도 어긋난다. 이러한 광고를 신문에 게재하는 것은 독자들에게 잘못된 정보를 제공해 피해를 줄 수가 있고, 신문 광고의 공신력을 훼손할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 1, 3, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (1)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 과도한 수익보장

### 2015-2062 신문광고윤리강령 위반

1. 매일경제 발행인 장 대 환
2. 東亞日報 발행인 김 재 호
3. 朝鮮日報 발행인 방 상 훈
4. 중앙일보 발행인 송 필 호
5. 한국경제 발행인 김 기 웅
6. 서울신문 발행인 이 철 휘
7. 국민일보 발행인 최 삼 규
8. 스포츠서울 발행인 김 광 래
9. 서울경제 발행인 이 종 환
10. 경향신문 발행인 송 영 승
11. 문화일보 발행인 이 병 규
12. 한겨레 발행인 정 영 무
13. 한국일보 발행인 이 종 승

### 주문

매일경제 2015년 4월 1일자 A9면 「10년간 매월 196만원을 연금처럼 꼬박 꼬박~」 제목의 광고, 東亞日報 4월 2일자 1면 「수익안심 보장제/객실 등기분양」 제목의 광고, 朝鮮日報 4월 3일자 A15면 「신탁사가 수익금 관리·지급, 계약 동시 수익!/"수익안심보장제도"」 제목의 광고, 중앙일보 4월 11일자 1면 「연13%+ $\alpha$ -은행에서 수익보장!」 제목의 광고, 한국경제 4월 11일자 A32면 「국내 최초!/강원라마다 리조트급 호텔/객실등기분양」 제목의 광고, 서울신문 4월 18일자 8면 「수익안심보장제/호텔·별장·수익 세가지를 모두 누려라!」 제목의 광고, 국민일보 4월 21일자 9면 「호텔을 별장처럼, 연12% 높은 임대수익까지!/"수익안심보장제도"」 제목의 광고, 스포츠서울 4월 21일자 1면 「수익안

심보장제/호텔·별장·수익 세가지를 모두 누려라!」 제목의 광고, 서울경제 4월 22일자 11면 「평등은 깨졌다! Super제주…전국 최고 수익률/6천만원 투자 시 매월 109만원」 제목의 광고, 경향신문 4월 23일자 1면 「수익안심보장제/호텔·별장·수익 세가지를 모두 누려라!」 제목의 광고, 문화일보 4월 23일자 7면 「제주도 최대규모 호텔 객실 등기 분양/7,500만원에 3채!! 월 230만원 5년 보장!!」 제목의 광고, 한겨레 4월 25일자 24면 「제주도 최대규모 호텔 객실 등기 분양/7,500만원에 3채!! 월 230만원 5년 보장!!」 제목의 광고, 한국일보 4월 27일자 1면 「수익안심보장제/호텔·별장·수익 세가지를 모두 누려라!」 제목의 광고에 대하여 각각 '주의' 조처한다.

### 이유

위 13개 신문의 적시 광고는 호텔 등 수익형 부동산의 분양을 선전하는 내용이다.

위 광고들은 해당 부동산에 투자하는 고객에 대해 장기간 고율의 수익보장을 조건으로 내걸고 있다. 「이자지원 10년확정보장」(매일경제), 「확정수익 연 12%/10년간 수익보장」(東亞日報·朝鮮日報·한국경제·서울신문·국민일보·스포츠서울·경향신문·한국일보), 「年13.75% 10년 확정형」(서울경제), 「25% 수익률보장」(문화일보·한겨레) 등이다.

하지만 5년 또는 10년 이상 장기간에 걸쳐 어떻게 고수익을 보장할 것인지 이를 뒷받침할 객관적이고 공신력있는 근거는 제시하지 않고 있다.

더욱이 부동산 시장은 언제나 가변성이 크고 5년이나 10년간이라는 장기간이라면 상황에 따라 임대 수익률이 얼마든지 달라질 수 있기 때문에 위 광고내용만 믿고 투자하는 이들에게는 피해가 우려된다.

이처럼 과다한 부동산 수익률을 미끼로 독자들을 현혹하는 광고를 게재하는 것은 신문 광고의 신뢰성을 떨어뜨리고, 나아가 신문의 공신력을 훼손할 수 있으므로 신문광고윤리강령 1, 4, 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 2015-4077 신문광고윤리강령 위반

### 한겨레 발행인 정영무

#### 주문

한겨레(hani.co.kr) 2015년 6월 19일자 「연 “13%” 수익 보장! 노후 대비 안정적인 투자!」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

#### 이유

한겨레는 ‘분양형 호텔’을 광고하면서 그 제목에 연 13% 수익을 보장하는 것처럼 선전하였다.

그러나 해당 사이트에 들어가면 ‘13%’라는 수치가 어떻게 나오는지 명확한 설명이 없는 대신 스스로 수익률을 <분양가의 7%, 3년 확정>이라고 표현했다. 게다가 <대출시 9~10% 수익 예상>이라 덧붙였는데, 대출을 받으면 수익률이 2~3%포인트 높아진다는, 상식에 어긋나는 주장에 별도의 설명 또한 없다.

따라서 이 광고는 “신문광고는 독자에게 이익을 주고 신뢰받을 수 있어야 한다.”고 규정한 신문광고윤리강령 1, “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”, “대중의 상품에 대한 지식의 부족이나 어떠한 허점을 악이용한 것”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1), (4)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.



## 2015-4095 신문광고윤리강령 위반

1. 한경닷컴 발행인 황 재 활
2. 머니투데이 발행인 홍 선 근
3. 파이낸셜뉴스 발행인 권 성 철
4. 아시아투데이 발행인 백 석 기

### 주문

한경닷컴(hankyung.com) 2015년 9월 12일자 「새로운 투자 프리미엄 명동르와지르호텔」 제목의 광고, 9월 15일자 「천안호텔! 투자! “年14%” 수익의 비밀...충격!」 제목의 광고, 머니투데이(mt.co.kr) 9월 15일자 「천안호텔! 투자! “年14%” 수익의 비밀...」 제목의 광고, 파이낸셜뉴스(fnnews.com) 9월 15일자 「새로운 투자 프리미엄 명동르와지르호텔」 제목의 광고, 아시아투데이(asiato-day.co.kr) 9월 15일자 「새로운 투자 프리미엄 명동르와지르호텔」 제목의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조처한다.

### 이유

한경닷컴 머니투데이 파이낸셜뉴스 아시아투데이는 ‘분양형 호텔’인 명동르와지르호텔과 천안 라마다앙코르호텔을 각각 광고하면서 수익률을 근거 없이 연간 14~15%에 이른다고 선전하였다.

명동르와지르호텔의 경우 플래시 배너의 연속 장면에 호텔 가동률이 전국 1위이면서 수익도 연 15%를 안정적으로 보장하는 것처럼 광고하였다. 그러나 해당 사이트에 들어가면 그 같은 주장의 근거는 나오지 않는다. 단지 명동 지역이 전국에서 호텔 가동률이 1위라는 주장과 함께 명동 일대 호텔들의 2010~2012년 가동률만 제시했을 뿐이다.

게다가 ‘연 15%’라는 수익률도 과장임을 스스로 드러냈다. ‘실투자비 1억2천만원 시 연 1천100만원대 수익 예상’이라는 문구를 그대로 믿는다쳐도 이는 9% 정도에 불과하기 때문이다.

천안 라마다앙코르호텔 광고에서도 호텔 관계자의 말을 빌려 “연14%의 실투

자금을 얻을 수 있다.”고 했을 뿐 그 근거는 따로 없다.

이는 “신문광고는 독자에게 이익을 주고 신뢰받을 수 있어야 한다.”고 규정한 신문광고윤리강령 1과 “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”, “대중의 상품에 대한 지식의 부족이나 어떠한 허점을 악이용한 것”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1),(4)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 독자기만

### 2016-4009 신문광고윤리강령 위반

1. 코리아타임스 발행인 이 창 섭
2. 파이낸셜뉴스 발행인 권 성 철
3. 이데일리 발행인 곽 재 선
4. 문화일보 발행인 이 병 규
5. 머니투데이 발행인 박 종 면
6. 헤럴드경제 발행인 이 영 만
7. 국민일보 발행인 최 삼 규
8. 코리아헤럴드 발행인 이 영 만

### 주문

코리아타임스(koreatimes.co.kr) 2016년 1월 23일자 「16년 서민 지원 대출 無조건 최대 1억!」 제목 등 광고 12건, 파이낸셜뉴스(fnnews.com) 1월 23일자 「늦둥이 맘 다이어트 했더니, ‘변비’까지 한방…」 제목 등 광고 10건, 이데일리(edaily.co.kr) 1월 24일자 「200억 주식 갑부, 하루 종일 ‘이것’만 봐 “충격”」 제목 등의 광고 16건, 문화일보(munhwa.com) 1월 24일자 「김혜수 “뱃속 찌꺼기” 배출 79kg→48k…」 제목 등의 광고 10건, 머니투데이(mt.co.kr) 1월 24일

자 「교보타워 女화장실서 5만원권 12만장 발...」 제목 등의 광고 8건, 헤럴드경제(heraldcorp.com) 1월 24일자 「“여보 미안..” 남편 몰래 ‘이것’으로 49억 모은...」 제목 등의 광고 6건, 국민일보(kmib.co.kr) 1월 24일자 「“여보 미안..” 남편 몰래 ‘이것’으로 49억...」 제목 등의 광고 10건, 코리아헤럴드(koreaherald.com) 1월 25일자 「女배우..배드신 中 실제 “성행위” 영상 “...” 제목 등의 광고 10건에 대하여 각각 ‘경고’한다.

## 이유

코리아타임스 파이낸셜뉴스 이데일리 문화일보 머니투데이 헤럴드경제 국민일보 코리아헤럴드는 한 광고 블록에 있는 광고의 전부 또는 대부분을 결국은 하나의 광고 모음 사이트로 연결하는 새로운 방식을 도입하였다. 그 가운데 어느 것을 누르건 일단 광고를 본 뒤에 종료하려고 닫기(×표시)를 클릭하면 화면이 사라지지 않고 하나같이 ‘WEEKLY NEWS’라는 사이트로 연결된다.

그런데 이 광고 모음 사이트는 여성이 옷을 벗는 모습이나 벌거벗다시피한 여성이 성행위를 연상시키는 동작을 하는 등 선정적인 플래시배너와 음란한 문구로 그득하다.

원래 광고 목록에는 ‘서민 대출’ ‘남자 향수’ ‘중고차’ 등 다양한 품목이 있어 선정적이고 음란한 광고를 거부하는 독자들도 마음 놓고 클릭하게끔 되어 있다.

그런데도 ‘WEEKLY NEWS’로 자동적으로 이어져 원치 않는 외설적인 광고를 접하게 된다는 점에서 그 폐해가 크다고 하겠다. 특히 어린이·청소년에게도 무방비로 노출된다는 면에서 책임이 크다고 할 수 있다.

이는 “신문광고는 독자에게 이익을 주고 신뢰받을 수 있어야 한다”고 규정한 신문광고윤리강령 1, “혐오감이나 어떤 욕정을 불러일으키는 음란, 추악, 또는 잔인한 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 2의 (2), “허위 또는 불확실한 표현으로 대중을 기만, 오도하는 내용”을 금지한 신문광고윤리실천요강 4의 (1)을 각각 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

## 기사와 광고 연계

2015-4061 신문광고윤리강령 위반  
파이낸셜뉴스 발행인 권성철

### 주문

파이낸셜뉴스(fnnews.com) 2015년 5월 7일자 「유명 몸짱 경찰관, 여대생에 월 50만원 받…」 제목의 광고에 대하여 ‘주의’ 조치한다.

### 이유

'뽕' 튀어나온 뽕살 그대로 방치했다간, 87kg아줌마!! 4주->-23kg감량

오늘의 이슈

**유명 몸짱 경찰관, 여대생에 월 50만원 받...**

- 뽕팔던 17세 여, 뽕통에 79억 발견되... 충격!!
- 김성주 기억력 개선 위해 먹는 "미것" 화제?
- 인천 女목욕탕서 "87억 돈다발" 발견..경악
- 주식 "자동들러" 50대男 월 1억씩.. 알고보니
- 총호 '박카스 할머니', 月 78억 벌어...!!
- 신도림서 3m싱크홀 속 "현금67억" 발견..발칵
- 여의도 女화장실 천장에서 "50억" 발견..충격
- 대명리조트 "과격할인분양" 놀라운혜택!
- 20대 女순경, 경찰 뒷방에서 상사와 76억...

<05.07. 22:41:20 캡처>

<<http://www.fnnews.com/news/201505070839192204>>

파이낸셜뉴스는 「유명 몸짱 경찰관, 여대생에 월 50만원 받…」이라는 제목을 광고란에 실었다. 그런데 이 제목은 파이낸셜뉴스가 이날 네이버 뉴스 스탠드에 올린 기사 제목과 같다(\*참고 1).

자사가 뉴스 스탠드에 올린 제목을 광고에 그대로 사용하는 행위는 독자의

신뢰를 잃고 스스로 언론사의 품위를 훼손한 일이 아닐 수 없다.

이는 “신문광고는 독자에게 이익을 주고 신뢰받을 수 있어야 한다”고 규정한 신문광고윤리강령 1, “신문광고는 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 규정한 신문광고윤리강령 2, “광고임이 명확하지 않고 기사와 혼동되기 쉬운 편집 체제 및 표현”을 금지한 신문광고윤리실천요강 강령 4의 (3)을 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

\*참고 1



<<http://newsstand.naver.com/?list=ct1&pcode=005>>



<<http://event.imad.co.kr/jesse/?text=01&src=text&kw=000142>>

## 2015-4109 신문광고윤리강령 위반 아시아경제 발행인 이 세 정

### 주문

아시아경제(asiae.co.kr) 2015년 10월 26일자 「여성 청결제 보나데아」 제목의 광고에 대하여 '주의' 조치한다.

### 이유



<10.26. 00:49:11 캡처>

<<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2015102511473521287>>

아시아경제는 여성가족부 통계를 인용, 인터넷신문 사이트에서 청소년 유해성 광고가 급증했음을 밝히고 그 유형으로는 여성 청결제 광고가 가장 많았다고 보도했다. 그런데 이 기사 상단에는 그 여성 청결제 광고가 버젓이 자리 잡고 있다.

기사에서 청소년에 유해하다고 지적한 여성 청결제 광고를 기사와 맞물려 게재한 것은 심각한 자기모순이며 신문의 신뢰를 스스로 떨어뜨리는 행위라 하지 않을 수 없다.

이는 “신문광고는 독자에게 이익을 주고 신뢰받을 수 있어야 한다”고 규정한 신문광고윤리강령 1, “공공질서와 미풍양속을 해치거나 신문의 품위를 손상해서는 안 된다”고 한 신문광고윤리강령 2를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.