

## 인터넷상의 삭제게시물복구 등 단행가처분신청서

신청인

1. 김●● (●●●●@hanmail.net)  
광주시 장지동 ●●●번지 ●●●빌라 ●●●동 ●●●호
2. 오●●●  
서울 용산구 원효로 1가 ●●●●●● 빌라 ●●●호
3. 이●●● (●●●●●●@hanmail.net)  
경기도 성남시 분당구 이매동 ●●●아파트 ●●●동 ●●●호

위 신청인들의 소송대리인 법무법인 문형

담당변호사 김보라미

서울 서초구 서초동 1554-5 한승아스트라빌딩 801호

전화 : 02)●●●-●●●●, 팩스 : 02)●●●●-●●●●

피신청인

주식회사 다음커뮤니케이션

서울 서초구 서초동 1357-10

대표이사 석종훈

인터넷상의 삭제게시물복구등 가처분

## 신청취지

### 1. 피신청인은

가. 신청인 김●●에게 피신청인의 인터넷 홈페이지 <http://www.daum.net>의 자유게시판인 아고라 게시판 중 <http://bbs1.agora.media.net/gaia/do/debate/read?bbsId=D003&articleId=1638599>상에서 삭제한 신청인 김●●의 별지1목록 기재 게시물을 복구하여 게시하고,

나. 신청인 오●●에게 피신청인의 인터넷 홈페이지 <http://www.daum.net>의 자유게시판인 아고라 게시판 중 <http://bbs1.agora.media.daum.net/gaia/do/debate/read?bbsId=D003&articleId=1754196>상에서 삭제한 신청인 오●●의 별지 2목록 기재 게시물을 복구하고,

다. 신청인 이●●에게 피신청인의 인터넷 홈페이지 <http://www.daum.net>의 자유게시판인 아고라 게시판 중 <http://bbs1.agora.media.net/gaia/do/debate/read?bbsId=D103&articleId=41903>상에서 삭제한 신청인 이●●의 별지 3목록 기재 게시물을 복구하고,

라. 피신청인의 인터넷 홈페이지 <http://www.daum.net>의 '아고라' 게시판에서 특정신문회사의 광고주 리스트 게시글을 게시하였다는 이유로 삭제하여서는 아니된다.

2. 신청비용은 피신청인의 부담으로 한다.

라는 재판을 구합니다.

## 신 청 이 유

### 1. 당사자들간의 관계

#### 가. 신청인들

신청인들은 상호간에 의사연락없이 어떠한 기업 또는 사업체들이 특정신문 회사에 광고를 하는지에 대하여 소비자로서 알아야 할 권리를 실현할 목적으로, 2008. 7. 11.경부터 2008. 8.경 사이에 피신청인이 제공하는 포털인터넷 서비스 다음([www.daum.net](http://www.daum.net)) 내 '야고라' 게시판에 특정신문회사들에 광고를 게시한 회사들의 목록을 작성하여 게시하여 등록을 한 자들입니다.

#### 나. 피신청인

피신청인은 포털인터넷서비스제공자로서 신청인들이 게시한 특정신문회사들에 광고를 게시한 회사들의 리스트들을 부당하게 삭제한 자입니다. (소갑 제 1호증, 피신청인의 사업자등록증)

### 2. 신청인들의 게시글이 삭제된 경위

## 가. 신청인들이 특정신문에 대한 소비자운동이 필요하다고 생각하게 된 과정

신청인들은 조선일보, 중앙일보, 동아일보 등의 특정 신문 회사들이 종전까지 (1) 광우병으로 인간 광우병(vCJD)의 연관성이 있고, (2) 광우병에 걸린 소 성분이 포함된 화장품을 사용할 경우 인간광우병이 걸릴 우려가 있고, (3) 광우병 걸린 소 성분으로 만든 혈액제재로 인해 인간광우병이 걸릴 가능성이 있고, (4) 미국소수입의 경우 광우병에 걸린 소가 수입될 가능성이 크고, (5) 한국인의 경우에는 유전자, 식습관 등으로 다른 나라의 국민들보다 광우병에 걸린 쇠고기를 먹었을 때 인간광우병에 걸릴 가능성이 크다는 등의 소비자들에게 광우병으로 인한 문제제기를 한 기사를 제공(소갑 제2호증의 1내지 45, 특정신문회사의 기사내용 각 참조) 하다가, 위 특정신문들의 지지를 받는 정부에서 2008년도 미국소수입을 결정하자 기존에 위 특정신문들이 제기했던 기사내용을 믿었던 소비자들이 이 내용을 그대로 인터넷상에 게재하고 정부의 미국산 소고기 수입의 협상과정에 대한 문제를 제기하자 기존에 게재했던 기사내용을 정면으로 부인하고 소비자들의 위 (1)내지 (5)까지의 문제제기를 마치 광우병과 무관하며 이러한 주장을 하는 인터넷 게시물 등록자들의 배후에는 마치 불법세력이 있는 것처럼 사실과 다른 내용을 보도하기 시작하였습니다.

이에 신청인들은 미국산 소고기를 실제로 소비할 소비자들의 건강권보다는 정략적인 이유로 표리부동한 태도를 취하는 위 특정신문회사들의 “광우병과 무관”, “불법세력 등의 배후설” 등과 같은 사실과 기사내용들에 항의를 해야 한다고 생각하고, 권력화된 특정신문회사에 소비자들의 의견을 반영시키기 위하여는 직접 특정신문회사에 의견을 제시하는 것에 그치지 않고, 광고주의

광고행위에 대하여 반응하는 광고대상자이자 광고수용의 주체인 소비자로서 광고에 대하여 직접적인 설득을 하거나, 적어도 일반 소비자들에게 특정신문 회사에 광고하는 회사들이 어디인지를 널리 알리는 것이 효과적인 소비자운동이 될 것이라는 생각을 하게 되었습니다.

이에 신청인들은 우선 소비자들의 알 권리의 일환으로 신문지상에 광고행위를 하는 회사들의 명단과 연락처를 신문지상의 내용을 통해 확인하고 이를 피신청인의 일반 게시판인 "아고라"에 게시하는 행위를 하게 되었습니다.

## 나. 방송통신심의위원회에서의 다음게시판 내의 일부 글 삭제의 시정요구 결정과정

### 1) 방송통신심의위원회의 법적 성격

방송통신심의위원회는 (1) 위원회의 위원들을 대통령이 위촉하며(방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률, 이하 "방송통신위원회설치법"이라고 합니다. 제18조 제3항), (2) 방송통신심의위원회의 경비는 국가가 지급하는 점(방송통신위원회설치법 제28조), (2) 방송통신심의위원회가 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 "망법"이라고 합니다) 제44조의7의 규정된 사항의 심의, 방송통신위원회설치법에 따라 전기회선으로 일반에게 공개를 목적으로 유통되는 정보 모두에 대한 심의업무를 할 수 있으며, 이 심의 결과에 따라 정보통신서비스제공자 또는 게시판 관리·운영자 등에게 직접적인 시정요구를 할 수 있다는 점(방송통신위원회설치법 제21조 제4호, 동법 시행령 제8조 제1항, 제2항), (3) 방송통신위원회가 불법정보에 대한 삭제명령을 내리기 위해서는 반드시 방송통신심의위원회의 심의를 거치게 한다는

점(망법 제44조의 7 제2항, 제3항), (4) 정보통신서비스제공자 등은 방송통신심의위원회의 시정요구에 대한 조치결과를 통보하여야 하며 (5) 방송통신심의위원회의 심의가 불법정보 규제시스템의 '필요적' 절차로서 기능하고 있다는 점(방송통신위원회 설치법 제25조), (6) 정보통신서비스제공자나 게시판관리·운영자가 방송통신심의위원회의 시정요구에 따르지 아니하는 경우에는, 방송통신위원회에 취급거부, 정지, 제한 등의 명령을 요청할 수 있다는 점, (7) 위 (6)항의 취급거부, 정지, 제한 등의 명령을 위반할 경우 정보통신서비스제공자가 직접적인 형사처벌을 받게 된다는 점 등에 비추어 볼 때 방송통신심의위원회는 행정기관에 해당된다고 보아야 합니다.

헌법재판소 역시, 구)공연윤리위원회, 영상물등급위원회에 대해 위와 같은 점등을 고려하여 해당 위원회를 행정기관으로 판단한 바 있었습니다(헌법재판소 1996. 10. 4. 93헌가13등, 2001. 8. 30. 2000헌가9).

그러므로 위와 같은 사정을 고려한다면 방송통신심의위원회는 행정기관에 해당한다고 할 것입니다. 그러므로 방송통신심의위원회에 의하여 내려지는 시정요구는 행정행위에 해당하는 바, 이 행위는 ① 정당한 권한을 가진 자에 의하여 권한 내의 사항에 대하여 행해져야 하고, ② 그 내용이 법에 적합하고, 실현가능하며, 명확한 것이어야 하며, ③ 특별한 규정이 없는 한 문서로 하여야 하며 이유를 부기해야 하고, ④ 부담적 행정행위를 하는 경우 사전통지 및 의견제출의 기회를 제공하는 행정절차법을 준수하여야 적법하다고 할 것입니다.

## 2) 방송통신위원회설정보통신정보에 대한 심의 및 시정요구 제도의 법적 근거

방송통신위원회설치법 제21조에서는 방송통신심의위원회의 직무를 정하면서 제3호에서는 망법 제44조의7에 규정된 사항의 심의, 제4호에서는 전기통신회선을 통하여 일반에게 공개되어 유통되는 정보 중 건전한 통신윤리의 함양을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령이 정하는 정보의 심의 및 시정요구를 대상으로 보았습니다.

방송통신위원회설치법 제21조 제4호에 따르면, 방송통신위원회설치법 시행령 제8조는 망법 제44조의 7에 따른 불법정보 및 청소년에게 유해한 정보 등 심의가 필요하다고 인정되는 정보를 심의 대상으로 규정하고 있습니다.

따라서 방송통신심의위원회의 법적으로 정해진 심의대상은 망법 제44조의 7의 범위 안으로 한정되어야 한다고 보아야 할 것입니다.

### 3) 이 사건 방송통신심의위원회의 삭제의 시정요구

방송통신심의위원회는 위와 같은 신청인들의 게시판 글 등록행위 이전인, 2008. 7. 1. 제9차 정기회의에서 피신청인이 제공하는 일반게시판에 올려진 신청인들의 게시글과 유사한 게시글에 대하여 정보통신윤리심의규정 제7조 제4호, 제8조 제4호 마목에 위배된다는 이유로, 정보통신서비스제공자인 피신청인에 대하여 제1호 안건에 대하여는 해당정보의 삭제의 시정요구(10건), 각하결정(3건)을 하고, 제2호 안건에 대하여는 해당정보의 삭제의 시정요구(48건), 해당없음 결정(19건)을 하기로 하였습니다.

방송통신심의위원회는 3명의 전문가집단의 자문 중 "과반수가 해당없음"으로 결정내리는 것이 타당하다는 의견을 들었음에도 불구하고(소갑 제3호증, 피디저널 기사참조) 9차 정기회의시 다음 내 업무방해 및 권리침해 정보심의에 관한 건에 대한 방송통신심의위원회의 의결<sup>1)</sup>을 다음과 같이 내리게 되었습니다.(소갑 제4호증, 방송통신심의위원회의 8, 9차 회의록, 소갑 제5호증, 방송통신심의위원회의 9차 의결서)

	A 유형	B유형	C유형	D유형	E유형
박명진 위원장	정보통신윤리규정 제8조 제4호 마목에 근거하여 삭제요구			해당없음	
손태규 부위원장	A-7의37,38,39를 제외하고는 업무방해가 논란이 되기 때문에 심의규정 제8조 제4호 마목, 제7조 제4호에 의거하여 해당 정보의 삭제	삭제요구	C-1을 제외하고 삭제요구	해당없음	E-1의 42는 명예훼손적 표현, E-5의 3건은 이미 삭제되어 각하
엄주용 상임위원	특정 기업의 담당자 성명, 전화번호 공개 2건이 포함되어 있는	개연성이나 추측에 의하여 표현의 자유를 막는 것은 타당하지 않으므로 해당없음			

1) A, B, C, D, E 정보의 분류내용은 방송통신심의위원회에서 공개하지 않았으므로 분류근거는 구체적으로 알 수 없고 회의록 상의 내용을 추정할 수 밖에 없습니다.



	A-1 유형만 해당 정보의 삭제	
김규철 위원	최소규제의 원칙으로 판단해야 하므로 정중섭위원과 손태규 위원 의견 중 가능한 규제를 적게 받는 쪽으로 선택하겠다는 의견	
박정호 위원	A-7의 37, 38, 39를 제외한 나머지 정보들은 정보통신망법 제44조의2, 심의규정 제7조 제4호에 의거하여 해당정보의 삭제	해당없음
이윤덕 위원	불특정 다수인에게 의견을 개진한 것일 뿐 형사상 범죄를 교사방조하지 않았음	
정중섭 위원	A-1중 37, 38, 39(특정기업을 명기하지 않고 업종명시), C-1을 제외하고는, 정보통신망법 제44조의7 제1항 제9호의 정보에 해당된다고 보기는 어려우나, 제2차 보이콧이 불법행위에 해당하므로 정보통신윤리심의규정 제7조 제4호에 해당	1차 보이콧이므로 해당없음
백미숙 위원	이 사안은 미국산 소고기 수입반대 운동에 대한 권력화된 언론들의 보도 행태에 대해서 공정한 보도를 요구하다가 효과가 없자 언론기업에 대항하는 저항운동 성격으로 볼 수 있으므로, 현대사회에서 거대화된 미디어 권력에 대해 개인이 표현의 자유를 근거로 행위를 하였고 자연발생적으로 단체가 생성되어 게시판에 올라간 정보에 의할 경우 게시판에 올라온 정보와 그것에 의한 행위의 부분은 구분해서 판단해야 하는 것이므로, A-1(개인정보공개부분이 있는 정보)을 제외한 나머지 사항에 대하여 해당없음	
박천일 위원	정보통신윤리심의규정 제7조 제	해당없음

	4호, 제8조 제4호에 해당(다만 A-7 의 37,38,39, C-1의 게시물 의 관련부분은 허용해도 무방)
결론	A-7의 37, 48,39, C-1을 제외하고는 정보통신윤리심의규 정 제7조 제4호(5명) 위반사유로 해당정보의 삭제, D, E 유형은 해당없음, E-5는 각하

**다. 방송통신심의위원회의 통보**

그런데 위 결정을 통보하는 과정에서 방송통신심의위원회의 사무관은 피신청인이 심의를 요구한 내용을 별첨과 같이 회신한 뒤 이에 부가하여 심의위원회의 의결을 받지 않은 "유사사례삭제"를 아래와 같이 그 기준도 정하지 않고 피신청인에게 함께 통보하였습니다.

1. 방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 제21조 및 같은 법 시행령 제8조 관련입니다.
2. 귀사가 위원회 유해정보신고센터를 통하여 심의를 신청한 정보 등에 대한 심의결과를 별첨과 같이 회시합니다.
3. 심의결과목록 가운데 시정요구로 결정된 사항에 대해서는 시정요구 사항을 이행하여 주시고 그 조치를 즉시 우리 위원회로 회신하여 주시기 바랍니다.
4. 향후 유사한 사례에 대해서는 “정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률” 제44조의2 및 별첨 심의사례에 따라 처리해 주시고, 같은 법 제2조 제1항에 정한 정보통신서비스제공자의 책무도 다하여 주시기 바랍니다.

**라. 피신청인의 신청인들의 게시물 삭제행위**

피신청인은 위와 같은 통보를 받은 이후 위 통보에 따라 특정언론사에 광고한 회사와 관련한 일부 내용이라도 등록된 경우는 글을 등록한 이용자들에게 사전에 "방송통신심의위원회의 의결에 따라 삭제한다"는 통지를 한 뒤 게시글을 삭제하여 왔습니다. (소갑 제6호증, 신청인 김●●에 대한 삭제 경고문, 소갑 제7호증, 신청인 오●●에 대한 삭제 경고문, 소갑 제8호증, 신청인 이●●에 대한 삭제 경고문 각 참)

신청인들의 게시글은 특정 신문회사에 광고를 게시한 회사들의 리스트를 등록한 게시물이며, 특히 신청인 오●●의 경우에는 경향일보의 광고리스트를 게시하였고 구글링크로 타 회사들의 광고리스트를 볼 수 있도록 하였을 뿐이며, 신청인 이●●는 미디어오늘(기업&미디어)에서 매일 뉴스로 제공되는 것을 게시한 것일 뿐이어서 일반 검색으로도 뉴스로까지 검색되는 내용임(소갑 제9호증의 1내지2 뉴스검색 내용 각 참조)에도 특정 신문회사에 대한 광고글이 있다는 이유만으로 모두 유사사례로 삭제되었습니다.

### 3. 피보전권리의 존재

#### 가. 이 사건 소비자운동과 업무방해죄, 불법행위 등의 성립여부

##### 1) 헌법상의 소비자 기본권

헌법 제124조는 '국가는 건전한 소비행위를 계도하고 생산품의 품질향상을 촉구하기 위한 소비자보호운동을 법률이 정하는 바에 의하여 보장한다'라고 규정하고 있는 바, 이는 헌법상 기본권으로서의 소비자 권리의 헌법적 근거

에 해당합니다. 소비자의 권리가 헌법상의 기본권으로 확립되고 보장될 때에 비로소 경제민주화와 정의 사회구현을 통한 헌법상의 기본원리로서의 사회국가원리가 실현되고, 인간의 존엄과 가치, 행복추구권 및 재산권, 인간다운 생활을 할 권리, 여타 기본권이 실효성 있게 보장될 수 있게 됩니다(헌법재판소 1995.7.21. 선고 94헌마136 결정에서 조승형 헌법재판관의 소비자기본권에 관한 의견).

소비자 기본권은 헌법 제124조 이외에 헌법 제34조 제1항(인간다운 생활의 보장), 제34조 제6항(국가의 재해예방과 위협으로부터의 국민의 보호의무), 제36조 제3항(보건에 관한 권리), 제26조(청원권), 제30조(범죄피해구조청구권) 등에서 그 헌법적 근거를 찾을 수 있습니다.

## 2) 소비자기본권의 행위유형으로서의 불매운동

### (1) 헌법상 및 법률상 근거

소비자기본법은 제4조 제4호에서 “소비생활에 영향을 주는 국가 및 지방자치단체의 정책과 사업자의 사업활동 등에 대하여 의견을 반영시킬 권리”를, 동조 제7호에서 “소비자 스스로 권익을 증진하기 위하여 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리”를 각각 소비자의 기본적권리로 규정하고 있습니다. 즉, 이러한 법적 근거에 따라 소비자기본권의 행위유형으로서 유해, 불량, 위협, 불공정가격의 상품 또는 용역에 대하여 소비자들이 집단적으로 대항하는 수단으로서의 소비자불매운동의 정당성이 도출된다고 할 것입니다.

## (2) 소비자 불매운동의 범위

### (가) 소비자운동형태의 진화발전

소비자운동은 불량상품·용역에 대항하는 경제적 소비자주의에서 기업의 사회적·윤리적 책임을 묻고 사회적·윤리적 책임에 반하는 기업에 대하여 대항하는 정치적·윤리적 소비자주의로 진화하고 있습니다.

이러한 현대형 소비자운동은 부동산투기, 하청업체에 대한 불공정 하도급거래, 불법상속, 회계부정, 주가조작, 환경침해, 부당노동행위, 인권침해 등 반사회적 행위에 대하여 사회적 책임을 묻기 위한 소비자불매운동 등이 대표적이라 할 수 있습니다. 최근 삼성, 현대, SK 등의 기업들도 시민-소비자 사회의 이러한 기업의 사회적 책임(CSR : Corporate Social Responsibility)에 부응하는 경영전략을 구사하고 있습니다.

개발도상국가의 아동 노동력을 착취하여 축구공을 제작·판매하는 나이키에 대한 불매운동, 개발도상국 저임금 노동력에 기반한 대형 커피메이커의 커피 불매운동, 공정무역 상품 구매운동 등도 이러한 범주의 정치적·윤리적 소비자운동이라 할 것입니다.

### (나) 1차 보이콧을 넘어선 2차 보이콧의 정당성을 인정한 사례들

노동쟁의나 소비자운동에서 직접 상대방인 사업자, 사용자의 생산 상품·용역뿐만 아니라 그 사업자, 사용자와 거래관계에 있는 사업자의 상품·용역에 대하여 불매운동을 벌이는 것을 2차 보이콧이라 합니다.

2차 보이콧의 정당성에 대하여는 미국에서는 NAACP v. Claireborne 458 U.S. 886 (1982)(소갑 제10호증, NAACP 판결 참고) 판결에서 최초로 인정된 이후 일관하여 소비자의 정치적 의사표시를 헌법상 보호영역내로 해석하는 내용의 판결이 나타났습니다[Enviornmental Planning and Information Council of Western El Dorado County, Inc., v. The Superior Court of El Dorado County, 36 Cal. 3d 188 (June 7, 1984); Searle v. Johnson, 646 P.2d 682 (Utah 1982); Near East Side Community Organization v. Hair, 555 N.E.2d 1324 (Indiana C.A. 1990)].

NAACP v. Claireborne 458 U.S. 886 (1982) 판결은 불매운동 참가자들이 타인들에게 대중적 지지 및 개인적인 권유를 통하여 불매운동에 참여하도록 설득하고 불매운동에 참여하지 않는 불참자들의 성명을 공표하기 위하여 서면 및 구두에 의한 성명서를 사용한 2차 보이콧 행위를 한 경우에 헌법적으로 보호받을 범위 내의 행위로 본 선구적인 의미를 가지고 있습니다.

당시 위 판결의 연방대법원은 비폭력적이고 완전히 자발적인 불매운동이 지역경제환경에 혼란을 가져오는 효과를 가질 수 있고, 주정부는 이에 대하여 경제적 활동을 규율할 광범위한 권한이 있다 하더라도, 주정부가 평화적인 정치적 활동을 금지할 권리는 없으며 경제적 활동을 규율할 권한은 정치적으로 유발된 비폭력적인 불매운동에 대한 완전한 금지를 정당화할 수 없다고 판단하였습니다. 그리고 소비자단체의 손해배상책임과 관련하여, 연

방대법원은 불매운동참가자들 가운데 실제로 폭력을 행사하거나 폭력행사할 것이라고 위협한 사람만이 손해배상책임을 질 수 있고 그 금전적 손해배상책임을 그러한 폭력이나 위협의 직접적인 손해에 한정되어야 하며 그러한 폭력과 위협의 계속만이 금지될 수 있다고 결론을 내렸습니다.

실제로 연방대법원은 NAACP라는 시민단체 및 "보이콧을 실행할 것을 위협하고 보이콧 위반자에게 체벌을 가할 것을 경고하는 대중연설"을 한 위 시민단체의 주동자이자 참가자였던 Evers에 대한 손해배상 청구에서, NAACP로부터 폭행을 범하거나 폭력행위를 위협할 권한을 실제로 또는 의견상 수여받았다거나 NAACP가 불법행위를 사후승인하였다는 사실인정이 존재하지 아니하므로 이러한 사실인정없이 NAACP에게 책임을 지우는 것은 연방헌법상 보호받는 정치적 결사권에 용인할 수 없을 정도로 부담을 지우는 것이라고 판단하여 "특정개인의 표현이 목전의 불법행위를 자극하거나 유발할 우려가 있는 것만으로는 부족하고 사실상 불법행위를 초래할 것"을 불법행위의 요건으로 보았습니다.

청소년에 대한 해악을 이유로 미국 대중가수의 공연반대 운동을 벌이는 종교단체 등이 공연주관업체로부터 공연티켓 판매업무를 위탁받은 은행에 대하여 공연티켓 판매를 중단할 것을 요구한 사안(대법원 2001. 7. 13. 선고 98다51091사건)에서도, 우리 대법원은, 1차든 2차든 그 보이콧운동의 태양이 보이콧을 결정하는 상대방의 자유로운 판단을 침해할 정도에 이르렀는가 하는 보이콧 운동의 방식·태양을 기준으로 위법성 여부를 판단하고 있을 뿐, 2차 보이콧이기 때문에 위법하다고 판단을 하지는 않았습니다.

이 판결은, ① "시민단체 등의 공익목적 수행을 위한 정당한 활동은 바람

직하고 장려되어야 할 것이나, 그러한 목적수행을 위한 활동이라 하더라도 법령에 의한 제한이나 그러한 활동의 내재적 한계를 벗어나서는 안될 것"이라는 전제에서 ② "공익목적에 관철하기 위하여 일반시민들을 상대로 공연관람을 하지 말도록 하거나 공연협력업체에게 공연협력을 하지 말도록 하기 위하여 그들의 주장을 홍보하고 각종 방법에 의한 호소로 설득활동을 벌이는 것은 관람이나 협력여부의 결정을 상대방이 자유로운 판단에 맡기는 한 허용된다 할 것"이라고 하여 일반적 소비자불매운동의 정당성의 범위를 정하면서, ③ "그로 인하여 공연기획사의 일반적 영업권 등에 대한 제한을 가져온다고 하더라도 그 자체 내재하는 위험이라 할 것이므로 그와 같은 활동이 위법하다고 할 수는 없을 것이나"라고 하여 소비자불매운동의 정당성의 근거를 제시하고 있습니다.

### (3) 청구인들의 게시물 등록행위가 업무방해죄 및 불법행위 등에 해당하는지 여부

앞에서 보는 바와 같이, 신청인들의 게시물 등록행위는 공익목적에 관철하기 위하여 일반시민들을 상대로 특정신문을 구독하지 말도록 하거나 특정신문에 광고를 하는 협력행위를 하지 말도록 하지 말도록 하기 위하여 그들의 주장을 홍보하고 각종 방법에 의한 호소로 설득활동을 벌이는 것은 관람이나 협력여부의 결정을 상대방이 자유로운 판단에 맡기는 한 허용된다 할 것입니다. 그러므로 이러한 범위 내에서 신청인들의 게시판에 글쓰기를 막을 이유는 없다 할 것입니다.

특히 형법상 업무방해가 성립하기 위하여는 허위사실의 유포, 위계, 위력 등의 행위정형적인 구성요건행위가 존재하여야 하는데, 아무리 공모공동정범



이론<sup>2)</sup>을 과도하게 적용하더라도 이 사건에서는 신청인들의 게시판에 글쓰기와 실제로 발생한 불법행위 사이에 인과관계 및 기능적 행위지배가 인정되지 않는 이상 업무방해의 공범이라고 우길 수는 없다고 할 것입니다.

앞에서 본 NAACP와 그 주동자인 Evers에 대한 손해배상청구에 대한 미국 연방대법원의 판단에서도, 실질적인 불법행위를 한 사실이 인정되지 않는 이상 심지어 불특정다수인을 상대로 공개연설로 보이콧에 가담하지 않는 자에게 체벌을 가하라고 요구한 경우에도 실질적인 인과관계와 기능적 행위지배가 없는 경우에는 불법행위 책임을 지지 않는다는 결론에 이르게 된 것입니다.

그러므로 이러한 점 등을 고려한다면 이 사건 신청인들의 게시물 등록행위는 영업방해나, 민사상 불법행위에 이를 정도의 위법성에 이르렀다고 보기는 사실상 불가능하다고 보아야 할 것입니다.

#### (4) 소결어

그러므로 신청인들이 작성한 표현행위인 게시물 등록 자체가 업무방해죄나 불법행위에 해당한다고 보기는 어렵습니다. 만약 신청인들이 작성한 표현행위는 광고한 회사들의 상호와 광고지에 나타나 있는 전화번호만을 리스트로 만들었고 이를 개인적으로 일반 게시판에 등록했을 뿐임에도 불구하고 이러한 행위 자체가 문제가 된다면 향후 회사이름과 전화번호를 게시하는 행위

2) 대법원 2007. 4. 26. 선고 2007도428판결에서는 형법 제30조의 공동정범은...(중략)...공모자 중 일부가 구성요건 행위 중 일부를 직접 부담하여 실행하지 않은 경우라 할지라도 전체 범죄에 있어서 그가 차지하는 지위, 역할이나 범죄 경과에 대한 지배 내지 장악력 등을 종합해 볼 때 단순한 공모자에 그치는 것이 아니라 범죄에 대한 본질적 기여를 통한 기능적 행위지배가 존재하는 것으로 인정된다면 이른바 공모공동정범으로서의 죄책을 면할 수 없는 것이다라고 판시하여, 공모공동정범이론을 기능적행위지배이론으로 제한하고 있습니다.

는 모두 불가능해진다는 말도 되지 않는 결론에 이르게 됩니다.

만약 방송통신심의위원회의 해석대로 광고주리스트를 올리는 것이 불법행위에 해당하다고 인과관계를 한없이 넓혀간다면 이는 조선일보에 광고를 하는 행위까지 불법행위에 해당한다고까지 볼 수 있게 됩니다. 그러므로 불법행위와의 인과관계나 공모여부가 추측과 개연성만으로 인정되어 게시글의 등록을 막는 것은 앞에서 본 바와 같이 오히려 헌법상 강력하게 보장되는 정치적 표현의 자유, 소비자기본권이 심각하게 침해되는 결과를 초래하게 됩니다.

방송통신심의위원회에서 실질적으로 방송통신위원회 설치법상의 근거에 의하여 판단하지 못하였던 이유는 위와 같이 업무방해성립여부가 불가능하기에 이를 피하기 위하여 그 규제기준이 애매한 정보통신윤리심의규정을 그 근거로 삼기에 이르는데, 이에 대하여는 아래에서 정보통신윤리심의규정 자체가 위법임을 설명하도록 하겠습니다.

#### 나. 정보통신윤리심의규정 제7조 제4호 적용의 문제점

##### 1) 들어가면서

앞에서 본 바와 같이 방송통신심의위원회의 삭제의 시정명령은 행정행위에 해당하므로 그 규정은 ① 정당한 권한을 가진 자가 권한 내의 사항에 대하여 행해져야 하고, ② 그 내용이 법에 적합하고, 실현가능하며, 명확한 것이어야 하며, ③ 특별한 규정이 없는 한 문서로 하여야 하며 이유를 부기해야

하고, ④ 부담적 행정행위를 하는 경우 사전통지 및 의견제출의 기회를 제공하는 행정절차법을 준수하여야 적법해집니다.

그런데 방송통신심의위원회가 이 사건 삭제의 시정명령의 근거로 든 정보통신윤리심의규정은 그 내용이 법에 적합하고 실현가능하며 명확해야 한다는 행정행위의 기본적인 내용에 전혀 부합하지 못하고 있습니다. 아래에서는 이에 대하여 구체적인 문제에 대하여 설명하도록 하겠습니다.

## 2) 법률유보원칙위반

이 사건 방송통신심의위원회의 결정은 5명의 위원들의 결의로 정보통신윤리심의규정 제7조 제4호 위반으로 판단되고 있는바, 위 제7조 제4호는 "기타 범죄 및 법령에 위반되는 위법행위를 조장하여 건전한 법질서를 현저히 해할 우려가 있는 정보"라고 규정되어 있습니다. 방송통신심의위원회는 위 심의규정 내용 중 망법 제44조의7 제1항 제9호 "그 밖의 범죄를 목적으로 하거나 교사 또는 방조하는 내용의 정보"의 범위를 포함하지 않는 범위 중 위법행위를 의미하는 개념으로 위 심의규정을 적용하려고 한 사실을 제9차 회의록에서 확인할 수 있습니다.

그러나 위 정보통신윤리심의규정은 앞에서 언급한 바와 같이 행정행위를 하는 근거로 하용하기 위하여서는 그 법적인 근거인 방송통신위원회설치법의 한계를 넘어서서는 안 됩니다. 그런데 위 방송통신심의위원회는 이 사건에서 방송통신위원회설치법상 심의대상의 직무범위에 해당하는 망법 제44조의7 제1항 제9호의 범위를 넘어서는 범위를 심의대상으로 하고자 정보통신윤리심의규정을 근거로 삼았으므로 그 인정된 수권법률의 한계를 일탈하여 심의

를 하였습니다.

### 3) 헌법상 명확성 원칙위반

설혹 수권법률의 한계를 일탈하여 심의하지 않았다 하더라도, 이 사건 정보통신윤리심의규정은 그 범위가 너무나 광범위하고 명확하지 않아 표현의 제한의 헌법적인 내재적 한계를 일탈하였습니다.

헌법재판소 2002. 6. 27. 선고 99헌마480에서는 "표현의 자유를 규제하는 입법에 있어서 이러한 명확성의 원칙은 특별히 중요한 의미를 지닌다. 현대 민주사회에서 표현의 자유가 국민주권주의의 이념의 실현에 불가결한 존재인 점에 비추어볼 때, 불명확한 규범에 의한 표현의 자유의 규제는 헌법상 보호받는 표현에 대한 위축적 효과를 수반하고 그로 인해 다양한 의견, 견해, 사항의 표출을 가능케 하여 이러한 표현들이 상호 검증을 거치도록 한다는 표현의 자유의 본래의 기능을 상실케 한다. 즉, 무엇이 금지되는 표현인지가 불명확한 경우에 자신이 행하고자 하는 표현이 규제의 대상이 아니라는 확신이 없는 기본권주체는 대체로 규제를 받을 것을 우려해서 표현행위를 스스로 억제하게 될 가능성이 높은 것"이라고 전제하였습니다.

이러한 헌법재판소의 명확성의 원칙에 따르면, 위 정보통신윤리규정에 의하면 어떤 내용이 수범자인 국민으로 하여금 금지되는 것인지 예측할 수 없도록 하여 자아검열의 위험에 빠질 우려가 있어 명확성의 원칙에 위배된다고 보아야 할 것이며, 특히 "내용 그 자체로 불법성이 뚜렷하고 사회적 유해성이 명백한 표현물-아동포르노, 국가기밀 누설, 명예훼손, 저작권 침해갈

은 경우가 여기에 해당할 것이다-이 아닌 경우"까지 표현물을 규제하거나 억압할 가능성이 있어 과잉금지원칙에도 위배된다고 보아야 할 것입니다 (헌법재판소 2002. 6. 27. 99헌마480).

#### 4) 소결어

따라서 위와 같은 이유로 위 정보통신윤리심의규정을 이 사건에 적용하는 것은 헌법상 명확성의 원칙에 위배되므로 타당하지 않으며, 더 나아가 위 정보통신윤리심의규정이 헌법에 위배되지 않는다 할지라고 앞에서 본 바와 같이 신청인들의 행위는 불법행위에 해당하지 않으므로 위 정보통신윤리심의 규정의 내용 안에도 포함되지 않는다 할 것입니다.

그러므로 위 정보통신윤리심의규정을 이 사건에 적용한 것은 위헌, 위법한 행정행위라 할 것입니다. 또한 방송통신심의위원회에서 의결하지 않은 유사 사례를 삭제의 요구명령처럼 피신청인에게 보낸 것은 명백한 무효의 행위라 할 것입니다.

#### 4. 보전의 필요성

신청인들의 광고주 게시글은 '소고기' 문제와 관련한 일부 특정신문들의 왜곡 보도에 대한 항의의 표현이며, 광고를 게시하는 회사들에 대한 설득을 하려는 움직임이므로 현재 시점의 소비자운동입니다. 방송통신심의위원회는 이러한 소비자운동에 대하여 해당 글과 유사글 삭제시정명령을 하였으나, 이러한 삭제 시정명령은 앞에서 살펴 본 바와 같이 그 법률적 근거가 없는 요구라

할 것입니다. 그리고 방송통신심의위원회의 결정에 대하여는 결정을 내린 방송통신심의위원회의 이의절차를 제기하는 이외에는 다른 절차에 의하여 그 위법여부를 다툴 가능성이 사실상 봉쇄되어 있습니다.<sup>3)</sup> 왜냐하면 위와 같은 사정이 존재함에도 불구하고 행정법원은 삭제요구가 헌법소원의 대상인지를 별론으로 하고 행정소송의 대상으로 보기는 어렵다고 판시한 바 있으며(서울 행정법원 2001. 5. 4. 선고 2001구3555판결), 이용자가 다음의 게시판에 게시글을 게시하고 다음이 이를 관리하는 관계는 민법상 위임관계 또는 위임유사관계로 볼 수 있으므로, 방송통신심의위원회의 삭제요구가 위헌, 위법한 것이라면 선량한 관리자의 주의로 이용자의 게시글로 유지관리할 의무가 있는 다음이 그 삭제요구의 위헌, 위법여부에 대한 충분한 검토없이 그 요구에 가변이 응하는 것은 그 이용자에 대한 위 유지관리의무를 위반한 것으로 평가하여야 하므로(서울지방법원 2002. 11. 29. 고지 2002카합3127 도메인 이름 등록기관 선관주의의무에 따른 가처분명령사례) 이 사건에서도 이용자는 방송통신심의위원회에 대한 법률적인 쟁송을 하기는 사실상 어려운바, 다음을 상대로 하는 방법이 사실상 유효한 법률적 방법으로 보아야 할 것입니다.

또한 만약 이에 대하여 가처분을 인용하지 않게 된다면, 수년이 흘러 본안소송에 승소하고, 헌법소원에 승소한 뒤 게시글을 원상회복하고 비슷한 광고게시물을 작성할 수 있더라도 신청인들과 같은 소비자들이 이 사건에 관하여 많은 사람들이 관심을 가지고 있는 현재 시점에 인터넷 일반 게시판에 이러한 소비자운동에 대한 어떠한 의사표현도 할 수 없다는 점에서 신청인들의 권리구제가 사실상 불가능하다는 점을 예측할 수 있을 것입니다.

"인터넷은 ...(중략)... 진입장벽이 낮고 표현의 쌍방향성이 보장되며 그 이용에 적극적이고 계획적인 행동이 필요하다는 특성을 지니고"(헌법재판소

3) 이러한 이유로 현재 방송통신심의위원회의 이 사건 결정에 대하여는 법원이 아닌 헌법재판소에 위헌소송계류 중입니다.

2002. 6. 27. 99헌마480), "오늘날 가장 거대하고 중요한 표현매체의 하나로 자리를 굳힌 인터넷상의 표현의 대하여 질서위주의 사고만으로 규제하려고 할 경우 표현의 자유의 발전에 큰 장애를 초래할 수 있으며,"(헌법재판소 2002. 6. 27. 99헌마480), "표현매체에 관한 기술의 발달은 표현의 자유의 장을 넓히고 질적 변화를 야기하고 있으므로 계속 변화하는 이 분야에서 규제의 수단 또한 헌법의 틀 내에서 다채롭고 새롭게 강구되어야 한다"(헌법재판소 2002. 6. 27. 99헌마480)는 점에서 현재의 인터넷 표현의 자유를 막는 이 사건 방송통신심의위원회의 규제는 (1) 단지 이 사건 표현만을 못하도록 하는 것이 아니라 사상의 자아검열로 표현의 자유의 발전에 계속적인 장애를 초래하고, (2) 표현매체에 관한 기술과 이를 근거로 한 다음, 네이버 등의 비즈니스 모델에까지 부정적 영향을 주어 인터넷산업을 마비시킬 수 있는 심각한 문제를 야기하고 있습니다.

따라서 신청인들의 이 사건 게시물 등록행위가 불법행위가 아님에도 불구하고, 이 사건 게시물 등록행위를 규제함으로써 이로 인하여 발생하는 표현의 자유와 산업전반에 미치는 영향, 특정 신문 사업에 대한 소비자운동의 실질적인 방해행위 등을 고려한다면, 본안판결까지 이 사건 가처분을 인정하지 않는 것은, 가처분을 인정하여 나타나는 "광고주게시글"의 인터넷 표현의 가능성으로 나타나는 부작용을 비교형량하였을 때, 그 침해되는 이익이 너무나 현저하다 할 것입니다.

## 5. 결어

프랑스 공법인인 국립소비자연구소는 5천만의 소비자라는 잡지에서 "불매운동의 권리는 예외가 없다. 문제는 불매운동의 행동개시가 근거가 있느냐 아

니냐 하는 데에 있는 것이 아니다. 불매운동은 훨씬 일반적인 틀, 예컨대 넓은 의미에 있어서의 정치라고 하는 틀 속에 들어가는 것"이라고 평가한 바 있습니다.

위 프랑스 국립소비자연구소는, 개인인 소비자들의 의견이 모여서 보이콧이라는 가장 적극적 소비자운동이 되는 과정은, 사회적인 설득과 공감이 되지 않으면 사실상 실패에 이르기 때문에, 보이콧이라는 소비자운동이 성공한다는 것은 그에 대한 사회적인 공감대가 형성된 정치적 의사결정과정이었음을 인정해야 한다는 의미입니다.

신청인들이 게시판에 게시한 글을 다시 복원시키고 향후 이러한 글을 삭제하지 말아 달라는 가처분신청은, 소비자보이콧이라는 권한행사로 사회적인 공감대가 형성되어 가고 있었습니다. 만약 청구인들의 게시글과 그러한 표현행위가 불법행위에 해당하지 않고 방송통신심의위원회의 심의결정이 위법한 것이 수년 후 밝혀졌을 경우 적극적으로 현재의 이 시대의 역사를 형성하고 만들어가고 싶은 신청인들에게 아무런 의미가 없는 판결이 될 수 있기 때문에 반드시 법적으로 필요한 절차입니다.

그러므로 위와 같은 사정을 모두 고려하시어 신청인들에 대한 청구를 인용하시어 주시기 바랍니다.

## 6. 담보의 제공

이 사건에 대한 담보제공은 보증보험 주식회사의 지급보증위탁계약을 채



결한 문서로 갈음하여 제출할 수 있도록 허가하여 주시기 바랍니다.

### 첨 부 서 류

- 1. 법인등기부등본 1부
- 2. 위임장 및 담당변호사 지정서 각 1부

### 증 거 설 명 서

호증	호증이름	원/사본	작성자	입증취지	작성일자
소갑 호증 제1	피신청인의 사업 자등록증	사본	서울중앙지방법원 상업등 기소	피신청인의 존재	2008. 8. 6.
소갑 호증의 제2 1 내지 45	특정신문회사들의 기사	사본	특정신문회사 들	특정신문회사들이 광우병과담이라고 주장했던 내용을 원래 특정신문회 사에서 사실로 보 도했던 사실이라 는 점	
소갑 호증 제3	피디저널 기사	사본	김세옥 기자	방송통신심위원회 의 결정 당시 3개 의 법률단체 중 2	2008. 7. 4.

				개의 법률단체인 민변, 형사법학회에서는 광고주리스트게시만으로는 업무방해죄를 구성하기 어렵다고 판단하였음에도 불구하고 방송통신심의위원회에서 이러한 판단을 무시하고 결정을 내렸다는 사실	
소갑 제4호증의 1, 2	방송통신심의위원회의 8, 9차회의록	사본	방송통신심의위원회	방송통신심의위원회가 결정을 내리기까지의 과정	(1)2008.6.25. (2)2008.7.9.
소갑 제5호증	방송통신심의위원회 제9차 의결서	사본	방송통신심의위원회	방송통신심의위원회의 의결내용	2008.7.1.조
소갑 제6호증	신청인 김●●에 대한 삭제경고문	사본	피신청인	신청인 김●●의 글을 1) 방송통신심의위원회의 시정요구에 따라 2) 광고주리스트 게시글을 삭제한다는 취지	2008.7.15.
소갑 제7호증	신청인 오●●에 대한 삭제경고문	사본	피신청인	신청인 오●●의 글을 1) 방송통신심의위원회의 시	2008.7.29.

				정요구에 따라 2) 광고주리스트 게시글을 삭제한다는 취지	
소갑 호증	제8 신청인 이●●●에 대한 삭제경고문	사본	피신청인	신청인 이●●●의 글을 1)방송통신 심의위원회의 시 정요구에 따라 2) 광고주리스트 게 시글을 삭제한다 는 취지	2008.7. 28.
소갑 호증의 내지2	제9 1 뉴스검색결과	사본		신청인 이●●●가 올린 글은 미디어 오늘의 기업&미 디어의 조건광고 리스트로 일반 뉴 스 검색으로 검색 가능하다는 사실	
소갑 호증	제10 NAACP 판결	사본	미국연방대법 원	1)비폭력적인 제2 차 보이콧은 헌법 상 인정되는 범위 내의 정치적 활동 이라는 점 2) 제2차 보이콧 을 주장한 단체나, 단체의 주도자가 대중연설당시 제2 차 보이콧에 협력	1982. 7. 2.

				<p>하지 않는 사람에게 제재를 가할 것을 선동하였더라도, 직접적인 폭력행위를 한 사람에게만 손해배상이 가능하고, 단체나, 단체연설을 한 사람에게 손해배상청구는 불가능하다는 판시내용</p>	
--	--	--	--	---	--

2008. 8. .

위 신청인들의 소송대리인 법무법인 ●●●

담당변호사 김 ●●●

서울중앙지방법원 민사신청과 귀중

## 별지 1.

글 번호 : 1638599

글제목 : [명박퇴진] 7월 11일 오늘의 숙제

작성년월일 : 2008.07.11

- 1면 배너 S-oil(기호2번 좋은 서비스) 02-3772-0777(고객센터) 02-3772-5926(광고팀)  
www.s-oilbonus.com
- 1면 배너 금강제화(샌달 20% 할인광고) 02-3489-5795,5798 02-3489-5799
- 3면 배너 우리아이행복플랜-대한생명 1588-6363,02-789-8074,8075 02-789-8076,8621  
http://www.korealife.com
- 9면 전면광고 롯데백화점 프리미엄 세일 광고 02-771-2500(본점)  
www.lotteshopping.com
- 11면 중간배너 휘센 2in1 구입시 액자형실내기 최대50% 할인 02-3777-1114  
080-023-3300 http://whisen.lge.co.kr/
- 13면 전면광고 현대백화점 중동점 Power 세일 광고 032-623-2233
- 14면~15면 하단 르노삼성자동차 2009년형 QM5 광고 080-300-3000 02-300-3000  
www.renaultsamsung.com
- 17면 전면광고 롯데백화점 프리미엄 세일 광고(수영복 페스티벌) 02-771-2500(본점)  
www.lotteshopping.com
- 25면 롯데관광 1577-3000 fax 02-736-1355 www.lottetour.com
- 28면 전면광고 SK 텔레콤 이미지 광고 SK가입자휴대폰(국번없이)114(무료)  
080-011-6000(무료),1599-0011(유료) www.sktelecom.com
- 경제1면 배너 교보생명(가족이 힘들때 보험의꽃은 활짝피어납니다.) 1588-1001  
02-721-6264 www.kyobo.co.kr
- 경제8면 삼진제약(주) <게보린> 080-082-1234 www.samjinpharm.co.kr
- 경제11면 200만 도민에게 희망의 월계관을-전라북도 이미지 광고 www.jeonbuk.go.kr
- 경제12면 전면광고 AIG 부모님 보험,AIG 질병입원비보험 080-7080-101(부모님보험)  
080-3020-107(질병,입원비보험) www.e-aig.co.kr
- 디지털비즈7면 삼진제약(주) <오스테민> 080-082-1234 www.samjinpharm.co.kr

별지 2.



제1항(삭제대상)	기업명 또는 복원대상(당첨업체)	전화번호(A)	전화번호
1면제너	알론다운 프로세서년-한양여자대	-	-
1면제너	3-oh(기호1번 등을 서비스)	02-3772-0777(고객센터)	02-3772-5928
1면	더우시프? 지치고 피로 지시프? 이프 나만-제 플러스 마르나일 플드	090-022-1010	-
2면	도보여부가 결핍되기 반향-유형의 곁고 실은 길 (악)-아라인	02-552-1000	0
3면	경기도 가평 하판 (863년 국문상 피자)? 지분장-문명대원사면(대원도시보) 할 상영전화 가품)	02-549-6910(일요일,공휴일 상영전화 가품)	0
4면	아나공서 긴지은 현대학원의 변경후 상아카타(에유가의 방)	031-955-7476	fax 031-955-7476
5면	유원업 초대전 2008. 7.24(주) ~ 7. 30(수)	02-6731-6751(여원문의)	fax 02-6731-6751
6면	어른 사준어 필요하십니까?-김형포부 방드	02-3701-1021, 1024	-
6면	인터넷 경찰신문 경찰닷컴 이미지 장고	-	-
7면전면	상상만으로도 행복합니까?--곳신 태형 리조름가 있습니다.	02-562-0294(화원가인문외)	0
8면	공자원 태복의 문어 열리엔 프라공종의 사도비율 (지방 2006년 기념 C.B.S. 프루즈) 지 승영	02-745-6556	fax 02-757-52
9면	제5회 전국 보훈, 영조년 독서 감상문 발표대회	02-2642-8200	02-3981-3911
11면	필요한 상황이 됐을 때 <100원만 더 해라!> 영산의 인생에는 가격이 필요하지아	02-913-9592	팩스 02-913-9592
12면	그림 그리는 즐거움을 배운다! <스케치 별개 하기> <벽면화화실기 하기> <수채화실기하기>	02-720-5353	0
13면	<세종대원, 소말과 현선의 리더십> CEO 채용해제 뒤기는 언제나 기회였다!	02-322-7902-3	-
14면	은의 한없이 가지고 싶은것은 뽕뽕 뽕 뽕! <우리 반복술의 경쟁 100>	1598-1105	-
15면	윤성숙의 시내마라톤 '시내마라톤' PR 광고	2004-9000	-
17면	동백을로 예코의 최선강 모아나, 여행의 신이한 활동 (악)-영원해답	031-995-4000	fax 031-995-4000
19면	레이디 김한 83호	02-3701-1321	02-3701-1369
25면전면	새벽이슬에 강한 잔디로 개보문-방수 골프화)	02-542-2000	02-2690-9000
21면	중앙신문제플-모바일 친목포털서비스 광고-중앙에서 1200000 두드려왔던의 각종정보를 무료로 보실 수 있습니다.	02-3702-1822	(사설, 광고계)
22면제너	제철화재 온라인 자동화보화	1588-8382	0
26면	출판권 법무리미 거꾸로 날라방 에어 쉐인 광고-리스,현행,합부 모두가일-커우리아 Homeplus	1588-1546(계통 구입문의)	060-090-2446
27면	200 YPA 전광경 주가문화 대공 골드 (신화)EX-2008	02-396-3753	-
28면전면	힘이 있어 도셔도 사립도 더욱 깨끗해집니다. 오늘을 가계 미래를 만들어 줍니다. POSCO	02-3457-0114	054-230-0114

별지 3.

★ [명박반대] 7/25일자 조간신문 기업광고 (1)

remember

원호리서 (127.0.0.1) IP 주소: 127.0.0.1

조회 127

기업&미디어에 매일 아침 나오는 조간신문 기업광고 분석입니다  
 포털에서 "조간신문 기업광고"라고 치면 검색됩니다  
 이런 것도 삭제를 하는지 궁금합니다.. 삭제조치 안하면 달분간 매일 올릴 예정임..

<http://www.biznmedia.com/news/read.php?idyno=18371&rsec=S1N5>

[25일자 조간신문 주요 기업 광고]

신문사	지 면	크기	광고 주
조선일보	3	5단통	아우디
	11	전면	하이모 에어
	28	전면	삼성전자 센스
	D3	9+21	조아스전자
	D4	전면	하이마트
동아일보	3	9+21	원저
	11	전면	밀란
	32	전면	LG전자 휘센
	28	전면	기아자동차
	B8	전면	AIG손해보험
중앙일보	3	9+21	원저
	11	전면	대명리조트
	28	전면	OK캐쉬백
	D1	9+21	뉴욕그랜드



	C3	전면	신세계
	C4	전면	SK텔레콤
	C5	9+21	stx
	C6	전면	포스코
	C7	9+21	한국투자증권
	C8	전면	하이마트
	C9	5단통	금호건설
	C10	전면	SK건설
	C11	9+21	효성
	C12	전면	LG전자 휘센
한겨레	2	9+21	롯데칠성음료 류
	9	9+21	한국코카콜라 조지아
	16	9+21	이자복스
	17	전면	롯데백화점
	32	전면	현대자동차 베라크로즈
매일경제	3	8+27	SK텔레콤
	8	전면	SC제일은행
	14	전면	대양이앤씨 엠씨스퀘어
	B2	9+21	대우증권
	B3	9+21	닛산 인피니티
	B6	9+21	삼성증권
	B9	9+21	LG Chem
	B10	전면	hp디지털복합기

	14	신간	대강미안씨 김씨스케너
	B2	9+21	대우증권
	B3	9+21	닛산 인피니티
	B6	9+21	삼성증권
	B9	9+21	LG Chem
	B10	전면	hp디지털복합기
	B24	전면	LG전자 휘센
한국일본	3	8+27	SK알레콤
	5	5단통	대한항공
	9	전면	기아자동차 로체
	20	전면	롯데백화점
	32	전면	삼성전자 센스
한국경제	3	8+27	우리투자증권
	6	전면	비자카드
	9	전면	후지쯔
	B1	9+21	렉서스
	B2	9+21	아우디
	B3	9+21	쌍용자동차
	B6	전면	SK에너지
	B8	전면	현대자동차 그랜저
	B8	전면	현대자동차 그랜저