

'20년 1월 시청자위원회 운영실적

방송사업자명 : (주)지에스홈쇼핑

1. 회의개최

일 시	장 소	참석인원 수		비 고
		위 원	방송사업자	
20.01.16	GS강서N타워	10/10	5	-

- 시청자위원 불참자 : -
- 방송사 주요참석자 : 대외/미디어 부문장, 대외협력팀장, 심의팀장 등 5인

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구(건수)

방송편성	방송프로그램	자체심의규정	합 계
0	1	0	0

나. 사업자 반영(건수)

구 분	수 용	의견참고	반 론	합 계
건 수	1	0	0	0

다. 의견제시 또는 시정요구에 대한 조치내용

구 분	의견제시 또는 시정요구 내용	조치내용	제시 월
계	1건	1건	
방송 프로그램	판매량/시청률이 증가함에 따라 소비자 SR도 많을 것으로 예상됨. SR과 민원 처리 절차 및 블랙컨슈머 인지/관리 절차 등에 대한 기준을 보고바람.	당사는 1차 상담원 - 2차 민원실 - 3차 소비자보호팀 3단계에 걸쳐 민원 및 소비자 SR에 대해 관리하고 있음. 블랙컨슈머 또한 상당히 증가하고 있고 정확한 내부 프로세스를 정립하여 민원 처리 운영 중에 있음. 이 기준 외 해당사항에 대해서는 유관부서 협의 후 근거 기준을 가지고 내부 규정화하여 정확한 절차대로 운영하고 있고, 소비자 피해를 최소화하기 위해 다양한 방법을 고민중에 있음 <'20. 2 조치완료>	-

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요청내용	조치내용	조치일자	비 고
-	-	-	-

3. 기타사항

가. 시청자위원회 관련 정보 공개 사항

요청자(단체)	공개내용	공개방법
GS홈쇼핑 홈페이지	시청자위원회 월간운영실적	인터넷

나. 시청자위원 명단

(임기 : '19. 09~ '21.08.)

구분	성명	전·현직	추천단체	추천부문	비고
위원장	옥경영	<ul style="list-style-type: none"> •現 한국소비자학회 상임이사 •現 숙명여자대학교 소비자경제학 교수 	한국소비자학회	소비자보호단체	
부위원장	김정현	<ul style="list-style-type: none"> •現 고려대학교 미디어학부 교수 •現 한국방송학회 총무이사 	한국방송학회	언론관련 시민학술	
위원	박진용	<ul style="list-style-type: none"> •現 한국유통학회 차기 협회장 •現 건국대 경영학과 교수 	한국유통학회	유통단체	
위원	최난설현	<ul style="list-style-type: none"> •現 유통법학회 이사 •現 연세대 법학전문대학원 교수 	한국유통법학회	유통단체	
위원	고경신	<ul style="list-style-type: none"> •前 CISCO 마케팅 총괄 상무 •現 아름다운가게 그린사업국 국장 	아름다운가게	사회소외계층	
위원	최순옥	<ul style="list-style-type: none"> •장신대 사회복지학과 석사 •現 에델마을 사무국장 	에델마을	사회소외계층	
위원	최윤정	<ul style="list-style-type: none"> •前 SBS 프로덕션 제작국 프로듀서 •現 이화여자대학교 미디어학부 교수 	한국방송학회	언론관련 시민학술	
위원	정윤경	<ul style="list-style-type: none"> •現 국가기술표준원 제품안전전문위원 •現 소비자공익네트워크 사무총장 	소비자공익네트워크	소비자보호단체	
위원	정진환	<ul style="list-style-type: none"> •고려대 법학과 학사 •現 법무법인 김&장 변호사 	서울지방변호사회	변호사단체	
위원	윤주호	<ul style="list-style-type: none"> •서울대 정치학과 학사 •現 법무법인 태평양 변호사 	서울지방변호사회	변호사단체	
변 동 사 항					

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	최근 가공식품/간편식품 등의 판매량이 증가하고 있는데 실제 소비자의 경험을 토대로 방송에 적용할 순 없는건지. 실제 방송상품과 구매상품이 다른 것처럼 느낄 때가 있음.	식품 등에 대해서는 소비자 오인 및 과대광고를 지양하기 위해 정부부처와 당사 또한 엄격하게 관리 심의 하고 있음. (특히 표시광고 및 시연) 이에 따라 소비자의 직접적인 상품평은 개인차가 있을 수 있기에 방송 및 광고에 노출하지 않는게 원칙임. 시청자에게 정확한 정보를 전달하기 위한 개선방법에 대해 고민 후 차기 회의 시 보고 드리겠음.	○		