

# '21년 10월 시청자위원회 운영실적

방송사업자명 : (주)지에스리테일

## 1. 회의개최

일 시	장 소	참석인원 수		비 고
		위 원	방송사업자	
21. 10. 29	화상회의	10/10	6	-

- 시청자위원 불참자 : -
- 방송사 주요참석자 :  
주운석(사업지원부문장), 신석한(심의팀장), 오주연(차장),  
허남준(방송사업지원팀장), 오세영(차장), 김현제(과장)

※ 코로나19 관련 정부 지침에 의거 대면 접촉 최소화 위해 영상회의로 대체 진행하였습니다.

## 2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구(건수)

방송편성	방송프로그램	자체심의규정	합 계
0	2	0	0

나. 사업자 반영(건수)

구 분	수 용	의견참고	반 론	합 계
건 수	2	0	0	0

다. 의견제시 또는 시정요구에 대한 조치내용

구 분	의견제시 또는 시정요구 내용	조치내용	제시 월
계	2건	2건	
방송 프로그램	<p>위원장 및 부위원장 선임</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 운영기준에 따라 다른 위원장 및 부위원장 호선 결과, 김정현 위원장, 최난설헌 부위원장 선임 완료</li> </ul> <p>출연자의 복장 관련 규정 필요 여부</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 출연자의 복장에 대한 규정을 만드는 건 불가능해 보임. 출연자는 확실한 차별화를 위해 입은 것 같아 보임</li> <li>- 쇼핑호스트는 상품을 돋보이게 해야 하는 역할인데, 어떻게 보면 협력사에게 컴플레인 있을 법한 복장. 지상파의 문신 등 제재 가이드가 있는 것처럼 상품을 이해하는데, 프로그램을 시청하는데 방해가 된다면 복장 가이드가 필요한 것으로 보임</li> <li>- 중소기업 상품이라면 상품에 대한 집중력 방해 요소로 협력사의 컴플레인이 발생할 가능성이 높았을 것</li> <li>- 해당 복장은 제작진 등의 적극적인 의견 반영이 필요했을 것으로 보임</li> <li>- 고정 출연 쇼핑호스트는 복장에 대해 신경을 쓰겠지만, 게스트가 문제가 될 것으로 보임</li> <li>- 홈쇼핑만의 문제는 아니고 라이브커머스에서는 관련된 문제가 더 발생하는 상황. 중국에서는 스튜디오 운영 인력의 복장이나 이미지에 대한 규정이 되어 있음</li> <li>- 가이드를 내부 방침으로 만든다면 참고할 만한 내용으로 보임</li> <li>- 기획된 방송인데 사전에 프로그램 제작자들이 컨트롤이 되지 않은 점은 문제 가이드라인은 분명히 필요해 보임, 소비자들이 수용할 수 있는 범위가 어느 수준인지 검토하여 점검 프로세스에 반영하는 것이 어떨지</li> <li>- 가이드라인을 만들기보다 점검 프로</li> </ul>	<p>출연자의 과도한 복장에 대한 규정을 제정함에 있어 위원회의 의견을 적극 공감 및 수용하여 제작진, 심의부서와 협의한 결과 아래와 같이 개선방안 마련하였음.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 출연자의 개성 혹은 자유로운 복장 권리를 해칠 위험성이 있기에 규칙 제정은 불필요하나 심의규정 중 품위에 대한 규정 및 속옷 규정 준수</li> <li>2. 방송 전 협력사 미팅 및 게스트 미팅 시 기본적인 복장 규정 안내하는 프로세스 마련</li> </ol> <p>위원회의 의견을 받아들여 당사의 제작진, 심의부서 협의하였고 소비자 권익 보호를 위해 노력하고 있음. 계속해서 모니터링하고 추가적인 이슈 있는지 파악하도록 하겠음.</p> <p>&lt;21년 10월 조치완료&gt;</p>	9월

	<p>세스에 복장에 대한 부분도 넣는 부분 고려 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈쇼핑의 상품 소개, 정보 제공을 받고 싶은데, 시선이 자꾸 게스트에게 가는 것에 대해서 소비자가 불편을 느낀 것 같음</li> <li>게스트들이 상품과 관련 없는 멘트를 하는 것에 대해서 가이드가 있는지 궁금</li> <li>- 상품 정보에 집중하지 못하게 된 상황에 대해서 불편을 느낀 것으로 생각</li> <li>- 방송을 제작한다는 것은 여러 가지로 고려해야 할 점이 많아 어렵겠구나 생각됨. 규제가 강하면 제작의 자율성이 저해될 가능성 높음.</li> <li>소비자가 판단해야 하는 부분, 너무 엄격한 규제보다는 자율성을 보장할 필요는 있음</li> <li>- 복장에 대한 규정을 만드는 것은 상당히 어렵고, 출연자의 개성을 해치고 자유로운 복장 권리를 해칠 가능성이 높음</li> <li>절차, 프로세스를 만드는 것에 대해 동의함</li> <li>- 심의 규정에서는 제6조, 제 10조 위반에 대해 검토가 필요할 것으로 보임</li> <li>해당 복장이 소비자의 올바른 선택을 하도록 홈쇼핑 방송의 기능을 저해할 정도인지 상품판매의 목적을 저해할 정도로 이르렀는지를 확인할 필요가 있고, 절차 등을 통해 점검 필요</li> </ul>		
--	---	--	--

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요청내용	조치내용	조치일자	비 고
-	-	-	-

3. 기타사항

가. 시청자위원회 관련 정보 공개 사항

요청자(단체)	공개내용	공개방법
GS리테일 홈페이지	시청자위원회 월간운영실적	인터넷

## 나. 시청자위원 명단

(임기 : '21. 09~ '23.09.)

구분	성명	전·현직	추천단체	추천부문	비고
위원장	김정현	•現 고려대학교 미디어학부 교수 •現 한국방송학회 총무이사	한국방송학회	언론관련 시민학술	
부위원장	최난설현	•現 연세대 법학전문대학원 교수 •現 유통법학회 이사	한국유통법학회	유통단체	
위원	박진용	•現 건국대 경영학과 교수 •前 한국유통학회 학회장	한국유통학회	유통단체	
위원	최윤정	•現 이화여자대학교 미디어학부 교수 •前 SBS 프로덕션 제작국 프로듀서	한국방송학회	언론관련 시민학술	
위원	고경신	•前 아름다운가게 그린사업국 국장 •前 CISCO 마케팅 총괄 상무	아름다운가게	사회소외계층	
위원	최순옥	•現 에델마을 사무국장	에델마을	사회소외계층	
위원	서인주	•現 상명대 경제금융학부 교수 •前 한국소비자업무협회 회장	한국소비자학회	소비자보호단체	
위원	김미경	•現 한국부인회총본부 사무총장 •現 대한화장품협회 광고심의위원	한국부인회총본부	소비자보호단체	
위원	이현규	•現 법무법인 김&장 변호사	서울지방변호사회	변호사단체	
위원	마경태	•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	<p>시청자의견 : 국내 여행상품에 대한 시청자 제시 사항 방심위 제재 관련 : 순대국 구성에 대한 시청자 기만 여부</p> <p>고경신 문제점 파악 후 빠르게 수정하신 부분에 대해 먼저 칭찬하고 싶다. 워드 코로나가 본격화되면 향후 여행상품 수요가 많이 늘어날 것인데 GS홈쇼핑이 식품은 까다롭게 현장조사하고 계신 반면 여행상품은 실제 현장 확인 등을 진행하는지 궁금함. 지금 다인리조트 상품평 찾아보니 GS를 믿고 샀건만 실망했다는 상품평이 있다. 이런 부분들은 내부적으로 제재 조치나 어떻게 관리하고 있는지 궁금함. 상품평을 보니 엘리베이터가 없어서 힘들었다거나 청소 상태가 불만이었던 등 다른 불만 이슈들도 많이 있었음. 따라서 이 상품은 방송에 잘못 고지된 부분 외에 다른 사항들도 계속 모니터링할 것으로 믿음. 또한 즉시 수정 후 소비자에게 안내했다고 하는데 얼마나 빠르게 응대가 되었는지 궁금함.</p> <p>김정현 적절한 조치 취하지 않았나. 정보를 좀 더 꼼꼼히 점검해야겠다는 계기로 삼아야 할 것 같다. 전반적으로 후속조치는 잘 이루어진 것 같음</p> <p>마경태 조치를 적절하게 잘 취했다고 생각함. 궁금한 점은 시청자 의견이 접수되면 즉시 수정해서 반영하기까지 기간을 어떻게 하겠다는 목표가 있는지. 다인리조트 건은 여행상품의 퀄리티에 대한 문제라서 이 부분은 신경을 쓸 필요가 있을 것 같음. 순대국 사례는 팩 수가 다른 것이 명확하여 소비자 입장에서는 인지할 수 있었을 것이라고 생각됨. 이 정도 표시했으면 충분하지 않았나 생각은 든다.</p>	<p>MD는 당연히 실사 진행하고 있고, GS는 여행상품에서도 품질 관리에 신경을 많이 쓰고 있음. 이 건은 코로나 상황이라 출장이 좀 어려웠다는 사정이 있었고, 제주 지역은 잘 알고 있는 곳이라는 생각에 조금 안일하게 생각하고 준비하지 않았나 생각함.</p> <p>시청자 제안사항은 가급적 즉시 수정하여 추가적인 고객 손해 발생 또는 고객 피해가 확대되지 않도록 노력하고 있음. 다만 고객의 불만에는 주관적인 평가가 개입되어 있을 수 있기 때문에 사실관계 확인 등에 일부 시일이 소요되는 측면은 있음</p> <p>내부적으로는 재발방지 등을 위해 등급제 등을 시행하고 있음. 쇼핑호스트 등이 본인의 과실로 과장된 멘트를 하기도 함. 이에 대해서는 심의팀이 24시간 생방송 심의를 진행 중</p> <p>쇼핑호스트 멘트 실수, 허위 또는 기만적인 발언을 할 경우, S, A, B, C로 등급을 마련하여 평가 중. S, A 급은 즉시 정정 아니면 사과 방송, 방송 후 고객 고지 진행하고 있음. 심각한 건은 내부적으로 쇼핑호스트에게 등급을 부여하여 제재 중임. 위원회의 의견을 적극 공감 및 수용하여 제작진, 심의부서에 전달하고 차기 회의 시 결과 보고 드리겠음.</p>	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>이현규 프로세스적으로 이러한 상황이 재발하지 않도록 장치를 마련하는 것이 중요하다고 생각함. 불편하더라도 이러한 방송사고가 발생한 이유에 대한 책임 소재를 따지는 것이 필요하다고 봄. 어디서 실수가 발생하게 된 것인지 내부적으로 확인하는 프로세스가 있지 않겠나. 내부적 문제였다면 재발 방지를 위한 프로세스를 만들고, 외부 문제였다면 그 책임에 대해 협력사에 어떻게 불이익을 줄 수 있을지 고민이 필요. 다만, 외부에 주는 불이익은 갑질 이슈 때문에 어려움은 있을 것 같다. 제가 찾아본 사례는 미국의 기만적인 광고를 규제하는 내용에 관한 것인데, 일부 법원들이 정량화된 기준을 제시한 바 있음. 신뢰할 수 있는 설문조사를 통해 소비자의 약 20%가 오인하였다면 기만 광고로 보고 있음. 이러한 사례를 참고하여 제재 조치 시에 소비자에 대한 설문을 진행하여 참고하는 방안도 고려하면 좋겠다.</p> <p>순대국은 3팩에 추가 구성 2팩을 더하면 결국 5팩이니까 맞는 것 아닌지 의문.</p> <p>최난설현 다인리조트 제품 및 예약 문의처는 티오엔. 취소 및 환불 문의는 GS홈쇼핑 고객센터. 이렇게 나뉘어져 있다보니 상품의 구성 자체에 대한 문제들은 GS가 부담하지 않는 것처럼 보여 고객 보호가 조금 취약해 보임. 다인리조트를 아고다나 다른 사이트에 검색해보니 박당 가격이 5만원 밖에 안되서 크게 매력적인 상품이 아니라고 보임. 인피니티풀을 이용하고 3~4인이 이용해야 그나마 메리트가 있어 보임. 이런 내용은 방송 전에 확인하여 보다 양질의 여행 상품을 판매하는 것이 좋지 않을까 생각함.</p> <p>순대국 상품은 타사의 상품평을 보니 구성품이 넉넉했다는 평가들이 많이 있었음. 향후에도 정확한 표기만하면 문제되지 않을 것으로 생각됨</p> <p>최순옥 제주 다인리조트 가는 경우 제가 보육원 아이들을 데리고 가면 어떨는지 생각해 봄. 해변에서 가깝다는 점이 매력으로 느꼈을 것 같은데 사실과 다르다면</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>화가 많이 났을 것 같다. 정보 정정은 당연한 것이고, GS홈쇼핑을 믿고 구매한다는 점에서 많이 실망스러운 사례가 아닌가. 고객 입장에서는 한 번 실망하면 다음부터는 구매를 망설이기 때문에 주의가 필요하다. 방송 중간부터 시청하기 시작해 쇼핑호스트 멘트가 아닌 자막을 보고 상품을 구매하는 고객도 많기 때문에 자막으로까지 나간 점은 큰 실수라고 생각. 재발 방지를 위한 체계를 가지고 있다고 하니 다행이라고 생각하지만 주의 필요.</p> <p>순대국은 소비자 입장에서는 육수만 2인분이니까 다른 구성품도 같은 구성으로 포장을 하는 것이 더 좋지 않았을까 생각함.</p> <p>서인주 전반적인 TV홈쇼핑 소비자 불만 접수 현황 자체는 감소 추세. 본 건들은 TV홈쇼핑에서는 기본적으로 법 위반 등 소지 없는지 확인해야 할 것. 여행 상품은 판매자가 알리고 싶은 강조하고 싶은 정보, 고객이 원하는 내용 등의 차이가 심한 상품.</p> <p>최윤정 여행상품은 가격대가 높고 기회비용이 크기 때문에 큰 잘못이라고 생각됨. 영상적으로도 바로 바다가 보여서 고객에게 오인을 줄 수 있어 영상 사용에서도 주의. 순대국은 실제 제품과 시연을 동일한 구성으로 해야 이러한 오해를 방지할 수 있을 듯. PD 등의 실수를 모니터링 해야 함.</p> <p>박진용 여행 방송에서 제공하는 정보(거리, 편의 시설 이용, 이동, 부대 시설 등)은 소비자가 구매를 결정하는데 있어서 중요한 역할을 함. 따라서 시청자들이 혼돈하지 않도록 명확하게 이해할 수 있는 정보가 전달되어야 하는데, 이번 불만 point 두 개 사례의 경우 혼돈의 여지가 높음. 따라서 방송 협력사와 정보 확인에 대해 크로스 체크를 충분히 수행한다면 이와 같은 피해와 불만을 방지할 수 있겠음.</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>이 사례와 같이, 식품 포장의 경우, 인분 및 내용량에 대한 표시와 언급이 중요하다 판단됨. 따라서 '1팩에 몇 인분' 인분 표현을 명확히 하거나, 인분 표현을 모두 제거하고 그램으로만 나타내어 정확한 정보만을 표현하는 것이 개선책이 될 수 있을 것 같음.</p> <p>김미경 홈쇼핑에서 노출정보와 다른 점에 대한 시청자 불만 접수 후 수정하신 개선 사항에 대해 적절하였다고 생각함. 다만, 특히 여행 상품의 경우 사례에도 나와 있듯이, 여행 상품에 대한 주변 및 부대시설 접근성과 편리성 등에 대해 앞으로는 좀더 정확하게 소비자들에게 정보를 제공할 수 있는 내용으로 방송이 되었으면 함. 타사의 경우는 호스트인지 게스트인지는 모르겠으나 설명중에 소비자가 오인할 수 있는 '이게 2인분이에요' 라는 멘트가 있었던 것 같다. 하지만 GS에서는 정확한 설명인 '육수와 순대를 소분하여 별도로 구성되어 있다'는 자막 또는 설명의 안내가 있어서 괜찮다고 생각함.</p>				