

2023년 12월 시청자위원회 운영실적

방송국명 : (주)지에스리테일

1. 회의개최

연번	일시	장소	참석인원				회의형태		
			시청자 위원 (참석인원 /총인원)	방송국		총 인원 (명)	대면	온라인	서면
				경영진 (명)	경영진 외(명)				
	23.12.22	GS강서N타워	10/10	1	5	16	○		

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 심재웅, 서인주, 정사강, 이현규, 마경태, 김미경, 신영수, 최정혜, 한명삼, 서현선

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급) : 배재성(전략부문장)

- 경영진 외 : 신석한(심의팀장), 오주연(부장), 허남준(방송사업지원팀장), 오세영(부장), 신지수(차장)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예·오락 (스포츠)	기타	소계		
-	-	-	-	10	10	-	10

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	10	-	-	10

* 시청자위원 제시의견 수용비율 기준으로 평가(활용비율 0%는 0점)

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
방심위 조치사항	<p>1. 방심위 조치 사항 : 여행방송의 과대 광고 여부</p> <p>(정사강) 식사 관련해서가 제일 걸렸음, 불포함 사항 중 2번 조항의 경우 왼쪽에서 보이는 화면에는 식사가 항목으로 들어가 있고, 그 밑에 모두라고 되어있고, 이 부분이 혼동이 되는 것 같음. 석식은 일정은 어떻게 되는 건지.</p> <p>(한명삼) 금액대가 저렴하지만, 요즘 구매자들은 인터넷 검색해 보고, 알아보게 되는데, 시청자와 구매자는 다름, 구매자는 마음에 있어서 신청했는데, 과정에 있어서 "모두:를 생각했던 거랑 상담 과정에서 빠졌다고 인지하는 부분에서 감정이 어떨지, 이런 부분을 어떻게 관리하고 예상하는 게 좋을지 생각했을 때 부정적인 생각이 있음. GS홈쇼핑에 대한 신뢰가 낮아져서 한번 더 검색하고 알아보게 될 것 같음</p> <p>(김미경) 화면의 모두 포함 다음 특식 얘기 나오는데, 화면이 나오는데 옆에 설명할 때 얘기 안 해주고, 석식 얘기 없이 화면만 보여주고 넘어감. 해당 부분을 설명해 줬으면 앞에 있는 모두가 넘어갈 수도 있겠는데, 보이는 화면은 우리는 보여줬는데, 소비자가 못 봤다고 될 수 있기 때문에 보여주는 걸로 끝날 것 같아서 설명을 넣어주고, "모두"만 강조하고, 이미지도 아예 안 보여주면 상관없는데, 이미 보여준 이미지에 대해서는 설명이 없었을까 라는 생각이 들어서 일반 소비자가 볼 때 충분히 오인 가능성 있음.</p>	<p>여행 상품을 방송하면서 저렴한 가격에 항공/숙소/식사 포함을 강조하기 위해 '모~두 포함'이란 표현으로 광고하였으나, 실제 불포함사항은 가이드/기사 팁과 일정 중 석식 2회가 불포함이고, 불포함사항에 대해서는 방송 전반에 걸쳐 하단 스크롤 자막, 전면 자막, 성우 멘트 등으로 안내하였음.</p> <p>이와 같은 방송표현이 과장된 광고로서 시청자 오인을 야기할 여지가 있을지에 대해 논의한 결과, 오인 소지가 다분하다는 위원님들의 의견을 수렴하여, 방송영상에 대해 전면 수정하여 개선 완료하였음.</p> <p>계속 모니터링하고 개선하여 시청자 불편함 없도록 주의하겠음.</p> <p>[23.12 조치완료]</p>	11월

석식 2회 설명해 줘야 함, "모두"만 강조, 화면은 다 보여주고 설명 없어서 오인 가능성 있음.

(신영수)

"모두" 표현 문제, 소비자한테 가격 경쟁력이 있으니 그 부분 부각.

소비자 구매 결정에 미치는 영향 정보가 객관적 사실에 부합한 지인데, 아닌 것 같음.

그 다음 소비자 오인 발생 생기는데 따라 공정위에서 발생하는데,

"모두"라는 표현이 문제될 것 같고, "전 일정, "최고"등의 표현이 문제.

모두라는 표현만 주의하면 리스크 감수할 수 있겠음.

(한명삼)

입장 차이 같음 / 소비자 입장에서는 내는 돈 없다 라고 생각.

가이드 팁은 인지하고 있으나 선택권 광이나 그 비용을 소비자가 내야 하는지 생각할 수 있음/표시 법률에 보면 중요 사항 공지해야 함

쇼핑호스트 멘트가 혹하게 하고, 소비자가 따져봐야 하지만 쇼핑호스트 멘트에 선택하는 경우가 있음.

뒤에 상담해 준다고 했으나 선택하겠다는 마음에 보면서 결정되니까 자막 외에 쇼핑호스트가 선택 사항을 잘 확인하라고 하거나 불포함 말하지 말고, 멘트가 중요함

(최정혜)

모두 포함해서 전 일정 가이드 통해는 옵션 관광에 있는 것 같고, 개인 일정이 없는 것처럼 느껴지는데, 모두 포함은 모두를 포함한다고 생각하고 전 일정 가이드 통해라는 문구가 없으면 나에게 선택 관광의 시간이 주어지는 거고, 개인 돈을 써야 한다고, 식비가 들어갈 수 있다는 여지가 생길 것 같은데, 모두 포함과 전 일정 가이드 문구가 동시에 나오니, 모두 포함보다는 가이드 전 일정 동행이라서 나에게 자유시간 주어지지 않기 때문에 전체 일정을 여행사에서 커버해 준다고 오해의 포인트가 뒷부분에도 무게가 실리는 것 같음,

이 부분을 조정할 필요가 있을 것 같음, 모두 포함은 단체 행동에는 맞는데, 전 일정 가이드 동행은 오인 소지가 있을 것 같음.

모두 포함_전 스케줄 관리해 준다고

생각함/개인 일정 빼고 포함.
"모두 포함" 단체 맞는데, "전 일정 가이드 동행" 문구 수정 필요

(마경태)

여행에서 "모두 포함"은 아침 점심 저녁 포함한 거로 익숙할 텐데, 점심도 제공 안 되는 것 같고, 그렇다고 해서 이런 잣대를 적용하는 게 맞는지, 아닌 것 같고, 호텔 패키지 사용 시 일반 조식 포함이 일반적인 거고, 모두 포함하고 점심 별도라든지 최소한의 단서만 달아도 괜찮을 것 같음.

팁까지는 아니어도 모든 식사가 커버되지 않는다는 부분이 들어가야 함.

(서현선)

'모~두 포함'이라는 표현은 '해당 여행에 소요되는 모든 경비가 포함되어 있다'는 오해를 불러 일으킬 수 있다고 생각됨.

자막이나 성우 멘트로 공지가 되었기 때문에 이 같은 방송 광고가 과장된 광고라고 하기는 무리가 있지만 일부 시청자에게는 분명 오인될 소지가 있으니 '모두'라는 표현은 제외하는 것이 필요하다고 생각함.

(심재웅)

"모두"라는 표현은 3박4일 간의 비용이 전부 포함되는 것이라는 생각을 심어주기 충분했음.

안건 자료 상에는 불포함 사항이 하단 스크롤 자막, 전면자막, 성우 멘트로 나갔다고 되어 있으나, PPT 마지막 방송 영상에서는 확인할 수 없었음.

만일 실제 방송에서 다양한 방식으로 불포함 사항을 안내했다면, 업체도 오인을 줄이기 위한 최소한의 노력을 했다고 볼 수 있음. 하지만, 소비자가 더 집중해서 보는 것은 상품광고에서 무엇이 포함되는 하는 것임. 그런 면에서 "모두" 포함된다는 점만이 계속 반복되고 강조되었다는 측면은 다소 문제의 소지가 있어 보임.

포함되는 식사나 관광을 강조하는 방식으로 멘트를 구성할 수도 있었을텐데, 불포함 사항에 대한 모든 걸 자막으로 처리하면 된다는 다소 안일한 접근을 하고 있다고 느껴짐. 이럴 경우 해당 상품에 대한 시청자의 불만이 더 커질 것으로 생각함.

시청자권익이 더 강조되고 있는 상황에서 조금 더 시청자의 오인을 줄일 수

	<p>있는 접근이 필요해 보임.</p> <p>(이현규) "항공, 호텔, 식사, 관광까지 모~두 포함"이라는 문구는 항공, 호텔, 식사, 관광 뿐만 아니라 모든 비용이 포함되어 더 이상 추가 지출이 없다는 의미로 읽히기에 무리가 없음. 하단 스크롤 자막은 위 캐치프레이즈에 비해 인지하기 어려울 수 있고, 해당 문구가 나오는 순간에 동시 안내되지 않으면 시청자 오인 가능성은 충분한 것으로 보임. 식사 모두 포함임에도 석식 2회 불포함은 명백한 허위 광고로 판단됨. 이런 점을 고려할 때 "모두 포함" 문구 사용은 배제하거나, "모두 포함" 바로 밑에 일부 제외사항을 같이 시청자가 바로 인지할 수 있게 표시해야 시청자 오인가능성이 없을 것으로 보임</p>		
총 건수	10건		

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요 청 내 용	조 치 내 용	조치일자	비고
-	-	-	-

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기: 2023.1 ~ 2023.12)

성 명	생년월일	전·현직	변동사유	비고 (임기)
윤경희	751216	現 중앙일보 이노베이션랩 부장	-	1년
김호중	670707	現 시민 옴부즈맨 대표	-	1년
서아론	840430	現 녹색소비자연대전국협의회 부장	-	1년

3. 시청자위원회 운영 효율성

평가기준	해당여부
시청자불만, 시청자평가원 의견, 방심위 조치 등 활용 여부 ※ 활용 시 '의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변' 실적표에 확인할 수 있도록 명시 필수	○
토의안건 사전공지 및 상시적 의견 개진 창구 운영 (사전 검토를 위한 위원 게시판, 단체 채팅방 운영 등)	○

4. 기타사항

가. 시청자위원회 회의록 공개 사항

요청자(단체)	공개내용	공개방법
GS리테일 홈페이지	시청자위원회 월간운영실적	인터넷

나. 시청자위원 명단

(임기 : '23. 09~ '25.09.)

구분	성명	전·현직	추천단체	추천부문	비고
위원장	심재웅	•現 숙명여대 미디어학부 교수 •前 한국방송학회 총무이사	한국방송학회	언론관련 시민학술	
부위원장	서인주	•現 상명대 경제금융학부 교수 •前 한국소비자업무협회 회장	한국소비자학회	소비자보호단체	
위원	정사강	•現 이화여대 커뮤니케이션미디어연구소 연구위원 •前 한국언론학회 총무이사	한국언론학회	언론관련 시민학술	
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	
위원	최정혜	•現 연세대 경영학부 교수 •現 한국유통학회 이사	한국유통학회	유통단체	
위원	신영수	•現 경북대 법과대학 교수 •現 한국유통법학회 이사	한국유통법학회	유통단체	
위원	한명삼	•現 기아대책 행복한나눔 본부장 •現 사단법인 로템복지회 감사	기아대책 행복한나눔	사회소외계층	
위원	서현선	•現 한양대 사회혁신융합전공 겸임교수 •現 사교육걱정없는세상 이사	사교육걱정없는세상	학부모단체	
변 동 사 항					

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방 심 위 조치사항	<p>1. 방심위 조치 사항 : 심의 제재 후 내부 개선안 관련</p> <p>(서인주) 기존에도 방송 중 정정 프로세스가 있었던 것으로 보이는데, 최근 방송에서 방송중 쇼핑호스트에게 멘트 정정 요청을 했음에도 반복적으로 재멘트한 사례에 대해서 방심위가 제재를 가한 것으로 보임 이에 개선안을 만들고 정정보완 체계를 강화한 것은 바람직한 방향으로 개선되었다고 보여짐</p> <p>(이현규) 한 방송에서 세 번씩 정정 요청을 했음에도 정정이 제대로 이루어 지지 않은 것은 방송 PD가 정정하고자 하는 강력한 의지가 없었던 것이라고 외부에서는 판단할 수 있음 정정 프로세스를 강화하고 그에 준하여 방송 운영을 해야 한다고 생각함 일반 방송PD와 홈쇼핑PD의 역할이 좀 다를 수도 있다고 생각하는데 방심위에서 바라보는 홈쇼핑PD는 방송을 책임지는 역할로 보고 있어 PD를 통한 방송중 정정 보완체계를 세분화하여 프로세스를 만들어 둘 필요가 있을 것으로 보임</p> <p>(서인주) 심의프로세스도 결국 방송심의 제재를 줄이고, 고객 컴플레인을 줄이기 위해 필요한 것으로 보임 내부적으로도 심의팀에서 가지고 있는 기준을 명확하게 프로세스화 하여 PD, MD와 공유할 필요가 있음 방송 중 즉시 정정 요청을 하더라도 멘트 정정이 되지 않는다면 방송 심의 제재 대상이 되기 때문에 방송 중에 정정이 될 수 있도록 강력한 조치를 취할 수 있는 개선안은 적절한 것으로 보임</p>	<p>의료 기기가 아닌 공산품 기기에 대한 방송 시, 기기 만으로 효능효과를 설명하여 의료기기로 오인케 한 부분에 대해 심의 제재를 받았음. 이와 관련해서 개선 프로세스를 마련하였고, 위원들의 개선방안에 대한 의견을 구하고 적극 수용하여 프로세스 마련하도록 하겠음.</p>	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>(서현선) 협력사 게스트의 경우에는 특정 홈쇼핑사와의 독점적인 계약관계가 아니기 때문에 특정 홈쇼핑사에서 제재 수준의 멘트를 발언한 이후 책임을 지지 않고 다른 홈쇼핑사에 출연하는 등의 도덕적해이 상황이 발생 할 수도 있을 것 같음 심의 제재 결과는 협력사가 아닌 홈쇼핑의 책임이기 때문에 게스트의 멘트를 정정하기 위한 체계를 강화하는 것은 바람직 한 것으로 보임</p> <p>(심재응) MD와 PD가 상품판매를 위해 노력하면서도 방송 심의를 위해 프로세스를 따르고 실시간으로 정정 요청을 하는 등의 노력을 하는 점이 인상적임 내부 심의기준에 따라 방송을 리뷰하고 개선하는 등의 노력도 인상적이거나 방송 후 모니터링에 따른 내부 리뷰 등급 S등급, A등급이 혼란을 줌 일반적으로 S, A등급은 좋은 평가로 쓰이고 있음, 매우 부족, 부족 등의 용어가 더 적합해 보임 정정자막에서도 '방송취지와 다르다라는 다르다는 점을 알려드립니다'라는 멘트보다는 다른 표현이 더 좋지 않을까 제안함</p> <p>(마경태) 부적절한 멘트에 대해서 그 '책임을 누구에게 물을 것인가'라고 생각해본다면 그 책임은 물론 협력사, 게스트, PD 모두에게 있겠지만. 현실적으로 PD가 책임을 지는 구조일 수밖에 없다고 보여짐 처음 보안체계 강화 안을 보았을 때는 PD에게 너무 책임을 전가하는 것이 아닌가 라는 생각도 했지만 방송판매 채널 특성상 협력사에게 책임이 있다고 한다면 결국 협력사는 떠나갈 것이고, 게스트에 대한 교육을 강화한다고 하더라도 얼마만큼 따를 것인가하는 의문임 결국에는 PD에게 책임을 강화시키는 현재의 보완체계 강화 방안이 현재로서는 최선의 방안으로 생각됨</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>(신영수) 홈쇼핑 방송의 내용에 대한 책임이 누구에게 있는지 생각하게 됨 게스트 섭외권은 협력사에 있는데, 게스트의 멘트가 두세번씩 정정이 되지 않았다는 것은 게스트가 역량이 부족하거나 악의적인 부분이 있었다고 봄 그렇지만 방송심의를 홈쇼핑사가 받고, PD가 책임을 지게 되는 구조임 방송 중 정정 보완체계 강화는 PD를 컨트롤하는 프로세스지만 협력사와의 관계에서 사전에 이 문제를 어떻게 예방할 수 있는지 고민이 필요함 사후적인 대책 외에 계약서 상에 협력사가 방송 심의 제재를 받는 경우에 대해서는 일정부분 책임을 지게 하는 등의 방안을 강구할 필요가 있음</p> <p>(서현선) 제재의 내용이 거의 PD대상이고, 문제의 멘트를 한 호스트, 게스트의 경우 제재가 거의 없는 것으로 보여짐 사고방송을 하는 경우 게스트의 문제가 된 장면이나 영상을 공유해서 어떤 사람이 제재 대상 멘트를 했는지 알리는 것은 필요함</p> <p>(최정혜) 구조적으로 협력사에게 불이익을 주기 어려운 상황임을 이해함 1년에 1-2번 외부에 문제가 되는 경우이기 때문에 아직까지는 협력사에 대한 특별한 조치가 필요한 부분은 아닌 것 같음 멘트 미정정 등으로 인한 외부 제재가 늘어나는 경우에 협력사 조치에 대한 부분을 고민해도 될 것으로 보임</p> <p>(정사강) 방송 중 정정 보완 체계 중 3차 정정 요청 미반영 시 출연자 마이크 조정의 경우는 매우 강력한 조치라고 보는데, 시청자에게 방송사고로 비취질 수도 있을 것으로 보임 3단계 마이크 조정 등의 조치가 진행될 경우 사전고지가 꼭 이루어져야 할 것임</p> <p>(한명삼)</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>심의 절차가 굉장히 짜임새 있게 잘 이루어져 있음</p> <p>해당 프로세스가 강력한 조치이기에 3차까지 가지 않도록 사전에 관리가 잘 되어야 할 것으로 보임</p> <p>(김미경)</p> <p>협력사의 민원이나 반발이 있음에도 불구하고 단계별 정정 체계를 수립했다는 것은 소비자의 오인이나 민원을 사전에 예방하고자 하는 의지로 보여지고, 해당 프로세스는 잘 짜여진 조치로 보여짐</p> <p>또한 3차까지 가지 않도록 사전 조치하는 것이 가장 좋은 방안이라고 생각됨</p> <p>(신영수)</p> <p>홈쇼핑이 대규모유통업자이기 때문에 기본적으로 법적지위가 낮고 협력사를 을로 보고 있고, 법은 갑을 제재해서 을을 컨트롤하겠다는 전제인데, 이번 케이스에서는 그 구도가 깨져 있는 상황에서 발생하는 문제로 보여짐</p> <p>(심재웅)</p> <p>해당 제재 사례는 게스트가 공산품 기기와 크림을 함께 사용할때 효과가 있다는 점을 명확하게 몰랐을 가능성도 있다고 보임</p> <p>몰랐기 때문에 의도하지 않고 멘트를 했을 수 있음</p> <p>게스트가 멘트를 잘못했을 경우 "크림과 같이 사용했을 때의 효능효과임을 말씀드립니다" 등의 자막을 동시 송출하여 멘트를 보완 할 수 있도록 하는 방안에 대해서도 좀 더 고민해볼 필요가 있음</p>				