

2024년 2월 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) | | | | |
| | 24.2.23 | 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), 배소희(매니저)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

| 방송 편성 | 방송프로그램 | | | | | 자체 심의규정 | 합계 |
|----------|--------|----|----------------|----|----|------------|----|
| | 보도 | 교양 | 연예·오락 (스포츠) | 기타 | 소계 | | |
| - | - | - | - | 16 | 16 | - | 16 |

나. 사업자 반영

| 구 분 | 수 용 | 의견 참고 | 반 론 | 합계 |
|-----|-----|-------|-----|----|
| 건 수 | 16 | - | - | 16 |

* 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 : 방송 형태 혼합 이슈</p> <p>(오세영) 홈쇼핑 생방송 진행 중에 이전에 송출된 홈쇼핑 녹화본을 함께 보여주는 상황임. 홈쇼핑 쪽의 가장 큰 이슈가 비용이기에 제작비 등을 줄이기 위한 방법으로 생방송 및 녹화본을 함께 방송하는 방식이 출연한 것 같음. 타사들은 이미 작년 말부터 시작한 상황이며, 해당 방식이 재방이나 생방이냐의 구분을 명확히 해야 함. 타사에서 가장 큰 제재를 받았던 것 중 하나가 생방송인 척 재방송을 내보낸 것임. 홈쇼핑이다 보니 같은 상품이라도 동일한 내용이 나올 때가 많아 동일한 쇼호스트와 동일한 내용으로 새로 방송을 촬영하는 것을 재방송으로 대체한다면 비용 절감을 할 수 있음. 다만 법적인 이슈가 있을 수 있기 때문에 타사 홈쇼핑 영상처럼 진행하여도 시청자 입장에서 생방송으로 받아들여질지의 여부와 보다 강력한 제재를 가하는 것이 맞는지 논의해보아야 함.</p> <p>(서현선) 해당 방식을 생방인지 판단함에 있어 중요한 잣대는 시청자 의견이나 판매 상황 등 중요한 순간에 대처가 바로바로 충분히 이뤄지의 여부임. 더불어 녹화인지 생방송인지 정확히 표시하는 것이 중요함.</p> <p>(최정혜) 예시 영상은 충분히 생방송으로 인식할 수 있으나, 라이브인지 실시간인지 더 명확하게 보여질 수 있도록 하는 것이 좋아보임.</p> | <p>재방송 리플레이와 라이브 방송이 혼합되어 있는 방송 형태에 대해 생방송으로 볼 수 있는지에 대해 논의 한 결과, 재방송 및 녹화일에 대한 고지만 명확하다면 추가적인 고지가 필요해 보이지 않는다는 의견을 수렴하여, 기존 영상을 활용하여 쇼호스트 출연 및 방송 날짜 명확히 표시, 라이브 문구를 상단에 적시하여 오인 없도록 방송 완료하였음. 계속 모니터링하고 개선하여 시청자 불편함 없도록 주의하겠음.</p> <p>[24. 2 조치완료]</p> | 1월 |

(오주연)
타홈쇼핑에서 진행했던 건이 이미 방송되었기 때문에 1차 소명 요구를 받은 상황임.

위원회 안건은 아니고, 사후 처리 및 종결 된 건으로 올라감.

해당 형태의 방송은 메인 호스트가 아닌 연차가 낮은 호스트가 진행하였으며, 해당 방송 뒤에 진행되는 것이 메인 호스트가 진행하는 높은 목표를 가진 방송임.

(허남준)
해당 영상이 PGM에서 차지하는 방송 비중은 어느 정도인가?

(오주연)
한 아이템 당 20분 정도 진행하며, 해당 영상과 같은 형태는 10분 정도로 진행 될 것임. 설명이 반복적이기 때문에 입주 시간은 50% 정도일 예정임.

(김미경)
작은 화면으로 계속 생방송을 진행하는 쇼호스트가 나오는가?

(오주연)
녹화방송이 송출 될 때는 작은 화면으로 생방 쇼호스트가 출연함. 씨제이는 녹화 방송 송출 시, 생방송 쇼호스트를 출연시키지 않음. 씨제이도 해당 형태로 방송을 해보았으며, 생방송으로 오인된다고 판단하여 현재는 생방송 쇼호스트의 모습이 보이게 진행 하지 않고 있음. 더불어 녹화방송의 일자를 미리 고지하고 라이브라는 표시도 하기에 그러한 오인 사항을 줄여가려고 노력 중임.

(이현규)
홈쇼핑 측은 재방송 고지를 하고 싶지 않다는 것인가?

예시 영상을 본다면 방송 일자만 기재되어 있으며, 해당 화면이 기존에 방송되었다는 고지는 전혀 없는건가?

(오주연)
쇼호스트가 해당 녹화본 송출 전에 영상이 언제 방송된 영상인지 설명하고 송출 됨.

(이현규)
재방송에 관한 정의 규정이 따로 나와 있지 않음. 재전송의 의미는 어떠한 편

집도 하지 않고 내보내는 것을 말하기에 재방송도 비슷한 의미로 해석할 수 있음. 그런 측면에서 본다면 민원적으로는 재방송이라고 단정 짓기 어려움.

그러나 심의 규정의 취지 측면에서 본다면 소비자가 생방송으로 오인할까봐 만든 것이기 때문에 규제를 회피하려는 느낌이 많이 들.

따라서 고지를 해야 한다고 생각하지만, 재방송이라는 단어를 사용하지 않고 우회한 표현으로 사용하는 정도면 충분할 것 같음.

(마경태)

재방송으로 소비자가 오인하여 발생할 수 있는 피해를 방지하자는 안건인 것 같음. 그럼 생방송으로 인지하고 있다가 재방송을 뒤늦게 안 시청자들이 입는 피해는 무엇인가?

(오세영)

이전 사례 같은 경우에도 소비자에게 실제적인 피해는 없으나, 소비자 기만이라는 항목으로 문제가 제기되었음.

(심재웅)

소비자의 피해는 재방송 나갈 때 시점에서 놓치는 사은품의 혜택 등을 말하는 건가?

(서인주)

생방송을 진행하는 쇼호스트의 이미지를 키우는 것이 좋을 것 같음. 사이트에 표시되는 상품 설명 자료에 대하여 쇼호스트가 '재방송 자료' 혹은 '녹화되고 있다' 등을 계속 고지하는 것이 좋아 보임.

(마경태)

예시 영상에서 생방송하는 쇼호스트의 모습이 너무 작아서 잘 안 보임.

(김미경)

생방송을 진행할 때, 녹화본을 찍었던 스튜디오에서 동일하게 진행하는가?

(오주연)

아님. 크로마라는 녹색 배경에서 촬영하여 주위 요소를 자동으로 지워주는 기능을 활용하여 녹화함.

(한명삼)

생방송을 진행할 때, 쇼호스트가 크로마 기능을 활용한 팝업 형태로 나오는

지 아님 녹화본을 송출할 때만 잠깐 팝업으로 나오는가?

(한명삼)

시청자들은 일반적인 드라마 혹은 예능 등의 녹화방송에 익숙해져 있기 때문에 이상하다고 생각하지 않을 것 같음 다만, 생방송 쇼호스트들이 등장하지 않고 녹화본 상의 쇼호스트들이 상품과 전혀 연관성 없는 멘트 및 장면이 송출된다면 문제가 될 것 같음. 따라서 생방송 쇼호스트들이 계속 출연하여 멘트한다면 크게 문제 될 것 같지 않음.

(정사강)

생방송에서도 자료 화면을 사용하는 경우도 왕왕 있으며, 쇼호스트들이 계속해서 생방송임을 인지할 수 있게 멘트를 계속해준다면 문제없을 것임.

(김미경)

최근 소비자가 개인으로 하는 라이브 방송이 대세임. 시청자가 해당 방송으로 빠지는 이유는 소통을 보다 편하고 적극적으로 할 수 있기 때문임.

홈쇼핑의 출발은 시청자와 즉각적으로 소통할 수 있는 것이었음. 그렇기에 해당 형태로 진행한다면 소비자와의 소통이 줄어들면서 홈쇼핑의 취지에 맞지 않을 수 있음.

오히려 장기적으로 홈쇼핑이 라이브 방송이랑 경쟁 체제로 가고 있기 때문에 소비자들이 해당 라이브 방송 업계로 빠질 수 있다는 우려가 있음.

홈쇼핑을 더 이상 시청하지 않는 소비자 관점에서 이러한 형태가 과연 홈쇼핑을 다시 시청하려는 매력적인 요소로 작용할 것인가라는 의문점이 듬.

(마경태)

너무 성급하게 적응한 것 같음. 비슷한 포맷으로도 쇼호스트가 멘트를 센스있게 한다거나 하는 등 보다 재밌게 할 수 있는 방법도 존재할 것임.

(심재웅)

보도 자료 상으로는 롯데에서는 해당 포맷 등을 부르는 이름이 따로 존재하는 것 같더라.

본인이 봤던 보도 기사에서는 그대로 재방송을 하는 것이 아니라 방송에 맞춰 컨셉을 다시 잡고 편집을 하여 송출했다고 나와 있음. 이렇게 변화를 주는 것인데 이를 단순한 재방송이나 새로운

방송으로 봐야하는지 궁금함.
결과적으로 해당 시도가 단기적으로 많은 매출을 이끌어냈다고 보도 기사에 나와있음.

(오세영)

해당 방식이 새로운 형태는 아닌 것 같음. 홈쇼핑 업계에서는 이러한 큰 변화를 하려고 할 때, 큰 제재를 받은 적이 많았음. 따라서 방어적으로 나갈 수 밖에 없음. 다만, 타 방송의 경우 결과적으로 높은 매출을 기록했던 상품 및 방송에 대하여 짜깁기 편집을 한 후 내보냈기 때문에 매출이 잘 나올 수 밖에 없는 구조였음.

멘트나 자료 화면이 매번 새롭지 않고 비슷한 주제가 많음. 따라서 해당 형태의 방송은 비용 절감에도 효과가 있기에 잘 됐던 것 같음.

(심재웅)

보도 기사를 보면서 이전 녹화본을 편집하여 만드는 것을 홈쇼핑에서 만들 수 있지 않나?

(김미경)

이러한 형태의 방송이 과연 판매로 이어져 매출 향상으로 이어질지는 의문임.

(오세영)

그것도 또 하나의 우려점임.

(김미경)

법적 제재가 있다고 하더라도 소비자가 좋은 시선으로 봐줄까가 의문임.

(정사강)

예시 영상에서는 라이브로 표시되었던데 재방송 때도 라이브 표시가 있는 채로 나가는가?

(오주연)

재방송 화면이 나갈 때는 라이브 표시를 삭제하고 자막에 재방송 문구를 기재하여 방송될 예정임.

(오세영)

이러한 방송 형태가 라이브라고 확신을 가지고 있기에 방송한 것임. 정부 사무처에서도 단순한 의구심이 들어 소명을 해보라고 주장한 것이나, 안건화 시키지는 않았음.

따라서 라이브로 볼 수 있다는 해석도 가능함.

지상파 방송도 이전에 방영한 드라마 등을 짜집기 편집하여 송출하는 프로그램도 있는 만큼 다른 시각에서 본다면 비슷한 느낌으로 받아들일 수 있음.

(정사강)

이전에 서바이벌 오디션 프로그램을 시청한 적이 있음. 최종화 이전에는 계속하여 녹화본을 방송하였으나, 우승자가 나오는 최종화에서는 결과 발표 부분만 라이브로 표시되었음.

(신영수)

해당 형태의 방송을 라이브인지 재방송인지 어떤 것으로 불러야 하는지 혼동이 오는 상황임. 재방송이 아닌 라이브로 표현하고 싶은 게 홈쇼핑사의 마음인지?

(오세영)

홈쇼핑의 장점은 즉각 대응임. 재방송은 그러한 부분을 완전히 포기하는 것임. 그러나, 생방송과 혼합하여 예시 영상처럼 2명의 쇼호스트가 등장하는 것은 그런 소통 부분도 챙겨가겠다는 부분임.

(허남준)

생방송은 해당 시간에만 구매할 수 있는 불안감 등을 조성하여 시청자들의 구매 욕구를 자극하는 것임.

(신영수)

홈쇼핑사는 이전에 판매하였던 상품을 재판매 한다는 느낌을 주고 싶지 않다는 것임. 불법이라는 관점이 아니라 소비자 기만의 측면에서 부정적인 반응을 이끌어 낼 수 있음.

코로나 때, 비대면 강의를 진행하면서 이전에 촬영하였던 강의를 재활했다는 사례가 있었음. 학생들은 교육을 하는 것에 충분한 노력을 하지 않은 것이라고 생각하여 불만을 가진 적이 있었음.

해당 형태의 방송도 이러한 사례처럼 제작 비용 등을 절약하고자 방송에 노력을 하지 않는 것처럼 보여져 시청자들이 불편함을 느낄 수 있는 부분임.

(마경태)

일반 홈쇼핑과 티커머스의 차이는 생방송 가능 여부임. 생방송을 할 수 없는 티커머스에 비해 생방송을 진행할 수 있음에도 재방송을 내보내는 것에서 반발이 일어날 수 있기 때문에

규제적인 측면에서 쉽게 넘어갈 수 있을 것 같지 않음.

(심재웅)

예시 영상에서 생방송 화면 및 재방송 화면 모두 쇼호스트가 존재하고, 사이트에 표시되는 내용도 있어 너무 많은 정보가 한 눈에 들어와 불편함. 쇼호스트의 이미지를 키워서 한 곳에 집중하는 것이 좋아보임.

(오세영)

녹화본 화면에서 생방송을 진행하는 쇼호스트가 아무말도 못하는 것이 불편함. 생방송 화면이 커지며 쇼호스트가 등장하는 등 몰입도 방해 요소를 줄일 필요가 있음.

(허남준)

유명한 메인 쇼호스트의 녹화본을 사용한다는 것은 매출 향상에 영향을 미치기 때문에 협력사 및 홈쇼핑사, 시청자들의 니즈가 반영된 것임.

더불어 쇼호스트의 설명 뿐만 아니라 인서트 영상도 삽입될 것인데 어느 부분에 라이브 표시를 집어넣느냐도 협의해 봐야함. 예를 들어 인서트 영상도 녹화본인데 쇼호스트 녹화본처럼 동격으로 봐야 하느냐와 비슷한 문제라고 봄.

(마경태)

재방송이라고 딱 잘라 정의하여 내보내지 않아도 될 것 같다고 발언하였으나, 라이브라고 표시하느냐는 다른 관점의 문제임.

(김미경)

생방송을 녹화할 때, 재방송으로 찍겠다고 사전에 약속을 하는지 아니면 나중에 매출 등의 실적이 괜찮다면 그때 녹화본을 사용하겠다고 약속할 것인지.

쇼호스트 입장에서 녹화된다는 것을 인지하고 시청자들과 소통한다면 제한적으로 운영할 수 밖에 없음. 더불어 소비자들도 반응할 때, 제약이 생길 수 밖에 없을 것임.

홈쇼핑 사에서는 비용 절감 등의 효과를 볼 수 있지만, 그러한 문제들이 대두된다면 판매와 직결될 수 밖에 없다고 생각함.

(서인주)

쇼호스트 출연료 문제도 관건임. 재방송을 할 때마다 초상권 등의 수수료를

| | |
|---|------------|
| <p>요구할 가능성 있어보임. 사전에 고지가 없다면 저작권 이슈도 존재할 것임.</p> <p>(신영수) 홈쇼핑은 방송의 성격을 갖고 있으나, 본질은 광고 및 마케팅인데 이를 유리한 방면으로 활용하는 것은 문제가 있어보임. 제품 구매 정보를 얻고자 홈쇼핑을 시청하는 것이기 때문에 일반 방송과 성격이 다름. 홈쇼핑에서 매번 동일한 방송이 나온다면 불만이 커질 것임.</p> <p>(오세영) 방송이라는 공공재를 하는 것과 더불어 유통까지 진행하는 것이기 때문에 잣대가 훨씬 강해 매우 조심스러울 수밖에 없음.</p> <p>(심재웅) 추가적으로 자막을 더 얹을 필요는 없어 보이며, 예시 영상처럼 진행된다면 이미 충분한 정보가 보여지고 있음</p> | |
| <p>총 건수</p> | <p>16건</p> |

라. 시청자 권익보호와 침해구제

| 요 청 내 용 | 조 치 내 용 | 조치일자 | 비고 |
|---------|---------|------|----|
| - | - | - | - |

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기: 2024.1 ~ 2024.12)

| 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 : 1+1 시청자 오인 이슈</p> <p>오세영 : 2024년 2월 안건은 발 마사지기에 대한 민원임. 해당 방송에서 판매한 상품은 한쪽 발만 이용할 수 있는 발 마사지기며, 양발을 마사지 받기 위해서는 두 대가 필요한 것임. 해당 방송은 두 대에 1세트로 판매함. 민원을 제기한 소비자는 이를 양말 혹은 신발처럼 한 켤레 단위로 생각하여 두 대 구매 시, 발 마사지기 4대가 오는 것으로 오인한 상황임. 실제 방송에서도 분명하게 한 대씩 굉장히 저렴한 가격에 두 대를 구매할 수 있다고 고지함.</p> <p>신영수 : 해당 상품에 대한 간략한 설명을 읽고 난 후 방송 영상을 시청하였기에 잘 이해할 수 있었음. 다만, 해당 방송만 시청한다면 발 마사지기 두 대를 주는지, 네 대를 주는지 오해할 수 있을 것 같음.</p> <p>심재웅 : 해당 방송에서는 큰 오해 요소가 없어 보임.</p> <p>오세영 : 개인적으로 처음 방송을 시청할 때는 오해의 소지가 없다고 생각하였는데, 계속해서 시청하니 오해의 소지가 있을 것 같다고 생각함. 더불어 일반적인 발 마사지기는 두 발이 같이 들어가는 상품만 있었음. 그러나 해당 상품은 이를 변환하여 발이 하나씩 들어가는 것이기에 한쪽 발당 1개의 발 마사지기인 거임.</p> <p>한명삼 : 근데 왜 쇼호스트는 한 세트란 말을 사용했는가?</p> <p>오세영 : 두 대가 한 세트라고 설명하는 것임.</p> | <p>기존 발 마사지기는 두발이 모두 한 마사지기에 들어가는 형태였다면, 해당 마사지기는 발 하나만 들어가도록 만들어진 개별 마사지기를 판매하면서, '마사지기 2대 1세트', '1대가 아니라 2대를 가져가실 수 있는', '발은 2짝이니 2대를 가져가실 수 있는' 등의 자막과 멘트로 방송하였으나, 해당 가격으로 마사지기 2대를 2세트. 즉 두대가 한세트이고 이 세트를 1+1으로 구매 가능하다라고 오인이 발생할 수 있는지 여부에 대해 위원들의 의견을 구하고 적극 수용하여 개선방안 마련하도록 하겠음.</p> | ○ | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>김미경 : 해당 안건의 텍스트 자료만 봤을 때는 헛갈릴만 하다고 생각함. 그러나 실제 방송 영상을 시청하고 나서는 오해 소지가 없다고 생각하였으며, 쇼호스트가 명확하게 1+1 이라고 설명한 것도 아니기에 문제가 없다고 생각함. 다만, 다양한 소비자가 존재하기 때문에 발 마사지기를 처음 사용해보는 소비자 혹은 두 발을 한 대의 기계에 넣는 일반적인 발 마사지기만 사용해본 소비자 입장에서는 헛갈릴 수 있다 생각함.</p> <p>오세영 : 해당 쇼호스트는 방송에서 지속적으로 "발은 두 쪽이잖아요?" 라는 멘트도 활용하면서 설명을 반복적으로 하였음.</p> <p>김미경 : 실제 방송 영상 속 상품을 설명하는 장면에서 '추운 겨울, 자꾸만 지치는 발 근육. 월 1만원대로 무려 마사지기 2개를?' 이라는 문구는 해당 소비자로 하여금 오해할 수 있다고 생각함.</p> <p>오세영 : 맞음. 해당 방송 화면만 본다면 당연히 한 세트가 아니라 두 세트라고 오인할 수 있을 것 같음.</p> <p>서현선 : 기존에 다른 마사지기를 사용해본 사람들의 경험을 바탕으로 본다면 손 마사지기는 한 대씩 사용하는 것이고, 발 마사지기는 두 발을 한 대에 넣고 사용하는 것이 일반적이라고 생각할 수 있음. 따라서 이는 경험의 차이인 것이지 방송이 오인 하게 만든 것은 아닌 것 같음. 만약 해당 민원인이 방송을 주의 깊게 시청했다라면 문제를 제기하지 않았을 수 있음.</p> <p>오세영 : 해당 방송에서 손 마사지기를 한 대씩 판매하였는데, 발 마사지도 한 대씩 판매하는 것이라고 의심해봤으면 좋았을 것 같음.</p> <p>이현규 :</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>해당 문제에 대한 민원은 한 명이 넣은 건가?</p> <p>오세영 : 한 명임.</p> <p>오주연 : 해당 민원인은 허위 과장 광고로 신고하겠다고 말함. 다만, 당사에서는 허위로 얘기한 부분이 없음. 해당 민원에 대하여 시청자 위원회 분들의 의견을 청취하고 싶음.</p> <p>정사강 : 해당 제품은 한 대씩도 판매 하는가?</p> <p>오주연 : 현재는 두 대를 한 세트씩 판매하는 것이고. 방송 중일 때만 굉장히 할인된 금액으로 판매하는 것이고, 방송 시간이 아닌 때에는 정가로 판매하는 것이기 때문에 비교적 가격이 높다고 생각될 수 있음.</p> <p>마경태 : 처음 방송 영상을 시청할 때는 해당 상품이 원래 발 마사지기 한 짝씩만 판매하는 것이고, 해당 방송에서는 양발을 마사지 받을 수 있도록 두 대씩 한 세트로 판매하는 것인가라는 의심 및 생각을 할 것 같음. 따라서 허위 과장 광고처럼 일부러 오인하도록 의도를 담아 만든 것처럼 보이지 않음.</p> <p>최정혜 : 앞서 말한 것처럼 방송 자체로는 오인 소지가 없으며, 해당 민원인이 오해를 한 것 같음.</p> <p>오세영 : 개인적인 아쉬운 점은 쇼호스트가 한 쪽만 신고 있는 모습도 보여줬더라면 오해의 소지가 조금 줄어들었을 수도 있을 것 같음.</p> <p>서현선 : 해당 방송에서 쇼호스트가 '두 분이서 즐기실 수 있어요' 등의 오해의 소지가 될 만한 말은 하지 않았기에 허위 과장 광고로서 문제가 될 것 같지는 않음.</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>서인주 : 앞서 말한 대로 한 대에 발 한 짝이기 때문에 발 마사지를 경험해본 사람들에게는 헛갈릴만하다고 생각하여 주변인에게도 물어봤음. 해당 안건에 대해 구두로 설명하니 여태까지 두 발이 동시에 들어갈 수 있는 한 대의 발 마사지를 사용하였던 사람이 많았기에 발 마사지 두 대가 한 세트라는 말은 충분히 헛갈릴만하다고 답변 받음.</p> <p>비슷한 전례로 36피스 그릇을 판매한 케이스 중, 오롯이 그릇으로만 36피스인 것이 아니라 그릇의 뚜껑까지 합하여 계산한 경우도 봤음. 이처럼 개수 및 단위의 오해를 불러일으키는 경우가 왕왕 있는 것 같음.</p> <p>따라서 해당 방송은 문제가 없어 보이지만, 일반적인 발 마사지를 사용해본 시청자들의 경험상 충분히 헛갈릴만하다고 생각됨.</p> <p>결론적으로 해당 방송에서 추가적인 설명을 했다 하더라도 더 나은 상황을 만들었을 것 같지는 않으며, 해당 민원인이 주의 깊게 홈쇼핑 방송을 시청하지 않은 것 같음.</p> | | | | |
| | <p>오세영 : 추가적인 비슷한 전례로 당사에서 젓가락 피스 문제로 제재를 받은 적이 있었음. 젓가락 2개를 한 세트로 봐야 하는지에 대한 문제였음.</p> | | | | |
| | <p>한명삼 : 양쪽 발 마사지의 제품이 각각 다르게 생겼나?</p> | | | | |
| | <p>오주연 : 똑같이 생겼음.</p> | | | | |
| | <p>서인주 : 두 발을 넣는 발 마사지만 사용해봤었기에 움직일 수 있는 제품이라면 좋을 것 같음.</p> | | | | |
| | <p>오주연 : 해당 제품을 사용하면서 걸어 다닐 수도 있음.</p> | | | | |
| | <p>서인주 : 일반적인 발 마사지는 두 발을 넣어 움직일 수 없기 때문에 해당 제품</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|--|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>자체는 잘 만든 것 같음. 다만, 해당 방송에서 쇼호스트는 오해의 소지가 없이 잘 설명해준 것 같지만, 해당 민원인이 오해를 한 것 같음.</p> <p>오주연 : 그렇다면 개선점으로 두 대가 한 켤레라고 표현하는 것은 어떤가?</p> <p>오세영 : 그렇게 표현한다면 장점이 한 번에 설명되지 않아 발 마사지기 한 대 당 왼발, 오른발 전용으로 나뉘서 생각하기 쉬울 것 같음.</p> <p>오주연 : 발을 넣는 공간을 넓게 하여 발 마사지기 한 대로 왼발, 오른발 모두 착용할 수 있도록 만들었음. 대체적으로 발이 작은 여성분들을 위해 공기압으로 빈 공간을 채울 수 있게 함.</p> <p>오세영 : 해당 제품은 여성용으로 나와서 발사이즈 270 까지 밖에 들어가지 않음.</p> <p>서인주 : 방송에서 쇼호스트가 가격이 써진 팻말을 들고 있는 장면을 보면 10만 원의 자리 숫자인 '1' 만 글자 크기 및 색상이 이질적으로 다르기 때문에 한 눈에 읽히지 않아 10만원 이하의 가격으로 생각되었음. 해당 상품의 가격이 20만원대가 아니라 10만원대 가격이라는 점을 강조하고자 일부러 표현한 것으로 보여짐. 그러나, 오히려 '1' 이 눈에 잘 안 들어와 가격 측면에서도 오해의 소지가 있을 것 같음.</p> <p>서현선 : 그러한 점은 다른 방송 화면에서도 가격이 지속적으로 표시되니깐 괜찮을 것 같음. 해당 민원인은 어떠한 조치를 원하는가?</p> <p>오주연 : 민원인에게 당사 입장에서 해당 방송은 문제가 없다고 답변 하였으나, 발 마사지기 두 대 한 세트를 더 달라고 요구함.</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>오세영 : 해당 민원인이 기존 블랙 컨슈머였다면 표시 되었을 테지만, 일부러 악질 민원을 넣는 고객은 아니었음. 당사에서도 해당 상황이 다시 발생하지 않게끔 개선해보고자 하고 있음.</p> <p>한명삼 : 흔히 매체를 시청할 때, 텍스트로 보는 것, 귀로 듣는 것, 눈으로 보는 것으로 나뉘어짐. TV 홈쇼핑 방송은 우선 눈으로 본다고 생각함. 해당 방송에서 쇼호스트가 두 대를 신고 있기에 해당 민원인은 텍스트 보다는 눈으로 보여진 상황에 따라 우선 판단한 것 같음. 따라서 구두로 설명한 내용이 귀에 잘 안 들어와 헷갈렸을 수 있다고 생각함.</p> <p>서인주 : 실제 방송에서 '한 대가 아니라 두 대를 가져가는 것' 이라는 직접적인 멘트가 있었나?</p> <p>오세영 : 있음. 발이 두 짝이니깐 두 대이며, 충분히 헷갈릴 수 있는 개념이기 때문에 원래 두 대씩 한 세트가 아닌 한 대씩이라고 설명함.</p> <p>서인주 : '세트' 라는 단어가 필수적으로 들어가야 할 것 같음. 만약 한 대라고 설명한 다음에 두 대에 한 세트라는 식으로 설명해야 함.</p> <p>정사강 : 일반적으로 발 마사지를 두 발에 한 대를 사용한다고 생각하기 때문에 해당 방송처럼 한 대가 아니라 두 대라고 한다면 1+1으로 느껴질 수 있음.</p> <p>오세영 : 이러한 상황을 개선해낸 다음, 해당 개선 내용을 안내 해야 민원인도 납득할 수 있을 것으로 보이지만, 현재 명확한 개선 사항이 제시되지 않아 곤란한 상황임.</p> <p>마경태 : 방송 화면에서 쇼호스트가 들고 있는</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>팻말에 적힌 '무려 마사지기 2개를?' 이라는 멘트는 상당히 자극적이기 때문에 오해의 소지가 있을 수 있음.</p> <p>오세영 : 해당 부분도 수정이 필요해보이긴 함.</p> <p>김미경 : 할부로 결제한다면 월 1만원대로 발 마사지기 두 대를 가져갈 수 있다는 표현은 지양해야 할 것 같음. 더불어 한 대씩 판매하는 손마사지기와 발 마사지기를 비교 하면서 어필 하는 것도 필요해보임.</p> <p>마경태 : 본인은 오히려 마사지기들을 잘 사용해보지 않았었기 때문에 해당 방송에서 발 마사지기가 한쪽씩만 나온 제품이라고 생각 할 수 있었던 것 같음. 다만, 손마사지기에 대해서도 잘 모르니 발 마사지기 두 대라고 표현한다면 헛갈릴 수 있을 것 같음.</p> <p>김미경 : 일반적으로 발 두 개를 다 넣는 형태가 시중에 많이 보이기도 하였으며, 먼저 많이 사용하기도 하였음.</p> <p>심재웅 : 최종적으로 방송에서 사용하는 '두 대에 한 세트' 등의 워딩을 통일하여 반복적인 구두 설명 및 자막을 사용하도록 하겠음. 더불어 쇼호스트가 들고 있는 팻말속 '무려 마사지기 두 대를?' 등의 오해의 소지가 될 만한 멘트는 수정이 필요해 보임. 이렇듯 멘트를 수정하고 통일하여 고지다면 오인을 줄일 수 있을 것으로 사료됨.</p> <p>신영수 : 제품의 특징을 알고 나서 방송을 보면, 화면의 표시나 쇼호스트의 멘트 자체가 객관적 사실에서 벗어나지는 않은 것으로 판단됨. 반면에, 이 상품에 대해 전부터 알고 있지 않은 시청자라면 방송 내용에 대해 오해를 할만도 해 보임. 이 방송에서 일부 소비자들 사이에 오인을 유발하고 있는 지점은 방송상</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>의 표현이 아니라, 상품 자체가 일반인의 통념과 달리 상품이 구성되어 있는 점, 즉 신발처럼 양발 모두가 하나의 상품이 아니라 발 하나를 기준으로 각각이 하나의 상품이 구성되어 있는 점 때문으로 보임.</p> <p>방송을 보다 보면, 그래서 2개를 준다는 것인지, 아니면 4개를 준다는 것인지가 끝내 명쾌하게 전달되지는 않는 느낌임. 더군다나 화면 속에 안마기가 마침 2세트가 등장하고 서로 가까운 곳에 나란히 비치되어 있어서 시청자가 모두를 다 주는 것으로 생각하게 만드는 측면이 있음</p> <p>방송에서, '2개 1세트'라는 표시 외에, 쇼호스트의 멘트에서 한번쯤은 "원래는 안마기가 한발에 하나를 기준으로 판매되는 것인데, 이번에 온전히 두발을 모두를 위한 안마기를 그 가격에 구입할 수 있다" 식으로 언급하는 것이 좋다고 생각함</p> | | | | |