

# '18년 10월 시청자위원회 운영실적

방송사업자명 : (주)지에스홈쇼핑

## 1. 회의개최

일 시	장 소	참석인원 수		비 고
		위 원	방송사업자	
18.9.26	강서N타워	7/10	5	-

- 시청자위원 불참자 : 이헌율, 옥경영, 강기영
- 방송사 주요참석자 : 대외담당, 대외협력팀장, 심의팀장 등 5인

## 2. 심의결과 및 조치현황

### 가. 의견제시 또는 시정요구(건수)

방송편성	방송프로그램	자체심의규정	합 계
0	0	1	1

### 나. 사업자 반영(건수)

구 분	수 용	의견참고	반 론	합 계
건 수	1	0	0	1

다. 의견제시 또는 시정요구에 대한 조치내용

구 분	의견제시 또는 시정요구 내용	조치내용	제시 월
계	1건	1건	
자체심의	<p>새벽시간대 재방송 시, 본방송의 구매혜택을 그대로 노출하고 있고, 재방송이기에 본방송의 혜택이 적용되지 않는다는 고지는 나가고 있으나</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 좌상단 로고의 '재'가 무엇을 의미하는지 알수 없음. '재방송'으로 정확히 표기 가능한지</li> <li>- 하단 자막으로 동일 혜택 적용 안됨이 고지되고는 있으나 텍스트가 많고 가독성이 떨어짐</li> </ul>	<p>재방송 시, 생방송의 혜택이 그대로 노출되고 있으나, 고객에게 정확하게 안내되지 않을 수 있다는 점에 대해 공감하고 제작진과 협의하여 방송 개선 완료 하였음</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 좌상단 로고에 '재방송'이라 명확하게 변경 고지</li> <li>- 하단자막으로 안내되던 동일 혜택 적용 불가 안내가 가독성이 떨어지기에 상단에 고정하여 단독 안내 되도록 개선 조치 완료</li> </ul> <p>&lt;'18. 11월 조치완료&gt;</p>	18.9월

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

(입기 : '17. 09~ '19.08.)

구분	성명	전·현직	추천단체	추천부문	비고
위원장	이현을	•고려대 신문방송학 학사 •現 고려대 미디어학부 교수	한국언론학회	언론관련 시민학술	
부위원장	옥경영	•現 한국소비자학회 상임이사 •現 숙명여자대학교 소비자경제학 교수	한국소비자학회	소비자보호단체	
위원	최민지	•이화여대 사회복지학 석사 •現 기아대책본부 사회공헌팀 팀장	기아대책본부	사회소외계층	
위원	원치민	•이화여대 사회복지학 학사 •現 신정종합사회복지관 관장	신정종합사회복지관	사회소외계층	
위원	강기영	•한국항공대 경영학 학사 •現 ㈜프럼에이 대표	프럼에이	문화	
위원	원성은	•한신대 사회복지학 학사 •現 청소년직업체험센터 팀장	서울시립청소년 직업체험센터	청소년단체	
위원	최윤정	•現 한국소비자학회 상임이사 •現 숙명여자대학교 소비자경제학 교수	한국방송학회	언론관련 시민학술	
위원	정윤경	•現 국가기술표준원 제품안전자문위원 •現 소비자공익네트워크 사무총장	소비자공익네트워크	소비자보호단체	
위원	정진환	•고려대 법학과 학사 •現 법무법인 김&장 변호사	서울지방변호사회	변호사단체	
위원	윤주호	•서울대 정치학과 학사 •現 법무법인 태평양 변호사	서울지방변호사회	변호사단체	
위원	최윤정	•前 SBS 프로덕션 제작국 프로듀서 •現 이화여자대학교 미디어학부 교수	한국방송학회	언론관련 시민학술	
위원	정윤경	•現 국가기술표준원 제품안전자문위원 •現 소비자공익네트워크 사무총장	소비자공익네트워크	소비자보호단체	
변 동 사 항					

## 의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
자체심의	<p>‘재구매율’ 표현 관련하여,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 어떤 의미인지,</li> <li>- 표현의 근거는 무엇인지,</li> <li>- 재구매율 산정 기준에 따라 다양한 오인 소지 있으니 명확하게 정립하여 가이드화 하여야 할 것 임</li> </ul>	<p>일반적으로, 판매상품의 소비자 만족도를 대체 표현하기 위해 해당상품의 재구매 비율을 산정하여 노출하고 있고, 이 비율을 산정할 시 견수인지, 고객 기준인지에 따라 비율이 차이가 나고 있음.</p> <p>위원회의 의견에 적극 공감하고 제작진과 논의하여 시청자 오인이 발생하지 않도록 명확한 근거 및 기준을 마련하여 방송 개선할 수 있도록 조치할 예정임</p>	○		