

'18년 8월 시청자위원회 운영실적

방송사업자명 : (주)씨제이이엔엠

1. 회의개최

일 시	장 소	참석인원 수		비 고
		위 원	방송사업자	
'18. 8. 27	CJ오쇼핑 회의실	8/10	5/5	

- 시청자위원 불참자 : 김수연 위원, 안정민 위원
- 방송사 주요참석자 : 사업관리담당 정명찬, 방송심의팀장 김황용, 전략지원팀장 이호범, 스타일콘텐츠2팀 PD한세진, 유아동/침구팀 MD송미정

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구(건수)

방송편성	방송프로그램	자체심의규정	합 계
	2		2

나. 사업자 반영(건수)

구 분	수 용	의견참고	반 론	합 계
건 수	2			2

다. 의견제시 또는 시정요구에 대한 조치내용

구 분	의견제시 또는 시정요구 내용	조치내용	제시 월
계	2건	2건	
방송 프로그램	프로그램 <LG 트롬 건조기>는 - 건조시간, 소비전력, 기능 등 상품에 대한 기본적인 정보를 더욱 구체적으로 설명하는 것이 필요 - 어린이가 건조기 안에 들어갔을 때 대처법, 소음 발생여부, 배송/설치, AS관련 내용 역시 시청자에게 중요한 정보로, 이에 대해 자세히 안내 필요	- 쇼호스트 멘트를 통해 제품 기능 설명을 강화하고, 특히 실제 매장에서만 확인해볼 수 있는 다양한 기능들은 시연을 통해 자세히 안내 - 안전, AS 등 중요정보에 대한 자막 등 강화 <18. 8월 조치>	'18. 7월
방송 프로그램	프로그램 <삼성 무풍에어컨>은 - 세일 부분만 부각할 것이 아니고 고가의 제품이므로 상품 기능에 대한 설명이 더 필요 - 상품 자료 화면 중 일부 영상은 해당 모델영상이 아니므로 오인성 존재	- 프로모션 외 상품 기능 설명 강화 - 광고 영상 인용 시 '브랜드 이미지 광고'임을 고지하고 있으나, 해당 영상 동일모델로 오인되지 않도록 추가 안내 <18. 8월 조치>	'18. 7월

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요청내용	조치내용	조치일자	비 고
-	-	-	-

3. 기타사항

가. 시청자위원회 관련 정보 공개 사항

요청자(단체)	공개내용	공개방법
CJ ENM 오쇼핑 부문 홈페이지	시청자위원회 월간 운영실적	인터넷

나. 시청자위원 명단

(임기 : '17. 09. 26.~ '19. 09. 25.)

구분	성명	전·현직	추천단체	추천부문	비고
위원장	김상훈	인하대 언론정보학과 교수	인하대학교 언론정보학과	언론단체	
부위원장	최애연	소비자교육중앙회 소비자국장	소비자교육중앙회	소비자보호단체	
위원	김수연	한국소비자 연맹 시장조사팀장	한국소비자연맹	소비자보호단체	
위원	허경옥	한국소비문화학회장	한국소비문화학회	여성단체	
위원	허동원	아시아교류협회 대표	아시아교류협회	청소년단체	
위원	안정민	한림대학교 법학과 교수 변호사	경찰법학회	변호사단체	
위원	김현이	법무법인 세종 변호사	법무법인 세종	변호사단체	
위원	김성철	고려대 미디어학부 교수	고려대학교 미디어학부	언론단체	
위원	박종숙	까리따스 방배종합복지관장	까리따스 방배종합복지관	소외계층단체	
위원	최범식	대한사회복지회 경영전략부장	대한사회복지회	소외계층단체	

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	프로그램 <블루래빗 토이북>은 - 월 할부금액 위주로만 고지가 되고 총액에 대한 고지는 미흡함 - 영유아들도 사용하는 제품인만큼 제품을 입에 넣는 장면 등 안정성 부분에 대한 꼼꼼한 체크가 필요	- 가격정보 고지를 강화하고, 특히 고지할 시 멘트 속도, 자막 크기 등을 강화하겠음. - 방송 중 노출되는 모든 장면은 어린이가 모방할 수 있다는 점을 항상 염두에 두고 제작하겠음.	○		
방송 프로그램	프로그램 <미래엔 브리태니커>는 - 사용가능 연령대가 5~12세로 되어 있는데 범위가 너무 넓어 시청자에게 혼란을 주는 것이 아닌지? - 120권이라는 방대한 구성과 낮은 가격대 등을 고려했을 때 ‘청약철회’ 등에 대한 보다 자세한 안내가 필요	- 5~7세가 주요타겟이나, 충분히 초등학교 고학년까지 활용가능한 콘텐츠인 점을 고려하여 연령대를 넓게 잡았음. - 소비자가 알아야 할 청약조건과 같은 일명 ‘필수정보’들에 대해 더욱 명확하게 고지하도록 조치할 것이며, 이는 장기적으로 소비자-홈쇼핑사 간의 신뢰도 향상으로 구매까지 연결될 수 있는 부분이라고 판단됨.	○		