

2022년 1월 시청자위원회 운영실적

방송국명 : CJ온스타일(주)씨제이이엔엠

1. 회의개최

연 번	일 시	장 소	참석인원				회의형태		
			시청자 위원 (참석인원 /총인원)	방송국		총 인원 (명)	대면	온라인	서면
				경영진 (명)	경영진 외(명)				
1	'22.1.20	CJ ENM 커머스부문	9/10	2	7	18		○	

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 안대천 위원장, 김영주 위원, 박지연 위원, 박진리 위원, 성용준 위원, 안대천 위원, 이성엽 위원, 이수정 위원, 조선재 위원, 최동주 위원(9명)

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급) : 콘텐츠제작담당 곽상원님, 전략지원담당 임재홍님(2명)
- 경영진 외 : 방송심의팀 김경보 팀장, 법무·Compliance팀 이제훈 팀장 전략지원팀 남우중 팀장, 렌탈·금융사업팀 김진용 팀장 리빙·서비스콘텐츠팀 김도현 과장, 방송심의팀 한복규 부장 방송심의팀 박상욱 대리(7명)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예·오락 (스포츠)	기타	소계		
				6			6

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	6			6

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

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
방송 프로그램	프로그램 <명품 특집전>은 - 방송 직후 매진된 상품에 대한 자막 안내 및 스튜디오 진열, 쇼호스트 착용 유지 등으로 구매에 혼동을 줌. - 다종 소개 방송 시 각 상품별 디테일 안내 부족하고, 제안하는 코드가 아쉬움. - 과도한 상품 의인화 표현, 비문법적 표현, 정보 소개 시 빈번한 실수 등 개선 필요함.	- 자동순환 자막방송 시스템상 실시간 자막교체/제외는 즉시 반영이 다소 어려우나 쇼호스트가 멘트로서 시의 적절하게 안내하고, 매진 현황을 자막으로 노출하여 보완함. 또한 쇼호스트 등 유관부서에 관련 내용 전달하여 착장상품 중 매진 발생時 가능하면 신속히 환복, 교체 예정. - 다종 상품판매방송 진행 시 특징점에 대한 명확한 안내를 위해 사전 미팅을 강화하고, 최신 트렌드 동향을 파악 및 반영하여 시청자에게 적합한 의상, 소품 연출을 제안함. - 친숙함을 유지하되 정제된 방송이 될 수 있도록 쇼호스트 교육 실시 및 심의담당 조직에 해당 내용 전달하여 방송 중 멘트 정정 및 보완할 수 있도록 개선함.	'21년 12월
방송 프로그램	프로그램 <동가게(명품 방송)>는 - 양면 사용의 실용성에 대해 외당지 않는 상품 특징 설명 개선이 필요함. - 백화점 VIP 등 지나친 강조로 위화감을 조성함. - 부정확한 상품 안내 표현 및 비격식 어투 및 태도 등이 다소 불편하고 상품이 아닌 프로모션의 지나친 강조가 아쉬움.	- 과거 고객 실제 리뷰 등을 참고하며 사전 미팅 시 다각적으로 상품을 시착용해 시청자 관점에서 접근 강화함. - 위화감 조성이 목적이 아닌 상품의 퀄리티를 강조할 수 있는 형식의 수식을 위해 제품 사전 연구 강화함. - 정확하고 적절한 수준의 프로모션 안내를 위해 유관부서 담당자들에게 프로모션 개선 세부안 및 정확한 가이드 공유함.	'21년 12월
총 건수		6 건	

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요 청 내 용	조 치 내 용	조치일자	비고

마. 시청자평가원 선임 현황

성 명	생년월일	전·현직	변동사유	비고
옥선희	58.07.18	미디어세상 열린사람들, 前 한국영상자료원 이사	-	
윤경원	65.04.30	미디어세상 열린사람들	-	
정영란	68.11.10	現 녹색소비자연대 사무국 상담실장	-	

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

- 홈페이지 공개

나. 시청자위원 명단

(임기 : '20. 09. 24.~ '22. 09. 23.)

구분	성명	전·현직	추천단체	추천부문	비고
위원장	안대천	한국광고학회 부회장/ 인하대학교 경영학과 교수	한국광고학회	언론관련 시민·학술단체	위촉
부위원장	권대현	법무법인 대륙아주 변호사	서울지방변호사회	변호사단체	위촉
위원	박진리	서울 남부노인보호전문기관 관장	서울 남부노인보호전문기관	소외계층단체	위촉
위원	이수정	까리따스 방배종합사회복지관 부장	까리따스 방배종합사회복지관	소외계층단체	위촉
위원	박지연	법무법인 태평양 변호사	서울지방변호사회	변호사단체	위촉
위원	성용준	한국소비자광고심리학회 부회장/ 고려대학교 심리학과 교수	한국소비자광고심리학회	과학기술단체	위촉
위원	이성엽	한국데이터법정책학회 회장/ 고려대학교 기술경영전문대학원 교수	한국데이터법정책학회	과학기술단체	위촉
위원	최동주	아시아교류협회 이사/ 숙명여대 글로벌서비스학부 교수	아시아교류협회	청소년단체	위촉
위원	김영주	미래소비자행동 대표	미래소비자행동	소비자보호단체	위촉
위원	조선재	강원소비자연맹 회장	강원소비자연맹	소비자보호단체	위촉

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	프로그램 <세라젼 마스터>는 - 디스크, 협착 등의 개선이 기기의 어떤 작용에 의해 도움을 줄 수 있는지 안내가 부족함. 전문가가 나와 제품의 효과를 안내하면 좋을 듯함.(최동주 위원) - 사전 영상 외 사용법이나 적용법 등 기능에 대한 안내가 상세하게 되지 않아 보여 쇼호스트들이 상품에 대한 경험이 다소 부족해 보임.(안대천 위원, 성용준 위원, 박진리 위원) - 위약금 책정이 소비자분쟁해결기준의 표준 위약금인 10%보다 높아 적절한 위약금이 인지 의문임.(조선재 위원) - 홈 체험 서비스로 안내되는 서비스의 내용이 불분명하게 안내되고 있고, 해당 서비스 내용을 적절하게 안내하는 표현인지 의문스러움(성용준 위원, 박지연 위원) - 광고적 수식 어구(‘일류’ 등)들이 되고 있으나 설명이 불충분해 멘트로써 병행 안내가 필요함.(이수정 위원, 김영주 위원)	프로그램 <세라젼 마스터>는 - 전문가(의사, 약사, 한의사 등)의 추천으로 이해될 수 있는 방송은 법적으로 불가능함. 다만 이해를 높이기 위해 제품의 작동 원리와 증세 완화와 관련된 객관적 안내를 쉬우면서도 설득력있게 구성해보도록 하겠음.(김진용 팀장) - 의료기기에 대한 체험기 안내는 규정상 불가능함. 다만 자료화면에만 의존하지 않고 쇼호스트들의 직접 시연을 강화하여 사용법 설명을 강화하겠음.(김진용 팀장) - 위약금의 경우 제조사 및 제품마다 감가상각 등을 감안하여 내부 약관에 따라 진행하나 향후 관련 제품의 위약금과 관련하여 제조사와 협의해보겠음.(김진용 팀장) - 방문 설치가 필요한 제품으로 설치 후 기사가 떠나기 전에 직접 설명 및 체험을 병행하여 구매를 최종 결정하게 하는 서비스임. 향후 방송 시 자막이나 멘트로 정확히 이해할 수 있도록 서비스 과정 설명을 보완하겠음.(김진용 팀장) - ‘일류’의 경우 매년 산업통산자원부에서 발표하는 내용을 근거로 자막 내 표현하였으나, 멘트 안내의 병행으로 고객 이해도를 높이도록 하겠음.(김도현 과장)	○		
방송 프로그램 (방심위 조치)	프로그램 <아이큰 성장판 자극기>은 - 고객 니즈를 설명하는 자료 중 ‘표적키 계산법’은 과학적으로 정확성이 확보되지 않은 계산법이므로 이를 대체할 자료가 필요함.(최동주 위원, 조선재 위원) - 아이 성장에 대한 부모들의 절박함, 키에 대한 상대적 박탈감 야기하는 과장된 표현이 불편함.(이성엽 위원, 박진리 위원)	프로그램 <아이큰 성장판 자극기>은 - 표적키 계산법의 부적절성 인지하고 향후 방송 진행하게 될 시 적절한 통계적 정보를 제공할 수 있도록 하겠음.(김진용 팀장) - 작은 키에 대한 폼하 등으로 비추어 박탈감을 느끼지 않을 수 있도록 표현 주의하도록 하겠음.(김도현 과장) - 현재 관련 심의기관으로부터 지적된	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	- 제품의 성장 관련 작용 기전에 대한 과학적, 객관적 설득이 어려운 상품이면 방송 자체 재고 필요함.(이성엽 위원, 박지연 위원, 김영주 위원) - 특허에 대한 설명이 키 성장을 담보하는 멘트로 고객들이 이해하지 않을 지 우려스러움.(안대천 위원) - 브랜드 수상 내역 소개가 제품 수상 실적으로 모호하게 표현되지 않도록 주의 필요함.(성용준 위원) - 안전성 테스트 완료 등의 표현의 구체적인 안내가 없어 사용 시 어떠한 부분이 안전한지 안내가 필요함.(박지연 위원) - 1억원 상당의 자동차 경품이 지나치게 강조되어 불편하였음.(이성엽 위원)	이후 방송을 추가 진행하진 않고 있음. 다만, 당사는 중소기업의 개발 상품들의 판로로써의 사회적 역할도 중요하게 고려하고 있어 향후 부족한 사항 보완하여 기획할 수 있도록 구성원에 전달하도록 하겠음.(김도현 과장, 곽상원 국장) - 공산품으로써 제품의 의료적 효과를 직접적으로 표현 불가하여, 일반정보로서의 특허를 안내하였으나, 향후 일반 정보와 제품 정보의 구분을 더욱 명확히 하도록 고민하겠음.(김진용 팀장) - 브랜드의 수상내용이 제품의 수상으로 안내되지 않도록 더욱 주의하겠음(김도현 과장) - 안전성에 대한 설명 부족 인지하여 향후 방송 진행 시 어떠한 테스트로 안전함이 확인되었는지 보완 안내 하겠음.(김진용 팀장) - 경품의 지나친 강조로 충동구매 유발 등 하지 않도록 적정 수준의 안내하겠음.(김진용 팀장)			