

2022년 6월 시청자위원회 운영실적

방송국명 : CJ온스타일(주)씨제이이엔엠

1. 회의개최

연번	일시	장소	참석인원				회의형태		
			시청자 위원 (참석인원 /총인원)	방송국		총 인원 (명)	대면	온라인	서면
				경영진 (명)	경영진 외(명)				
1	'22.6.23	CJ ENM 커머스부문	8/10	5	5	18		○	

o 회의 참석자 명단

- ① 시청자위원 명단 : 안대천 위원장, 권대현 부위원장, 김영주 위원,
박지연 위원, 박진리 위원, 이성엽 위원, 조선재 위원,
최동주 위원(8명)

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급)
: 대표이사 윤상현님, 콘텐츠제작담당 곽상원님, 전략지원담당 임재홍님,
경영관리담당 박성배님, 고객혁신담당 김희진님(5명)
- 경영진 외
: 방송심의팀 김경보 팀장, 법무/Compliance팀 이제훈 팀장,
스포츠/캐주얼팀 박명근 팀장, 패션콘텐츠 김혜영 팀장,
방송심의팀 정하늘 대리(5명)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예·오락 (스포츠)	기타	소계		
				11			11

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	11			11

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

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
방송 프로그램 (시청자 불만 활용)	프로그램 <메가스터디교육 엘리하이 초등 인터넷 강의 상담>은 - 초등생 관련 자료가 아닌 상급학교 진학 실적 광고의 적절성 여부 - 호스트의 발음과 외래어 등 언어적 사용에 대한 지속적 문제가 있음 - 약정 종료 후 소유권 이전이라는 내용의 설명이나 특정 약정 상황에 대한 안내 부족 - 자막과 멘트 안내 시 중요한 정보들에 대해서 자막의 크기나 내용이 정제 및 매칭 되어야 함 - 아이들의 체험담이나 해당 학습 습관이 구체적으로 어떠한 영향을 주는지 안내가 부족함 - 자막이 쇼호스트의 얼굴을 가리는 등 세심한 연출이 필요함 - ‘이 모든 조건 방송 종료 외 절대 불가’ 등 이해가 어려운 한정표현 사용	프로그램 <메가스터디교육 엘리하이 초등 인터넷 강의 상담>은 - 어린이의 성적 향상을 담보하는 광고는 법적으로 불가하여, 브랜드의 신뢰성을 줄 수 있는 자료로써의 활용임. 이후 방송은 없었으나, 향후 방송 시 안내의 비중을 줄이고 상품에 대한 효과적인 안내를 보강할 것임. - 고객의 인지 차원에서 불가피한 외래어 사용을 하는 부분이 있음. 해당상품 및 유사한 상품 내 특정 서비스/상품 내용 등에 대한 쇼호스트들의 사전 학습을 강화함. - 향후 방송 진행시 자막 내 표기토록 심의팀과 협의함. 특정 조건에 대하여는 해피콜에 의한 안내가 있을 것임을 명시적으로 안내하는 방향으로 내부 논의함. - 기술적 한계가 있으나 방송 중 일부 자막을 수동으로 띄울 수 있는 방법을 적재적소에 할 수 있도록 방송 연출 관계자와 논의 전달함. - 법적으로 체험기 직접적 활용은 어려우나 학습 상품에 대한 정보를 향후 방송 시 강화할 것임. - 카메라 감독 및 연출팀과의 긴밀한 리허설과 사전 회의를 진행함. - 멘트 안내 보완 및 방송 중 조건의 정확한 운영을 위해 심의팀 LMS 문자 안내를 강화해 정확한 방송 중 조건의 노출 관리에 힘쓰고 있음.	'22년 5월

방송 프로그램	프로그램 <디팡 애견매트>는 - 슬개골 탈구와 같이 강아지와 관련된 내용을 중심으로 안내가 필요함 - 애견인의 죄책감 조성을 통한 감성적 유도 지양 필요함 - 타제품들과의 비교 등을 통해 제품의 장점을 강조하는 등의 요소 필요함 - 방송 시작하자마자 제품이 아닌 할인 정보로 시작하고, 자막, 멘트로 동일 정보가 지나치게 반복되어 피로함 - 취급시 주의사항이나 사용상의 주의 사항의 안내가 부족함 - 재구매율에 대한 안내가 나오는데 제품을 오래 쓰지 못해서 그러는지 품질에 대한 의문임	프로그램 <디팡 애견매트>는 - 고양이보단 주로 반려견, 특히 소형견에 실제 자주 발생하는 것에 근거하여 과장된 방송되지 않도록 주의 요청함. - 과도한 위협소구 부분을 줄이고 상품의 모양, 사이즈, 사용법 등에 대한 안내를 강화함. - 타사 제품과의 비교는 부당 비교의 우려가 있어 지양하나, 제품에 대한 보다 명확한 안내를 통해 제품의 장점을 강조함. - 제품에 대한 니즈나, 많은 구매 고객이 있는 점 등을 강조하면서 조건보단 상품과 관련된 정보를 안내하기 위해 안내 순서와 정도를 조정함. - 향후 리뉴얼 기획 시 주의사항 보완을 위한 사례 조사를 협력사에 제안함. 방송 내외적으로 고객 리뷰 등 모니터링 지속할 것임. - 일부 사용 후 사용 면적을 넓히는 등의 사유로 재구매가 많은 특성이 있어 이를 방송 내 녹일 수 있는 리뷰 활용이나 멘트 안내 보완함	'22년 5월
총 건수	13 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 (방심위 지적사항)	프로그램 <USPA 22SS 화이트라벨 케이 블니트>은 - 의도적 오인성은 없어보이나 폴로와 관련하여 인지도가 더 높은 브랜드가 있어 그런 것 같음. 브랜드 인지도를 강화시킬 수 있는 설명 보완이 필요해 보임(권대현 위원) - 브랜드의 인지도와 별개로 소비자가 오인을 한다는 것 자체에 주목해야 함. ‘로고’의 유사성, ‘직구’, ‘미국 브랜드’ 등의 표현과 같은 오인성 표현을 제외하거나 더욱 보완하여 더욱 명료하게 구분되도록 해야함(김영주, 박지연, 박진리 위원) - ‘폴로’라는 스포츠도 익숙하지 않을 수 있어 브랜드 전체 명칭이 아닌 ‘폴로’라고만의 안내하거나 스포츠 종목이라도 ‘폴로’라고만 안내하는 것이 오인성을 일으켰을 것 같음(안대천 위원장) - 소비자의 오인을 유도한 방송이 아닐지, 매출 위주의 전략이 기업 신뢰도에 좋지 않을 수 있음(이성엽 위원) - 위화감을 조성하는 듯한 '아이비리그', '부잣집 도련님' 같다는 등의 유사 표현들 부적절함.(조선재 위원) - 브랜드의 탄생에 아주 좋은 스토리와 히스토리가 있는 만큼 폴로라는 스포츠, 브랜드의 폴로 스포츠 대중화의 노력 등을 잘 녹이는 방송으로 보완하는 등 충분한 안내가 병행되길 바람(최동주 위원)	프로그램 <USPA 22SS 화이트라벨 케이 블니트>은 - 미국에서는 각자 전개하고 있는 서로 다른 브랜드임. 브랜드 인지도를 높일 수 있는 설명 활용에 더욱 노력하겠음(박명근 팀장) - 로고의 유사성은 미국 현지에서도 이미 문제 없음으로 종결됨(박명근 팀장), 직구 역시 포털 검색시 실제 직구를 한 사례를 확인할 수 있는 게시글이 있으나, 인지도가 낮은 만큼 ‘직구’는 안내 불가하도록 심의 및 사전 미팅 등으로 공유하여 주의하고 있으나 해당 방송 시 멘트의 실수가 있었던 것 같음. 더욱 정확한 안내를 위해 주의하겠음(김혜영 팀장, 박명근 팀장) - 실제 스포츠 종목으로부터 시작한 브랜드인 만큼, 낯선 스포츠 종목이라면 잘 안내할 수 있도록 보완하도록 하겠음(박명근 팀장) - 작년 타사 법정 제재 사항이니 만큼, 유의하여 진행하고 있고 방송 중 코디를 오인하는 브랜드를 직접적으로 코디하여 오히려 이 브랜드 의상과 잘 어울린다고 하는 등 브랜드를 구분하고자 하는 등의 의도도 있었음. 앞으로도 더욱 오인성을 줄이는 방송을 하고자 함(김경보 팀장) - 위화감이 조성되지 않도록 방송 표현이나 예시에 세심한 고민을 해보겠음(김혜영 팀장) - 브랜드 인지도 제고에 관한 좋은 의견 감사드리며, 오인성을 낮추고 브랜드 자체의 인지도를 높여볼 수 있도록 노력하겠음(박명근 팀장, 김혜영 팀장)	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	프로그램 <캘빈클라인 퍼포먼스 유니센셜 썸머 셋업>는 - 혼용율에 대한 고지와 연결하여 제품의 차별성을 강조한 명확한 안내가 바람직함(권대현 위원) - 건조기 사용에 대한 지양 멘트가 된 만큼 자막 고지도 되어야 함(권대현 위원) - 제품의 구성 안내 시 세트, 종의 수치 안내에 고객의 혼란이 있음(안대천 위원장, 김영주, 박지연, 조선재 위원 위원) - 경품으로 텀블러 강조를 하는 점은 좋으나, 결국 다른 경품인 스타벅스 커피에 대한 설명 시 이미지는 종이 컵을 사용하여 아쉬움(박진리 위원) - ‘썸머’가 아닌 ‘써머’ 등 외래어 표기법 준수가 필요하며(최동주 위원) ‘유니센셜’, ‘꾸안꾸’ 등 잘 알 수 없는 신조어들의 사용이 주된 시청층을 고려할 때 사용을 지양하거나 설명을 보완하는 방송 진행이 필요해 보임(박진리, 최동주 위원)	프로그램 <캘빈클라인 퍼포먼스 유니센셜 썸머 셋업>는 - 의견 반영하여 향후 ‘면 혼방 기능성 티셔츠’라고 상품명을 변경해서 방송 진행을 하도록 내부 준비중임(박명근 팀장) - 당사 심의팀 내부적으로 건조기 사용 여부와 관련된 자막 고지될 수 있도록 운영하도록 하겠음.(김경보 팀장) - 매출이 좋았던 방송이라 진행자들이 다소 흥분하여 멘트 중 구성의 수치에 대한 오인성 있는 안내 있었음. 양지 하고 정제된 방송 진행하겠음 (김혜영 팀장) - 경품 이미지 사용에 있어도 당사가 추구하는 목적에 맞는 이미지 사용을 할 수 있는 세심한 준비에 노력을 기하겠음(김혜영 팀장) - ‘꾸안꾸’는 많이 사용되는 신조어이며, ‘유니센셜’은 ‘유니섹스’와 ‘에센셜’의 의미로 상품의 특성을 안내하기 위해 새로 조합한 단어임. 신조어들을 사용할 경우 설명이 보완되도록 사전 미팅 시 논의하겠음(박명근 팀장)			