

2026년 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) | | | | |
| | 26.2.27 | 강서N타워 | 10/10 | 1 | 6 | 17 | ○ | | |

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 심재웅, 정사강, 서현선, 한명삼, 김민정
김현호, 최정혜, 박상오, 신영수, 김다래

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급) :
허남준(사업지원부문장)
- 경영진 외 : 이준호(심의팀장), 오주연(부장), 남효주(매니저)
채호석(방송사업지원팀장), 오세영(부장), 박인진(매니저)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

| 방송 편성 | 방송프로그램 | | | | | 자체 심의규정 | 합계 |
|----------|--------|----|----------------|----|----|------------|----|
| | 보도 | 교양 | 연예·오락 (스포츠) | 기타 | 소계 | | |
| - | - | - | - | 12 | 12 | - | 12 |

나. 사업자 반영

| 구 분 | 수 용 | 의견 참고 | 반 론 | 합계 |
|-----|-----|-------|-----|----|
| 건 수 | 12 | - | - | 12 |

* 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 이슈 사항 : 상품 비교·연출 표현의 적절성</p> <p>오세영 불을 사용하는 장면은 어린이나 청소년이 따라 하는 상황을 최대한 자제해야 하는데, 상품의 특징이 마케팅 포인트이다 보니 기존 제품의 불편한 점이나 안 좋은 점을 조금 더 부각하고, 현재 판매되고 있는 상품의 장점과 안정성을 보여드리기 위해 기존 제품들을 어쩔 수 없이 보여드리는 내용이 있습니다. 저 정도의 영상이 부적절한 것인지, 저희가 과도하게 확대해서 보여드리는 것인지 판단이 어려워 안건으로 올렸습니다.</p> <p>박상오 제가 궁금한 게, 일반 토치는 저렇게 불이 평 터지나요? 토치를 사실 써본 적이 없는데, 이쪽 토치는 이렇게 평 터지네요.</p> <p>오주연 요즘에는 음식용으로 화력이 적게 나오는데, 기존에는 캠핑용으로 나오다 보니 보통 화력이 세고, 가스로 사전에 충전을 해 놓은 뒤 충전량을 기준으로 음식을 준비하다 보니 불꽃이 확 나오지 않고 비교적 안전하게 나옵니다.</p> <p>최정혜 영상을 소비자 입장에서 봤을 때 깜짝 놀라긴 했어요. 토치를 일반 가정에서 쓸 때의 무서운 포인트를 공략하려고 한 것 같은데, 남성 쇼호스트가 토치를 들고 시</p> | <p>상품소개 및 판매방송에서는 소비자의 이해를 돕기 위해 기존 제품과의 비교, 체험형 시연 및 안전성 강조 연출이 빈번히 활용되고 있으며, 특히 난방기기 및 화기류 상품의 경우 안전성에 대한 시청자 관심이 높아 비교 대상의 위험 요소를 강조하는 방식이 마케팅 수단으로 활용되고 있음.</p> <p>당사 토치 판매방송에서는 기존 가스통 연결형 토치를 비교 대상으로 활용하여 실제 점화 시연과 함께 위험성과 불편함을 강조하는 연출이 포함되었고, 이에 대해 영상 자료를 바탕으로 시청자 관점에서 표현의 적절성에 대한 논의를 진행함.</p> <p>시청자위원회 논의 결과, 해당 방송이 방송심의 규정상 명백한 문제 또는 부적절한 비교·비방 표현에 해당한다고 보기는 어렵다는 의견이다수였고</p> <p>단지, 예고 없이 불꽃이 크게 나타나는 연출, 장난스러운 쇼호스트 태도 및 극적인 설정 등이 제품 안전성 전달보다 위험 이미지를 과도하게 부각시키는 것으로 인식될 수 있다는 의견이 제기됨</p> <p>1. 이에 따라 향후 방송 시에는 공포감을 유발할 수 있는 과도한 연출 및 표현은 자제하고</p> <p>2. 제품의 안전성은 검사 결과, 구조적 특징 등 구체적 근거를 기반으로 전달하여</p> <p>시청자가 방송상품의 성격과 가치를 명확히 인지할 수 있도록 표현할 필요가 있다는 의견을 수렴함</p> <p>이와 같은 시청자위원회 논의 결과를 관련 제작부서에 공유 완료하였으며, 향후 유사 방송 시 해당 의견이 반영</p> | 1월 |

연하는 장면이 지나치게 위험해 보였습니다. 예고 없이 확 커버리는 장면이 일부러 연출된 것 같은데, 출시된 제품의 안정성을 좋게 보여주기보다는 왜 저렇게까지 보여주는지 의문이 들었습니다.

요즘 가정에서는 인덕션을 많이 사용하다 보니 가스불을 본 지 오래된 분들도 많을 텐데, 그런 점에서 생소하고 낯설게 다가올 수 있을 것 같습니다.

심재웅

불을 켤 때 두려움이 있는데, 불필요한 장면을 2~3회 반복하면 안 되고, 방향을 아래로 보여줘야 한다고 생각합니다.

김현호

과장됐다고 생각하지는 않습니다. 음식용 토치를 설명하는 데 있어 효과적인 연출이라고 봅니다. 상대적으로 가격이 비싼 제품인데, 실제로 사용해 보면 최대 용량에서 불꽃 모양이 다르고, 그 차이와 효과를 보여주는 데 있어 제품의 특징을 설명하는 데 적절한 것 같습니다. 다만 공포감 조성은 불량 조절로 완화할 수 있을 것 같고, 설정 자체는 제품 광고 측면에서는 효과적이라고 생각합니다.

서현선

두 쇼호스트의 캐릭터 설정이 효과적이지 않다고 생각합니다. 필요할 때 안전하게 사용할 수 있는 제품이라는 점을 홍보하는 것이 훨씬 효과적일 것 같습니다.

'여보, 해봐' 하며 받자마자 불이 켜지는 극적인 장면은 현실적으로 일어나기 어려운 설정이기도 하고, 여성성·남성성에 대한 전제를 깔고 가는 연출처럼 보여 거슬릴 수 있습니다.

정사강

부탄가스만 봐도 가스통이라는 걸 인지하고 위험하다고 생각할 수 있는데, 이를 경솔하고 장난스럽게 보여주는 장면은 아이들이나 청소년이 보기에 좋지 않은 것 같습니다. 위험한 장면을 지나치게 가볍게 표현한 것 같습니다.

될 수 있도록 안내하였음.

아울러 동일 사례 재발 방지를 위해 지속적으로 모니터링하여 시청자 오인 및 소비자 불편이 발생하지 않도록 주의하겠습니다.

[26. 2월 조치완료]

한명삼
실내에서 사용하는 것과 야외에서 사용하는 것을 비교하는 건 적절하지 않은 것 같습니다. 이 방송은 안전교육 프로그램도 아니고, 두 상황을 비교하는 연출은 과한 측면이 있어 적절하지 않습니다.

박상오
안 써본 입장에서 처음 든 생각은 실제 수치가 저 정도일까 하는 의문이었습니다. 소비자 성향에 따라 다를 수는 있지만, 전체적인 이미지를 좌우할 수 있다고 생각합니다.
굉장히 좋은 제품인데 마케팅 포인트를 잘 잡았으면 더 좋았을 텐데, 비판적인 소비자 입장에서 다소 부자연스럽게 느껴지면 방송 전체의 이미지나 신뢰성 측면에서 오히려 마이너스 효과가 있을 수 있다고 생각했습니다. 특히 사용 경험이 없는 입장에서는 '저 정도까지는 아닐 것 같은데'라는 생각이 들었습니다.

신영수
처음에는 비교·비방 광고처럼 느껴졌습니다. 법적으로 문제가 되는 것은 비슷한 제품을 근거 없이 비교하며 자사 제품이 우월하거나 상대 제품이 열등한 것처럼 표현하는 경우일 텐데, 해당 영상은 용도나 가격 면에서 다른 제품을 비교한 것으로 보였습니다. 결론적으로는 큰 문제는 없어 보입니다. 제품의 결함이나 위험성보다는 사용 방식에 대한 설명이 중심이었고, 예전에는 음식을 이렇게 불일 때 토치를 사용했지만, 그 방식은 여러 문제가 있으니 이 제품을 사용해 보라는 메시지가 핵심인 것 같습니다. 다만 무게가 가볍고 디자인이 좋으며 유해 가스 발생이 적다는 등의 장점이 오히려 잘 드러나지 않은 점은 아쉬웠습니다. 그렇다고 앞선 연출이 오인을 유발한다고 보지는 않습니다.

한명삼
불은 언제 어떻게 사용하더라도 불안 요소가 있는데, 해당 제품은 완전 내장형이라 훨씬 안전해 보입니다. 결합 과정에서의 불안함이나 가스 누출에 대한 장면은 없고, 점화 장면만 보여졌습니다.

내장형·외장형 가스를 갈아 끼우는 문제라기보다는 앞에서 불이 나오는 연출 자체의 문제라고 생각합니다. 통합형의 장점이 충분히 드러난 것은 아닌 것 같습니다.

박상오

정작 내장형 제품의 장점이 잘 강조되지 않은 것 같습니다.

서현선

쇼호스트의 태도가 불안전해 보였고, 이는 제품의 안전성과는 별개의 문제라고 생각합니다.

최정혜

제품 자체는 구매할 만하지만, 남성 쇼호스트의 장난스러운 태도가 시청자 입장에서는 불편하게 느껴질 수 있습니다. 제품의 강점을 중심으로 연출하는 것이 판매 측면에서도 더 효과적일 것 같습니다.

박상오

연출의 포인트를 그 방향으로 잡은 것 같기는 하나, 그 정도에 있어서 조절이 필요하다고 생각합니다.

신영수

장작용 토치랑 음식용 토치 차이가 있나요

김현호

가격이 비싸고, 외부용은 불이 더 강하고, 쉘프용은 얇고 화력이 세요.

한명삼

내장용 토치라 안전해 보이긴 합니다.

서현선

안전·불안전이 핵심이기보다는 음식 요리하는 장면이 핵심이 되어야 하는 것 같아요.

최정혜

시청자 연령층을 고려해서 연출한 것 같으나,
요즘 고객들은 시청 중 불편함을 겪으면 이탈 확률이 50%가 넘기 때문에 이런 장면은 조심해야 된다고 생각합니다.

김다래

시청자 관점에서 볼 때, 과한 리액션이나 멘트가 있다는 정도는 인지했습니다. 그러나 상품 판매를 권장하기 위한 리액션을 사용한 것이고, 또 실제로 토치의 화력이 세계 나오는 경우도 왕왕 있습니다.

다만 멘트 중 머리카락 다 탈 뻔 했어요. 이런 표현은 공포를 조성할 수 있기에 가급적 자제하는 것이 어떨까 싶습니다. 상품의 긍정적인 면을 계속 부각하되, 기존 제품보다 훨씬 우월하다는 단정적 표현은 조금은 삼가는 것이, 시청자가 객관적인 선택을 하는데 일조 될 수 있다고 생각합니다.

상품에 있어서 안전성 검사는 소비자들께서 매우 중요하게 생각하는 부분입니다. 특히 화기류에 있어서는 더 예민하게 다뤄집니다. 타사 제품과 비교하여 훨씬 우월하다. 훨씬 안전하다 등의 단정적 표현을 삼가고, 어떤 검사를 했는데 어떤 결과를 낳았다. 등의 사실 적시, 이런 점에서 안전하다고 여겨진다. 등의 완곡한 표현 등으로 가이드라인을 정하면 좋을 것 같습니다. 마지막으로 화기류에 대해서는 소비자가 상상할 수 있는 위험한 상황을 일부러 연출하지 않는 것이 좋다고 생각합니다. 공포를 일으키는 멘트나, 상황은 연출하지 않아야 한다고 생각합니다.

김민정

기존 부탄가스를 직접 연결해서 사용하던 토치가 위험했고 소비자들도 사용시 불안했던 것은 사실이기 때문에 영상자료 상의 비교, 시연 방식이 과도하다고 생각하지는 않습니다.

다만, 기존 토치의 경우도 화력조절이 가능하기 때문에 안전하게 사용할 수 있는 방법이 있으므로 무조건 위험, 불안하다는 내용만을 제시하지 말고 안전하게 사용하는 방법도 있다는 내용을 언급해줄 필요는 있다고 보입니다.

기존 토치제품도 화력조절과 지침에 따라 안전하게 사용하실 수는 있지만 아무래도 소비자들께서 불안해하고 불편해 하는 경우가 많은 것이 사실입니다. 그러나 이 새로운 토치는 가스 연결이 없어 불안하지 않기에 안전해

| | | |
|--|-----|--|
| 보여요. 오세영 그러면 의견을 정리해서 내부적으로 가이드라인을 만들고 다음 회의 때 보고드리도록 하겠습니다. | | |
| 총 건수 | 11건 | |

라. 시청자 권익보호와 침해구제

| 요청 내용 | 조치 내용 | 조치일자 | 비고 |
|-------|-------|------|----|
| - | - | - | - |

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기: 2026.1 ~ 2026.12)

| 성명 | 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 : '25. 09~ '27.09.)

| 구분 | 성명 | 전·현직 | 추천단체 | 추천부문 | 비고 |
|---------|-----|---|------------|--------------|----|
| 위원장 | 최정혜 | •現 연세대 경영학부 교수 •現 한국유통학회 이사 | 한국유통학회 | 유통단체 | |
| 부위원장 | 한명삼 | •現 기아대책 행복한나눔 본부장 •現 사단법인 로템복지회 감사 | 기아대책 행복한나눔 | 사회소외계층 | |
| 위원 | 심재웅 | •現 숙명여대 미디어학부 교수 •前 한국방송학회 총무이사 | 한국방송학회 | 언론관련 시민학술 | |
| 위원 | 정사강 | •現 건국대 신문방송학과 교수 •前 한국언론학회 총무이사 | 한국언론학회 | 언론관련 시민학술 | |
| 위원 | 신영수 | •現 경북대 법과대학 교수 •現 한국유통법학회 이사 | 한국유통법학회 | 유통단체 | |
| 위원 | 서현선 | •現 한양대 사회혁신융합전공 겸임교수 •現 사교육걱정없는세상 이사 | 사교육걱정없는세상 | 학부모단체 | |
| 위원 | 김민정 | •現 충북대 소비자학과 교수 •前 한국소비자업무협회 회장 | 한국소비자업무협회 | 소비자보호단체 | |
| 위원 | 김다래 | •現 한국소비자단체협의회 물가감시 팀장 •前 한국소비자단체협의회 조정위 간사 | 한국소비자단체협의회 | 소비자보호단체 | |
| 위원 | 김현호 | •現 법무법인 이제 변호사 | 서울지방변호사회 | 변호사단체 | |
| 위원 | 박상오 | •現 법무법인 바른 변호사 | 서울지방변호사회 | 변호사단체 | |
| 변 동 사 항 | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|------------------------------|---|--|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| 의견제시 기타 (12건) | <p>1. 방심위 이슈 사항 : 출연 기준 적용 범위 관련</p> <p>오세영: 이미지가 중요한 상품 판매 방송 사업자로서 굉장히 중요한 이슈이기도 합니다. 저희는 김동완이 비교적 많이 출연하는 편에 속합니다. 홈쇼핑에서 성공한 상품군이고, 계속해서 상품을 늘려가는 출연자이기도 합니다. 개인 SNS 활동이나 발언이 활성화되면서 조심하지 않는다고 하기도 애매하지만, 별것 아닌 것이 굉장히 크게 확대되는 경우도 많습니다. 그런데 이번에는 특히 이슈가 되는 발언을 굳이 올려서 사회적 논란으로 크게 이어지고 있습니다. 이미 민원도 들어오고 있습니다. "이런 사람은 왜 출연시키냐"는 내용입니다. 그래서 이 사안과 관련해 개인적인 이슈나 논란, 법적인 문제는 아니지만, 물론 법적인 것도 있을 수 있겠죠, 인성 문제 같은 케이스에서 출연 제한이나 출연 정지를 하면 과도한 권익 침해로 볼 수 있는지도 고민이 됩니다.</p> <p>아직 사례는 없지만, 개인적으로 항의하신 분이 계셨습니다. 저희가 제재가 너무 많거나, 그 사람 때문에 회사가 방송 심의 제재를 계속 받게 되어 출연을 제한했더니 "내 상품을 내가 가져가는데 왜 출연 정지를 시키느냐"라며 과도하게 항의하셨던 분도 있었습니다. 그래서 저희가 합리적으로 어떻게 대응할지 논의하고자 합니다.</p> <p>오세영: 일단 첫 번째는 최근 임성근 셰프 논란이 있었죠. '흑백요리사'에 출연해서 굉장히 인기가 있었고, 사실 오래전부터 홈쇼핑 방송을 많이 하셨던 분입니다. 타 방송사에도 많이 출연했고, 홈쇼핑 상품도 많은 분입니다. 도가니탕, 갈비탕 등이 주 상품이었던 것 같습니다. 처음에는 본인이 스스로 이야기를</p> | <p>최근 방송 출연자의 개인 SNS 활동이나 개인적 발언이 언론 및 온라인을 통해 확산되며, 방송 출연 적절성에 대한 시청자 의견과 민원이 제기되는 사례가 증가하고 있음.</p> <p>이와 관련하여 당사 방송에 출연 중인 출연자의 개인 SNS 게시물이 사회적 논란으로 이어졌고, '쇼핑호스트/게스트 불만' 유형의 고객 민원이 접수 됨.</p> <p>민원은 논란이 있는 인물의 방송 출연이 홈쇼핑 채널 이미지 및 시청 경험에 영향을 줄 수 있다는 우려를 담고 있음.</p> <p>다만 해당 사안은 법적 위반이나 방송 내용과 직접 관련된 문제는 아닌, 방송 외 개인 영역에서의 의견 표명에 해당함.</p> <p>이에 본 사안과 관련하여, 개인적 사회 이슈 또는 논란까지 출연 제한·금지 기준에 반영하는 것이 적절한지 여부</p> <p>개인 발언을 근거로 한 출연 정지 조치가 과도한 제한 또는 인권 침해로 볼 소지는 없는지,</p> <p>시청자 신뢰 보호와 출연자의 표현의 자유 사이에서 방송사가 고려해야 할 합리적 대응 기준은 무엇인지 등을 중심으로 시청자 관점에서 향후 방송출연가이드 방향성에 대해 논의하고자 함.</p> | ○ | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>하면서 논란이 되었고 홈쇼핑에서 빠졌다가 최근 다시 출연했습니다. 그런데 이렇게 나왔다가 품질 논란으로 이어지면 회사에 큰 타격이 됩니다. 당분간 판매도 떨어지기도 하고요.</p> <p>두 번째는 최근 신화 김동완이 성매매를 합법적으로 인정해야 한다는 소신 발언을 한 건입니다. 이 때문에 민원이 발생했고, 방송을 하지 않아도 민원이 있습니다.</p> <p>서현선: 지금도 출연이 있나요?</p> <p>오주연: 저희 라이브 방송 편성은 현재 없는데, 녹화해 둔 방송 편성은 대기 상태에 있고 상품은 있습니다.</p> <p>오세영: 또 하나 참고하셔야 할 부분이 있습니다. 저희는 데이터 홈쇼핑은 녹화 방송으로 진행하고, TV는 라이브로 진행하는데 둘 다 이슈가 있습니다. 데이터 홈쇼핑은 녹화된 부분이 있기 때문에 재녹화할 수 있지 않겠느냐는 이야기가 나오지만, 편성과 맞물려 있어서 녹화 스케줄을 다시 잡아야 하는 문제가 있습니다.</p> <p>두 번째는 방송 합의서입니다. D-7 전에 방송 합의가 이루어져야 하고, 편성 후에는 변경이 없어야 하는 것이 공정위 원칙입니다. 변경이 필요하다면 양측이 합의한 내용을 서명으로 남겨야 합니다. 저희 의견만으로 되는 것이 아니라 협력사가 "이런 이슈 때문에 편성을 바꾸는데 동의한다"는 합의서나 의견서가 있어야 합니다.</p> <p>그래서 이런 이슈가 있다고 해서 단순히 편성을 빼라고 할 수 없는 상황입니다. 당장 이슈가 나오고 내일 모레 방송이 잡혀 있으면 이미 합의가 이루어지고 편성표까지 나간 상황입니다. 민원이 들어왔다고 해서 방송을 할지 말지 쉽게 바꾸기 어렵습니다. 그런 부분까지 고려해야 합니다.</p> <p>한명삼: 저는 앞의 케이스와는 조금 다른 것 같습니다. 사회적으로 공론</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>화가 가능한 이슈잖아요. 표현의 자유도 있고, 소신 발언이라고 볼 수도 있으며 사회적으로 부정적 효과가 있을 수도 있습니다.</p> <p>공적 영역에서는 이런 발언을 했다고 해서 출연을 거부하거나 금지하는 것은 안 된다고 생각합니다. 기업에서는 가능하다고 봅니다. 매출에 도움이 되지 않기 때문입니다. 그런데 홈쇼핑은 애매한 것 같습니다. 사기업이면서 방송이기 때문입니다.</p> <p>그래서 시청자위원회에서 어떤 판단을 해야 할지 생각해 보니, GS 입장에서는 매출이 떨어질 수 있기 때문에 금지시킬 수도 있다고 봅니다. 하지만 단순히 매출이 떨어진다고 해서 금지시키는 것도 맞는지 고민이 됩니다.</p> <p>시청자 관점에서 보면 민원을 제기한 분들 뒤에 말하지 않는 다수의 시청자들도 어떤 생각을 하고 있을 수 있습니다. 그런데 강하게 민원을 제기한 두 분 때문에 금지시키는 것이 맞는가 하는 생각도 듭니다.</p> <p>한명삼: 반대로 생각하면 두 명이 반대한다고 해서 나머지가 다 찬성하는 것은 아닐 수도 있습니다. 오히려 내부에 응축되어 있던 의견이 표면으로 튀어나온 것일 수도 있습니다. 그래서 그런 민원이 다수를 가늠하는 지표일 수도 있습니다.</p> <p>김현오: 질문을 보면서 궁금했던 게 있습니다. 지금 제한 금지 기준이나 정지 조치를 취할 수 있는 기준을 말씀하시는데, 그런 기준이 있어야만 제한을 할 수 있는 건가요? 사업적 판단에 따라 해당 출연자가 광고하는 상품을 받지 않겠다고 케이스 바이 케이스로 결정할 수는 없는 건가요?</p> <p>허남준: 결국 확정된 편성에 대해서는 방송 편성 계약이 체결된 상태입니다. 그래서 편성을 중단하거나 변경하려면 계약을 해지할 수 있을 정도의 합당한 사유가 있어야 하고, 협력사와 협의가 가능한 사유여야 합</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>니다.</p> <p>확정된 편성은 진행할 수밖에 없지만, 말씀하신 것처럼 앞으로 계속 판매할 것인지 여부는 저희의 이익과 고객 정서를 함께 고려해서 결정해야 합니다.</p> <p>문제는 협력사입니다. 협력사들은 오랜 기간 저희와 협업하면서 제품을 개발해 온 업체입니다. 저희가 향후 편성을 잡지 않으면 사실상 거래를 중단하는 것과 비슷한 상황이 됩니다. 그러면 협력사에서 저희에게 문제를 제기할 수 있습니다.</p> <p>물론 계약상 저희가 판매를 하지 않으면 그만이라고 볼 수도 있습니다. 하지만 앞으로도 협력사와 지속적인 거래 관계를 유지하려면 "김동완 브랜드 상품에 대해 이런 이유로 향후 편성을 하지 않겠다"는 논리를 협력사가 이해할 수 있도록 제시할 필요는 있을 것 같습니다.</p> <p>김현오: 명분이 필요하네요.</p> <p>한명삼: 저는 궁금했던 게, 하루아침에 있었던 일이 아니고 굉장히 자주 발생한 일이잖아요. 나름대로 현재까지의 윤리 기준이나 협력사·셀럽과의 계약서, 가이드 같은 것이 현재는 없는 건가요? 극한의 소송이 벌어진다든지 이런 일들은 없었나요?</p> <p>허남준: 어떤 위법적인 행동이었다면 너무 명확합니다. 그 부분은 저희도 편성을 안 하거나 출연을 정지시키면 되는데, 이런 애매한 판단의 이슈에 대해서는 저희도 고민이 됩니다. 또 영업 부서는 그 상품을 계속 판매하고 싶어 할 것이고, 저희 같은 부서에서는 심의적인 관점, 고객을 생각하는 관점에서 어떻게 판단하는 게 맞을지 고민이 됩니다.</p> <p>박상오: 그러면 현재 질문에 있는 '출연 제한 금지 기준'이라는 것 자체가 존재하지 않는 건가요?</p> <p>오주연: 출연 제한 금지 기준은 있습니다.</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>오주연: 다만 존재하는 부분은 저희가 기존에 제재받았던 내용이라든지, 불법적인 행동으로 인해 법적으로 형법에 위배되는 사례가 있는 경우입니다.</p> <p>오세영: 임성근 셰프가 지금 음주운전에 걸려서 그런 상황이라면 저희도 제한에 대한 문제는 전혀 없는데, 과거 이야기를 본인이 스스로 했고 이미 처벌은 끝난 상황입니다. 현재 사회생활에서 아무 문제가 없는데 방송이라는 이유로 저희 홈쇼핑 방송에 출연을 제한하는 게 맞는지 봐주시면 됩니다.</p> <p>허남준: 아마 추정컨대 김동완이라는 분과 그걸 같이 개발한 협력사와도 계약 관계가 있을 겁니다. 그 계약 관계에도 통상 브랜드 가치를 훼손할 경우 계약을 해지한다든지 위약 조항들이 있을 텐데, 지금 일단 두 당사자 간에는 이 건에 대해서 특별한 이의를 제기하지는 않은 것 같습니다. 계속 상품 편성을 요청하고 판매를 희망하는 걸 보면 김동완과 협력사 사이에서는 이 부분을 이슈로 삼지는 않는 것 같습니다. 어찌 보면 협력사가 제일 큰 피해자일 수도 있는데, 거기는 일단 이슈 없이 정리되는 것 같고요. 반대로 저희가 편성을 중지한다든지 하는 의사결정을 하는 것도 고민되는 부분이 있습니다.</p> <p>서현선: 매출 수치가 떨어지나요?</p> <p>오주연: 직전 방송은 아직 편성을 하지 않아서 이후에는 하지 않았고요. 3월 3일에 현대홈쇼핑에 편성이 예정돼 있다고 하더라고요. 그래서 지금 추이를 지켜보고 있는 상태이고, 그 현황을 본 다음에 저희도 대응을 해보자는 상황입니다.</p> <p>허남준: 통상적으로 이런 이슈가 있다고 해도 매출이 갑자기 단기간에 급락하거나 큰 변화가 있지는 않습니다.</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|--|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>신영수: 사실 저는 금지시키는 것에 개인적으로 반대인 이유가, 만약 여기서 출연을 금지시키면 GS홈쇼핑 입장에서는 입장이 생기는 거잖아요. 합법에 반대하는 기업이거나 편향성 있는 것은 받아주지 않겠다는 메시지가 될 수 있어서 부담이 될 수 있는 거죠.</p> <p>최정혜: 이런 논란을 볼 때 임성근, 김동완이라는 사람을 예시로 든 건데 사실 매일 몇 건씩 터질 정도로 연예인 논란이 많잖아요. 그런데 논란 하나하나가 중요한 게 아니라 기준을 어떻게 잡느냐의 문제라고 생각합니다. 홈쇼핑사는 일종의 플랫폼이기 때문에 본인의 입장을 표명하기 어려운 구조인 것 같습니다. 제조사가 있고 소비자가 있고, 그 안에서 메커니즘이 돌아가는 플랫폼이니까요. 법적으로 문제되지 않고 연예인들이 소신 발언으로 이슈가 되는 현대 사회에서 건건이 대응하는 것이 가능할지 의문입니다. 결국 명확한 기준이 필요할 것 같습니다.</p> <p>1차적으로 민원이 기준이 될 수 있겠지만, 현대 사회 특징이 '프로 불편러'들이 많습니다. 마음에 안 들면 어디든 신고하라는 문화가 많기 때문에 민원의 개수도 중요하지만, 1차적으로는 매출 임팩트가 얼마나 큰지가 중요하다고 생각합니다. 매출이 나오기 전에는 체류시간, 공헌도, 매출 영향 등을 봐야 하고, 장기적으로는 '김동완 요리 비결'처럼 개인 이름을 걸고 브랜딩한 경우 방송에서 부정적인 영향을 받는지 기준을 세워 접근하는 게 좋을 것 같습니다. 강성민원이 있을 때마다 안건으로 올라오면 내부적으로 응축된 문제가 폭발할 수도 있습니다. 이런 분들은 어디를 가도 불편해하시거든요. 홈쇼핑이라고 과도하게 규제할 필요가 있는지도 고민됩니다.</p> <p>서현선: 잘못된 문제와 민감한 이슈는 다르다고 생각합니다. 김동완 씨의 경우 명확한 잘못이라고 보기는 어려운 부분도 있을 수 있습니다. 예</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|--|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>를 들어 10년 전 젠더 이슈 같은 경우 잘못이라고 보기 어려운데 갑자기 폭발적으로 반응하는 경우가 있습니다. 기업에도 큰 영향을 줄 수 있기 때문에 저런 기준에는 안 맞더라도 '민감성'에 대한 필터는 필요하다고 생각합니다.</p> <p>심재웅: 고의성이 있는지 여부도 중요합니다. 발언 자체가 상품에 영향을 줄 수 있고, 공적 영역인지 사적 영역인지도 봐야 할 것 같습니다. 이런 분들은 발언이 다른 영역에도 영향을 줄 수 있다는 것을 알아야 합니다. 모를 수도 있기 때문에 브랜드와 계약할 때 이런 부분은 조심해달라는 수준으로 해결할지, 아니면 실제 이슈가 되었을 때 규제할 것인지 고민이 필요합니다.</p> <p>서현선: 저는 규제로 해결될 문제는 아니라고 생각합니다. 다만 회사 입장에서는 굉장히 고통이 큰 문제일 수 있습니다. 시청자위원회에서 다른 영역을 넘어설 수도 있습니다. 이런 예민한 문제를 '잘못'이라고 판단하거나 규제할 수는 없지만, 회사가 왜 이 안건을 올렸는지는 이해가 됩니다.</p> <p>심재웅: 임성근 사례의 경우 이슈가 해결됐더라도 시청자 입장에서는 상품에 영향을 미칠 수 있습니다. 특히 음주 문제는 사회적으로 민감하기 때문에 반성의 태도가 보이지 않는 상황에서 셰프가 방송에 나온다면 제품 자체에는 문제가 없어도 시청자 입장에서는 불편할 수 있습니다.</p> <p>정사강: 두 케이스는 차이가 있다고 생각합니다. 사회생활을 하는 사람이 범죄를 저지르고 대가를 치렀다면 사회활동 자체를 제한할 수는 없습니다. 취직도 할 수 있죠. 하지만 방송 출연은 또 다른 문제라고 생각합니다. 홈쇼핑은 위치가 애매합니다. 방송이기도 하고 상업 플랫폼이기도 하기 때문입니다. 방송에 출연해서 발언한다는 것은 그 사람의 생각이</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|--|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>나 가치관을 어느 정도 용인한다는 메시지가 될 수 있습니다. 그래서 기준의 일관성이 중요하다고 생각합니다. 민원이 몇 개 들어왔느냐에 따라 제재 여부가 달라지는 것은 바람직하지 않습니다.</p> <p>최정혜: 임성근 사건 때 저는 '저 사람은 거짓말하는 사람 아닌가'라는 생각이 들었고, 그러면 제품도 믿기 어렵겠다는 생각이 들었습니다. 이런 경우는 제품 신뢰도에 직접적인 영향을 줄 수 있어서 다른 차원의 문제라고 생각합니다.</p> <p>김민정: 소비자가 어떤 제품을 구매할 때 제품 정보도 보지만 실제로는 심리적인 영향이 더 큼니다. 불매운동도 제품이 이상해서가 아니라 윤리적 문제나 오너 리스크 때문에 발생하는 경우가 많습니다. 홈쇼핑은 소비자에게 방송이기도 하지만 일종의 유희 콘텐츠이기도 합니다. 그래서 작은 신뢰 문제도 크게 받아들여질 수 있습니다. 특히 SNS 활동이 늘어나면서 이런 일은 계속 발생할 것 같습니다.</p> <p>그래서 건건이 대응하기보다는 홈쇼핑의 신뢰성과 윤리성에 영향을 미치는 요소를 명확히 정리해 기준을 세우는 것이 필요해 보입니다. 홈쇼핑 방송 합의서에 이런 내용이 포함되어 있는지 궁금합니다.</p> <p>오세영: 없습니다. 김동완과 협력사 간 계약은 있고, 저희는 출연 계약서와 상품 관련 계약만 있습니다.</p> <p>김민정: 그렇다면 홈쇼핑 회사의 신뢰성과 윤리성에 타격을 줄 수 있는 상황이 발생할 경우 어떤 절차에 따라 제재할 수 있다는 내용을 계약에 넣는 것도 방법일 것 같습니다. 앞으로 계속 발생할 수 있는 문제라고 생각합니다.</p> <p>한명삼: 방송이라는 채널 자체가 기업 중심으로 보수적으로 갈 수밖에 없는 구조라고 생각합니다. 한쪽을</p> | | | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|-----|---|------|-----|----|----|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | <p>선택하는 순간 방송 채널 자체에 부담이 생길 수 있기 때문입니다.</p> <p>회사가 잘못하지 않았더라도 그 회사에서 방송이 나간다는 이유만으로 공격받는 경우가 많기 때문에, 절차적인 공정성을 확보하는 것이 중요하다고 생각합니다. 시청자위원회나 내부 절차 등을 통해 왜 그런 결정을 했는지 설명할 수 있는 구조가 필요할 것 같습니다.</p> | | | | |