

홈쇼핑 언어 사용 지침서

Homeshopping Language Usage Guide

서문

한 나라의 언어는 그 나라의 역사와 문화의 민족성을 들여다보는 거울입니다. 그리고 개개인이 쓰는 말은 그 사람의 교양과 품위를 고스란히 드러냅니다. 특히 방송은 전 세대와 계층을 아우르며 영향을 주는 매체로서 언어 사용의 파급 효과 또한 매우 큼니다. 그러나 최근 다매체, 다채널 환경에 따른 무분별한 시청률 경쟁은 언어 순화의 책임을 방기하는 수준을 넘어 방송언어의 건전성 훼손과 우리말 파괴라는 심각한 문제로 나타나고 있습니다.

홈쇼핑 방송 또한 예외는 아닙니다. 방송 중 흔히 생기는 위화감 조성, 신조어 및 축약어 사용, 선정적 표현 사용, 잘못된 높임법 사용 등 언어를 사용하는 과정에서 오류가 빈번하게 일어나고 있습니다.

이에 롯데홈쇼핑과 국립국어원은 올바른 언어 사용에 대한 업무 협약을 맺어 자체 방송 심의, 다각도의 모니터링을 통해 홈쇼핑 방송에서 사용되는 언어의 특성을 분석하고 언어 사용상의 오류를 찾아 유형별로 분류했습니다. 또한 홈쇼핑 업계의 관용적인 외국어 사용, 비속어 사용에 대한 근본적인 해결 방법을 모색해 홈쇼핑 방송 언어의 대안을 제시하고자 합니다.

이 책은 방송 자막과 방송 참여자들 사이의 대화 중 오류를 항목별로 분류한 후, 방송 제작 현장에서 실제로 활용할 수 있도록 구체적이고 세부적인 예시와 대안을 마련하였습니다. 방송 제작자는 물론 진행자와 출연자 모두에게 유용하게 활용되기를 바랍니다.

앞으로 롯데홈쇼핑은 방송 언어에 대한 중요성을 인식하고, 방송 언어 환경 개선 방법을 여러모로 모색할 것입니다. 이 지침서를 시작으로 다양한 사내 교육 프로그램을 지속적으로 개발할 수 있도록 힘쓰며 홈쇼핑 방송의 올바른 언어 사용에 선도적인 역할을 해 나가겠습니다.

감사합니다.

차례

1장 자막에서 나타나는 오류 표현

1. 규범에 어긋나는 표기 / 6p
2. 의미에 영향을 끼치는 오류 표기 / 17p
3. 불필요한 외국 문자 표기 / 21p

2장 대화에서 나타나는 오류 표현

1. 외래어, 외국어 오용과 남용 / 26p
2. 잘못된 호칭어와 지칭어 / 31p
3. 비공식적 언어 / 33p
4. 잘못된 높임법 / 37p
5. 어법에 맞지 않는 표현 / 43p
6. 저속한 표현(선정적 표현) / 48p
7. 차별적인 표현 / 49p

3장 담화 전략에서 나타나는 오류 표현

1. 방송 분위기 조성 전략 / 60p
2. 사회적 증거 제시 전략 / 68p
3. 제품(군)의 기능과 성능, 효용 설명 전략 / 76p
4. 전문성과 전문가의 권위 강조 전략 / 95p
5. 구매 기회 및 구매 이익 강조 전략 / 109p

일러두기

어떤 항목인가요?

이 항목은 홈쇼핑 방송에서 나타나는 언어를 영역별로 분류하고 각각의 특징에 대해 개괄적으로 소개를 하는 항목입니다. 표기 차원, 대화 차원, 전략 차원에서 각 항목이 의미하는 바가 어떠한 것인지를 소개하고 있어 이후에 문제가 되는 표현들을 제시하기 전에 효과적이고 바른 표현이 어떤 것인지를 소개하는 항목이기도 합니다.

어떤 문제가 있나요?

각 영역별로 나타날 수 있는 언어적 오류, 문제 전략에 대해 간단히 소개하고 원인 등을 밝혀 주는 항목입니다.

문제가 되는 점은?

‘어떤 문제가 있나요’ 항목을 문제점별로 나누어 어떤 점이 언어 사용에서 오류가 되는지 구체적으로 밝혀 주는 항목입니다. 다양한 사례와 함께 설명을 하고 있어 구체적으로 어떤 표현이 문제가 되는지 확인할 수 있는 항목이라 할 수 있습니다.

이렇게 고칠 수 있습니다

이 항목은 문제가 되는 표현에 대한 대안을 제시해 주는 항목입니다. 그러나 언어의 특성상 1:1로 대응되는 정답이라 할 수는 없으며 제시된 답 이외에도 다양한 대안이 가능합니다. 여기서는 가장 대표적인 대안이나 대처할 수 있는 표현을 제시해 주었습니다.

그 외에...

쇼호스트 혹은 게스트의 발화는 완전히 틀리거나 아주 부적절한 경우를 제외하고는 표현의 실제성을 살리기 위해 가급적 그대로 살려 적었습니다.

대화 출처는 방송 연월일, 해당일의 방송 순서입니다. 즉 18010101이면 18년 1월 1일 첫 번째 방송을 나타냅니다.

" " 안에는 간단한 팁이 적혀 있습니다.



1. 규범에 어긋나는 표기

어떤 항목인가요?

‘방송은 바른 말을 사용하여 국민의 바른 언어생활에 이바지하여야 한다.’

<방송심의에 관한 규정 제7조 ⑥>

‘어문 규범이란 제13조에 따른 국어심의회의 심의를 거쳐 제정한 한글 맞춤법, 표준어 규정, 표준 발음법, 외래어 표기법, 국어의 로마자 표기법 등 국어 사용에 필요한 규범을 말한다.’

<국어기본법 제3조의 3>

‘공공기관 등은 공문서를 일반 국민이 알기 쉬운 용어와 문장으로 써야 하며, 어문 규범에 맞추어 한글로 작성하여야 한다.’

<국어기본법 제14조 ①>

방송 언어는 공공언어의 한 종류입니다. 홈쇼핑 방송에서 사용되는 언어는 상품 판매의 효과 이외에도 교육적 효과를 갖는 등 막강한 파급력을 행사합니다. 모든 공공언어가 그러하듯 방송 언어 역시 시청자, 더 나아가서는 일반 국민들의 언어생활에서 모범의 역할을 하기도 하지요. 또한 한 기관을 대표하여 쓰는 방송 언어는 우리 기관의 이미지, 신뢰도와도 직결됩니다. 아주 사소한 오류처럼 생각되는 것이더라도 어문 규범에 어긋나는 표기는 방송의 진정성을 떨어뜨릴 뿐만 아니라 기관의 이미지에 악영향을 미치기도 합니다. 따라서 홈쇼핑 방송 언어의 하나인 자막을 쓸 때에는 어문 규범에 맞추어서 쓰는 것이 중요합니다.

“홈쇼핑 언어의 파급력을 기억해 주세요. 어문 규범에 맞는 표기, 바른 홈쇼핑 언어 사용의 출발점 역할을 합니다.”

어떤 문제가 있나요?

어문 규범은 국민들이 문자로 언어생활을 편리하게 하도록 정한 약속입니다. 틀린 맞춤법, 띄어쓰기 등은 글 또는 방송의 진정성을 떨어뜨리고 기관의 신뢰도까지 좌우하기도 합니다. 국어기본법에서도 강조하고 있는 바와 같이 공공언어는 어문 규범에 맞추어 글을 쓰는 것이 매우 중요합니다. 우리가 쓰는 글이 바로 시청자들, 나아가서는 국민들의 언어생활에 모범적인 역할을 하기 때문입니다. 그렇기 때문에 한 줄의 짧은 자막을 쓰더라도 어문 규범에 맞게 글을 써야 한다는 것을 명심해 주세요.

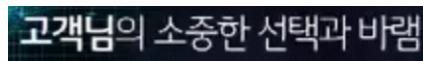
1)
표기법에 맞지 않는 표기

‘한글 맞춤법은 표준어를 소리대로 적되, 어법에 맞도록 함을 원칙으로 한다.’
한글 맞춤법 총칙 제1항의 내용입니다. 이에 따라 ‘구름, 나무, 놀다, 달리다’ 등은 ‘[구름], [나무], [놀다], [달리다]’와 같이 소리가 나는 대로 적습니다. 그러나 ‘꽃’은 뒤에 오는 말에 따라 ‘[꼬초], [꼰], [꼰]’처럼 서로 다르게 소리가 나기 때문에 단어의 의미를 정확히 파악하기 위하여 어법에 맞도록 ‘꽃’으로 적습니다. 한글 맞춤법의 원리에 맞추어 소리와 의미를 함께 고려할 때 비로소 우리는 글의 내용을 정확하고 보다 더 쉽게 이해할 수 있습니다. 그런데 우리가 일상적으로 알고 있는, 듣고 말하는 모든 단어가 모두 어법에 맞는 것들일까요? 사실 그렇지 않습니다. 우리가 일상적으로 말하고 쓰는 단어들 중에서는 잘못 알고 있는 것들도 많습니다. 그러나 방송 언어는 공적인 언어입니다. 일반 시청자들은 잘못 알고 있을 수 있다고 하더라도 방송 언어를 쓰는 사람들만큼은 어법에 맞는 단어, 사전에 있는 단어들을 꼼꼼하게 확인하여 글을 써야 합니다. 다시 말해 방송 언어는 국민의 바른 언어생활에 이바지할 수 있도록 노력해야 하므로 일반적으로 잘못 알고 있는 단어들도 바로잡아 정확하고 바르게 사용할 수 있어야 합니다.

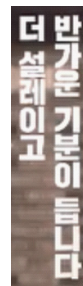
문제가 되는 점은?



텔레비전 화면에 나오는 방송 자막은 기본적으로 어법을 준수해야 합니다. 그리고 국어사전에 실려 있는 표준어를 사용해야 하는 것 역시 방송 자막에서 지켜야 할 기본 요건입니다. 입말로 많이 사용하는 ‘바램’, ‘설레이다’ 등은 틀린 말이며 국어사전에 실려 있지 않은 단어입니다. 그렇기 때문에 이것을 그대로 표기에 반영하는 것은 잘못입니다. 방송 자막에 사용하는 단어들에 대해서는 국어사전에 등재된 표준어인지를 확인할 필요가 있습니다.



▲<그림 1> 맞춤법 오류 사례: 바램(17041814 무형)



<그림 2> 맞춤법 오류 사례: 설레이고(18010205 패션) ▶

[이렇게 고칠 수 있습니다]

고객님의 소중한 선택과 **바람**

→ 여러분의 소중한 선택과 **바람**

더 **설레이고** 반가운 기분이 듭니다.

→ 더 **설레고** 반갑습니다.

문제가 되는 점은?



국어의 한글 맞춤법에는 소리에 관한 조항들이 있습니다. 그 대표적인 예가 두음 법칙인데요, 두음 법칙은 ‘ㄴ’이나 ‘ㄹ’ 등이 단어의 첫머리에 발음되는 것을 꺼려 다른 소리로 바꾸어 소리 내는 것입니다. ‘녀자’나 ‘로동’이 아니라 ‘여자’, ‘노동’ 등으로 발음하는 것이 두음 법칙이 적용된 예입니다. 이러한 두음 법칙은 단어의 첫머리에만 적용되는 것으로 한 단어의 두 번째, 세 번째 혹은 그 이상의 자리에서는 적용되지 않습니다. 우리가 많이 헷갈리는 ‘렬, 룰’ 등은 ‘명중 룰, 합격룰’과 같이 첫머리가 아닌 자리에서는 본음대로 밝혀 적어야 합니다. 다만 ‘실패율, 백분율’ 등과 같이 앞말이 ‘ㄴ’이나 모음으로 끝나는 경우에만 ‘열, 율’로 적도록 한글 맞춤법 제 11항에서 규정하고 있습니다. 여기서 보인 예는 ‘회복’이라는 단어로 ‘룰’이 붙은 것이므로 ‘룰’이 쓰이는 자리가 단어의 첫머리가 아니고 앞말이 ‘ㄱ’으로 끝났다는 점에서 ‘회복룰’로 적는 것이 맞는 단어입니다.

신장 회복율

◀ <그림 3> 맞춤법 오류 사례(17061105 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

신장 **회복율**

→ 신장 **회복률**

문제가 되는 점은?



국어사전에 실려 있지 않은 말을 사용하는 것만큼 큰 문제가 되는 것은 맞춤법에 어긋나는 표기를 그대로 방송 자막에 노출하는 것입니다. 구어체로 많이 사용되는 ‘예요’는 ‘이에요’의 줄임말입니다. ‘예요’는 ‘나무예요’, ‘제 거예요’ 등과 같이 받침 없이 모음으로 끝난 명사 뒤에 쓰이고 ‘이에요’는 ‘컵이에요’, ‘바로 그것이에요’처럼 자음으로 끝난 명사 뒤에서 씁니다. <그림 4>에서 쓰인 ‘이에요’는 ‘이에요’와 ‘예요’를 혼동하여 섞어 쓴 표기입니다. 이러한 표기 방식은 명백한 오류이므로 방송 자막에서는 절대 쓰는 일이 없도록 주의해야 합니다.

“모음으로 끝나는 말 뒤에는 ‘예요’, 자음으로 끝나는 말 뒤에는 ‘이에요’를 써 주세요.”

요·실·금
요즘 걱정이예요..!

▲ <그림 4> 맞춤법 오류 사례(18020701 무형)

지금 사용하는
샴푸는 **비타브리드**
샴푸예요

▲ <그림 5> 맞춤법 오류 사례(18040107 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

요실금, 요즘 **걱정이에요!**

→ 요실금, 요즘 **걱정이에요!**

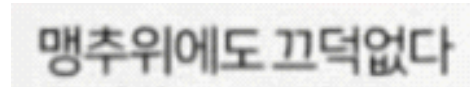
지금 사용하는 샴푸는 **비타브리드 샴푸예요.**

→ 지금 사용하는 샴푸는 **비타브리드 샴푸예요.**

문제가 되는 점은?



자막을 쓸 때에는 타이핑(typing, 타자기나 문서 작성 도구로 글자를 치는 일)을 하면서 오타가 나는 경우가 있습니다. 된소리(ㄱ, ㄷ, ㅃ, ㅆ, ㅉ) 표기를 해야 할 것을 예사소리(ㄱ, ㄷ, ㅂ, ㅅ, ㅈ)로 적는다든지 반대로 예사소리로 적어야 할 것을 된소리로 표기하는 것 등이 그 대표적인 예인데요. 이러한 사소한 오타로도 방송의 신뢰도가 저하될 수 있으므로 글을 쓸 때에 오타가 없는지 다시 한 번 꼼꼼하게 확인하는 작업이 필요합니다.



▲<그림 6> 표기 오류 사례(17113003 패션)

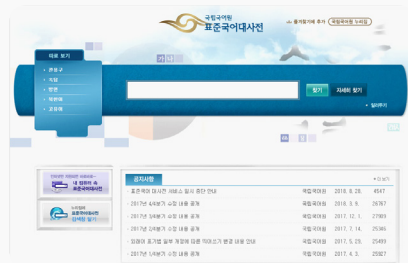
[이렇게 고칠 수 있습니다]

맹추위에도 **끄덕없다**

→ 맹추위에도 **끄떡없다**

정확한 단어의 사용을 위해서는 「표준국어대사전」을 적극적으로 활용해야 합니다.

[참고] 국립국어원 「표준국어대사전」
(<http://stdweb2.korean.go.kr/main.jsp>)



2) 띄어쓰기를 지키지 않은 표기

‘문장의 각 단어는 띄어 씀을 원칙으로 한다.’

‘조사는 그 앞말에 붙여 쓴다.’

한글 맞춤법 제2항과 제41항의 내용입니다. 우리가 일상적으로 듣고 말하고 읽고 쓰는 모든 문장은 각각의 단어로 이루어져 있습니다. 이러한 문장들을 글로 쓸 때에는 단어 단위로 띄어 써야 합니다. 또한 국어는 조사가 발달한 언어인데 ‘국어가’, ‘방송은’, ‘한글을’ 등에 쓰인 ‘가(이)’, ‘은(는)’, ‘을(를)’ 등이 바로 그것입니다. 이러한 조사는 반드시 앞말에 붙여 써야 한다는 조항이 있습니다. 이것은 한글 맞춤법에서 가장 기본적이고도 중요한 부분이므로 띄어쓰기를 잘못하는 일이 없도록 특별히 더 주의를 기울여야 합니다.

“사소한 것처럼 보이지만 ‘공공언어’라는 방송 언어의 특성을 꼭 기억해 주세요. 우리가 잘못 쓴 자막이 누군가에게는 언어생활의 모범으로 여겨지기도 합니다.”

문제가 되는 점은?



조사 외에도 앞말에 붙여 써야 하는 단위들이 있습니다. 그것이 바로 접사인데요, 여기에서 쓰인 ‘-하다’는 앞말에 붙어 쓰이는 접미사입니다. 이러한 접미사는 단독으로는 쓰일 수 없기 때문에 ‘편안하다’, ‘가득하다’, ‘기원하다’와 같이 붙여쓰기를 해야 하는데요. 실제로 국어사전을 찾아보면 이러한 단어들은 모두 하나의 단어로 등재되어 있습니다. 한글 맞춤법에는 글자를 바르게 적는 방법뿐만 아니라 띄어쓰기의 원리와 방법도 포함되어 있으므로 띄어쓰기는 반드시 지켜야 할, 우리가 언어생활을 하는 데 꼭 준수해야 할 약속입니다. 띄어쓰기 방식을 확인하는 데에도 국어사전을 활용할 수 있습니다.

“-하다와 ‘-되다’는 앞의 말에 붙여 써 주세요.”



▲ <그림 9> 띄어쓰기 오류 사례 (17052113 무형)



<그림 10> 띄어쓰기 오류 사례 (18010205 패션)▶

[이렇게 고칠 수 있습니다]

당신의 침대 **편안 하십니까?**

→ 당신의 침대 **편안하십니까?**

여러분 가정에 기쁨과 행복이 **가득 하시길 기원 하면서**

→ 여러분 가정에 기쁨과 행복이 **가득하시길 기원하면서**

문제가 되는 점은?



글자를 바르게 적는 방법을 지키는 것만큼 한글 맞춤법에서 중요한 것은 띄어쓰기를 지키는 것입니다. '국가의 법 의 체계적 기초 로서 국가 의 조직 구성 및 작용 에 관한 근본법' 이라는 문장을 살펴볼까요? 이 예를 통해서도 알 수 있듯이 자막과 같이 짧은 글에서는 조사를 띄어 쓰는 것이 큰 문제가 아닐 수 있지만 글이 조금이라도 길어지면 조사를 앞말과 띄어 쓰는 것은 문장의 구조를 파악하는 데 방해가 되고 독서의 능률을 떨어뜨립니다. 이에 따라 '에도'나 '까지' 등의 조사는 한글 맞춤법 제41항에서 명시한 것과 같이 반드시 앞말에 붙여 써야 합니다. 방송 언어에서도 이러한 조사를 띄어 쓰는 오류가 없도록 주의해야 합니다.

설치 후에도
100% 환불가능

▲ <그림 7> 띄어쓰기 오류 사례
(18021609 생활 가전 가구)

1개~4개까지

▲ <그림 8> 띄어쓰기 오류 사례
(18010503 패션 잡화/주얼리)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

설치 후에도 100% 환불 가능
→ 설치 후에도 100% 환불 가능

1개~4개까지
→ 1개~4개까지

문제가 되는 점은?



물론 홈쇼핑 방송에서 보이는 자막에 모두 오류만 있는 것은 아닙니다. <그림 11>과 같이 한글 맞춤법에 맞추어 띄어쓰기를 잘한 예도 있습니다. 여기에서 '대로'는 '어떤 모양이나 상태와 같이'의 의미를 나타내는 의존 명사이기 때문에 앞말과 띄어쓰기하는 것입니다. 이런 '대로'와 같은 의존 명사가 바로 '때'의 의미를 나타내는 '시(時)'입니다. '신규 설치 시', '제휴 카드 시', '혜택 적용 시'에 쓰인 '시'는 의존 명사이기 때문에 앞말과 띄어 써야 합니다. 이것은 한글 맞춤법 제42항에 명시되어 있는 것으로 반드시 지켜야 합니다.

원하는 대로 OK

▲ <그림 11> 올바른 띄어쓰기 사례
(17090511 식주방)

신규설치시할인쿠폰

▲ <그림 12> 띄어쓰기 오류 사례
(17090511 식주방)

제휴카드시
한 달
9,900원부터

◀ <그림 13> 띄어쓰기 오류 사례
(17052113 무형)

모든 혜택 적용시

▲ <그림 14> 띄어쓰기 오류 사례
(18031813 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

신규설치시 할인쿠폰
→ 신규 설치시 할인 쿠폰 증정

제휴카드시 한 달 9,900원부터
→ 제휴 카드로 결제 시 한 달에 9,900원부터

모든 혜택 적용시
→ 모든 혜택 적용 시

1) 국립국어원(2018), 『바른 국어 생활』 26, 국립국어원.

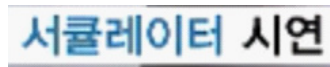
3) 외래어 표기법에 어긋나는 표기

외래어란 원래 우리말이 아닌 외국어였지만 외국의 문물과 문화를 받아들일 때에 해당 어휘까지 받아들여 지금은 우리말처럼 쓰이는 말입니다. 외래어 표기법은 외래어를 한글로 표기하는 방법을 정해 놓은 어문 규범입니다. 우리말로 바꿀 수 없는 외래어가 특히 더 많이 쓰이는 홈쇼핑 언어의 특성상 외래어 표기가 불가피한 경우가 있을 수 있습니다. 외국어는 최대한 우리말로 바꾸어 쓰는 것이 좋겠지만 그럴 수 없는 외래어의 경우에는 외래어 표기법에 맞게 쓸 수 있도록 주의를 기울여야 합니다. 외래어 표기법은 여러 형태로 쓸 가능성이 있는 외래어에 표기 원칙을 만들어 혼란이 생기지 않도록 만들어 둔 규칙이기 때문에 이 역시 반드시 지켜야 합니다.

문제가 되는 점은?

외래어 표기법 제4항에서는 마찰음의 표기에는 된소리를 쓰지 않는 것을 원칙으로 한다고 밝히고 있습니다. 이것은 ‘버스’를 [뽀스]로 발음한다고 해서 ‘뽀스’로 적지 않고 ‘가스’ 역시 ‘까스’로 적지 않는 등의 예에서 확인할 수 있는 조항입니다. 이에 따라 외래어를 표기할 때에는 된소리 표기를 하지 않도록 주의해야 합니다. <그림 16>은 이러한 외래어 표기법에 맞추어 ‘circulator’를 한글로 표기할 때에 예사소리를 사용한 좋은 예입니다. 앞에서 언급한 것처럼 어쩔 수 없이 외래어를 표기해야 한다면 이처럼 외래어 표기법에 맞게 쓰는 것이 중요합니다. “외래어 표기법에서는 ‘ㄱ, ㄷ, ㅃ, ㅆ, ㅈ’를 쓰지 않습니다.”

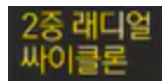
참고 외래어는 외래어 표기법에 맞추어 쓰되 순화어가 있을 때에는 순화어를 쓰는 것이 더 좋습니다. 예를 들어 ‘사이클’은 ‘자전거타기’로 바꾸어 쓸 수 있습니다.



▲ <그림 16> 올바른 외래어 표기 사례 (18032505 패션)



▲ <그림 18> 외래어 표기 오류 사례 (17061105 패션)



◀ <그림 17> 외래어 표기 오류 사례 (17090715 생활 가전)



◀ <그림 19> 외래어 표기 오류 사례(18010704 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

2중 래디얼 사이클론

→ 2중 레이디얼(radial) 사이클론(cyclone, 회오리바람)

조깅, 사이클 가벼운 외출 OK

→ 조깅, 사이클(→자전거 타기), 가벼운 외출 등을 할 때에도!

라떼아트

→ 라테아트

문제가 되는 점은?



방송 언어로서 글을 쓸 때에는 불필요한 외래어 혹은 외국어의 사용을 지양해야 합니다. 그러나 불가피하게 외래어나 외국어를 사용했다면 외국어 표현을 한글로 표기하는 ‘외래어 표기법’에 맞추어 글을 써야 합니다. 한글 맞춤법과 같이 외래어 표기법에도 표기의 원칙이 있습니다. 그중 제3항에서는 외래어를 표기할 때에는 받침으로 ‘ㄱ, ㄴ, ㄹ, ㅁ, ㅂ, ㅅ, ㅇ’만을 쓴다고 규정해 두고 있습니다. 이에 따르면 ‘케이’와 같이 받침에 ‘ㅋ’을 쓰는 것은 잘못된 것입니다. 또한 외래어 표기법의 표기 세칙에서는 어말의 ‘[k]’에는 ‘으’를 붙여 적는다고 규정해 두고 있습니다. 따라서 ‘케이’이라는 표기는 완전히 틀린 표기가 됩니다.

“‘케이’, ‘테알’이 아니라 ‘케이크’, ‘테이프’입니다.”



<그림 15> 외래어 표기 오류 사례(18031813 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

케익교환권

→ 케이크 교환권

문제가 되는 점은?



외래어를 표기할 때에 가장 흔하게 나타나는 오류는 영어에서 [ʃ] 발음이 나는 글자를 ‘쉬’로 적는 것입니다. 그러나 외래어 표기법에 따르면 [ʃ] 발음에 대응하는 한글 표기는 ‘시’ 또는 ‘슈’입니다. 이에 따라 ‘새우’를 뜻하는 ‘shrimp’는 ‘슈림프’로 쓰고 ‘손전등’이라는 의미의 ‘flash’는 ‘플래시’로 씁니다.



‘래시가드’는 ‘rash guard’를 외래어 표기법에 따라 적은 것입니다. 이때 ‘rash’는 [ræʃ]로 발음이 나는데 ‘æ’는 ‘애’로 적습니다.

[이렇게 고칠 수 있습니다]

왜 수영복이 아닌 래시가드?

→ 왜 수영복이 아닌 래시가드?

TV홈쇼핑 최초 4중 브러쉬

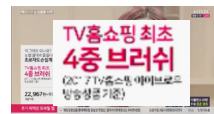
→ 텔레비전 홈쇼핑 중 최초로 4중 브러쉬(→솔)

뽀뽀한 나일론 브러쉬

→ 뽀뽀한 나일론 브러쉬(→솔)

왜 수영복이 아닌 래시가드?

▲ <그림 20> 외래어 표기 오류 사례 (17061105 패션 레저스포츠)



▲ <그림 21> 외래어 표기 오류 사례 (18010502 뷰티 색조화장품)

뽀뽀한 나일론 브러쉬

▲ <그림 22> 외래어 표기 오류 사례 (17090715 생활 가전)

문제가 되는 점은?



한편, 외래어 표기법에 따르면 ‘츠, 쑤’ 표기에서는 ‘차, 저, 조, 주, 차, 처, 초, 추’와 같이 이중 모음 표기를 하지 않습니다. ‘쥬스’가 아니라 ‘주스’, ‘비전’이나 ‘차트’가 아니라 ‘비전’, ‘차트’로 적는 것이 이러한 원칙에 따른 것입니다. 이러한 사정을 고려한다면 여기에서 제시한 ‘시그니처’, ‘스케줄’, ‘주얼리’는 외래어 표기법에 어긋나는 표기입니다.

[이렇게 고칠 수 있습니다]

시그니처 컬렉션

→ 시그니처(→ 대표) 컬렉션

학습 스케줄 제공

→ 학습 스케줄(→ 일정표, 계획표, 시간표) 제공

그녀들이 착용한 커스텀 주얼리

→ 그녀들이 착용한 커스텀 주얼리(→ 맞춤 보석)

시그니처 컬렉션

▲ <그림 23> 외래어 표기 오류 사례 (18033003 패션)

아이의 성향과 학교진도에

딱 맞춤 학습 스케줄 제공

▲ <그림 24> 외래어 표기 오류 사례 (18010403 생활 가전)

시대를 아우르는 그녀들이 착용한 커스텀 주얼리

▲ <그림 25> 외래어 표기 오류 사례 (18010503 패션)

문제가 되는 점은?



이 외에도 우리가 일상적으로 잘못 표기하고 있는 외래어들이 있습니다. ‘워크샵’, ‘컨퍼런스’, ‘옴부즈맨’ 등이 그 대표적인 예입니다. 이들은 모두 ‘워크숍’, ‘콘퍼런스’, ‘옴부즈맨’으로 적어야 옳습니다. 이것들은 모두 외래어 표기법 용례에서 찾아볼 수 있는데요. ‘컬렉션’이나 ‘컨텐츠’ 역시 마찬가지입니다. 외래어 표기법은 관용적으로 굳어진 용례 외에는 현지의 발음을 고려하여 적는 것이 원칙이므로 [kəˈlekʃn]으로 발음되는 ‘collection’은 ‘컬렉션’으로, [kɒntents]로 발음되는 ‘contents’는 외래어 표기법에 맞추어 ‘콘텐츠’로 적는 것이 맞습니다. ‘맨해튼’ 역시 [ˈmænˈhætŋ]이 원지음(현재 그 지역에서 발음하는 음)에 맞춘 발음법입니다. ‘맨해튼’으로 표기하면 틀립니다. 한편, <그림 26>과 <그림 27>에서 볼 수 있는 바와 같이 동일한 방송 안에서도 하나의 외국어에 대하여 두 가지의 서로 다른 표기법을 사용하는 경우가 있는데 이런 일이 없도록 주의해야 합니다.

[이렇게 고칠 수 있습니다]

컬렉션 팬츠 2종

→ 컬렉션 팬츠(→ 신상품 바지) 2종

전 과목 모든 콘텐츠

→ 전 과목의 모든 콘텐츠(→ 자료)

맨하탄 그레이

→ 맨해튼 그레이

컬렉션 팬츠 2종

▲ <그림 26> 올바른 외래어 표기 사례 (17060702 패션)

화속리

컬렉션 팬츠 2종

▲ <그림 27> 외래어 표기 오류 사례 (17060702 패션)

전 과목 모든 콘텐츠

▲ <그림 28> 외래어 표기 오류 사례 (18010403 생활 가전)

맨하탄 그레이

▲ <그림 29> 외래어 표기 오류 사례 (18022404 생활 가전)

참고

외래어를 표기할 때에는 원지음을 최대한 고려하여 같거나 비슷하게 써 주어야 합니다. 그러나 이러한 원칙을 최대한 반영하더라도 그렇게 할 수 없는 경우에는 우리 식으로 쓰는 것이 원칙입니다. 외래어를 표기할 때에는 외래어 표기법 표기 일람표와 국립국어원 누리집의 '외래어 표기법 용례 찾기' 등을 활용할 수 있습니다.

[참고] 외래어 표기법 표기 일람표

| 자음 | | | 반모음 | | 모음 | |
|----------|-------|------------|----------|-------|----------|----|
| 국제 음성 기호 | 한글 | | 국제 음성 기호 | 한글 | 국제 음성 기호 | 한글 |
| | 모음 앞 | 자음 앞 또는 어말 | | | | |
| p | ㅍ | ㅍ, 프 | j | 이* | i | 이 |
| b | ㅂ | 브 | ɥ | 위 | y | 위 |
| t | ㅌ | ㅌ, 트 | w | 오, 우* | e | 에 |
| d | ㄸ | 드 | | | ø | 외 |
| k | ㅋ | ㄱ, ㅋ | | | ɛ | 에 |
| g | ㄱ | 그 | | | ẽ | 앵 |
| f | ㅍ | 프 | | | œ | 외 |
| v | ㅂ | 브 | | | õ | 윙 |
| θ | ㅅ | 스 | | | æ | 애 |
| ð | ㄸ | 드 | | | a | 아 |
| s | ㅅ | 스 | | | a | 아 |
| z | ㅈ | 즈 | | | ã | 앙 |
| ʃ | 시 | 슈, 시 | | | ʌ | 어 |
| ʒ | ㅈ | 지 | | | ɔ | 오 |
| ts | ㅈ | 츠 | | | õ | 옹 |
| dz | ㅈ | 즈 | | | o | 오 |
| tʃ | ㅈ | 치 | | | u | 우 |
| dʒ | ㅈ | 지 | | | ə** | 어 |
| m | ㅁ | ㅁ | | | ə | 어 |
| n | ㄴ | ㄴ | | | | |
| ɲ | 니* | 뉴 | | | | |
| ŋ | ㅇ | ㅇ | | | | |
| l | ㄹ, ㄹㄹ | ㄹ | | | | |
| r | ㄹ | ㄹ | | | | |
| h | ㅎ | ㅎ | | | | |
| ç | ㅎ | 히 | | | | |
| x | ㅎ | 흐 | | | | |

* [j], [w]의 '이'와 '오, 우', 그리고 [ɲ]의 '니'는 모음과 결합할 때 제3장 표기 세칙에 따른다.

** 독일어의 경우에는 '에', 프랑스어의 경우에는 '으'로 적는다.

4) 국어의 로마자 표기법에 어긋나는 표기

글을 쓸 때 필요한 어문 규범에는 한글 맞춤법(띄어쓰기 포함), 외래어 표기법 외에도 로마자 표기법이 있습니다. 로마자 표기법은 우리말을 구미 문자인 로마자로 표기하는 방법을 정해 놓은 규범입니다. '부산', '김포' 등의 지명을 로마자로 표기하던 방식이 'Pusan', 'Kimp'o'에서 'Busan', 'Gimpo'로 바뀐 것이 바로 로마자 표기법에 따른 것입니다. 이러한 로마자 표기법 역시 우리의 언어생활에서 생길 수 있는 혼란을 막고 편리한 문자 생활을 할 수 있도록 정해 놓은 것이므로 반드시 지켜야 합니다.

문제가 되는 점은?

방송 언어에서는 어문 규범의 하나인 국어의 로마자 표기법은 우리의 문자 생활을 위하여 정해 놓은 규칙이기 때문에 이에 따라 글을 써야 합니다. 우리가 사용하는 방송 자막에서 로마자 표기가 나타나는 경우는 많지 않지만 여기에서 제시한 사례처럼 몇 안 되는 예에서 국어의 로마자 표기법에 어긋나는 표기를 찾아볼 수 있습니다. 여기에서는 쌍비읍(ㅃ)에 대응하는 로마자로 'bb'를 써 두었으나 국어의 로마자 표기법에 따르면 쌍비읍(ㅃ)은 'pp'로 쓰는 것이 맞습니다. 우리말을 로마자로 표기할 필요가 있을 때에는 로마자 표기법을 미리 알고 이를 지키는 것이 필요합니다.

[이렇게 고칠 수 있습니다]

OYSTER JJAMBONG
→ OYSTER JJAMPPONG



▲ <그림 30> 로마자 표기 오류 사례 (18020912 식주방)

[참고] 국어의 로마자 표기법 표기 일람

단모음

모음

| | | | | | | | | | |
|---|----|---|---|----|---|----|---|----|----|
| ㅏ | ㅓ | ㅗ | ㅜ | ㅡ | ㅣ | ㅐ | ㅑ | ㅚ | ㅛ |
| a | eo | o | u | eu | i | ae | e | oe | wi |

이중 모음

| | | | | | | | | | | |
|----|-----|----|----|-----|----|----|-----|----|----|----|
| ㅑ | ㅓ | ㅗ | ㅜ | ㅐ | ㅑ | ㅚ | ㅛ | ㅜ | ㅚ | ㅛ |
| ya | yeo | yo | yu | yae | ye | wa | wae | wo | we | ui |

*'ㄱ'은 'ㅣ'로 소리 나더라도 ui로 적는다.

파열음

자음

| | | | | | | | |
|------|----|---|------|----|---|------|----|
| ㄱ | ㄲ | ㅋ | ㄷ | ㄸ | ㅌ | ㅃ | ㅍ |
| g, k | kk | k | d, t | tt | t | b, p | pp |

파찰음 / 마찰음

| | | |
|---|----|----|
| ㅈ | ㅉ | ㅊ |
| j | jj | ch |

비음

| | | |
|---|---|----|
| ㄴ | ㅁ | ㅇ |
| n | m | ng |

유음

| |
|------|
| ㄹ |
| r, l |

2. 의미에 영향을 끼치는 오류 표기

어떤 항목인가요?

어문 규범을 지켜서 글을 써야 하는 이유는 무엇일까요? 맞춤법이나 띄어쓰기에 맞게 글을 쓰는 것은 의미 전달의 측면에서도 매우 중요합니다. ‘집에 들렸다.’와 ‘집에 들렀다.’, ‘오늘 맡았던 일을 다 못 했어.’와 ‘오늘 맡았던 일을 다 못했어.’ 앞의 예는 맞춤법에서 차이를 보이는 예이고 뒤의 것은 띄어쓰기 방식에서 차이를 보이는 예입니다. 둘 사이에는 어떤 차이가 있을까요? ‘집에 들렸다.’는 ‘(시끄러운 소리가) 집에(도) 들렸다.’처럼 해석되는 문장이고 ‘집에 들렀다.’는 ‘집에 잠깐 갔다 왔다.’라는 의미로 해석되는 문장입니다. 또 ‘일을 다 못 했어.’는 ‘일을 다 끝내지 못했다.’라는 의미로 해석되지만 ‘일을 다 못했어.’는 ‘일의 완성도가 좋지 않다.’라는 의미로 해석됩니다. 아주 간단한 맞춤법, 띄어쓰기의 문제처럼 보이지만 전달되는 의미가 달라진다는 측면에서 볼 때 맞춤법, 띄어쓰기 오류는 결코 사소한 문제가 아닙니다.

“홈쇼핑 언어는 정보 전달의 기능을 한다는 점을 기억해 주세요. 정보 전달의 핵심은 ‘정확한 의미 전달’입니다.”

어떤 문제가 있나요?

작은 실수로 느껴질 수 있는 어문 규범 오류, 그러나 홈쇼핑 언어는 어떤 상품을 구매하도록 소비자를 유도하고 소비자에게 정보를 전달할 때 쓰이는 언어이므로 정확한 의미를 전달해야 합니다. 홈쇼핑 자막을 잘못 써서 전달하고자 했던 내용과 소비자가 받아들인 내용이 서로 달라 오해가 생긴다면 그것이 분쟁으로 이어질 수도 있습니다. 이러한 이유로 홈쇼핑 자막에서는 어문 규범을 반드시 지켜 글을 써야 합니다.

1) 문맥에 맞지 않는 단어 사용

우리가 사용하는 단어들 중에는 발음은 비슷하지만 전혀 다른 의미를 가진 것들이 많습니다. 특히 발음을 할 때에는 된소리(ㄱ, ㄷ, ㅃ, ㅅ, ㅆ)로 소리가 나지만 쓸 때에는 예사소리(ㄱ, ㄷ, ㅈ, ㅅ, ㅊ)로 써야 하는 단어들을 자막에 제시할 때 특별히 주의를 기울여야 합니다. 한편, 단순한 표기상의 실수 외에도 문맥상 전혀 어울리지 않는 단어를 사용하는 것 역시 방송 자막에서 나타나는 흔한 실수 중의 하나입니다. 글로써 정보를 전달하는 방송 자막은 간단하고 짧지만 방송의 이미지를 좌우하는 우리의 얼굴입니다. 이러한 방송 자막에서 어법에 맞지 않는 단어를 선택하여 써서 신뢰도를 떨어뜨리는 일이 없도록 주의해야 합니다.

문제가 되는 점은?



‘일수’는 ‘수업 일수’와 같이 ‘날의 수’를 뜻할 때 쓰이는 단어입니다. 그러나 여기에서는 ‘흔히 또는 으레 그러는 일’이라는 의미를 가진 ‘일쑤’를 쓰는 것이 맞는데요. 이러한 된소리 표기는 한글 맞춤법 제5항에 자세히 기술되어 있습니다. 다시 말하면 앞에서 살펴보았던 항목들과 같이 반드시 준수해야 할 규칙이라는 의미이기도 합니다. 이와 같이 작은 오류 표기 하나로 문장 전체의 의미가 달라질 수 있으므로 자막을 쓸 때에는 잘못된 표기는 없는지 꼼꼼하게 확인하는 것이 필요합니다.

물놀이할 때 쓸리기 일수

◀ <그림 1> 표기 오류 사례
(17061105 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

물놀이할 때 쓸리기 **일수**

→ 물놀이할 때 쓸리기 **일쑤**

문제가 되는 점은?



사전에 실려 있지 않은 비표준어를 쓰거나 맞춤법에 어긋나는 표기를 하는 것만이 문제일까요? 그렇지 않습니다. 사전에 실려 있더라도 문맥상 어법에 맞지 않는 잘못된 단어를 사용하는 것 역시 홈쇼핑 언어에서는 큰 문제가 될 수 있습니다. ‘고체화’는 ‘액체 상태의 물질이 고체로 변함’의 뜻을 가지는 단어로서 이미 그 속에 ‘변하다’라는 의미를 가지고 있습니다. <그림 2>의 예는 의미상으로는 큰 문제가 없을지는 몰라도 시청자, 소비자의 입장에서는 해당 자막을 쓰거나 내보낸 방송 자체에 대한 신뢰를 잃을 수 있습니다. 또한 <그림 3>과 같이 ‘머리술이 좋아졌다’라고 쓰는 것 역시 문맥상 전혀 어울리지 않는 표현입니다. ‘머리술’은 ‘머리털의 수량’을 나타내므로 ‘많다’, ‘적다’라는 단어와 어울립니다. 고객의 상품 평을 인용하여 쓴 자막이라고 하더라도 문자 메시지를 받아 실시간으로 방송에서 노출되는 것이 아닌 경우라면 문맥에 맞게 단어의 쓰임을 확인하는 절차가 필요합니다. 자막으로 쓰이는 방송 언어는 사전에 검토를 하는 만큼 작성한 후에도 맞춤법상의 오류는 없는지, 어법에 맞는 단어를 잘 선택하여 사용하였는지를 확인하고 꼼꼼히 살펴보아야 합니다.

5도이하 온도에서는 고체화로 변화므로 실온보관 권장

▲ <그림 2> 문맥에 맞지 않는 단어 사용 사례
(18012702 뷰티)

신랑이 이삼푸 쓰고 머리술 좋아졌다고 하던 중 저렴한 가격에 나와 구입했어요~

▲ <그림 3> 문맥에 어울리지 않는 단어 사용 사례
(18040107 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

5도 이하 온도에서는 **고체화로 변화므로**

→ 5도 이하에서는 **고체화되므로, 고체로 변화므로**

이 삼푸 쓰고 **머리술 좋아졌다고**

→ 이 삼푸 쓰고 **머리술이 많아졌다고**

2)
의미를 달라지게
하는 띄어쓰기 오류

띄어쓰기가 중요한 이유는 띄어쓰기 하나로도 문장의 의미가 달라질 수 있기 때문입니다. 쓰는 사람의 입장에서는 사소한 일일 수 있으나 그것을 읽고 해석하는 사람의 입장에서는 의미상으로 큰 차이를 느낄 수도 있으므로 띄어쓰기를 올바르게 하려는 노력이 필요합니다.

문제가 되는 점은?



한글 맞춤법 총칙 제2항에서도 밝히고 있는 바와 같이 문장의 각 단어는 띄어쓰기를 해야 합니다. 아래에서 제시한 것은 띄어쓰기를 하지 않아 어디서 끊어 읽어야 할지 정확히 알 수 없는 자막의 예입니다. '객실 만실 시 이용 불가'인지 '객실만 실시 이용 불가'인지 확인할 수 없기 때문에 의미 파악에 혼란을 초래할 수 있습니다. 특히나 시청자에게 신뢰를 주는 것이 가장 중요한 보험, 상조 등의 무형 서비스 방송에서는 정확한 정보를 전달하는 것이 더욱 중요합니다. 띄어쓰기는 문장의 의미를 파악하는 데에 큰 영향을 미치므로 글을 쓸 때에는 반드시 규범에 맞게 띄어 써야 합니다.

객실만실시이용불가 ◀ <그림 4> 띄어쓰기 오류 사례(17120507 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

객실만실시**이용불가**
→ 객실 만실 시 **이용 불가**

문제가 되는 점은?



띄어쓰기를 하지 않는 것도 의미 전달의 측면에 있어서는 매우 큰 문제이지만 불필요한 띄어쓰기를 과도하게 하는 것 역시 문제입니다. '올 해 단 한 번 뿐'과 같이 자막에서 모든 글자들을 끊어서 적게 되면 이 문장을 통해 전달하고자 하는 내용이 무엇인지 정확하고 신속하게 파악하기 어렵다는 문제가 있습니다. 방송 자막은 짧은 글을 통해 정확한 의미를 전달하는 특성을 갖는데, 시청자가 신속하게 그 의미를 이해할 수 있어야 제 기능을 했다고 평가할 수 있습니다. 불필요한 띄어쓰기를 하여 문장의 의미 파악을 어렵게 하는 것은 지양해야 합니다.

올해 단 한 번 뿐! ◀ <그림 5> 띄어쓰기 오류 사례 (17112911 생활 가전 생활용품)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

올 해 단 한 번 뿐!
→ **올 해 단 한 번 뿐!**

문제가 되는 점은?



‘한 번’은 ‘두 번, 세 번’과 바꾸어 쓸 수 있는 ‘1회’의 의미를 나타내고, ‘한해’는 ‘가뭄으로 인하여 입은 재해’, ‘추위로 입은 피해’ 등의 의미를 나타내어 문맥상 맞지 않습니다. ‘한번 써 보세요!’라는 문장은 ‘기회가 있을 때, 시험 삼아 시도해 보세요!’라는 의미를 나타내어야 하므로 ‘한번’으로 붙여 쓰는 것이 맞습니다. 또 ‘더 예쁘고 건강한 한 해’에서는 건강한 ‘1년’을 보내라는 의미를 표현해야 하므로 ‘한 해’처럼 띄어 쓰는 것이 맞겠지요. 이처럼 띄어쓰기 하나라도 문장의 의미가 완전히 달라지거나 문맥에 맞지 않는 의미를 나타낼 수 있으므로 띄어쓰기에 신경 써야 합니다.

한 번 써보세요!

▲ <그림 6> 띄어쓰기 오류 사례 (18032912 식주방)

더 예쁘고 건강한 한해가 되시길 기원합니다

<그림 7> 띄어쓰기 오류 사례 ▶ (18010205 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

한 번 써 보세요!
→ **한번 써 보세요!**

더 예쁘고 건강한 **한해**
→ 더 예쁘고 건강한 **한 해**

문제가 되는 점은?



한편, 사전에 한 단어로 실려 있는 단어는 반드시 붙여 써야 합니다. ‘올해 겨울’을 의미하는 ‘올겨울’은 사전에 실려 있는 단어이므로 한 단어입니다. 글을 쓸 때에는 반드시 붙여 써야 하는 단어인 것이지요. ‘올 겨울’과 같이 띄어쓰기를 하면 ‘앞으로 다가올 (언젠가의) 겨울’이라는 의미를 나타낼 수 있습니다. 그렇게 되면 반드시 올해 겨울이 아니라도 앞으로 올, 정해지지 않은 어떤 해의 겨울을 의미하게 되어 의미가 완전히 달라집니다.

올 겨울 HOT ISSUE

▲ <그림 8> 의미에 영향을 끼치는 띄어쓰기 오류 사례(17113003 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

올겨울 HOT ISSUE
→ **올겨울(에) 유행할 옷**

3. 불필요한 외국 문자 표기

어떤 항목인가요?

이 외에도 자막에서 나타나는 오류 표기는 무엇이 있을까요? 바로 불필요하게 외국 문자를 표기하는 것입니다. 불필요한 외국어를 자막에서 직접적으로 노출하여 사용하는 것은 자칫 방송 언어의 품격을 해칠 수 있으므로 사용하지 않는 것이 좋습니다. 특히나 외국 문자와 한글을 섞어 쓰는 것, 나아가 외국어의 문법 사항이나 표기법을 섞어서 글을 쓰는 것은 방송 자막으로는 부적절합니다. 방송 언어에서는 올바른 우리말 표현을 사용하는 것이 중요합니다.

“자막에 쓰이는 짧은 글도 우리말, 우리글입니다. 우리말, 우리글의 품격을 지킬 수 있는 바른 표기를 해 주세요.”

어떤 문제가 있나요?

우리의 자막에서는 한글로 글을 쓰면서 사이사이에 영문자나 한자 등의 외국 문자를 섞어 쓰는 이른바 ‘혼종 표기’를 심심치 않게 확인할 수 있습니다. 이미 널리 알려진 것과 같이 방송 언어는 공공언어에 속하는데, 이러한 공공언어에서는 한글 표기가 원칙입니다. 국어기본법에서는 외국 문자 표기가 꼭 필요하다면 한글로 먼저 적고 괄호 속에 외국 문자를 적는다는 것을 명시하고 있습니다. 이에 따라 꼭 필요한 경우가 아니라면 자막에서는 한글로 내용을 적는 것이 좋습니다.

한편, 단순히 외국 문자를 노출하는 것을 넘어 외국어 문법에서 사용되는 이른바 외국어 투 표기를 방송 자막에서 사용하는 경우도 종종 발견됩니다. 이것은 한국어에 외국어 투를 섞은 것으로 국민들의 언어생활에 모범 역할을 하는 방송 언어에서는 매우 잘못된 표기입니다.

문제가 되는 점은?



방송 자막에서 나타나는 외국 문자 표기의 사례에 영문자 표기 사례만 있을까요? 영문자만큼 자주 쓰이는 것이 바로 한자입니다. 한자 역시 외국 문자이기 때문에 한자를 그대로 노출하여 방송 자막에 내보내는 것은 국어기본법에 위배되는 것입니다. ‘무설탕’이라고만 써도 그 의미가 충분히 전달되기 때문에 한자는 반드시 써야 하는 글자가 아닙니다. 다만 ‘스와로브스키 사’처럼 한글만 적었을 때에 그 의미가 정확히 전달되지 않을 수도 있는 글자에 대해서는 ‘스와로브스키 사(社)’처럼 괄호 안에 한자를 함께 제시해 주는 것도 의미 전달의 측면에서는 필요합니다.



▲ <그림 16> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (18041114 식주방 건강식품)



▲ <그림 17> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (18010503 패션 잡화/주얼리)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

無설탕

→ 무설탕

스와로브스키社

→ 스와로브스키, 스와로브스키 사(社)

문제가 되는 점은?



공공언어로서의 글을 쓸 때에는 한글 표기를 원칙으로 합니다. 한글로 충분히 표기할 수 있는 글에 외국 문자를 노출하는 것은 공공언어의 표기 원칙에 어긋납니다. 게다가 불필요한 외국 문자를 사용하여 우리글의 품격을 해치는 결과를 초래하기도 하지요. 또한 '고급 울 WOOL'의 사례에서 볼 수 있는 것과 같이 '울'과 'WOOL'을 한글과 외국 문자로 각각 표기하는 것은 중복인데, 같은 의미의 단어를 두 번 쓰는 것은 오히려 시청자에게 혼란을 줄 수도 있습니다. 이러한 표기는 지양해야 합니다.

132년의 Know How로 탄생한

▲ <그림 9> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (18032505 패션)



▲ <그림 11> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (18020703 패션)

출발 OK

▲ <그림 10> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (18040613 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

132년의 Know How로 탄생한
→ 132년의 노하우(→ 비법)로 탄생한

출발 OK
→ 출발 가능

고급 울 WOOL
→ 고급 울(wool) 원단

문제가 되는 점은?



자막에서 외국 문자를 사용하거나 외국어 단어를 그대로 영문자 또는 한자로 적는 것 이외에도 방송 자막에서 나타나는 또 다른 유형의 오류가 있습니다. 그것은 바로 외국어에서 사용되는 문법적인 요소를 우리말 어법에 끌어들이며 방송 자막으로 쓰는 경우인데요, 여기서 제시된 '김지선's'나 '소매'S와 같이 '아포스트로피()'를 사용하는 것은 방송 언어로는 부적절합니다. 방송 언어로서 쓰이는 자막에서는 불필요한 외국어 투 표기를 지양하고 우리말의 어법에 맞추어 글을 쓰는 것이 바람직합니다.

김지선's 헤어 관리 비법 꿀TIP

▲ <그림 23> 불필요한 외국어 투 표기 사례 (18012702 뷰티)

소매'S 구슬 스트링 디테일

▲ <그림 24> 불필요한 외국어 투 표기 사례 (17070303 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

김지선's 헤어 관리 비법
→ 김지선의 머릿결 관리 비법

소매'S 구슬 스트링 디테일
→ 소매에 섬세하게 장식한 구슬 끈

문제가 되는 점은?

방송 자막에서는 시각적 효과를 위해서 외국 문자를 한글과 섞어서 사용하는 경우가 있습니다. 이러한 표기 사례는 특히 상품명에서 많이 보이는데요, 아무리 시각적 효과를 중요시한다고 해도 이것이 한글 사용 원칙에 우선할 수는 없습니다. 게다가 같은 방송 안에서도 어떤 때는 '狂光', '中'과 같이 외국 문자만 사용하는 경우가 있고 어떤 때는 '광狂광光'처럼 한글과 외국 문자를 같이 사용하거나 '중'과 같이 한글만 쓰는 경우도 혼재되어 있습니다. 이것은 다시 말하면 같은 단어를 굳이 외국 문자로 쓰지 않고 한글로만 쓰거나 외국 문자를 쓰는 경우에도 한글을 앞에 써도 방송에서 전달하고자 하는 내용을 나타내는 데는 전혀 문제가 없음을 반증하는 것이기도 하지요. 방송 자막에서는 될 수 있으면 한글만 사용하기 어려운 경우라고 해도 한글을 우선으로 표기하고자 하는 노력을 해야 합니다.



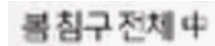
▲ <그림 18> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (180306014 무형)



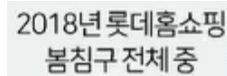
▲ <그림 19> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (18032206 뷰티)



▲ <그림 20> 바람직한 표기 사례 (18032206 뷰티)



▲ <그림 21> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (18042101 생활 가전)



▲ <그림 22> 바람직한 표기 사례 (18042101 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

多(다)드림

→ 다(多)드림

환절기 狂光 특집 생방송

→ 환절기 광광(狂光) 특집 생방송

봄 침구 전체 中

→ 봄 침구 전체 중(에서)

문제가 되는 점은?



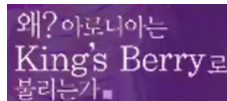
하나의 방송 안에서 동일한 대상에 대해 서로 다른 표기법이 쓰인다면 어떨까요? <그림 12>와 <그림 13>과 같이 ‘모피’를 나타내는 외래어 ‘피’를 어떤 부분에서는 ‘FUR’라는 외국 문자로 표기하고 또 다른 부분에서는 ‘피’라고 표기하는 것은 타당한 이유에서 비롯된 것이라고 보기는 어렵습니다. 또 <그림 15>에서 볼 수 있는 것과 같이 ‘King’s Berry’라는 단어를 ‘킹스베리’라고 적는 것이 불가능한 것은 아닙니다. 오히려 한글로 적어 두면 모든 사람이 쉽게 알아볼 수 있겠지요. 한편, 누군가에게는 낯설 수도 있는 ‘FAUX(모조의, 가짜의)’라는 영어 단어를 외국 문자로 적어 둔 것은 시청자를 혼란에 빠뜨릴 수 있는 표기입니다. 우리는 공공언어가 불특정 다수, 국민 전체를 대상으로 하는 언어라는 점을 늘 기억해야 합니다. 모두가 영어 단어를 아는 것은 아니기 때문에 자막을 쓸 때에는 반드시 우리말을 한글로 적으려는 노력이 필요합니다.

안감 등전체 FUR

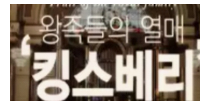
▲ <그림 12> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (17113003 패션)

등쪽전체 FAUX 퍼

▲ <그림 13> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (17113003 패션)



▲ <그림 14> 불필요한 외국 문자 표기 사례 (17061801 식주방)



▲ <그림 15> 바람직한 표기 사례 (17061801 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

안감 등전체 FUR

→ 등쪽 부분 안감 전체 모피(fur)

등쪽전체 FAUX 퍼

→ 등쪽 전체 인조 모피(fur)

왜? 아로니아는 King’s Berry로 불리는가.

→ 왜 아로니아는 ‘킹스베리(King’s Berry)’로 불리는가.

2장

대화에서 나타나는 오류 표현

1. 외래어, 외국어 오용과 남용 / 26p
2. 잘못된 호칭어와 지칭어 / 31p
3. 비공식적 언어 / 33p
4. 잘못된 높임법 / 37p
5. 어법에 맞지 않는 표현 / 43p
6. 저속한 표현(선정적 표현) / 48p
7. 차별적인 표현 / 49p

1. 외래어, 외국어 오용과 남용

어떤 항목인가요?

의사소통을 한다는 것은 한쪽에서만 이루어지는 것이 아닙니다. 홈쇼핑의 쇼호스트 역시 시청자이자 고객인 사람들과 매체를 통해 의사소통을 합니다. 이러한 의사소통의 결과는 시청자나 고객에게는 구매로 표현됩니다.

앞서 언급한 것처럼 쇼호스트들의 언어는 방송심의회 관련 규정에 따라 바른 말을 사용하여 국민의 바른 언어생활에 이바지하여야 합니다. 따라서 쇼호스트의 언어사용은 높은 책임의식에서 시작해야 합니다. 이런 책임의식을 바탕으로 이 장에 서는 쇼호스트들의 언어 사용에 피해야 하거나 개선해야 언어들 중 잘못된 높임법, 차별적인 표현을 살펴보겠습니다.

1) 대체할 우리말이 없는 표현

여기에 제시된 표현은 일반적으로 많이 사용되는 표현을 모았습니다. 이 표현들은 표현 자체로 틀렸다고 말할 수는 없지만 공공언어인 방송 언어로서 한 번쯤 돌아볼 표현들입니다. 이 표현들 중에는 우리말로 대체할 수 없거나 대체가 어려운 표현들이 많지만 다른 외래어, 외국어와 섞어서 사용하거나 같은 표현을 다르게 표현하는 등 오류가 발견되기도 합니다.

“일반적으로 사용되는 외래어, 외국어 중 대체할 우리말이 없을 때에도 우리말 규정에 맞춰 바르고 적절하게 사용하도록 노력해야 합니다.”

어떤 문제가 있나요?

우리말로 대체할 수 없는 외래어, 외국어를 사용할 때 임의로 바꾸어 사용하거나 사전에 있는 의미와 다르게 사용하는 경우가 있습니다. 우리말로 대체할 수 없더라도 사전에 있는 의미에 맞게 바르게 사용해야 합니다. 만약 일반적으로 사용되는 외래어, 외국어라도 우리말로 대체할 수 있다면 우리말을 사용하는 것이 우선입니다.

문제가 되는 점은?



가. 원래 단어를 임의로 바꾸어 사용하거나 조합해서 사용

- ‘버터갈릭, 갈릭버터’는 같은 방송 안에서 다르게 쓰인 표현입니다. 단어를 임의로 조합한 표현이기 때문에 정확한 단어가 사용되지 않고 그때그때 바뀌어 사용된 것입니다. 표현을 만들더라도 그때그때 임의로 바꾸어 사용하지 않습니다.

커플, 베이컨, 소스, 팩, 빌딩, 프라이팬, 노하우, 팁, 비주얼, 버전, 브랜드, 세트, 시즌, 앱, 마크, 버터갈릭, 갈릭버터, 아이디어, 싱글 등

(17071608 식주방)

- ‘폴 세트’, ‘톱 브랜드’, ‘옆 라인’ 등은 사전에 한 단어로 등재되어 있지 않은 임의로 조합한 외래어, 외국어 표현입니다.

테스트, 시즌, 코딩, 파닉스, 페이지, 멘트, 파트, 채팅, 전용라인, 폴세트, 사이즈, 스톨, 테이블, 쿠션, 카펫, 카달로그, 탑브랜드, 컬러, 옆라인, 트렌드, 콘텐츠 등

(8010403 생활가전)

- ‘업그레이드’, ‘그라데이션’은 사전의 의미와 다르게 쓰인 경우입니다. ‘업그레이드’는 일반적으로 기존보다 좋아진 상태를 말할 때 통용되는 표현이나 모든 분야에 적용하여 사용할 수는 없고 ‘그라데이션’도 마찬가지입니다. ‘베스트셀러’, ‘밸런스’ 등은 순화한 표현이 있으므로 순화하여 사용하는 것이 바람직합니다.

시즌, 업그레이드, 허니 립틴트, 그라데이션, 메시지, 메이크업, 스테디셀러, 베스트셀러, 도넛, 밸런스

(18010704 뷰티)

“우리말로 대체할 수 없더라도 사용자가 임의로 단어의 뜻을 바꾸어 사용하지 않습니다.”

[이렇게 고칠 수 있습니다]

갈릭버터 → 마늘버터

폴세트, 탑브랜드 → ‘모두 구성되어 있습니다.’, ‘상위 브랜드입니다.’

업그레이드, 그라데이션 → ‘품질이 향상되었습니다.’, ‘색이 점차적으로 얼어지면서~’

베스트셀러 → 인기 상품

밸런스 → 균형

스테디셀러 → 장수 상품, 오랫동안 사랑받는 상품

참고

여기에 제시된 표현들이 아니더라도 우리말로 대체할 수 있다면 최대한 우리말로 바꾸어 사용하고, 대체할 우리말이 없다면 상황에 맞게 풀어서 설명합니다.

2) 반드시 고쳐야 할 외래어, 외국어 표현

우리말 표현이 있는 데도 지나치게 많이 외래어, 외국어를 사용한 예들입니다. 우리말로 표현하지 않고 외래어, 외국어를 지나치게 많이 사용하였는데, 습관적 표현이거나 일부러 한 표현일 수 있습니다. 홈쇼핑 언어도 공공언어에 포함되므로 대체할 우리말이 있을 때는 우리말로 표현하는 것이 좋습니다. 외래어, 외국어를 지나치게 많이 사용하여 상품 소개를 하면 오히려 소비자는 상품에 대한 이해가 잘 안되어서 상품 구매로 이어지지 않을 수 있습니다.

어떤 문제가 있나요?

홈쇼핑 방송에서 가장 많이 나타나는 표현 양상입니다. 홈쇼핑 상품군 전 분야에 걸쳐 나타나는데 남용한 표현, 잘못 사용한 표현, 이해하기 어려운 표현으로 나누어 제시하였습니다. 여기에 제시한 표현들은 우리말로 바꾸어 사용하거나 사용하지 않는 것이 좋습니다. 우리말과 외래어, 외국어를 마구잡이로 섞어 사용하다 보면 국적불명의 어색한 표현이 될 수 있습니다.

가. 남용한 외래어, 외국어

남용하여 사용한 외래어, 외국어 표현입니다. 특히 우리말과 섞어 사용한 예가 많습니다. 앞서 다룬 일상적인 표현과는 달리 우리말이 따로 있으나 우리말을 사용하지 않고 지나치게 외래어, 외국어를 사용하였습니다. 이렇게 '영어+한국어' 형태로 혼합하여 표현한다면 국적이 불분명한 적절하지 않은 표현이 됩니다. 우리말 조사나 어미 등과 섞어 사용하는 방식은 피합니다. 적절한 우리말 표현이 있으므로 우리말로 표현하는 게 좋습니다. 전략이나 의도가 있을 수 있으나 지나치게 사용한 외래어, 우리말과 섞어 사용한 외국어는 방송 언어에 맞지 않으니 피하여 사용하도록 합니다.

또한 외래어, 외국어를 남용하다 보면 잘못 사용할 수도 있습니다. 원어에는 없는 표현을 만들어 사용한 예도 있는데 잘못 사용한 외래어, 외국어도 바뀌어서 바르게 써야 합니다.

문제가 되는 점은?

- 우리말 조사, 어미와 결합하여 우리말도 외국어도 아닌 어색한 표현이 되었습니다. 우리말 답게 사용하는 것이 좋습니다. 굳이 외래어, 외국어를 쓰지 않아도 되는데 쓴 예들입니다. 국적불명의 표현이므로 이런 표현들은 사용하지 않도록 주의합니다. 특히 색이름은 임의로 조합하여 잘못 사용한 경우가 많으니 주의해야 합니다.

| | | |
|------------------------------|-----------------------|------------------|
| - 각 분야, 부분 섹션마다 | - 톤업, 톤선감, 톤선업, 셰이프 | |
| - 싹 다 바뀐 풀체인지 | - 저희가 스타트했다니까요 | |
| - 건강미를 업해 주고 | - 나를 서포트해 주잖아요 | |
| - 그걸 베이스로 해서 | - 노프로블럼이에요 | |
| - 먼저 비포 모습 볼게요 | | (18010704 뷰티) |
| - 모피의 그레이드도 다를 거고 | - 답한 그레이, 슈퍼 최저가 | |
| - 이렇게 토크한다는 거예요 | - 변형 원, 투만 보여드리고 | |
| - 폴스킨 래빗이에요 | - 인조이 서머입니다 | (18010503 패션) |
| - 미션 클리어 못 해도 | - 리브 나와야 되고, 맡겨 리브 리브 | |
| - 터닝포인트가 있어서 | - 아까 헤브 디너했잖아요 | |
| - 아이 헤드 디너~ | | (17121713 무형) |
| - 딥그린 컬러, 바버 컬러 | | (18010503 패션) |
| - 트로피컬블루, 삼그레이, 밀크그레이, 스프링핑크 | | (18042101 생활 가전) |

[이렇게 고칠 수 있습니다]

건강미를 업해 주고 → 건강미를 더해 주고/건강미를 더하고

저희가 스타트했다니까요 → 저희가 시작했으니까요

인조이 서머입니다 → 즐거운 여름입니다

변형 원, 투만 보여드리고 → 변형 한, 두 개만 보여드리고

그걸 베이스로 해서 → 그걸 기본으로 해서/그걸 기초로 해서

딥그린 컬러, 바버 컬러, 트로피컬블루, 삼그레이, 밀크그레이, 스프링핑크
→ 조합하여 쓴 색채 용어입니다.

우리말은 색채어가 매우 발달한 언어입니다. 색채어를 무조건 우리말로 쓸 수 없을지라도 외국어로 된 색채어들을 사람들이 자칫 공식적인 색채 용어로 인식할 수 있기 때문에 근거 없이 임의로 조합하여 사용하는 것은 바람직하지 않습니다. 한국 표준 색채어표를 참고로 우리말이 있는 색채어는 되도록 우리말로, 우리말이 없다면 공식 표준 색채어로 표현하는 것이 방송에 대한 신뢰를 더 줄 수 있습니다.

참고

색채를 나타내는 다양한 우리말이 있으니 가급적 우리말로 바꾸어 사용합니다. 특히 임의로 조합하여 사용한 색채 용어는 방송을 보는 사람들에게 자칫 공식적인 색채 용어로 인식될 수 있습니다.

나. 이해하기 어려운 외래어, 외국어

홈쇼핑을 이용하는 일반 국민에게 홈쇼핑에서 사용하는 낯선 외래어, 외국어는 이해하기 어려울 수 있습니다. 공공언어에서 중요한 부분이 소통성인데 소통성은 용이성, 즉 쉽게 표현하기와 연결됩니다. 홈쇼핑에서 많이 나오는 낯선 외래어와 외국어는 홈쇼핑 업체나 연관 업체에 종사하는 사람에게는 자주 사용하는 표현이라 어려움을 잘 못 느낄 수 있으나 홈쇼핑을 이용하는 일반 국민에게는 낯선 표현이라 어렵게 느낄 수 있습니다. 홈쇼핑 이용자에게 눈높이를 맞춰 좀 더 잘 이해가 되는 표현으로 바꾸는 노력이 필요합니다.

문제가 되는 점은?



이해하기 어려운 외래어, 외국어 표현 중에는 ‘와이드 커팅’, ‘어니스트 브라’ 등 단어를 임의로 조합하여 사용한 예도 있습니다. 낯선 용어인데다 임의로 조합하여 사용한다면 더 이해하기 어려운 말이 되니 주의하시기 바랍니다. 이해하기 어려워 무엇을 설명하는지 와 닿지 않을 수 있습니다.

| | |
|----------------------|---|
| - 트리플 라테아트가 돌아가게 되는데 | - 가슴 윗선까지 데콜테까지 (18010704 뷰티) |
| - 집에서 그냥 착 베딩해 놓으시고요 | - 옆쪽에 축 살짝 드레이프 느낌 (18042101 생활 가전) |
| - 솔리드 그런 느낌 | |
| - 컴포트 누드핏, 컴포트 볼륨핏 | - 대한민국 공식 디스트리뷰터가~ |
| - 고주파 표징 방법이~ | - <u>와이드 커팅, 어니스트 브라</u> (18032305 패션) |

[이렇게 고칠 수 있습니다]

- 옆쪽에 축 살짝 드레이프 느낌 → 옆으로 살짝 늘어지는 느낌
- 컴포트 누드핏, 컴포트 볼륨핏 → 안 입은 듯한 편안함, 입체감은 살아있는 편안함
- 와이드 커팅 → 넓게 잘라



이해하기 어려운 표현은 이해하기 쉬운 말로 바꿉니다. 대체할 우리말이 있다면 우리말을 사용하는 게 가장 좋으나 그렇지 않다면 좀 더 쉬운 표현으로 바꾸거나 풀어서 사용합니다.

좋은 예: 어려운 용어를 좀 더 알기 쉬운 용어로 대체하거나 설명합니다. 예를 들어 아래와 같이 ‘피본 브래지어’라고 말한 후 ‘와이어 브래지어’라고 다시 한 번 좀 더 쉬운 용어로 설명한 경우입니다. ‘에어브러시 코튼’이라고 말한 후 ‘공기를 주입한 것 같은’이라고 설명을 덧붙여주면 어려운 표현이 좀 더 쉽게 이해될 수 있습니다.

| | |
|--|---------------|
| - 아직도 피본 브래지어 혹은 와이어 브래지어를 사용하는데요. | |
| - 에어브러시 코튼이라고 해서 공기를 주입한 것 같은 그런 코튼이어서 | (18032505 패션) |

2. 잘못된 호칭어와 지칭어

어떤 항목인가요?

방송 언어에서는 올바른 표현을 사용하는 것이 중요합니다. 이러한 표현에는 호칭어와 지칭어가 포함되는데, 호칭어는 ‘아버지’, ‘어머니’, ‘여보’처럼 사람을 부르는 말이고 지칭어는 사람을 가리켜 이르는 말입니다. 국립국어원에서 2011년에 발간한 『표준 언어 예절』에서는 호칭어와 지칭어에 대해서 자세히 기술하고 있습니다. 누군가를 부르고 가리키는 일상적인 말에도 지켜야 할 언어 예절이 있다는 것인데, 여기에서는 홈쇼핑 방송에서 나타나는 호칭어와 지칭어에 대해서 살펴보도록 하겠습니다.

“바람직한 관계는 언어 예절에서부터 시작됩니다. 방송과 시청자들의 관계에서도 언어 예절을 지키는 것은 매우 중요합니다. 언어 예절, 올바른 호칭어와 지칭어에서부터 출발합니다.”

어떤 문제가 있나요?

“진행자는 시청자를 중심으로 경어를 사용해야 하며, 진행자와 출연자들 간에도 경어를 사용해야 한다.”

“진행자와 출연자들의 친분에 따른 사적인 호칭어, 지칭어는 사용하지 않아야 한다.”

방송통신심의위원회에서 제공한 방송 언어 지침서의 텔레비전 홈쇼핑 관련 내용입니다. 여기에서도 명시된 바와 같이 방송에서는 진행자들끼리의 친밀감을 지나치게 드러내는 호칭어나 지칭어를 사용하는 것은 지양해야 합니다. 출연자들끼리의 친밀감을 지나치게 강조한 나머지 시청자들에게 소외감을 느끼게 할 수도 있기 때문이지요. 게다가 출연자들끼리 친밀감의 표현으로 ‘오빠(형), 언니(누나)’ 등의 호칭어를 사용하다 보면 출연자들 간에 제대로 된 경어를 사용하지 못하게 되는 경우도 있습니다. 이 역시 방송을 사적 공간으로 만들 우려가 있는 매우 부적절한 태도이기 때문에 지양해야 합니다.

문제가 되는 점은?



원래 친족끼리 사용하던 호칭어인 ‘오빠’, ‘언니’는 남남끼리라도 자기보다 나이가 위인 남자 혹은 여자를 높여 정답게 이르거나 부를 때 사용할 수 있습니다. 그러나 공적인 공간인 방송에서 같은 출연자를 부르거나 가리키기에는 매우 부적절한 호칭어입니다. 그리고 자기보다 나이가 많은, 지위가 높은 사람을 이르는 ‘선배’ 역시 개인적으로는 쓸 수 있지만 방송에서 쓰기에는 적합하지 않습니다. 게다가 호칭어로서 자리 잡지 않은 ‘자기’라는 표현을 사용하는 것은 표준어를 사용해야 한다는 방송 언어의 원칙에도 어긋나는 것입니다. 그리고 앞에서도 언급한 바와 같이 방송에서는 출연자들, 진행자들 간의 친밀감을 지나치게 표현해서는 안 됩니다. 다른 사람을 가리키는 ‘○○○ 씨’의 앞에 ‘우리’라는 말을 덧붙여 상호 간의 친밀감을 과하게 나타내는 것도 문제입니다. 한편 이러한 지칭 표현은 다른 사람을 가리킬 때뿐만 아니라 진행자 본인을 가리킬 때에도 문제가 될 수 있습니다. 기본적으로 경어를 사용해야 하는 방송에서 본인을 가리킬 때 ‘나’를 쓰는 것은 잘못입니다. ‘나’라는 지칭어는 보통 말하는 이가 대등한 관계에 있는 사람이나 아랫사람을 상대하여 자기를 가리킬 때 쓰는 말입니다. 다시 말하면 ‘나’는 높임말을 해야 하는 공적인 상황에서는 쓰지 않는 것이 맞는 지칭어입니다. 이러한 지칭 표현은 예에서도 확인할 수 있듯이 반말 투로 이어질 가능성이 높아 보는 사람에게 불쾌감을 느끼게 할 수도 있으므로 주의해야 합니다.

“진행자, 출연자 간에는 ‘○○○ 씨’라고 공식적인 호칭, 지칭 표현을 써야 합니다.”

| | |
|-------------------------------------|------------------|
| - 한 번만 가도 되겠죠, 선배님? | (17090715 생활 가전) |
| - 오빠는 나와. | (17071608 식주방) |
| - 잠깐만 자기야, 이렇게 해서 ... | (18033003 패션) |
| - 오늘은 또 심 언니가 이렇게 오프닝 멘트를 열어 주셨습니다. | (18040107 뷰티) |
| - 저는 스킨이고요. 우리 오성 씨랑 몇 살 차이 안 납니다. | (18032505 패션) |
| - 나는 깜짝 놀랐어. 이거는 뭐야? | (18022404 생활 가전) |
| - 아, 하체가? 내 나이 돼 봐라. 그게 문제인가. | (18010205 패션) |
| - 그래서 내가 이걸 입고서 견짱아요? | (18041013 패션) |

[이렇게 고칠 수 있습니다]

나는 깜짝 놀랐어. 이거 뭐야? → 저는 깜짝 놀랐어요. 이게 뭐예요?

아, 하체가? 내 나이 돼 봐라. 그게 문제인가.

→ 아, 하체가요? 제 나이가 되면 그것보다는 무릎이 시린 게 더 문제예요.

그래서 내가 이걸 입고서 견짱아요? → 그래서 제가 이걸 입고 걸으면요.

참고

다른 사람을 부르거나 가리키는 상황에서 잘못 사용된 호칭어와 지칭어를 진행자, 출연자 간에 사용하는 경우라면 ‘○○○ 씨’로 바꾸어 말할 수 있습니다.

3. 비공식적 언어 ²⁾

어떤 항목인가요?

유행어는 비교적 짧은 시기에 걸쳐 여러 사람의 입에 오르내리는 단어나 구절로 신어의 일종으로 해학성, 풍자성을 띠며 신기한 느낌이나 경박한 느낌을 주기도 합니다.

신어(신조어)는 새로 생긴 말을 말하는데 유행어가 될 수도 있습니다. 모든 유행어와 신어가 나쁘다고 할 수는 없으나 방송 언어는 공공언어이고 어느 정도 품격을 갖추어야 하기에 유행어나 신어보다는 보편적인 뜻을 가져 이해하기 쉬운 표현을 사용하는 게 좋습니다. 유행어나 신어는 특정 계층이나 연령대만이 알 수도 있기에 방송 언어로 그리 적합하다고 볼 수는 없습니다.

“유행어와 신어 사용은 공적 언어에 들어가는 홈쇼핑 언어로 적합하지 않습니다.”

어떤 문제가 있나요?

유행어와 신어(신조어) 중에는 해학성, 풍자성을 띤 것도 있지만 특정 대상이나 인물을 비하하거나 회화하는 느낌을 주는 표현도 있습니다. 상황과 맥락에 맞게 사용하면 분위기를 살릴 수도 있지만 많은 경우 유행어와 신어 사용은 경박한 느낌을 줄 수 있어 홈쇼핑 언어로는 맞지 않습니다. 또한 유행어와 신어는 어법에 맞지 않는 표현이 대부분이라 바른 언어 표현에도 어긋납니다.

2) 비공식적 언어에는 유행어, 신어, 개인어, 축약어 등을 제시하였습니다. 신어, 개인어, 축약어는 크게 유행어에 들어가거나 유행어, 신어는 비교적 알려졌다는 점에서 개인어와 나누었고 축약어는 줄여쓴 말이라 따로 나누어서 다루었습니다.

1) 유행어와 신어(신조어)

문제가 되는 점은?



유행어와 신어(신조어)는 어법에 맞지 않고 경박한 느낌을 주는 표현들이 많습니다. 경박한 느낌과 친한 느낌은 다르기에 친한 느낌을 굳이 유행어와 신어(신조어)를 사용하여 나타낼 필요는 없습니다. 또한 요즘 유행어나 신어(신조어)에는 외국어를 섞어서 조합하여 만들거나 발음이 강한 단어로 만들어진 표현이 많아 방송에서 사용하기에 적합하지 않습니다. 유행어나 신어(신조어)를 사용해야만 제품을 잘 알릴 수 있는 것은 아니기에 품격 있고 올바른 표현을 사용하는 것이 더 좋을 거 같습니다.

| | |
|--|----------------|
| - 대박적, 곰손 | (18041304 뷰티) |
| -완전 신세계, 파마빨, 머리빨, 처발처발, 생얼미녀, 득템, 짱, 심쿵, 올인, 실물강패, 받으시개 이벤트, 중독삼푸 | (18012702 뷰티) |
| - 일빠, 이빠, 삼빠 | (18010503 패션) |
| - 고급지다, 달풍선, 대박, 엄지척 | (17071608 식주방) |
| - 덕후, 국민 립스틱, 짱, 완판녀, 소장각, 상남자 | (18010704 뷰티) |
| - 송구리당당, 캣워킹, 핫한 | (18033003 패션) |

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“드라이빨도 잘 받고, 파마빨도 잘 받는 게 몇 살은 더 어려. 화장빨보다 나이 들수록 머리빨이 더 좋아.”

→ “드라이도 잘 받고 퍼머도 잘 받는 게 몇 살은 더 어려 보여요. 화장 잘한 거보다 나이 들수록 머리 스타일이 더 영향을 주죠.”

“8일 동안 지속이 되는데 이게 왜 중요하냐면 요즘 너무 건조하니까 막 처발처발 한 단 말이에요.”

→ “8일 동안 지속이 되는데 이게 왜 중요하냐면 요즘 너무 건조하니까 너무 많이 사용하고 거든요.”

참고

유행어나 신어(신조어)는 홈쇼핑 방송에서는 신중하게 가려가며 사용하는 것이 좋습니다. 위 예시처럼 유행어나 신어(신조어)는 피하고 되도록 품격있는 표현으로 고쳐 사용합니다.

2) 개인어

개인어는 개인이 만들어 낸 말로 알려지지 않은 표현이라 자신만이 알 수 있는 표현입니다. 개인이 습관적으로 사용하는 표현일 수 있어 공적 공간인 방송 언어로는 적합하지 않습니다. 이런 개인어도 여러 가지 표현을 임의로 조합하여 만든 표현들이 많아 홈쇼핑을 보는 사람들에게 자칫 혼란을 줄 수 있습니다.

“개인어는 특정 개인이 만들어내 사용하는 표현으로 공적 공간인 홈쇼핑 방송에 적합하지 않습니다.”

어떤 문제가 있나요?

개인어는 말 그대로 개인이 만든 개인만이 알 수 있는 표현입니다. 사적 공간이나 사적 관계에서는 상관없지만 공적 공간과 공적 장소에서 사용하기에는 적합하지 않습니다. 어법에 맞지 않는 표현일 수 있고 개인만이 알 수 있는 표현이기 때문에 소통이 잘 되지 않을 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

위 예시들은 우리말에 없는 말을 개인이 만들어 사용하여 공공성이 없는 표현입니다. 언어는 공공의 약속이므로 홈쇼핑 방송에서 개인어를 사용하는 것은 맞지 않습니다. 개인어는 사용하지 않도록 합니다.

- 납작궁, 민둥눈썹, 갈갈이 (18012702 뷰티)
- 찝뚱하게, 옷몸살, 소녀소녀하게, 사랑사랑한 (18010503 패션)
- 뻥하면, 탱자탱자 (18010403 생활 가전)
- 여자주의보, 핑크데이, 기절찬스, 재벌룩, 핑크주의보, 안녕살, 중힙 (1707303 패션)
- 수면브라, 깃털브라, 기억상실브라 (18032505 패션)
- 끝쿨, 마이크로 팔, 극세사 팔, 극세사 다리, 감탄 팬츠, 광클릭, LTE클릭, 5기가 클릭 (18033003 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

민둥눈썹이에요. → 솔이 별로 없는 눈썹이에요.

소녀소녀한 느낌을 주고 → 소녀 같은 느낌을 주고

이제 바로 기절찬스예요. → 이제 바로 놀랄만한 시간(찬스)이 왔어요.

참고

특정 개인만이 알 수 있는 표현보다는 공적으로 약속한 일반 표현으로 바꾸는 것이 좋습니다.

3) 줄임말(축약어)

축약어는 줄임말로 기존 표현을 줄여서 사용한 말입니다. 유행어나 신어의 소통도 어려운데 그 말들을 줄여서 쓴다면 더 이해하기 어려울 것입니다. 예를 들면 ‘페이스북’을 ‘페북’이라고 하거나 ‘피씨방’을 ‘피방’으로 줄여 사용한 말들입니다. 줄임말은 일부 아는 사람만이 이해할 수 있어 소통에 문제를 줄 수 있습니다. 홈쇼핑 방송은 상품을 잘 전달해야 하고 불특정 다수인 시청하는 사람과 소통하는 것이기에 더욱 소통이 잘 되는 언어를 사용해야 합니다.

어떤 문제가 있나요?

줄임말은 누구나 알 수 있는 표현이 아니기 때문에 이해하기 어려울 수 있습니다. 홈쇼핑에서 사용하는 줄임말에는 유행어로 사용되는 표현이 많아 우리말에도 맞지 않는 표현이 많습니다. 이런 표현들은 소통이 잘 안되게 할 수 있으니 줄임말 대신 본말을 쓰거나 의미를 풀어 써 사용하는 게 좋습니다.

문제가 되는 점은?

줄임말은 본말이 있는데도 줄여 쓴 말로 이해가 어려울 수 있습니다. 우리말 어법에도 맞지 않아 방송에서 사용하기에 적합하지 않습니다.

| | |
|--------------------------------|----------------|
| - 인스타, 품위녀, 카톡, 강추 | (18012702 뷰티) |
| - TPO, 셀럽 | (18010503 패션) |
| - 먹방, 감놀, MT방송, 혼남, 혼밥, 김북, 개콘 | (17071608 식주방) |
| - 셀카 | (18010704 뷰티) |

[이렇게 고칠 수 있습니다]

반드시 줄임말을 써야 하는 것은 아니므로 줄임말이 아닌 다른 표현으로 상황에 맞게 대체 하는 것이 바람직합니다.

“줄임말은 누구나 알 수 있는 표현이 아니기에 소통을 어렵게 할 수 있습니다.”

4. 잘못된 높임법

이 장에서는 쇼호스트들의 언어 사용에 피해야 하거나 개선해야 언어들 중 잘못된 높임법을 살펴보겠습니다. 우리말은 경어법이 복잡한 편입니다. 문법적으로 주체를 높이는 존경의 표현, 말하는 사람과 듣는 사람의 관계에 따라 결정되는 공손의 표현, 지금은 그 용법이 거의 사라진 객체와 주체 그리고 말하는 사람과의 관계에 따른 겸양의 표현 등이 있고, 어휘적으로는 존댓말과 예사말이 나누는 경우도 있어 적절한 말을 골라 쓰는 데에 세심한 주의가 필요합니다.

어떤 항목인가요?

“커피 나오셨습니다.”

“이 커피는 라떼이시고요, 이 커피는 아이스 아메리카노입니다.”

우리 사회에서 자주 듣게 되는 잘못된 존대 표현이라 할 수 있습니다. 바로 사물 존대를 말합니다. 커피를 사거나 주문하는 손님을 높이기 위해 손님이 사고자 하는 물건도 함께 높여주는 데서 비롯된 것입니다. 그러나 이는 잘못된 높임 표현입니다.

“애는 정말 부끄러하죠?”

“이런 애는 하나씩 집에 들여야 해요”

물건을 사람과 동일시하여 “애, 그 아이, 이런 애” 등처럼 사람을 지칭할 때 사용하는 표현으로 사물을 지칭하기도 합니다. 사람만큼 귀하거나 사람과 하나가 되는 것일까요?

“팩트가 너무 잘 먹어.”

“벽도 뚫는데, 언니 자외선이”

상품을 설명하다 보면 쇼호스트들은 서로가 서로에게 반말을 하는 경우가 있습니다. 물론 쇼호스트 상호간의 친밀함을 표현하는 방법일 수도 있겠으나, 방송언어의 품격을 떨어뜨리는 대목이기도 합니다.

따라서 이 장에서는 사물을 존대하나, 사람이 아닌 사물에 인격을 부여하여 사람처럼 지칭하거나 쇼호스트 상호간에 반말을 사용하는 경우를 들어 잘못된 높임 표현에 대해 다루고자 합니다. 이런 표현들의 사용이 방송언어로서 바람직한 언어로 역할을 다하지 못하는 것을 알고, 바람직한 표현의 사용으로 방송언어로서의 기능에 기여하고자 합니다.

어떤 문제가 있나요?

1) 사물 존대

말하는 이가 말하는 대상이나 듣는 이의 높고 낮은 정도에 따라 말할 때 구별하여 표현하는 방법이 바로 우리말에서는 '예의 있다, 예의 없다'로 표현하는 높임법입니다.

높여야 할 대상의 신체 부분, 성품, 심리, 소유물과 같이 주어와 밀접한 관계를 맺고 있는 대상을 통하여 주어를 간접적으로 높이는 '간접 존대'가 있습니다. 이때 사용하는 표현들은 '눈이 크시다', '넥타이가 멋있으시네요'와 같이 '-시-'를 씁니다.

그러나 이 높임법을 바르지 않게 사용하여 사람이 아닌 상품을 높여 표현하는 경우가 있습니다. 이것을 '사물 존대'라 합니다.

앞서 언급했던 예처럼 '커피 나오셨습니다.', 쇼호스트들의 표현 중 '문의하신 상품은 품질입니다.', '주문하신 사이즈가 없습니다.' 등에서 나타나는 표현은 주로 서비스나 판매와 관련한 일에 종사하는 분들이 고객을 존대하려는 의도로 불필요한 '-시-'를 넣어 사용하고 있습니다. 이때 '사물 존대'의 형태가 나타납니다.

'커피', '품질', '사이즈'는 소비자(고객)의 소유물, 또는 밀접한 관계를 맺고 있는 대상이 아니므로 '품질입니다.', '사이즈가 없습니다.'가 바른 표현입니다.

"높임법을 지나치게 사용하여 상품 그 자체를 높여 표현하기도 하는 '사물 존대'는 피해야 할 표현입니다."

문제가 되는 점은?



'냄비 들어가십니까?'는 고객을 높이기 위해 사용한 쇼호스트의 표현이었을 것입니다. 그러나 결과적으로 이 표현은 고객을 높여 표현한 것이 아니고 '냄비' 그 자체를 높이는 효과를 일으켜 잘못된 사물 존대의 예라고 볼 수 있습니다. '우리 피부도 지금 현재 환절기 감기를 앓고 있는 중이세요.' 여기에서 지금 현재 환절기 감기를 앓고 있는 주체가 누구일까요? 바로 '우리 피부'입니다. 고객을 높이려다 보니 '우리 피부'라는 표현으로 바람직하지 않은 사물 존대가 되었습니다.

-저희 집 냉장고 있지만 이 모델 지금 제가 안 쓰고 있지만 냄비, 네, 들어가십니까?

(18031813 생활가전)

-우리 피부도 지금 현재 환절기 감기를 앓고 있는 중이세요.

(18032206 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

이 모델 지금 제가 안 쓰고 있지만 냄비, 네, 들어가십니까?

→ 이 모델 지금은 제가 안 쓰고 있지만 혹시 냄비가 들어가나요?

우리 피부도 지금 현재 환절기 감기를 앓고 있는 중이세요.

→ 우리 피부도 지금 현재 환절기 감기를 앓고 있는 중이에요.

2) 사물 의인화

사물 의인화는 사람이 아닌 것에 사람처럼 표현하거나 사물에 사람처럼 감정을 넣어 표현하는 것을 말합니다. 사물 의인화는 패션, 뷰티, 생활 가전 등 여러 분야에서 골고루 나타나는 표현입니다. 그러다 보니 마치 사물의 등급이 높으니 사람과 같은 인격으로 대해야 한다는 것처럼 보일 수 있습니다.

“사물 의인화는 사람과 사물을 동일시하는 표현으로 방송 언어로서 좋지 않습니다.”

문제가 되는 점은?

제대로 된 매장에 가서 귀하게 사는 물건은 사람처럼 대할 수 있다는 의식을 보여 주는 사물 의인화가 주로 많습니다. 명품을 표현하기 위한 방법으로 사물을 사람처럼 의인화합니다. 때로는 명품이 아니거나, 비교 대상보다 브랜드가 유명하지 않거나, 제품의 일부분을 사람과 동일시는 하지만 하대하는 표현으로도 사물을 의인화하여 표현합니다. 쇼호스트가 판매하거나 홍보하는 제품에 대해 익숙하거나 친근감이 있을 때에도 마치 친구를 대하거나 아는 사람을 만난 것처럼 사물을 의인화하여 표현합니다.

사물 의인화의 표현은 고객이나 시청자에게 친근하게 다가갈 수 있다는 장점이 있습니다. 그러나 위의 마지막 예에서 보드시피 친근함이 과하여 다소 교양이 없게 들리거나 고객에게도 격의 없이 들릴 수 있습니다. 이는 곧 방송 언어답지 않은 고객과 시청자에게 예의가 부족한 언어 표현이기도 합니다. 그리고 무엇보다 사물을 사람과 동일시하여 표현한다는 것은 사물을 높이는 표현일 수는 있지만 반대로 사람을 존중하는 기능은 상실된 것으로 볼 수도 있습니다. 또한 사물을 의인화를 하다보면 그 의인화한 사물의 지칭이 명확하지 않아 혼돈을 초래할 수 있습니다. '2018년 2월 24일 자, 생활 가전' 방송에서 사용된 '애'는 세탁 건조기인지 건조기의 먼지 주머니인지 '애'라는 말만으로는 명확하지 않습니다. 그러므로 이러한 이유들로 사물을 의인화하여 상품을 고객에게 알리는 것은 바람직하지 않습니다.

- 올해로 푸마가 역사가 앞자리가 바뀌었어요. 69주년에서 70주년으로 그마만큼 유명한 세계적인 글로벌 스포츠 브랜드잖아요. 애는 진짜 인기 1등이죠. (18041013 패션)
- 애도 마찬가지로요. 아예 그냥 뒤집어놓은 거 보여드릴까요. / 짱입니다. 애가 대박이죠. (18010503 패션)
- 애는 자외선 차단뿐만 아니라 케어까지 동시에 할 수 있는 김정문 알로에 선크림. 이만한 거 없습니다. 애 하시면 돼요. 애가 정답인 것 같아요. 제가 최근에 소개해 드린 것 중에 정말 베스트 오브 베스트 고르라면 이거, 이아이. (18050805 뷰티)
- 애는 뭐예요? 먼지가 나오는 애죠. 애 목욕가운을 했는데 막 여기 소름이 막 끼치는 거 있지. (18022404 생활 가전)
- 그런데 애는 정말 그런 부끄러우든 제대로 된 매장 가서 내가 그냥 하나만 귀하게 산 것 같아요. (17113003 패션)

- 저랑 같이 서 있으니까 애가 얼마나 큰 지 아시겠죠. (18022404 생활 가전)
- 그런데 애만한 아로니아가 없어요. (17061801 식주방)
- 움직였을 때도 더 편안하고 그리고 이 바지도 애도 신축성 끝내줘요. 정말 좋겠네요. (17060702 패션)
- 내가 목상태가 안 좋든 내가 허리 상태가 안 좋든 내가 어디 등이 잘 배기든 어떠한 몸의 상태든 간에 애는 정말 감싸 안아주는 게 최고인 것 같아요. (17052113 무형)
- 그러면 상하겠냐고, 이게.
분명히 구멍도 보이고 벨브라는 놀이 있는데 어떻게 국이 보이는데 한 방울도 안 나와? (18032912 식주방)
- 애는 뭐예요? 먼지가 나오는 애죠. (18022404 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

저랑 같이 서 있으니까 애가 얼마나 큰 지 아시겠죠.

→ 저랑 같이 서 있으니까 이 세탁기가 얼마나 큰지 아시겠죠?

그런데 애만한 아로니아가 없어요.

→ 그런데 이렇게 좋은/이렇게 큰 아로니아가 없어요.

움직였을 때도 더 편안하고 그리고 이 바지도 애도 신축성 끝내줘요. 정말 좋겠네요.

→ 움직였을 때도 더 편안하고 그리고 이 바지 신축성 무척 좋습니다. 편안해요.

3) 반말

쇼호스트는 공공언어 화자입니다. 공공언어 화자는 표준어를 구사할 수 있어야 합니다. 표준어를 구사한다는 것은 흔히 ‘서울말’을 사용한다는 것으로 생각하고 있습니다. 하지만 서울말에만 국한하는 것이 아니라 ‘교양 있게’ 사용할 수 있어야 한다는 의미를 더욱 신중하게 생각해 볼 필요가 있습니다. 방송 언어가 국민의 언어생활에 이바지할 수 있으려면 이 ‘교양 있는’ 언어생활에 주의를 기울여야 할 것입니다. 따라서 쇼호스트들의 반말은 교양 있는 언어생활과 국민의 언어생활에 이바지 하는 데에는 좋지 못한 표현입니다.

“홈쇼핑이라는 방송 채널은 명백히 대중을 향해 사용하는 말이기 때문에 반말은 피합니다.”

문제가 되는 점은?



반말은 진행되는 쇼호스트들 사이의 친근감을 표현하기 위해서 사용하기도 합니다. 친근감을 표현할 때 사적인 대화에서 부르는 호칭을 매우 자연스럽게 사용하기도 합니다. “벽도 뚫는데, 언니 자외선이.” 그러나 홈쇼핑이라는 방송 채널은 명백히 대중을 향해 사용하는 말이기 때문에 사적 대화에서 할 수 있는 호칭으로써의 반말은 피합니다. 또한 판매하는 제품에 대한 효용성과 가치를 높이기 위해서 과장된 표현이나 교양 없는 표현을 할 때 반말을 많이 사용합니다. 반말을 사용한다는 것은 말 그대로 말을 격식 있게 하는 것이 아니므로 비격식적이고 조금은 저급한 표현이 구사되는 것에 관대하기도 합니다. 게다가 위화감이나 위기감을 조성하는 장치로도 반말은 종종 사용됩니다.

- 그런 거 다 소용없어. 그런 거 하나 소용없어. 왜냐. 우리는 얼굴에 직접 바를 거니까. 팩트가 너무 잘 먹어.
그래서 저는 가장 놀라운 게 뭐냐 하면 나는 집에 있어도 타요. 왜 그런 줄 아세요?
창문을 뚫고 들어오는 자외선이. 벽도 뚫는데, 언니 자외선이. (18050805 뷰티)
- 그래서 이불로 돌돌돌돌 멍석말이 한 것처럼.
이렇게 딱 입고 막 바람 불고 추우면 일빠. 바람 불고 추울 때는 일빠. 더 추우면 뭐? 이빠.
더 추우면 어떻게? 삼빠. (17113003 패션)
- 그러니까 원두막 아래에서 이렇게 서늘한 그런 바람이 살랑이는 느낌이라고 해야 되나. 어디 하나 막힌 데 없고. 약간 지중해 느낌도 살짝 나는 것 같고. (18042101 생활 가전)
- 아니, 그런데 이제 미세먼지가 때문에 안 되겠어, 안 되겠어. 그런데 털어서 될 문제가 아니야. 초미세먼지가 털어서 되면 뭐... 털었으면 그거는 또 어디 가.
애기 옷에 진짜 빨래하고 난 다음에도 이 스티커가 이게...
왜 나오는지 모르겠어, 도대체 나는. (18022404 생활 가전)
- 그다음에 저거 남자들. 재킷 같은 거. 통닭집 갔다 온 다음에.
호프집 냄새, 호프집 냄새. 호프집 냄새 나 미쳐버릴 것 같아. (18022404 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

그런 거 다 소용없어. 왜냐

→ 그런 거 다 소용없어요, 그 이유는요.

벽도 뚫는대 언니, 자외선이

→ 자외선이 벽도 뚫는대요.

참고

우리말에는 말하는 이가 말하는 대상이나 듣는 이의 높고 낮은 정도에 따라 말할 때 구별하여 표현하는 방법을 우리는 높임법, 높임 표현이라 합니다. 격식을 차리는 자리에서는 '하십시오체'를 주로 사용하지만 친근한 경우에는 두루 높임의 '해요체'를 쓸 수 있습니다. 따라서 '하십시오체'가 방송하는 데 있어서 무거운 느낌을 준다면 '해요체'를 사용하여 함께 진행하는 쇼호스트와 고객에게 예의를 갖출 수 있는 표현을 사용하는 것이 바람직합니다.

5. 어법에 맞지 않는 표현

어떤 항목인가요?

“진행자와 출연자는 정확하고 올바른 언어를 사용해야 한다.”

방송 언어 지침서에 제시되어 있는 내용입니다. 이미 여러 차례 강조한 바와 같이 공공언어인 방송 언어는 친절하고 쉽게, 사실에 입각하여 써야 합니다. 이것은 모두 공공언어를 받아들이는 사람들과의 ‘소통성’을 높이기 위해서 필요한 요건들인데요. 소통성을 높이기 위해서는 어법에 맞는 올바른 우리말을 사용하는 것이 매우 중요합니다. 또한 방송 언어는 국민들의 언어 생활에 모범의 역할을 하므로 제대로 된 우리말 표현을 사용해야 합니다.

어떤 문제가 있나요?

피동 표현이 매우 자연스럽게 쓰이는 외국어에 비하여 우리말인 한국어는 피동 표현이 자연스럽게 느껴지지 않는 경우가 많습니다. 그렇기 때문에 불필요한 피동 표현은 피하는 것이 좋습니다. 피동 표현은 우리말에서 어색하게 느껴지는 경우가 있습니다. 그 외에도 피동 표현을 두 번 이상 겹쳐서 사용하는 경우도 있습니다. 이러한 표현을 ‘이중 피동 표현’이라고 하는데 의미상 중복되므로 이 역시 잘못입니다. 방송 언어에서는 우리말 어법에 맞는 표현을 쓰는 것이 중요하므로 이러한 이중 피동 표현을 사용하는 것은 지양해야 합니다. 불필요한 피동 표현 외에도 외국어 번역 투의 표현을 사용하는 경우가 있는데, 번역 투 표현은 외국어의 영향을 받은 표현으로 우리말답지 않은 표현입니다. 번역 투 표현에는 대표적으로 영어 번역 투와 일본어 번역 투가 있습니다. 둘 다 우리말답지 않은 표현으로 피하는 게 좋습니다. 번역 투 표현은 우리말이 아닌 외국어의 영향을 받은 표현으로 어색할 수 있습니다. 또한 사람들이 습관처럼 사용하여 번역 투 표현일 줄 모르고 사용하는 표현들도 적지 않은데 이런 것들을 방송에서 사용하지 않도록 주의해야 합니다. 한편, 외국어의 영향을 받아 잘못된 표현들 외에도 습관적으로 잘못 쓰고 있는 입말의 영향을 받아 어법에 맞지 않는 표현을 쓰는 경우도 있습니다. 방송에서 사용하는 언어가 일상생활에서의 언어 습관의 영향을 전혀 받지 않을 수는 없지만 공적인 자리에서 쓰이는 언어인 만큼 우리말 어법에 맞는 올바른 표현을 사용할 수 있도록 노력해야 합니다.

“우리말다운 표현을 쓸 때 말하고자 바가 가장 명확하게 전달됩니다.”

1) 불필요한 피동 표현

문제가 되는 점은?



‘-어지다’, ‘-게 되다’는 피동의 의미를 나타낼 때 쓰이는 표현입니다. 공손하게 말하기 위하여 습관처럼 이러한 피동 표현을 쓰는 경우가 있는데, 이러한 표현은 어법상 잘못된 것이기 때문에 오히려 어색하게 느껴질 수도 있습니다. 불필요한 피동 표현은 사용하지 않는 것이 좋습니다.

- | | |
|-------------------------------|------------------|
| - 전 일정 관광, 당연히 입장료 포함되어져 있죠. | (17062312 무형) |
| - 밀씩 추출물로 들어가져 있고 | (18032206 뷰티) |
| - 진짜로 2년 지나지면 개수 제한 없어집니다. | (17092515 무형) |
| - 이게 익혀지게 되면 이게 다 떨어진다는 얘기에요. | (17110915 식주방) |
| - 이제 5분 정도 시간이 남겨져 있고요. | (18042101 생활 가전) |

[이렇게 고칠 수 있습니다]

전 일정 관광, 당연히 입장료 포함되어져 있죠. → 전체 일정 비용에 입장료는 당연히 포함되어 있습니다.

밀씩 추출물로 들어가져 있고 → 밀씩 추출물이 들어가(포함되어) 있고

진짜로 2년 지나지면 개수 제한 없어집니다. → 2년이 지나면 개수 제한도 없어집니다.

이게 익혀지게 되면 이게 다 떨어진다는 얘기에요. → 이게 익으면 다 떨어져요.

이제 5분 정도 시간이 남겨져 있고요. → 방송 시간이 이제 5분 정도 남았습니다.

문제가 되는 점은?



불필요한 피동 표현을 쓰는 데에서 더 나아가 피동 표현을 두 번 겹쳐서 사용하는 경우가 있습니다. 피동을 나타내는 '-아-, -하-, -리-, -기-'에 다시 피동의 의미를 더하는 '-어지다'를 결합하여 '보여지는', '놓여져'처럼 쓰는 것이 바로 그것인데요. 이것을 흔히 이중 피동이라고 하는데 유명한 노래 제목인 '잊혀진 계절'에서도 이중 피동이 사용되고 있지요. 이러한 이중 피동 표현은 어법상 틀린 표현입니다. 이러한 표현은 우리말 어법에 맞지 않으므로 쓰지 않는 것이 맞습니다.

- 보여지는 전체 브랜드 가운데 유일하게 LG전자만

(17041814 무형)

- 제 옆에 놓여져 있지만 이것 좀 봐 주세요.

(17112911 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

보여지는 전체 브랜드 가운데 유일하게

→ (여러분께서) 보시는 여러 회사 중에서 유일하게

제 옆에 놓여져 있지만 이것 좀 봐 주세요.

→ 제 옆에 놓여 있는데 이것 좀 봐 주세요.

2) 번역 투 표현

언어 표현 중에는 외국어를 직역하여 마치 우리말처럼 사용하는 표현이 있습니다. 대표가 영어 번역 투와 일본어 번역 투 표현인데, 우리말 어법에 맞지 않고 어색할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

‘~있어서’, ‘다름 아니다’ 등은 일본어 번역 투입니다. ‘~에 의해 ~되다’, ‘~를 가지고 있는’, ‘~해(하고) 있다’, ‘~종의 ~’, ‘~같은 경우’ 등은 영어 번역 투 표현입니다.

- 생활을 행복하고 편리하게 해 주는 거에 있어서 가장 중요한 핵심은 기술이다, 특히나 이제 저 같은 경우에 이제 머리가 술도 많고요.
- 꼭 쓰고 꼭 써 바로 변한 사람 중의 하나입니다. (18041304 뷰티)
- 두피 탄력 개선을 해 주면서 탈모 가능성을 가지고 있기 때문에~
- 딸이 너무 만족해하고 있어요.
- 상품평에서도 이렇게 뜨거운 성원이 이어지고 있는지 아실 겁니다. (18012702 뷰티)
- 지금 다 드리고 있는 겁니다. 이태리산 천연소가죽 원피를 쓰고 있는데요, 이태리 천연소가죽이 지금 사용되고 있기 때문에~
- 6인조 카키브라운 매진이 곧 될 걸로 예상이 되고 있고요. (18010403 생활 가전)
- 설맞이 특집으로 사상 최초 이 혜택 오늘 준비해 놓고 있다. (18021609 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

생활을 행복하고 편리하게 해 주는 거에 있어서 가장 중요한 핵심은 기술이다.

→ 생활을 행복하고 편리하게 해 주는 데 가장 중요한 핵심은 기술이다.

저 같은 경우 → 저는

두피 탄력 개선을 해 주면서 탈모 가능성을 가지고 있기 때문에

→ 두피 탄력 개선을 해 주면서 탈모 기능이 있어서

딸이 너무 만족해하고 있어요 → 만족해요.

상품평에서도 이렇게 뜨거운 성원이 이어지고 있는지 아실 겁니다.

→ 상품평에서도 이렇게 뜨거운 성원이 이어졌어요.

3) 기타

문제가 되는 점은?



외국어 투의 영향을 받아 사용하는 불필요한 피동 표현, 번역 투 표현 외에도 잘못된 어휘를 사용한다든지 의미가 중복되는 표현을 겹쳐서 사용하는 등 방송에서는 어법에 어긋나는 표현들이 심심치 않게 사용되고 있습니다. 비슷한 발음을 가진 단어에서 이런 실수가 생길 수 있는데 ‘씩이다’는 보통 ‘부모님 속을 많이도 썩었다’ 등과 같이 쓰이고 ‘물건이 쓰여야 할 곳에 제대로 쓰이지 못하고 내버려진 상태에 있다’라는 뜻을 가진 단어는 ‘씩히다’입니다.

전혀 다른 두 단어를 헛갈려 잘못 쓰는 경우도 있습니다. 가장 대표적인 예가 ‘틀리다’와 ‘다르다’인데요, ‘틀리다’는 ‘맞다’의 반대말로 ‘답이 틀리다, 계산이 틀리다’ 등과 같이 쓰입니다. 이와는 달리 ‘다르다’는 ‘같다’의 반대말로 ‘같지 않다’의 의미를 가지고 있는 단어이기 때문에 ‘틀리다’와 ‘다르다’는 완전히 다른 의미를 가지고 있습니다. 따라서 이를 혼동하지 않도록 주의해야 합니다.

한편, 사람들이 습관적으로 잘못 쓰고 있는 가장 흔한 잘못은 의미가 중복된 표현을 겹쳐서 사용하는 것입니다. ‘역전앞’, ‘가까운 근교’ 같은 것이 그런 예인데 역전에는 ‘앞’이라는 의미가, ‘근교’에는 이미 ‘가깝다’라는 의미가 포함되어 있습니다. 이 외에도 불필요한 사동 표현을 사용하는 것 역시 잘못입니다. ‘오늘 내 친구 소개시켜 줄게’의 경우 다른 사람을 시켜서 누군가를 소개하게 하는 것이 아니라 말하는 이가 친구를 다른 사람에게 소개하는 것이기 때문에 ‘오늘 내 친구를 소개해 줄게’로 쓰는 것이 자연스럽습니다. 또한 우리는 일상생활에서 ‘나는 새’, ‘날아가는 비행기’를 ‘날으는 새’, ‘날라가는 비행기’처럼 말하여 동사의 활용형을 잘못 사용하는 경우가 있는데, 이러한 잘못된 말 습관이 공적인 방송에서 쓰이는 일이 없도록 주의해야 합니다.

- 그거 아끼는 거 아니에요. 건강한 음식을 여기다 요리하는데 그거 아꼈다가 **씩이고**
(18050811 식주방)
- 전부 다 틀려요. 똑같은 거 같지만 인간이 손으로 퀄리티 컨트롤을 하고 있기 때문에 모양을 기계로 찍어낸 것처럼 똑같이 나오지는 않아요.
(18040517 식주방)
- 이럴 때 **가까운 근교**. 이제 꽃들은 슬슬 지고 있고.
(18041905 식주방)
- 정말 끝내기 싫으네요, 오늘은.
(18021609 생활 가전)
- 저희가 멋지게 **코디시켜** 드릴게요.
(17070303 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

그거 아끼는 거 아니에요. 건강한 음식을 여기다 요리하는데 그거 아꼈다가 **씩이고**
 → 그거 아끼지 마세요. 건강한 음식을 여기에다가 요리하는데 그거 아꼈다가 **씩히고**
 전부 다 틀려요. → 전부 다 달라요.
 이럴 때 **가까운 근교** → 이럴 때 **근교** (나가면 좋을 거예요)
 정말 끝내기 싫으네요, 오늘은. → **오늘은 정말 끝내기 싫네요.**
 저희가 멋지게 **코디시켜** 드릴게요. → 저희가 멋지게 **코디해**(→ 꾸며) 드릴게요.

6. 저속한 표현(선정적 표현)

어떤 항목인가요?

방송의 품위를 떨어뜨리는 표현으로 들었을 때 민망하거나 불쾌감을 줄 수 있는 표현들입니다. 주로 외모와 관련한 표현들이고 제품군에 따라 사용되어 많이 나타나지는 않습니다. 선정적 표현은 문장에서 '선정적 느낌'을 주기 때문에 다소 주관적일 수는 있습니다.

“불쾌한 느낌이나 민망한 느낌을 주는 표현은 사용하지 않습니다.”

어떤 문제가 있나요?

선정적 표현은 자칫 차별적 표현으로 이어질 수 있는데, 외모와 관련한 표현이 많은 만큼 특정 성별을 지칭하거나 특정 상태를 지칭할 수 있기 때문입니다. 선정적 표현은 방송 언어로는 부적합하기에 주의가 필요합니다. 불쾌한 느낌이나 민망한 느낌을 주는 표현은 아예 사용하지 않도록 하는 것이 좋습니다.

문제가 되는 점은?

선정적 표현은 제품군에 따라 나타나고 다소 주관적일 수 있지만 들었을 때 불쾌감이나 민망한 느낌을 줄 수 있습니다. 홈쇼핑에서 많이 나타나지는 않지만 공공언어로서 품격을 지켜야 한다는 점에서 저속한 표현은 삼가는 게 좋습니다.

- 000쇼호스트가 브래지어를 안 할 모습인 것 같은 이거는 진실이에요
- 등라인 예술이에요.
- 이 등 왜 이렇게 섹시해 (18032505 패션)
- 속근육 탄력이 저하가 되면 남편과 마주하기 싫어요. 뭔가 다르게 아시잖아요. 제가 무슨 말하는지.
- 부부생활 열심히 하는 친구들은 이지케어 관심도가 굉장히 높더라구요. 심지어는 부부생활 때도 느슨해지니까 뭔가 자꾸 피하게 되는 거고.
- 밤에 또 우리 남편과 만났을 때 조금 더 자신 있는 여성으로서 오늘 나 어때? 섹시한가? 막 이런 메시지를 전달할 수 있을 만큼. (18020701 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

들었을 때 민망할 수 있거나 불쾌감을 줄 수 있는 표현은 쓰지 않습니다.

7. 차별적인 표현

‘차별한다’는 것은 ‘둘 이상의 대상을 각각 등급이나 수준 따위의 차이를 두어서 구별한다’는 의미입니다. 그러나 쇼호스트들의 언어 표현에서 반드시 둘 이상의 대상에서 등급이나 수준의 차이를 객관적 판단이 가능한 근거를 두지 않고 차별적인 표현을 하는 경우가 종종 있습니다.

어떤 항목인가요?

‘장애인’의 반대말은 무엇일까요? 혹시 ‘일반인’, ‘정상인’으로 대답하셨나요? ‘장애인’의 반대말은 ‘비장애인’입니다. ‘정상인, 일반인’의 반대말이 ‘장애인’이라고 생각하리만큼 우리는 ‘비장애’를 정상이라고 생각하는 편견에서부터 차별적인 언어 표현을 구사하고 있는 것은 아닐까요? ‘비장애’라는 말은 단순히 장애가 없다는 의미일 텐데 말입니다.

이렇듯 일상에서도 우리는 차별적인 언어와 표현을 많이 접하며 살아가고 있습니다. 이 장에서는 방송 중 무심결에 사용할 수 있는 차별적인 표현에 대해 알아보도록 하겠습니다.

어떤 문제가 있나요?

차별적인 표현에는 단순히 도시와 시골을 구분 짓는 지역 차별 표현뿐만 아니라 민족과 인종을 차별하는 표현, 여성과 남성을 구분 짓는 성차별적 표현, 낯선해야만 ‘예쁘다’는 기준에 포함된다는 잘못된 인식에서 비롯된 외모의 차별적 표현, 우리나라의 제품이나 브랜드보다 서구 유럽의 제품이나 브랜드가 우월하다는 사대주의적인 차별 표현, 젊음은 아름답고 늙음은 아름답지 못하다는 세대(나이)에 따른 차별적 표현 등이 있습니다. 공공언어의 요건에는 소통성이 있습니다. 이 소통성 하위 부류에는 공공언어 생산자들(공공언어를 만들어 낸다는 의미로 ‘공공언어 생산자’라고 합니다.)은 ‘차별적인 표현을 삼간다’고 명시하고 있습니다.

차별적인 표현은 시대와 함께 움직입니다. 지금은 ‘다문화 가정’이라 말하고 ‘다문화 가정의 자녀’로 표현하는 말이 예전에는 ‘혼혈’, ‘혼혈아’라 부르며 지극히 부정적인 시선을 그대로 살려 차별적으로 표현하였습니다. 이러한 차별적인 표현은 듣는 사람을 배려하지 않은 불쾌한 표현입니다. 앞선 예들을 거울삼아 우리의 홈쇼핑에서 사용하고 있는 표현에도 차별적인 표현이 있는지, 차별적인 표현으로 누군가는 불편하고 불쾌할 수 있지는 않은지 살펴보도록 하겠습니다.

1) 성차별적 표현

성차별적인 표현은 고전적인 성 구분 의식을 내포하고 있습니다. 남자는 돈을 벌어오고 여자는 가사일을 도맡아 합니다. 그래서 남편은 아내에게 세탁기 등 고가의 가전제품을 사주는 사람이고 아내는 당연히 그 고가의 제품을 받는 사람으로 표현합니다. 더욱 흥미로운 것은 남편에게 아내 선물로 사주라며 쇼호스트들이 요구하는 제품은 세탁기, 냉장고 등의 전자제품입니다. 어쩌면 이 제품들은 아내를 위한 선물이 아니고 가족을 위한 도구일 수 있는데도 쇼호스트들의 언어에서는 당연히 남편이 사주고 아내가 받는 형태로 대화를 나누며 성 역할을 구분하여 차별을 하고 있습니다. 또한 좋은 가전제품을 잘 찾아내는 것도 당연히 아내의 역할로 전제하고 있습니다. 이러한 예로 모 회사의 김치 냉장고의 사용은 당연하다는 듯이 아내, 여자들이 사용하고 그것은 여자들의 자부심으로 표현하기도 합니다.

“여성과 남성을 명확히 구분 짓는 성차별 표현을 피하고 ‘우리, 모두’라는 인식을 갖도록 하는 표현을 사용하는 것이 바람직합니다.”

문제가 되는 점은?

가정에서 전자 제품을 사용하고 전기요금을 챙기는 남자를 ‘남자가 꼼꼼하기도 해’라는 표현으로 남자가 적은 돈을 챙기는 것은 꼼꼼하지만 한편으로는 그릇이 작은 사람으로 인식하게 하고 여자는 당연히 아껴야 하는 사람이라는 과거의 인식도 그대로 표현하고 있습니다. 가정에서 자녀들의 교육을 책임지는 건 아내가 하는 몫으로 표현하면서, 정작 실제의 학습은 선생님이나 교재에 맡기고 있는 시대에 맞지 않는 어머니의 모습을 표현하고 있습니다. 게다가 다시는 돌아오지 않을 아이의 소중한 하루를 엄마가 공부할 수 있도록 만들어 주어야 한다는 당위적인 표현으로 그것이 엄마의 역할이라고 강조하고 있습니다. 시대가 달라져 맞벌이 부부가 늘어나면서 ‘밥하는 사람은 여성’이라는 국한된 의미로 표현하지 않습니다. 자녀 교육도 마찬가지로 자녀의 공부를 책임지는 것은 아내이자 엄마만의 몫이라는 의미는 점차 사라져가고 있는 21세기에 이런 표현은 피해야 할 차별적인 표현입니다.

한편, 쇼호스트들의 언어 표현에서 성차별적인 표현은 모든 분류 안에서 다양하게 나타납니다. 패션, 뷰티, 생활 가전, 무형의 렌탈, 건강식품, 심지어 가구를 표현하는 곳에서도 성차별적인 표현은 나타납니다. 색깔을 선택할 때에도 분홍색, 빨간색, 하얀색은 여자의 색깔로 인식합니다. 분홍색, 하얀색의 옷을 입는 순간 모든 여자를 의미하는 단어들이다 사용됩니다. 그만큼 여성임을 강조하기 위한 선택적 표현일 것입니다. ‘여자’, ‘레이디’, ‘공주’, ‘숙녀’, 심지어 부정적인 의미가 있는 ‘마누라’도 씁니다. 요즘에 태어나는 갓난아기들은 여자 아기라고 분홍색으로, 남자 아기라고 하늘색으로 옷 색깔을 고정하지 않습니다. 성에 따른 색깔의 고정화는 피해야 할 차별적 표현입니다.

심지어 홈쇼핑에서는 가구의 곡선 모양을 설명하기 위해 여성미를 강조하기도 하는데 이는 여성 차별적 표현적 표현입니다. ‘옆쪽에 보시면 이렇게 또 유려한 남성의 어깨 근육 라인을 뽐내면서 좀 더 단단한 곡선미. 남성미를 살려준다는 거죠.’ 이런 식으로 남성을 빗대어 가구나 대형 가전제품을 설명하지는 않습니다. 오히려 가구와 이불에 여성성과 연관하여 성차별적 표현을 하고 있습니다. 때로는 예쁜 여자의 얼굴은 입체감이 있어야 한다는 쇼호스트의 개인적 인 고정 인식을 일반화하여 차별적인 표현을 하고 있습니다.

이러한 성 차별적인 표현을 사용하지 않기 위해서는 인식의 변화가 절실하게 필요합니다. ‘여자’만이 아닌 우리 모두가 관심을 가져야 하는 일은 아닌지, ‘아내’만 하는 일이 아닌 ‘남편’도 함께 하는 일은 아닌지, 가족 모두가 챙길 수 있는 건강을 평소에 희생은 강요하는 분위기가 당연 시되어 무척 힘겨운 엄마와 할머니의 삶이 불쌍한 여자의 삶으로 보이게 하는 건 아닌지 우리의 인식을 다시 살필 필요가 있습니다.

- 그런 놀라운 건 의류건조기로 갑자기 넘어가서 좀 그렇지만 필수가전 자리 넘본다.
엄마들의. (18022404 생활 가전)
- 저 남편분들 보고 계세요? 이거는 사줘야 돼요, 이거는 진짜 돈 아깝지 않아요. 최고의 상품이에요. 이거는 그냥 하나 사주세요.
이제 개학이잖아요, 다음 주에 아이들 교복, 체육복 이런 것들이 세탁할 일이 엄마들 엄청 많대요. (18022404 생활 가전)
- 그래서 담채 구입하시는 우리 엄마들이 다 채소를 담채로 옮기는 거 알고 계시죠. 더 오래 가고 싱싱하고, 저도 요즘 담채를 쓰고 있는데 제가 담채 쓰고 있는 여자잖아요.
(17062408 주방가전)
- 저도 두 달 가까이 써보니까 관리비 나왔거든요 와, 별 차이 없어요 저는 그거에 약간 만족스러..... 꼼꼼하기도 해. 남자가 그런 거까지. 아유..... (18022404 생활 가전)
- 솔직하게 저보다 더 아이를 잘 파악하세요. 엄마가 말하면 잔소리라고 생각거든요. 그런데 엄마가 제대로 이걸 주어주지 않으면 정말 그냥 아이는 그대로 놀잖아요. 너무너무 소중한 다시는 돌아오지 않을 우리 아이의 하루를 엄마가 만들어주세요.
(18010403 무형)
- 나 영어하겠다고 우리 남편한테 여보, 나 이제 영어 하려고, 몇 십만 원만 투자할래? 그러면 그 얘기가 또 입에 안 떨어진다. (17121713 무형)
- 여자를 가장 여성스럽고 엘레강스하게 만드는 게 진주보다 더한 보석이 없거든요 (18010503 패션 컨템포러리)
- 너무 차갑기만 한 여자, 매력 없어요. 너무 뜨겁기만 한 여자 부담스러워요. (17060702 패션 컨템포러리)
- 그리고 여러분, 제가 하나 팁 알려드릴게요. 주부들은 이 정도는 아셔야죠. (17121713 무형)
- 여자 나이는 액면가로 확확 바뀝니다. (17061801 식주방)

- 그리고 어느 순간부터 내가 여자인지 깜빡깜빡 잊고 살았을 때 핑크에 제가 입고 있는 화이트 블라우스 같은 거 하나 딱 입어주시면 사람들이 보는 시선이 바뀝니다.
핑크에 화이트 블라우스를 입는 순간 아무것도 필요 없고. 내가 오늘 여자이고 싶은 거의 주의보예요. 오늘 지금 폭우주의보 내렸잖아요. 나 오늘 엄마가 아니라 여자야. 여보, 오늘 나 당신 마누라가 아니라 여자야 주의보예요. 그러니까 오늘 나를 공주처럼 대접해 주고 숙녀로, 레이디처럼 대접해 주고, 좋다. 나한테 오늘 일시키지 마. 나 엄마한테 오늘 밥 달라고 하지 마. 오늘 엄마는 여자야.

(17070303 패션)

- 화이트 컬러 여자들이 다 좋아하죠, 우리 여자들, 부드러운 색

(17070303 패션)

- 옆쪽에 보시면 이렇게 또 유려한 곡선 라인을 뽐내면서 좀 더 우아한 곡선미. 여성미를 살려 준다는 거죠.

(18021609 생활 가전)

- 왜 여자 얼굴도 입체감 있어야 예쁘잖아요.

(18062612 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

그래서 담채 구입하시는 우리 엄마들이 다 채소를 담채로 옮기는 거 알고 계시죠. 더 오래 가고 싱싱하고, 저도 요즘 담채를 쓰고 있는데 제가 담채 쓰고 있는 여자잖아요.

→ 그래서 담채 구입하시는 우리 엄마들이 다 채소를 담채로 옮기는 거 알고 계시죠. 더 오래 가고 싱싱하고, 저희 집 김치 냉장고도 담채예요. 가족 모두가 담채 사용에 자부심이 있습니다.

그리고 여러분, 제가 하나 팁 알려드릴게요. 주부들은 이 정도는 아셔야죠.

→ 그리고 여러분, 제가 하나 팁 알려드릴게요. 살림에 관심 있는 분들이라면 이 정도는 아셔야죠.

화이트 컬러 여자들이 다 좋아하죠, 우리 여자들, 부드러운 색

→ 화이트, 우리들이 다 좋아하죠.

옆쪽에 보시면 이렇게 또 유려한 곡선 라인을 뽐내면서 좀 더 우아한 곡선미. 여성미를 살려 준다는 거죠.

→ 옆쪽에 보시면 이렇게 선이 부드럽고 깔끔합니다.

왜 여자 얼굴도 입체감 있어야 예쁘잖아요.

→ 이 침구 울룩볼룩 입체감이 살아 있어요.

2) 외모 차별적 표현

패션, 뷰티 등에서는 외모에 대한 차별은 흔한 표현입니다. 예쁜 사람의 모습은 몸이 날씬하고 다리가 길고, 피부가 하얗고 모공이 없으며, 얼굴은 가름하고 얼굴 크기는 작으며, 눈은 사슴 눈망울로 크고 맑으며, 머릿결은 고르고 고우며……. 외모지상주의라는 말이 있는 것은 외모로 차별하는 우리 사회의 한 모습을 드러내는 용어입니다. 아름답고 눈에 보기 좋은 여성만이 사람들의 이목을 끄는, 어쩌면 능력보다는 외모로 판단하는 사회가 되어 버렸다고 해도 과언이 아닐 것입니다. 이런 시각에서 보면 여성은 과거에서부터 현재까지 사회에서 불평등함을 인정하며 살아 왔습니다. 그런데 현대사회에서는 비단 여성뿐만 아니라 남성과 어르신, 어린이까지도 외모로 평가를 받으며 불평등을 겪고 있습니다. 우리 사회에서 얼마나 외모지상주의가 부각되고 있는지는 수없이 많은 사회의 이슈가 되었던 외모불평등 사례들을 통해서도 알 수 있습니다. 우리 사회에서 만연해 있는 외모지상주의는 사회적 문제가 될 수 있으므로 방송에서의 이러한 표현은 자제해야 합니다.

아름답거나 예쁜 우리의 몸을 표현할 때 쇼호스트분들은 우리말 ‘몸’으로 표현하지 않습니다. 대체로 영어 ‘보디’라는 외국어를 사용함으로써 보다 더 예쁜 몸을 강조하려 합니다. 물론 언어 사대주의이기도 합니다. 이와는 반대로 예쁘지 않은 몸, 뚱뚱한 몸을 표현할 때는 ‘몸통’이라는 조금 더 둔한 느낌의 어휘를 사용합니다. 그래서 작아 보이게 하거나, 군살이 없어 보이게 하는 일이 중요한 사안이 되기도 합니다. 이런 표현들은 살이 찐 사람들에게는 거부감을 일으킬 수 있습니다. 또는 사회에서 마른 사람을 기준으로 아름답다고 인정하는 외모에 대한 차별 표현이 잘못된 인식을 심어 주는 데 주요한 역할을 할 수도 있습니다.

“외모에 대한 차별적 표현은 피해야합니다.”

문제가 되는 점은?



외모에 대한 차별적 표현은 피해야 합니다. 뚱뚱하다는 표현보다는 건강하다는 표현으로 바꾸어 외모에 대한 편견을 갖지 않도록 주의를 기울일 필요가 있습니다.

- 이 몸통 사이즈나 이런 게 훨씬 작아 보여요.
뒤쪽에도 보면 어깨라인부터.
어머... 이런 느낌이에요. 군살 여기를 다 깎아주면.
없지 않대니까. 여러분, 제가 군살이 없어 보이잖아요.
제가 몇 개 봤는데, 소시지를.
아니, 그리고 움직일 때마다 팔 여기 이런 데도 라인이 다 들어가니까 팔뚝도 되게 얇아 보여요.
저는 일단 부력조끼 애가 마음이 편해져서.
뱃살을 가려주는 느낌이 있어서 저 계속 입고 다니고 있었거든요.

(17070303 패션)

- 그런 왜 막스마라같은 데서도, 그런 스타일들이 가장 여성스럽고 왜 남자들이 제일 예쁘다고 하는 스타일이 이런 스타일이더라고요, 솔직히 어려워보고 여성스러워 보이고

- 소공녀같이

(17113003 패션)

- 왜냐하면 가슴 윗선까지 데콜테까지 다 피부예요. 목도 안 늘어야 돼요.

(18010704 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

40대부터는 관리하는 거에 따라서 완전히 등수가 바뀌어요. 동창회 한 번 나가보셨어요? 꾸준히 관리한 내가 소싯적에 제 첫사랑의 아이콘이었던 개보다 내가 훨씬 나은 이 느낌 이죠.

→ 40대부터는 관리하는 게 중요해요. 40대부터 관리를 잘해서 건강한 노년을 맞이하여 행복한 삶을 가꾸면 무척 좋지 않을까요? 동창들 만나도 가장 건강한 친구로 기억 될 수 있고요.

3) 사대주의적 차별 표현

서구 유럽과 일본의 제품들은 우리나라의 제품들보다 모두 우수할까요? 표준국어대사전에서는 ‘사대주의적’을 ‘주체성이 없이 세력이 강한 나라나 사람에 의존하는. 또는 그런 것’으로 정의하고 있습니다.

스페인에는 천재 디자이너들이 많다는 쇼호스트의 설명과 더불어 스페인 제품의 옷을 보여줍니다. 그 천재 디자이너가 직접 디자인한 옷인지 궁금했습니다. 실체는 스페인의 천재 디자이너가 디자인한 옷은 아니지만 그 나라의 탁월한 것에 힘을 실어 소개하며 제품의 권위를 끌어 올리려는 것입니다. 이러한 표현으로 스페인의 제품은 모두 디자인이 탁월한 제품인 양하여 스페인 디자인의 옷을 **우리러보게** 하는 사대주의적인 표현을 소비자에게 전달하고 있습니다. **“사대주의적인 표현보다는 보다 과학적이거나 정확한 수치상의 근거를 통해 명확한 이유를 밝혀 주는 것이 올바른 표현입니다.”**

문제가 되는 점은?

이런 서구 유럽 제품에 대한 사대주의적인 표현보다는 보다 과학적이거나 정확한 수치상의 근거를 통해 명확한 이유를 밝혀 주는 것이 소비자들이 현명하게 구매를 하는 데 도움을 주는 일 일 것입니다.

- 스페인의 디자이너들은 천재가 많습니다. 발렌시아가부터 시작해서. 그런데 그 천재 디자이너들이 함께하는 그 스페인의 이 월엔나우가 시즌 최저가전 세일 첫날이에요.

(17070303 패션)

- 마찬가지로 화속리 디자이너의 옷은 드레스를 만드는 그 감성 그대로 바지만 여성스러움을 그대로 표현하고 그리고 동양 여성이 유럽에 후주에 백인 우월주의가 있는 그런 나라에서도 완벽한 체형이 되게끔 만드는 기가 막힌 기술력이 있죠.

- 이자벨 마랑이라든지 토리버치라든지 그런 느낌이 들어서 고급스러우면서도 좀 자유분방한

(17060702 패션)

- 폴란드에서 다 밀봉된 상태로 오는 거기 때문에 뒤에 보시면 유기농 마크가 한 병, 한 병에 다 찍혀 있어요. 유럽의 유기농마크가 지금 안쪽에 들어있는 공기는 폴란드 공기라고 해도 되겠네요.

- 1등 좋아합니다. 요즘 우리 엄마들

(17061801 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

1등 좋아합니다. → 좋은 제품, 몹시 좋아합니다

독일만이 만들 수 있어요. → 독일에서 만든

참고

1등이라는 노골적 표현보다는 잘 발달되어 있는 우리말 부사를 활용해 보는 것을 권합니다. ‘매우, 무척, 많이, 굉장히, 몹시’ 등의 표현으로 ‘1등’을 대체합니다.

‘독일만이 만들 수 있어요.’는 우리는 할 수 없다는 의미를 전제하고 있습니다.

따라서 무엇을 전제하거나 비교하는 의미의 표현보다는 그 자체의 우수성을 강조하는 표현을 사용하면 사대주의적인 표현은 피할 수 있습니다.

4) 기타 차별 표현 (세대, 지역, 인종)

빈번히 드러나는 표현은 아닙니다. 그러나 차별적인 의미를 담고 있는 것은 분명합니다. 세대나 지역, 인종의 갈등 문제는 내제된 문제이므로 이러한 표현을 굳이 사용하여 위화감을 조성하는 것은 바람직하지 않습니다.

“세대나 지역, 인종의 갈등 문제는 내제된 문제이므로 이러한 표현을 굳이 사용하여 위화감을 조성할 수 있는 표현은 피합니다.”

문제가 되는 점은?

가. 세대 차별적인 표현

이 쇼호스트의 말을 들으면 우리나라의 많은 사람들은 나이 들에 대해 혐오증을 앓고 있는 것으로 느껴질 수도 있습니다. 게다가 늙음에 대한 차별적 표현을 할 때 ‘용뻘다. 아재’ 등의 저급한 표현도 함께 써서 더욱 차별적으로 느끼게 합니다.

- 어, 늙기 싫어, 늙기 싫어서 먹어요라는 말씀들을 많이 하시는 거죠
늙기 싫죠? 용뻘는 재주 없어요 가만히 있는데 세월을 어떻게 이겨요, 뭐라도 하시면 이길 수 있습니다. (17061801 식주방)
- 좀 상콤한 느낌으로 해서 애들이랑 워터파크 같은 데 갈 때 아재같은, 나이 들어 보이는 아빠 말고 좀 이렇게 오빠처럼 삼촌처럼 젊어 보이는 아빠의 느낌으로 해서 (17070303 패션)
- 그리고 이게 하나 딱 들어감으로 해서 굉장히 사람이 좀 세련돼 보이는 느낌이 있고, 요즘 사람같다.
- 맞다.
- 제가 맨날 그 얘기하는데.
- 냉동 인간 말고 요즘 사람 (17113003 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

늙음이 무조건 싫은 것이 아니라, 멋있고 근사하게 그러면서도 건강하게 늙어가는 방법 중의 하나로 좋은 건강식품을 섭취하는 것이 좋겠다는 제안을 하는 것이 보다 바람직한 표현입니다. 또한 시청자는 젊은 사람들만 있는 것이 아니고 고령의 어르신들도 애시청자로서 우리의 홈쇼핑 방송을 지켜보고 있습니다.

문제가 되는 점은?



나. 지역 차별적 표현

- 진짜 지방계신 분들은 이거 잘 못 드셔보신 분들 그 맛이 뭔데 하실 텐데.
(17071608 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

서울과 지방, 도시와 시골을 나누는 말은 피하여 사용합니다. 함께하는 국민으로 인식하여 '지방에 계신 분들'이라는 표현보다 '아직 못 드셔 본 분들', 또는 '경험하지 못한 분들'이라는 표현으로 차별을 피합니다.

문제가 되는 점은?



다. 인종 차별적 표현

외국인들의 다리가 긴 것이 우월한 것이라는 인식을 심어 줄 수 있는 표현입니다. 몸매가 바비인형 같은 서양인들과 그렇지 않은 동양인을 차별하고 있습니다. 그래서 유명 외국 모델을 지칭하여 다린 긴 것의 우월함과 부러움을 그대로 노출하여 차별합니다. 이는 동양인과 서양인의 신체적 차이를 우월함과 부러움으로 표현하는 것은 피해야 할 차별적인 표현입니다.

- 외국에서 활동하다 보니까 다리가 길고 몸매가 바비인형처럼 생긴 그 사이에서 본인이 동양 여자인 사람이 다리가 길어 보이고 정말 좋아리 우리 나오미 캠펠이나 이런 사람들 중 아리 너무 길어. 어떻게 하면 좋아리 길어 보일까?
(17060702 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

단지 우리의 단점을 가리거나 보완하는 것으로 표현하는 것이 바람직하겠습니다.

1. 방송 분위기 조성 전략

어떤 전략인가요?

홈쇼핑 방송은 쇼호스트 한 명의 단독 진행으로 이루어지기보다 복수의 쇼호스트, 제품에 대한 설명이나 제품 사용 시연 등을 도와줄 게스트 등과 함께 이루어지는 경우가 대부분입니다. 여러 명의 구성원들이 참여하여 대화의 형식으로 제품이 가진 여러 속성들에 대한 객관적 소개, 제품을 사용한 소비자들의 주관적 평가 소개 등을 하게 됩니다. 이러한 대화 방식의 설명은 소비자들에게 제품과 관련된 정보를 이해하기 쉽게 전달하거나, 제품 혹은 제품을 생산하는 회사, 제품을 판매하는 홈쇼핑 채널 등에 대한 친근하고도 긍정적인 인상을 갖게 하는데 기여합니다.

“홈쇼핑은 참여자 개인들 사이의 사적인 의사소통의 공간이 아니라 방송이라는 공적 의사소통 채널이라는 점을 기억해 주세요.”

홈쇼핑 채널에서 쇼호스트는 일차적으로는 대면하고 있는 다른 쇼호스트 혹은 게스트를 대상으로 하여 대화하고 있지만 궁극적으로는 시청자들 혹은 고객들을 설득하는 과정에 참여하고 있습니다. 이처럼 홈쇼핑 방송은 쇼호스트가 일차적으로 대화하는 상대와 잠재적으로 설득하려고 하는 상대가 구분되는 특수한 의사소통 상황에 해당하며 항상 ‘시청자 혹은 고객’을 염두에 두고 공적 의사소통으로서의 방송이라는 점을 되새겨야 하는 이유입니다.

어떤 문제가 있나요?

방송에서의 ‘대화’는 방송 진행을 위한 도구로서, ‘사적 목소리’를 내는 것 같지만 여전히 ‘공적 목소리’를 표방해야 하는 이중적 속성을 갖는데, 표면적으로 ‘사적 목소리’가 강해질 때 문제가 발생하게 됩니다. 특정 화제와 ‘지엽적으로’ 관련된 화제를 다루거나, 특정 쇼호스트 개인에 대한 사적인 정보가 지나치게 많이 노출되거나, 구성원들 간의 사담에 가까운 대화가 오고가는 경우가 대표적이라고 할 수 있습니다.

‘화제 선택’과 관련해서 사적인 대화가 오가는 양상과 관련하여 어떤 부분에서 방송 관계자들에 대한 불필요한 정보들이 노출되기도 합니다. 또한 일상 대화에서는 참여자들이 대화를 나누는 중에 친밀감이 형성되어 높임법이나 호칭어 사용이 다소 느슨해지거나 관계의 변화를 겪을 수도 있는데, 방송에서도 이러한 사적인 관계가 여과 없이 드러나는 것에 대해서 조심하고 개선할 필요가 있습니다. 또한 담당 프로듀서나 조연출 등과 같은 방송 관계자는 해당 방송과 관련된 업무를 하고 있는 사람들이지만 그들이 방송 ‘중’에 등장해야 할 이유는 없으므로 ‘방송 대화’에 방송 관계자들을 직접 노출시키거나 그들과 관련된 화제를 다루지 않도록 조심해야 합니다.

1)
불필요한
사적 정보 노출

편안하고 자연스러운 방송 분위기를 만들고자 하는 과정에서 방송에서 참여자의 사생활이나 방송 관계자의 개인 정보가 노출되는 것은 상품 판매자와 시청자 간에 친밀감을 형성하거나 상품에 대한 사용 경험을 공유하는 것과는 별개의 문제입니다. 쇼호스트가 시청자와 같은 종류의 고민을 하고, 경험을 하고 있다는 식의 이야기로 공감을 이끌어내면서 친밀감을 형성하고 신뢰를 쌓고자 하는 전략은 유용한 측면이 있지만 그로 인해 지나치게 사적인 정보가 노출되는 것은 출연자 개인에게도 바람직한 일이 아닙니다. 더군다나 제품의 성능이나 효과, 사용상의 이점 등이 아닌 쇼호스트들 간 혹은 출연자들과의 개인적인 수다 같은 대화는 오히려 시청자를 소외시킬 수도 있어 주의가 필요합니다.

문제가 되는 점은?



여행 상품을 판매하는 방송에서 굳이 담당 프로듀서가 세부로 여행갈 계획이라는 것을 언급할 필요가 없습니다. 방송 관계자의 사적인 정보를 노출하는 것도 부적절하지만, 여행의 목적을 ‘혼자 가서 싱글을 찾는다’라고 공개하여 방송을 사적 대화의 장으로 전략시키고 담당 프로듀서의 사생활을 자극적으로 활용하고 있습니다. 불필요한 정보일 뿐만 아니라 그 목적의 사실 여부와 관계없이 프로듀서 개인의 명예를 훼손할 수도 있어 적절하지 않습니다.

“홈쇼핑 방송을 보시는 분들은 물건을 구매하기 위해 정보를 얻고 싶어 방송을 보는 것이지만 방송 출연자가 어제 무슨 일이 있었는지 누구를 만났는지 궁금해하지 않습니다.”

- 다음 주부터 저희 담당 PD도 세부로 가거든요.
- 맞아, 세부 간다고 그랬잖아.
- 입이 귀에 걸렸어.
- 혼자 간대, 혼자.
- 함박웃음으로.
- 혼자 가서서 싱글 찾으신대요.

(18040613 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

굳이 방송 관계자인 담당 프로듀서도 이 상품으로 여행을 갈 만큼 좋은 상품이거나, 혹은 좋은 장소라는 것을 강조하고 싶어 담당 프로듀서가 여행을 가기로 했다는 정보를 노출하게 된다면 혼자 간다는가 가서 무엇을 할 것이라는 정보 대신 여행 상품을 개발하기 위해 여러 여행 상품을 경험하고 여러 곳을 다녀 본 프로듀서나 쇼호스트의 상품과 관련된 경험을 강조하는 방식으로 제시해 주는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?

수영복을 판매하는 홈쇼핑이므로 수영장 개장이 임박했다는 정보를 통해 수영복 구매의 필요성을 강조할 수는 있지만 부산이나 제주도의 수영장 개장 이야기를 다룬 것이 아니라 참여자 개인이 제주도에 다녀온 이야기는 상품과 관련 없는 개인 화제라 할 수 있습니다. 또한 '저'가 아니라 '나라는 주어'를 사용하였는데 이는 시청자를 향한 정보가 아니라 출연자 간의 사적인 대화라는 표지가 됩니다. 이럴 경우 자칫하면 시청자들을 소외시키는 상황이 될 수 있어 주의가 필요합니다.

“출연자 간의 사적 대화는 여러 사람들이 함께 있는 자리에서 둘 혹은 셋이서만 소곤소곤 즐겁게 수다를 떠는 것과 같습니다.”

- 나 옆에서 기다리고 있는 거 잡혔네. **아, 안녕 하면서 놀러가잖아.
- 어디 가세요, 두 분?
- 아니, 이번 주부터 해수욕장 다.
- 오픈, 오픈.
- 개장하고요.
- 부산 같까요?
- 제주도. 나 얼마 전에 제주도 갔다 왔는데.
- 한강 수영장 근처에 개장한다던데.
- 가고 싶다.

(17061105 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

수영복 구입을 권하기 위해 수영장 개장 소식을 전하고 싶다면 출연자들끼리 수영장이나 휴양지를 다녀왔다는 이야기를 장난처럼 반말로 나누기보다 '이번 주부터 전국에 해수욕장이 개장한다고 하던데요.', '지난주에 제주도 여행 다녀왔는데 제주도 해수욕장도 개장했더라고요.', '서울의 경우 한강 근처 수영장이 이번 주에 개장한다고 하네요.'처럼 안내의 성격을 좀 더 드러내 주고 공손하게 표현하는 것이 좋습니다. 또한 이 방송을 시청하는 사람이 모두 서울에 거주하지는 않기 때문에 지역을 밝혀 주는 것도 화자의 세심함을 드러내 주는 장치라 할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

방송에서 담당 프로듀서의 개인적인 정보를 너무 상세하게 노출하는 것은 부적절합니다. 방송 관계자들의 경우 출연진이 아니기 때문에 익명의 누군가인 것처럼 자유롭게 언급되곤 하지만 이것이 올바른 전략이라고 보기는 어렵습니다. 방송 관계자 개인이 불편하게 느낄 수 있는 사생활이 노출되기도 하여 공적 재화로서의 방송을 방송과 관련된 업무 관계자들 간의 사적인 장으로 인식하게 만들 수 있습니다. 심지어 프로듀서가 이런 대화의 내용으로 당황해서 말을 더듬는다는 이야기까지를 다루면서 방송 관계자이면서 전문가인 프로듀서를 장난의 대상으로 삼고 있어 적절하지 않습니다.

- SNS에서 난리가 났대요.
- 검색해보세요. 제 얼굴이 그렇게 떠다니더라고요. 반쪽짜리 눈썹으로.
- 우리 담당PD도 나오거든.
- 행복했어요.
- 전 여자친구가 연락이 왔대. 이거 보고.
- 웬일이에요.
- 얼마나 유명하면.
- 잘생겨졌으니까.
- SNS에서 난리 난 그 상품을 오늘 드리는 거예요, 여러분.
- 굉장히 당황하셨네요. 말 더듬으면서. 지금 주문 전화 뜨겠다고 말씀하셨어요.

(18010502 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

SNS를 통해 여러 사람이 보고 입소문이 났다는 건 ‘좋아요’나 공유된 수(리트윗)를 제시하는 방식으로 객관적으로 제시해 주는 것이 좋습니다. 많은 사람이 보고 연락을 해 왔다는 이야기를 하고 싶은 경우에도 헤어진 전 여자 친구라는 다소 자극적인 대상을 제시하기보다 자주 연락을 안 하던 친구가 오랜만에 연락을 해 왔든가, 평소에 이런 물건을 올려도 별 반응이 없던 친구가 궁금해했다든가와 같은 방식으로 제시하는 것이 좋겠습니다.

2) 장난 및 희화화

홈쇼핑 방송은 물건을 판매하기 위한 정보성 방송의 성격이 강하긴 하지만 재미있고 유쾌하게 방송을 진행해서 시청자가 지루하지 않게 내용을 전달하는 것도 중요한 목표입니다. 그러나 이런 과정에서 출연자를 대상으로 심한 장난을 치거나, 놀리고 조롱하거나 희화화하는 일은 매우 경계해야 할 일입니다. 이는 자칫 시청자에게 불쾌감을 유발할 수도 있고 특정인의 사실적 특징을 희화화했다고 하더라도 그와 유사한 집단 혹은 그와 유사한 특성을 공유한 불특정 다수에게 상처를 주게 될 수도 있습니다. 웃음을 주더라도, 누군가를 상처 주거나 희화화함으로써 얻어지는 웃음은 건강한 웃음이라 할 수 없습니다. 또한 정보성 방송에서 사소하더라도 장난이나 농담이 반복되면 정보에 대한 신뢰도에도 영향을 줄 수 있으므로 주의가 필요합니다.

문제가 되는 점은?

수영복을 판매하는 방송에서 쇼호스트가 실제로 제품을 착용한 모습을 보여 주면서 이를 해당 제품을 착용하고 찍은 모델의 광고 사진과 비교하는 대화가 나타납니다. 동일한 제품을 모델이 입었을 때와 일반인이 입었을 때의 느낌은 다를 수밖에 없음에도 모델과 쇼호스트의 착용 모습에 대해 굳이 직접적 비교를 계속하는 것도, 본인이 곤란해하는 것을 즐기는 듯 놀리며 당사자가 당황하는 모습까지를 보여주는 과정에서 사적인 대화가 길게 오고가는 것도 방송을 사적 대화의 장으로 여기는 인상을 줄 수 있습니다. 또한 이런 대화를 듣는 시청자 역시 모델이나 연예인이 아니기 때문에 소외감이나 불쾌감을 느낄 수 있습니다.

“예능 프로그램에서도 희화화나 조롱, 장난은 매우 조심해야 하는 행위입니다. 더군다나 홈쇼핑 방송은 재미있게 진행한다고 하더라도 예능이 아니라는 점을 잊지 말아야 합니다.”

- 그리고 지금 **씨가 입고 있는 저거를 한채아씨가 제 뒤에 사진에도 이렇게 입고 있잖아요.
- 아니야, 아니야. 얘기하지 마.
- 뒤지지 않아, 지금.
- 비교하지 말아주세요.
- 한채아 씨.
- 지금 뒤에 있네요. 한채아 씨, 지금 레깅스 똑같은 거 입고.
- 뒤에서 보겠습니다, 이렇게.
- 그러지 말라고.
- 예뻐요. 그만كم.
- 진짜요. 고객님, 인터넷 검색해 보시잖아요. 정말...

(17061105 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

출연자가 곤란해 하고 당황해하는 모습을 보여줌으로써 웃음을 유발하고자 하는 행동들은 하지 않는 것이 좋습니다. 오히려 모델이 아니어도 이 정도로 괜찮은 모습을 보여줄 수 있다는 정도로 표현해 주는 것이 좋습니다. 제시된 대화에서도 쇼호스트의 모습을 연예인 모델에 뒤지지 않게 예쁘다고 말을 하고 있고, 출연자도 일반 시청자에 비해 예쁜 체형과 외모를 지니고 있기 때문에 한편으로는 그런 모습이 되지 못하는 시청자들에게 ‘저 정도로도 놀림을 받는다.’ 같은 위화감을 심어 줄 수 있기 때문입니다.

문제가 되는 점은?



머리숯을 풍성하게 하는 제품을 판매하기 위해 머리숯이 적은 상황을 불편한 것으로 상정하여 구매를 유도할 수는 있지만 그 과정에서 '대머리', '비 맞은 생쥐'처럼 극단적인 표현을 사용하면서 이러한 상황이 매우 부끄럽고 피해야 할 것이라는 뜻이 희화화하고 있습니다. 이러한 표현은 머리숯이 적어 고민을 하고 있는 사람들에게 불편한 감정을 불러일으키고 상처를 줄 수 있습니다. '대머리 아빠 밑에 머릿결이 풍성할 일이야'와 같이 머리숯이 적은 것이 유전일 수 있다는 근거 없는 속설을 바탕으로 장난스럽게 표현하는 것도 조심해야 할 것입니다.

- 김** 씨 모십니다. 털** 씨.
- 안녕하세요. 반갑습니다.
- 왜 자꾸 실검에 1등을 하는 거야.
- 왜요?
- 아니, 어저께 동지탈출이라는 프로그램에 저희 둘째 딸하고 같이 출연했거든요.
- **이랑.
- 너무 사랑스러운 딸이었습시다.
- 딸내미들은 머리가 이렇게 풍성하던데.
- 아니, 저만 그래요. 그리고 우리 와이프도 아이들을 둘을 낳고 키우니까 머리가 숯이 점점 점점 이렇게 비 맞은 생쥐처럼.
- 예은이가 머리가 새카매가지고. 머리가 이렇게 풍성한 거예요.
- 저도 그랬었어요.
- 아니, 대머리 아빠 밑에 어떻게 머릿결이 풍성할 일이야.

(18061305 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

머리숯이 적은 상황을 좋은 상황으로 표현하긴 어렵겠지만 다양한 스타일을 살리고 싶을 때 어렵다든가, 아이를 낳고 머리숯이 많이 빠져서 고민이라든가 하는 정도로 담백하게 표현해 주는 것이 좋겠습니다.

3) 자극적인 화제

자극적인 표현이나 자극적인 화제는 방송을 보는 사람들의 주의를 집중시키고 관심을 유발하는 효과가 있을 수 있습니다. 그래서 좀 더 강한 자극과 충격적인 표현으로 말하고자 하는 내용에 대한 효과를 극대화하려는 전략이 사용될 수 있습니다. 그러나 이 과정에서 방송에서 혹은 일상적으로도 쓰기 쉽지 않은 표현들이 사용되는 것은 방송 언어의 품위를 해치는 대표적인 경우로 매우 조심할 필요가 있습니다. 극단적인 사례 또는 성적이거나 폭력적인 표현 등이 이에 해당합니다.

문제가 되는 점은?

실제 방송에서 시청자에게 혹은 손님 앞에 두고 ‘고객님, 엉덩이가 처지는 느낌이 들면 손으로 잡아야죠.’라고 말하기는 어려우므로 방송 전에 이루어졌다는 사적 대화를 인용함으로써 방송에서 직접 언급하기 어려운 주관적 평가를 제시하고 자극적인 화제를 다루고 있습니다. 의류 제품을 구매하기 전에 몸매에 대해 돌아볼 수밖에 없는 소비자 심리를 고려할 때, 엉덩이가 처지는 상태 등을 지나치게 비하하거나 웃음거리로 삼고 그에 대해 ‘슬프다’라는 의견을 드러내고 있는 것 자체도 조심스럽지만 그 표현 역시도 매우 자극적인 측면이 있어 문제가 될 수 있습니다.

“방송에서 시청자에게 직접 말할 수 없는 표현이라면 간접적인 대화 상황을 빗대서라도 하지 않는 것이 좋습니다.”

- 그래서 아까도 우리 분장실에서 스타일리스트가 엉덩이가 처지는 느낌이 들 때는 어떡해? 그럼 손으로 잡아야지, 제가 그랬어요. 뭐 방법이 있나. 손으로 잡아야지 제가 그랬는데.
- 손으로 잡아야 돼. 슬프다.

(17113003 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

공공장소에서 공개적으로 하기 어렵다고 생각되는 표현은 사용하지 않는 것이 좋으며, 화제를 도입하고자 하였던 취지가 드러날 수 있는 선에서 좀 덜 자극적인 표현으로 바꾸는 것이 좋습니다.

문제가 되는 점은?

판매하는 제품의 중요한 장점 중 하나가 후크가 없는 것이므로 기존 제품의 후 사용과 관련된 문제를 누군가가 실제로 겪은 것처럼 생생하게 인용할 수는 있으나 굳이 이를 소개팅 상황으로 가정하여, 잘 모르는 이성 상대를 마주하여 '여성'이 속옷 때문에 겪는 곤란함을 강조할 필요는 없어 보입니다. 또한 해당 상황을 구체적으로 설명하는 과정에서 '뺑도 있는데 볼륨 패드도 있는데...'와 같이 구체적이고 자극적인 표현까지 제시한 것도 부적절합니다.

- 소개팅 나갔는데.
- 후크가 풀려서...
- 후크 풀렸는데 그 다음부터는 상대가 무슨 말 하는지 하나도 안 들려.
- 맞아요.
- 내가 지금 브래지어가 후크 풀려서 지금 내가 가슴 안에 이렇게 뺑도 있는데 이렇게 볼륨 패드도 있는데 이게 위치가 바뀌면 어떡하지부터 시작해서 머릿속에 지진이 나는 거지.

(18032505 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

소개팅 같은 특수한 상황이 아니더라도 브래지어의 후크가 풀렸을 때 겪게 되는 불편함이나 당혹스러움은 대부분의 여성들이 이미 잘 알고 있으므로 굳이 자극적인 상황을 가정하지 않아도 설득력을 갖출 수 있을 것입니다. 언제, 누구와 함께 있느냐와 관계없이 후크가 풀렸을 때의 불편한 느낌이나 당혹스러움을 표현하는 것만으로도 공감대를 이룰 수 있습니다.

2. 사회적 증거 제시 전략

어떤 전략인가요?

‘사회적 증거 제시’는 소비자들의 의사결정을 촉진하기 위해 판매하고자 하는 상품에 대한 사회적 동이나 인증에 호소하는 전략이라 할 수 있습니다. 가게에 가서 제품의 상태나 기능을 확인하거나 제품에 대해 궁금한 사항을 문의한 후 제품을 구매하는 오프라인 구매와 달리 홈쇼핑 구매에서는 시청자가 상품을 만져보거나 직접 사용해 볼 수 없다는 한계를 보완하기 위한 전략이기도 합니다. 사람들은 무엇인가에 대한 의사결정을 할 때 자신에게 직접적 혹은 간접적으로 영향을 미치는 준거집단의 말이나 행동을 분석하고 그것을 참조하게 됩니다. 홈쇼핑 판매의 경우 쇼호스트가 그런 준거집단으로 영향력을 행사하기도 하고, 또 다른 준거집단에 대한 사례를 소개하기도 합니다. 구체적으로는 해당 제품에 대해 널리 퍼져 있는 사회적 인식을 제시하거나 해당 상품을 이미 구매하여 사용한 경험자의 긍정적 평가를 제시하거나, 장기간 판매 실적, 누적 판매 실적 등을 통해 다른 소비자로부터 선호 혹은 만족도를 인증받았다는 것에 대한 증거를 보이는 방법 등을 활용할 수 있습니다.

“홈쇼핑 구매의 경우 상품에 대한 정확하고 질 높은 정보를 제공하는 중요한 매개가 바로 쇼호스트의 언어적 설명이라는 점을 명심해 주세요.”

홈쇼핑에서 사회적 증거는 결국 많은 사람들이 해당 제품에 대해 좋은 인식을 갖고 있다는 정보 제시, 해당 제품을 먼저 사용해 본 사람들의 긍정적 사용 후기의 요약적 제공 등으로 전달됩니다. 이때 특정한 사람들을 준거집단으로 설정하여 그들의 소비와 관련된 의사결정 및 소비 행위, 만족스러운 활용을 하나의 모델로 제시하고 그러한 일련의 행위를 모방하도록 유도합니다. 방송의 특성상 해당 제품에 대한 긍정적 정보를 선택적으로 전달할 수밖에 없는 점을 감안한다 하더라도, 그 과정에서 시청자의 구매 결정을 유도하기 위해 잘못된 준거집단을 설정하지 않도록 주의해야 합니다.

어떤 문제가 있나요?

시청자들이 모두 동의할 것이라는 가정하에 제시되지만 준거집단의 성격을 부적절하게 부여하는 상황이 발생할 수 있습니다. 예를 들어 특정한 직업군 등에 부적절한 권위를 부여하여 그들의 소비 현상이나 패턴을 모두가 참조해야 하는 것으로 정당화하는 경우가 있을 수 있고, 어떤 특정한 제품을 선물하는 것이 '효도', '사랑', '배려'의 마음을 표현하는 가장 좋은 방법으로 포장하거나 판매와 관련된 실적들을 지나치게 과장하거나 근거 없이 제시하는 경우에는 시청자가 그 발화를 신뢰하지 않는 문제가 발생할 수 있습니다.

또한 사회적 인증을 강조하는 과정에서 근거가 제시되지 않거나 과장이 발생할 경우에도 발언의 신뢰도를 감소시킬 수 있습니다. 이미 구매하여 사용하고 있는 사람의 평가나 후기를 전달하는 과정에서 일반적인 평가가 아니라 '매우 긍정적인 평가'만을 취사선택하여 소개하거나, 판매 실적이나 인지도 등에 대해서 근거 없이 '1위', '만족도가 제일 높은', '소비자가 가장 좋아하는' 등의 설명을 남발하게 될 경우 해당 제품에 대한 신뢰도뿐 아니라 홈쇼핑 방송에 대한 신뢰도도 저하시킬 수 있습니다. 그래서 판매 실적이나 인지도 등을 설명할 때에는 관련된 근거 자료들을 함께 제시할 필요가 있고, 통계 수치 등을 활용하여 판매 실적이나 사용자 숫자 등을 강조할 때는 정확한 수치를 제시하도록 확인할 필요가 있습니다.

1) 부적절한 준거집단 설정

시청자에게 해당 물건을 먼저 구매하여 사용해 본 준거집단의 사례를 제시하는 과정에서 준거집단의 성격을 갖기 어려운 대상에 그 권위를 부여하는 경우가 있습니다. 예를 들어 연예인에게 지나치게 많은 권위를 부여하거나, 준거집단의 특성 자체가 불분명한데 그들의 구매의사결정을 참조 사례로 제시하는 경우입니다. 연예인들이 패션 및 뷰티 관련 상품군에서는 일정 부분 '좋은 제품'을 잘 선택하여 소비하는 준거집단군이 될 수는 있습니다. 그러나 연예인들이 '모든' 제품군의 선택에 있어서 가장 합리적인 소비자라고 보기는 어려운 만큼, 연예계 활동과 무관한 제품군에 대해서도 그들을 준거집단으로 설정하는 것은 그들에게 사회적 힘이냐 영향력을 지나치게 부여한 것으로 부적절하다고 볼 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

연예인들이 해당 제품을 사용하고 있음을 강조하는 대목은 그들을 일정한 준거집단으로 설정하는 부분입니다. 특정 연예인이 이 제품을 사용하고 있다는 정보가 소비자들이 소비 결정을 내리는 데 영향을 주도록 유도하는 것인데요. 연예인들이 해당 제품을 직접 구매하였는지 협찬 받았는지가 불분명할 뿐 아니라, 직접 구매했다고 하더라도 그들이 모든 제품에 대해 '좋은 안목'을 갖고 있다고도 보기 어렵습니다. 모든 제품군에 대해 연예인의 제품 구매 사례를 모범적이거나 대표적인 사례로 간주하기는 어렵습니다. 그들이 그 제품을 갖고 있거나 구매하였다는 정보만 제시될 뿐 그들이 그 제품에 대해 '만족스러워 하는지' 여부에 대한 정보가 빠져 있습니다. 모든 제품을 개인 부담으로 구입하기보다 협찬 등을 받는 경우가 많은 연예인들에 대해, 그들의 가정에 해당 제품이 '있다'는 정보만으로 그 제품에 대한 만족도를 입증하기는 어렵습니다.

“방송에서 연예인들이 해당 제품을 사용했다는 것으로부터 광고 효과를 인정받을 수 있는 영역과 아닌 영역이 있다는 것을 고려해 주시기 바랍니다.”

-아이보리 컬러 같은 경우에는 우리 김**씨 지금 코사미이 신혼여행 가 있습니다마는 사랑과 전쟁의 민**씨와 신혼 소파로 에몬스 바로 이 제품 아이보리 쓰고 있어요.

(18021609 생활가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

신혼부부가 해당 제품을 구매하였고, 그 제품 사용에 대해 만족하는 사례를 알고 있다면 그러한 사례를 제시하는 것이 좋습니다. 단지 특정 연예인이 해당 제품을 구매한 것을 넘어, 그 연예인이 해당 제품에 대해 매우 만족한다는 정보까지 제시할 수 있을 때 그것이 하나의 사회적 증거로 작용할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



방청객으로 참여하는 '어머님'들을 일종의 준거집단으로 활용하여 '어머님'들로부터 호평을 받는 제품임을 강조한 사례입니다. 그러나 아로니아를 먹고 있다고 답한 사람은 스튜디오에 방청객으로 오는 '모든' 어머님들이 아니라 '일부' 어머님이라는 사실이 의도적으로 감추어진 발화입니다. 쇼호스트가 스튜디오에 올 때마다 '모든' 어머님들에게 질문하여 그들 중 '모두'가 아로니아를 먹는다고 할 경우 그것은 하나의 유의미한 통계 자료일 수 있습니다. 그러나 이 방송에서는 '방청객으로 참여한 어머님들'을 준거집단으로 설정하면서 그들이 해당 제품을 섭취하고 있음을 제시하여 중장년층의 구매 경험을 강조하고자 합니다. 그러나 사실은 아로니아 방송을 준비하는 과정에서 일부 방청객에게 들은 긍정적 응답을 일반화하려는 부적절한 시도로 볼 수도 있습니다. 쇼호스트의 발언 중 "제가 항상 여기에 스튜디오에 어머님들 계시면 여쭙보는 게 있어요."라는 말 때문에 쇼호스트가 '어머님 집단군'으로 설정한 모든 사람들이 아로니아를 섭취한다고 응답한 것으로 오해하게 만들 수 있습니다.

- 제가 항상 여기에 이제 스튜디오에 어머님들 계시면 여쭙보는 게 있어요. 아로니아 드세요? 물어봤어요. 저희 아로니아 방송 시작할 건데 먹어요 라고 얘기하시더라고요. 왜 드세요 라고 했더니 늙기 싫으니까 먹지 이 얘기를 하세요. 제가 되게 생각 없이 여쭙봤어요. 왜 늙기 싫으세요? 왜 안 늙고 싶으세요 물어봤더니 그걸 말이라고 해라는 표정으로 저를 보시더라고요. 그게 정답이에요. 아니, 늙기 싫은데 뭐. 우리가 용빼는 재주 있어요?

(17061801 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

쇼호스트가 아로니아에 대한 정보를 조사한 과정을 좀더 정확하게 표현할 필요가 있습니다. "제가 이 방송을 준비하면서, 방송을 보러 오시는 어머님들께 질문을 드렸어요. 아로니아를 드시냐고. 방청하러 오신 분들 중 많은 분들이 아로니아를 알고 계시고, 또 이미 섭취하고 계신 분들도 많더라고요." 정도로 표현하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



쇼호스트의 친정 엄마 사례를 통해 이 제품을 구입하는 것이 합리적인 소비의 모범임을 강조하고 있습니다. 인용된 대화의 앞부분에서 쇼호스트는 자신의 '친정어머니'에 대해 알뜰하고 현명한 소비를 하는 분이며, 주부로서 오랜 삶을 살면서 새 물건이라고 해서 쉽게 흔들리는 분이 아님을 강조하였습니다. '가정 살림을 꾸려온 경력이 긴, 현명한 소비자로서의 여성 중장년층'을 이미지화하여 준거집단으로 설정하는 대목이라 할 수 있습니다. 또한 이러한 여성 중장년층을 준거집단으로 정함으로써 이 물건을 구입하는 소비자 역시 이러한 집단에 소속될 만한 사람이라는 이미지를 심어 줍니다. 그런데 이런 준거집단의 이미지를 일관적으로 계획하여 활용하지 못하면 준거집단의 성격이 불분명해져서 시청자에게 혼란을 줄 수 있습니다. 앞서 계획한 '알뜰하고 현명한 소비자'로서의 준거집단은 정수기의 필터 성능, 성능의 지속력, 관리의 효율성 등을 더 중요하게 생각합니다. 그런데 대화의 후반부로 가면 그 준거집단에게 '더 중요한 것'은 '디자인'이라는 사실이 제시되고 있습니다. 고급스러운 외관이나 색깔 때문에 해당 정수기를 선택하는 것도 제품 선택의 이유 중 하나이겠으나, 준거집단을 활용할 때는 그 집단의 성격을 일관되게 그리고 구체적으로 설정하여 소비자들이 그 준거집단에 동의할 수 있도록 세심하게 고려할 필요가 있습니다.

- 저희 친정엄마가 정수기를 한 제품을 쓴 지 8년이 되셨었어요. 8년. 그러니까 저희 엄마는 정수기를 아예 구매를 하셔 가지고 그때 돈 백 얼마 이백 얼마 주고 사셨던 거 같아요.
- 예전에.
- 예전에. 그리고 나서 안쪽 필터만 이렇게 관리를 받고 지내셨는데 딸내미가 이거 그렇게 한다고 그래도 나 있으니까 있으니까 안 하셨었어요. (중략)
- 그런데 이번에 개가 8년 만에 이제 빵 터지기 시작한 거죠. 물이 새기 시작하더라고요. 그래서 저희 엄마, 딱 이거 지금 설치하십니다.
- 레트로로.
- 친정엄마, 딸이 한다 그래 가지고 흔들릴 분은 아니세요. 왜? 주부 몇십 년차면요. 그냥 그게 아니라 다 가격 확인해 보시죠.
- 맞아요.
- 심지어 안쪽에 필터 확인해 보시죠. 주변에 입수문 확인해 보시죠. 그 다음에 가장 중요한 게 디자인인데. 엄마, 왜 이거 하고 싶는데 하고 여쭙봤더니만 디자인이 최고래요.
- 맞아요.
- 엄마 눈에는 저희 엄마가 정확하게 62세거든요.
- 이 디자인 보세요. 보면 볼수록 지켜온 게 아니라 갖고 싶고 누구한테 사진 찍어서 자랑하고 싶고. 웬지 웬지 커피 한 잔도 여기에다가 내가 믹스를 먹더라도 그냥 무슨 믹스커피를 마시더라도 그냥 고급스러운 느낌이 드시겠죠.

(18032315 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

준거집단을 보다 일관되게 그리고 효과적으로 설정하려면 어머니 디자인의 고급스러움에 가장 주목하였다는 발언 대신 필터의 성능, 필터 성능의 지속력, 관리의 효율성 등을 꼼꼼히 살폈다는 내용으로 바꾸는 것이 좋겠습니다.

2) 인지도나 유명세 강조

소비자를 설득하는 효과적인 방법 중 하나는 다른 사람들이 많이 구매하였다거나, 특정 분야 혹은 특정 지역에서 인지도나 유명세가 높다거나, 금방 매진되어 구하기 어렵다거나 하는 등의 내용을 통해 해당 제품에 대한 사회적 인증을 강조하는 것입니다. '가장 많이 팔린', '가장 인지도가 높은', '제일 유명한', '금방 동나는/매진되는', '조기 매진 상품' 등과 같은 표현들이 이런 설득의 방법으로 자주 등장합니다. 많은 사람들이 구매하였고, 많은 사람들에게 알려져 있으며, 오랫동안 꾸준한 판매 실적을 보이고 있다는 것 자체는 그 회사 및 제품에 대한 신뢰의 증거로서 시청자가 소비를 결정하는 데 긍정적 영향을 미칩니다.

문제가 되는 점은?

해당 교육 프로그램을 활용하는 교사의 숫자가 매우 많다는 것, 즉 제품 이용자군의 숫자를 강조하여 사회적 인증을 얻고자 하였습니다. 인용된 홈쇼핑 대화뿐 아니라 해당 방송 중에 반복적으로 '전국의 학교 수가 11만 7000개'라는 발언이 등장합니다. 그러나 2018년 통계 자료에 의하면 초등학교, 중학교, 고등학교를 합친 숫자는 11,636개이고, 그중 초등학교의 수는 6000개 정도입니다. 전국 초, 중, 고등학교 수의 합은 11만이 아니라 1만 개 정도라고 보는 것이 더 적절합니다. 해당 교육 프로그램에 가입된 교사 회원 수인 11만 명을 전국의 학교 숫자와 연결 지어 우리나라 대부분의 교실에서 교사들이 그 프로그램을 활용하고 있다는 것을 강조하려고 하였습니다. '대다수의 교사가 선택한 제품'이라는 이미지를 부각하려 했으나, 기본적인 통계 수치의 오류가 있습니다. 그리고 학교 공개 수업에서 교사들이 활용한 시청각 자료의 99%가 해당 프로그램의 자료라는 설명 또한 과장이라 할 수 있습니다.

- 전국 11만 명 선생님들께서 선택을 하셨어요. 전국 학교 수가 11만 7000개. 한 학급당 선생님 한 명이라고 선택하면 11만 명 이상의 선생님이 선택했다. 거의 대부분 쓴다는 거잖아요.

(중략)

- 워낙에 얘기 많이 들으셔서 아실 거예요.

- 그러면 우리 아이도 신청해 봐야지. 다른 아이들도 많이 하고 있다 그러는데.

(중략)

- 혹시 공개 수업 가보셨어요? 그때 선생님이 뭔가 시청각 자료로 수업을 하셨다면 아마 이 프로그램의 확률이 99%예요.

- 그러면 우리 아이가 학교 가서 배웠던 거 집에 와서 연결하면 좋잖아요.

(18010403 생활가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

해당 교육 프로그램의 가입자가 11만 명에 육박하는 것이 사실이라면, 이 수치를 전체 교사 숫자와 관련짓는 정도의 의미를 부여하는 것이 가능할 것입니다. 그리고 '학교 공개 수업에서 교사들이 활용한 시청각 자료의 99%가 해당 프로그램의 자료'일 수 있다는 '과장된 추측'의 표현보다는 '해당 프로그램에 탑재된 많은 시청각 자료가 실제 수업에서 활용되고 있다고 합니다.' 정도로 바꾸면 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



많은 사람들이 구매하는 제품이라는 점을 강조하기 위해 ‘우리 온 집안 사람들, 제 주변 사람들’이 해당 제품을 섭취하고 있다는 점을 제시하고, 이후에는 ‘주변에 이거 안 먹는 사람이 없어요.’라는 식의 과장까지 등장하고 있습니다. 젊은 계층 혹은 특정 연령대만이 아니라 다양한 연령대의 소비자가 선택하는 제품이라는 점을 경험적 증언을 통해 강조할 수 있겠지만, 다이어트를 위한 식품을 ‘주변의 모든 사람이 먹는다’고 표현하는 것은 지나친 일반화 혹은 과장이라고 할 수밖에 없습니다.

- 남편도 먹고 아들내미, 딸내미, 다이어트 신경 쓰는 우리 온 집안 사람들, 제 주변에 사람들이요. 저랑 친한 저희 친정엄마뿐만이 아니라 저희 친한 어르신들, 저는 60대, 70대, 어르신, 선생님들도 되게 많이 주변에 가까이 지내는 분들이 많거든요. 그런데 정말 **아, 고마워. 다 이러세요. 진짜. 그 이유는 효과를 보시니까.
- 그렇죠.
- 바지 사이즈가 달라져서 옷 사이즈가 달라져서 너무 너무 너무 좋아하세요.
(중략)
- 아니, 그러니까 주변에 이거 안 먹는 사람이 없어요, 진짜로.

(18041905 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“제 주변에서 참 많은 분들이 이거를 드시고 만족하고 계세요. 요즘은 다이어트가 꼭 여성만의 관심사는 아니기 때문에 남성분들도 관심을 많이 보이시고요. 연령대에서도 여러 연령대의 분들이 드시고 만족하더라고요. 저희 친정어머님이 드셔보시고 추천하셔서 친정 엄마의 지인들도 많이 드셨거든요. 60대, 70대 어르신들도 효과를 보셨다고 말씀하셨어요.” 정도로 바꾸어 볼 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

해당 제품의 재구매율이 높다는 점을 강조하기 위해 '2회 이상 구매 고객수'가 8,000명으로 집계되었음을 밝히고 있습니다. 그러나 후반부에 가면 이 수치가 다시 1만 명으로 변경됩니다. 그리고 재구매를 선택한 소비자가 모두 2회 구입 시 총 7채의 이불을 구입한 것처럼 숫자를 부풀리고 있습니다. '많은 사람들이', '반복적으로', '다량' 구입을 한다는 것을 강조하기 위하여 수치를 지나치게 과장한 사례에 해당합니다.

“홈쇼핑에서 수치를 제시하고 그 수치의 연산을 할 때는 정확한 수치를 일관되게 제시해야 신뢰도를 확보할 수 있습니다.”

- 재구매 고객 수가 1만 명이 넘어가는데요. 두 번 구매한 고객 수가 8000분이 넘어가요. 이 플란넬 시리즈가. 그런데 이게 단순히 두 채가 아니에요. 어머, 괜찮은데. 나 두 채 안방, 작은방 해 볼까? 두 채를 한 번에 구매하셨으면 그거를 한 번으로 카운팅...그 세요. 그 다음에 그 너무 두 채가 마음에 들어서 어머, 인사 이불로 5채를 더 구매할까 하면서 두 번째 다섯 개를 한꺼번에 사셨어요 그러면 그것도 또 한 번으로 쳐요. 실제 구매하신 건 7채지만 딱 두 번으로 친 거예요. 그러니까 이게 1만...
- 1만이라는 숫자지만 그거를 일곱 채로 쳤을 때는 뭐 1만이 아니죠. 엄청난 숫자죠. 얼마나 마음에 들었으면 그렇게 재구매를 2세트, 3세트, 4세트 계속하실까요.

(18042101 생활가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“이 제품의 경우 재구매하신 고객수가 8,000분입니다. 사실 2회 구입을 했다고 해도 한 번 구매할 때 1채의 이불만 구매하지 않고 선물 등을 위해 여러 채 구입하시는 경우도 많습니다. 재구매하신 고객들이 한 번 사실 때 딱 1채만 구매했다고 하면 16,000채이지만, 1회 구매에 2채씩 구매하셨다고 하면 32,000으로 판매량의 차이가 엄청나지요. 실제로 제가 구매 후기를 읽어보니까 처음에 구매해 본 후 너무 마음에 들어서 두 번째 구매할 때는 5채를 구매했다는 분들도 있었습니다.” 정도로 바꾸어 볼 수 있습니다.

3. 제품(군)의 기능과 성능, 효용 설명 전략

어떤 전략인가요?

제품(군)의 기능과 성능, 효용을 설명하는 것은 제품 자체의 매력과 관련하여 시청자들에게 설득하는 것으로, 홈쇼핑 방송에서 쇼호스트가 구사하는 여러 가지 전략 가운데 가장 기본이 되는 것이자 중요한 전략입니다. 판매하는 제품의 색상, 디자인, 소재 등 제품(군)이 가지고 있는 기능이나 성능의 우수함을 드러낼 뿐 아니라 판매하기 위한 제품 구성의 효용을 드러낼 수도 있고, 구매자가 제품을 사용할 때 얻을 수 있는 유무형의 쓸모 혹은 이로움을 부각하는 것도 이에 해당합니다.

“제품(군)의 기능과 성능을 언급할 때는 고정관념이나 편견을 조장하게 되지는 않는지, 다른 제품(군)과 비교하거나 시청자의 경험에 대하여 언급할 때 지나치게 폄하하는 것은 아닌지 주의가 필요합니다.”

소비자가 상대적으로 구매에 큰 부담을 느끼는 텔레비전, 냉장고 등의 고관여 제품은 제품에 대한 정확한 정보나 지식을 전달하는 데 치중하게 되는 경향이 있습니다. 반면에 상대적으로 구매에 부담을 적게 느끼는 화장품이나 저가의 의류 등의 저관여 제품은 제품에 대한 정보 외의 다른 요소들이 설득하는 데 더 많은 비중으로 개입하게 됩니다.

제품(군)의 기능과 성능 및 효용에 대하여 크기, 무게, 강도, 질감 등의 정보를 있는 그대로 객관적으로 제시할 수도 있고, 이들에 대한 쇼호스트의 의견이나 생각을 담아 주관적으로 정보를 제시할 수도 있습니다. 또한, 판매하려는 제품(군)의 속성이나 특징만을 제시할 수도 있고, 이를 다른 제품(군)과 비교 대조하는 방식으로 제시할 수도 있습니다.

어떤 문제가 있나요?

제품(군) 그 자체에 대한 설명을 할 때에는 제품의 장단점을 언급하면서 편견이나 고정관념에 기대거나 외모, 젊음 등의 특정 가치를 지나치게 강조하는 것은 아닌지 주의해야 합니다. 다른 제품(군)과 비교 및 대조하여 보여주거나, 해당 제품(군)을 사용하지 않는 경우의 불편함 혹은 다른 제품(군)을 사용할 때의 단점 등 잠재적 구매자의 경험이나 생활을 평가하거나 예상하는 전략을 사용할 때에는 그들의 결핍을 지나치게 부각하는 것은 아닌지 주의할 필요가 있습니다.

1)
편견이나
고정관념 반영

제품의 성능이나 기능을 설명하는 과정에서 쇼호스트가 특정 지역이나 성별, 대상 등에 대한 편견이나 고정관념 등을 드러내는 경우가 있습니다. 제품을 판매하는 과정에서 성별이나 나이에 맞는 제품을 권하거나, 필요를 만들어내기 위해 특정 상황을 상정할 수 있지만 이 과정에서 성별이나 나이, 지역에 대한 차별적인 인식이 드러나거나 사교육이나 선행학습, 경쟁 일변도의 상황을 지나치게 강조하는 것은 부적절합니다.

문제가 되는 점은?

몸에 잘 맞지 않는 불편한 옷을 입으면 행동에 제약을 받고 마음도 불편한 데 비하여 편한 옷을 입으면 행동하는 데 구속받지 않는 자유로움을 느낄 수 있다는 데는 충분히 공감할 수 있으며, 의류 제품의 장점으로 강조할 수 있는 부분입니다. 그러나 의무와 속박으로부터의 자유로움을 드러내고자 하면서 ‘매일 가족의 식사를 준비해야 하는, 평소에는 친구를 만나지 못하는’ 엄마를 상정하여 ‘엄마 = 가정주부 = 집안일’이라는 한정된 고정관념을 드러내고 있습니다. 또한 아내나 엄마는 집안일 하는 사람이며 꾸미지 않으므로 여자가 아니라는 도식을 상정하고 있어 편견을 조장할 수 있습니다.

“기혼 여성의 자유로움을 식사를 준비하거나 자녀를 돌보는 데서 벗어나는 것이라고 상정하는 것이 다소 아쉽습니다.”

-저는 지금 66사이즈 입었어요. 저는 일부러 이런 옷은 약간... 부드러워 모피가 무겁지 않아. 이렇게 약간 이렇게 약간 박시하게 약간 이렇게 뒤집어서 약간 나 아무것도 몰라, 이런 거 있잖아요. 나 오늘 건들지 마. 이런 거. 오늘 엄마한테 밥해 달라고 하지 마.

-자유분방한

-이런 거. 오늘 엄마는 친구들 만나서 엄마도 영화 보고 저녁 먹다가 들어갈 거야. 뭐 이런 약간 이런 분위기. 이런 자유로운 분위기. 예전만 하더라도 액세서리 뭐...

(18010503 패션)

- "나 오늘 엄마가 아니라 여자야. 여보, 오늘 나 당신 마누라가 아니라 여자야 주의보예요.

그러니까 오늘 나를 공주처럼 대접해 주고 숙녀로, 레이디처럼 대접해 주고.

- 좋다.

- 나한테 오늘 일시키지 마. 나 엄마한테 오늘 밥 달라고 하지 마. 오늘 엄마는 여자야

(17070303 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

모피가 고급이기 때문에 집안일을 할 때는 입지 못하는 옷이고 외출복이니 만큼 굳이 ‘밥을 안 하고, 오늘은 자유롭게 일탈하는 거야.’ 같은 표현이 아니라 편안하고 움직이기 좋은 모피가 멋스럽고 어디든 다양한 외출 시에 잘 어울린다는 정도로 표현하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



가게 살림을 알뜰하게 꾸리기 위해 노력하는 주부를 상정하여 실제로 그렇게 살림을 아끼고 있는 시청자들의 공감을 사기 위한 표현이기는 하지만 극단적으로 남녀를 구별 지어서 여성은 부엌에서 땀 흘리며 고생하고, 집에서 에어컨도 못 틀고 남성은 밖에서 시원한 맥주를 마시거나 거실에서 에어컨을 쉴 수 있다고 상정하는 것은 남녀에 대한 성차별적 인식을 두드러지게 보여주는 표현으로 지양하는 것이 좋습니다. 시어머니와 친정어머니를 구별하는 듯한 표현 역시 마찬가지라 할 수 있습니다.

- 그런데 아마 우리 주부님 같은 경우도 아니, 친정어머니 뭐 하시나 에어컨 사드리면 전기 세 때문에 못 트실 거고.
- 그렇죠.
- 우리 아버님 매번 그래도 약주 한 잔 하시는데 아니, 그리고 어제 경기는 좀 아쉬웠지만 축구 보시는 우리 남편분은 더위에 익숙하신지.
- 공부하는 애들은 어떻고요.
- 정말 짜증나요.
- 그리고 저도 막 주방에서 뭐 지금지금 보글보글 할 때마다 땀이 줄줄줄, 가족들만 거실에서 에어컨 쓰고 있잖아요. 그 에어컨 바람이 우리 부엌까지 올 수 있게 도와드리는 게 바로 에어서큘레이터.

(18061912 생활가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

굳이 남녀, 친정어머니를 상정하지 않더라도 더운데 에어컨을 하루 종일 틀기에는 전기료가 좀 두렵다든지, 집 크기에 비해 작은 에어컨을 효율적으로 사용할 수 있다는 기능 중심으로 설명하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



빨래 등의 가사가 모두 여성의 것이라는 고정관념이 드러나는 표현입니다. 건조가 잘못 되어서 냄새가 나는 것을 타박하는 것은 남성이고 그 일의 책임을 지고 있는 잘못된 사람을 여성, 아내로 상정하는 것은 성 역할에 대한 전형적인 고정관념이라 할 수 있습니다.

- 그러면 그렇다면 또 빨래 건조할 때 매번 건조기만 돌릴 수 없잖아요.
- 아니, 자꾸 남편이 빨래에서 냄새난다고 그래요.

(18061912 생활가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

굳이 남편과 아내로 상정할 것이 아니라 빨래 후에 건조를 하였는데 냄새가 난다는 식으로 주제를 특별히 밝히지 않고 표현하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



여성스러움을 부각할 수 있는 제품임을 보여주는 데 설명의 많은 부분을 할애하고 있습니다. 그러다 보니 이성적 매력으로서의 여성스러움에 대한 선호를 주로 언급하는데, 여성스러움을 선호하는 누군가가 있다는 정도가 아니라 일반적으로 남자들이 특정한 여성스러움을 선호하는 것으로 성급하게 단정한 점이 부적절합니다.

- 여러분. 그냥 블랙 이너에다가 다 닫았어요. 아무거나 입어도 돼요. 안에. 워낙 품도 넉넉하고 가슴 받치지도 않고 이렇게 약간 어떻게 보면 로브 같은 스타일이죠.
- 맞아요.
- 그런 왜 막스마라 같은 데서도. 그런 스타일들이 가장 여성스럽고 왜 남자들이 제일 예쁘다고 하는 스타일이 이런 스타일이더라고요. 솔직히.
- 어려 보이고.
- 어려 보이고 여성스러워 보이고.
- 소공녀 같아.
- 약간 우리는 패션모델들 되게 예쁘다고 하는데 남자들은 수애 씨, 이영애 씨 맨날 얘기하듯이 약간 그런 스타일인가 봐요. 여성스럽게.

(17113003 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

여성들이 남자들이 좋아하는 여성 연예인의 이미지를 지향해야 할 것처럼 설명하고 있는데, 그런 표현을 배제하고 가녀려 보이고, 아름답고, 선이 살아 있다는 점을 객관적으로 묘사하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



에어써큘레이터(바람 순환기)를 판매하면서도 제품 뒷면의 모양을 여성의 뒤통에 비유해 '여성은 뒤통이 아름다워야 한다' 같은 여성의 아름다움에 대한 편견을 드러내고 있습니다.

- 그리고 뒤통에 대한 문의가 있으셔서 고스란히 뒤통으로 좀 둘러서 보여 드리게 되면.
- 앞 모습도 예쁘지만 뒤통까지 너무나 아름답지 않아요? 뒤통까지. 아, 청바지가 잘 어울리는 여자, 뒤통이 아름다운 여자, 뒤통이 예쁜...

(18061912 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

가전제품인 만큼 '뒷면의 모양이 어떤 경우에도 집안의 분위기에 잘 어울릴 만큼 세련되고 깔끔하다.' 정도의 표현으로 대체하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



마르거나 살이 빠지면 예민해진다는 고정관념을 드러내는 발언입니다. 미각이 발달해서 예민하게 맛을 잘 구별할 수 있다는 상황을 상정하면 되는데, 미각이 예민하다는 말을 계속 살이 빠진 것과 연결하고 있습니다.

- 김** 씨 다 맛있는 거 아니죠?
- 그럼요.
- 너무 많이 먹어봐서 더 예민해진다고 그래야 될까요, 입이.
- 살이 빠지셨어. 너무 예민해, 지금.

(17071608 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“다양한 음식을 맛보셔서 예민한 미각을 가지시게 된 거군요.”처럼 대화의 맥락에 맞고 편견이 들어가지 않은 표현으로 대신해 주면 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



여성이 키가 크고 골반이 있어서 작은 사이즈를 못 입는 것을 부정적으로 묘사하고, 작은 사이즈 입는 것이 좋다는 생각이 드러나 있습니다. 제품의 사이즈가 넉넉하게 나왔다는 정보를 쇼호스트가 직접 착용해 본 체험과 함께 제시하는 것은 효과적인 전략입니다. 다만 이 과정에서 부차적인 정보로 특정 사이즈 혹은 작은 사이즈의 의복을 착용하는 데 대한 선호를 드러낸 것이 문제가 될 수 있습니다.

- 저희가 이렇게 어깨도 있고 골반도 있고 이렇게 키도 크고.
- 맞아요. 덩치가 좀 있어요. 덩치가 있는 쇼호스트들인데 사이즈 넉넉하게 나와서 이거만큼은 여러분, 55사이즈 입었어요.
- 나 살 빠진 줄 알았잖아.
- 55 입어서 되게 기분이 좋더라고요. 군이 크게 안 가셔도 되고, 우리 ** 씨 입은 컬러가 사 파이어블루.
- 그러니까. 아까 우리 ** 씨는 블랙다이아몬드.

(17113003 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

쇼호스트가 평소에 입는 옷 사이즈를 제시하면서 이 옷은 55 사이즈를 입는다고 한다면, “55 입어서 되게 기분이 좋더라고요.”와 같은 발언을 하지 않더라도 시청자가 사이즈를 고민하는데 도움을 주는 정보로서 문제없는 표현입니다.

문제가 되는 점은?



과학은 특히 남자아이들이 읽었으면 좋겠다는 표현은 전형적으로 성별에 따른 고정관념이 개입된 표현입니다.

- 그리고 과학 같은 경우는 특히 우리 남자아이들이요.
- 저는 정말 이거 꼭 읽혀줬으면 좋겠어요.

(18010304 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

과학은 남녀 구분 없이 누구에게나 중요합니다. 성별 관계없이 과학 도서 내용의 우수성을 설명하는 방식으로 표현하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



날씬하지 않으면 당당할 수 없고 멋있지 않고 옷 입는 즐거움이 없다는 식의 편견을 굉장히 강력한 어조로 드러내고 있습니다. 앞서 방송에서 건강을 강조하면서도 궁극적으로는 예뻐져야 하는 것이 맞다고 하고 예뻐지기 위한 노력은 굳이 드러내지 않는 것이 '똑똑한' 방법이라는 인식도 심어주고 있습니다. 날씬한 상태의 기분 좋음을 지나치게 강조하면 날씬하지 않은 상태를 지나치게 비하하는 식으로 수용될 수 있어 주의해야 합니다.

- 다이어트 하는 거 티내지 마세요.
- 그러니까.
- 예뻐지세요.
- 여우같이.
- 똑똑하게 예뻐지세요.
- (중략)
- 먹는 재미도 좋습니다마는 예뻐지고 정말 날씬해지면서 그 예쁜 옷 입는 즐거움에 너무 행복해하시는 거예요.
- 그러니까요.
- 그 행복을 버리시겠어요?
- 어머, 누가 엄마 왜 이렇게 살 빠졌어? 당신 빠졌어. 엄마, 뭐 했어? 얼마나 기분 좋으세요. 더 예뻐질 수 있고 더 날씬해질 수 있고 더 당당하고 더 멋있게 살 수 있는데 왜 이걸 포기하세요?"

(18041905 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“먹는 재미도 좋습니다마는 날씬해지면 사이즈가 없어서 입지 못했던 옷들 입는 즐거움에 너무 행복해하시는 거예요.”, “내가 더 날씬해지고 싶었다면 이걸로 더 당당하게 살 수 있는데 왜 이걸 포기하세요?” 등과 같이 ‘날씬함 = 예쁨’으로 당연하게 치환하는 것이 아니라 누군가에게는 날씬함이 선호되지 않는 것일 수 있음을 상정하는 것이 드러나면 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



코팅 프라이팬의 성능을 설명하면서 여성은 감으로 하는데 남성들은 센서를 챙겨서 확인한다는 식의 근거가 불충분한 설명은 부적절합니다.

- 최신상 최고급 코팅 아니면 방송 안 합니다. 저는 남자로서 열센서 있으니까 요리하는 온도를 알려주는 저때 딱 하면...
- 남자들은 또 그런 것도 봐?
- 저 열센서 되게 민감하게 보거든요.
- 여자들은 그냥 감으로 아, 남자들은 또...
- 남자들은 그런 거 있더라구요.

(17110915 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

남성, 여성이 아니라 쇼호스트 당사자가 물건을 꼼꼼하게 보는 사람이라든가 하는 방식으로 대체해서 표현하는 것이 좋습니다.

문제가 되는 점은?



화장을 하는 것이 예쁘게 보이기 위한 것이기는 하지만 그것을 강조하기 위해 젊고 예쁜 것의 가치를 극단적으로 높게 상정하여 나이 든 상태에 대해 지나치게 부정적으로 묘사하고 있습니다. 또한 '늙다'에 '한창때를 지나 쇠퇴하다'의 뜻이 있는 만큼 이 단어를 사용할 때는 주의가 필요합니다.

- 그런데 그것만 하는 되는 애가 지금 보시면 늙음이에요. 늙음이. 왜냐하면 주름, 팔자, 여기 뭐 있죠. 이게 볼록.
- 이번에는 좀 못생겼다.
- 늙었는데 화장은 딱칠했어. 이런 분들 있죠.
- 얼굴에 늙음이 보이시는 분들은 칠하세요.
- 그래서 일명 녹죽팩 클렌저.
- 늙은, 젊은이 클렌저.

(18032206 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“화장을 과하게 했어.”, “얼굴에서 세월의 흔적을 가리고 싶으신 분들은 화장을 좀 진하게 하세요.” 등과 같이 늙음과 젊음을 대립시키지 않는 방식으로 표현하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



일종의 학습지라 할 수 있는 도서를 판매하는 것이긴 하지만 초등학생을 대상으로 하는 제품을 판매하는 과정에서 놀거나 쉬는 것은 '시간을 허투루 보내는 일'이라는 편견을 심어 주고 있습니다. 약간의 위기감을 조성해서 판매를 독려해야 할 수는 있겠으나 충분히 쉬고 충분히 노는 것도 학습 면에서나 어린이 발달 측면에서도 무시할 수 없는 일인 만큼 이런 표현은 조심해 주시는 것이 좋겠습니다.

- 그런 중에 방학했죠. 열심히 놀죠. 열심히 자고요.
- 아유, 안 되는데. 이대로 허투루 보낼 수 없다 하신다면 오늘 천재학습지 한 번 눈여겨보세요.

(18010304 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

초등학생을 대상으로 제품을 판매하는 방송에서 지나치게 경쟁을 유발하고 위기감을 조성하는 것보다 "방학이 되었으니 신나게 놀고, 실컷 쉬기도 하고요, 또 그렇게 쉬고 나면 에너지가 충전되어서 공부도 더 열심히 할 수 있고 재미있는 책을 읽으면서 시간을 즐겁게 보낼 수도 있겠지요."처럼 관점을 바꾸어 표현해 주는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



초등학교 수준의 강의에 대한 내용을 담으면서 대입을 목적으로 하는 공부인 것처럼 표현하여 해당 학년에 맞지 않는 설명을 하고 있습니다. 더군다나 다음 학년을 대비하기 위해서는 사교육이 당연히 필요하다는 내용을 전제로 설명을 하고 있어 사교육에 대한 인식을 잘못 심어 줄 수 있습니다.

- 특히 이번 수능이 되게 어려웠기 때문에 아이들이 논술에 되게 많이 집중하는데,
- 그래서 특히 고등학교 돌아가서 논술 어떻게 대비하실 거예요. 그때 읽는다고요? 시간이 이렇게 모자란데요?
- 그리고 우리 다음 학년 거 미리 예습도 좀 해야 되는 시기가 바로 지금이잖아요.
- 그렇죠.
- 그렇다고 국어, 사회, 과학 모두 다 학원 보내시겠어요? 그래서 국어, 사회, 과학, 수학까지 그냥 한 번에 끝낼 수 있는 천재학습지가 필요한 거죠.

(18010304 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

초등학생은 아직 입시에서 자유로운 만큼 다양한 견문을 넓힐 수 있고 다양한 경험을 통해 생각의 틀을 키워나갈 수 있다는 점을 강조하면서, 다양한 내용을 다루면서도 상대적으로 부담이 덜한 학습지를 통해 학습 능력을 꾸준히 키워 주는 게 좋다는 방식으로 표현하는 것이 좋겠습니다.

2) 개인적 견해의 일반화

근거가 분명치 않은 견해나 추측, 개인의 사건이 사실인 것처럼 단정적으로 표현하여 판매하는 물건이 우수하다는 주장의 근거로 삼는 경우가 있습니다. 특정 브랜드나 특정 국가에 대한 편견이 마치 사실인 것처럼 표현하거나 근거가 미흡한 내용을 일반화해서 잘못된 인식을 심어줄 수도 있고 이를 통해 위화감이나 위기감을 조성할 수 있어 주의가 필요합니다.

문제가 되는 점은?

유러피안, 즉 유럽풍이라는 것이 구체적으로 어떠한 스타일을 의미하는 것인지 명확하게 제시되지 않은 채 '유러피안=웅장하다'는 도식을 상정해 놓고 설명하고 있습니다. 유럽스타일이 좋은 것이라는 막연한 인식을 심어줄 뿐만 아니라 웅장한 것이 유럽스타일이라는 잘못된 정보도 제공하고 있습니다.

- 완전 웅장하죠?
- 유러피안의 감성이 물론 느껴지는 웅장한 느낌의 소파가 딱 우리 집 정 중앙을 메우고 있는데.
- 소파는 그대로인데 길이가 더 길어진 것 같고 막 이만큼이 더 넓어 보이잖아요.
- 이게 이제 켄스타일이라 그러는데 켄 스타일의 느낌도 났다가 유러피안의 느낌도 이렇게 웅장하게 났다가.

(18021609 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

유러피안이라는 등의 막연한 사대주의적 수식어보다 문양이 어떤 형태이고 색깔이 어떠한지 유럽의 가구나 건물에서 보이는 것과 유사하다는 식으로 구체적이고 선명한 표현으로 설명하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?

'물걸레 청소기가 2년이면 맞집으로 20년'이라는 개인적인 견해를 마치 사실인 것처럼 설명하고 있습니다.

- 여러분, 오토싱 2주년.
- 여러분 아니, 물걸레 청소기가 2년이라면 이거 맞집으로 치면 20년 된 거예요.
- 맞아요.

(18040505 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

물걸레는 다양한 제품이 많이 사용되는 만큼 한 제품이 꾸준히 사랑받기 쉽지 않다는 점을 그대로 설명하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



신발 모양을 강조하기 위해서 ‘서양인은 칼발이고 동양인 발은 넓대하고 높다.’라고 일반화하고 있습니다. 사람마다 체형이 다르고 인종도 서양과 동양으로 단순히 이분화해서 나눌 수 없는 만큼 이런 식의 개인적인 견해를 일반적인 사실인 것처럼 표현하는 것은 문제가 될 수 있습니다. 더군다나 ‘동양인의 발 모양은 폭이 넓은 편이다.’ 같은 객관적인 표현이 아닌 ‘넓대대’라는 부정적인 어감의 단어를 사용함으로써 무의식적으로 서양인의 발 모양이 동양인의 발 모양보다 좋다는 편견을 심어줄 수도 있어 주의가 필요합니다.

- 할리우드 배우들이 트레이닝에다가 부츠 딱 신고 나가는 것처럼. 이상하게 멋을 부린 느낌이 딱 나더라고요.
- 동양인들의 발은 서양인들의 발하고 달라요. 서양인들은 칼발이죠.
- 그런데 우리 동양인들은 넓대대하고 높기 때문에 그 넓대대하게 보이지 않기 위해서 지금 이렇게보시면 세입을 위로 꽃봉오리처럼 올린 거예요.

(19010205 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

서양 동양을 나눌 것이 아니라 ‘발 모양이 조금 넓고 발등이 높았던 분들도 이 신발은 이 신발 모양대로 예쁘게 잘 맞는다.’ 정도로 표현하는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



‘위탁운영을 하면 나쁘다는 건 아니겠지만’이라고 단서를 달고 있기는 하지만 방송 전체적으로 ‘진짜’ 전문가가 운영하는 직영이라는 점을 반복적으로 강조함으로써 마치 위탁 운영을 하면 전문성이 떨어지는 방식으로 관리되는 것 같은 암시를 줍니다.

- 무엇보다 신뢰와 역사를 자랑하고 있는 부분이 이런 부분이에요. 4년 연속 올해 브랜드 대상을 받았고 2년 연속 고객 감동 브랜드. 상을 받아야죠.
- 그리고 제일 중요한 부분에 그런 거 있잖아요. 직영이 아니면 음식 맛도 변한다. 여러분, 이런 서비스는요. 위탁 운영을 하면 나쁘다는 건 아니겠지만 오직 직영만, 진짜 전문가가.” (중략)
- 서비스 부문의 1등입니다.
- 위탁 운영 절대 안 하고 직영으로 운영을 하니까 진짜 전문가가 여러분을 1:1로 매칭을 해드릴게요.

(17092515 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

‘직영이 아니면 음식 맛도 변한다’ 같은 극단적인 표현을 지양하고 비교하는 방식보다 직영 관리의 강점을 중심으로 설명해 주는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



창의 융합 교육에 대한 정확한 개념을 인지하지 못한 채, 무조건 창의 융합 교육을 강조하며 독서에 대한 중요성을 부각하고 있습니다. 학령기 이전의 아동을 대상으로 한 도서를 판매하면서 초등학교 4학년 시험, 수능까지 언급하면서 이 시기를 놓치면 포기하는 아이가 된다는 식의 극단적인 견해를 마치 사실인 것처럼 과장해서 표현하고 있어 문제가 됩니다.

- 책을 많이 읽는 아이가 똑똑한 아이로 큰다는 거 우리 모르는 엄마들 아무도 없어요.
- 그런데 우리 그냥 우리가 알고 있는 지식뿐만 아니라 수능을 내는 교육부의 지침이 그러합니다. 교육부에서 창의, 융합 교육을 강화한다는 이야기 있죠? 미래 인재 육성 위해서 기존과 다른 융합 교육 필요하다는 이야기죠. (중략) 뜬구름 잡는 이야기가 아니라 시험에 실제로 이 융합 교육이라는 것이 적용이 되면 초등학교 4학년 시험 문제입니다.
- 도대체 이게 무슨 문제일까요, 수학 문제였어요.
- 수학이에요, 수학.
- 수학 문제가 거의 책이에요.
(중략)
- 시험에 이런 식으로 적용된다 하면 책을 많이 읽지 않는 아이는 이제 정말 문제 풀기도 어려워지는 시기.
- 그러니까 지금 6살 유재 같은 경우에 제일 중요한 시기가 바로 이때예요.
- 그러니까요. 지금 놓치면 이 골든타임을 놓치면 포기하는 아이. 뒤처지는 아이. 수업 시간에 손 못 드는 아이가 될 수 있습니다. 재미있게 독서 습관 들여주시는 게 훗날 고등학교, 대학교 그리고 성공하고 클 수 있는 아이로 키워줄 수 있는 가장 좋은 방법이라는 거 고객님의 알고 계실 거예요.

(18032514 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

부정확한 견해에 근거하는 것보다 5-6세 아동의 인지 발달에 독서가 도움이 된다는 맥락에서 설명을 해 주는 것이 좋겠습니다.

3) 타제품에 대한 지나친 폼하

쇼호스트는 현재 판매하고 있는 제품이 매우 우수하고 유용하며 이전의 다른 제품보다 성능이 향상되었다는 점 등을 강조함으로써 제품의 기능이나 성능, 개선된 지점을 강조해야겠지만 이 과정에서 비슷한 제품군이나 이전에 판매한 제품을 지나치게 폼하하거나 단점을 부각하는 경우가 있습니다. 그러나 대체로 비슷한 물건을 낱자를 달리하여 판매하는 경우도 있고, 이전에 판매한 제품을 폼하하다 보면 판매자들의 발언 간에 모순이 생길 수 있어 신뢰를 떨어뜨리기 쉽습니다.

문제가 되는 점은?

동영상의 효과를 내세우기 위해 책 읽기가 좋지 않은 공부 방법인 것처럼 설명하고 있습니다. 역사는 5학년에 학습하는 교재이므로 이 시기 학습자들에게 책 읽기가 무리라고 보이지 않는 데도 영상을 통한 학습과 독서를 통한 학습의 형태를 비교하여 영상으로 하는 것이 더 효과적이라고 설득하고 있습니다. 영상을 통한 학습이 좀 더 효과적인 부분을 책 읽기와 비교하는 것은 효과적인 설득 전략일 수 있으나 마치 독서를 통해 역사 학습을 하는 것이 비효율적인 학습 방법인 것처럼 단정하여 제시하는 것은 무리가 있습니다.

- 그리고 콘텐츠를 제가 한번 보여 드릴게요. 어른들도 재미없는 콘텐츠는 안 봅니다. 그런데 지금 보시면요. 우리 과학 같은 경우는 정말 이 뭐랄까요. 3D라든가 이런 것들을 통해서 머릿속에 이해가 돼야 되거든요.
- 그렇죠.
- 한번 보실래요?
- 화산. 지금 나오죠. 정말 신체 기관들. 보지 않으면 이해하기 정말 어려워요. 그리고 소리도 한번 들어 보세요. 성우분들이 직접 나오셔서 이거를 하나하나 다 얘기를 해 주시잖아요. 단순히 책으로 읽는 것보다 머릿속에 쓱쓱 제대로 들어오겠죠. 교과서와 연결돼서. 그러니까 잊어버릴 일이 없어요.
- 미리 특히 익히고 가니까 수업 시간에 몰입도도 높아지고 자신감까지 올라가는 거예요.
- 그리고 이렇게 과학도 너무나 좋았지만 저는 더 좋았던 게 이제 저희 큰아이가 같은 경우는 5학년이 되다 보니까 역사를 시작을 하거든요.
- 중요하죠.
- 그런데 역사는 고학년, 아시죠? 책으로는 아무리 읽어도 이게 연결이 안 돼요. 그런데 이렇게 동영상을 통해서, 이것도 큰 화면을 통해서 이렇게 보다 보니, 그리고 자막과 여러 가지가 같이 복합적으로 들어가 있죠. 너무 이해가 빠르고 몰입도가 좋아요. 특히 역사는 글로만 익혀서 정말 안 들어오거든요. 왜 드라마를 보면 안 까먹는 것처럼 그렇게 영상으로 익히다 보니까 평생 내 게 된다고 생각해서도 너무 좋을 것 같아요.
- 맞아요. 정말 기가 막힙니다.

(18010403 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“ 역사를 글로 차분히 읽는 것도 재미있지만, 역사적 장면을 생생하게 영상으로 볼 때의 효과는 학습 효과를 배가시킬 수 있거든요. 책뿐 아니라 영상으로 책으로 익힌 것을 더 확실하고 선명하게 기억할 수 있도록 도와주세요.” 정도로 두 가지 방법을 모두 긍정적인 것으로 제시해 주는 것이 좋습니다.

문제가 되는 점은?



이 선스틱이 매우 좋은 물건이라는 것을 강조하기 위해 그동안 판매했던 모든 제품들을 간접적으로 비하하게 되었습니다. 이런 발언은 그동안 다양한 선스틱을 판매하면서 구사했던 다양한 말들을 모두 부정하게 되는 면이 있어 주의가 필요합니다.

- 여러분, 롯데홈쇼핑에서 가장 잘나가는 선스틱이에요.
- 여러 가지 선스틱들 저희가 방송을 시작을 했었다가 올해 정말 살아남은 선스틱이 ○○○이다 그런 말을 해요.

(18050805 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“여러 가지 좋은 선스틱들 많이 판매했었지만, 이 제품이 그중에서도 정말 독보적으로 좋다고 할 수 있습니다” 정도로 기존 제품들을 긍정적으로 아우르는 표현을 써 주는 것이 좋겠습니다.

문제가 되는 점은?



대부분의 프라이팬은 볼트와 너트 등으로 연결된 형태이기 쉬운데, 하나의 몸체로 구성되고 열선이 넓게 퍼져 있는 프라이팬의 장점을 부각하기 위해 일반적으로 많이 판매하는 프라이팬의 구성 방식을 극단적인 표현을 써서 부정하고 있습니다. 이는 추후에 다른 제품을 판매할 때에도 신뢰감을 떨어뜨릴 수 있습니다.

- 이 디자인을 제가 이 원바디는 처음 써봤는데 보통 그 OO 프라이팬 저도 이제 결혼할 때 샀거든요.
- 여기에 이제 나사나 이 볼트, 너트가 있으면 좀 이따가 여기가 덜렁덜렁해요.
(중략)
- 보통의 프라이팬은 이 정도만 열선이 있는 거예요.
- 그렇죠.
- 이 정도만.
- 이 정도만.
- 이거보다 작은 것도 있어요.
- 그러니까요. 그러니까 어떻게 돼요? 주변은 가열되지 않고.
- 안 익어요.
- 그러니까 바깥쪽은 멀쩡히 있고 안쪽에만 있는데 이거 보이세요? 아까 테두리...
- 이거 너무 땀다.

(18050811 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

다른 제품의 단점을 언급하면서 ‘좀 이따가’, ‘덜렁덜렁’ 같이 극단적이고 과장된 표현을 쓰는 대신 “볼트나 너트는 오래 쓰다 보면 좀 헐거워져서 신경을 써야 하는데 이렇게 하나의 몸체로 되어 있는 프라이팬은 그런 불편함이 없다.”라고 표현해 주면 좋겠습니다.

4) 시청자 상황에 대한 부정적 평가

쇼호스트는 제품의 기능이나 성능이 시청자에게 이득이 되거나 편리함을 가져온다는 점을 보여주기 위한 방안의 하나로서, 해당 제품을 가지고 있지 않거나 사용하고 있지 않은 시청자의 과거의 경험이 부족하거나 불편한 것이었으며 현재의 상황 또한 불안전하다는 평가를 내놓을 수 있습니다. 잠재적 구매자의 부족함이나 어려움을 직접적으로 드러냄으로써 시청자가 필요를 느끼고 인식하도록 하면 이것이 제품에 대한 관심으로, 결국 구매 행위로 이어지기 쉽습니다. 그러나 시청자의 판단과 선택으로 이루어진 시간을 부정적으로 평가하는 것은 자칫 개인의 능력이나 소양 혹은 안목 부족을 탓하는 것처럼 느껴져 시청자가 불쾌감을 느낄 수 있습니다. 또 다른 방안으로서, 해당 제품을 가지고 있지 않다면 초래될 앞으로의 상황을 부정적으로 예상할 수 있습니다. 시청자가 앞으로의 상황을 쇼호스트가 전만한 바와 같이 비판적으로 바라보게 된다면 이를 개선하기 위하여 제품에 대한 필요를 느끼고 되고 이것이 제품에 대한 관심으로, 결국 구매 행위로 이어지기 쉽습니다. 그러나 앞으로의 상황이 어떻게 전개될지 알 수 없는데도 불구하고 필연적이지 않은 상황을 그림으로써 시청자에게 불필요한 불안감이나 불쾌감을 심어줄 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

판매하는 제품의 기능 중 탈모 개선과 관련하여 남성 탈모뿐 아니라 여성 탈모까지, 중장년 탈모뿐 아니라 젊은 층의 탈모까지 남녀노소 모두를 설득 대상으로 삼은 것으로 보입니다. 방송에서는 50~60대 탈모, 출산 이후 탈모, 가르마가 넓어지는 현상 등을 언급하고 있습니다. 여기에서는 젊은 층에서 가르마가 넓어지는 현상이 많이 보이는데 이것이 결국 악화될 것이라고 전망하고 있습니다. 그런데 가르마가 넓어지는 현상이 있다는 언급은 수차례 제시되지만 그 원인이 무엇인지 제시되지 않으며 가르마가 넓어지는 것과 탈모와의 관계를 찾아볼 수 없어 논리적으로 예측하는 것이기보다는 막연하게 불안감을 조성하는 것으로 보입니다.

“논리적인 근거 없이 상황이 악화될 것이라고 예상하는 것은 불필요하게 불안감을 조성하는 것입니다.”

- 볼륨이 있고 없고에 따라서 저렇게 달라집니다.
 - 완전히 다릅니다. 지금 아주 젊은 여성입니다마는 요즘 가르마가 점점 넓어지는 젊은 층들이 많아져요. 그래서 가르마를 자꾸 바꿔 타고, 이쪽으로 탔다 저쪽으로 탔다. 점점 결국에는 다 넓어지는 거죠. 그 고민을 잡을 수 있는 획기적인 상품.

(18012702 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“점점 결국에는 다 넓어지는 거죠.”를 발언하지 않아도 충분히 시청자를 설득할 수 있으며, 그 대신 “이쪽으로 탔다 저쪽으로 탔다 해도 쉽게 개선되지 않는 거죠.” 등 현실적인 어려움이 있음을 표현할 수도 있습니다.

문제가 되는 점은?



여기에서 쇼호스트는 눈썹 문신이 나이 들어 보이고 촌스러워 보인다고 단정적으로 발언하고 있습니다. 또한 이에 동의하면서 '망쳤어'라고 맞장구 친 부분은 눈썹 문신에 대한 부정적인 감정이 매우 강하게 표현된 것입니다. 눈썹 문신을 하고 실제로 나이 들어 보인다고 느끼거나 촌스러웠다고 후회하는 시청자라면 쇼호스트의 발언에 공감하기 때문에 문제가 없을 것입니다. 그러나 눈썹 문신에 불만이 없는 시청자의 경우 비록 시청자가 쇼호스트와 동일한 시공간을 공유하고 있는 것은 아니지만 마치 대면한 쇼호스트에게 자신의 눈썹 문신이 나이 들어 보이고 촌스러워 보이고 얼굴을 망쳤다는 평가를 듣는 것과 같이 불쾌하게 느낄 수 있습니다.

“부정적인 발언을 할 때에는 당사자가 현장에 함께 있다고 생각하고 강도를 조절할 수 있습니다.”

- 그러니까 여자들은 눈썹에 대한 게 이게 늘 스트레스고.
- 맞아요.
- 이게 마스크라는 안 하고 볼터치는 안 해도 눈썹은 꼭 그리지 않으세요.
- 맞다, 파우치에 있어요.
- 그게 귀찮아서 반영구하고 그게 귀찮아서 문신을 했더니 나이 더 들어 보이고
- 맞아요. 망쳤어.
- 사람 되게 촌스러워 보이고 이런 거잖아요. 책임져 드릴게요.
- 그러니까요.

(18010502 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“눈썹 그리는 게 귀찮아서 반영구 화장도 해 보고 이것도 귀찮아서 문신을 했는데 잘 안 됐다, 마음에 들지 않는다, 혹은 다른 스타일로 좀 바꿔 보고 싶다고 느끼시는 분들, 책임져 드릴게요.”와 같이 ‘스스로가 생각하기에 그러한 느낌이 든다면’을 강조하는 방향으로 바꾸어 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

실제로 나이가 들어가면서 외모가 이전보다 못하다는 생각을 하는 시청자들이 있을 수 있습니다. 그런데 쇼호스트의 발언에 공감한다고 하더라도 자신의 부정적인 측면을 단정적인 어조로 상기시킨다면 불쾌함을 느낄 수 있습니다. 또한 노화에 따른 외모의 변화를 부정적으로 바라보지 않는 시청자의 경우 반발심을 느낄 수 있습니다.

“현재의 상황을 부정적으로 보는 것이 일반적인지, 그렇다고 하더라도 이것이 지나친 것은 아닌지 한번 더 생각해 봅시다.”

- 예전만 하더라도 액세서리 뭐...
- 그런데 요즘 그런 거 많이 안 해요.
- 이런 걸로 막 이렇게 나를 서포트해 주잖아요. 나이가 들면 그게 더 의존도가 심해져요.
- 맞아요.
- 나이가 들면서 더 사람들이 옷이라든지 액세서리라든지 핸드백이나 잡화에 의존도가 높아지는데.
- 왜 그런지 아세요? 어르신들이 꼭 빨간색 옷을 좋아해.
- 내가 초라해지거든.
- 맞아.
- 내가 어디 가기가, 내가 거울을 보면 내가 싫거든.
- 그렇죠.
- 그러니까 다른 걸로 나를 서포트해 주기 위한 뭔가의 화려함을 찾는단 말이에요. 그런데 진짜 피부만 기본 이상이 되고 밀바탕을 딱 깔아 주죠. 아무것도 필요 없다라고 느끼실 거예요.

(18010704 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“왜 그런지 아세요? 어르신들이 빨간색을 좋아하시는 것과 같은 이유인데. 젊었을 때만큼 내가 화사해 보이지 않거든요. 거울을 보면 피곤해 보이고 기력 없어 보이고.” 등과 같이 외모의 변화를 자신에 대한 부정적 감정을 표출하지 않고 달리 표현할 수 있을 것입니다.

문제가 되는 점은?



학생들이 노는 혹은 쉬는 모양을 ‘탱자탱자’, ‘빈둥빈둥’ 등으로 부정적으로 그리면서 학생들에게 지나치게 성실할 것을 요구하고 있으며, 이러한 시간이 엄마의 통제 없이는 방학 내내 지속될 수 있다고 보고 있습니다. 또한 새 학년을 대비하는 것이 필요하고 이때의 대비는 일종의 선행 학습을 성격을 띠는 것이며, 이 제품을 이용하지 않으면 성적이 잘 나오지 않아서 후회하게 될 수도 있음을 쇼호스트 자신의 경험을 통하여 간접적으로 전달하고 있습니다. 즉, 학습에 수동적인 자녀를 강조하고 학교 수업과 연계된 학습에 높은 가치를 부여하여 현재 내 아이의 현 상황이 지속될 경우 뒤처질 수 있음을 언급합니다. 이로써 학부모의 불안감을 자극하고 있습니다.

“**앞으로의 상황에 대비하는 것이 필요하지만 이로써 이미 존재하는 과열 현상을 더욱 조장하게 될 수도 있습니다.**”

- 지금도 안 일어나고 탱자탱자 놓고 있는 저 녀석을 보고 있자니 아이고, 답답해라. 뭐라도 시키긴 시켜야 되겠는데 진짜 방학 허투루 보내면 안 되잖아요. 이 시기 딱 놓쳐 버리시면 진짜 다음 학기 대비 어떻게 하시겠어요. 새 학년인데. 자신감도 길러 주시고 학습도 예습을 좀 미리 한번 시켜봐 주셨으면 너무 좋을 것 같아요.

(중략)

- 처음에는 저도 긴가민가하다가 안 시켰었어요. 큰아이가 1학년, 2학년, 3학년 때까지요. 주변에서 많은 엄마들이 이미 시키고는 있더라고요.

- 그렇죠.

- 그래서 그냥 좋은가 보다 이려고 넘겼었어요. 와, 이제 와서 얼마나 후회가 되는지요. 정말 딱 기말고사였어요. 4학년 2학기 기말고사 시작할 때쯤 그때 같이 이제 시작을 하면서 기말고사 딱 성적 보고 나서 진짜 시킬 걸. 너무 후회가 되고요. 그러면서 이제 물어봤어요.

**아, 선생님 이거 진짜 쓰시니 그랬더니 선생님이 이걸로 다 해요. 그렇구나.

(중략)

- 벌써 겨울방학 시작한 지가 어느새 한 일주일 정도 됐잖아요. 어 그런데 빈둥빈둥 거리고 놓고 있어요. 우리 아이들이. 맨날 스마트폰 보고 TV보고, 그런데 이 시간 정말 중요하거든요. 여기 놓쳐 버리시면 한 달 그냥 날아가죠. 이제 겨울방학에는 뭐 하시겠어요? 겨울방학에는 복습 살짝 하고 예습을 하셔야겠죠?

(18010403 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“방학하고 일주일 동안 아이들이 신나게 노는 모습 보셨을 텐데, 우리 아이가 방학 동안 보람 있는 것들을 하면 좋겠다는 게 엄마들 마음이지요. 어디 여행을 가거나 체험을 하거나 학교 다닐 때 못했던 경험들도 같이 하고 싶어요. 그리고 새 학년 준비도 할 수 있으면 좋을 것 같아요.” 등과 같이 아이들이 마냥 놓고 있다고만 간주하지 않고, 판매하는 제품을 통한 새 학년 준비만이 중요한 것이 아니라 여러 가지 것들 중 가치 있는 한 가지로 제시할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



업체 관련자가 점검표를 활용하여 요실금 증상을 확인하면서, 한 가지가 아주 가끔 한 번 나타난 경우에도 요실금이 시작되고 있다고 생각해야 한다고 하였습니다. 이것은 유사한 증상을 경험해 본 적 있는 시청자들이 불안감을 느끼게 할 수 있으며, 특히 근거가 부족한 주장인 경우 시청자의 건강에 도움이 되는 것이 아니라 불필요하게 건강을 염려하게 만드는 것이 됩니다. 방송 내 쇼호스트의 발언으로부터도 점검표의 증상에 해당하지만 병원에서 전문가인 의사의 진료를 받은 결과 요실금과 관련한 처방을 받은 바 없다는 것을 알 수 있습니다. 게스트의 발언이 부적절한 경우 쇼호스트가 개입하여 대응하는 것이 필요합니다.

“건강과 관련한 비관적 전망은 경각심을 가지게 하는 것과 달리 과하게 염려하고 의심하게 만들 수 있습니다.”

- 제 아무래도 이 소변과 관련된 불편함이 괄약근에서 시작된다고 생각하실 수 있지만 더 중요한 건 여러분 골반 안쪽의 전반적인 근육의 건강에 이상이 생겼을 때 나타나는 증상이고요. 지금 김**씨께서는 한 가지만 해당되셔도 이렇게 얘기하셨지만 실은 이 한 가지가 어쩌다가 한 번 내게 나타났어도 요실금 증상이 내게 시작되고 있구나라고 생각하셔야 되는 게 그 한 번은 두 번이 되고 세 번이 되는 과정을 겪는다고 생각하시면 됩니다. 성인용 팬티를 입으시는 분들은 당연히 요실금에 대한 준비를 하셔야 되는 게 맞고요.

(중략)

- 저는 하루에 예전에는 막 12-13번. 야, 이거 진짜 심각한 병 아니야? 병원 갔더니 의사선생님이 별다른 증상은 없고 되게 예민하세요? 혹은 성격이 약간 좀... 제가 이 쇼호스트 직업 하면서 되게 잠에 대한 스트레스를 많이 받게 돼요. 새벽에 나오고 밤에 나가고, 들쭉날쭉하다 보니까 잠에 대한 스트레스가 어마무시한데 그러다 보니까 신경이 예민해져서 그런가? 방광 자체가 제 마음대로 안 되는 거예요, 핸들링이. 그러다 보니까 자다가 벌떡, 그런데 또 갔다 다시 누울라치면 저희 쇼호스트 선배 언니들도 그러세요. ** 선배나 이렇게 ** 선배라고 되게 쇼호스트 친한 선배들도 한 번 눈 뜨면 그다음 잠을 못 자겠다는 거죠. 그거 여러 가지 신경성도 있지만 제가 생각했을 때는 속근육 자체가 많이 탄력이 없어서인 것 같기도 해요. 왜냐하면 저도 이 방송 준비하면서 여러 가지 공부를 해 봤더니 우리가 나이 먹으면서 피부도 처지잖아요. 모든 안쪽의 기관이나 피부들도 어찌 보면 세월의 흔적 건딜 수가 없기 때문에 그 세월의 무게 때문에 많이 처질 수밖에 없더라고요.

(18020701 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“지금 김**씨께서는 한 가지만 해당되셔도 이렇게 얘기하셨지만 실은 이 한 가지가 어쩌다가 한 번 내게 나타났어도 앞으로 있을 수도 있는 요실금을 예방하는 차원에서 도움을 받을 수 있습니다.” 등과 같이 표현할 수 있습니다. 또는 “우리나라 여성의 40%가 요실금을 경험한다고 하니 요실금 증상이 나타나지 않더라도 예방하는 것이 좋겠죠.” 등과 같이 ‘당신도 병에 걸린 것과 같다’가 아니라 ‘당신이 병에 걸리기 전에 예방하자’로 초점을 바꾸어 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



불편한 브래지어가 아니라 편안한 브래지어임을 강조하면서 편안한 브래지어를 선택해야 하는 이유로 현대인들이 많은 스트레스를 받고 있고 육체적으로 힘들기 때문임을 언급하고 있습니다. 현대인들에게서 스트레스를 하나씩 제거해 나가기 위한 것으로서 편안한 브래지어를 선택하는 것이 비논리적인 것은 아니지만 논거와 주장 사이의 거리가 가깝지 않아, 쇼호스트의 발언에 공감한다 하더라도 설득력이 강하지 않을 수 있습니다. 이때 고등학생, 초등학생, 여성 직장인이 각각 육체적·정신적으로 힘든 점을 제시하면서 ‘다 아프다’ 혹은 ‘다 힘들다’와 같은 메시지를 전달하려고 하는 것은 현상을 성급하게, 지나치게 비관적으로 일반화한 것입니다.

“현대인’과 같이 커다란 범주는 성격을 규정하기도 쉽지 않지만 개인이 스스로 내부인이라고 느낄 수도 있고 외부인으로 느낄 수도 있습니다.”

- 애는 봄, 여름 거인데 입다 보면 가을, 겨울까지 다 입어요. 저거 불편한 거 누구나 여자라면 다 알아요. 이 방송은 남자들이 보면 몰라.
- 그럴 수가 없죠.
- 남자들이 브래지어를 입어 봤나. 평생 안 입어 봤죠.
- 그 어깨끈의 결림.
- 브래지어 혹은 스트레스, 피부의 불편함. 와이어의 꼬꽂힘과 답답함.
- 옷 입을 때 울퉁불퉁.
- 그리고 가슴 안에 땀 차는 그 땀 차면 찝찝함. 여름에 브래지어를 풀어 버리고 싶은 생각이 하루에 12번 아니라 24번 이상 드는 게 여름의 브래지어거든요. 특히 나이가 들면 너무 힘들어요. 그런데 나이가 들기 전에 고3 때도 힘들었어요. 고2 때도 힘들었어요.
- 그렇지.
- 요즘에는 초등학생들도 스트레스 받는데. 입시 스트레스를. 그러면 그리고 직장 생활 하는 우리 커리어우먼들. 컴퓨터 앞에서 얼마나 모니터 많이 봐요.
- 그렇죠.
- 다 아파요. 현대인들은 그래서 노 스트레스 제로필 그리고 라볶, 피게 이런 것들이 지금 전 세계 트렌드일 수밖에 없는 게 그런 걸 트렌드로 안 삼으면 너무 우리 몸이 힘들단 말이에요. 그러면서 요즘에 트렌드가 요즘에 얼마나 안 입은 것처럼 편한 브래지어.
- 그렇죠.

(18032505 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“학생들은 특히 입시를 앞두고 있는 고등학생들은 공부에 스트레스를 받을 때 자그마한 불편함에도 예민해질 수 있어요. 휴대전화, 컴퓨터 사용이 많아져 어깨 아픈 분들이 많은데 이런 분들은 어깨와 가슴의 통증에 더 민감할 수밖에 없지요.” 등과 같이 현대인들을 부정적으로 일반화하지 않고 특정 부류의 사람들이 제품에 대하여 느끼는 직접적인 불편함을 제시하여 판매하는 제품의 편안함을 강조할 수 있습니다.

4. 전문성과 전문가의 권위 강조 전략

어떤 전략인가요?

홈쇼핑 의사소통은 여러 가지 제품을 판매하는 마케팅의 수단이라 할 수 있습니다. 이때 제품에 대해 체계적이고 정확한 정보를 제공하는 전달자로서의 쇼호스트의 역할이 중요합니다. 홈쇼핑 방송과 관련된 주체들 중 제품의 성분이나 소재, 제품의 성능이나 기능 등에 대한 전문적 정보를 가장 많이 보유한 사람이 바로 쇼호스트이기도 합니다. 따라서 방송에서는 제품에 대한 정확하고도 적절한 정보가 다루어져야 하고, 때로는 전문적이거나 학술적인 용어나 지식을 다룰 수도 있기 때문에 그에 대한 적절한 해석이 요구되기도 합니다.

홈쇼핑에서는 제품을 개발하거나 생산하는 것과 관련된 과학 기술의 영향력이 큰 제품군, 혹은 건강 보조 식품군 등에서 전문적 지식의 제시, 전문적 지식에 대한 해석이 빈번하게 나타납니다. 홈쇼핑 방송에서는 전문가가 직접 출연하기보다 전문가들의 설명이나 견해 등을 쇼호스트들이 전달하는 경우가 많습니다. 제품의 개발 과정에 적용된 전문적인 기술, 제품의 기능이나 효능을 설명하는 데 필요한 전문 용어 등이 쇼호스트를 통해 전달되고, 소비자가 그 제품에 대한 전문적 설명이 신뢰할 수 있다고 판단하면 구매 행위로 이어질 가능성이 높습니다. 제품에 대한 전문적인 설명을 할 때는 전문성의 원천지인 출처를 밝히고, 관련된 내용을 정확하게 전달하는 것이 중요합니다.

“제품에 대한 설명을 할 때 전문성을 확보하려면 정보를 보다 정확하게 그리고 일관되게 제시하면 신뢰가 높아진다는 점을 명심해 주세요.”

어떤 문제가 있나요?

제품에 대한 전문적 설명을 요하는 대목에서 전문적인 용어를 잘못 사용하거나, 설명의 일관성이 낮거나, 모호하거나 부정확한 내용이 포함될 경우 제품에 대한 신뢰뿐 아니라 그 ‘전달’의 주체인 쇼호스트, 홈쇼핑 방송에 대한 신뢰를 떨어뜨릴 수 있습니다.

전문가의 의견을 전달할 때 그 견해를 왜곡하지 않도록 조심해야 하고, 제품에 대한 전문적 설명을 할 때에는 정확한 용어와 개념을 제시하도록 하며, 해설이나 추가적인 설명이 요구되는 장면에서는 원저자의 견해, 학술적 개념 등의 의미를 훼손하지 않도록 주의해야 합니다.

1) 부연 설명 없이 쓰인 전문 용어

쇼호스트는 제품의 기능과 성능이 얼마나 우수한지 설명하는 과정에서 제품 각 부분의 명칭을 사용하거나 각종 실험의 과정과 결과를 제시하거나 전문가의 견해를 인용하는 등 전문적인 내용을 전달하게 됩니다. 이 과정에서 일반인들에게는 친숙하지 못한 전문 용어가 사용될 수 있습니다. 평소 해당 제품에 관심이 많은 시청자에게는 어렵지 않은 용어일 수 있으며 홈쇼핑에서 대중을 교육해야 하는 것은 아니지만, 별다른 설명 없이 제시되는 전문 용어는 제품에 대한 다수의 시청자의 이해를 돕지 못한다는 점에서 주의하면 좋을 부분입니다.

문제가 되는 점은?

‘블랙 글라마’는 블랙 밍크의 최고급품에 붙여지는 명칭(‘패션전문자료사전’ 참고)으로 평소 밍크코트에 관심이 있는 시청자가 아니라면 이것이 의미하는 바가 무엇인지 알기 어렵습니다. ‘시어드 작업’은 ‘시어드 래콘(sheared racoon)’이 “털 깎기를 한 너구리 모피”(‘우리말샘’ 참고), ‘시어드 비버(sheared beaver)’가 “깎아낸 비버의 긴 털”(‘패션전문자료사전’ 참고)이라는 데서 털을 깎는 작업이라는 것을 알 수 있는데, “(모피, 정원수 따위를) 같은 길이로 가지런히 자른 좌우를 고르게 베어낸”이라는 뜻을 가진 영어 단어 ‘sheared’를 그대로 사용하는 것입니다. 두 용어 모두 표준국어대사전에 등재되어 있지 않은 의류 관련 전문 용어로서, 방송에서 사용할 수 없는 것은 아니지만 이해하기 어려운 용어로서 광택감이 좋다는 정보를 연상하는 데로 이어지기 어렵습니다. 해당 방송에서 광택에 대하여 언급하면서 한 차례 제시되었으며, 쉬운 말로 풀어서 설명하거나 전문 용어에 대한 부연을 함으로써 시청자의 이해를 도울 수 있습니다.

“설명 없이 전문 용어를 사용하면 소비자가 정보로부터 소외된 느낌을 받을 수 있습니다.”

- 지금 그거의 한 세 배 정도 되는 헤비다운으로 보는데, 지금 블랙만 보더라도 약간 이 느낌을 보세요. 지금 채널 돌리시는 분들이 이게 실화냐 막 이런 얘기를 하시는데 이거예요. 지금 짧게만 보실 거예요. 자, 전체 구스다운에 안쪽에 이런 밍크 같은.
- 진짜.
- 이런 광택감 이거 보이세요?
- 그러니까, 아니, 왜 그런 거 있잖아요. 블랙그라마처럼 밍크를 시어드 작업을 균일하게 해 가지고.
- 세상에...
- 깎아놓은 것처럼. 복슬복슬복슬.
- 복슬복슬.

(17113003 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“최고급 블랙 밍크를 균일하게 깎아 놓은 것처럼” 등과 같이 전부 쉬운 말로 풀어서 표현할 수 있습니다. 또는 “블랙 밍크 최고급품인 블랙글라마는 밍크가 시어드 작업이라고 해서 균일하게 깎여 있는 것을 보실 수 있는데” 등과 같이 전문 용어와 이것이 의미하는 바를 함께 언급할 수도 있습니다.

문제가 되는 점은?



‘고주파 퓨징’이라는 표현은 본 방송에서 한 차례 언급되었는데, 별다른 설명 없이 무봉제라는 점을 강조하는 맥락에서 사용되어 무봉제 제작 기법 중 한 가지일 것으로 추정할 수 있을 뿐입니다. 표준국어대사전 및 전문 용어 사전 등에서 쉽게 찾아볼 수 없는 용어로 유리 혹은 금속 관련 용어로 더욱 흔하게 사용되고 있는 것으로 보입니다. ‘스칼렙 처리’에서의 ‘스칼렙(scallop)’은 ‘소맷부리나 옷자락 같은 곳에 부채꼴이나 물결 모양의 천을 이어 댄 장식’으로 등재되어 있으며 전문 용어로 분류되어 있지는 않으나 특별한 설명이 없이 사용되는 경우 장식성 외 특정한 기능을 가지는 것으로 시청자가 오해할 수 있습니다. 어떤 방법으로 만든 것인지 시청자가 이해할 수 없기 때문에 패턴은 아름답고 느낌은 편안할 수 있다는 쇼호스트의 발언을 무비판적으로 수용할 수밖에 없는 처지에 놓입니다.

“맥락을 통하여 전문 용어의 의미를 어렵듯이 추정해 볼 수 있더라도 가급적 정확한 의미를 전달해 줄 수 있으면 좋습니다.”

- 그리고 이게 무봉제거든요. 이거 바늘땀처럼 보이지만 바늘땀이 아니기 때문에 아주 부드럽고 편안한 느낌. 무봉제 속옷을 입은 그런 느낌이에요.
- 그렇죠. 실과 바늘을 쓰지 않았다는 거잖아요.
- 그렇죠.
- 아예 고주파 퓨징으로 만들었기 때문에 패턴은 아름다운데 느낌은 편안하다는 거. 그게 중요합니다.
- 너무너무 최첨단. 신비의 매직 퀴팅으로 되어 있습니다.
(중략)
- 조금 전에 보셨던 그 스프레드랑 똑같은 사양으로 흡습속건 기능성 원단에다가 무봉제 누비에다가 워싱에다가 워싱까지 다 한 베개 커버. 가장자리에도 예쁘게 스칼렙 처리까지 한 이런 누비 베개 커버는요. 한 장에 몇만 원씩...

(18062612 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“봉제선 없이 원단에 고주파 열을 가해 접착하는 방식으로 만들었기 때문에 아름다운 패턴을 포기하지 않으면서도 편안한 느낌을 준다는 거.”, “가장자리에도 예쁘게, 스칼렙이라고 하는데 이렇게 물결 모양 처리를 한 누비 베갯잇은요.” 등과 같이 쉬운 말로 풀어서 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



'블랙 시즈닝 코팅'이 해당 제품의 특징으로 제시되어 있는데, 이것이 무엇인지 시청자들에게 구체적으로 알려 줄 필요는 없지만 "그냥 내가 별 염려 없이 잘 쓸 수 있는 강력한 코팅"이라고만 제시하는 것은 '아무튼 좋은 것이니 내가 말하는 바를 그대로 믿으라'라고 하는 것과 별반 다르지 않습니다. 기존의 기술, 여기에서는 기존의 에나멜 코팅 방식과 차이점이 무엇인지, 그래서 생기는 고유한 장점이 무엇인지를 시청자가 연결하여 이해할 수 있도록 설명하는 것이 필요합니다.

"전문 용어에 대하여 풀어 사용할 때에는 해당 용어가 의미하는 범위를 분명하게 해야 합니다."

- 설명을 안 드릴 수가 없어요. 일단 무쇠에 대한 설명을 먼저 드리고 시간이 많지를 않아요. 여러분들이 딱 보시면 다르다는 걸 다 느끼실 거예요. 아니, 애가 왜 에나멜 코팅이 아니죠? 그렇죠? 에나멜 코팅이 되어져 있는 것도 물론 차세르도 있어요. 그런데 여러분들께 보여드리는 바로 이 블랙시즈닝 코팅.
- 그렇죠, 선배님. 마지막에.
- 애는요, 매트블랙 시즈닝. 애는 뭐냐 하면 훨씬 더 여러분들이 견고하게 그냥 내가 별 염려 없이 잘 쓸 수 있는 강력한 코팅. 그래서 블랙 매트블랙 시즈닝 코팅이라고 따로 차세르에서 만들어놓은. 막 굵고 해도 아무 상관 없는.
- 색 배임 걱정하시는 분들 있잖아요. 절대 여러분 쓰면서 그럴 염려 없습니다.
- 그다음에 에나멜 코팅 같은 경우에 이제 단점이라고 하면 무쇠는 모두 마찬가지로입니다. 너 무 갑자기 센 불이 가면 터지게 돼 있죠. 모든 게 다 그래요.
- 갈라지거나.
- 그렇죠. 갈라지건. 그건 그럴 수밖에 없어요. 에나멜 같은 경우에는 갈라지고 떨어지죠. 그럼 떨어지는 대로 쓰는 맛으로 무쇠는 다 써요.
- 그렇죠.
- 프랑스의 유명한 레스토랑에 가도요. 여기 전부 이 색깔 있는데 다 떨어져 나가 있어요.
- 그 맛에 쓰는 게 무쇠잖아요.
- 그렇게 관록 있게 쓰는 게 무쇠예요. 여러분. 그런데 훨씬 더 강력하게 쓸 수 있는 블랙매트 시즈닝 코팅이 돼 있다라는 사실도 여러분께 보여 드리고.
- 안쪽에도 물론 2종의 에나멜 코팅도 있고 코팅 다 들어가 있는데 마지막에 블랙매트 코팅 이 한 번 더 들어가 있는 거예요.
- 한 번 더 들어가 거죠. 그리고 애 자체도 이 색깔을 내고 또 한번의 코팅이 된 경우인 거죠. 그래서 여러분들이 쓰시면서 이 바닥에 뭐가 찌들어 붙고 절대 그게 없잖아요.
- 그럼요.
- 수세미로 막 문질러도 상관없고.

(18040517 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

"차세르에서 만든 독자적인 블랙 매트 시즈닝 코팅을 입힌 무쇠 제품들은 에나멜 코팅만 된 다른 무쇠 제품들과 차이가 있습니다. 코팅이 여러 겹 되어 있기 때문에 사용하면서 찌들어 붙는 것이 없고 열 변화에도 더 강해서 파손될 염려를 덜 하셔도 됩니다. 그리고 색이 배는 현상이 없어요." 등과 같이, 특정 기술을 설명하는 것이 아니라 기존 기술과의 차이점을 짚어 주고 그로 인한 영향을 분명하게 제시하는 방식으로 표현할 수 있습니다.

2) 잘못된 지식 및 정보 전달, 비유

쇼호스트는 제품의 기능이나 성능에 대하여 잘 알 뿐 아니라 이것을 시청자가 고민하지 않고 쉽게 이해할 수 있도록 전달하려고 합니다. 또한 제품이 시청자에게 얼마만큼 또는 어떠한 측면에서 영향을 미칠 수 있는지 그 중요성이나 필요성을 시청자가 쉽게 수용할 수 있도록 전달하기 위하여 노력합니다. 그런데 쇼호스트가 해당 분야의 전문가가 아니기 때문에 간혹 잘못된 지식이나 정보를 전달하기도 합니다. 또한, 시청자들이 덜 비판적이면서 더 즉각적으로 쇼호스트의 말을 이해하거나 수용하게 하기 위하여 비유를 활용하는 경우가 다수 나타나는데, 잘 만들어진 비유는 직관적으로 연상하거나 납득하게 하는 데 효과적인 수단이지만 부자연스럽거나 부적절한 경우 오히려 설득력을 반감시킬 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

과일과 채소에 포함되어 있는 비타민, 효소, 파이토케미컬이 열에 쉽게 손실되거나 파괴되어 섭취하기 힘들기 때문에 열을 가하지 않고 섭취할 수 있는 판매 제품을 이용해야 한다고 설득하고 있습니다. 그런데 사례로 제시한 라이코펜, 클로로필, 루테인 등 가운데 라이코펜은 열에 강한 물질입니다. 따라서 라이코펜을 제외하고 열에 쉽게 손상되는 물질들만을 제시해야 합니다.

“잘못된 지식이나 정보를 제공하는 것은 해당 제품에 대해서뿐 아니라 쇼호스트에 대한 시청자의 신뢰를 떨어뜨릴 수 있습니다.”

- 역사상 가장 관리하기 쉬운 휴롬. 역사상 설거지가 제일 쉬운 휴롬이 드디어 나왔고요. 그렇다면 내가 더 자주 먹을 수 있겠네. 매일매일 아침마다 내려 드시고 물로 한 번 헹구면 끝이예요. 보여 드립니다. 토마토, 딸기 이런 빨간 색깔에 들어가 있는 라이코펜이라고 하는 영양소들. 보라색에 들어가는 우리 다 알고 있죠, 안토시아닌. 여기에 옐로에 들어가 있는 비타민C. 그린에 들어가 있는 각종 영양소들.
- 클로로필.
- 루테인들.
- 맞아요.
- 이런 거 다 섭취하고 싶은데 막상 섭취하려고 하면 먹기가 어려워요.
- 맞습니다. 왜냐하면 애네들이 너무 민감해요.
- 맞아.
- 이걸 많이 먹는 게 중요한 게 아니라 애네들이 가지고 있는 비타민, 효소, 파이토케미컬을 먹어야 되는데 애네들이 열에 민감해요. 그러니까 사실 만들어 먹는 방법이 굉장히 중요한데 휴롬이 도와드린다는 거예요.
- 맞습니다. 똑똑하게 섭취하실 수 있는 방법은 휴롬이예요.

(18052302 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“토마토, 딸기 이런 빨간 색깔에 들어가 있는 라이코펜이라고 하는 영양소는 열에 강해 요리로 섭취하는 것이 쉽지만”이라고 반대 사례로서 제시하거나, 잘못된 발언 자체를 삭제할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



어차피 청소를 할 수밖에 없다면 편하게 할 수 있는 방법으로 해당 제품을 구입해서 사용하는 것이 좋다고 설득하고 있습니다. 이 과정에서 자녀에 대한 부모의 주된 관심사가 공부인 것으로 가정하고, 자녀가 공부하지 않는다는 것은 말이 되지 않는 것처럼 주부가 청소하지 않는 것 또한 말이 되지 않는다는 의미를 전달하기 위해 이러한 비유를 사용한 것으로 보입니다. 청소하는 주체에 남녀 모두를 포함하고 있기도 하여 청소하는 주체가 엄마여야 하는가의 문제는 제외하더라도, 청소를 안 할 수 없다는 것이 비유를 사용하면서 설득해야 하는 것인지, 그리고 ‘주부에게 있어 청소’를 ‘아이에게 있어 공부’에 빗대는 것이 적절한지의 두 측면에서 모두 다시 생각해 볼 필요가 있습니다.

“쉽게 이해하도록 하기 위한 비유가 부자연스러우면 오히려 설득력을 떨어뜨릴 수도 있습니다.”

-아니, 그리고 어차피 지금은 **씨도 나와 있고 저도 남편이고 **씨도 마찬가지로, 청소 안 할 수는 없거든요. 우리 아이에게 청소라는 건 어떤 거냐면 아이에게 공부하지 말아라. 엄마한테 청소하지 말아라. 똑같은 얘기 아니에요. 그런데 지금 슬림한 디자인으로 써보신 분들, 뭐 여러... 진짜 너무 좋아하시는 게 오토싱이예요. (18040505 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“공기가 깨끗하지 않은 요즘 환기시키고 나서 청소를 하지 않는다는 것은 외출해서 먼지를 잔뜩 묻히고 돌아와서는 씻지 않는 것과 같지요.” 등과 같이 청소하지 않는 상황에서의 불결함을 느낄 수 있는 방향으로 비유를 사용할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



볼륨이 없는 것과 힘없는 두피를 연결 짓고 힘없는 두피를 다시 탈모와 연결 지음으로써 볼륨이 부족한 것에서 탈모를 연상하게 됩니다.

“함께 거론되는 것들은 연상 작용에 의하여 서로 관련이 있다고 오해하게 될 수 있습니다.”

-발을 다스려 줘야 되는 거예요. 우리 두피부터 탄력 있게 쫘뽀하게. 그래서 모발을 꽉 잡고 잡아 줄 수 있는 그 힘. 볼륨 없는 헤어, 그건 결국에는 힘없는 두피로 이어집니다. 그러면 힘없는 두피가 되면 다시 볼륨 없는 헤어로 모발이 점점 성성하게 성성하게 약순환이 반복되는 거예요.
- 그렇죠. (18012702 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“볼륨 없는 헤어는 두피의 영향일 수 있고, 이 제품을 사용해 두피가 건강해진다면 모발에 힘이 생겨 볼륨이 살아날 수 있습니다. 그리고 건강한 두피는 탈모 개선에도 필수이지요.” 등과 같이 인과 관계가 분명히 드러날 수 있도록 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

해당 드라이어의 좋은 점을 좀 더 실감나게 표현하기 위한 방편으로 비유를 사용하고 있습니다. 목적지까지의 이동 수단으로 자전거와 자동차를 비교하면서 자동차가 훨씬 빠르다고 먼저 속도를 기준으로 하였고 다음으로는 자전거를 타면 지친다고 쾌적함을 기준으로 하였습니다. 비유를 차근차근 되짚어 본다면 해당 드라이어를 사용하면 속도가 빠르고, 곧 머리가 빨리 마르고, 더 편안하게, 곧 더 손쉽게 머리를 말릴 수 있음을 말하고자 한 것이라는 점을 알 수 있습니다. 그러나 “그런데 자동차를 타고 가면 시원한 에어컨 바람이 빨리 도착하기 때문에 쾌적하게 땀 한 방울 안 흘리고 가요. 우리 모발이 그래요. 머리를 말리는데.”라는 발언에서 쇼호스트의 의도가 정리되지 않은 채 제품의 성능에 대한 설명과 비유가 뒤섞여 이해하기 어렵게 되었습니다.

“쉽게 이해하도록 하기 위한 유추가 명료하게 정리되지 않으면 오히려 설득력을 떨어뜨릴 수도 있습니다.”

- 그냥 저는요. 우리 지금 방송 보고 계시는 여러분들 우리 위에 있는 **PD. 이거는 여러분 누구나 이거 써봐도 돼? 그런데 써 보고 나면 뭐라고 말할 수 없는데 진짜 좋아. 그런데 그 진짜 좋은 걸 여러분들께 어떻게 표현하면 좋으냐면요. 우리가 어떤 목적지까지 갈 때 자전거 타고 가는 게 빨라요, 자동차 타고 가는 게 빨라요?
- 자동차가 훨씬 빠르죠.
- 그렇죠. 그러면 여름에 자전거로 어디 목적지를 가면 우리 지쳐요. 그런데 자동차를 타고 가면 시원한 에어컨 바람이 빨리 도착하기 때문에 쾌적하게 땀 한 방울 안 흘리고 가요. 우리 모발이 그래요. 머리를 말리는데. 자, 지금 채널 돌리신 분들 어떡하죠?

(18041304 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

마지막 발언을 “그런데 자동차를 타고 가면 빨리 도착할 수 있고 에어컨 바람을 쐬면서 쾌적하게 목적지에 도착할 수 있지요. 이 제품은 마치 자동차를 탄 것처럼, 시중의 일반적인 드라이어보다 훨씬 빠르게 모발을 말려 주고 스타일링도 쾌적하게 할 수 있습니다.” 등과 같이 대상의 특성을 두 상황에서 잘 연결하여 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



중국요리점에서 기본이 되는 음식이 짜장면인데 다 같은 짜장면이 아니라 음식점마다 수준 차이가 있고 먹는 사람이 체감할 수 있다고 하였습니다. 그런데 이것이 판매하는 제품의 어떤 점을 드러내기 위한 것인지 분명하게 드러나지 않습니다. 기본적인 것이 차이를 만들어내고 해당 제품의 브랜드에서 기본적인 데 우수한 기술을 가지고 있음을 언급하려는 것이 아닐까 추측할 수 있을 뿐입니다.

“비유를 통하여 강조하고 싶은 바를 분명하게 드러내야 설득력을 높일 수 있습니다.”

- 짜장면이 어느 집에서나 중국집에 가면 짜장면이 다 있어요. 그런데 어느 집 짜장면은 기가 막힌 명품 짜장면이 있고 어느 집 짜장면은 그냥 짜장면이에요. 그 차이의 맛의 차이는 우리 고객님들이 너무 잘 아세요. 다시 말씀드리면 면발의 차이, 춘장의 차이, 소스의 차이인데 132년의 트라이엄프가 제일 잘하는 것 중의 하나가 누드핏과 볼룸핏이에요.

(18032505 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“중국집에서 가장 기본이 되는 음식이 짜장면인데 다 같은 짜장면이 아니죠. 맛의 차이는 면발, 춘장처럼 기본 재료에서부터 차이가 나기 때문이에요. 브래지어와 팬티도 확연히 차이가 납니다. 트라이엄프가 제일 잘 하는 것이 속옷의 기본이라고 할 수 있는 누드핏과 볼룸핏입니다.”와 같이 비유를 통하여 강조하고 싶은 부분이 무엇인지 드러낼 수 있도록 공통 속성을 언급하는 방식으로 표현할 수 있습니다.

3) 부정확하거나 비일관적인 설명

시청자들이 쉽게 판단하기 어려운 전문적 정보를 다루는 중에 대상에 대한 정보가 부정확하거나 비일관적으로 다루어지는 경우 해당 제품 및 소개하는 주체에 대한 신뢰도가 모두 낮아질 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

일주일에 2회 정도의 착용으로 탈모 치료를 할 수 있음을 강조하기 위해 임상 시험 결과를 제시하고 있습니다. 이렇게 전문적 정보를 통해 해당 제품의 성능을 강조하고자 할 때는 그 실험의 과정 및 결과를 보다 자세하게 제시해야 합니다. 제품을 사용하기 전에 실험군 집단 모두가 '머리카락이 전혀 없는 상태'였다면, 실험이 이루어진 후 '머리카락이 났다'는 결과는 매우 긍정적인 변화일 수 있습니다. 그러나 일부 사람의 경우 실험 후에 '머리카락의 양이 더 풍성해졌다'는 결과를 보인 것으로 보아 그들은 실험 전에도 '머리카락이 있는 상태'였을 것으로 보입니다. 머리카락의 양과 관련하여 어떤 상태에 있는 실험군을 대상으로 실험을 했는지, 그들에게 얼마의 기간 동안 어떤 실험을 했는지, 그에 따른 결과를 정확히 제시하지 않으면 전문적 지식을 왜곡하여 활용했다는 평가를 받을 수 있습니다. 특히 '머리가 났다', '풍성해졌다' 등을 어떤 기준으로 판단하였는지 등을 명확하게 보고할 필요가 있을 것입니다. 해당 제품의 기능을 설명하는 과정에 임상 시험 결과를 핵심적 근거로 활용한다면, 그 실험에 대한 중요한 정보를 최대한 자세히 제시해야 할 것입니다.

- 그런데 놀라운 건 실험군 전원이 머리카락이 다 100% 났는데요. 그중에서도 남성들은 35% 풍성해졌고요. 여성들은 무려 37% 풍성해졌어요.
- 그런데 여기서 중요한 건 쓴 사람들 전원이 머리카락이 났다는 사실이에요.
- 났다는 거예요.
- 35%, 37%도 대단한 수치지만.
- 그렇죠.
- 일단 쓰기만 하면 머리가 난다는 게.
- 난다는 거죠.
- (중략)
- 실험군, 임상실험 데이터만 말씀을 드릴게요. 실험군 전원이, 전원이 100% 머리카락이 났어요. 그리고 남자는 풍성해진 정도가 35% 정도 풍성해졌고요. 여자분들은 머리카락이 조금 더 있잖아요. 가릴 수도 있고. 36%나 더 풍성해졌어요.

(17061307 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

인체 적용 시험 결과를 활용하여 제품의 효과를 설명할 때는, 인용한 연구에서 '실험 집단'과 '통제 집단'을 어떻게 설정하였는지, 그들에게 얼마의 기간 동안 어떤 실험을 하였는지, 어떤 방식으로 효과를 검증하였는지 등을 구체적으로 제시해야 합니다.

문제가 되는 점은?



이 제품이 관절에 도움을 준다는 효능을 앞세우고 있고, 인체 적용 시험은 그 성능을 뒷받침하는 검증 자료입니다. 그러나 8주간의 인체 적용 시험에 대한 정보가 너무나 소략하게 제시되고 있습니다. 8주간 복용 방법, 실험 집단의 통제 조건, 효과성 검증의 도구 등에 대한 자세한 설명 없이 ‘불편함이 감소했다’, ‘복용을 잠깐 중단해도 개선 상태가 유지된다’는 모호한 결과만 제시하고 있습니다. 전문적인 실험을 거친 결과를 전달하는 역할을 하는 사람이 그 실험에 대해 정확하고도 자세한 설명을 제시하지 않으면 그 정보는 오히려 발화의 설득력을 낮추게 됩니다.

- 인체 적용 시험을 해봤습니다. 45세에서 72세까지 남자, 여자 30명을 대상으로 8주 동안 두 달 했어요, 두 달. 몇 년 한 게 아니라 두 달 했어요. 그랬더니 관절과 관련했던 불편했던 수치들이 세 가지 영역에서 감소, 감소, 감소. 불편함이 감소되더라. 심지어 드시다가 잠깐 멈추더라도 개선 유지가 되더라. 이것 때문에 자신 있게 권해드립니다.

(18061301 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

인체 적용 시험 결과를 활용하여 제품의 효과를 설명할 때는, 인용한 연구에서 ‘실험 집단’과 ‘통제 집단’을 어떻게 설정하였는지, 그들에게 얼마 동안 어떤 실험을 하였는지, 어떤 방식으로 효과를 검증하였는지 등을 구체적으로 제시해야 합니다.

문제가 되는 점은?



해당 제품에 대해 ‘국내 유기농 생리대’라고 설명하였는데, 이후에는 다시 ‘영국 브랜드, 유럽 직수입’이라고 설명하고 있습니다. 브랜드 평판과 관련된 것을 지나치게 강조하는 것도 문제일 수 있지만, 동시에 국내에서 생산되는 것처럼 표현하는 부분과 영국에서 만든 완제품을 수입한다고 표현하는 부분에서 다루는 정보가 서로 상충됩니다.

- 나트라케어. 국내 유기농 생리대로 브랜드 평판 지수 거의 톱.
- 일단 영국 브랜드고 유럽 직수입 완제품으로 이렇게 해서 보여드리는데 보시면 이 상태 그대로 배송이 갈 겁니다.

(18042610 생활가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“나트라케어는 영국 브랜드로 이번에 판매하는 제품은 유럽에서 생산한 물건을 직수입한 것입니다. 이 나트라케어 브랜드가 국내에서 브랜드 평판 지수가 높기로 유명합니다.”와 같이 사실을 정확하게 제시하는 방향으로 바꾸어 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



특정한 식물을 판매하기 위해 식물이 기계보다 더 효과적으로 공기를 정화한다고 하려면 그것을 뒷받침하는 최소한의 자료는 제시되어야 합니다. 식물 내에도 오염된 공기를 정화하는 작용이 이루어질 수 있지만, 단순한 공기 정화가 아니라 최근 사회적 문제로 거론된 ‘미세 먼지’를 제거하는 데 도움을 줄 수 있다는 것을 강조하려면 이 또한 검증 자료가 필요합니다.

- 오죽하면 공기 정화기보다 식물이 낫습니다라는 얘기도 있잖아요. (중략)
- 그런데 여러분 보시면 아시겠지만 진짜 미세 먼지 제거 원리가 나오잖아요.
- 잘 알아서 크거나 심지어 TV 옆이나 부엌이라든지 왜 냄새 많이 올라오는 경우 내지는 막 걱정되는 애 분출될 것만 같은 그런 자리에 딱 비치해 두시면 애네가 마치 보호막을 딱 딱딱 형성하듯.
- 그렇죠.
- 차단의 능력까지도 갖추고 있어요.

(17112911 생활가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“근래에 미세 먼지가 하도 문제가 되다 보니까, 공기의 질을 조금이라도 좋게 하기 위해서 가정에서 공기 정화 기능이 있는 식물을 키우시는 분들이 많아지고 있습니다.”와 같이 특정 식물의 공기 정화 기능을 강조하는 정도로 바꾸어 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



해당 제품을 판매하는 매장 개수와 관련된 정보가 1,000개였다가, 6,000개까지 오가고 있습니다. 많은 나라에서 판매되고, 여러 개의 매장 수를 유지하는 만큼 판매량도 많고 인지도도 높다는 것을 강조하려면, 적어도 나라의 숫자, 매장의 숫자 정도는 어느 정도 일관된 수치로 제시되어야 합니다.

- 컬러가 보통 트라이엄프사가 트라이엄프가 전 세계 매장이 1000개가 넘어요. 1000여 개가 넘는단 말이에요.
- 나라가 120여 개예요. 제가 알기로 무슨 4000개인가, 6000개인가 매장이 엄청난 걸로 알고 있어요.

(18032505 패션)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

전 세계 매장 개수를 가급적 정확하면서도 일관되게 제시해야 합니다.

문제가 되는 점은?



설명을 들으면서 LDL이 ‘좋은 콜레스테롤’인지, ‘나쁜 콜레스테롤’인지를 이해하기 어렵습니다. 실제로는 ‘LDL=나쁜 콜레스테롤’에 해당하는데, 인용된 부분에서는 그런 부분이 모호하게 표현되어 있습니다. 흔히 콜레스테롤 수치는 높으면 모두 위험하다고 생각하지만 콜레스테롤은 ‘좋은 콜레스테롤(HDL)’로 불리는 것과 ‘나쁜 콜레스테롤(LDL)’이라 불리는 것으로 구분되고, 판매하고자 하는 제품이 ‘나쁜 콜레스테롤’을 감소시키는 데에 도움을 준다면 이 방송에서는 ‘콜레스테롤’, ‘나쁜 콜레스테롤’, ‘좋은 콜레스테롤’을 엄격하게 구분하여 사용할 필요가 있습니다.

- 자, 초록이 영양 정보 들어갑니다. 인스턴트, 패스트푸드 고객님 많이 드시죠?
- 네, 저 먹어요.
- 저 먹어요, 완전 좋아요.
- 그런데 이게 뭐가 문제인지 아세요? 콜레스테롤 LDL이라고 하는 나쁜 콜레스테롤이 이 안에 들어있어요.
- LDL 좋은 콜레스테롤이 있고 나쁜 콜레스테롤이 있는데 나쁜 콜레스테롤 잡는 LDL 잡는 바로 혈중 콜레스테롤을 개선해 주는 녹차의 카테킨 성분이 이 안에 들어가 있고요.

(18041905 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“콜레스테롤에 대해 대부분의 사람들이 안 좋은 것으로만 인식하는 경향이 있습니다. 그런데 콜레스테롤은 ‘나쁜 콜레스테롤’과 ‘좋은 콜레스테롤’로 구분됩니다. ‘나쁜 콜레스테롤’은 LDL이라 불리는 것으로서, 그 수치를 낮추기 위해 노력해야 합니다. 이 제품은 그 ‘나쁜 콜레스테롤’의 수치를 낮추는 데 효과적입니다.” 등과 같이 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



체지방 감소에 도움을 주는 건강 보조 식품에 대한 방송이라면, 그 제품에 포함된 성분, 그 성분의 효능, 복용 방법 등이 ‘핵심적 정보’에 해당합니다. 그런데 방송 중에 ‘1일 권장 복용량’의 분량이 어떤 때는 ‘두 알’이었다가 이후에는 ‘세 알’로 바뀝니다.

- 하루 기준 저희가 두 개를 권장합니다마는 (중략)
- 이거 분홍이, 이거 식전에 한 알 드시면 되는데요. 저는 뷔페 갈 때는 두 알 먹어요. 원래 세 알 권장하거든요.

(18041905 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

하루 권장량을 명확하게 밝히고, 그 권장량을 지켜 섭취하도록 안내해야 합니다.

4) 전문적 지식에 대한 해석의 오류

제품을 소개할 때 전문적이거나 학술적인 지식이나 용어가 사용될 수도 있고, 전문적 지식에 대한 해석이 뒤따를 수도 있습니다. 이때 '전문성'의 직접적인 출처인 과학자나 의사 등의 전문가군의 역할이 있고, 그에 대해 해석을 제공하는 쇼호스트의 역할이 구분되어야 합니다. 때때로 전문적 지식에 대한 '해석'이 지나치게 주관적이거나 자의적이어서 해당 제품에 대해 정확하지 않은 정보, 왜곡된 정보가 제공되기도 합니다.

문제가 되는 점은?

'혈행'은 일상적으로 자주 사용하지 않는 의학 용어로 '<의학> 피가 뚫. 또는 그런 흐름.'을 의미합니다. 이렇게 혈액의 흐름을 원활하게 한다는 의학 용어를 사용하여 그 효과를 제시하려면, 적어도 어떤 성분이 그런 효과를 내는지, 그런 효과를 낸다고 입증할 만한 어떤 근거가 있는지를 함께 제시해야 합니다. 방송 중에 혈행 개선을 입증할 만한 자료는 제시되지 않았으나, '혈행 개선'은 방송 내내 강조된 바 있습니다.

- 피부 혈행까지 개선해 줍니다.
 - 아니, 클렌저인데.
 - 혈행을.
 - 혈행 개선에까지 실제 도움을 드리다 보니까 혈행이 왜 중요하냐면 혈행이 어디든지 마찬가지. 막히면 칙칙해지고 막히면 문제가 생기는 거예요.
 - 좋지가 않잖아요. 피부 혈행 개선에까지 실제 도움을 드리는 제품이다 보니까 정말 많은 분들이 함께해 주고 계시는 가운데 자.
- (중략)
- 제가 이런 분들을 젊게 만들어 주는 역할을 하는 이 아이를 제가 진짜 애는 씻어내면 그만 인 애를 어떻게 수분 폭발을 해 주게 해 주고, 결을 좋아지게 하고 혈행을 원해요.

(18032206 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

혈행 개선을 뒷받침할 수 있는 자료들을 제시하는 방향으로 수정하는 것이 적절합니다.

문제가 되는 점은?



해당 건강 보조 식품에는 9가지 비타민, 미네랄이 성인 1일 권장 섭취량보다 많게 포함되어 있다고 설명하고 있습니다. 그러나 이때 포함된 비타민이 어떤 것인지를 제시할 필요가 있습니다. 대체로 비타민B 복합체나 비타민C와 같은 수용성 비타민은 1일 기준치 이상을 섭취하여도 체내에 축적되지 않고 배설되므로 몸에 해를 끼치지 않지만, 일부 지용성 비타민의 경우 체내의 지방에 녹아서 저장되어 1일 기준치 이상을 섭취하는 것이 몸에 해로울 수 있습니다. 특정한 영양 성분의 경우 '기준치 이상을 먹는 것'이 해로울 수 있는데도, 구체적인 비타민 종류를 밝히지 않은 상태에서 '무조건 많은 양이 포함되어 있으므로 좋다'는 것을 강조하는 것은 전문적 정보에 대한 잘못된 해석이라 할 수 있습니다.

- 9가지 비타민, 미네랄이 심지어 기준치대비 100% 이상이에요.
- 하루 기준치 100% 이상.

(18041905 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

어떤 비타민이 포함되어 있는지 정확하게 제시하는 방향으로 수정하는 것이 적절합니다.

문제가 되는 점은?



체지방 감소를 돕는 기능을 내세우는 건강 보조 식품을 판매하는 장면에서 쇼호스트는 전문적 정보를 전달하는 역할을 합니다. 그런데 1일 권장 복용량이라는 것은 그 식품 내에 포함된 성분의 특성과 관련하여 정해진 것일 텐데, 쇼호스트가 자의적인 판단과 함께 복용량을 조절할 수 있다고 언급하고 있습니다. 이러한 자의적 판단을 열어 주게 될 경우 1일 복용량이 무한대로 많아질 수 있고 그렇게 될 경우 건강에 해를 끼칠 수도 있습니다.

“건강 보조 식품 등에 대하여 권장량, 성분 표시 등에 대해서는 주관적 해석보다는 ‘정확한 정보 제시’가 중요합니다.”

- 하루 기준 저희가 두 개를 권장합니다마는 이게 좀 세서 저는 한 알 먹습니다. 저는 지금 작년 7월부터 지금까지 먹지만 세서요. 이게 좀 세서 저는 한 알로도 충분하더라고요. (중략)
- 이거 분홍이, 이거 식전에 한 알 드시면 되는데요. 저는 뷔페 갈 때는 두 알 먹어요. 원래 세 알 권장하거든요. 그냥.
- 그냥 식사하시기 전에 탄수화물 드시기 전에 빵, 밥, 면, 국수 이런 거 드시기 전에 하나 드시면 돼요.

(18041905 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“하루 기준 두 개를 권장합니다. 다만 특정 체질, 특정 상황에서는 세 알을 먹는 것까지 가능하다고 설명서에 제시되어 있습니다.”와 같이 정확한 정보를 제시하고, 그에 대해 과도하게 해석하는 부분을 삭제하는 방향으로 바꾸어 표현할 수 있습니다.

5. 구매 기회 및 구매 이익 강조 전략

어떤 전략인가요?

홈쇼핑 방송에서는 시청자가 판매하려는 제품에 대하여 필요를 느끼게 하는 데서 그치는 것이 아니라 최종적으로 해당 방송을 통하여 그 제품을 구매하는 행위를 하는 데까지 이르도록 설득해야 합니다. 시청자가 방송 시간 내 구매를 결정하고 이어서 방송 시간 내 구매 행동을 하게끔 하기 위해 쇼호스트는 제품 가격이 저렴하다거나 구매할 때의 부담을 낮출 수 있거나 함께 제공하는 제품을 강조하여 해당 제품을 구입하기 위한 가장 좋은 기회라고 지금 구매하는 것의 이득을 설득합니다. 또, 쇼호스트는 해당 제품을 저렴한 가격에 구입할 수 있는 기회가 흔하지 않다거나, 준비한 제품의 수량이 많지 않으니 구매를 서둘러야 한다고 하여 제품을 구매하기 위한 좋은 기회를 놓칠 수 있으며 지금밖에 기회가 없음을 강조합니다.

“홈쇼핑에서 구매 행위를 결정하는 결정적인 설득이 구매 시 편의와 이득과 관련한 부분인 만큼 정확하게 정보를 전달하는 것이 중요하다는 점 기억해 주세요.”

시청자들이 제품에 대해 불만을 가지는 경우 주로 제품을 제조한 측에 문제가 있다고 생각하지만 구매를 하는 과정에서 가격이나 사은품, 추천 혜택 등 구매 행위와 관련한 약속에서 문제가 발생하는 경우에는 쇼호스트를 비롯하여 판매하는 측에 부정적인 인상을 가지게 됩니다.

어떤 문제가 있나요?

제품을 지금 당장 구매하지 않으면 구매 기회를 놓치게 된다고 하여 지나치게 구매 경쟁을 조장하는 경우, 제품을 구입하여 사용하게 될 때 예상되는 이득을 과장하는 경우, 지불 방식이나 구매 시 혜택을 설명하면서 혜택이 실제보다 더 많은 것으로 오해할 수 있는 여지를 제공하는 경우 등의 문제가 있습니다.

1) 지나친 구매 경쟁 조장

곧 매진될 것임을 지나치게 잦은 빈도로 알리는 것 등은 총동구매를 유도한다는 측면에서 이미 제한적으로 활용되고 있는 전략이지만 다른 사람들과 제품 구매를 경쟁하게 하는 것 또한 총동구매를 유발할 수 있는 전략입니다. 많은 사람들이 구입하고 있다거나 수량이 많지 않다는 등 현재의 상황을 보여 주는 방식을 취하는 것이 상대적으로 소극적인 구매 행위 촉구 방식이라면, 제품을 다른 사람으로부터 쟁취해야 하는 상황으로 그리는 것은 보다 적극적인 구매 행위 촉구 방식으로 지나친 경쟁 구도 형성은 피하는 것이 좋습니다.

문제가 되는 점은?

제품을 구입하지 않는 것을 시청자가 기회를 뺏기는 것으로 보게끔 발언하고 있습니다. 내가 소유할 수도 있었던 것을 타인에 의하여 박탈당한다는 관점을 씌우는 것은 해당 제품이 매진될 수 있음을 알리는 것과 달리 패배감을 심어줄 수 있으므로 시청자에게 불필요하게 불안감과 불쾌감을 동반할 수 있습니다.

“한정된 제품을 남들보다 빠르게 쟁취해야 하는 것과 같이 안내하는 것은 불필요하게 구매 경쟁을 조장하는 것입니다.”

- 방송 중에 들어오셔서 더블찬스 기회까지 8병 구입하시는 분들은 16병 가져갈 수 있는 찬스예요. 얼른 들어오세요. 얼른 들어오세요. 뺏기지 마세요.

(중략)

- 아까 방송하고 나서 고객님, 여유 있게 차 한잔 하시면서 굳건질하지 마시고요. 적당히 드세요. 드시고 싶은 거 드세요. 그런데 똑똑하게 예뻐지실 기회를 뺏기지 마시고 놓치지 마세요. 이왕이면 롯데에서 하세요. 1초당 10병씩 판매가 됩니다. 1초당. 눈 깜빡할 사이에 10병씩 호로록 호로록 판매가 되고 있어요. 제가 말씀드렸죠. 7월 9일 날 제가 론칭해서 지금까지 단 한번도 매진이 안 된 적이 없어요. 내가 안 사면 저기 창희 엄마가 사고요, 서영이 엄마가 사고요, 저기 승빈이 엄마가 사고요, 다 사요. 뺏기지 마세요. 놓치지 마세요.

(중략)

- 이제 진짜 마지막 주문전화 받습니다. 어차피 여러분 안 사셔도 다른 사람이 사요. 전체 매진 준비 아마 8병부터 되는 거죠.

- 아, 그럼요. 지금 8병 매진은 거의 확실시된 것 같거든요. 말씀드렸던 것처럼 내가 안 사면 남이 삽니다. 경쟁자 분들 치열하게 빠르게 들어오고 있으니까요. 빠른 선점 부탁드릴게요.

(18041905 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

다른 사람이 구매하고 있고 판매하는 제품의 수량이 빠르게 줄어들고 있음을 알리되 ‘뺏기다’라는 표현을 자제하는 것이 좋습니다.

문제가 되는 점은?



방송 중에만 저렴한 가격으로 해당 제품을 구입할 수 있다는 점을 언급하였습니다. 그런데 일부에서는 방송 이후에는 해당 제품을 구입할 수 없다고 마치 홈쇼핑 방송에서 마지막 물량을 판매하고 있는 것과 같이 표현하고 있습니다. 시청자가 해당 제품을 더 이상 어떤 경로로도 구입할 수 없는 경우가 아니라면 이런 표현은 지양해야 합니다.

“제품과 제품 구매 기회의 희소성을 지나치게 강조하는 것은 아닌지 고려해야 합니다.”

- 방송에서만 세일. 그것도 설맞이 여기 세일, 세일. 저희가 갈 때마다 이렇게 보여 드릴게요.
- 방송 끝나면 세일 종료해요.
- 아예 못 구입해요.
- 맞습니다.
(중략)
- 방송에서밖에 안 된다니까요. 그런데 그 방송도 설을 앞두고 바로 패밀리세일 방송 끝나잖아요? 아예 구입도 안 되죠. 세일도 못 받죠. 75만 원대 V8을요. V8이요, V8이요. 그래서 전 상담원 통화예요.
(중략)
- 그렇죠. 제일 좋은 라인. 가장 최고급 라인이 V8인데. 그 V8조차 중에서도 가장 최신상이 오늘 이 제품. 그런데 가격은 V8 가격이라고 믿어지지 않는 앞에 글자가 7자. 오늘 세일입니다.
- 세일이죠. 거기다가 아까 보였던 가방도 다 드리는데 이거 보세요. 백화점 똑같은 상품에다가 여러분, 아니. 이 흡입력 가장 큰 흡입력 155에어와트의 세일이라면 오늘 놓치시면 안 돼요.
- 맞습니다. 고객님, 방송 끝나면 아예 구매도 안 되시고 아예 세일도 종료가 됩니다. 방송 중에만 세일이기 때문에 양해를 부탁드립니다. 방송 끝나면 아예 이 가격으로 구매 자체가 아예 안 되시는. 그냥 이 가격 아니고 세일 끝난 가격으로도 아예 주문이 안 되세요.
- 그리고 6만 원대 드리는데 문제는 24분 후면 저희 공짜 찬스 또 들어가는데 방송 끝나면 아예, 아예 이 제품 자체를 구입조차 못해요.
- 세일도 끝나요.

(18021103 생활 가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“방송 끝나면 이 가격으로 구입할 수도 없고, 요즘 이 제품 구입하는 것 자체가 쉽지 않습니다.” 등과 같이 표현할 수 있습니다.

2) 긍정적 소비 가치 과장

제품을 구입하는 행위를 통해 소비자는 물론이거니와 소비자 주위의 가까운 사람들에게도 제품 사용을 통한 효용이 발생할 수 있습니다. 제품을 사용함으로써 주변 사람들뿐 아니라 지역 공동체나 국가 등 사회적 이로움이 발생할 수도 있는데 이러한 것들을 제시하는 과정에서 과장하게 되기도 합니다.

문제가 되는 점은?

자녀가 수행할 학습 프로그램 혹은 도구를 구입하는 것인데 마치 자녀의 생활을 어머니가 설계하는 것과 같이 제시하고 있습니다. 시청자가 상대에게 미치는 영향력과 제품 구매의 의미를 과하게 드러내어 이타적인 욕구나 행위를 자극하는 것입니다.

“시청자가 가족을 사랑하는 마음을 지나치게 자극하고 있습니다.”

- 맞아요. 책 4권 받으시는 거니까. 이제 시간 2분 정도 더 드리겠습니다. 너무나 소중한 다시는 돌아오지 않는 우리 아이의 시간을 우리 엄마가 한 번 만들어 가 주시죠. 시간 2분 더 드릴게요.

(18010403 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“너무나 소중한, 다시는 돌아오지 않는 우리 아이의 시간을 할애할 만한 가치가 있는 학습을 하는 데 여러분이 도움을 줄 수 있습니다.” 등과 같이 구매 행위가 상대에게 미치는 영향을 적당한 범위 내에서 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

‘원 플러스 원’인 경우 나누어 쓰는 좋은 방법을 제안하는 것도 효과적인 구매 설득 전략입니다. 그러나 부모님께 용돈을 얼마 드리는지 물으면서 선물을 제안하는 것은 효도에 대한 의무감이나 죄책감을 불러일으킬 수 있습니다.

- 맞습니다. 지금 여러분, 1번이 1+1이 열 분 중에 아홉 분. 보통 어머니님 용돈 얼마 드립니까? 이거 선물 하나 해 드리면 우리 어머니 이번 여름에 건강하게 시원한 바람, 신일의 에어서클레이터 그것도 롯데 단독 옛지화이트.

(18061912 생활가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

‘보통 어머니님 용돈 얼마 드립니까?’를 삭제하고 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



부모님께 드리는 용돈 및 선물 액수에 대한 개인적인 평가가 제시되고 있습니다. 부모님께 용돈으로 10만 원을 드리는 것에 대해 '죄송할 만큼 적다'라는 것은 개인적인 견해에 불과합니다. 효도의 방법이 항상 선물이나 용돈을 드리는 것만은 아닐 수 있고, 그 금액 또한 개인의 사정에 따라 달라질 수 있으므로 조금 더 신중하게 발언할 필요가 있습니다.

- 아니, 그리고 어머니님, 아버지님께 용돈 10만 원 드리는 거 죄송하잖아요.
- 청소하시면서 아이고, 우리 며느리가 사 줬다. 우리 아들이 사 줬다. 여러분 선물 하실 수 있도록 그쪽에 보내 주시고 어머니님.

(18040505 생활가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“어머님, 아버님께 용돈 드릴 때 얼마나 드려야 할지 고민되잖아요”, “이 가격만큼 용돈을 드리면 적은가 죄송한 마음이 들 수도 있는데 이 제품을 드리면 얼마인지가 문제가 아니라 청소하시면서 아이고, 우리 며느리가 사 줬다, 우리 아들이 사 줬다, 생각하실 거예요.” 등과 같이 바꾸어 쓸 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



쇼호스트는 해당 방송 중에 판매하는 건조기와 다이슨 청소기를 어머니께 선물했다는 사실을 과시하고 있습니다. 두 제품 모두 고가의 상품들로 일반인들이 부모님용 선물로 선택하기에 부담스러운 금액일 수 있습니다. 쇼호스트 자신을 하나의 준거 집단으로 설정할 때 '이런 정도는 부모에게 선물한다', '선물=효도의 방법' 등으로 인식하게 하는 것은 특정한 소비자들을 불편하게 할 수도 있습니다.

- 그래서 엄마한테 선물 드린 거예요. 다이슨하고.
- 다이슨하고 같이?
- 최고예요, 최고.
- 받아보시고 이렇게 쓰십니다.
- 이를 만에 설치받았어요. 이를 만에. 시험 삼아 퀴사이즈 이불 에어워시 한 번 해 봤어요.

(18022404 생활가전)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“선물 준비하면서 저도 부담이 많이 되기는 하였지만 최고예요, 최고.” 등과 같이 과시하는 것으로 느껴지지 않도록 스스로를 낮추는 표현과 함께 쓸 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

설이나 추석 선물, 효도 선물 품목 등으로 잘 거론되지 않는 소파를 부모님께 드리는 설 선물용 물품으로 반복적으로 제안하고 있습니다. 고가의 상품인 만큼 이런 선물을 드리는 것을 일 변화하는 것은 특정한 소비자들을 불편하게 할 수 있습니다.

- 부모님께 소파 선물하고자 하시는 분들도 요즘 되게 많으시고
(중략)
- 혹시 이제 설 전에 부모님께 선물하고자 하시는 분들 같은 경우에는 오늘 이 시간을 정말 놓치지 마십시오.
(중략)
- 설에 우리 부모님 딱 바뀐 드리면 얼마나 좋아하실까요.
- 너무 좋아하시죠.

(18021609 생활가전)

3)
구매 방식 관련
오해할 수 있는
정보 제공

쇼호스트는 저렴한 가격과 부담을 덜어줄 수 있는 지불 방식의 매력을 호소하고, 이에 더하여 덤을 주거나 다른 제품을 함께 증정하는 등으로 시청자에게 이득이 된다는 제안을 합니다. 이때 여러 가지 혜택을 동시에 소개하면서 시청자에게 돌아가는 이득이 더 큰 것으로 보이게 하거나 시청자가 오해할 수 있도록 부정확하게 정보가 제공되기도 합니다.

문제가 되는 점은?



덤인 샤넬백은 추첨을 통해 주어지는 것인데 마치 모든 구매자가 받을 것 같은, 혹은 쉽게 받을 수 있을 것 같은 인상을 주고 있습니다.

“추첨으로 덤을 증정하는 경우 추첨이라는 점과 조건을 분명하게 언급함으로써 오해를 피할 수 있습니다.”

- 사실 이런 방송에는 저희끼리 조건을 정말 1부터 10까지 다 얘기해 드릴 수밖에 없는 게 지금이 샤넬백. 오늘 여러분들께 샤넬백 제가 실물로 다시 보여 드려야겠어요.
- 이거 심쿵했어.
- 완전 복이야.
- 이거...
- 신상이에요.
- 웬일이야.
- 이쪽으로 보여 드려야겠다.
- 짱해라.
- 제가 신세계 강남 가서 봤잖아요.
- 가게에 있는 거.
- 너무 예쁘잖아요.
- 너무 예쁘죠? 나 이거 지금 흠집 날까 봐 손도 안 댈게요. 고객님의 거니까 조금 이따가 나쁜 여자쇼 끝나고요. 바로TV, 아이몰 들어와서 자기 이름 있나 꼭 확인하세요.
- 맞아요.
- 바로 저희 추첨할 겁니다. 여러분들께 드릴 거고요.
- (중략)
- 주문 2번이 위험해요. 매진될 수 있습니다. 23병을 드리고 무료 체험까지 딱딱 채워서 드릴 테니까 매진되기 전에 들어오시고 샤넬백이 걸려 있는데 저희 1분 뒤면 샤넬백도 같이 사라지니까요. 무료체험 원하시는 분들, 샤넬백 원하시는 분들 얼른 들어오시기 바랍니다.

(18040107 뷰티)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“샤넬백을 추첨으로 드리고 있는데 1분 뒤면 기회가 사라지니까요. 무료 체험 원하시는 분들, 샤넬백 당첨 원하시는 분들 얼른 들어오시기 바랍니다.” 등과 같이 추첨임을 명시하여 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



예약을 하면 차량, 적립금, 상품권, 사진 인화권을 추첨을 통해 받을 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 다양한 혜택을 준비하였기 때문에 정확하게 언급하는 것이 복잡할 수 있으나, 적립금이나 상품권인데 금액만을 언급하는 경우 현금으로 오해할 수 있다는 점, 사진 인화권과 인화 할인권은 다른 것인데 두 가지 모두를 사용하고 있다는 점, 적립금으로는 총 천만 원, 상품권으로는 총 육백만 원으로 총액을 언급하여 큰 금액의 혜택을 받는 것과 같은 인상을 줄 수 있는데 개인이 받을 수 있는 혜택은 적립금의 경우 백만 원, 상품권의 경우 오십만 원이라는 점, 추첨과 100% 증정의 구분이 분명하지 않다는 점, 본 상품에 대한 설명에 비하여 덤 상품에 대한 설명이 큰 비중을 차지한다는 점 등은 시청자가 오해할 수 있는 부분입니다.

“덤 상품의 명칭과 단위 등을 정확하게 사용해야 합니다.”

- 자, 여러분. 지금 벌써부터 예약 열기가 아주 뜨거운데요. 저희가 동시에 오늘 혜택을 잠깐 보여 드리면 적립금도 1000만 원이 있고. 여기에 또 차량 경품이 다섯 대가 동시에 진행이 되고 있습니다. 그러니까 이런 기회가 예약만 해도 가능한 거예요.
- 그렇죠.
- 저는 특히나 차를 알아보려고 하시는 분들 차가 다섯 대입니다. 오늘.
- 벤츠, bmw, QM6, 티볼리와 아반테까지 있고.
- 그렇죠. 번호만 남기시면 고객님의 행운 안에 들어가시는 거고 여기에 자, 알고 계시죠. 롯데 홈쇼핑이 산타가 되어 드립니다. 오늘 적립금 총 1000만 원. 100만 원씩 열 분께 쏟아지는 이 방송 080 000 1000번으로 남기시면 되겠습니다.
(중략)
- 1000만 원도 당첨의 기회가 있는데 그냥 예약만 하시면 되는 거데요, 100만 원 당첨자가 열 분 계십니다.
- 그렇죠. 거기에 오늘 총 600만 원의 롯데 모바일 상품권 실시간 당첨의 행운까지. 이게 다 예약만 하시면 되는 혜택이란 말이죠.
- 맞아요. 그러니까 이런 기회가 이제 올해는 없는 거예요. 오늘 이후에는 아예 없기 때문에 지금 모미 5만 원, 또 후지필름 5000원. 이런 100% 예약 고객 선물까지도 꼭 받아보시면 좋습니다.
- 자, 화면을 통해서 보시죠. 딱 찬 행운이 오늘 안에 다 쏟아집니다. 그래서 지금 보시는 차량 다섯 대. 적립금 1000만 원, 상품권 600만 원. 그리고 모미와 후지필름 인화권의 할인까지.

(17121713 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

‘롯데 적립금 100만 원’ 혹은 ‘롯데 모바일 상품권 50만 원’, ‘사진 인화 할인권’ 등 정확한 명칭을 사용합니다. “예약만 하시면 주인공이 될 수 있는 기회를 얻으실 수 있습니다.”, “적립금 총 1000만 원을 준비했습니다. 100만 원 적립금의 주인공을 열 분 추첨합니다.” 등과 같이 예약을 하면 덤을 받을 수 있는 것이 아니라 받을 수 있는 기회를 얻게 된다는 점을 분명히 하고 실제 개인이 받게 되는 덤의 크기를 정확하게 제시하는 표현을 사용할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

연락처를 남겨 보험 예약 상담을 하면 가입하지 않아도 오븐을 무료로 받을 수 있다고 하면서, 무료 상담, 무료 배송, 오븐의 유용성을 주로 설명하고 있습니다. 그런데 오랜 반복 설명 끝에 서야 7분 이상 상담을 받아야 한다는 조건이 있음을 알 수 있습니다.

“덤이나 여타 혜택이 조건이 있는 경우 시청자가 분명히 인지할 수 있도록 해야 합니다.”

- 얼마나 좋아요. 여러분 오늘은 오늘요. 나 얼마 내면 되지? 보험료가 얼마야. 고민하지 마시고요. 080 000 1000번으로 들어오세요. 이런 기회가 있을 때 함께하시기 바랍니다. 깜짝찬스 안에 오셨기 때문에 오늘요, 가입을 하지 않으셔도요.
- 안 하셔도.
- 지금 화면에 보이는 이스타 사인 미러오븐을 무료로 받으실 수가 있습니다.
- 맞아요.
- 무료 상담을 받으시고 무료로 받으실 거예요. 가입으로 하지 않으셔도요. 상담만 받으셔도 저희가 상담만 받으셔도 무료로 드릴 거기 때문에 아니, 예쁜 오븐 하나 가지고 계시면 얼마나 좋아요.
- 그러니까.
- 토스터기로 쓰시고 오븐으로 쓰시고 베이킹도 하시고 지금 이 순간 여러분 연락처 남기고요. 나중에 상담만 받으세요. 상담만 받으셔도 가입을 하지 않으셔도 무료 상담에 무료 배송 받으실 거예요. 무료 배송 받으실 수 있는 번호는 080 000 1000번. 깜짝찬스 안에 오셨기 때문에 저희가 드릴 수 있는 혜택이거든요. 가입도 없고 결제 결제도 없어요. 그냥 이 순간 연락처 남기시면 돼요. 그러면 상담만 받으셔도 지금 화면에 보이는 이 예쁜.
- 그러니까.
- 이 예쁜 오븐을 저희가 무료 배송 해 드릴 거니까 이왕이면 지금 기회 있을 때 들어오세요. 검색창에 이스타 사인 미러 오븐기 쳐보시고 12리터라고 한 번 검색해 보세요. 정확한 정보부터 다 보실 수가 있습니다. 그런데 이거를 가입하지 않으셔도 무료로 받으실 수 있는 거니까 지금 보세요. 7분 이상 상담 받으시면 되고요. 저희 월 1회 드리도록 하겠습니다. 가입도 결제도 없이 무료 상담, 무료 배송 받으실 겁니다.

(17092515 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“상담을 7분 이상만 받으시면 배송까지 무료로 이스타 사인 미러 오븐을 드립니다.”와 같이 덤을 증명하는 조건을 명시하여 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?



예약을 하면 쇼핑 지원금 총 사천만 원을 받을 수 있는 기회가 있는 것처럼 안내하고 있습니다. 그러나 천만 원씩 네 명에게 제공되는 것이라 실제 개인에게 돌아갈 수도 있는 혜택은 천만 원인데, 마치 개인이 사천만 원을 받을 수 있는 기회가 주어지는 것처럼 오해할 수 있습니다. 방송 중에 정확한 조건이 언급되지 않는 것은 아니지만 방송을 처음부터 끝까지 시청하지 않는 시청자들을 고려하는 것이 필요합니다.

“개개인이 받을 수 있는 덩이 아니라 준비한 총액을 잦은 빈도로 제시하는 것은 시청자가 혜택의 크기를 실제보다 큰 것으로 오해하게 할 수 있습니다.”

- 맞아요. 고객님, 특히 동유럽 여행 200만 원 넘어가는 것도 정말 파다하거든요. 그러니까 한 달에 14만 원대부터. 여기에 공짜 여행 추천 들어가고 있습니다. 저희 세 분을 추천을 해서 이게 뭐 30만 원, 40만 원 동남아 여행도 아니고.
- 그렇죠.
- 100만 원 후반대인데. 이게 공짜 여행 세 분 추천 저희 들어갑니다. 그리고 상담 예약만 남기시더라도 LG 트롬 건조기 30분 추천의 혜택을 누리 보시고요.
- 그렇죠.
- 쇼핑 지원금 총 4000만 원의 기회까지 이 방송 안에 다 들어와 있어요.
- 예약만 남기시면 돼요. 그리고 이 모든 조건 자체가 방송에서만 드리는 조건, 혜택이기 때문에 오늘은 그냥 짬해 놓으시고 예약이라도 걸어 두시면 될 것 같습니다. 오늘 방송 종료 후에 이런 혜택들 다 없어지고 저희가 해피콜 다 드릴 텐데. 그때 가서 100% 취소, 변경 이런 거 다 되니까 어차피 나중에 지금 뭐 최종 결정하려고 남편과 상의하고 이리실 필요 없습니다. 그냥 짬해 놓으세요. 인원수대로만 예약 남기시면 되는 거잖아요.

(17062312 무형)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“쇼핑 지원금 1000만 원을 받을 수 있는 기회를 네 분께 드립니다.”와 같이 개인에게 돌아가는 혜택으로 표현할 수 있습니다.

문제가 되는 점은?

지불하는 금액이 얼마나 사소한 것인지를 체감할 수 있도록 주위에서 혹은 일상적으로 경험하는 체험을 끌어다 설명할 수 있습니다. 이 경우 최대 혜택을 받는 경우 1병당 혹은 1회당 금액을 바꾸어 보여 주는 반면 구입은 날개가 아닌 묶음으로 해야 하는 동시에 모든 혜택이 개인에게 가능한 것은 아니라는 점에서 금액의 부담을 지나치게 최소화한다는 문제가 있습니다.

“가격 부담을 최소화하여 제시하여 시청자가 실제 지불할 때 실제적 혹은 심리적 차이가 발생할 수 있습니다.”

- 여러분. 시작하실 수 있게끔 도와드리는 GRN이고요. 한 병당 가격 따져보면 1만 4975원 꼴. 커피에 케이크 하나만 안 드셔도 이 가격 충분히 나옵니다. 지금 드시는 그 브런치 생각만 안 하시더라도 충분히 가져가실 수 있는 혜택이고요. 자, 8병 세트 같은 경우에는 무이자 6개월, 한 달에 1만 원대. 심지어 자동 주문 전화 들어오면 1만 원까지 푹 떨어져요. 추천해 드립니다.

(18041905 식주방)

[이렇게 고칠 수 있습니다]

“한 병당 가격 따져 보면 1만 4975원꼴. 누구를 만나서 커피 한 잔에 케이크를 주문하거나 브런치 드시면 이 정도 가격이지요. 네 병 구성은 이렇게 네 번 안 먹으면 넉 달을 편안한 다이어트와 함께할 수 있습니다.” 등과 같이 실제 구매 부담과 좀 더 근접하게 표현할 수 있습니다.

잘 하고 있는 것은 **이어나**가고
부족한 부분은 **보완**해 나가고
필요한 것은 새롭게 **채워**나가며

한 단계씩 앞으로 **나아**갑시다.

홈쇼핑 언어 사용 지침서

발행일 2019년 5월

인쇄일 2019년 5월

발행처 롯데홈쇼핑

