

문화방송노보

발행인 오동은
편집인 이승준
편집 송옥분
주소 서울 마포구 성암로 267
MBC 경영센터 2층
TEL 02_789_3881~6
FAX 02_782_0135
www.mbcunion.or.kr
2020년 5월 21일

NATIONAL UNION OF MEDIAWORKERS MUNHWA BROADCASTING UNION

위기의 시대, MBC는 준비되어 있는가



코로나19의 기세가 조금은 누그러지는 모양새다. ‘포스트코로나’ 시대에 대한 논의도 터져 나오기 시작했다. 코로나19가 바꾸어버린 세상은 누군가에게는 생존을 걱정해야 하는 위기로, 누군가에게는 새롭게 성장할 수 있는 기회로 작용하기 때문이다. 이 시점에서 우리는 질문해야 한다. 코로나 이전부터 연습해온 지상파의 위기에 코로나 이후의 불확실성까지 겹쳐진 상황 속에서 우리는 과연 무엇을 할 것인가. 무엇부터 시작해야 할 것인가.

코로나19와 MBC의 위기

코로나19의 확산으로 MBC는 절체절명의 위기에 고스란히 노출되었다. 무엇보다 경영 위기가 더 심화되고 있다. 국내외 경제가 불확실성에 노출되면서 기업 활동은 위축됐고, 방송광고 시장 역시 냉각됐다. 이 상황이 장기화된다면, 기존의 누적 적자에 하중이 더해지며 MBC의 경영위기는 더 커질 수 있다. 이러다가 ‘천억 적자’는 저지선이 아니라 목표선이 될 수도 있다.

저널리즘의 위기, 기회의 역설

하지만 코로나19가 초래한 최악의 상황에서 우리는 기회도 함께 보게 되었다. 사회 공공재로서 언론의 중요성이 대두되면서, 공영방송으로서 MBC의 위상과 영향력을 강화할 수 있는 공간이 생긴 것이다. 코로나19를 둘러싼 가짜 뉴스의 폐해가 노출되면서, 신뢰할 수 있는 언론에 대한 필요성은 더욱 높아졌다. 이제 국민들은 권력과 자본으로부터 독립된 공영방송이

공공의 이익을 위해 어떤 역할을 할 수 있는지 직·간접적으로 체험하고 있다. 코로나19 이후에도 MBC가 그런 역할을 제대로 수행한다면, 굳건한 공영방송의 토대가 마련될 가능성은 높아질 것이다.



한류의 재도약, 관건은 MBC의 역량

콘텐츠 생산자로서의 기회도 찾을 수 있다. 국내외에서 자가격리가 실시되면서 TV를 포함한 미디어 소비의 증가했다. 지금까지 그 수혜는 글로벌 OTT와 통신사가 차지하고 있는 형국이다. 넷플릭스는 지난 1분기에 전년 대비 109% 늘어난 1조 839억 원의 사상 최대 매출을 올렸다. 국내이동통신 3사의 미디어 콘텐츠 매출도 성장했다. 하지만 아직 기회의 공간은 열려있다. 넷플릭스는 코로나19 확산으로 3월 중순부터 대다수의 프로그램 제작을 중단했다. 일본에서도 4월부터 신작 드라마 방송이 연기되면서 한국 드라마 OTT 서비스 이용이 증가했다. 비교적 제작활동이 위축되지 않은 한국의 콘텐츠 제작자들에게는 한류 콘텐츠로 재도

약할 수 있는 기회다. 관건은 포스트 코로나 시대가 가져온 이런 기회들을 MBC가 움켜질 수 있는 준비가 되어있는가이다.



회사가 꺼내든 ‘생존 경영’

코로나19가 확산될 무렵, 회사는 ‘생존경영’이라는 화두를 꺼내들었다. 현재 MBC가 직면한 위기를 ‘생존의 위기’로 진단한 것이다. 그리고 위기에 대한 해결 방법을 찾아가는 과정에서 우선 ‘공영방송 MBC의 토대 마련’과 ‘임금체계 개편’이라는 방법론을 제시했다. 이 가운데 ‘임금체계 개편’은 구성원들의 동의가 필요한 것으로 현재 조합과 회사의 협상이 진행되고 있다. 이번 노보에서는 이 두 이슈에 대한 내용을 조합원들에게 소개하는 자리를 마련했다. 어렵고 불편한 이야기들이겠지만, 진지하게 고민하지 않으면 안 되는 문제들이기도 하다. 조합은 향후 구성원들의 의견 수렴과 추가 논의를 거쳐 MBC의 미래를 위해 무엇을 해야 할지 판단할 것이다.



기고문

‘공영방송 MBC’의 합의

박건식 정책협력부장

지난 5월 7일 한국방송학회가 주최한 웹 콜로키움에서 MBC 박성제 사장은 ‘공영방송의 MBC의 철학과 지향점, 책무’에 대해 발표했다. 그런데, 이 발표 후 상당수 언론은 ‘MBC도 수신료를 나눠달라고 한다’는 취지로 보도했다.

그런데 박성제 사장이 말하고자 한 핵심은 공영방송 MBC의 정체성을 확고하게 정립하는데 있었다. MBC를 방송법에서 공영방송으로 명문화해 그에 걸맞은 지위와 공적책무를 명확히 해 달라고 촉구한 것이다. 현재 MBC가 겪고 있는 경영위기는 MBC 스스로 책임지고 노력해야 할 부분도 많지만, 유독 MBC에게만 불리하게 적용되고 있는 법, 제도적 모순이 한 몫을 하고 있는 것도 사실이다.



이중차별을 받고 있는 MBC

MBC는 그 동안 이중차별을 당해왔다. 한 쪽에서는 ‘MBC는 공영방송’이니까 광고판매와 관련한 활동은 한국방송진흥공사(코바코) 체제 내에 두고, 독자적인 광고영업을 해서는 안 된다고 주장한다. 또 정당법 39조와 공직선거법 8조 7항에서 MBC는 공영방송으로 규정돼 있는데, 이에 따라 공영방송인 MBC는 정당의 정책토론회를 자사부담으로 중계방송해야 한다.

다른 한편으로 방송발전기금을 납부하고 지원받는 문제에서는 철저히 ‘MBC는 민간상업방송’ 취급을 받아 왔다. 2019년 KBS는 광고매출의 2.62% (87억 원), EBS는 0.38% (1억2천만 원)의 방송발전기금을 냈다. 공영방송이라는 이유로 공공성 감면을 받았기 때문이다. 반면, 서울 MBC는 같은 공영방송이면서도 공공성 감면혜택을 받지 못하고 3.87%에 해당하는 106억 원을 방송발전기금으로 분담했다. 그럼에도 불구하고 2020년 방통위 예산에 따르면 각 사별 방송발전기금 지원에 있어서 EBS는 283억 원, KBS는 97억 원을 받는다. 반면, MBC는 한 푼의 지원도 받지 못한다. 같은

공영방송이면서도 가장 많은 방송발전기금을 내고, 지원은 한 푼도 받지 못하는 이중차별과 모순이 진행되고 있는 것이다.

광고 결합판매제도에서도 MBC는 유독 불리한 상황에 놓여 있다. KBS가 EBS와 경인, 극동, 불교, 원음방송의 5개 방송사의 광고를, SBS가 OBS와 지역민방 등 10개 방송사의 광고를 결합판매하고 있는데 비해, MBC는 지역 MBC와 CBS, YTN라디오 등 무려 23개 방송사를 책임지고 있다. 가장 많은 숫자이면서 결합판매비율과 부담액도 가장 많다.

종합하자면, MBC는 방송발전기금, 수신료, 정부보조금 등의 공적재원 지원은 한 푼도 받지 못할 뿐 아니라, 광고 영업 제약에 결합판매제도의 불균형까지 이르기까지 다중차별에 놓여 있다고 해도 과언이 아니다.

공영방송 MBC의 철학과 지향점

공영방송 MBC의 철학

- ▶ 공영방송의 주인 = 국민
- ▶ 포용적이고 건강한 공론장
- ▶ 겸허한 저널리즘과 확고한 뉴스 철학
- ▶ 보편성과 지역성의 조화로움 발전
- ▶ 디지털 공론장으로 진화 발전

5

MBC

MBC는 공영방송의 책무를 다 할 것이다

박성제 사장은 이 날 MBC가 공영방송임을 확실하게 천명했다. 공영방송으로서의 책무를 다하겠다고 선언하면서 이에 걸맞은 지원을 호소했다. 그리고 “MBC가 수신료를 받을 자격이 있다고 판단될 경우 MBC도 그런 혜택을 받게 해 달라”며 공적 재원의 하나인 수신료 문제를 언급하기도 했다. MBC가 앞으로 국민과 함께 호흡하면서 공영방송으로서 책무를 다하겠다는 다짐이었다.

물론 좋은 공영방송을 만들기 위해서 공적재원에만 매달리는 것이 아니라, MBC 스스로 위기 극복을 위한 고통분담과 경영혁신에 나설 것이다. 또한 광고나 협찬 분야를 개척하는 노력 역시 게을리 하지 않을 것이다. 다만, MBC가 공영방송으로서 역할을 제대로 하기 위해서는 공적 재원을 비롯하여 현행 법 제도적 모순과 불합리함이 해결되어야 한다는 점을 확인하고, 국민들에게 이해와 협력을 요청한 것이다.

MBC 구성원들에게는 공영방송 정체성과 비전을 공유하면서 각자의 자리에서 무엇을 할 수 있을 지 함께 고민하고 함께 만들어가자는 소통의 자리이기도 했다. 박성제 사장의 발표는 ‘결론’이나 ‘해답’을 던지기 위한 것이 아니라, ‘시작’이고 ‘출발’이다. 이제 공영방송 MBC에 대한 바람직한 ‘답’을 만들어가기 위해 우리 모두 함께 지혜를 모아야 할 때다.

‘국장 정책발표회’ 지상중계

예능본부, 제작기술국, 기술인프라국, 스포츠국에서 진행된 국장 정책 발표회는, 코로나19에도 불구하고 사회적 거리두기를 유지하며 뜨거운 관심과 열기 속에서 열렸다. 노보 254호에 이어 신임 국장 정책발표회의 주요 내용을 발췌하여 지면에 옮긴다.

기술인프라국 김재상 국장

“기술인프라국의 미션은 매체 경쟁력과 콘텐츠 경쟁력 향상을 통해 회사에 기여하는 것이다. 이를 위해 무사고 방송 및 미래지향적인 방송 시스템을 실행해야 하며, 콘텐츠제작·송출·유통 지원을 통해서 직접 수익을 창출해야 한다. 방송IT센터의 각 조직은 이 목표를 달성할 수 있도록 기술 개발 및 데이터 관리 역량을 강화하고, 원활한 협업 시스템을 구축해야 한다. 우리국은 현재 인력 문제에 큰 도전을 받고 있다. 인력의 집중 퇴직 및 타부서의 기술인력 수요 증가로 다른 부서에 파견된 인력도 늘었다. 반면, 감소된 인력만큼의 충원이 현실적으로 어려운 상황이다. 업무 중요도, 난이도, 미래 가치를 고려하여 필수 업무를 선별하고 중장기 인력 운영 방안을 마련하겠다. 또한 미래 지향적인 방송 시스템을 구축하여 인력 운용의 효율을 향상시키겠다.”



제작기술국 한상길 국장

“제작기술국의 업무운영 목표는 네 가지다. 첫째, 고품질 콘텐츠 제작 역량강화다. 외부 제작사 대비 본사 제작프로그램 기술경쟁력의 우위를 확보하고 신기술을 방송에 적극 도입하겠다. 둘째, 수익 창출을 위해 업무 영역을 확대하는 것이다. 종합편집실과 사운드믹스실의 VOD, OTT서비스 지원을 강화하고, 라디오와 TV라이브 스트리밍 서비스 등의 수익사업을 발굴할 수 있도록 하겠다. 셋째, 새로운 방송 서비스 및 제작기법을 연구를 통해 미래를 만드는 것이다. UHD 방송 선택형 오디오와 HDR, 인터랙티브 실감조명, 차세대 뉴스센터와 IP스튜디오 등에 대한 연구 강화를 통해 성과를 낼 수 있도록 하겠다. 넷째, 우리 조직 내의 소통을 강화하겠다. 이를 통해 제작 노하우가 공유될 수 있도록 하겠다. 인력 운용에 있어서 해결해야 할 과제가 있다. 축적된 사원 증가를 억제하고, 업무별 인적 구성을 조정하는 것이다. 문제 해결을 위해 ‘인력 감소 대책 TF’ 설치를 검토하겠다.”



예능본부 김구산 본부장

“제가 생각하는 MBC 예능본부의 목표는 예능명가, 포맷 부자가 되는 것이다. 가령 복면가왕은 전 세계 신규 프로그램 중 유통 1위를 차지했다. 이처럼 세계로 뻗어가는 글로벌 예능에 도전할 수 있도록 준비하자. 또 다른 목표는 예능 구성원들이 MBC 예능에서 일하는 것이 만족스럽고, 행복할 수 있도록 조직을 만드는 것이다. 이를 통해 결국 MBC에서 예능을 만드는 것이 좋은 선택이라는 생각을 구성원들이 가질 수 있도록 노력하겠다. 이 목표를 달성하기 위해 세 가지 기준으로 조직을 운용하고자 한다. 먼저 목표주의다. 프로그램의 성공을 위한 최적의 환경을 만들겠다. 다음은 성과주의다. 평가는 과정보다 결과에 집중할 것이며, 성과를 내면 그에 따른 보상을 받을 수 있도록 하겠다. 높은 경쟁력을 유지하면서도 즐겁게 일할 수 있는 조직을 만들겠다. 소통을 통해서 함께 좋은 방법을 찾아나가자.”



스포츠국 연보흠 국장

“회사가 정말 비상 상황이다. 매일이 비상이다. 더 이상 해결책을 미룰 수 있는 상황이 아니다. 스포츠 부문도 예외가 아니다. 열심히 일했으나 그만큼의 광고가 따라주지 않으면서 러시아 올림픽이 큰 폭의 적자가 나고, 메이저리그 류현진 중계마저 적자가 났다. 코로나19 때문에 경기가 열리지 않아서, 신사업을 발굴하고 수익을 창출하는 것이 곤란한 상황이다. 하지만 조만간 정상화 될 것이라는 전제 하에서 같이 노력해서 사업을 따오고 수익사업을 발굴해 보자.

스포츠 부문에는 전략적인 투자가 필요하다고 본다. 올림픽, 월드컵 등의 국제 대회 방송은 지상과 공영방송이라면 당연히 해야 하지만, 회사 경영이 지금과 같이 어렵다면 비용 절감 등의 방법을 찾아야 한다. 국장 단독으로 현 상황에서 탈출하거나, 비상할 수 있는 대책을 찾는 것은 한계가 있다. 여러분과 같이 찾겠다는 기조로 국장의 직무에 임하겠다.”



임금체계개편, 조합원들이 묻고 회사가 답하다.

작년부터 시작된 서울지부 임금체계개편 논의가 속도를 높이고 있다. 작년 임금협약 체결과 함께 임금체계개편 노사협의를 개시하기로 합의하였고, 새로운 경영진이 출범하면서 본격적인 노사 실무 교섭을 시작했다. 새 사장은 취임하면서부터 임금체계개편을 요청하였고, 코로나19 등으로 인한 경영위기가 가중되면서 임금체계개편은 미룰 수 없는 과제처럼 거론되었다.

그런데 조합원들을 비롯한 MBC 구성원들은 아직 궁금한 점들이 많다. 무엇을 위한 개편인가? 왜 지금 개편을 추진하는가? 조합은 임금체계개편에 대한 조합원들의 이해를 위해서, 조합원들의 궁금증에 대해 회사의 설명이 필요하다고 판단했다. 조합원들의 질문을 모으고 공통적인 궁금증을 선별하여 회사에 전달하였고, 그에 대한 회사의 답변을 받아 신는다.

질문1

무엇을 위한 임금체계개편인가?

임금체계개편은 더 이상 미룰 수 없는 MBC의 과제입니다. 3년 연속 1천억 원대 적자가 예상되는 상황에서 직원의 수를 줄이지 않고 임금 수준도 그대로 유지할 수 있는 회사는 없습니다. 단순한 인건비 절감이 아닌 성과와 효율을 반영한 인건비 집행의 선택과 집중을 위해서 현행 임금제도의 개편은 불가피하며, 적자가 고착화된 회사를 살리기 위한 자구노력의 일환으로도 제도개선은 필요합니다. 급변하는 미디어 환경 변화에 맞춰 빠르고 유연한 조직으로 다양한 도전을 시도해야 하는 MBC는 '경영 실적 개선'과 '조직 체질 변화'를 함께 쫓아야 하는 엄중한 상황에 놓여 있다고 판단합니다.

질문2

임금체계개편으로 MBC가 어떻게 달라질 것으로 기대하는가?

회사가 제안한 임금체계개편은 성과임금을 적용하는 첫 단계인만큼 획기적인 임금 변화가 발생하진 않습니다. 연공 서열에 따라 책정된 현행 임금제도의 일부 보안을 통해 성과가 연동되는 보상체계로 가는 기반을 만들고자 합니다. 이러한 노력이 조직의 효율과 성과로 이어져 회사가 지속 가능성을 확보하고, 이를 바탕으로 필요한 인재에겐 더 많은 보상을 할 수 있는 기반을 마련하는 게 제도 도입의 목적입니다.

질문3

왜 지금인가?

미디어 환경 변화로 촉발된 MBC의 위기는 이미 코로나 이전부터 심각한 상황이며, 코로나 이후 광고 매출 감소는 더욱 급속히 진행되고 있습니다. 자회사와 관계회사들은 임계점을 지나 한계에 다다른 곳도 있습니다. 독과점 후자 시대가 아닌 무한경쟁의 적자 시대를 헤쳐 나가야 하는 MBC에게 경직된 현행 임금체계는 상당한 부담으로 작동하고 있습니다. 만시지탄이며, '지금이라도' 임시방편이 아닌 근본적인 제도 개선이 필요함을, 더 이상 미룰 수 있는 과제가 아님을 말씀드립니다.

질문4

임금체계개편에 앞서, 비용절감 및 경영 효율화해야 할 부분은 없는가?

회사는 꾸준히 비상경영을 통해 업무를 조정해왔고, 지난 3월부터는 '생존경영'으로 한층 강화된 틀 안에서 비용 절감 및 업무 조정을 시행 중입니다. 업무추진비와 제작진행비·취재비 삭감, 파견직 감축, 비핵심 업무 폐지 및 아웃소싱, 임대가능 공간 확대 등과 함께 쉽게 손대면 안 되는 제작비 삭감까지도 강도 높게 추진했습니다. 하반기에는 그룹차원의 조직 합병과 업무 재편 등도 시행할 것이며, 이외에도

필요한 부분이 있다면 흑자 경영으로 전환되는 그날까지 경영효율화를 위한 노력을 지속할 것입니다.

질문5

실질적인 임금하락은 구성원들의 근로의욕 상실을 발생시키고, 젊은 우수인력 유출이 일어날 수 있다. 그에 대한 대책은 있는가?

MBC는 그동안 경직된 임금체계와 조직 구조 속에서 막대한 보상을 제시하는 종편과 미디어에 우수한 인재를 지속적으로 빼앗겨 왔습니다. 이를 막기 위해 현재 우수 콘텐츠와 핵심 인재에 대해서는 보상제가 시행되고 있으나 소규모의 미봉책에 불과합니다. 현행과 같은 '성과와 무관한 연공서열식 임금제도'야말로 근로의욕 상실과 우수인력 유출에 주요인이 될 수 있습니다. 개편된 임금체계 하에서는 고성과를 내는 우수인력에 대한 보상이 시스템 속에서 더욱 안정적으로 자리 잡을 것이며, 이를 통해 회사의 경쟁력 제고가 지속적으로 이뤄질 것을 기대합니다.

질문6

성과연봉제 실행에 앞서, 신뢰할 수 있는 공정한 인사평가 제도를 어떤 기준으로 어떻게 만들 것인가?

현행 인사평가 제도와는 별도로 성과임금 부여를 위한 제도를 만들어 병행 적용하겠습니다. 모두가 만족하는 제도를 만드는 건 불가능하겠지만, 대상자들이 우려하는 부분들을 최대한 경청하고 노조의 의견을 충분히 수렴해서 다수가 공감하는 평가 제도로 정착될 수 있도록 최선을 다하겠습니다. 적용 후 드러나는 문제점에 대해서는 매년 수정, 보완을 통해 개선해 가도록 하겠습니다.

질문7

성과연봉제를 경영진 등 보직자부터, 또는 성과 측정이 가능한 부서부터 시행하고 그 결과에 따라 시행할 계획은 없는가?

회사는 근속 15년 이후 (일반직 20호봉, 전문직 16호봉 이상) 직원을 대상으로 성과연봉제를 제안했습니다. 이 경우 2020년 3월 기준으로 868명의 직원이 성과연봉제 대상에 포함되며, 15년차 이후 보직자가 늘면서 직원들간 성과 차이가 벌어지기 때문에 적용 대상을 그렇게 특정했습니다. 대상을 경영진이나 보직자에 국한할 경우 대상 집단이 소규모에 불과해 제도 도입에 실익이 없습니다. 일부 부서에만 적용할 경우도 조직 전체의 성과와 효율을 건인하긴 어렵다는 판단입니다. 설계한 대상과 적용 정도는 성과연봉제 도입에 실효를 거두기 위해서 필요한 최소한의 단위와 범위임을 말씀드립니다.

2019년 결산, 2020년 예산

본부 전국대의원회 승인 보고

(단위 : 원)

구 분	2019년 예산		2019년 결산		2020년 예산		
	조합비	임금보전	조합비	임금보전	조합비	임금보전	
1. 기초 이월금	333,764,709	1,124,339,441	333,764,709	1,124,339,441	367,132,447	857,020,336	
2. 수익	조합비	1,330,000,000	0	1,338,998,583	0	1,340,000,000	0
	예금이자	300,000	0	268,399	913,378	300,000	500,000
	기 타	0	0	1,523,400	0	0	0
	합 계	1,330,300,000	0	1,340,790,382	913,378	1,340,300,000	500,000
3. 비용	본부운영비	912,000,000	0	820,949,419	0	795,000,000	0
	지부운영비	483,000,000	0	486,473,225	0	490,000,000	0
	기 타	0	310,000,000	0	268,232,483	20,000,000	290,000,000
	합 계	1,395,000,000	310,000,000	1,307,422,644	268,232,483	1,305,000,000	290,000,000
4. 순손익 (=2-3)	-64,700,000	-310,000,000	33,367,738	-267,319,105	35,300,000	-289,500,000	
5. 기말 이월금 (=1+4)	269,064,709	814,339,441	367,132,447	857,020,336	402,432,447	567,520,336	



민실위
보고서

일상화된 ‘편성 파격’ .. 커져가는 ‘불안정성’

다음 주부터 TV편성이 부분 개편된다. 주중 교양프로그램과 일부 주말 예능프로그램이 폐지되고, 밤 9시대 월화 드라마가 전파를 탄다. 눈에 띄는 것은 뉴스다. 일요일 <뉴스데스크>가 30분으로, 토요일 <뉴스투데이>는 20분으로 대폭 줄어든다. 빈자리는 <스트레이트>와 <통일전망대>가 채운다. 뉴스의 비중을 줄이려는 변화는 아니다. 오히려 메인뉴스인 <뉴스데스크>의 시간대 이동과 방송시간 연장을 앞두고 보도 부문의 ‘여력’ 확보하기 위한 사전 정지 작업의 성격이 강하다. 또 다시 전례없는 파격적인 편성의 실행 단추가 눌러진 것이다.

비용 절감 위해 뉴스 강화

알려진 대로, 다가올 개편의 중요한 축은 <뉴스데스크>를 8시대로 복귀시키고 기존 와이드뉴스보다 더 방송 시간을 늘리는 것이다. 그 배경에는 메인 뉴스 이후의 프로그램 개수를 줄여 제작비를 절감하려는 의도가 있는 것으로 해석된다. 이미 사측은 “경영적 판단에서 제작비나 비용을 감축할 수 있는 방안을 찾고 있고, 뉴스데스크 편성 역시 그 고민의 일환”이라고 그 개편 방향을 설명하고 있

다. 메인뉴스의 7시 반 이동과 와이드 편성, 드라마 미니시리즈의 밤 9시 이동 등 지난해 단행됐던 파격적인 편성 실험이 불과 1년 만에 폐기되는 것이다. 그런데도 7시 반으로 이동한 뉴스가 온·오프라인에서 이슈를 선점할 수 있고, 9시 드라마가 10시대 드라마보다 비교 우위를 가질 거라던 그간의 설명과 분석은 왜 뒤집혔는지, 지난해 개편의 성과는 무엇이고 새로운 편성에는 어떤 전망이 담겨 있는지 책임있는 설명은 뒤따르지 않고 있다. 편성의 원칙은 희미해지고 오로지 ‘비상시국’이라는 명목만 강조되고 있다.

콘텐츠 경쟁력을 위한 전략은 어디에

더 우려스러운 대목은 프로그램의 경쟁력을 높이기 위한 근본적인 해결책이 제시되지 않고 있다는 점이다. 뉴스만 보더라도 어떤 뉴스를 만들 것인지 보다는, 어떻게 늘어난 시간을 채울 수 있을 것인지를 고민해야하는 상황에 내몰리고 있다. 타 지상파 뉴스 대비 두 배 가까운 시간을 채우기 위해 조직의 자원을 효율적으로 운영하는 것은 당장 발등에 떨어진 불이다. 코로나 국면이 진정되면 이러한 고민

은 더욱 심각해질 것이다. 사측도 이번 편성이 “뉴스의 필요 때문은 아니”라는 점을 밝히고 있다. 과거 메인뉴스 시간이 9시에서 8시, 7시 반으로 바뀌는 과정을 겪었지만 지금까지 경영상 필요가 뉴스의 가치와 경쟁력 보다 우선시된 적은 없었다. 드라마나 시사교양 프로그램도 비용과 수익의 잣대만을 들이댄다면 콘텐츠 경쟁력 약화라는 부메랑을 피하기 힘들 것이다. 프로그램 수가 줄어든다는 것은 젊은 연출자들의 기회도 줄어든다는 것을 의미하고 미래의 성장 동력을 위해서도 바람직하지 않다.

파격 편성이라는 충격 요법이 남발되서는 안 된다. 과거보다 영향력이 약해졌다고는 해도 프로그램의 정시성과 안정성이 크게 훼손될 수 있다. 특정 시간에 TV를 켜면 해당 프로그램이 시작한다는 믿음과 안정감을 주어야 한다. 콘텐츠 전략 없는 편성 전략은 공허하다. 콘텐츠 경쟁력 보다는 편성 전략에 의존했던 9시 드라마의 선례가 이를 뒷받침 한다. 편성은 단순히 시간대의 변경만을 의미하지 않는다. 파격이 반복되고 일상화된다면 그것은 파격이 아니라 그저 ‘불안정성’에 지나지 않는다.





현장 취재기

코로나19 최전선, 감시와 비판은 계속된다



코로나19는 누구도 경험하지 못한 새로운 형태의 '재난'이다. 대구·경북은 말로 표현하기 힘든 시련과 고통을 겪고 있다. 2월 18일, 31번 확진환자 첫 발생 이후 신천지 교회 집단 감염, 청도 대남병원 사태 등이 터지며 순식간에 특별재난지역으로 지정됐다. 시민들의 혼란과 불안은 극에 달했다. 지역 언론도 코로나 19 초기에 갈피를 잡지 못했다. 그도 그럴 것이 확진 환자가 하루 수백 명씩 불어나는 데다, 대형 응급실 전면 폐쇄, 병실과 마스크 부족 사태 등 대형 이슈가 끊이지 않았던 것이다. 불과 7-8명의 취재 기자들이 매일 5개 안팎의 서울 톱뉴스를 제작하고, 밤·낮을 가리지 않고 생중계 연결을 했다. 연일 감염 위험을 무릅쓰고 현장 취재를 하느라 모두 쓰러지기 직전이었다. 우리의 문제는 초기에 대부분 집중됐다. 취재에 혼선을 겪었고, 취재 인력과 LTE 장비가 부족했고, 취재진 마스크가 모자랐고, 코로나 19 대응 매뉴얼이 마련되지 않았다는 정도가 아닐까?

첫 확진 환자가 나오고 일주일 뒤부터 취재의 큰 틀과 방향이 잡혔다. 전염병이 확산할 경우, 정보의 투명한 공개와 적극적인 행정을 통해 시민들에게 신뢰를 심어주는 일이 무엇보다 중요하다. 언론은 행정기관이 시민들의 생

명과 안전을 제대로 지키고 있는지 감시하고 비판해야 한다. 대구MBC 취재진은 집단 감염의 근원지인 신천지 대구교회에 대해 미온적 대응을 한 대구시 행태를 신랄하게 비판했다. 서울과 경기도 등 다른 지자체의 대응 보다 더 수위가 높아도 시원찮을 판에 대구시는 이상하게도 소극적인 행정을 펼쳤다. 신천지 연관의 의혹이 줄기차게 제기됐다. '한마음 아파트 코호트 격리'는 대구시의 코로나19 은폐, 낙장 발표와 대처 등이 압축된 상징적인 사건이었다. 대구 MBC는 단독 및 연속 보도를 통해 행정의 뒷북 대응을 날카롭게 지적하고, 신천지 교인의 집단 거주 실태를 처음으로 알렸다. 취재진은 보건 방역의 허점과 문제점을 비판한 데 이어 '경제방역' 이슈도 자세히 들여다봤다. 긴급생계자금 지급일 발표와 지급을 둘러싼 대구시 행정 난맥상, 대구시장 실신, 의료진 수당 미지급 문제 등을 일회성이 아닌 연속 보도로 비판하고, 대안까지 이끌어냈다. 이런 보도가 시민들의 마음을 움직였을까? 대구시 대응을 비판적으로 감시하고, 시민이 겪는 어려움에 지속적으로 관심을 둔 대구 MBC 보도가 지역 언론 중에서 단연 돋보인다는 평가가 쏟아졌다.

반면, 권영진 대구시장은 이런 비판을 불편

해하는 것 같다. 지난 3월 11일 권 시장은 자신의 페이스북에서 언론과의 전쟁을 선포한 바 있다. 권 시장이 신천지에 대한 적극적인 조치를 하지 않자, 신천지와 관련된 것이 아니냐는 언론의 비판을 받은 데 따른 방어적 조치였다. 급기야 권 시장은 최근 대구 MBC이태우 취재부장을 명예훼손과 모욕죄로 검찰에 고소했다. "12일 만에 코빼기를 내민 권영진 대구시장이 전국적인 대유행을 대구에서 막았다고 자화자찬했다." "실패한 낙장 대처 때문에 대구만 역병이 창궐했다는 말에 고개가 끄덕여진다." 이태우 취재부장이 진행하는 라디오 <뉴스대행진> 멘트를 문제 삼은 것이다. 대구시는 대구 MBC 기사 2건을 문제 삼아 언론중재위원회에도 제소했다. 언론인의 비판적 표현을 문제 삼는 건 대구시의 코로나19 대책과 시정에 대해 비판을 허용하지 않겠다는 의지이자, 민주주의 핵심적 가치인 언론의 표현의 자유를 부정하는 행위라는 비판이 쏟아진다. 언론 비판에 재갈을 물리지 말라는 거센 비난도 나온다. 시민의 혈세로 운영되는 대구시, 250만 대구 시민의 수장이 언론 비판에 대응하는 모습이 고작 이 정도인가?

대구에서 코로나19 확진환자가 한 명도 나오지 않았던 5월. 유난히 더웠던 그날, 시민들은 대부분 마스크를 쓰고 있었다. 누가 시키지 않았고, 자발적인 모습이었다. 그런데 대구시는 공공장소에서 마스크 안 쓰면 벌금을 매기겠다는 방침을 발표했다가, 비판 여론에 직면하자 사실상 철회했다. 코로나19 사태가 진정된 건 그나마 대구 시민들의 고통과 희생 덕분이라는 걸 모르는 걸까? 우리는 오직 시민들을 바라보며 정부와 대구시에 대한 비판을 멈추지 않을 것이다.



박재형 조합원
대구/보도 취재

신임 지부장 소개



부산 제승권 /영상부문

모두가 힘든 시기에 마음은 다 같을 것이라 믿고 열심히 하겠습니다. 부산 MBC의 자존심을 지키기 위해 용기 내었던 지난 4월은 입사 이래 가장 힘든 시기였습니다. 큰 힘이 되어준 여러 선배님 후배님 잊지 않고 있습니다. 최선을 다하겠습니다.

민실위 선정 좋은 보도 · 프로그램

민실위가 2020년 1분기 좋은 보도 · 프로그램을 선정했습니다.

서울과 지역지부에서 각각 2편씩 총 4편이 수상작으로 뽑혔습니다. 코로나19와 총선 등 큰 이슈로 제작 여력과 여건이 여의치 않은 가운데서도, 조합원들의 노고가 깃든 훌륭한 작품들이 많이 모였습니다. 민실위는 올해에도 노동조합의 가치를 구현한 '좋은 보도 · 프로그램'에 대한 시상을 이어가겠습니다.

좋은 보도상

서울 살 수 있었던 죽음, 권역외상센터의 '좌절'

남상호 조합원_서울/보도
지영록 조합원_서울/영상취재



▷ 위급한 환자를 살리기 위해 설립된 권역외상센터가 병원의 경영 논리에 의해 확대를 받는 실태를 고발했다. 이국종 교수에 대한 욕설 파문 보도는 외상센터 저변의 부조리한 구조에 대한 사회적 관심을 촉발시켜 정부의 조치를 이끌어냈다.

수상소감 매일 수많은 사람들이 외상으로 죽어갑니다. 위협에 노출된 현장 노동자와 어린이, 노약자 등 사회적 약자들입니다. 이 중 약 20%는 적절한 치료만 받았더라면 살 수 있던 사람들이었습니다. 이런 억울한 죽음을 줄이기 위해 생긴 곳이 권역외상센터지만 잡음이 끊이지 않습니다. 죽음이 이 현실을 목인하는 거래의 대가라면 그냥 이대로 가면 됩니다. 죽음이 거래의 대상이 아니라면 이야기를 계속해야 합니다.

경남 3·15의거 60주년 연속기획보도 <그날의 기억>

김태석 조합원_경남/보도
정영민 조합원_경남/보도

이재경 조합원_경남/보도
서창우 조합원_경남/보도
손무성 조합원_경남/영상취재



▷ 올해 60주년을 맞은 마산의 '3·15 의거'의 의미를 조명하는 연속기획이다. 3·15 부정선거에 항거한 학생과 시민들의 시위현장과 김주열 열사 시신 발견 보도 내용을 최초로 보도하는 등 지역 이슈를 선점해 지역방송사의 존재가치를 높였다.

수상소감 이승만 정권을 무너뜨린 4·19의거가 '3·15의거'에 의해 촉발된 점, 3·15의거가 아시아 최초의 민주화운동이란 점을 아는 분들은 많지 않습니다. 이제는 4월 혁명으로 통칭되는 이 항쟁이 왜 마산이란 도시에서, 왜 그 시기에 일어났는지, 부상과 고문 피해자는 어떤 고통으로 살아가고 있는지, 그리고 우리가 무엇을 고민하고 풀어가야 할지 그 대답을 찾는 과정은 60년이 지난 지금도 현재 진행형입니다.

좋은 프로그램상

서울 PD수첩 <신의 직장과 7인의 죽음>

조철영 조합원_서울/시사교양



▷ 어린 자녀들에게 크리스마스 선물을 남긴 채 세상을 등진 40대 가장이자 부산경남경마공원에서 활약한故 문중원 기수를 비롯한 조직 내 7명의 죽음을 통해, 말 산업의 이해관계가 기수들의 자살을 방조하고 은폐하는 구조적 폭력을 짚어냈다.

수상소감 부산경남경마공원이 개장하고 지금까지 많은 죽음이 있었습니다. '어떻게 한 직장, 한 영업장에서 7인의 노동자가 자살할 수 있나?' 하는 문제의식에서 출발했습니다. 개인의 가치를 실현시켜야 할 직장이, 오히려 '선진 경마'라는 명목 아래 노동자에게 좌절감과 무력감을 주는 구조적 문제를 보여주려 했습니다. 도움 주신 모든 분들께 감사의 마음을 전하며, 부산경남경마공원의 노동자 여러분들의 안녕을 바랍니다.

강원영동 광부의 기억 <화광아파트>

황지웅 조합원_강원영동/편제



▷ 이제는 미세먼지의 주범으로 치부되는 석탄을 여전히 지역경제의 큰 축으로 삼은 채 살아가는 강원 태백의 탄광촌 주민들의 삶과 애환을 담았다. 경제적 욕망의 대상이 아닌 지역 역사와 개인의 삶의 공간으로서 '아파트'의 의미를 되새겼다.

수상소감 화광아파트가 올해 2월부터 철거 중에 있습니다. 우리나라 경제발전엔 큰 역할을 한 석탄을 캐던 그 시절 광부들의 기억들도 그 일부는 화광아파트와 함께 없어질 겁니다. 첨예한 사회적 이슈의 현장에 우리 MBC가 있듯 소외되고 사라져 가는 것에 대한 인간적인 시선에도 MBC가 있도록 항상 낮은 자세로 기록한다는 마음 잊지 않겠습니다. 지난 1년간 촬영에 협조 해주신 모든 분들께 감사드립니다.