

문화방송 노보

NATIONAL UNION OF MEDIAWORKERS MUNHWA BROADCASTING UNION

혁신 전략으로서의 조직 개편

지속가능한 공영방송을 위하여

사측이 11월 20일 경 조직개편을 예고했다. 조직은 전략 실행을 위한 수단이다. 따라서 조직 개편은 그 자체로 환경 변화에 따른 혁신 전략이 되어야 한다. 그동안 MBC에는 수많은 조직개편이 있었지만 골격은 큰 변화가 없었다. 지금도 MBC 조직도는 지상파 독과점 시대에 적합하게 설계된 구조를 유지하고 있다.

그러나 환경은 달라졌다. 지상파 광고 시장은 빠른 속도로 축소되고 있다. 본사 기준 2011년 6천억 원이던 광고 매출이 불과 6년만에 절반 이하로 추락했다. 이를 극복할 새로운 생존 전략은 아직 뚜렷하지 않다. 구성원들은 소속 부서의 성과를 목표로 뛰고 있지만, 정작 부서의 목표가 낡은 시대의 것은 아닌지, 회사 전체의 전략은 무엇이고 부서의 목표는 그것과 어떻게 연결돼 있는지 확신하지 못하고 있다. 바로 그때가 전략 재설정과 조직 개편이 필요한 시점이다. 지속가능한 공영방송 서비스를 제공하기 위해 MBC는 무엇을 준비해야 하는가? MBC의 조직 개편은 이 질문에 답을 준비하고 있는가?

급변하는 환경 전략기획 역량을 키우자

지금의 위기는 과거와 질적으로 다르다. 1998년과 2009년의 지상파 매출 감소가 세계 경제의 주기적 변동성에 따른 위기였다면, 지금의 위기는 구조적이고 불가역적이다. 젊은 시청자들은 텔레비전을 이탈하고 있다. 후발 사업자들은 공격적 인수합병을 통해 요소 시장을 장악하고, 이종 산업간 협력을 통해 시장을 주도하고 있다. 2011년 6백억 원에 불과했던 모바일 광고 시장은 올해 2조4천억 원대로 급성장했다. 우리의 경쟁 상대는 더 이상 다른 방송사들이 아니다. 지상파 중심의 전통적 시각과 관성에서 벗어나지 못하면 우리의

미래는 없다. 여기에 공영방송에 대한 신뢰의 위기가 더해졌다. 우리는 지금 신뢰의 위기와 산업의 위기를 동시에 맞이하고 있다.

실무 부서가 준비하고 있는 조직 개편안의 핵심은 광고, 마케팅, 홍보 기능의 통합, 그리고 이같은 통합 조직과 제작 부서 간의 유기적 연결로 보인다. 제작 부서별로 흩어져있는 마케팅 기능을 효율적으로 모아 역량을 키우고, 콘텐츠의 기획 단계부터 제작, 유통 전반에 걸쳐 상품성을 강화해 수익으로 연결하겠다는 것이다. 상대적으로 규제에서 자유로운 채널 계열이나 종합편성 프로그램 공급자들이 이미 실행하고 있는 방법이다. 이 변화는 아직 전면적인 전략 수정이라고 보기는 어렵지만, 위기를 타개하려는 첫걸음이라는 점에서 의미가 있다. 그러나 말 그대로 첫걸음일 뿐이다.

이같은 조직개편은 궁극적으로 콘텐츠 제작 방식의 근본적 변화를 의미한다. 지금까지 MBC는 제작 부서가 지상파 플랫폼을 위한 창의적인 콘텐츠를 제작하는 것과, 이 콘텐츠를 기반으로 광고 수익을 창출하는 것이 별개의 과정이었다. 그러나 개편 방안에 따르면 앞으로는 콘텐츠의 유통은 물론이고 아예 기획과 제작 단계부터 모바일 등 비지상파 플랫폼까지 고려한 종합적인 마케팅 전략이 유기적으로 개입하게 된다.

이 전략이 성공하려면 MBC 전체적으로 전략을 재정의하고 구성원들에게 이를 분명히 인지시키고 공감대를 만들어야 한다. 경영진의 리더십이 어느 때보다도 중요하다. 만약 경영진이 이 조직개편을 단순히 광고와 마케팅 영업력을 통합해 강화하는 의미로 이해한다면 우려된다. 광고 영업력의 강화나 중간광고 도입은 일시적으로 광고 매출 하락을 지연 또는 반등시킬 수는 있어도 근본적 해법은 아니다. 지금까지 하던 대로 콘텐츠 열심히 만들고 광고 잘 팔면 위기를 극복할 수 있다는 인식은 순진하다.

동시에 MBC는 수익 극대화를 목표로 하는 사

기업과는 그 성격이 근본적으로 다른 기업이다. 공영방송으로서 MBC는 신뢰에서 존재 이유를 찾아야 한다. MBC의 이익은 더욱 신뢰받는 수준 높은 공영방송 서비스의 지속을 위해 재투자되어야 한다. 공정한 보도와 품격있는 교양 프로그램으로 국민적 신뢰를 받는 공영방송이라는 정체성을 어떻게 지킬 것인가? 이러한 정체성과 지속가능한 성장 전략을 동시에 지켜내기 위한 실천적 규범은 무엇인가? 이러한 질문이 뒤따라야 한다.

지금의 변화는 MBC가 지금까지 해오던 모든 관성에 대한 원점 재검토를 요구하고 있다. 과거 MBC는 이런 정도의 전략 변화를 요구받은 적이 없었다. 제작 현장의 창의성과 헌신적 노력만 있으면, 독점적 광고 시장이 안정적 수익을 보장했다. 전략이라고 해봐야 지상파 편성 전략 정도가 고작이었다. 그러나 지금은 다르다. 구성원들과 각 부서가 지금까지 해오던 일을 더 열심히 효율적으로 하면 상황이 나아질 것이라는 기대는 틀렸다. 보도와 제작 부문도 예외일 수 없다. (※뉴스와 신뢰의 위기에 관해서는 4~5면에서 따로 다룬다.)

따라서 전략 기획 역량을 키워야 한다. 전사적 관점에서 전략을 평가·수정·보완하고, 실행 방법을 연구하고, 공감대 형성을 주도할 조직이 필요하다. 경영진의 지속성이 보장되지 않는 MBC의 구조적 특성을 고려한다면, 연속성이 보장되는 전략 기획 역량을 육성해 경영진의 정확하고 빠른 판단을 돕도록 해야 한다. 전문성을 갖춘 젊고 역동적인 조직이, 본부별로 흩어져 있는 실무 부서의 일부 기능과 정보를 통합해 권한과 책임을 갖고 MBC의 리더십을 보완해야 한다.

〈2면에 계속〉

〈1면에 이어〉

경직된 장벽을 넘어, 이슈 중심의 유연한 조직으로

불확실성이 큰 시기일수록 전략은 유연하게 수정, 보완될 수 있어야 한다. 전략의 실행 수단으로서의 조직 역시 마찬가지이다. 그러나 우리의 조직은 유연성이 떨어진다. 지상과 독과점 시대의 조직 구조가 관성적으로 유지되고 있다. 본부 체제를 중심으로 한 조직도 상의 칸막이 조직이 비대하다. 현재 MBC에 큰 폭의 혁신이 필요하다는 점을 인정한다면, 현재의 조직도는 백지상태에서 다시 그려야 한다. 경직된 칸막이 조직을 과감하게 축소하고 이슈 중심으로 유연하게 꾸렸다 해체할 수 있는 유연한 팀제 조직 운영을 도입해야 한다.

부서 그 자체를 위한 방어적 조직 인식과 관성적인 부서원 관리 개념이 사라져야 한다. 보직이 보상 수단이 되어서는 안 된다. 회사 전체의 효율적 목표 달성을 위해 조직 간 인원의 자유로운 이동과 통합이 가능해야 한다.

임원들은 각 본부의 대표가 아니다. MBC의 미래에 무한 책임을 지는 회사 전체의 임원이다. 관성적으로 구획된 각 본부의 기득권을 과감하게 포기해야 한다. 전사적 시야로 조직 개편에 접근해야 한다. 모든 조직이 필연적으로 갖기 마련인 조직 보호 논리와 관료주의적 속성을 어떻게 타파할 것인가. 각 조직의 목표를 전사적 전략과 일치시키는 조직 개편은 무엇인가. 임원들이 먼저 치열하게 고민하고 실행해야 한다. 본부별 체제가 과거에 누렸던 장점이 지금도 여전히 유효한지에 대해 원점에서 재검토해야 한다.

동기부여에 관하여

과거 청산과 미래 전략에 대한 젊은 구성원들의 요구가 끊이지 않고 있다. 불행히도 일부 임원진과 간부들의 반응은 미지근하다. “전략과 비전이 없어서 일을 잘 할 수 없다는 것은 핑계 아니냐”는 것이다. 일부 직원들의 나태함은 분명 존재한다. 그러나 그것 역시 적어도 부분적으로는 리더십의 책임이다. MBC 구성원들은 거대한 기계의 목적을 알 수 없는 부품이 아니다. 전략을 분명히 인식하는 것은, 그에 따른 각자의 목표를 자율적으로 명확히 설정하기 위한 동기부여의 전제조건이다. 창의적 성취를 원한다면 더더욱 그렇다.

많은 경영자들은 경제적 보상을 하면 동기부여가 된다는 직관적 믿음을 갖기 쉽다. 그러나 심리학과 경제학 등 각 분야의 과학이 지난 수십년 동안 축적해온 수많은 연구들은 인간이 그렇게 단순하지 않다는 사실을 일관되게 밝혀냈다. 보상과 처벌 등 테일러주의에 입각한 관리와 통제는 이미 정해진 하나의 답을 빠르고 정확하게 산출하는 업무에는 효과를 발휘한다. 그러나 MBC는 콘텐츠 생산 조직이다. 우리에게 필요한 것은 “일시적 순응”이 아니라 “창의적 성취”이다. 우리가 스스로에게 기대하는 것은 단순 반복 업무의 효율성이 아니라 최고 수준의 창의성이다. (※동기부여에 관해서는 다음 기회에 따로 자세히 다루겠다.)

창의적인 일을 하는 사람은 목적 의식이 분명할 때, 스스로 일과 연결돼 있다고 느낄 때, 일을 통해 끊임 없이 나와 조직이 성장하며 공동체에 기여하고 있다고 느낄 때 성취욕이 생긴다. 이를 위해서는 우선 분명한 목적이 있어야 하며, 필요한 권한과 책임을 충분히 부여받아야 한다.¹ 이제 다시 묻는다. 우리 MBC의 미래 전략은 무엇인가? 신뢰받는 공영방송의 지속가능한 서비스를 위한 전략과 실천 방안은 무엇인가? 나 자신과 연결돼 있으며, 나와 조직이 나날이 진보하고 있다는 믿음을 줄 수 있는 그 ‘일’은 무엇인가?

지난달 회사의 정책, 기획, 편성 부문 사원 7명이 아마존과 마이크로소프트를 일주일 간 돌아보고 밤새워 토론할 기회를 가졌다고 한다. 이들이 작성한 보고서 일부를 인용하며 글을 맺는다.

“‘새로움을 탐험하다’라는 메시지가 공허한 울림으로 남지 않기 위해서는 신규 프로그램의 편성 수준이 아닌, 어떠한 방식으로 회사의 방향성이 새로워질 것인지에 대한 실천 방안이 비전과 동시에 발표되어야 합니다. 그렇지 않으면 비전은 단순 슬로건으로 전략하게 됩니다. 비전이 명확하다면 회사의 최종 제품인 프로그램이 실패하더라도 여전히 비전은 남아 구성원들의 동기부여는 계속될 수 있습니다.”

— 〈Sleepless in Seattle〉 보고서 중

1. 물론 이것은 최고의 인재를 공정하게 채용하는 것을 전제로 한다. 공정한 채용이 무너졌다면 다른 종류의 처방이 필요하다. 채용에 관해서는 6-7면에서 따로 다루겠다.

주 52시간

주

방송 업종이 노동시간 특례업종에서 제외된 지도 벌써 4개월이 지났다. 노동조합은 지난 4월과 8월 노보에 <주 52시간 노동제, MBC의 대대적 수술이 필요하다>, <조합원 초과 노동 실태 설문조사> 기사를 내고 경영진이 노동시간 단축 문제 해결에 나설 것을 촉구했다. 지상과 방송 4사 노사는 9월 초 산별교섭을 체결해 “노동시간 단축을 위해 불필요한 업무와 관행을 없애고 방송 제작 시스템 개선, 인프라 확충, 적정 인력 확보를 위해 노력한다”고 선언했다. 그럼에도 MBC는 문제 해결에 한 발자국도 다가서지 못 하고 있다. 10월이 되어서야 인사정보시스템에

노동시간 단축, 다른 방송사들은?

SBS는 지상과 방송사들 중 가장 먼저 노사가 주 68시간 노동에 대해 합의하고 지난 9월 1일부터 시행에 들어갔다. 통상근로가 계속 적용되는 부서는 노동시간이 잘 지켜지고 있는 것으로 파악됐다. 1개월 선택 근로시간제를 도입한 보도본부의 경우에도 소수 사례를 제외하고 노동시간이 잘 지켜지고 있다고 한다. 그러나 선택 근로시간제를 적용한 일부 예능 프로그램과, 재량 근로시간제가 적용되는 드라마와 상당수 예능 프로그램에서는 초과 노동 문제가 심각한 것으로 파악됐다. 최소한의 휴식 시간조차 보장 받지 못하는 사례가 빈번히 발생하고 있다.

SBS는 노사합의를 통해 매달 노동시간 데이터를 공유하고 준수 실태를 점검하고 있다. 또 근로기준법 관련 규정 준수와 별도로, 자체적인 휴식시간 가이드라인을 노사 합의로 만들어 위반 사례를 점검하고 있다. 그럼에도 불구하고 제작환경 개선과 프로그램 편성의 전략적 변화 등 근본적 조치가 필요하다는 SBS 구성원들의 목소리가 높다.

SBS 노사합의의 유효기간은 올 연말까지이다. 내년 7월부터 적용되는 주 52시간 노동 체제로 빠르게 전환하기 위해 한시적으로 적용했다. SBS는 주 52시간 노동 도입을 위한 노사TF를 꾸려서 연내 타결을 목표로 논의에 들어갈 예정이다.

KBS의 경우, 전국언론노조 KBS본부(새 노조)나 KBS노조(구 노조) 모두 과반 노조가 아니므로, 사측과 구체적인 협상을 진행하지 못 하고 있다. KBS 사측은 데이터 축적을 통해서 해법을 찾겠다는 입장이다. 지난 석 달간 초과근로 입력시스템에 입력된 정보를 통해 예능, 드라마, 영상제작국 구성원들이 68시간을 초과해 노동한다는 사실을 파악했고, 각 국별로 대책을 모색하고 있다고 한다.

시간 코앞인데 MBC는 위법 상태

주68시간 11월 타결을 촉구한다

서 보직자가 부서원의 주당 연장근로 시간을 파악할 수 있는 시스템을 도입했을 뿐이다.

정부가 “근로시간 단축 단속·처벌을 유예한다”고 밝혔지만 유예기간은 올해 말까지다. 게다가 내년 7월부터 ‘주 52시간 노동’이 전면 적용된다. 이에 대처하기 위해서는 과도기적으로 시행되는 ‘주 68시간 노동’을 연내에 반드시 도입해 “무한 노동” 관행을 점검하고 노동시간 단축의 실질적 방안을 찾아야 한다.

노동조합은 조합원의 삶의 질을 높이고 노동조건을 개선한다는 목표 아래 지난 4월 다음과 같은 원칙을 천명한 바 있다.

첫째, 주(週) 68시간 노동시간 원칙이 지켜져야 한다. 노동시간 단축에 따른 실질 임금의 하락은 최소화한다. 노동시간 단축에 따라 보상받지 못하는 초과 공짜 노동은 원천적으로 봉쇄한다.

둘째, 방송산업 환경의 변화와 공영방송 서비스의 지속가능성을 감안해, 탄력적이고 유연한 자세로

노사가 머리를 맞대고 해결방안을 찾는다.

셋째, MBC만이 아닌 방송산업 전체가 법 개정으로 인한 급격한 변화에 구조적으로 대응하고 사업주들이 서로 법 준수 여부를 견제할 수 있도록, 방송사 노동조합들과 연대해 방통위를 포함한 정책권자, 규제권자, 사업주들을 함께 강제하고 견인한다.

노동조합은 사측이 속히 협상안을 내놓고 신속하고 성실하게 협의에 임할 것을 요구한다. 이제는 시간이 없다.

주68시간 노동과 유연근로시간제

특례업종에서 제외된 방송사는 2019년 6월까지 한시적으로 연장 근로를 포함해 주 68시간까지 노동할 수 있다. 하지만 현실적으로 주 68시간 초과가 불가피한 직무들이 존재한다. 노동조합은 노동시간을 단축하고 삶의 질을 높이는 것을 목표로 하고 있지만, 방송업의 특수성은 고려할 필요가 있다.

「근로기준법」이 허용하고 있는 유연근로제는 근본적으로 한계가 있다. 재량근로시간제를 제외하면, 노동시간 총량은 법이 정한 틀 안에서 제한하되, 사업주에게 과도한 시간외수당 비용이 발생하지 않도록 유연성을 주는 것이 이 제도의 목적이다. 따라서 근본적으로 노동자에게 불리한 제도이다. 따라서 이 제도들을 도입하려면 과반 노동조합과의 서면 합의가 필요하다.

더 근본적인 문제는 이러한 제도들이 모두 노동시간이 생산량과 직접 연결되는 제조업에 맞게 설계된 제도라는 점이다. 노동시간이 생산성과 곧바로 연결되지 않는 창의성을 기반으로 한 업무는 이러한 제도로 규율하는 것에 근본적으로 한계가 있다. 경직된 법 제도 하에서 노사가 방송업에 맞는 제도를 어떻게 찾아내 운영할 것인지는 쉽지 않은 과제이다.

탄력적 근로시간제

최소 2주에서 최장 3개월까지 일정한 단위기간 내 근로일별 근로시간을 정한 후, 단위 기간내 총근로시간의 평균이 1주 40시간을 넘지 않으면 특정일 또는 주의 법정근로시간 초과시간을 연장근로로 보지 않는 제도(근로기준법 제51조).

탄력적 근로시간제는 회사가 사전에 근무표를 고지해 알려줘야 한다. 따라서 업무량의 계절적 변화가 예측 가능한 제조업(빙과류, 냉난방 장비 제조업 등)에 적합한 방식이며, 업무량의 변화를 예측하기

어려운 직무에 도입하기는 쉽지 않다.

2주 단위는 1주에 최대 60시간(48+12시간), 월 단위는 1주에 최대 64시간(52+12시간)까지 가능하다. (※한시적으로 내년 7월 1일 이전까지 허용되는 주68시간 노동에서 토요일과 일요일 각 8시간씩, 총 16시간의 휴일근무가 이와 별도로 허용된다. 이 경우에도 토요일과 일요일 각 노동시간이 8시간을 초과할 수는 없다.)

예시		소정노동시간	연장시간 (연장수당지급)	실노동시간
2주 단위	첫째주	48	12	60
	둘째주	32	12	44
	주 평균	40		
4주 단위	첫째주	48	12	60
	둘째주	32	12	44
	셋째주	52	12	64
	넷째주	28	12	40
	주 평균	40		

선택적 근로시간제

1개월 이내의 일정 기간 동안 총 근무해야 할 시간을 미리 정해놓고 매일매일의 근무시간을 근로자 스스로 결정하게 하는 제도(근로기준법 제52조).

근로자는 1주 40시간, 1일 8시간의 근로시간 제한 없이 자신의 선택에 따라 자유롭게 일하며 약정한 1개월의 근무시간을 채우고 그 이상 일할 경우 연장가산수당을 받게 된다. 출·퇴근 등에 제한을 받지 않는 관리·감독업무 종사자, 근로의 양보다는 질이 중시되는 전문직 종사자들에게 적용 가능하다. 역시 1개월 총량 기준으로 평균 주52시간을 초과할 수 없다. (※주68시간 노동에서 토요일과 일요일 각 8시간씩, 총 16시간의 휴일근무가 이와 별도로 허용된다. 이 경우에도 토요일과 일요일 각

노동시간이 8시간을 초과할 수는 없다.)

사업장 밖 간주근로시간제

외근이 많아 근로시간 측정이 어려운 근로자에 대해서 취업규칙에 정한 근로시간이나 노동조합과 합의해 정한 시간을 일한 것으로 간주하는 제도(근로기준법 제58조).

근로시간 전부 또는 일부를 사업장 밖에서 근무하며 업무 시작 및 종료 시각이 해당 근로자의 자유에 맡겨질 때 도입이 가능하다. 즉, 근로시간 산정이 어려운 영업직, 재택근무, 택시 운송업 외에 출장 업무 등이 해당된다. 하지만 사업장 밖 근로일지라도 모바일 기기 등을 통해 사용자가 구체적으로 지휘·감독할 경우에는 근로시간 산정이 가능하므로 적용대상에서 제외된다.

재량근로시간제

업무의 성질에 비추어 업무수행 방법을 근로자의 재량에 위임할 필요가 있는 업무로서, 근로자가 실제로 몇 시간을 근무하더라도 사전에 노동조합과 합의로 정한 시간을 일한 것으로 간주하는 제도(근로기준법 제58조).

연구개발, 기사 취재, 편성 또는 편집 업무, 디자인, 방송 프로그램·영화의 프로듀서나 감독 업무 등에 제한적으로 적용된다(대상업무는 근로기준법 시행령 제31조에서 규정한 6개 업무에 한한다). 고용노동부가 발행한 [유연근로시간제 가이드]에는 “취재에 동행하는 카메라맨과 기술 인력(스태프)은 포함되지 않는다”고 명시했다. 또 실제로 근로시간과 업무수행 방법을 스스로 결정할 수 없는 경우(기자, 조연출 등) 이 제도 적용이 가능한지는 상당한 논란이 있을 수 있다. 무제한 노동을 가능하게 하는 제도이므로 도입에 신중을 기해야 한다.

“와이드인가 아닌가” 공영방송 저널리즘의 역

〈뉴스데스크〉 방송 시간을 늘리겠다는 와이드 편성 추진을 두고 보도 부문에서 혼란과 우려의 목소리가 커지고 있다. 보도본부장과 보도국장은 의견 수렴도 거치지 전에 연말을 목표로 와이드 뉴스를 추진하겠다고 성급하게 앞서나갔다. 보도국의 공식 논의 기구인 편집회의에 공식적으로 설명하거나 토론에 부치는 절차도 없었다. 반대와 우려가 커졌고, 보도국장은 뒤늦게 “시기를 못박지 않고 편집회의에서 충분히 토론하겠다. 편집회의의 논의 결과에 따르겠다”고 했다.

편집회의는 일선 기자들의 의견을 수렴하겠다고 했다. 대다수의 일선 기자들이 이같은 방식의 와이드 추진에 반대 의견을 표시했다. 하지만 회의 결과에는 반영되지 않았다. “결론이 나올 때까지 충분히 토론”하겠다고던 당초 계획과 달리, 편집회의는 단 두 차례의 회의 끝에 공을 다시 보도국장에게 넘겼다. “의견이 모아지지 않으니 보도국장에게 결정을 맡긴다”는 것이 회의의 결론이었다.

와이드 포맷으로의 뉴스 개편은 뉴스 시간대와 틀 전체를 흔드는 중대한 사안이다. 그러나 책임있는 자세로 진지하게 토론하는 모습은 찾아보기 어려웠다. 보도국의 의사소통과 결정 구조에 문제가 있다는 뜻이다.

본말이 전도된 와이드 논의

와이드 뉴스 추진에 대한 보도부문 구성원들의 의견을 종합하면 다음과 같다.

먼저 현재 우리 뉴스의 문제에 대한 진단이 부족한 상태에서 성급하게 해법부터 나왔다. 보도국은 지난 6월 〈뉴스데스크〉가 의제 설정 기능을 강화하고 선택과 집중을 할 수 있도록 에디터 제로의 조직 변화를 시도했다. 성과도 있지만, 아직 보완해야 할 점도 많다. 선택과 집중에 기반해 이슈에 대한 깊고 풍부한 설명은 와이드뉴스의 전제 조건이다. 그렇다면 현재 보도국의 조직과 업무에 대한 진지한 진단이 먼저 있어야 한다. 하지만 이런 과정이 없었다.

진단이 부족하다보니 보도 책임자들이 어떤 비전을 가지고 뉴스 와이드화를 추진하는지도

알기 어려웠다. “뉴스 경쟁력 강화를 위해서는 여러 코너가 더 필요하다. 시청자와 모바일 뉴스를 잡으려면 뉴스 시작을 앞당기고 시간도 늘려야 한다”는 설명 외에 구체적인 근거를 구성원들은 들은 적이 없다. 과연 총체적인 전략이 있는 것인지, 진지한 토론과 공감대 없이 몇몇 책임자들의 즉흥성에서 출발한 것 아닌지 의심이 확산됐다.

와이드 뉴스가 필요하니 코너를 늘리겠다는 것은 본말이 전도된 논리이다. 와이드 뉴스가 왜 필요한가라는 질문보다 “연말에 와이드 뉴스를 해야 한다. 그러려면 코너를 늘려야 한다”는 목표가 먼저 제시됐고, 부족한 인력과 콘텐츠를 메우기 위해 작가와 스탭 등 지원 인력을 더 투입하겠다는 해법이 이어졌다. 앞뒤가 바뀌었다. 우리가 취재한 내용을 현재 뉴스가 충분히 소화하지 못하고 있어서 뉴스 시간이 더 필요한 상황인지, 와이드 뉴스 도입이 더 충실한 취재를 촉진하는 계기가 될 수 있는지에 대한 검토는 없었다. 이런 과정이 빠진 채 시간과 코너를 늘리는 것은, 취재는 뒷전이고 포장과 전달에만 신경쓰는 결과를 낳게 될 것이라는 우려가 커졌다.

와이드 편성을 포함한 모든 혁신의 성공은 “한번 해보자”는 구성원들의 공감대를 전제한다. 그러나 의견 수렴을 위한 민주적 절차도, 정확한 진단과 해법에 대한 충분한 토론도 없었고 당연히 내부 동력도 없었다. 이런 우려들에 대해 보도국 책임자들은 “와이드 뉴스를 해도 기자들의 노동강도는 올라가지 않을 것이다. 기자들의 출연 기회가 줄어들지 않을 것이다.”라는 식의 답변으로 설득하려 했다. 문제제기와 우려의 핵심을 놓친 것이다.

포맷의 승리인가?

보도국장은 와이드 편성 추진을 하며 〈뉴스데스크〉를 전기밥솥에 비유했다. “즉석밥같은 HMR(가정간편식)이 등장하면서 전기밥솥이 위기를 맞았다. 이에 대응하기 위해 다양한 기능을 넣은 조리기구로 전기밥솥이 진화했다. 마찬가지로 〈뉴스데스크〉도 다양한 기능, 즉 코너와

포맷을 추가해 와이드 뉴스로 변신해야 한다.”라는 논리다. 이러한 비유는 최근 보도국 뉴스가 거둔 일련의 성과가 새로운 코너와 포맷에서 비롯됐다는 인식에 따른 것으로 보인다. 그러나 이러한 인식은 매우 단편적이다. 호평을 받은 ‘바로간다’와 ‘소수의견’ 같은 새로운 코너, 그리고 감사 적발 유치원 연속 보도가 포맷의 승리일까?

먼저 ‘바로간다’를 보자. 7월 말부터 시작한 이 코너는 ‘현장 직접 취재’와 ‘체험’을 기반으로 한 포맷이다. 엄밀히 말해 이런 포맷은 이미 오래전부터 존재했다. 관심이 폭발한 것은 ‘바로간다’가 시작하고 약 2개월이 지난 뒤, 택배 물류 센터의 노동 현장을 연속보도하면서부터였다. 이 뉴스는 택배 산업의 열악한 노동 현실이 불거진 상황에서, 생생하고 미시적인 현장 취재가 돋보였다. 1인칭 시점의 서술을 적극적으로 사용한 것도 신선했다. 연속 보도와 함께 기자가 느낀 바를 취재 후기로도 서술했다. 1회성 보도에 그치지 않고 살인적인 노동강도, 비인간적 처우, 안전, 재벌의 하청과 재하청 등 입체적인 주제 의식으로 법의 사각지대를 파고 들었다. 이 뉴스의 성공은 주제 자체가 가진 사회적 폭발력을 새로운 내러티브 형식과 결합시킨 결과였다.

사립유치원 비리 연속보도는 어땠을까. 이 뉴스는 보육과 교육, 육아 정책 등 우리 사회의 핵심 가치를 직접적으로 겨눴으며, ‘복지국가’와 국가의 책임을 정면으로 묻고 있다. 정치팀의 3개월에 걸친 장기 취재가 있었고, 이후 교육팀과 인권사회팀으로 협업이 확대됐다. 감사 결과 공개에 그치지 않고 물론 공청회와 비리 유치원 현장, 감사관, 시민단체, 학부모, 사립 유치원의 입장, 국회의원들의 과거 행태까지 입체적 취재로 확장됐다. 단발성 리포트에 그치지 않고, 연속 보도와 심층 취재를 통해 유치원 비리의 구조적 문제점과 장기적인 해법 모색까지 나아갔다. 홈페이지와 모바일 앱 최상단에 유치원 실명이 포함된 감사자료를 공개해 수용자들이 직접 원 자료를 보고 판단할 수 있도록 도왔다.

이 사례들은 공통점을 갖고 있다. 첫째, 한국 사회가 처한 구조적 위기의 핵심을 정면으로 파고 들었다. 인권, 노동, 격차, 하청, 안전, 비리, 육

"는 올바른 질문이 아니다 할과 전략



아, 복지, 국가의 책임 등은 국민이 공영방송에게 기대하던 묵직하고 선 굵은 핵심 주제들이었다. 둘째, 이러한 아젠다를 구호에 머물지 않도록 하는 생생하고 입체적인 취재가 뒷받침됐다. 현장 잠입, 문건 입수 등 충실한 취재를 통해 그 실상을 적나라하게 전달했다. 셋째, 전형적인 1분 20초 리포트에서 벗어난 새로운 내러티브를 도입하거나, 기존 <뉴스데스크> 형식에 머물지 않는 다양한 플랫폼과 형식으로 수용자들과 소통하며 이슈 확산을 시도했다. 공영방송 뉴스 가치에 걸맞은 분명한 주제 의식, 생생하고 입체적인 취재, 기존 텔레비전 뉴스의 한계를 극복하는 새로운 전달방식이 함께 작동한 결과이었다.

우리는 다시 큰 질문을 던져야 한다

지난해 과업 이후 보도 부문에서 여러차례 뉴스 혁신 논의가 있었지만, 뚜렷한 결실로 이어지는 않았다. 그 원인은 전략과 조직을 아우르는 큰 질문 없이, 그때 그때 좋아 보이는 해법을 즉

흥적이고 병렬적으로 적용했기 때문이다.

<뉴스데스크>가 전기밥솥과 같은 운명이라는 것은 일리있는 지적이지만 단편적이다. 전기밥솥의 위기는 즉석밥에서만 온 것이 아니다. 소가 축화와 1인 가구의 증가, 다양해진 음식 문화, 요식업의 발, 쌀 소비 감소, IT를 기반으로 한 배달업의 진화 등이 모두 이 위기의 원인이다. 기능 추가로 탈출구를 찾는 것은, 집에서 직접 조리를 한다는 패러다임을 벗어나지 못한 것이다. 이는 '존속적 혁신'에 불과할 뿐이며, 여기에 머물면 결국 퇴보한다. 마찬가지로 뉴스 역시 문제의 초점을 <뉴스데스크> 포맷을 바꾸는 데 맞춰서는 안 된다. 급변하는 미디어 환경에서 우리에게 진짜 위협이 되는 요인이 무엇인지 찾아야 한다.

MBC 뉴스가 처한 위기의 근원은 무엇일까? 매체가 늘어났다. 젊은 시청자들은 텔레비전을 떠나고 있다. 뉴스 소비는 인터넷과 모바일 중심으로 이동했다. 텔레비전 뉴스의 소비 행태 역시 실시간 시청이 아니라 다양한 플랫폼을 통한 소비로 바뀌고 있다. 시청률은 더 이상 뉴스의 성공을 가늠하는 기준이 아니다. 최근 몇 년 사이 뉴스의 신뢰도, 영향력은 실시간 시청보다는 이슈 자체의 힘으로 다양한 플랫폼을 통해 확산되며 형성됐다. 시청률은 그 결과적 반영일 뿐이다.

이런 구조적 위기에 더해, 한국의 양대 공영방송은 이명박·박근혜 정권을 지나면서 '믿을 수 없는 뉴스'로 전락했다. 그 회복 속도는 아직 더디다. 한국의 언론 자유 지수는 박근혜 대통령의 탄핵 이후 점차 회복 중이지만, 기성 언론에 대한 신뢰도는 여전히 꼴찌 수준이다. '기레기'와 '가짜 뉴스'가 횡행하고 있고, 수용자들은 어떤 뉴스를 신뢰해야 할지 혼란스럽다.

역설적으로 이런 상황이 공영방송 MBC의 역할을 더욱 중요하게 만든다. 한국 사회의 구조적 문제의 핵심을 회피하지 않고 정면으로 다루는 뉴스, 뉴스의 홍수 속에 충실하고 입체적인 취재로 가장 신뢰받을 수 있는 뉴스, 텔레비전에 머물지 않고 다양한 플랫폼과 내러티브 방식으로 수용자들과 소통하는 뉴스. 한 사회의 중심인 공영방송 뉴스에 수용자들이 기대하는 뉴스는 이런 뉴스이다.

이런 총체적인 전략은 다음과 같은 질문으로 이어져야 한다. 이런 뉴스를 구현하기 위한 가장 적합한 형식은 무엇인가? 이를 실행할 수 있는 가장 적합한 조직은 무엇인가? 기자들의 공감대를 만들어내고 동기부여를 할 수 있는 최선의 방법은 무엇인가?

우리는 다시 큰 질문을 던져야 한다. 공영방송 MBC의 저널리즘에 부여된 시대적 사명은 무엇인가? 이를 실현하기 위한 뉴스 가치 기준, 충실하고 입체적인 취재, 효과적인 소통을 위한 전달 방법은 무엇인가? 여기에 맞는 최선의 뉴스 형식과 조직은 어때야 하는가? 이런 질문 없이 <뉴스데스크> 개편에만 초점을 맞춘 혁신은 성공할 수 없다.

혁신 전담 조직이 필요하다

지난해 12월 이후 우리 모두는 쉼 없이 앞만 보고 달려왔다. 그러나 불행히도 우리가 제대로 된 방향으로 달려가고 있는 것인지 되돌아볼 기회는 별로 없었다. 이는 보도국장을 비롯한 책임자들도 마찬가지이다. 지금의 보도국 조직은 하루 하루 전쟁터 같은 뉴스 제작 현장의 효율성을 목적으로 한 조직이다. 매일의 뉴스 제작과 혁신 전략 모두를 아우르는 어렵다.

또한 혁신은 보도국 내에서만 진행되어서는 안된다. 보도제작, 뉴미디어 등 보도본부 전반은 물론 때로는 전사적인 협력도 필요하다. 그러나 현업 부서는 현재 조직의 업무를 중심으로 한 사고에 갇히기 쉽다. 이는 새로운 청사진을 그리는 데 방해 요인이다.

독립적이고 상시적인 혁신 조직이 필요하다. MBC 저널리즘의 가치, 보다 강력한 취재와 협업을 위한 지원 방안과 조직 문화, 가치와 이슈에 따라 뉴스 수용자와 소통하는 가장 적합한 전달 방식을 자기 업무의 중심에 놓는 조직이 필요하다. 더 나아가 기자들의 공감대를 만들어내기 위한 적극적이고 활발한 토론은 혁신 성공의 전제 조건이다. 성공을 100% 담보하는 전략은 없다. 그렇다고 성공의 가능성을 높이는 전략을 찾는 일을 외면해서는 안된다.

채용, 원점에서 재검토하자

불법 채용 전원 채용 취소하고 비리 엄단해야 최고의 인재 뽑기 위한 투자와 정책 전환

공정한 채용을 통해 최고의 인재를 확보하는 일은 좋은 기업을 만들기 위한 출발점이자 전제이다. 특히 MBC는 사람에 대한 투자가 거의 전부라고 할 만큼 구성원들의 창의성을 먹고 사는 콘텐츠 기업이다. 지난 20년 이상 MBC가 누렸던 최고의 방송사 지위는, 현업자들이 직접 참여하는 유별나게 까다롭고 공정한 여러 단계의 채용 절차를 기반으로 한 것이었다. 이렇게 뽑힌 MBC의 인재들이 최고의 잠재력과 창의성을 갖고 있다는 믿음을 전제로, 이들에게 충분한 권한과 책임을 부여하는 것은 MBC의 자랑스러운 전통이었다.

그러나 불행히도 이명박·박근혜 정권의 방송장악 시대에 MBC에서 이러한 전통이 무너졌다. 국가 정보기관의 개입 아래 MBC 적폐 경영진은 파업에 최소한의 채용 절차도 생략한 채 급조한 불법 대체인력을 투입했다. 신입사원 공개 경쟁 채용은 전면 중단됐다. 다면적인 인성 면접 평가와 논술 작성 대신, 극우파 논리의 사상 검증과 정치인의 추천서가 평가의 기준이 되었다. 최소한의 경력 검증 절차조차 무력화됐고, 특별채용이라는 이름으로 밀실, 정실 채용이 난무했다. 그 결과 최소한의 논리적 글쓰기도 할 수 없는 자들이 무더기로 '기자'로 뽑혔다. MBC의 신뢰는 추락했다.

사상 검증에서 정치인 추천서까지... 드러난 비리 백화점

감사 결과 드러난 MBC의 채용 비리 백태는 충격적이다. 사회의 비리를 감시해야 할 공영방송으로서 절대 있어서는 안 될 온갖 유형의 비리를 저지른 것이다. 사측은 오늘 인사위원회 결과를 발표할 예정이다. 채용 비리는 공정성과 신뢰라는 공영방송의 근본 가치를 훼손하는 엄중한 비위 행위이다.

감사보고서에 따르면 2010년에서 2017년 사이 회사는 공개 채용 형식을 빌어 모두 337명의 경력 사원을 채용했는데, 이 가운데 기자가 108명으로 가장 많았고, 범 경영직

군이 94명으로 뒤를 이었다.

감사 결과 광범위한 사상검증이 드러났다. 면접자들은 노조활동, 제주 강정마을 사건, 이승만, 임을 위한 행진곡 제창, 세월호 참사와 특조위 활동 등에 대한 질문을 집중적으로 던졌다. 평가표에는 '세월호에 대한 사과가 미흡'하다는 답변 내용과 함께 최저점인 1점을 부여한 기록, '세월호 유족을 선동하는 언론사가 많다'는 답변 내용과 함께 최고점 5점을 부여한 기록 등이 다수 확인됐다.

국장이 이유 없이 면접평가표 제출을 늦추면서 부장에게 특정인의 점수를 높여주라고 지시해 합격시킨 사실도 드러났다. 사장과 본부장이 누군가로부터 청탁을 받아 국장에게 지시한 것으로 추정된다.

감사가 정실채용이 우려된다고 지적했는데도 이를 무시하고, 기자 직군에는 맞지 않는 헤드헌팅 제도를 도입해 권재홍의 동서가 부사장인 헤드헌팅 회사에 2억원을 지급했다. 이렇게 뽑힌 기자 12명 가운데 8명은 이정현 전 청와대 홍보수석 등 정치인 추천서를 받아 입사했다.

불법 대체인력 55명은 고용 계약을 취소해야 한다. 정치인의 추천서를 제출하고 입사한 경력기자 8명의 채용을 취소해야 한다. 경력을 고의적으로 속이거나 부풀린 입사자들의 채용을 취소해야 한다. 공기업인 강원랜드는 대통령의 지시에 따라 채용 비리로 뽑힌 225명 전원의 임용을 취소했다.

이 모든 채용 비리를 지휘, 감독한 전직 임원들과 전직 국부장들을 엄중히 징계하고 민형사상 책임을 물어야 한다. 그 폐허 위에 공정하고 엄격한 채용이라는 MBC의 근본 가치를 다시 일으켜 세워야 한다. 어떤 경영진이 오더라도 흔들리지 않을 단단하고 공정한 채용 시스템과 제도를 확립하는 것이 과제로 남아있다.

최고의 인재 채용, 돈과 시간 아끼지 말자

사규에 공개경쟁 채용원칙을 적어놓는 것만으로 공정성

이 담보되지 않는다는 것이 확인되었다. 공정한 채용이 가능하도록 채용 과정을 정교하게 다시 설계해야 한다. 전형 과정에서 실무 현업자들의 참여를 광범위하게 보장해야 한다. 면접관 중 상급자가 하급자에게 배점을 지시할 수 있는 여지를 봉쇄해야 한다.

꼭 필요한 인재를 까다롭고 신중하게 채용해야 한다. 부문별로 퇴직자가 00명이므로 00명 필요하다는 식의 논리는 지상과 독점 시대의 유물이다. 그 직무가 꼭 필요하고 지속성이 있는지에 대해, 부문의 시각을 벗어나 전사적인 시각으로 엄밀하게 분석하고 계획해야 한다. 다른 모든 경영행위와 마찬가지로 채용도 먼 미래를 내다보는 투자여야 한다. 당장 일할 사람이 부족하다는 이유로 그냥 우수하고 무난한 사람을 뽑아서는 안 된다. 30년 이상을 MBC와 함께 할 수 있는 최고의 잠재력과 창의성을 갖춘 인재를 뽑아야 한다.

최고의 인재를 뽑는 제도는 채용 담당 부서는 물론 각 현업 부서도 치열하게 고민해야 한다. 서류전형-실무면접-임원면접 3단계의 단선적인 채용방식이 최선일 수는 없다. 지원자별로 10분 동안 질문해보고 그 사람에 대해 무엇을 판단해 같이 일하자고 결정할 수 있는가? 채용에 대한 투자는 아끼지 말아야 한다. 에세이, 포트폴리오, 1대1 면접, 多대1 면접, 과제 면접 등 다양한 톨을 유연하게 결합해 해당 직무에 최적화된 채용 과정을 설계해야 한다. 정년까지 같이 일할 사람을 뽑으면서 시간과 비용을 아끼려고 하는 것만큼 미련한 짓은 없다.

경력사원 채용에 대한 인식도 바뀌어야 한다. 경력사원 채용의 목적이 즉시 활용가능한 인력 확보가 되어서는 안 된다. 어떤 직무에 사람이 필요한지, 그 직무를 맡을 사람을 내부에서 육성할 수는 없는지, 직무에 필요한 역량과 경험은 무엇인지 등에 대해 충분히 연구하고 예측해 최적의 인재를 선발해야 한다. 정작 필요한 직무에 대한 고민 없이 무턱대고 뽑았다가 선발된 본인조차 “나를 왜 뽑았는지 모르겠다”는 볼멘 소리가 나오는 경우가 허다하다.

특별채용 제도 폐지해야

특별채용 제도는 폐지해야 한다. 권력의 방송장악기인 2010년부터 2017년까지 MBC는 13회에 걸쳐 18명을 특별채용했다. 이 인력 중 절반 이상이 밀실, 정실 채용 논란을 불러 일으켜 구성원들의 불신을 샀다. 이들은 방송장악에 부역했거나, 파업 대체인력이거나, 별다른 업무성과를 내지 못했거나, 심지어 무리하고 탈법적인 사업 진행으로 회사 경영과 이미지에 큰 손실을 끼쳤다.

특별채용 제도에 대한 불신이 쌓일 대로 쌓인 상황에서,

최승호 사장 취임 이후에도 별다른 절차 개선 없이 특별채용이 이뤄졌다. 구성원들의 냉소와 비판은 더 커졌다. 특별채용 제도는 공개 경쟁 채용이라는 MBC 채용의 대원칙을 훼손하고 불신을 야기하는 폐해가 큰 반면, 우수인력 즉시 채용이라는 효과는 검증된 바 없다. 이번 채용비리 감사 결과를 계기로 특별채용 제도는 공정성 실현과 내부 신뢰 회복을 위해 폐지돼야 한다.

한시계약직과 전문직 채용에도 합당한 절차와 기준 적용해야

적폐 경영진은 노동조합을 탄압하는 데에만 골몰해, 정작 중요한 인사 관리 이슈들을 방치했다. 전문직(구 업무직 등) 직원들에 대한 차별과 불공정한 업무 배분을 방치해왔으며, 김재철 사장 이전까지는 철저히 관리되던 한시계약직 채용과 재계약문제도 일관된 원칙과 엄격한 기준 없이 방만하게 확대했다. 2011년 1월 19명에 불과하던 계약직이 2018년 5월 251명으로 늘어났다. 같은 시기 계약직 인원이 3명인 SBS와 비교하면 MBC 인사관리의 실패가 여실히 드러난다. 장기 인력정책 부재로 적체적소에 인력이 배치되지 못한 상황을 한시계약직 채용과 무기계약직 전환이라는 임기응변으로 때운 결과이다.

이렇게 계약직이 폭증한 배경에는 일부 정규직의 관성적 나태가 있었다. 달라진 미디어 환경에서 새롭게 필요한 직무가 생겼을 때 정규직들은 교육훈련을 통해 도전하는 대신 계약직 충원을 요구했다. 관성적으로 불필요한 업무를 계속하면서 회사가 신입사원을 뽑아주지 않으니 어쩔 수 없다며 계약직 충원을 요구해왔다. 자기 업무를 계약직에게 맡기고 관리자 행세를 하면서, 계약직의 계약기간이 종료되면 “이 사람 없으면 부서일이 돌아가지 않는다”며 무기계약직 전환을 요구했다. 회사는 이 모든 행태들을 방치했다. 업무 부담이 가중된 계약직 사원들이 처우가 공정하지 않다고 느끼는 것은 당연한 일이었다.

한시계약직의 채용과 무기계약직 전환은 엄격하게 관리되어야 한다. 계약직은 말 그대로 한시적으로 필요한 비숙련 직무에 한해 채용해야 한다. 개인과 직무에 대한 철저한 평가를 바탕으로 전문직 전환이 이루어져야 한다. 정년 트랙이 불가피할 만큼 장기적으로 필요한 직무인지, 단기간 훈련을 통해서도 성과를 내기 힘든 고숙련도의 직무인지, 내부 인력의 훈련과 재배치로 채울 수 없는 직무인지, 계약직 채용보다는 외주화가 더 효율적이지 않은지에 대한 고민과 분석이 선행되어야 한다. 한시계약직의 정규직 전환 시에는 정규직 채용에 준하는 엄격한 절차와 기준이 적용되어야 한다.

거꾸로 돌아가는 춘천MBC의 시계

MBC 정상화와 함께 16개 지역MBC도 정상화에 속도를 내고 있지만, 춘천MBC에서는 여전히 비상식적인 일이 벌어지고 있다. 춘천MBC 직원 A씨는 적폐 청산을 위해 출범한 정상화추진단의 조사를 방해하고 조사위원회에 폭언을 해 지난 4월 감봉 1개월의 징계를 받았다. A씨는 징계에 불만을 품고 노동조합 지부장과 조사위원회에 보복하겠다고 위협을 가했고, 지난 8월 다시 감봉 3개월의 징계를 받았다. 이 과정에서 김동섭 사장은 이해할 수 없는 태도를 보였다. 노사협의회에서 징계가 과하다며 공개적으로 A씨를 두둔했다.

이후에도 A씨의 폭력은 계속됐다. 지난 15일 A씨는 피해자들이 회사를 통해 노동위원회에 제출한 진술서를 입수해, 피해자들에게 다시 위협을 가했다. 진술서 유출로 2차 피해가 발생한 것이다. 춘천지부는 직원들의 2차 피해를 막고 직원들의 안전을 지키기 위해 신속한 격리 조치와 진상 조사를 회사에 요구했지만, 사측은 “사장이 구두 경고하겠다. 회사 차원의 조치는 없다”며 소극적 태도를 보였다. “개인 간 일이니 개인들이 법적으로 해결하라. 또 징계하면 이런 일이 반복된다”는 어이없는 설명도 내놔다.

사내에서 벌어지는 폭력적 언행을 회사가 방치하는 사이 피해 사례는 계속 늘어났다. 급기야 직원들이 A씨와 같이 일할 수 없다며 휴가를 내는



사태까지 이르렀다. 직장 내의 최소한의 안전조차 지켜주지 못하는 회사에 대한 직원들의 실망과 분노가 치솟았다. 춘천지부는 결국 지난 23일부터 김동섭 사장의 출근길에 퇴진을 요구하는 피켓을 들고 시위를 시작했고, 지난 25일 회사는 A씨에게 뒤늦게 대기발령을 내렸다. 춘천지부의 요구 9일만이였다.

춘천MBC 구성원들은 2017년 전임 송재우 사장과 그를 비호하는 적폐세력에 맞서 285일 동안 퇴진투쟁을 했다. 총파업 승리의 결과 최승호 사

장 체제에서 김동섭 사장이 취임했다. 그러나 김 사장은 적폐청산에 소극적인 태도와 직원들과 소통 없는 일방통행식 경영으로 실망을 안겼다. 여론이 악화되자 김 사장은 지난 7월 뒤늦게 “허심탄회하게 대화하고 신뢰를 쌓겠다”는 사과문을 냈지만, 결과적으로 말뿐이었다. 김동섭 사장은 취임 후 8개월을 갈등으로 허비했다. 이미 그의 리더십은 추락했고 직원들은 등을 돌렸다. 김 사장은 현재의 사태를 어떻게 풀 것인가? 이제 시간이 얼마 남지 않았다.

〈PD수첩〉, 안중필 자유언론상 본상 수상!



(좌측부터) 강지웅 · 강효임 · 정재홍 작가 · 문효진 AD · 박건식 · 한학수 조합원

〈PD수첩〉 ‘큰 스님께 묻습니다’ 편이 제30회 ‘안중필 자유언론상’ 본상을 수상했다. 지난 5월 방송된 〈PD수첩〉은 강지웅 · 박건식 · 한학수 · 강효임 조합원이 제작에 참여해, 조계종 총무원장을 비롯한 원로 스님들의 의혹을 파헤쳐 큰 반향을 일으켰다. 방송 직후 불교계 내부 자성의 목소리가 높아져 결국 총무원장은 탄핵되었다. 안중필 자유언론상을 주최한 자유언론실천위원회는 ‘큰 스님께...’ 편이 “우리 사회 종교 문제에 관심을 환기하는 데 크게 기여했다”고 선정 이유를 밝혔다.

지난해 MBC본부가 안중필 자유언론상 본상을, 김민식 · 이용마 조합원이 특별상을 수상했었고 올해에는 조합원들이 제작한 프로그램이 본상을 수상하면서 MBC 정상화를 위한 노력이 결실을 맺고 있음을 보여주었다.

시상식이 열린 10월 24일은 1975년 동아일보 기자들이 유신 정권의 언론탄압에 맞서 ‘자유언론실천선언’을 발표한지 44주년이 되는 날이었다. 문재인 대통령은 윤영찬 홍보수석이 대독한 메시지를 통해 “자유언론실천선언의 정신으로 분투해온 모든 언론인들께

존경과 감사의 마음을 전하며, 정당한 언론활동을 탄압한 국가권력의 부당함에 대해 유감을 표한다.”라고 의미를 부여했다.

유신 시절 동아일보 기자였던 안중필은 동아자유언론수호투쟁위원회 (이하 동아투위) 위원장으로 활동하다 투옥됐고, 1980년 사망했다. 그의 유지를 이어 받고 기리기 위해 동아투위는 자유언론의 권리를 늘리는 데 기여한 개인이나 단체에 줄 목적으로 ‘안중필 자유언론상’을 제정해 1987년부터 시상하고 있다.