

문화방송노보

발행인 오동은
편집인 이상준
편집 송옥분
주소 서울 마포구 성암로 267
MBC 경영센터 2층
TEL 02_789_3881~6
FAX 02_782_0135
www.mbcunion.or.kr
2019년 7월 25일

NATIONAL UNION OF MEDIAWORKERS MUNHWA BROADCASTING UNION



2019년 하반기 업무보고가 시작되었다. 회사는 대주주인 방송문화진흥회에 출석하여 하반기 전략을 밝힐 예정이다. 그에 앞서 2019년의 반환점을 지난 상반기의 성적은 암담하다. 상반기 영업 손실이 이미 400억을 넘어섰다는 소식에 탄식이, 앞으로의 전망은 더 어두울 것이라는 예측에 걱정이 쏟아진다. 최근 타사는 ‘비상경영계획’을 발표하였다. 대규모 편성 변경과 프로그램 축소를 비롯해 인력과 비용지출의 효율화로 연간 600억 규모의 예산을 절감한다는 대대적인 수술을 예고하고 있다. 그에 비해 MBC는 지금 어떤 대비책을 마련하고 있는가?

무한 경쟁의 미디어 시장과 MBC의 위기

상반기 MBC의 광고매출은 1,100억 대로 연초 목표의 40%에 채 미치지 못하고 있다. 지상파 광고시장의 위기는 이미 예상했던 바지만, 매출하락의 속도와 폭은 견잡을 수 없다. 이 와중에 여전히 지상파에 대한 차별규제 해소는 더디기만 하고 주무부처인 방송통신위원회는 위원장의 갑작스런 사퇴로 어수선하기만 하다. 중편의 약탈적 광고 직접 영업은 7년 사이에 매출액을 6배나 늘려나갔고, 거대 유료방송채널은 작년에는 급기야 MBC를 넘어서 시청점유율 2위까지 올라섰다. 규제받지 않고 책임지지 않는 중편과 유료방송에 대한 차별적 특혜 속에 MBC는 구조화된 위기로 내몰리게 되었다. 그러나 더욱 뼈아픈 것은 아직도 완전히 회복하지 못한 신뢰도다. 최근 실시한 타사의 미디어신뢰도 조사에서 MBC는 jtbc와 KBS 등에 뒤처져 6위를 기록했다.

MBC는 달라졌는가? 이게 최선인가?

일련의 암울한 실적보다 더 큰 문제는, 이러한 위기를 돌파하기 위해

MBC가 달라지고 있다고 체감하는 구성원이 많지 않다는데 있다. 회사가 계속해서 밝혔듯 ‘중간광고’만 해결되면, ‘비대칭규제’만 해소되면 MBC는 중편의 성과를 거둘 수 있을 것인가. 2049세대를 타깃으로 프로그램 제작을 독려하고, 성과보상을 내세우는 정도로 MBC는 거대 유료채널을 다시 추월할 수 있을 것인가. <뉴스테크>의 와이드 편성으로, 지금과 같은 <PD수첩>과 <스트레이트>만으로 jtbc의 신뢰도를 추월할 수 있을 것인가. 혹시, ‘그래도 MBC의 인적자원이 좋으니 열심히만 하면 된다’고 생각하며, 구성원들의 노력과 희생만 요구하고 있는 것은 아닌가.

공영방송 MBC의 미래를 제시해야 한다

조만간 회사는 ‘중장기 인력방안’과 ‘비상경영계획’을 조합에 제시할 예정이다. 모두 MBC 구성원들의 뼈를 깎는 고통분담을 담고 있을 것이다. 하지만 분명한 것은 당장의 영업이익과 실적개선을 위한 일시적인 몸집 줄이기를 넘어서야 한다는 점이다. 단지 인력과 예산의 숫자로만 표시되는 단기 처방으로 끝나서는 안 된다. 지금 우리가 어떤 길에서 있고, 어디로 가고 있으며, 도달하고자 하는 곳이 어디인지 정확히 밝혀야 한다. 적어도 자생력을 갖추고 성장의 동력을 마련한 ‘공영방송 MBC’의 모습이 어떻게 실현될 것인지, 확고한 비전과 전략을 제시해야 한다. 조합은 회사의 방안을 면밀히 검토하고, 조합원의 공감과 동의가 이루어진다면 어려움을 넘어서는 과정에 동참할 것이다. 2019년 하반기, 중요한 시간이 흘러가고 있다. 그래서 경영진에게 묻는다. MBC는 생존과 성장을 위한 비전과 전략이 준비돼 있는가.

벼랑 끝 지역MBC, 탈출구는 있는가

이동신
여수MBC 지부장



여수MBC는 창사 이래 처음으로 두 자릿 수 적자를 기록했다. -16억. 그것도 상반기만 집계된 수치다. 수직낙하의 폭과 속도는 예측을 가볍게 뛰어 넘었다. 이미 바닥에 닿았다고 자신할 수 있는 사람은 아무도 없다. 비단 여수만의 문제가 아니다. 전국 16개 MBC에서 전부 영업 손실이 발생했다. 2년 연속 적자구조를 벗어나지 못하고 있고 오히려 그 폭은 확대되고 있다.

상반기 16개 지역사 모두 '적자'

상반기 16개 지역사 매출을 살펴보면, 전년 동기 대비 130억원이 사라졌다. 영업손익도 전년에 비해 43%가 하락해 총 398억원의 적자로 상반기를 마감했다. 이는 2018년 상반기에 비해 4~15% 하락한 광고공사 수익의 감소분을 메우지 못하는 데에서 기인하고 있다. 저성장 시대에 미디어환경의 변화가 가속화되면서 빚어진 잔혹한 현실이다. 마른 행주를 쥐어짜는 심정으로 영업에 매진하고 있지만 이 암울한 현실에 대한 처방은 아직 그 어떤 지역사도 찾아내지 못하고 있다.

초유의 위기...존재감 없는 경영진

지상파에 불어 닥친 한파를 모르는 게 아니다. 하지만, 적어도 지역사 사장의 입에서 '백약이 무효'라는 포기 선언이 나오기 전에 실제 '백약을 고민하고 제대로 처방했는지' 묻지 않을 수 없다. 모름지기 경영자라면 조직을 추스르고 스스로 존재 가치와 이유를 증명해야 할 때다. 그러나 지역 구성원들이 가장 절망하는 지점이 바로 이 부분이다. 경영의 최전선에서 전투적으로 움직여야 할 사장들의 생산적인 활동이 정작 뚜렷하게 감지되지 않는다는 점이다. 경영의 실종이라는 말마저 나오는 지경이다.

정책적 대안도 생존 전략도 실종

정책적 대안 찾기 또한 찾아보기 힘들다. UHD 전환을 위해 소요될

막대한 투자비용은 어떻게 할 것인가. 지역사의 막막한 현실에서 감당하기 벅찬 수준이다. 이를 해결해야 할 전방위적으로 뛰어아할 사장들은 미온적이다. 지역방송에 수혈을 해줄 지원책들이 보이지 않는 이유다.

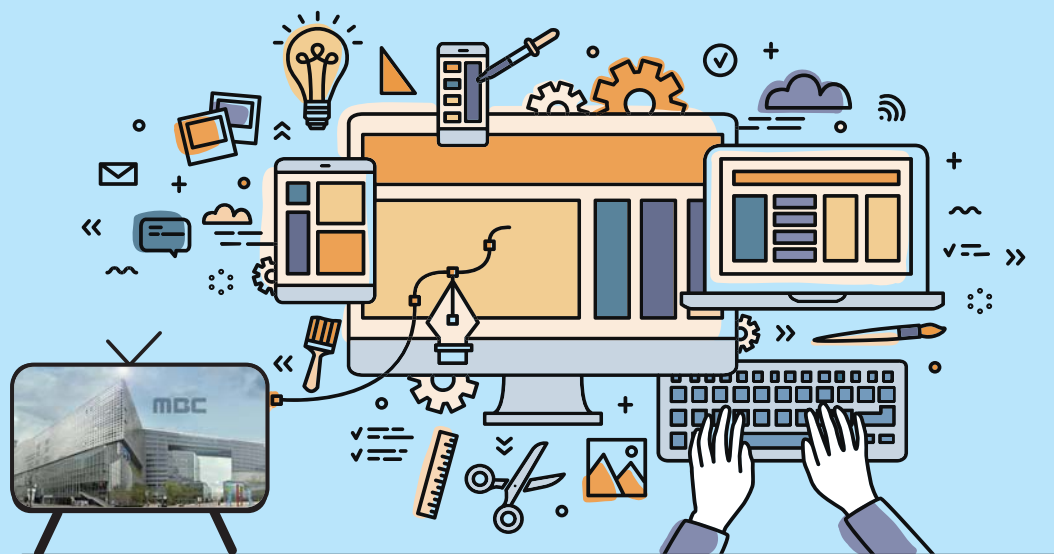
새로운 수익모델 창출에 대해서도 지역사 경영진은 무능하기 그지 없다. 16개사가 거의 천편일률적으로 태양광산업과 유튜브에 함몰돼 우후죽순으로 관련된 수익모델만을 쫓고 있다. 각 사별 생존 전략에 대한 깊은 고민 없이 타사의 성공 사례를 그대로 전용하면 만능키로 작용한다고 믿는 건 아닌 지, 남들이 가본 길만 가고자 하는 건 아닌 지 우려하지 않을 수 없다.

"하루하루도 힘든데 무슨 비전이나"

이런 가운데 얼마 전 지역사 사장단과 지부장들의 상견례 자리에서 나온 어느 사장의 발언은 참석자들의 귀를 의심하게 했다. 비전을 만들어 달라는 지부장들의 요청에 '하루하루도 힘든데 무슨 비전을 말할 수 있느냐'는 요지였다. 비전을 만들지 못한다면 그 자리에 있을 이유는 없다. 더 큰 문제는 단지 사장 한 명만의 돌출적 언행으로만 보이지 않는다는 점이다.

일부 사장들은 임기만 채우면 된다는 나약한 자세로 구성원들에게 무언가를 하고 있다는 이미지만 보여주는 데 집중하고 있다. 성과판 얻어 보겠다는 알팍한 기대로 적폐 시절 인물들에게 연연하는 사장들마저 존재한다. 안타깝지만, 그들의 성과는 풍요롭던 과거 MBC의 명성에 기댄 결과이지 능력으로 일군 게 아니다. 몰랐다면 안목이 없는 것이고, 알았다면 정상화 의지에 대한 배신이다. 이런 지역사 사장들의 행태는 구성원들에게 불신의 벽만 높이는 결과만 초래할 뿐이다.

물론 궁극적으로 위기를 극복할 원천적인 힘은 우리의 주인의식과 절실함에서 나올 것이다. 하지만, 지금의 경영진들은 적폐를 청산하고 새로운 MBC를 그리는 중요한 시기에 경영자로서 지역에 합류한 것이다. 당시 본인들이 가졌던 포부와 다짐, 스스로 천명했던 로드맵은 지금 어디쯤에 머물러 있는 지 찬찬히 돌아보길 바란다.



미디어 정책의 실종, 손 놓고 있을 것인가?

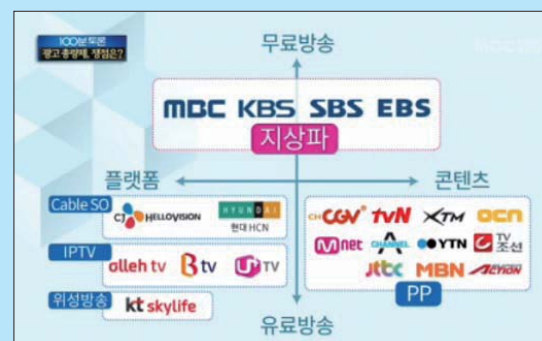
방송통신위원장이 갑작스레 사임의사를 밝혔다. 그 배경을 놓고 다양한 추측들이 나오고, 후임 인선을 주시하고 있다. 당사자가 아닌 이상 그 배경을 정확히 설명할 수 없고, 인사권을 두고 왈가왈부 할 수도 없다. 다만 우리가 주목하는 것은 현 정부의 미디어 정책이 실종되었고, 여전히 우리는 그 상황에 영향을 받고 있다는 점이다.

장면 1. 지상파 중간광고 도입을 둘러싼 우왕좌왕

까? 지상파 중간광고 허용에 있어 청와대 측이 방통위에 부정적인 의견을 냈다는 말이 있다. 하지만 정확한 이유와 책임자가 명확해야 하는 것이 당연한데, 그저 청와대의 입장이라는 소문과 추측만 무성하다보니 중간광고를 지상파 길들이기의 수단으로 이용하고 있다는 의혹과 우려도 커지고 있다. 정책은 사라지고, 정치만 남았다.

장면 2. 비대칭규제 개선은 언제까지 미완의 과제?

서 해주겠지' 라는 생각으로 아무 일을 하지 않는다면 방통위는 존재 의미를 어디서 찾아야 할까?



지난 2월 방통위에서는 전례 없는 이상한 일이 발생했다. 지상파 중간광고를 허용하는 방송법 시행령 개정안의 전체회의 상정을 앞두고, 회의 전날 돌연 안전 상정이 취소된 것이다. 그 이후로 중간광고는 '된다, 안된다' 소문만 무성한 채 반년 가량 아무런 진전이 없는 상태이다. 이미 작년 7월 국회 업무보고 자리에서 방통위원장이 지상파 중간광고 허용 추진을 공개적으로 발언하였고, 사업자 의견을 수렴하는 절차도 진행하였다. 급기야 지난 7월 초, 방통위 업무보고에서도 중간광고 도입의 조속한 시행을 촉구하였지만, 결국 지상파 중간광고 문제는 1년 넘게 표류하고 있다.

지상파 중간광고 허용은 국회 논의 과정이 필요하지 않고 방통위에서 의결 후 일련의 절차만 거치면 되는 비교적 간단한 사안이다. 그럼에도 이 문제가 지지부진한 이유는 무엇일

이번 제4기 방통위는 '지상파와 종편에 대한 비대칭 규제 개선'을 추진해야 할 과제로 여러 차례 발표한 바가 있다. 그러나 현재 방통위에서는 비대칭규제를 개선하였다고 내세울만한 주요 실적이 거의 없다고 할 수 있다. 심지어 7월 22일 발표한 <방통위 제4기 2년간의 성과 및 계획>에는 비대칭규제에 대한 내용이 아예 빠져있다.

사실 비대칭규제 개선은 방통위의 의지와 그에 따른 노력과 능력이 무엇보다 중요하다. 종편과 CJ 등 유료방송의 강한 반발은 이미 알려진 바이다. 그럼에도 방통위가 종편 특혜 폐지와 지상파 차별 시정의 필요성을 인식한다면 국회를 설득하고 부정적인 종편 및 신문사의 언론보도를 돌파할 수 있는 추진력을 가져야 한다. 그러나 방통위는 관련 이슈에 대해 '국회에서 반발이 있어서', '과기부, 문체부 등 다른 부처에서 반대 의견이 있어서', '청와대에서 승인해주지 않아서' 라는 여러 이유를 대며 제대로 규제 개선을 추진하지 않고 있는 실정이다. 방통위는 분명 법에 근거한 독립기구이다. '우린 보고서를 올렸으니 결정은 위에서 알아

표류하는 미디어정책, 적극적인 대응이 필요하다

지난 7월 23일, 언론노조는 시민사회의 여러 단체들과 함께 '미디어개혁시민네트워크'를 출범시키고 제대로 된 미디어정책을 제안하기 위한 첫걸음을 시작했다. 미디어 개혁을 위한 모든 의제가 다루어질 것이다. 여기서는 지상파의 소유구조를 비롯해 서울과 지역의 상생, 지상파의 재원마련 등 다양한 이슈에 대해 치열한 고민과 토론을 통해 정책적 대안을 만들어 갈 것이다.

경영진에게도 요청한다. 정부 내에서도 실종된 미디어 정책을 언제까지 기대할 것인가? 우리 스스로 정책대안을 마련하고 요구해야 할 때이다. 단순히 MBC의 문제를 해결하기 위한 노력이 아니라 전체 지상파 사업자와 함께 대응에 나서야 할 것이다. 지상파의 미래, 공영방송 MBC의 미래를 놓고 적극적인 노력을 당부한다. 조합은 언제나 회사의 노력에 화답할 것이다.

단일노조의 기본급 정상화, 이게 왜 안 되는 겁니까?

이길로
대구MBC 지부장



언제부턴가 우리 여름은 끈적해지기 시작했다. 온난화의 영향인지 는 몰라도 올라가는 기온에 끈적한 습기까지 더해지면서 이젠 뭐 뭐라 할 말이 없을 정도다. 지금 임금협상이 그렇다. 1년 중 가장 덥다는 그래서 ‘염소 빨도 녹는다’는 대서(大暑) 당일이던 지난 화요일, 임금협상과 관련한 지부장들의 회의가 다시 열렸다. 그리고 나는 그 회의를 마치고 더위에 지친 정신 줄을 다시 부여잡고 몇 줄 끄적거리며 적어 간다. “놓치마, 정신 줄.....”

통상 임금협상과 관련해 노보에 실리는 글이라 치면, 조합의 기본 임장은 이렇고 그 간 어떤 말들이 오갔고, 현재 어느 정도 상황까지 진전됐으며,,, 뭐 이런 정도의 팩트 체크를 기본으로 하고 앞으로 조합의 전략이나 조합원들의 부가적인 희망사항이나 요구안을 담아내는 것이 보통 일게다. 여기에 덧붙여 “걱정마시라, 다 잘 될 것이다, 우리의 요구안을 관철시킬 것이다”라고 MSG까지 살짝 곁들여 주면 나름 완벽한(?) 임협 중간 보고서가 될 텐데 이번 임협 보고는 전혀 그렇지 못하게 사실이다. 어디서부터 꼬이기 시작했을까, 무엇이 문제일까...

다들 알고 있듯 이번 임협의 최대 쟁점은 무너졌던 기본급 복원에 있다. 적폐 시절, 회사는 조합의 기본급 체계를 붕괴시켰다. 개별교섭으로 3노조의 임금만 인상한 건데, 결국 서울지부가 이 인상안을 받았다. 지금은 경영진에 몸담고 있는 당시 조합 본부장은 “안 받으면 서울이 깨진다. 회사가 정상화되면 반드시 기본급을 복원하겠다”면서 지역을 설득했다. 이후 마치 각자도생(各自圖生)하듯 황망하게 각 지부별로 개별 협상이 이뤄졌지만, 현재 많게는 4%, 적게는 1.5%의 격차가 벌어지고 말았다. 적폐 시절이 남긴 비정상이다.

사실 이젠 단일 노조를 깨려는 적폐 경영진의 저열한 공작이었다. 각 사마다 임금 총액은 달라도 기본급만큼은 동일하게 유지했던 건 2천

조합원을 단일 노조의 틀 안에서 뭉치게 했던 상징적인 원칙이었다. 그렇기 때문에 지역 지부에 몰아닥친 후폭풍, 지역 조합원들의 마음에 남은 상처는 상상하기 힘들 정도였다. 하지만, 우리는 어쨌든 마침내 당당히 파업에 승리했고, 최승호 사장 체제의 출범과 함께 모든 것들이 제자리로 돌아갈 것이라고 기대했다. 비정상의 정상화라는 대원칙 아래 조건없는 기본급의 복원 역시 순조롭게 이뤄질 것이라고 믿어 의심치 않았다.

지금 회사는 기본급은 복원하되, 인건비 총액의 상승이 없어야 한다고 주장한다. (근로자가 받는) 임금이 아니라 (회사가 지출하는) 인건비다. 그래서 퇴직금에 연동하는 수당을 삭감한다는 방법론을 제시했다. 극심한 경영난을 이해하더라도, 이젠 너무나 서늘한 조삼모사(朝三暮四)다. 정상화된 회사가 정상화를 위해 함께 싸웠던 조합원들에게 내민 건 숫자와 계산뿐이었다.

회사는 차라리 기본급 복원이라는 말을 하지 말았어야 했다. 적어도 양심이 있다면 감히 기본급 복원이라는 말은 꺼내지 말았어야 했다. 회사 상황이 어려워니 라는 말은 조건 없는 기본급 복원이 이뤄진 다음에 나왔어야 했다. 그렇다면 조합은 어떠한 형식으로라도 회사의 짐을 나눌 수 있을 텐데 말이다. 지금까지 조합이 그랬던 것처럼 말이다.

이 시점에서 궁급해진다. 모든 게 제자리로 되돌아 갈 줄 알았던 최승호 사장 체제, 과연 우리 MBC는 지금 그런 정상화의 길을 제대로 가고 있는 것인가. ‘인건비 총액의 상승 없는 기본급 복원’이라는, 어찌 보면 모순되는 방안을 던져놓고 회사는 스스로 문을 닫아버린 것은 아닐까. 비단 임금협상에만 국한되는 일일까?

요즘은 서울도 대구만큼이나 덥다. 끈적한 습기 잔뜩 머금은 바람 안에 실낱같은 답이라도 있으면 기꺼이 이 더위를 즐기기도 남겠다.



직장 내 괴롭힘
때문에 고민하고 있나요?

해결할 방법을 찾고 싶는데 무엇부터 어떻게 해야 할지 몰라 혼자 힘들어 하고 있다면 먼저 조합으로 알려주세요.
상담부터 신고, 조치까지 문제 해결을 위해 조합이 최선을 다하겠습니다.

이메일 접수 : union_help@mbc.co.kr
방문/우편 접수 : 서울 마포구 성암로 267 경영센터 2층 노동조합

• 신고/상담 내용은 담당자만 확인 가능하며, 철저하게 보안이 유지됩니다.



노사협 지상중계

〈주 52시간 근로제〉 시행, 어떻게 되거나?

고용노동부가 〈주 52시간 근로제〉에 대해 3개월의 제도 기간을 부여함에 따라, 본격적인 시행일이 10월 1일로 연기되었다. 조합은 이 기간을 활용하여 조합원의 노동 조건을 개선하고, 합리적인 〈주 52시간 근로제〉 시행 방안을 마련하기로 했다. 지난 5일 개최된 임시 노사협의회에 〈주 52시간 근로제〉를 가장 핵심적인 안건으로 제안했고, 특히 예능본부와 기술본부의 근로조건 개선에 관한 문제를 제기했다.

노사는 지난 2월부터 3개월간 매월 5%씩 총 15% 노동시간 단축 및 노동조건 개선을 추진하기로 했지만, 예능 부문에 일상화된 장기 노동은 여전히 개선되지 않았다. 오히려 예능

슬롯의 증가와 파일럿 프로그램 제작이 늘어나면서 초장기 노동이 우려되는 실정이다. 조합은 예능 조합원들의 휴게시간을 제도적으로 보장할 수 있는 대책을 회사에 주문했다. 회사는 예능 조합원들의 휴식보장을 위해 상·하반기별로 강제 휴가(2주)를 시행하는 방안을 검토 중이며, 시설·인원충원 등 인프라 개선도 병행하겠다고 답했다.

조합은 또, 교대근무를 하는 보도기술부 조합원들의 고질적인 휴게시간 부족을 지적하고, 보완 대책을 요구했다. 보도기술부의 경우 지난해 조합원 6명이 30일 연속 근무했고, 한 조합원은 무려 53일 동안 하루도 쉬지 못하고 근무했다. 이에 대해 회사는 10월 초까지는 교

대 조를 1팀 늘리고 업무를 조정해 휴식을 보장하도록 하겠다고 밝혔다.

조합은 현재 〈주 52시간 근로제〉의 시범 실시를 회사와 협의하고 있다. 선택근로제 적용 부서를 대상으로 7월 1일부터 시범 시행에 들어간 KBS처럼 도입 가능한 유연근로제부터 시행해 보자는 것이다. 10월 1일 본격적인 〈주 52시간제〉 도입에 앞서 새로운 근로시간 입력 시스템에 문제는 없는지, 각 부서에 적용되는 근로제도가 각 부서의 업무에 적합한지 등을 점검할 필요가 있기 때문이다. 조합과 회사는 8월 중 시범 시행을 목표로 하고 있으며, 노사합의가 마무리되는 대로 구체적인 내용을 발표하기로 했다.



MBC 그룹TF의 전략, 언제 구체화되나?

회사는 지난 3월 말 ‘그룹전략TF’를 구성하고 지상파의 마이너스 성장 속에서 MBC의 지속가능한 생존을 위한 방안 마련에 착수했다. 조합은 지난 5월 노사협의회에 이어, 이번 임시 노사협의회에서도 ‘그룹전략TF’의 진행 상황을 점검했다.

조합은 우선 당초 회사가 6월 말까지 제시하겠다고 했던 중장기 인력 계획안이 계속 지연되고 있다는 점을 지적했다. 계획안이 늦어지는 가운데 신입 사원 채용 규모를 두고 ‘한다’, ‘안 한다’, ‘0명으로 결정됐다’는 등의 소문이 퍼지면서 불필요한 혼란과 오해가 발생하는 문제도 제기했다.

이에 대해 사용자 위원들은 ‘그룹전략TF’의 실무적인 논의까지 보고받지는 않으며 신입사원 및 경력사원 선발 등과 관련해 사내에 돌고 있는 소문은 확정되지 않은 사항이라고 설명했다. 회사는 현장 의견을 적극적으로 수렴해 중장기 인력 계획안을 수립할 것이며 이달 30일 전후로 초안을 제시하겠다고 약속했다.

조합은 또, 그룹 내 업무 재조정 방안에 대해서도 우려를 표명했다. TF의 활동이 길어지고 특정부문의 업무에 국한해서 조정 방안이 흘러나오면서 구성원들의 반발이 이어지고 있기 때문이다. 조합은 각 부서의 업무와 기능을 평

가해 직무를 재편성하는 방안은 구성원들의 공감대를 얻어야 향후 수용성을 담보할 수 있는 만큼 충분한 논의와 세심한 접근을 주문했다.

회사는 업무 재조정 방안의 복잡성과 민감성을 들어 TF 활동이 더 길어질 수 있다고 설명했다. 단편적인 개별 방안으로 업무 재조정의 전체 그림을 평가하기 어려운 만큼 완결된 계획이 수립됐을 때 협의와 토론이 이어질 수 밖에 없다는 것이다. 회사 내 부서와 자회사의 업무를 재설계하는 방대한 작업인 만큼 업무 재조정 방안은 8월 말은 돼야 가시화될 것이라고 회사는 전망했다.



민실위
보고서

사라져가는 혁신, 같길 먼 '뉴스 정상화'

MBC 뉴스에 대한 구성원들의 고민이 깊어지고 있다. 좀처럼 반동의 실마리를 찾지 못하고 있기 때문이다. 30분을 앞당기고 30분을 늘린 메인뉴스의 와이드편성이라는 과격도 출시 효과가 사라지고 있다. 출범 한 달 만에 4%대를 회복한 이래로 뉴스데스크 시청률은 크게 변동이 없다. 고민은 눈으로 보이는 수치에서만 비롯되는 게 아니다. 열심히 하는 만큼 우리 뉴스가 과연 얼마나 나아지고 있는지에 대한 근본적인 회의가 자라고 있기 때문이다. '뉴스 정상화'를 위한 지난 1년여 간 노력의 결과물이 점점 희석되는 위기 정황이 곳곳에서 포착되고 있다.

사라지는 혁신.. 준비 충분했나

체일 큰 위기 신호는 뉴스의 혁신이 사라지고 있다는 것이다. 이는 <와이드 뉴스>로 상징되는 혁신의 구상 단계부터 지적되어 온 '준비 부족'에 대한 우려와 맞닿아 있다. 지난 4월 민실위 보고서에서도 지적했듯, 다양한 출연과 코너, 이슈별로 블록화된 편집 등 형식적으로나마 추구했던 개선안마저 갈수록 퇴색하고 있는 것이다. 결국 한 시간 반짜리 뉴스가 리포트로 채워지다시피 하면서 기존의 백화점식 뉴스로 회귀하는 현상이 벌어지고 있다는 걸 부인할 수 없다. 현재 주말뉴스에 성공적으로 안착한 것으로 평가받는 <로드맨> 코너의 경우 포맷 개발까지 3개월의 준비기간이 주어졌던데 반해, 와이드 뉴스 출범을 앞두고는 기자 개인에게 불과 2~3주 가량의 준비 시간만이 주어졌다. 현재 명맥을 이어가고 있는 <정참사> 코너는 기자의 역량에만 의존하기에 지속가능한 모델과는 거리가 멀다는 지적이다.

늘어나는 'CCTV·블랙박스' 영상



문제는 이 혁신이 사라지고 남은 공간을 '단순 사건사고' 기사가 채워가고 있다는 점이다.

사건사고 보도를 무조건 부정적으로 볼 수는 없다. 단발성 사건사고가 사회의 일단면을 보여주기도 한다. 하지만 지나치게 많은 선정적인 사건사고 뉴스는 우리가 표방하는, 가족과 함께 저녁 자리에서 볼 수 있는 '주 52시간 시대'의 뉴스라는 가치와 배치된다. 특히 최근 늘어난 사건사고 뉴스는 당사자의 신원도 알 필요 없는 그야말로 '단발성' 사건사고가 대부분이다. 대부분 CCTV나 자동차 블랙박스 영상에 등장하는 사건들이다. 정신질환자가 알몸 상태에서 흥기를 들고 초등학교 주변을 배회하고, 마약에 취한 남성이 아파트에서 알몸인 채로 베란다에 매달려 소란을 키우고, 남의 집 앞 화단에서 음란행위를 하는 장면을 모자이크를 해서 보여주는 것이 무슨 의미가 있는가.

이런 단발성 사건사고가 느는 경향은 수치로 확인된다. 와이드 뉴스가 출범하기 직전인 3월 첫 두 주의 경우 위와 같은 '단발성' 사건사고 리포트는 열흘간 5개에 불과했다. 뉴스시간이 1.5배로 늘어난 와이드뉴스 출범 초기 2주간도 8개로 큰 차이가 없었다. 하지만 보도건수는 꾸준히 증가세를 보이면서, 최근인 7월 첫 두 주는 단발성 사건사고 리포트가 무려 32건이나 됐다. 하루 평균 3개 이상이다. 7월 10일엔 '택시기사 매달고 음주운전', '도심 불법 레이싱', '킥보드 타고 철도범 검거', '가장 아내·딸 살해' 등 4개의 사건사고가 CCTV나 블랙박스 영상을 통해 전달이 됐다.

관성적인 접근.. 성찰·관점의 부재



'화면이 있으면 리포트를 하자', '큰 일이 벌어지면 꼭지수를 무조건 늘리자'는 식의 관성과 타성도 혁신을 가로 막는 장애물이다. 지난 U-20 월드컵 결승전을 하루 앞둔 주말 뉴스데스크가 대표적이다. 당시 우리는 방송사중 가장 많은 10꼭지를 보도했지만 정작 상대와 우리팀의 특징과 양팀 전력비교 등 정보가 될 만한 내용은 부족했다. 대신 감독의 고향과 이강

인 선수 외할머니가 다니는 경로당, 치킨집 등 외곽취재에 치중하며, 수십 년 전부터 이어져 온 '분위기 띄우기식' 보도 관행을 답습했다. 비교적 초기 보도를 잘했다는 강원 산불현장에서도 앵커 두명을 각자 다른 장소에 급파해 메인뉴스를 진행했지만, 끔찍한 재해 현장을 불거리로 소비하려한다는 시청자들의 비판도 잇따랐다. '세월호 사고 5주기'도 지상과 뉴스 중에 가장 많은 꼭지를 할애하면서 추모의 분위기를 살렸다고 자평했지만, 정작 세월호 전원 구조 오보의 당사자로서 스스로를 되돌아보거나 성찰하는 목소리는 나오지 않았다. 정치뉴스 또한 갈등이나 여야 충돌, 막말에 예민한 반응을 하면서 정치 혐오를 부추긴다는 비판에서 자유롭지 못하다. 정치, 사회, 경제, 국제, 지역 등 각 분야를 망라해, 사건사고를 다루는 기존의 접근 방식에서 벗어나지 못한다면, 우리만의 이슈를 발굴하고 '선택과 집중'을 통한 의제 설정을 하겠다는 새 뉴스의 지향점과는 점점 멀어질 수밖에 없다.

낙관주의 버리고 혁신안 마련해야



잔잔하지만, 의미있는 변화도 있다. 올해 들어 문화예술계의 구조적 비리를 고발하는 <장미와 빵> 기획, '수술실 CCTV' 법안을 둘러싼 북마전을 들여다보는 기획보도는 외부 상까지 수상하면서 안팎의 호평을 받았다. <소수의견>과 <당신뉴스>를 통해 사회적 약자의 목소리를 경청하고 노동 이슈와 관련된 추적과 발굴도 계속되고 있다. 지난해 '비리 유치원'과 '故 김용균씨 사망사고' 관련 보도로 정상화의 초석을 다졌던 MBC 뉴스가 한단계 도약하기 위해선, 과거의 관성에서 비롯된 낙관주의를 떨쳐버리고 보도 책임자부터 위기 신호의 실체를 받아들이며 혁신을 모색해야 한다. 더 이상 시청자들에게 MBC 뉴스의 진의와 선의를 믿고 본 궤도에 오르기까지 기다려달라고 말하기엔 이미 상당한 시간이 흘렀다.

전국 민실위간사 “관성·타성 버리고 공정성 살려야”

지난 8~9일 이틀 동안 제주도에서 MBC 전국 18개 지부의 24명의 보도·편제 민실위간사가 참여하는 ‘2019년 전국민실위간사회회의’ 열렸다. 각 지부의 민실위 간사는, 보도와 프로그램의 공정성을 감시함과 동시에, 보도와 제작 현장에서도 각자 중추적인 역할을 맡고 있다. 민실위 간사들은 현재의 경영 위기 때문에 보도나 프로그램의 공정성, 공정성의 가치가 뒷전으로 밀려나고 있다는데 인식을 같이 했다. 제작비와 인력 부족으로 공정성과 프로그램 경쟁력을 높이기 위한 실험과 도전도 무력화되기 일쑤라는 지적도 나왔다.

“뉴미디어는 위기이자 기회”

위기에 대한 전략도 고민해 봤다. 프로그램 최일선 제작자들이기도 한 민실위간사들은 ‘MBC의 공정보도(방송)을 위한 전략짜기’라는 토의를 통해 현재의 우리가 처한 위기와 약점, 우리의 강점과 기회 등 4개

부분으로 나눠 각자 의견을 ‘키워드(Key Word)’로 취합했다.

“유투브와 각종 뉴미디어는 거스를 수 없는 대세이자 가장 큰 장애물이다. 지상파 규제와 국내외 자본의 위협, 조직원의 노쇠화도 우리가 처한 안팎의 위협이자 약점이다. 하지만 이런 뉴미디어 환경을 기회로 삼을 수 있다. ‘가짜 뉴스속에 진짜 뉴스’를 판별해주는 공영방송에 대한 신뢰와 기대가 커지고 있기 때문이다. 이를 위해 자율적인 분위기를 살리고, 타성과 관성을 극복 하면서 변화와 도전을 추구해야 한다.”

‘노동조합의 가장 젊은 조직’인 민실위는 각자 현장에서 불거지는 부조리와 불합리한 일이 발생할 경우 단협과 편성규약상의 공정방송을 보장하기 위한 절차와 장치를 적극 활용하고, 관련 사례를 공유하는 등 연대를 강화해나가기로 뜻을 모았다.



전국민실위간사회의 후기 ‘다시’ 사랑받는 MBC가 되려면?

전국 민주방송실천위원회 간사 모임을 다녀왔다. 민주방송과 공정방송을 지키기 위한 민실위가 제 역할을 다하고 있는지 각 지부별로 활동 현황과 위상을 점검하는 자리였다. 훌륭한 선·후배들이 모였고, 의미 있는 내용이 오갔다. “민주적이지 못했다. 공정하지도 못했다. 그래서 정의롭지 못했다.” 과거의 적폐가 지금 MBC 위기의 시발이라는 점을 다시 확인했지만, 그럼에도, 어딘가 막막하고 답답한 건 어쩔 수 없었다.

이번 모임이 MBC 부흥의 첫 출발점이 될 수 있도록 하자는 한 선배의 말에 반사적으로 따라왔던 질문들. ‘지금의 뉴스가 공정하지 않고, 민주적이지 않고, 정의롭지 않아서 시청자들이 보지 않는 건가?’, ‘지금대로 제 몫을 다하고 기다린다면, 다시 사랑받는 MBC가 될 것인가?’

지역MBC 선·후배들의 자조 석인 고백

“우리는 취재기자가 4명이다.”

“작가도 피디도 없이 아나운서 한 명이 월요일부터 금요일까지 라디오프로를 진행 제작한다.”

“몇 년간 시사프로를 제작하다 새 프로그램을 제작하기 위해 그 프로를 없앴다. 인원과 제작비가 없으니 시사프로를 유지하면 다

른 프로그램을 할 수 없다.”

익숙한 내용이고, 우리와 다르지 않기에 놀랍지 않았다. 그럼에도 쓸쓸했다. 민실위가 고민할 내용이 아닐 수도 있다. 다만 인력과 제작비가 없어 프로그램과 뉴스를 제작하기 급급한 상황이라면, 민주방송의 최대 장애물은 <확박한 현실>일 수도 있다. 민주·공정방송을 위협하는 적은 무수히 많고, 짐작하기 어려울 만큼 거대하고, 그래서 막연하다. 이 막연함에 해답을 얻을 수는 없었지만, 전국민실위간사회회의에 모인 선·후배들과 허심탄회하게 이야기를 나눌 수 있었던 것은 분명 의미 있는 일이었다.



김경민
편제민실위간사/부산/13년 입사

민실위 선정 좋은 보도 · 프로그램

민실위가 올해 2분기 좋은 보도 · 프로그램을 선정했다. 보도 · 편제분야로 나뉘어 출품된 30여개 작품 가운데 치열한 경합 끝에 4개 작품이 수상작으로 뽑혔다. 민실위는 매 분기마다 '권력과 자본에 대한 감시, 노동, 인권, 환경, 사회적 약자 문제' 등 '노동조합의 가치'를 구현한 좋은 보도 · 프로그램에 대한 시상을 이어갈 계획이다.

좋은 보도상

〈서울〉 [소수의견] 세상 보는 창 '점자'에 껌 '물컹'...“이건 너무해요”



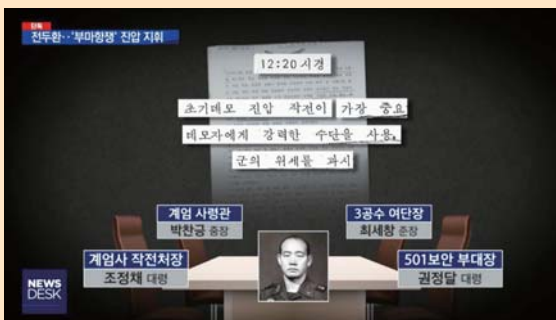
▷ 시사기획 '스트레이트'와 뉴스데스크의 굵직한 기획 · 고발 기사를 제치고, 수상작으로 선정됐다. 시각장애인의 입장에서 친근하게 이야기를 풀어가면서, '장애인 기사'에 대한 고정관념을 깨뜨렸다는 평가를 받았다.

이유경 조합원_서울/18년 입사/보도
김동세 조합원_서울/18년 입사/보도

수상소감 이유경 조합원

‘불쌍한 장애인’이란 프레임을 깨보고 싶었습니다. 장애인을 향한 연민에 의존하며 분노를 유발하기 보단, ‘관점’을 얘기하고 싶었습니다. 좌충우돌의 순간들을 섬세하게 담아낸 영상기자 김동세, 편집자 신재란 선배의 힘 컸습니다. 쉬운 보도에 안주하지 말고 계속 고민하며 기사를 쓰라는 격려라 생각하고, 앞으로 더 노력하겠습니다.

〈부산〉 전두환 부마항쟁 진압 최초 확인



▷ 뉴스데스크 톱기사로 보도됐다. 광주항쟁 7달 전 전두환의 부산 행보를 최초로 밝혀내 광주 유혈진압의 강력한 정황증거를 보냈다는 평가다. 기자가 직접 제작한 다큐멘터리는 부산국제영화제에서도 상영될 예정이다.

황재실 조합원_부산/01년 입사/보도
이성욱 조합원_부산/97년 입사/보도

수상소감 황재실 조합원

올해 초 김순례 씨가 빨갱이 운운했을 때, 언론은 “또 막말.. 광주민심 부글부글”이란 제목을 달았습니다. 언론은 이제 5.18을 광주 밖으로 데려와야 합니다. 부산이 나섰으면 좋겠습니다. 부마가 없었다면 전두환이 ‘갑툭튀’했을 일도 없고 광주가 그리 비참하게 당할 일도 없었을테니까요.

좋은 프로그램상

〈서울〉 근로감독관 「조장풍」



▷ ‘노동 문제’를 정면으로 다룬 작품이다. 그것도 드라마 장르에서 흥행까지 성공했다. 여기에 열악한 드라마제작현장에서도 제작 스태프를 최대한 배려하며 제작한 박원국 조합원의 노고 역시 높은 점수를 받았다.

박원국 조합원_서울/07년 입사/드라마

수상소감 박원국 조합원

나름 역사와 빛나는 전통을 가진 조합의 조합원으로서, 주어진 조건하에서 노동인권이 지켜지는 제작 현장을 만들어야 한다는 의무감도 있었습니다. 완벽하진 않은 근무 환경이었지만 늘 웃는 모습으로 촬영장을 지켜준 모든 스태프들에게 너무 고맙습니다. 또한 언제나 함께 이 드라마를 만들어 간 김선철 조합원, 최정길 조합원, 성치욱 감독 과도 영광을 나누고 싶습니다.

〈부산〉 예산추적프로젝트 「빅뱅커」



▷ 지자체 예산이 제대로 집행되고 감독되는지를 감시하는 시사 프로그램이다. 〈수거된 쓰레기 내버려진 1,200억원 편〉은 생활쓰레기 위탁사업에 들어간 예산을 추적했고, 사각지대에 놓인 청소 노동자의 현실까지 알렸다.

원혜영 조합원_부산/08년 입사/편제

수상소감 원혜영 조합원

권력을 비판하는 프로그램을 제작하면 불려 올라가는 일이 다반사였습니다. 윗선의 검열이 자기 검열로까지 이어지던 부끄러운 시간이었습니다. 이런(?) 프로그램을 만들고도 ‘불려 가지’ 않은 건 처음이었습니다. 우리의 과업이 정말 끝났나 봅니다. 부족한 제작비와 인원 문제... 시민들의 얼어버린 마음을 녹일 수 있도록, 지역 시사 프로그램이 눈치 보지 않고 계속될 수 있도록 응원 부탁드립니다.