

문화방송노보

발행인 최성혁
편집인 이지선
편집 송옥분
주소 서울 마포구 성암로 267
MBC 경영센터 2층
TEL 02_789_3881~6
FAX 02_782_0135
www.mbcunion.or.kr
2021년 5월 4일

NATIONAL UNION OF MEDIAWORKERS MUNHWA BROADCASTING UNION

공영방송지배구조 개선

MBC의 DNA는 ‘국민’이다

언론개혁 시간표는 멈췄다

“지난 정부 동안 공영방송을 정권의 목적으로 장악하려는 노력들이 있었고 그게 실제 현실이 되었다. ... (중략)... 적어도 문재인 정부는 언론을 정권의 목적으로 장악하려는 시도는 하지 않겠다고 약속드린다. 그러기 위해서 아예 지배구조 개선을 제도적으로 보장해서 정권이 언론을 장악하지 못하도록 확실한 방안을 입법을 통해 노력하겠다. 국회에 이미 그런 법안들이 계류되고 있는데 그 법안의 통과를 위해 정부도 힘을 모으겠다.”

문재인 대통령 취임 100일을 맞은 지난 2017년 8월, 공영방송 지배구조 개선에 대한 기자의 질문에 문 대통령이 한 대답이다. 그리고 4년이 지난 올해 1월 신년 기자회견. 다시 질문이 나왔다. “앞서 약속하셨던 공영방송 지배구조 개선에 대한 계획이나 생각도 궁금합니다.” 대통령의 답은 없었다. 이 날 대통령이 답하지 않은 유일한 질문이었다.

현 정부에서 언론개혁의 핵심인 '공영방송 지배구조 개선'은 단 한 걸음도 나아가지 못했다. 공영방송 사장과 이사 선임 구조는 이명박·박근혜 정부 시절 그대로다. 대통령의 '무응답'이 실수가 아니라고 의심받는 이유다. 더욱이 지난해 총선에서 더불어민주당을 비롯한 범여권은 180석을 차지해 사실상 개헌을 제외한 모든 입법이 가능해진 상황이다. 대통령의 약속은 그러나 여전히 현재진행형이다.

정부의 내일 과제... “국민이 뽑는 공영방송 사장”

“국민의 평가는 어제의 성과가 아니라 오늘 의 문제와 내일의 과제에 맞추어져 있습니다.”

다. 정부는 무엇이 문제이고 과제인지 냉정하게 직시하고, 무거운 책임감과 비상한 각오로 임해야 할 것입니다. 공직 기강을 철저히 확립하고, 더욱 낮은 자세로 국민의 목소리에 귀 기울여야 하겠습니다. 마지막까지 부패하지 않고, 마지막까지 유능해야 합니다.”

지난달 19일 청와대 수석·보좌관 회의에서 문재인 대통령이 한 말이다. 문재인 정부의 언론 개혁은 말만 요란했다. 정부의 문제와 과제가 무엇인지 냉정하게 직시하고 무거운 책임감으로 임해야 한다는 다짐이 다짐으로만 끝나지 않아야 한다.

조합은 이미 여러 차례 “공영방송 독립의 핵심은 사장 선임 절차에 있으며, 이를 위해 국민 참여를 보장하는 제도가 반드시 마련돼야 한다”고 천명했다. 국민이 MBC 사장 선임에 참여해야 하는 이유는 공영방송 MBC의 주인은 정치권이 아닌 시청자들이기 때문이다. 공영방송 MBC의 정치적 독립성을 제고하고 정치적 논란과 의혹을 해소할 수 있는 최선의 방법은 국민 참여를 통한 사장 선임이다. 공영방송을 국민에게 돌려줘야 한다는 시대정신이 제도화되지 못한 건 전적으로 정치권에 책임이 있다. 공영방송 지배구조 개혁의 핵심은 사장 선임 과정에서 정치권의 영향력을 배제하는 것이다. 현재 MBC 사장의 선임 구조는 청와대와 여당이 추천한 방문진 이사들에 의해 좌우될 수밖에 없게 되어있다. 이는 선의를 가지고 출발한 정치권력이라 해도 비판과 감시 기능을 가진 방송을 자신의 영향력 아래 두고 싶은 유혹을 끊임없이 받을 수밖에 없는 구조이기도 하다. 문재인 정부에서 지난 4년 동안 공영방송 지배구조 개선에 대한 노력이 전혀 없었다는 것은 결국 문 정부 역시 기득권을 내려놓지 못하겠다는 뜻을 내비친 것이나 다름없다.

민주당의 언론개혁은 내로남불

“지금은 어느 쪽이 권력을 잡을 수 있을지 확인할 수 없는 다시 오기 어려운 타이밍이다. 공영방송을 중립지대에 갖다 놓는 것이 시급하다.”

4년 전 미래창조과학방송통신위원회(미방위·현 과방위) 소속이던 최명길 당시 더불어민주당 의원이 공영방송 지배구조 개선을 위한 방송법 개정안의 조속한 통과를 주장하며 강조한 말이다. 당시 야당 측 간사였던 박홍근 민주당 의원도 “핵심은 대통령이 사장들을 임명하고 그 사장들이 인사권을 갖고 공영방송 안에서 여러 행태를 벌이는 것”이라며 “그렇다면 이러한 시스템을 어떤 식으로든 뜯어고쳐야 한다”고 말했다. 당시 민주당 의원들은 국회에서 농성까지 하며 해당 법안의 입법을 촉구하기도 했다. 그러나 지난해 치러진 21대 총선에서 민주당이 거대 여당으로 거듭나자 태도가 돌변했다. ‘시급하다’던 공영방송 지배구조 개선에 관한 당 차원의 논의는 쪽 들어갔다. 민주당 정필모 의원은 지난 22일 과방위 전체회의에서 의사진행 발언을 통해 “언론 현업단체에서 정치권을 상대로 공영방송의 지배구조를 비롯한 언론개혁 입법을 촉구하는 성명서를 발표했다. 저를 비롯해 여야 의원들이 지배구조 개선법안을 내놓고 있는데 아직 상정도 안 되어 있고 심의가 이루어지지 않고 있다”고 전하며 “지난 2월 공청회를 거쳤고, 5월 중에는 TF를 구성해 법안에 대한 논의를 시작해서 적어도 6월 안에 입법 과정이 마무리 되어야만 한다”고 강조했다.

조합과 언론노조는 지난달 민주당 인사들과 공영방송 지배구조에 대해 수차례 면담을 가졌다. 하지만 돌아오는 대답은 늘 똑같았다. “필요성에 공감한다”는 한마디가 전부다.

〈2면에 계속〉

<1면에 이어>

언론개혁, 기득권 내려놓기 ‘첫 시험대’

21대 국회 들어 여야가 내놓은 공영방송 지배구조 개선 법안은 모두 5개다. 여당에서는 국민이 공영방송 이사과 사장을 추천·선출하는 정필모 의원 법안, KBS 이사회와 사장 선임에 국민과 구성원이 참여하도록 하는 정청래 의원 법안, 공영방송 이사 수를 늘리되 정치권의 참여폭을 줄이고 국민이 사장을 추천하는 전해숙 의원 법안이 발의됐다. 국민의힘에서는 공영방송 이사를 여야 7대6 비율로 구성하고, 사장 추천 시 이사회 3분의 2 이상의 동의(특별다수제)를 얻도록 하는 박성중 의원 법안, KBS 이사회 구성을 여당과 제1야당이 각각 6명, 방통위가 3명을 추천하도록 하는 허은아 의원 법안이 발의됐다. 이 가운데 MBC의 사장 선임 구조를 담고 있는 법안은 아래 <표>와 같다.

조합은 이미 성명을 통해 공영방송 지배구조 개선은 언론개혁의 핵심이며, 공영방송 사장 선임권을 국민에게 돌려주는 것이 방송 독립의 핵심이라고 밝힌 바 있다. 또 공영방송 MBC의 정치적 독립성을 제고하고 회사 내외부에서 불거지는 각종 정치적 논란과 의혹을 해소할 수 있는 최선의 방법은 국민 참여를 통한 사장 선임 구조임을 강조했다. 그러나 정치권이 내놓은 지배구조 개선안의 상당수는 여전히 공영방송 사장 선임 과정에 여야가 개입하고 싶어 하는, 기득권에 대한 ‘집착’을 여실히 드러내고 있다. 특히 국민의힘 박성중 의원 법안은 공영방송 이사 추천권을 아예 정치권에 주는 것으로 법제화시키고 사장 선임에까지 개입하도록 해 결코 용납할 수 없는 안으로 평가한다. 그나마 공영방송 사장을 국민 참여 방식으로 진행하자는 민주당의 법안이 국민 대리인단을 선출하자던 **이용마** 기자의 제안과 가장 가까운 것으로 보인다.

오는 8~9월이면 KBS, MBC, EBS 등 공영방송 3사의 이사회가 모두 교체된다. 문재인 정부의 잔여 임기는 1년도 채 남지 않았다.

“언론개혁의 ‘내로남불’이 무엇인가. 야당일 때는 언론장악하지 말라고 여당에 외치더니, 여당 되니까 왜 스스로 먼저 기득권을 내려놓지 않으려 하는가.” 윤창현 언론노조 위원장의 말이 단순히 기우라고 할 것인가? 비정상화의 정상화는 말이 아닌 실천이다.



<공영방송 지배구조 개선안, 궁금해>

최성혁 본부장

Q. '국민이 뽑는 공영방송 사장' 이 왜 언론개혁의 핵심인가?

= 정치권력이 자신이 추천한 방문진 이사를 통해 MBC 사장을 선임하게 되면 MBC 사장은 어쩔 수 없이 직간접적으로 그 영향을 받을 수밖에 없다. 정치권력을 견제·감시해야 하는 공영방송의 역할을 온전히 다 하기 위해서는 국민의 손으로 사장을 뽑는 것만이 대안이 될 수 있다.

Q. 방문진 이사회가 정치권 추천으로 구성되면?

= 방문진의 정치 후견주의로 가장 큰 피해를 봤던 때는 2012년도 파업이다. MB정권은 공영방송을 무너뜨리기 위해 방문진을 통해 김재철 사장을 내려보냈다. 김 전 사장은 지속적으로 노조를 탄압하며 공영방송 장악에 부역했다. 이후에도 안광한·김장겸 사장 등 적폐 정권의 입맛에 맞는 인사가 선임되며 공영방송은 철저하게 훼손당했다. 정치 후견주의는 곧 국민의 피해로 돌아온다.

Q. MBC가 생각하는 적절한 방문진 이사 수는?

= 이사 수는 중요하지 않다. 정치권의 개입을 배제하는 것이 중요하다. 국회 발의안 가운데는 이사의 머릿수를 늘리거나 이사 추천 주체를 다양화하는데 초점이 맞춰진 것들이 많아 아쉽다. 정치권 추천을 포기하고 그 자리를 다양한 분야의 전문가로 채우면 이사 수는 크게 상관이 없을 거라고 본다.

Q. 공영방송 지배구조는 왜 '6월' 까지 개선되어야 하나?

= 오는 8월 방송문화진흥회 이사진이 교체된다. 미룰 수 없는 시점이다. 지금이 적기라고 보는 이유는 내년 대선을 앞두고 아직은 여야 유불리가 분명하지 않기 때문이다. 특정 정치세력에 일방적으로 유리하지 않은 내용으로 정치권력으로부터 독립적인 지배구조를 만들 수 있는 기회다.

Q. 지난해 MBC 사장 선임 당시에도 국민이 참여했는데?

= 지난해 사장 선임 절차의 일부에 국민 참여를 도입한 경험이 아주 중요하다. 이를 토대로 국민이 뽑는 MBC 사장 선임 구조를 법으로 명문화하는 것에 대해 국회를 설득하고, 동의를 얻어낼 수 있을 거라고 본다.

Q. 공영방송 지배구조 개선안에 MBC가 요구하는 필수 조항은?

= 간단하다. 공영방송 사장은 시민의 손으로 뽑아야 한다는 내용의 법안이면 된다. 방송법, 방송문화진흥회법, 공사법에 있는 사장 추천 법안에 '시민 평가단 평가 결과'를 반영하게끔 하면 된다. 그뿐이다.

<표>

MBC	현행	민주당		국민의힘 박성중 법안
		정필모 법안	전혜숙 법안	
방문진 구성	이사 9명 : 여6+야3	이사 13명 : 국민위원회 (100명 규모)가 추천	이사 13명 : 여4+야3+방통위 3 +비영리2+노사2	이사 13명 : 여7+야6
사장 선임	방문진 과반수 찬성으로 의결	국민위원회가 복수 후보 추천 이사회가 특별다수제 (2/3)로 의결	사장평가위 (200명 이하) 구성 시민 평가결과 70% 이상 반영	이사진 2/3 찬성으로 사장 선임

“검찰과 언론이 바로 서야대한민국이 바로 섭니다.

검찰과 공영 언론은 누구의 것입니까?

국민의 것입니다. 여러분들이 주인입니다...

공영언론사 사장, 왜 국민이 못 뽑습니까?

국민이 그들을 뽑을 때 그들이 국민의 눈치를 봅니다.

그래야 제대로 돌아갑니다.”

- 2017년 3월 11일 20차 촛불집회, 이용마 기자

베일 벗은 ‘MBC세종’ 시험대 놓인 ‘MBC 광역화’



지난 2월 23일 세종특별자치시와 ‘MBC세종’ 건립을 위한 업무협약 체결을 시작으로 ‘MBC세종’을 구체화하려는 회사의 움직임이 본격화됐다. 박성제 사장은 “국회의 세종시 이전이 현실화되고 있는 상황에서 MBC세종의 건립은 국민 소통과 지역 균형발전을 위해서라도 반드시 추진해야 할 일”이라며 “MBC세종은 충청권을 넘어 수

도권 이남의 새로운 문화콘텐츠 중심지가 될 것으로 확신한다”고 말했다. 회사는 이에 따라 지난 2월 메가MBC 추진단을 신설했고, 3월 31일에는 대전과 MBC충북에서 ‘MBC세종’ 설립안을 처음 공개했다. 조합은 회사가 밝힌 ‘MBC세종 추진 계획’을 구성원들에게 투명하게 공개한다.

Q. ‘MBC세종’ 왜 필요한가?

= 만약 국회 이전이 현실화될 경우, 행정부에 이어 입법부가 옮겨온 세종시는 명실공히 대한민국 제2의 도시이자 완전히 새로운 단계의 메가시티가 될 것이 분명한 만큼, 세종시에 제2의 본사를 확보할 필요가 있다는 게 회사의 입장이다.

Q. ‘MBC세종’ 어떻게 구성?

= MBC세종은 본사의 일부이다. 세종에 위치한 정부 부처와 국회를 중심으로 한 취재, 제작, 사업 등에 300명의 인력이 필요할 것으로 예상된다. 이를 위해 대전MBC와 MBC충북을 본사와 합병하고 두 지역사의 인력과 본사 인력의 일부를 MBC세종에 재배치한다. 대전MBC와 MBC충북의 연주소(프로그램을 제작하여 송출하는 곳)는 통폐합해 세종으로 이전한다. 이를 통해 두 지역사의 경영 위기와 구성원들의 고용 불안이 자연스럽게 해소될 것이다.

Q. ‘MBC세종’은 언제쯤 건립?

= MBC세종의 추진 일정은 국회 세종 이전 관련법이 언제 통과되느냐에 달려있다. 최근 여야가 국회 일부 조식을 세종시로 이전하는 내용의 국회법 개정안을 각각 발의하는 등 구체적인 움직임이 이미 시작했다. 박성제 사장은 정치권의 의지가 확인된 만큼 빠르면 올해 안에 관련법이

국회를 통과할 수도 있다고 보고 있다.

Q. ‘MBC세종’을 문화콘텐츠의 거점으로?

= ‘MBC세종’은 방송시설은 물론 콘서트홀, IT미디어기업, 쇼핑몰이 입주한 대규모 복합 콘텐츠 사옥이 될 것이다. 이를 통한 수익성 극대화도 광고매출 감소 등의 경영위기에 직면한 지역 MBC가 새 활로를 찾는 기회가 될 것이다.

Q. 충청권역에서 방송의 지역성이 약화될 우려는?

= 지역 콘텐츠가 소외되지 않도록 하겠다. 세종과 대전, 충남과 충북을 모두 아우르는 뉴스 등 광역 콘텐츠를 강화하면서 동시에 다양한 비지상과 플랫폼을 충분히 활용하여 지역성이 급격히 약화되는 일은 없도록 하겠다. 다만 기존에 대전, 청주, 충주로 권역을 나눠 제작해오던 이른바 ‘소지역성’ 콘텐츠는 계속 유지되기 어렵다.

Q. 본사 구성원의 동의는?

= 대전MBC와 MBC충북 구성원들의 고용 승계와 관련해 본사 구성원의 동의가 필요하다. 두 지역사 직원을 모두 합치면 160명 정도이다. 고용뿐 아니라 대전과 충북의 유보금과 사옥 등 기타 자산까지 모두 인수하는 만큼 본사가 손해를 보는 방식은 아니라고 판단한다.

박성제 사장은 ‘MBC세종’을 시작으로 전국 MBC의 광역화를 본격적으로 추진하겠다는 뜻도 함께 밝혔다. MBC네트워크가 최종적으로는 KBS와 같은 전국 단일 조직으로 가는 것이 공영방송 MBC의 장기적인 발전 방향이라는 입장이다. 이른바 ‘메가MBC’ 프로젝트다. 이와 관련해 회사는 5월 3일 지역 지부장단을 상대로 광역화 설명회를 가졌다. 이 자리에서 박성제 사장은 ▶ONE MBC ▶본사 합병 - 지역사간 합병 ‘투트랙’ ▶구성원 합의 ▶고용 보장을 4대 원칙으로 제시했다. 박 사장은 오는 5월 11일부터 전국 16개 지역MBC를 순회하며 메가MBC 추진 설명회를 개최한다.

조합은 MBC 광역화의 첫 관문인 ‘MBC세종’이 회사의 지속가능한 성장에 도움이 되는 방향으로 추진될 수 있도록 구성원들의 의견을 취합하여 회사에 적극적으로 의견을 제시할 것이다.

박성제 사장 〈Mega MBC〉 설명회

일자	시간	지역사	일자	시간	지역사
5.11(화)	10:30	춘천MBC	5.25(화)	10:30	포항MBC
	16:30	원주MBC		16:30	울산MBC
5.12(수)	11:00	MBC강원영동	5.26(수)	10:30	부산MBC
5.18(화)	10:30	목포MBC		16:30	MBC경남
	16:30	여수MBC	6. 1(화)	10:30	대구MBC
5.20(목)	10:40	광주MBC		16:30	안동MBC
	16:30	전주MBC	6. 2(수)	10:30	MBC충북(충주)
6.17(목)	16:30	제주MBC		16:30	대전MBC



노사협의회 지상중계

“직원들 희생으로 이뤄낸 흑자... 성과는 구성원과 함께 나눠야”

지난 4월 8일, 노조 14기 집행부와 회사 경영진과의 첫 노사협의회가 열렸다.

이 날 조합과 회사는 2021년 1분기 경영실적에 관한 사항을 공유하고,

성과임금제 운영 계획, 드루 라스베이거스 투자 논란,

드라마본부와 스포츠국에서 단행된 조직개편에 대한 평가와 후속조치 방안에 대해 논의했다.

영업이익 213억 개선... “불황형 영업흑자”

회사는 올해 1월과 2월 누적영업이익을 92억 원 흑자로 추정했다. 지난해 같은 기간과 비교하면 213억원 개선된 수치이다. 1월과 2월 광고 매출은 343억원으로 전년 동기 대비 33.5% 증가했다. 회사는 지난해 코로나19 영향으로 지상파 방송사 전체 광고가 늘었고 특히 MBC의 광고 매출 상승률이 높았다고 밝혔다. 다만 작년 1분기는 전국적인 방역 대책이 본격적으로 시행되기 전이므로 기저효과가 크다는 점은 감안해야 한다.

드라마 제작비 감소·퇴직금 누진제 폐지 직원 희생으로 이뤄낸 흑자

MBC 영업이익이 개선된 가장 큰 원인은 단연 드라마 미편성으로 인한 제작비 감소이다. 지난 1월과 2월에 지출된 직접제작비는 182억원으로 지난해 같은 기간보다 134억원 줄었다. 이는 매출에도 영향을 미쳐 콘텐츠유통수익은 97억원 감소했다. 박장호 기획조정본부장은 “올해 초 영업이익이 흑자로 출발하긴 했으나 여전히 본사는 ‘불황형 영업흑자’ 기조를 이어

가고 있다”고 말했다.

회사의 비용 절감에는 직원들의 희생도 한 몫했다. 올 해 초 두 달 동안 지출된 인건비는 268억원으로 지난해보다 20억원 줄었다. 최성혁 언론노조 MBC본부장은 “지난해 회사가 저연차 구성원들의 비판을 감수하고 시행한 ‘퇴직금 누진제 폐지’가 인건비 감소분에 반영된 것으로 보여 마음이 무겁다”며 “직원들의 희생으로 달성한 성과는 구성원들에게 합당한 보상으로 공유되어야 한다”고 말했다. 이에 대해 박성제 사장은 “영업이익 목표를 초과해 달성할 수 있다면 반드시 그 성과의 적정 부분을 사원들에게 돌려드리고, 공적인 역할을 수행하는 데에도 사용할 수 있도록 하겠다”고 답했다.

성과임금제 평가기준 이대로 괜찮나

올해부터 성과임금제가 도입됐다. 성과임금제는 부장직급 이상 또는 근무경력 20년 이상인 직원을 대상으로 특별상여(3회)와 기본성과 인센티브(1회)에 한해 절반은 기본으로 지급하고, 나머지 절반은 성과 평가에 따라 차등 지급하는 방식이다. 성과임금제의 화두는 평가기준

의 객관성과 평가과정의 공정성 확보이다. 회사는 지난해 전체 평가기준의 약 60%에 해당하는 공통항목을 만들고, 나머지 평가기준은 올해 각 본부별로 신설했다. 해당 평가기준은 지난달 인사시스템을 통해 대상자들에게 개별적으로 전달됐다.

“기존 인사평가기준과 차별성 없어”

다수의 평가 대상자들은 성과임금제 평가기준이 기존의 일반 인사평가기준과 큰 차이가 없다는 반응을 보였다. 한 대상자는 담당 평가자에게 ‘우리국의 평가기준이 무엇이냐’고 물었을 때 ‘나도 잘 모르겠다’는 답을 들었다며 답답함과 불안함을 호소하기도 했다. 부문별 업무 행태가 확연히 다른 방송업 특성상 국별 혹은 평가자별로 발생할 수 있는 배점의 차이도 해결해야 할 숙제이다.

조합은 지금보다 더 구체적이고 세분화된 평가기준이 필요하다는 점을 강조했다. ‘급여 삭감’을 목적으로 만들어진 기준인 만큼 기존 평가기준보다 훨씬 세밀하고 정교한 기준이 마련돼야 한다고 지적했다. 회사는 성과임금평가가 진행되는 11월 이전에 관리자들을 대상으로 평가기술 교육을 진행할 수 있도록 준비하고 있다며, 남은 기간 더 좋은 방안을 찾을 수 있는지 고민하여 다수가 수용할 수 있는 결과를 내도록 노력하겠다고 밝혔다.



조합원 목소리

“성과임금제, 모두가 납득할만한 평가 기준 제시가 먼저”

어쩐 일인지 우리 회사는 외부의 유행을 가장 나쁜 형태로 답습하는 버릇이 있다. 새로운 제도가 도입될 때, 그 제도가 원래 가졌을 의도나 배경, 그리고 부작용을 최소화하기 위해 세트로 고려해야 할 세부 정책은 무시된 채로 경영 수치상의 목적 달성에 동원된다. 그리고 그 경영 수치는 또 어쩐 일인지 직원들의 희생을 통해서야 달성되는 듯하다.

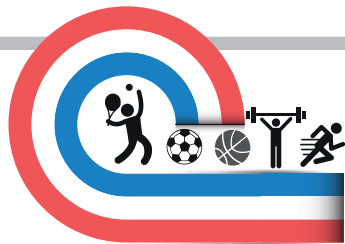
정년 연장 없는 임금피크제 도입이 그랬고, 올해부터 20년차 이상 직원에게만 선택적(!)으로 적용한다는 성과임금제 역시 그러하다. 그 유명한 잭 웰치의 10% 룰의 재림인가? 그보다는 덜 매운 맛이라고 우리끼리 자위할 일이 아니다. 애초에 상대평가 제도는 “직원들이 경쟁사와 경쟁하지 않고 내부 직원과 경쟁한다”는 이유로 MS에서 오래전에 폐지되었고, GE조차

잭 웰치가 떠난 후에는 지나친 부작용을 견디다 못해 내다버린 제도 아닌가.

물론 내부에서도 선의의 경쟁과 그 결과에 대한 평가가 필요하다는 점은 인정한다. 그러나 이를 위한 탄탄한 제도적 틀이 전제되어야 한다. 예를 들어 24시간 방송을 위해 여러 조가 동일한 업무를 교대로 수행하는 교대 근무는 어느 조 누구 하나 제 역할을 하지 않는 인원이 없다. 그만큼 모두가 납득할 수 있는 객관적이고 구체적인 평가 기준이 필요한 것이다. 아직까지 노조 대의원이나 부위원장에게조차 구체적인 평가 기준이 무엇이 될지 답을 들을 수 없다. 오로지 임금 삭감만이 목적으로 보인다. 그게 아니라면 이렇게 평가 기준도 애매모호한 상황에서 평가 비율만 강제 할당하는 것은 이치에 맞지 않다.

어째서 20년차가 기준인지 납득할만한 설명도 없이 도입하는 이런 제도는 당하는 입장에선 일종의 ‘재해’다. 단지 서 있던 자리가 나빠서 낙석에 깔리는 거랑 다를 바가 없다. 덤으로 이러한 회사의 경영 방침에 거부감을 느끼는 나는 그저 변화하기를 거부하고 저항하는 퇴물이 되어버린 것이 아닌지 자문하게 만든다. 과연 회사는 구성원들에게 희생을 요구할 때 이 정도의 자기반성, 자기검열이라도 해본 적이 있을까? 궁금하다. 차라리 “회사 경쟁력 약화로 임금을 삭감해야 하니 그동안 회삿밥 많이 먹은 선배들이 희생해주시면 고맙겠습니다” 하고 일괄 삭감하는 거라면 이렇게 마음이 헛헛하지는 않을 것 같다.

20년차 이상 조합원



스포츠국 조직개편

다가오는 도쿄 올림픽.. ‘스포츠 강호’ MBC 명성 지킬 수 있나

도쿄 올림픽이 두 달여 앞으로 다가왔다.

일본 내 코로나19 감염 환자가 급증하면서 어느 때의 올림픽 열기는 기대하기 어려운 상황이다.

MBC 스포츠국 역시 조직개편 이후 처음 맞이한 올림픽에서 시청률 1위의 기대는 내려놓은 지 오래다.

스포츠국 조합원들을 만나 지금의 올림픽 준비 상황에 대해 들어봤다.



“제작할 사람이 없어요”

지난 4월 26일, 손꼽아 기다리던 MBC플러스 스포츠본부 소속 PD들이 드디어 본사로 파견돼 왔다. 도쿄 올림픽 준비를 위해 4월 초부터 끈질기게 요청해 온 제작 인력이었다. 그런데 뭔가 이상하다. 파견된 PD가 달랑 2명뿐이다. 하루 이틀 지나면 추가 인력을 더 보내주겠지 싶었다. 그런데 일주일도 지나도 기약이 없다. 이대로는 안 되겠다 싶어 다시 강력하게 인력 보강을 요청했다. 그러나 MBC플러스에서 돌아온 답변은 “우리도 24시간 방송을 돌려야 해서 도저히 본사에 보낼 인력이 없다”는 거였다.

회사는 올해 초 스포츠국 조직개편을 단행했다. 조직개편의 핵심은 본사 스포츠국을 제작 조직에서 기획 조직으로 탈바꿈하고, 제작 기능은 자회사인 MBC플러스로 이관하여 보다 효율적인 조직을 만든다는 것이었다. 이를 위해 회사는 스포츠국 PD 인력을 22명에서 10명으로 줄였다. 기획에 필요한 인원수만 남기고 나머지 12명은 다른 부서로 전출시켰다. 회사가 그려온 그림대로라면 도쿄 올림픽이라는 대형 스포츠 이벤트를 앞두고 있는 지금, 전출된 12명에 상응하는 제작 인력이 자회사로부터 원활히 공급되어야 한다. 하지만 현실은 전혀 판판이다.

올림픽은 준비가 반 이상이다. 통상 올림픽을 두 달여 남긴 시점에는 MBC 스포츠만의 트레이드마크인 올림픽 슬로건이 정해지고, 예고 스포츠 제작이 완료되며, 주요 종목의 출전 선수들에 대한 사전 제작물도 여러 편 만들어져 있어야 한다. 그런데 올해는 충격적이게도 앞서 나열한 어느 것 하나도 준비된 게 없다. 본사 PD들은 다른 업무들로 눈코뜰새 없다. 종목별 해

설자 섭외, 방송 편성, 올림픽 경기 중 실시간 대응을 위한 자막시스템, 편집시스템, 정보검색시스템 등의 부조 설비 확충 등으로 정신없이 바빴다. 이제야 MBC플러스 PD 2명이 올림픽 준비대열에 합류했지만 이미 국가대표 선수단의 선수촌 입촌이 시작돼 출전 선수나 감독들의 인터뷰가 들어가는 사전 제작물을 새로 만드는 것은 아예 불가능한 상황. 게다가 이들은 올림픽 준비 경험에 전혀 없어 본사에 파견된 뒤 일주일 내내 과거 올림픽 영상만 다시보기 하고 있는 실정이다. 설상가상으로 본사 PD들은 올림픽 준비와 함께 정규 편성 프로그램인 <스포츠매거진>과 지난달 개막한 KBO야구중계 업무도 동시에 맡아서 진행해야 한다.

“야구 중계는 엠스플 전문?”

MBCsports+ (엠스플) 채널의 평소 업무는 주로 야구 중계와 축구 중계에 집중돼 있다. 그래서 그 분야만큼은 본사 PD들보다 더 익숙할 거라고 생각했다. 그런데 실상은 달랐다. 지난 달 3일 개막한 KBO야구중계를 자회사 PD들이 진행하는 과정에서 본사 PD들이 부조에 긴급 투입된 적이 한두 번이 아니었다. 본사 스포츠 중계에서 무엇보다 중요한 건 단연 ‘편성 시간’과 ‘CM 송출’이다. 그런데 연간 100회 넘게 중계를 하는 엠스플 PD들은 본사처럼 분 단위로 타이프하게 짜여진 편성 환경에서는 한 번도 중계를 해본 적이 없었던 거다. 또 회마다 소재가 달라지는 CM 송출의 노하우도 전혀 가지고 있지 않았다. 엠스플 PD들이 본사 중계에 투입된 지 한 달 이상의 시간이 지났지만 벌써 한참 전에 넘겨줘야 하는 중계 업무에 여전히 본사 PD들이 참여하고 있다. 올림픽 준비 일손도

터없이 부족한 상황에서 오는 5월 5일 어린이날 야구 중계에도 어김없이 본사 PD가 투입된다.

“기획마저 위축시키는 수익구조”

올해 도쿄 올림픽이 끝나면 내년 초 베이징 동계올림픽, 항저우 아시안게임, 카타르 월드컵까지 대형 스포츠 이벤트가 연이어 개최된다. 이 밖에 세계수영선수권대회 등 스포츠로 수익을 낼 수 있는 기회는 반복해서 찾아온다. 하지만 지금의 구조라면 앞으로 스포츠국은 수익을 내려야 낼 수 없는 조직으로 전락할 수밖에 없다. 스포츠에서 벌어들이는 수입은 정해져 있다. 중계에 붙는 광고 수익이다. 그런데 기존 본사 직원들의 급여와 복리후생은 그대로인 상황에서 MBC플러스 직원들의 인건비와 MBC C&I에 지급하는 중계차 임차비가 추가로 빠져나간다. 중계차 임차비는 하루 1,400만원선. 예를 들어 기간이 20일인 대회를 중계할 경우 사전 중계차 배치와 테스트, 대회가 끝난 뒤 해체 기간까지 고려하면 대략 40일 정도를 잡아야 하는데 그럼 중계차 임차비로만 5억원 이상이 지출된다.

회사 입장에서는 지금 당장은 다른 부서로 전출된 본사 직원의 생산성까지 고려해 수지타산을 따지겠지만, 결국 머지않은 미래에 스포츠국은 사업을 할 때마다 마이너스를 내는 조직으로 전락하게 될 거다. 그럼 편성이 위축될 거고 결국 스포츠 콘텐츠가 고사할 수밖에 없는 환경에 놓이게 된다.

스포츠가 없는 MBC를 상상할 수 있는가. 기획에 더 경주하라는 취지의 조직개편이 오히려 기획마저 제대로 할 수 없는 조직으로 만들어 버린 건 아닌지 우려가 깊다.

전국언론노동조합 MBC본부 정기 대의원회 2020년 결산 · 2021년 예산

언론노조 MBC본부는 4월 21일 1차 정기 대의원회를 열어
2020년도 회계 결산 보고 및 2021년도 사업계획과 예산안을 승인했다.

(단위 : 원)

구 분		2020년 예산		2020년 결산		2021년 예산	
		조합비	임금보전	조합비	임금보전	조합비	임금보전
1. 기초 이월금		367,132,447	857,020,336	367,132,447	857,020,336	265,917,439	884,750,331
2. 수익	조합비	1,340,000,000	-	1,260,933,169	-	1,250,000,000	-
	예금이자	300,000	500,000	310,354	716,321	300,000	600,000
	기 타	0	0	0	0	0	0
	합 계	1,340,300,000	500,000	1,261,243,523	716,321	1,250,300,000	600,000
3. 비용	본부운영비	795,000,000	-	692,422,419	-	775,400,000	-
	지부운영비	490,000,000	-	458,956,502	-	454,500,000	-
	기 타	20,000,000	290,000,000	1,079,610	292,986,326	20,000,000	0
	합계	1,305,000,000	290,000,000	1,152,458,531	292,986,326	1,249,900,000	270,000,000
4. 순손익 (2-3)		35,300,000	-289,500,000	108,784,992	-292,270,005	400,000	-269,400,000
5. 기타 현금 변동		0	0	-210,000,000 ^(주2)	320,000,000 ^(주1)	0	0
6. 기말이월금(1+4+5)		402,432,447	567,520,336	265,917,439	884,750,331	266,317,439	615,350,331

(주1) 조합비로부터 숙소 보증금 320,000,000원 상환

(주2) 숙소 축소 이전으로 보증금 절감 110,000,000원 - 임금보전 계정으로 320,000,000원 상환 = -210,000,000원

신임 집행부 소개

사무처



사무처장 **박상준**
00년 입사 / 편제



정책국장 **김선흥**
15년 입사 / 경영



홍보국장 **이지선**
06년 입사 / 보도



조직국장 **홍석준**
04년 입사 / 보도



복지사업국장
최윤수
07년 입사 / 영디

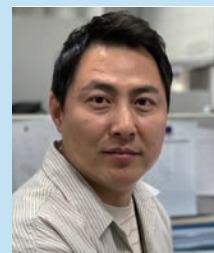


연대협력국장
강승호
06년 입사 / 기술



교육문화국장
김대호
11년 입사 / 편제

민실위 간사



보도민실위간사
강연섭
05년 입사 / 보도



편제민실위간사
김신완
05년 입사 / 편제

성평등 위원회



성평등위원장
박선희
04년 입사 / 편제



노동절 이벤트

나만의 코로나 블루 극복기



<빨간마스크>

임다솔 시사교양3부

나, 칙칙한 검정 바지와 남색 후드티를 화사하게 만들어주는 초록 마스크

“다솔 씨 나중에 마스크 벗고 마주쳐도 얼굴 모를 거 같아요.” 회사에서 2개월간 매일같이 연락하던 타 팀 선배가 농담을 걸었다. 우리는 서로 마스크 아래의 얼굴을 알지만- 또 알지 못한다. 앰포털의 사진으로, 음료를 마실 때 잠깐 본 얼굴 외에는 서로 제대로 얼굴을 본 사이가 아니다. 어쩌면 정말 농담처럼 코로나 시국이 끝나고 얼굴을 마주쳤을 때, 우리는 서로 (당근 당근을 외치던 유재석처럼) 다솔씨? 맞나? 감독님? 하며 몇 번이고 서로의 존재를 확인할지도 모른다. 두 달이나 매일 연락을 했는데 말이다!

사실 라떼엔-(코로나 시국 전에는) 마스크란 범죄자나 연예인들만 쓰는 것이었다. 얼굴을 굳이 숨긴다는 것은 ‘나’ 밖의 인간들과 소통하는 일을 멈추겠다는 뜻이다. 잠시 세상과 교류를 끊거나, 나를 알아보고 읽어내지 말라는 상징이었다. 하지만 이제 마스크를 쓰고 세상과 교류를 이어가야 하는 시대가 왔다. 방송의 연예인들처럼 속이 흰하게 보이는 투명 마스크를 낄 수도 없고 이 시국에 마스크를 벗을 수도 없다. 마스크를 낀 채 차단이 아닌 교류를 할 수 있는, 새로운 시대 사회생활, 새로운 소통법을 찾아야 했다.

돌파구로 나는 컬러 마스크를 택했다. 사실 사회생활의 알파이자 오메가인 표정관리에 좀 더 용이함이 생긴 것에 직장인들은 환호를 내 지르고 있을지도 모른다. 마스크 속의 입이 일직선을 그리며 무표정하더라도 걸으면 행복하게 일하는 것처럼 보이는 마법, 안 웃기더라도 웃는 척하

기 훨씬 쉬워진 너무나 표정관리가 편리한 세상. 그런데 회사는 나를 왜 이렇게 칙칙하게 만드는 걸까. 마스크를 꺼도 티가 나는 칙칙함, 눈에 배인 칙칙함. 마스크를 뚫고 나오는 칙칙함! 마스크를 꺼도 물어오는 ‘요새 힘드니? 바쁘니?’ 라는 질문. 그래서 나는 아주 화사한 컬러마스크를 끼고 출근했다.

초·중학교 시절엔 ‘빨간 마스크’ 괴담이 유행이었다. 마스크를 벗으면서 입이 찢어진 본인의 얼굴을 보여주고 ‘예쁘냐’ 묻고 죽이는... 도망을 가도 100m를 3초에 끊는다는 등 파도 파도 마스크 언니의 능력이 계속 나와서 대책 없는 무서운 괴담이었는데, 코로나 시국에 대처법이 나왔다. 마스크를 벗으려 하면 마스크 벗지 말고 사회적 거리두기를 지키라고 혼내면 된다는 것이었다. 마스크를 벗지 않으면 죽음의 트리거가 될 찢어진 입을 보지 못하는 것이다!

재택근무와 마스크 사회생활에 기빠하는 친구들을 보면 서로 진짜 표정을 알고 싶지 않은 것이 회사생활인가 싶기도 하다. 하지만 빨간 마스크의 그녀도 마스크를 벗은 본인의 모습을 보여주고 소통하고 싶으니 그렇게 자주 마스크를 벗어 재깍던 것이 아닐까? 계속 벗고 벗고 벗다보면 소통할 사람을 찾을 거라고. 도망칠 수 없던 빨간 마스크 그녀의 손길처럼 어찌되었든 우리는 또 새롭게 소통하고 서로를 읽어내긴 할 것이다. 어떤 방식으로든 말이다. 단, 마스크를 벗지 않고.

친구들 모두 한 번씩은 재택근무를 했었는데 나는 줌 미팅에서 쓸 힙한 배경과(택시 배경, 청와대 배경, 백악관 배경, 공포 배경 등) 화면에 담기지 않을 편한 잠옷 바지도 사 놓았는데 제대로 쓰지 못했다.

대신 얼굴을 마주하는 회사 사람들에게 화사하게 보일 새로운 얼굴, 컬러 마스크를 또 쟁였다. 숨겨진 얼굴이 화사하게 보이길 기대하며. 그리고 내 속도 화사하길 기대하며. 내일은 아마도 청록색, 모래는 그라데이션 핑크, 봄을 닮은 연두색에서 푸른 하늘을 기대하는 파란색까지.

화사한 컬러 마스크를 쓰고, 새로운 시대의 새로운 표정 관리를 할 것이다. 물론 마스크 속의 나의 표정은 영원히 알 수 없겠지만 말이다!



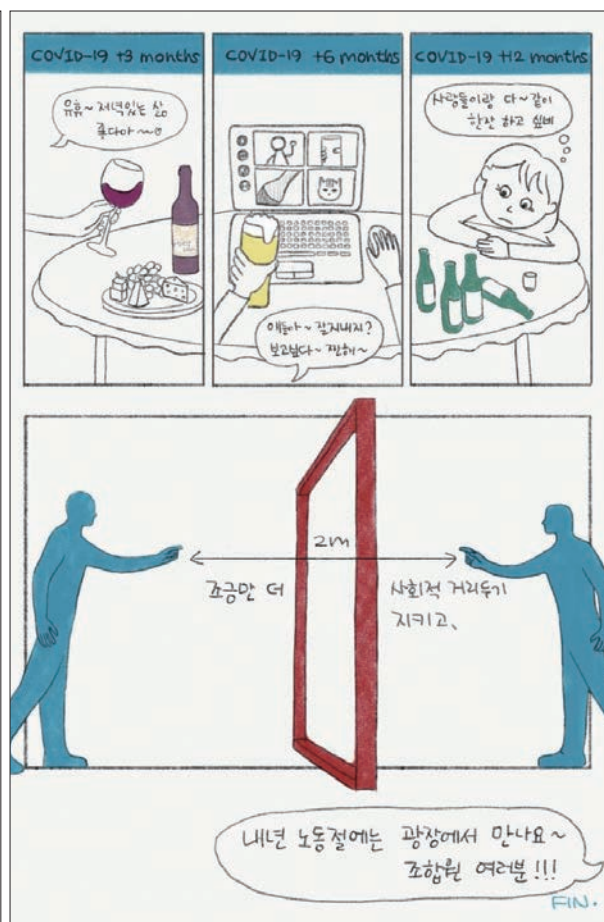
코로나 블루 극복은 가족과 함께!!!

코로나로 여행도 못 가고, 코로나가 부담스러워 약속도 많이 줄었습니다. 그래서 코로나엔 가족과 함께, 2021년을 가정의 해로 지정했습니다. 집 근처 주말농장을 신청하여 온가족이 함께 수시로 자연과 친해지기도 하고요. 맛집 보다는 집이나 집 근처 야외에서 먹을 수 있는 곳에서 3대 가족이 함께 하고 있습니다. 2021년 코로나 블루는 저리가고 가족애가 더 돈독해 지는 한해가 될 것 같습니다.

이현주 미디어기술연구원



임유란 브랜드디자인부



이경빈 D.콘텐츠사업부

이팝나무 아래서

장재훈 드라마스튜디오 2EP

설상가상

내 나이 50살에 접어들던 2020년 2월, 설날이 지나자마자 이름도 생소한 코로나라는 전염병이 중국을 넘어 우리나라에 상륙했다. 몇 주 지나면 사라지겠지 하던 우리들의 예상과 달리 이 전염병 감염자수는 폭등했고 정부는 거리두기 예방수칙을 연일 강화하면서 사람들을 모이지 못하게 하고 집에 가두기 시작했다. 벌써 1년이 지났고 우리 회사도 재택근무를 장려하면서 집콕 문화는 이제 나의 일상이 되어 버렸다. 퇴근 후 회사 동료들 만나 이런저런 모임을 즐겨하던 나는 길고 긴 집콕으로 서서히 우울증의 늪에 빠져 들기 시작했다. 이게 바로 뉴스에서 그렇게 떠들던 코로나 블루였고 이 블루는 긴 시간 계속 되었다. 나이 드는 게 자랑은 아니지만 50줄에 들어서면서 남성갱년기 증상이 생기기 시작했다. 우리 회사의 자랑스런 예능프로그램, <라스>에서 MC김구라도 가끔 웃기면서 얘기하던 50대남성의 갱년기! 이것의 주된 증상도 이유없는 우울증이다. 그야말로 나는 설상가상으로 두 가지 블루(코로나 블루+갱년기블루)에 시달리며 1년이 재미없게 흐르고 말았다.

춘래불사춘

지난 1년간 두 가지 블루에 대처하기 위해 나름대로 이것저것 노력해 보았다. 코로나블루를 피하려고 집콕 하면서 밤늦도록 그동안 밀린 영화, 드라마를 정주행 하고 나의 취미 도서인 유흥준의 <나의문화유산답사기>를 고시공부 하듯 몇회독을 더 완성했다. 그 결과는 밤낮이 바뀐 생활리듬에 코로나블루는 호전 없이 계속 되었다. 갱년기블루를 호전시키려고 회사선배의 추천으로 중년남성에 좋다는 마늘환까지 주문해 장기복용 했으나 약간의 호전은 있었을 뿐 큰 기대에 못 미쳤다. 그렇게 1년이 흘렀고 올해 다시 봄이 왔건만 코로나블루의 봄은 봄 같지가 않았다.

금상첨화

올해 봄기운이 돌던 3월부터 나는 생활방식을 완전히 바꾸기 시작했다. 코로나 핑계로 집콕 하면서 1년간 내팽겨쳐 둔 자전거를 정비하고 그 두 바퀴를 굴리며 햇빛 속으로 나가기로 했다. 쉬는 날은 물론이고 회사 출퇴근도 자전거로 햇빛 속을 달리며 심신을 단련했다. 사람 많은 대중교통의 코로나 감염이라는 불안감이 없어 마음이 편해졌고 두 바퀴를 밟는 내내 근육세포가 늘어나며 묵직한 건강미가 생기게 되었다. 요즘처럼 날씨 좋은 날, 두 바퀴 라이딩은 비타민D 합성에도 도움이 되니 코로나블루는 사라졌고 우울감이 아닌 소확행의 행복감이 충만해지고 있다. 심지어 두 바퀴로 다니는 회사출퇴근이 즐거워지니까 그야말로 금상첨화라 하겠다.

이팝나무 아래서

해마다 봄에서 초여름까지 만개하는 이팝나무는 푸른 나뭇가지에 눈이 부시도록 새하얗게 많은 꽃을 피운다. 요즘 도시 가로수로 많이 심어져 있으니 쉽게 만날 수도 있는데 그 모습은 화려하지만 그 이름의 유래는 아이러니하고 반전이 넘친다. 아주 못 살던 우리 조상들이 보릿고개를 앞둔 춘궁기시절에 피는 저 꽃들이 이밥(쌀밥)같이 생겼다고 붙여준 이름이 바로 이밥(이팝)나무라고 한다. 얼마나 배고프고 힘들었기에 쌀밥나무를 연상하면서 견뎌냈을까?

이팝나무 아래서 두 바퀴를 굴리며 드는 생각이 있다. 코로나블루가 우리 모두를 짓누르는 우울한 시절이지만 햇빛 속의 찬란한 이팝나무 꽃같이 행복한 시절은 꼭 다시 올 거라는 희망과 지혜의 생각 말이다. 굳이 누가 내게 코로나블루 극복 비법을 묻는다면 지금 당장 자전거 타고 이팝나무 아래로 가서 찬란한 햇빛을 실컷 받아 보라고 얘기해 주고 싶다.

고걸 D크리에이티브센터



노동절 이벤트

코로나 잇GO~! 함께하면 즐겁GO~!



유병수 브랜드디자인부

유세준 총무부

김빛나 라디오3부

이화영 뉴스콘텐츠편집부