

민실위 보고서

전국언론노동조합 문화방송본부 울산지부

발행인 : 안병훈

편집인 : 이용주

울산 중구 서원3길 65

전화 : 290-1241 팩스 : 290-1102

2024년 1월 8일 (월)

뉴스에 들어온 '남의 돈' 공정성 지키려면?

- '뉴스데스크 울산' 현장진행 분량 40%가 단체장 대담 -
- 탐사보도 프로그램 '체인지업'의 정치인 띄워주기 -

지난해 울산MBC 보도국에는 두 가지 큰 변화가 일어났다. 하나는 매우 보수적으로 결정하던 뉴스 현장진행을 지역 축제가 있을 때마다 시도했다는 점이고, 또 하나는 보도국의 자체 제작 프로그램에 처음으로 지자체 보조금, '남의 돈'이 들어왔다는 점이다.

민실위는 지난해 10월, 2023년 하반기 정기 공정방송협의회를 열고 이 같은 보도국 운영에 대한 민실위원들의 우려를 전하고 회사 측의 입장을 들었다.

2023년 하반기 정기 공정방송협의회

- 일시 : 2023년 10월 16일(월) 14시
- 장소 : 울산문화방송 3층 회의실
- 참석위원
- 노조 : 지부장, 부지부장, 사무국장, 편성 민실위간사, 총무부장
- 회사 : 사장, 경영기술국장, 보도국장, 편성제작국장, 광고사업국장

현장진행 분량 절반은 단체장 대담

뉴스데스크 현장 진행 원본 영상을 확인한 결과, 울산 남구청이 개최한 장생포 울산고래축제 대담에 출연한 서동욱 울산남구청장은 4분 25초를 출연해 당일 전체 뉴스 분량의 40%를 차지했다. 김두겸 울산시장은 5월 19일 태화강국가정원 봄꽃축제와 2주 뒤인 6월 1일 울산공업축제 2차리에 걸쳐 대담에 나섰다. 태화강 마두희축제 현장진행에 출연한 김영길 울산 중구청장의 대담 길이는 5분 18초, 전체 뉴스의 43%를 차지해 분량 비율이 가장 높았다.

[2023년 울산MBC 뉴스데스크 현장진행]

축제명	대담 출연자	출연 분량	전체 분량
장생포 울산고래축제 (23. 5. 12)	서동욱 울산남구청장	04:25 (40%)	10:57
태화강국가정원 봄꽃축제 (23. 5. 19)	김두겸 울산시장	04:35 (39%)	11:44
울산공업축제 (23. 6. 1)	김두겸 울산시장	03:10 (30%)	10:13
태화강 마두희축제 (23. 6. 23)	김영길 울산중구청장	05:18 (43%)	12:03

'축제 현장'에서 치적 자랑

문제는 울산MBC가 축제 현장에 직접 찾아가 이렇게 많은 시간을 할애해 단체장들과 대담을 진행했지만 정작 내용은 축제보다 자신들의 치적을 자랑하는데 집중됐다는 점이다.

지난 5월 12일 뉴스데스크를 보자. 장생포 울산고래축제 현장진행 당시 대담에 출연한 서동욱 울산남구청장은 올해 축제의 특징과, 축제 장소인 장생포 고래문화 특구에 대한 질문을 받았다. 그러나 방점을 찍은 마지막 질문은 <민선 8기 출범 1년간 추진한 사업 성과>에 대한 내용이었다. 남

구청 공약 실천 최우수 등급 획득, 하천 개발 등 고래축제와 아무 관계도 없는 자화자찬을 1분 넘게 할 수 있도록 질문으로 판을 깔아준 셈이다.

지난 6월 23일 태화강 마두희축제 당시 5분 18초동안 뉴스데스크에 단독 출연한 김영길 울산중구청장 역시 출연 분량의 절반 가까운 2분 가량을 <취임 1년 역점 시책>에 할애했다. 행사 소개를 위해 마련한 뉴스가 단체장 치적 홍보로 바뀌는 순간이었다.



23. 5. 12 장생포 울산고래축제

'현장 진행'인데 '현장성'이 없다?

방송뉴스는 현장성과 동시성이 생명이지만 정작 축제 현장 뉴스진행에서는 둘 다 빠져 있었다. 6월 1일 진행된 울산공업축제 생방송 뉴스데스크를 보면 어둠이 깔린 태화강 국가정원을 배경으로 아나운서가 뉴스를 시작한다. 그러나 몇 분 뒤 대담에 출연하는 김두겸 시장의 배경은 한낮으로 바뀐다. 이 같은 현상은 5월 19일 태화강 국가정원 봄꽃축제도, 6월 23일 태화강 마두희 축제에서도 찾아볼 수 있다. 단체장들이 뉴스데스크 생방송 시간에 맞춰 대담에 출연한 것이 아니라 행사 동선과 스케줄을 감안해 사전녹화로 진행했기 때문이다. 결국 현장 진행임에도 낮밤 배경도 고려하지 않은 대담을 송출하며 현장성과 동시성이라는 방송의 기본마저 무시한 생방송이 반복됐다. 여기에 공업축제와 마두희축제 당시에는 폭죽 발사와 음악 재생 등으로 매우 시끄러운 현장음이 뉴스 오디오에 그대로 담겨, 현장에서 뉴스를 진행할 앵커가 큐사인조차 듣지 못하고, 앵커의 목소리가 현장음에 묻혀 들리지 않는 사태까지 벌어졌다. 방송국이 방송사고에 민감하고, 사고 책임자에게 징계까지 내리는 이유는 방송의 내용이 아무리 훌륭해도 제대로 전달되지 않으면 아무런 의미가 없기 때문이다. 울산MBC의 축제 현장진행은 내용과 전달 두 가지 측면에서 모두 실패했다는 지적이 나오는 이유다.



23. 6. 1 울산공업축제

23. 6. 1 울산공업축제



23. 5. 19 태화강국가정원 봄꽃축제

23. 6. 23 태화강 마두희축제

'뉴스데스크'에서 '가성비'를 찾는 사측

울산문화방송의 뉴스데스크 현장 진행 횟수는 2021년 3회, 2022년 4회, 2023년 5회이다. 이와 관련해 조합은 사측에 가장 먼저 뉴스데스크 현장 진행 횟수가 왜 이렇게 많은지를 따져 물었다.

[보도국장]

“축제 등 현장의 생생한 모습을 전하기 위해 현장 뉴스진행을 추진. 지자체가 먼저 의뢰하는 경우는 없으며, 울산MBC에서 먼저 다가가서 살아있는 뉴스를 같이 해보자라는 식으로 제안함.”

[사장]

“사장의 경영방침이다. 현재 경영/매출상황이 심각하기 때문에 조금이라도 더 벌기 위한 것이며, 뉴스데스크 현장진행이 타 울산MBC 사업에 비해 가성비가 좋다.”

이에 대해 조합은 회사 경영상 여건을 고려해 현장뉴스 진행에 대해 무조건 반대하지는 않지만 하려면 제대로 해야 한다는 입장을 전달했다. 특히 시청자들에게 전달되지 않는 뉴스는 그 자체로 가치가 없으며 단체장과 행사 홍보는 그 이후에 고려해야 할 사항이라는 점을 강조했다.

특히 뉴스의 질적 하락 및 울산MBC 뉴스의 위상 저하가 우려되는 환경이 발생했을 때, 반드시 현장에서 진행해야 할 다른 이유가 있는 것이 아니라면, 상기의 문제점을 해결할 방법을 찾지 않는 한 무리한 현장진행은 지양해야 한다고 밝혔다.

보도국 정규프로그램에 들어온 '남의 돈'

보도국은 뉴스 외에 탐사보도부를 중심으로 정규 시사프로그램과 각종 보도특집을 제작하고 있다. 보도특집의 경우 지자체나 기업 등의 지원을 받는 경우가 많으나, 일회성 프로그램에 그쳤다. 그러나 지난해 보도국에는 처음으로 자체 제작하는 정규 시사프로그램에 '남의 돈'이 들어왔다. 보도국 수뇌부가 울산시로부터 1.5억 원을 받아 시사교양프로그램 <체인지업>을 방송하게 된 것이다. 현재 뉴스 외의 방송물을 제작하는 부서의 이름은 '탐사보도부'이다. 인력과 예산 등의 부족으로 '탐사'로서의 역할은 다할 수 없더라도, 1회당 제작비가 다른 TV프로그램에 비해 매우 적은 시사(그것도 대담)프로그램에 굳이 남의 돈을 받을 필요가 있을지, 이로 인해 프로그램에 공정성이 훼손되는 것 아닌지에 대한 우려가 컸다.

단체장·정치인 띄워주기 바쁜 <체인지업>

그리고 이 우려는 기우로 끝나지 않았다. 공정방송협의회에서 조합은 특히 총 10회 제작 중 2회분에 김두겸 울산시장이 단독출연하게 된 경위와 이유를 집중적으로 따져 물었다.

김 시장의 두 차례 단독대담은 4월 13일과 7월 6일 방영됐다. 3달 사이 40분 분량의 단독 대담을 두 차례나 편성한 건데, 두 방송 모두 구성과 연출에서의 일부 차이를 제외하면 대부분이 김두겸 시장의 공약과 치적으로 채워졌다. 특히 2번째 대담 내용을 보면 전국적으로 논란의 중심이었던 기업인 흉상문제에 대한 김 시장의 일방적인 해명이 주를 이뤘다.

조합은 울산시 보조금을 받아 울산시장 개인의 홍보프로그램을 만든 것은 아닌지, 이 같은 프로그램이 제작된 경위에 대해 의문을 제기했고 이에 대해 사측은 이렇게 답변했다.

[보도국장]

“두 방송이 내용상 흡사하다고 생각하지 않음. 4월은 울산 시정의 전반적인 부분을 다뤘고, 7월은 트랩, 기업인 흉상 등 여러 가지 아이템들을 다뤘음. 시장 출연과 관련해서는, 굳이 시장이라고 보기보다는 울산시 정책에 대한 것이라고 봐주시면 어떨까 생각함. 시장의 행정 하나하나가 울산 시민들에게 굉장히 많은 영향을 미침.”

조합은 이에 대해 보도국, 나아가 울산문화방송이 기본적으로 갖춰야 할

정치권력에 대한 견제, 감시의 역할을 저버린 채 홍보 프로그램을 만든 것으로 보인다고 하며 특히 울산시장에게 노래 가창을 시키고, <울산시장을 울산의 아빠로 임명한다>는 식의 자막을 노출하는 등 과한 치켜세우기와 연출은 잘못됐다는 점을 분명히 했다.



또한 '체인지업'의 제목과 내용은 울산MBC가 이 프로그램에서 지적하는 지역의 현안과 문제점들이 실제 울산 시정에 반영되는 것을 목표로 만들어졌다. 이를 명분으로 매 방송마다 울산시의회 의원 등 정치인들이 대거 출연했다. 그러나 실제 방송은 울산시의회 의원들에게 현장에서 얼마나 열심히 일하고 있는지를 물으며 자기 홍보의 기회를 제공하거나, '앞으로 좀더 힘써 달라'는 주문에 그쳤다. 보도국에 1.5억원이라는 예산을 편성하는 것은 울산시이지만, 그 예산을 승인하는 것은 울산시의회 의원들이라는 점에서 조합은 그 의도에 의문을 가질 수밖에 없게 된다.

2024년, 여전히 '남의 돈'

올해 보도국의 '남의 돈' 정책은 계속될 것으로 보인다. 보도국 수뇌부와 회사는 올해 <체인지업> 방송을 명목으로 지난해와 동일한 1억 5천만원의 보조금을 울산시로부터 받게 됐다. 회사의 경영 상황이 갈수록 나빠지는 상황에서 회사 스스로 '가성비가 좋다'고 판단하는 현장 진행이 계속될 가능성도 없지 않다.

조합은 뉴스가, 보도국이 '남의 돈'이 결코 들어와서는 안 되는 '성역'이기 때문에 문제를 제기하는 것이 아니다. 뉴스와 보도국 구성원이 끝까지 수호해야 할 '성역'이 있다면 그것은 프로그램 그 자체가 아니라, 프로그램에 담기는 내용의 진실성과 공정성일 것이다. 조합이 보도국에 '남의 돈'이 들어오는 것을 우려하는 이유는 이러한 최우선의 가치가 훼손될 가능성이 결코 적지 않다는 것이다. 반드시 수뇌부가 "보조금을 받은 프로그램이니 상대방에게 잘 보여야 한다"고 주문하지 않더라도, 실무진은 회사의 경영 상황을 모르지 않고, 이 프로그램이 누구의 돈으로 만드는지 너무나 잘 알고 있다. 그러니 돈을 준 인터뷰이에게 자신있게 날카로운 질문을 던지는 것을 주저할 수밖에 없게 되고, 그러다 더 이상 물어볼 내용이 없어 노래를 시키고 박자에 맞춰 흥을 돋우는 상황이 벌어지는 것이다. 조합이 특히 우려하는 지점이 이것이다.

[보도국장]

“(축제 현장진행에서) 질문은 취재기자가 발제하는 것이다. 축제 말고도 다른 내용도 같이 다뤄보자는 취재기자의 송고가 있었다.”
“(〈체인지업〉의) 연출은 실무진이 하고 있는데, 세련되게 잘 한다고 생각한다.”

무엇보다 울산MBC가 이름을 떨쳤던 <돌직구> 등 탐사보도의 기능은 '남의 돈'을 받는 상황에서 제대로 펼치기 거의 불가능할 것이다. 회사는 경영 상황과 인력 부족 등의 문제를 들어 당장 탐사보도를 확대하기는 어렵다는 입장을 밝혔다. 아무리 주어진 상황이 어렵다 하더라도, 우리가 끝까지 지켜야 할 가치가 무엇인지는 공유하며 방송을 만들어야 하지 않을까.