

<<지역MBC 노조 입장문>>

당장 실행 가능한 지역방송 지원정책이 본질이다.

지역 소멸의 위기 속에서 지역방송은 생존에 안간힘을 쓰고 있다. 지역의 목소리를 담고 지방정부를 감시하며 재난과 사건의 최전선에서 공적 역할을 다하고 있다. 지역방송은 그러나, 더 이상 버틸 여력이 없다. 광고수익은 급감했고, 지역 문화를 담은 콘텐츠를 만들어 낼 여력도 줄었으며, 인력은 고갈 상태다. 긴 시간 자본과 인구가 수도권에 집중되며 고립되어 버린 지역방송의 문제는 국가균형발전의 차원에서 접근해야 할 사안이다.

새 정부는 국가균형발전 차원에서, 또한 공정경제 확립 차원에서 정부광고 독점 대행 제도 개선 등 지역방송 활성화 지원 의지를 밝힌 바 있다. 광고제도를 개선해 지역방송사 제작을 지원하고, 지역방송의 지역성 구현 지원을 강화하겠다고 했다. 새 정부의 이와 같은 선한 의지는 지역방송이 둘러싼 현실적이고 본질적인 문제를 정면으로 마주하는 데서 출발해야 한다.

지역방송 활성화 지원책의 근원이 될 정부광고 관련 정책 논의는 ‘누가 관리하느냐’의 구조의 문제가 아니라, ‘어떤 방향으로 지역방송에 실질적 지원을 빠르게 실행할 수 있는가’라는 본질의 문제로 전환돼야 한다. 정부광고 수수료의 명목이나 관리기관의 독점 여부보다 중요한 것은 정부가 집행한 광고 예산이 지역방송에서 콘텐츠로 바뀌고, 일자리로 이어지고, 저널리즘의 품질을 지킬 수 있도록 하는지의 여부이다.

정부광고는 특정 기관의 수익을 위한 것이 아니라, 공적 저널리즘의 숨통을 틔우기 위한 재정 장치이다. 지역방송의 지원책은 공모기반의 지역콘텐츠 발굴지원, 정부 방송광고 수수료의 실질적 지역방송 환원, 제작인프라 확충 등 이미 시스템이 갖춰져 있다. 그간의 문제는 효능감이 떨어지는 지원 규모였다. 새 정부의 행정적 결정만으로도 기존 시스템을 확대 시행하거나, 본래 정책 취지를 살려 고사 직전인 지역방송을 지탱할 수 있는 대안이 존재한다. 복잡한 이해관계 속에 지연될 수 밖에 없는 정책의 완성도보다 실행력이 중요하다.

새 정부가 지역방송 정책의 그림을 그리고 논의하는 이 시간에도 지역방송의 생명줄은 점점 짧아지고 있다. 제 아무리 완벽한 제도라도 지역방송이 무너진 뒤에 완성된다면, 아무런 의미가 없을 것이다. 당장 가능한 해법을 실행하는 용기를 새 정부에 촉구한다.

2025년 7월 17일

전국언론노조 MBC본부 16개 지역 지부장단

(MBC강원영동, 광주MBC, MBC경남, 대구MBC, 대전MBC, 목포MBC, 부산MBC, 안동MBC, 여수MBC, 울산MBC, 원주MBC, 전주MBC, 제주MBC, 춘천MBC, MBC충북, 포항MBC)