문화방송 노보

NATIONAL UNION OF MEDIAWORKERS MUNHWA BROADCASTING UNION

공정방송 깃발 아래 전국이 하나로 · 전국언론노동조합 문화방송본부

발행일 : 2026. 11. 2

289호

www.mbcunion.or.kr

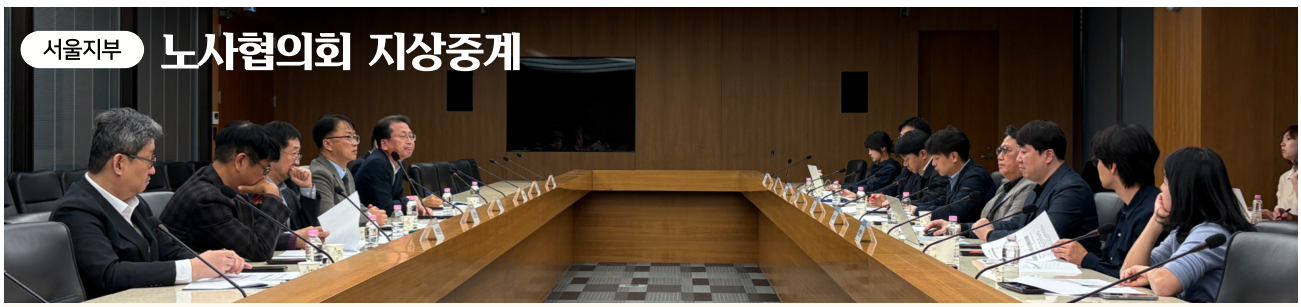
발행인 전성관 **편집인** 조재영 **편집** 송옥분

주소 서울 마포구 성암로 267 MBC 경영센터 2층

전화번호 02-789-3886 FAX 02-782-0135

서울지부

노사협의회 지상중계





지난달 27일, 이성주 사장 취임 후 첫 서울지부 노사협의회가 열렸다. 조합은 협의회에 앞서 ▲ 올해 3분기 경영실적 및 연간 실적 전망 ▲ 향후 경영계획과 주요 사업 추진 방향 ▲ 신입사원 공개채용 계획 등 다방면의 자료를 회사에 요청해 사전 점검했다. 전성관 본부장은 "조합원의 삶과 관계된 부분이라면 일관되고 끈질기게 회사에 질문하겠다, 그것이 조합의 존재 이유"라며 "조합이 함께 답을 찾을 준비가 되어 있는 만큼 노사가 머리를 맞대고 신뢰의 지점을 찾을 수 있기를 바란다"고 말했다. 이성주 사장은 "사장으로서 처음 맞는 정기 노사협이라 더욱 뜻깊게 생각한다"며 "현업에서 느끼는 직원들의 다양한 목소리를 가감 없이 전해 달라, 회사도 귀 기울여 듣고 성실하게 검토하겠다"고 말했다.



경영실적 3분기 누적 120억 적자, 적자 폭 왜 이렇게 커졌나?

올해 3분기 누적 영업손실은 120억 원으로, 한 분기 만에 적자가 약 200억 원 늘었다. 조합은 적자 규모가 이렇게 커진 이유부터 따져 물었다. 회사는 텐트폴 드라마 <21세기 대군부인>의 매출과 제작비가 반영되는 시점이 2분기에서 3분기로 넘어오면서 차이가 생겼고, 광고 수지도 급격히 나빠졌다고 설명했다. 지난해와 비교해 해외유통 수익은 400억 원 늘었지만 광고수익은 120억 원 줄었고, 직접제작비 160억 원· 제작경비 120억 원· 인건비 40억 원이 늘었다는 것이다. 회사는 연간 영업적자를 약 100억~200억 원으로 전망하면서, 적자 폭을 줄이도록 노력하겠다고 밝혔다.

조직개편 AIT센터 신설에 기술 부문 상실감…장기 비전 있나?

조합은 AIT센터 신설로 인프라본부 IT솔루션팀이 개편 대상이 되면서 기술 부문 조합원들의 상실감이 크다고 전했다. 적은 인원과 부족한 투자 환경 속에서 고군분투해 온 노력을 인정받지 못했다는 것이다. 조합은 AIT센터 인원 절반 이상이 IT솔루션팀 소속이었는데 왜 인프라본부가 아닌 미래성장본부로 통합했는지, 단기 계획 및 장기 비전이 있는지 물었다. 회사는 AI를 활용한 미디어 산업의 디지털 전환에 선제적으로 대응하기 위한 조치였다며, 기획· 경영· 인프라본부에 흩어져 있던 조직을 통합해 전사 AI 전환을 위한 개발 지원 능력을 일원화했다고 답했다. 또 미래성장본부에 둔 것은 운영의 효율성을 고려한 판단이라고 덧붙였다. 조합은 인프라본부는 3년간 60명이 퇴직해 업무 공백 우려가 큰데, 인력 이관까지 겹치면 공영방송의 품질이 떨어질 수밖에 없다고 지적했다. 업무 공백에 대한 대책을 세우고, 업무 분장 및 성과 평가 기준도 명확히 마련할 것을 요구했다.

조직개편 디지털제작센터, 왜 접점 약한 D.라디오국으로 편입?

조합은 두 조직이 매체 성격이나 수익 구조에서 매우 이질적이고, 특히 라디오는 예능· 드라마· 보도, 광고보다도 디지털과 연결 접점이 약하다는 문제를 제기했다. 회사는 오디오· 음악· 공연 제작 역량과 디지털 역량을 합쳐 시너지를 내자는 취지라고 설명하면서 "구성원들의 반응을 고려해, 어떤 문제가 있는지 전체적으로 다시 살펴보겠다"고 밝혔다.

조직개편 성과 뛰어난 예능본부, 왜 스튜디오 체제로 전환?

조합은 예능본부가 예능스튜디오로 바뀐 취지가 무엇인지, 본인의 역할이 달라지는 것인지 궁금해하는 구성원이 많은데도 회사의 충분한 설명이 없었다고 지적했다. 사측은 <신인감독 김연경>을 예로 들며, 매체별로 나뉜 조직을 콘텐츠와 IP 중심으로 재편해 하나의 IP를 영화· OTT·공연· 굿즈 등으로 확장하기 위한 취지라고 설명했다. 일각에서 우려하는 분사 가능성은 "제로"라고 못 박았다. 조합이 "사전 논의와 의견 수렴이 부족해 구성원들과 사측의 인식 차가 크다"고 지적하자, 이성주 사장은 "조직개편을 주도하면서 '축소'나 '격하'라는 개념은 전혀 없었지만, 구성원들 입장에서 보면 놓친 부분이 있었던 것 같다"며 "지적을 충분히 감안해 앞으로 더욱 고민하겠다"고 답했다. 조합은 신임 제작본부장의 자회사 '모스트267' 대표 겸직에 따른 이해상충 우려도 제기했는데, 회사는 현재의 겸직 상태가 한시적인 것임을 분명히 하며 근본적으로는 본사와 모스트267 간 역할과 책임(R&R)을 정리하겠다고 밝혔다.

스튜디오 K

조합은 이전 경영진에게 여러 차례 공식적으로 문제를 제기해 온 '스튜디오K' 사업의 향후 계획을 물었다. 중동, 체코, 미국, 태국 등 3년 넘게 '추진'만 이어져 온 상황도 언급했다. 회사는 조합의 질문을 "우려의 시선으로 이해한다"면서, 세부 보고를 받은 뒤 선입견이나 편견 없이 판단하겠다고 밝혔다.

신입 공채 성과 보상

올해 신입사원 채용 일정이 대내외 변수로 계속 미뤄져 있는 상황에서, 회사는 신속히 검토하고 있으나 채용에는 최소 4개월 정도가 걸린다고 설명했다. 조합은 업무의 연속성과 회사의 장기적인 미래를 위해 구체적인 계획을 세워 하루빨리 협의해 달라고 요청했다.

조합은 "아무리 좋은 비전이라도 결국 실행하는 건 직원들"인 만큼, "회사가 내세운 '협업과 연결', '새로운 도전'이 실현되려면 그에 따른 노력과 성과를 공정하게 평가하고 보상하는 게 필요하다"고 강조했다. 사측은 "동의한다"며 "제도 개선이 필요한지도 검토하겠다"고 답했다.



2026 임금협약 교섭 개시

전국언론노동조합 MBC본부(이하 '조합')와 ㈜문화방송의 2026년 임금협상이 본격적으로 시작됐다. 조합과 회사는 지난달 27일 첫 상견례를 가졌다.

조합 측 위원은 전국언론노조 이호찬 위원장과 전성관 MBC본부장, 민성빈 수석부본부장, 김태효 부본부장, 서현 안동MBC 지부장, 성희연 서울MBC 경영부지부장, 김성곤 서울MBC 기술부지부장이 참석했다. 회사 측 위원은 이성주 사장을 비롯해 이우환 부사장, 김순규 목포MBC 사장, 민병우 기획본부장, 김진만 제작본부장, 연보흠 보도본부장과 최원진 미래성장본부장이 참석했다.

이호찬 전국언론노조 위원장은 "전국 지· 본부 중 MBC처럼 기본급 동결이 일상화된 조직을 찾기 어렵다"며 "예전처럼 주인 의식이나 공영 언론인의 자세만 강조해서는 구성원들의 창의성과 전문성을 제대로 끌어낼 수 없다"고 지적했다. 이어 "구성원들의 동력을 이끌어 낼 핵심 방안은 임협"이라며 "이번 임협에서 신임 경영진다운 모습을 보여주길 바란다"고 당부했다.

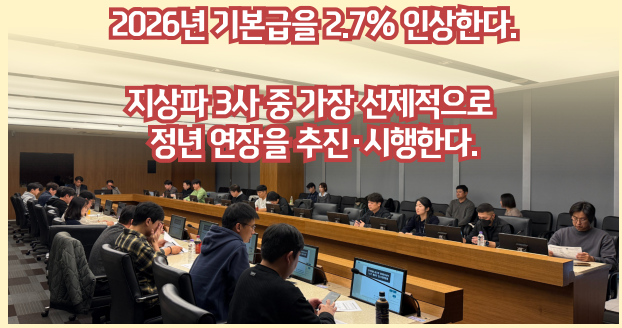
전성관 MBC본부장은 "조합이 불가능한 안을 억지로 요구하지 않는 것처럼, 회사는 실현 가능한 방안을 그저 협상 카드로 손에 쥐고만 있어서는 안 된다"며 "조합원들의 노고를 인정하고 모든 구성원이 신나게 일할 수 있는 여건을 마련해 달라"고 촉구했다. 전성관 본부장은 "회사에 여러 과제가 산적해 있고 내년도 구상도 세워야 하는 만큼, 최대한 빠른 시일 내 실무 협상에 돌입해 세부 내용을 논의하자"고 협상의 속도를 강조했다. 민성빈 수석부본부장은 "전국 단일노조 출범 30주년을 맞은 올해, 임협 공통 협상에서 이를 기념할 만한 결과를 함께 만들어 가길 바란다"는 기대를 밝혔다.

이성주 사장은 "MBC는 2018년 이후 노사 간 상호 존중과 성실한 대화를 바탕으로 무분규 교섭의 전통을 이어왔다"며 "올해 임협도 지금까지 해왔던 것처럼 임한다면 교섭이 마무리될 즈음 노사가 웃으면서 마주하고 있을 것"이라 화답했다. 또 "어려운 상황이지만 회사를 살리고 분위기를 만들어내기 위해 같이 노력해 보자"고 덧붙였다.

서울과 지역사 모두 올해 경영 실적이 좋지 않을 것으로 전망된다. 그러나 조합은 구성원들이 땀 흘린 만큼 보상받을 수 있도록, 앞으로의 교섭에서 의미 있는 결과를 얻어내기 위해 최선을 다할 것이다.

임금협약(공통) 요구안

임협 상견례 바로 다음 날인 지난달 28일, 조합은 본부 제14차 중앙집행위원회와 제8차 임시 대의원회를 통해 2026년 임금협약(공통)을 위한 요구안을 확정했다.





'언론 부역자' 오정환·정재욱 방문진 첫 출근, 조합 항의 피케팅



국민의힘 추천으로 방송문화진흥회 이사에 임명된 오정환· 정재욱이 지난달 29일 방문진에 첫 출근했다. 과거 MBC 재직 시절 편향 보도와 부당 징계, 노조 탄압 논란의 중심에 섰던 '언론 적폐'들이 공영방송 이사로 돌아온 것이다. 조합 집행부는 이날 방문진 앞에서 <MBC 짓밟은 언론 부역자들, 방문진 이사 자격 없다> <공영방송 파괴, 노조 탄압, MBC 구성원 앞에 사죄하라>고 적힌 피켓을 들고 침묵 시위를 진행했다.

"사과할 생각 없나" 질문엔 삿대질과 고성, 과거 행적엔 '묵묵부답'

회의 시작 20분 전쯤 모습을 드러낸 오정환에게 전성관 MBC본부장이 단호하게 물었다. "보도본부장 시절 MBC를 망치고 후배들을 부당 징계한 데 대한 반성 없이 공영방송 이사 자격이 있습니까? 구성원들에게 사과하는 게 먼저 아닙니까?"

오정환은 답하지 않았다. 대신 휴대폰으로 집행부를 촬영하며 "사진을 인터넷에 올릴 텐데 괜찮냐"고 반문했다. 이어 미리 준비해 온 종이를 꺼내 "언론노조가 회사를 장악하고 호의호식하고 있다"고 큰 소리로 읽어 내려갔다. 다 읽은 뒤엔 뜬금없이 "국민 앞에서 생방송 토론을 하자"고 고함치더니 비꼬는 투로 "나 밟을 수 있지 않냐, 전 국민 앞에서 나를 망신시켜 보라"는 말을 남기고 회의실로 향했다. 집행부를 향해 팔을 휘두르고 손가락질을 하는 등 공영방송 이사로서의 품위를 도저히 찾아볼 수 없는 저열한 언행이었다. 전 본부장이 "질문에 먼저 답하십시오, 적폐 시절의 행동에 대해 당당하십니까? 보도국 후배들한테 부끄럽지 않으십니까?" 재차 물었지만 역시 이에 대한 답은 없었다.

뒤이어 도착한 정재욱 역시 집행부를 못 본 척 이동하다 자신의 이름을 부르는 소리에 뒤를 돌아봤다. 전성관 본부장이 "과거 행적에 대해 구성원들에게 사과할 생각은 없습니까? 공영방송 이사로서 최소한의 예의 아닙니까?" 명확하게 물었지만, 정재욱은 한 마디 대답 없이 회의실로 도망치듯 들어가 버렸다.

이날 회의에서 두 사람은 별다른 발언을 하지 않았는데, 부적격자들이 공영방송 이사 자리에 앉아 있으려니 심히 불안하긴 했을 것이다. 조합은 앞으로 이들의 행적을 있는 그대로 똑똑히 기록하고 철저히 감시할 것이다. 공영방송 MBC의 독립성을 흔들려는 그 어떤 시도도 결코 용납할 수 없다.





이성주 사장 정책발표회
– “새로운 길을 찾는 미디어 개척자”

이성주 사장이 취임 한 달 반 만인 10월 26일 상암MBC 골든마우스홀에서 첫 정책발표회를 열었다. 이 사장은 MBC의 핵심 가치를 '신뢰'와 '구별성'으로 규정하고, 공적 책임과 지속 가능성이라는 두 가지 과제를 함께 풀어나가겠다는 각오를 밝혔다. 주요 내용을 짚어본다.

제작본부 신설, AIT센터 통폐합 등 지난 9월 말 단행한 조직개편과 관련해 사장은 “흩어지고 중복된 기능을 통합해 의사결정 속도와 실행력을 높이기 위한 조치였다”고 해명하며, “현장의 불안과 우려, 아쉬움의 목소리를 가볍게 여기지 않겠다”고 밝혔다.

MBC 대내외 상황에 대한 진단도 이어졌다. 광고 매출이 크게 줄고 콘텐츠 유통 매출은 정체되어 기존 사업 모델이 한계에 부딪혔다고 밝혔다. AI와 글로벌 OTT 등 외부 환경의 어려움도 언급했다. 이미 지난해 큰 적자를 낸 상황에서 앞으로 MBC가 나아가야 할 방향성에 대해 ‘새로운 길을 찾는 미디어 개척자’라는 비전과 함께, 5대 경영 기조를 제시했다.

시대에 필요한 공영 서비스로의 변화

사장은 MBC를 향한 신뢰와 불신이 모두 크다는 사실을 언급하며, 우리 스스로를 돌아보고 보도의 원칙과 품질로 답해야 한다고 말했다. 뉴스는 “사실이 먼저”라는 원칙 아래 속도보다 정확성을 택하겠다고 했다. 의제 발굴을 강화하고, TV 방송 중심 보도를 유튜브·OTT·온라인 커뮤니티로 확장하겠다는 구상도 내놓았다.

지속 가능한 콘텐츠 생산 기지 구축

이어 콘텐츠 경쟁력과 유기적인 선순환 구조를 강조했다. 먼저 콘텐츠 다양성을 회복하겠다고 약속했다. 명품 다큐멘터리를 부활시키고, 드라마· 예능 스튜디오 체제를 정착시키겠다고 했다. EP의 권한을 강화해 주요 콘텐츠의 손익 분기점을 사전 설계하고 기획부터 제작, 유통과 사업화까지 책임지는 구조를 만들겠다고 밝혔다. 기획과 제작 방식의 유연화도 강조했다. 부문 간 협업 강화, AI 활용 장려와 함께 성공 사례는 표준화해 전사로 확산시키겠다고 덧붙였다.

미래 변화에 대응하는 경영 체제 강화

사장은 현재의 규제 체제가 달라진 경쟁 환경을 전혀 반영하지 못하고 있다고 지적하면서, 미디어 정책 변화를 선제적으로 주도하겠다고 약속했다. AI와 인프라 정책은 현장의 필요에 따라 활용도와 효율성을 높이는 방향으로 정책 방향을 전환하겠다고 밝혔다. 또한 부동산· 금융자산· 아카이브 등 그룹 자산 활용은 외부 컨설팅을 거쳐 내년 상반기까지 중장기 계획을 세우고, 계열사 로드맵도 마련한다는 계획이다.

함께 답을 찾는 원팀 조직문화

사장은 역할과 책임에 대해 강조하면서도, 조직의 경계가 협력을 가로막아서는 안 된다고 말했다. 구성원 모두 “경계를 넘어, 협력해서 일이 되도록” 만들고, 협업 지연이나 업무 누락 등 조직 간 업무 경계로 생기는 비효율을 줄이겠다고 밝혔다. 임원은 개별 조직의 책임자가 아닌, 전체 성과에 공동 책임을 지는 자리라고 강조했다. 또한 개별 조직의 입장이나 성과보다는 무엇이 회사 전체에 가장 필요한지를 기준으로 판단을 내리겠다고 강조했다.

성과와 기여에 대한 정당한 인정과 보상

사장은 회사가 인재를 바라보는 관점부터 바꾸겠다고 밝혔다. 부서 소속이 아닌 “우리 전체의 경쟁력을 높이는 자산”으로 보고, 필요하면 다양한 역할과 프로젝트를 경험할 수 있도록 인사 정책을 바꾸겠다는 것이다. 개개인의 실적 뿐 아니라 협력 및 공동 성과에 대한 기여도를 제대로 평가할 수 있도록 명확한 기준을 세워, 새로운 평가· 보상 제도를 내놓겠다고 약속했다.

사장은 이같은 5대 경영 기조가 서로 떨어져 있는 과제가 아니라, 공영방송의 가치를 지키면서 지속 가능한 경쟁력을 확보하고 그 경쟁력을 다시 공적 책임의 실현으로 연결하기 위한 하나의 방향이라고 강조했다. MBC에는 여러 차례 위기를 기회로 바꿔온 저력이 있다며 “앞으로 3년 간 오직 MBC의 미래를 위해 헌신할 것”이라는 말로 발표를 마쳤다.

발표 내내 “현장에서 여러분과 함께 답을 찾겠다”며 구성원과의 소통을 거듭 강조했던 사장의 말이 단순한 수사에 그치지 않기를 바란다. 조합은 사장이 내놓은 약속들이 각각 어떤 정책과 결정으로 구체화될 것인지 감시하고, 필요하다면 언제든 주저 없이 조합원을 대변해 목소리를 낼 것이다.

임명동의제 대상 국장 정책설명회

방송의 독립성과 자율성을 보장하기 위한 방송편성규약 제18조에 따라, 조직개편 후 임명동의 대상인 시사교양국·뉴스영상국·뉴스룸·디지털뉴스룸·D.라디오국의 신임 국장이 정책설명회를 열었다(유건욱 콘텐츠전략국장은 유임). 설명회에서는 각 부서별 현안과 정책을 두고 활발한 논의가 오갔고, 대상자 전원이 재적 과반 투표와 투표 과반 동의를 얻어 국장으로 임명됐다. 날짜 순으로 설명회 주요 내용을 요약해 정리했다. (*정책설명회 당시는 국장 후보자 신분이었으나 모두 임명동의를 통과한 만큼 명칭을 '국장'으로 표기)

시사교양국장 김재영

새로운 IP 만드는 게 시급한 과제, 공적 역할 지키며 수익성 내겠다



“제 임기 내에 시사교양국을 MBC 내 시사와 교양 지식 콘텐츠의 본산으로 만들고 싶다. 그러기 위해 추구해야 할 가치들이 있다.”

“첫째, 시교 PD로서의 전문성이다. 국민의 알권리를 가장 최우선으로 저널리즘 원칙에 충실해야 하며, 취재· 제작 전문성도 강화해야 한다. 사실과 데이터에 정확하게 기반한 프로그램을 만들어야 한다. 둘째, 지속 가능한 콘텐츠를 위한 좋은 소재와 스토리텔링이 있어야 하고 화제성과 공공성에 기반한 평가를 받아야 한다. 셋째, 성과가 일회성에 그쳐서는 안 된다. 공공의 가치를 추구하는 것이 수익성을 낼 수 있는 조직을 만들어야 한다.”

“<PD수첩>을 비롯한 기존 프로그램의 영향력을 유지하며, 좋은 다큐멘터리를 꾸준히 제작할 수 있는 구조를 만들고, 무엇보다 시급한 과제는 새로운 IP를 만드는 것이라고 생각한다.”

“현재 MBC에 부족한 것이 무엇인지 분야를 세분화해 살피고, 전략적으로 IP 개발을 진행하겠다. 부문별 PD들과 집단 미팅, 대화를 통해 방안을 찾아보겠다. <실화탐사대>와 <오은영 리포트>의 디지털 확장 방안, <심야괴담회> 장기 브랜드화도 고민하겠다.”



경영센터 14층 대회의실 (9월 30일)

“<나는 신이다> 같은 작품의 제작 경험을 내부에서 공유하고, 외부 전문가 초청 교육 등 실무 역량을 키우는 기회가 필요하다. 정해진 순서대로 프로그램을 맡아온 관행을 깨고, 여러분 생각의 틀도 깼으면 한다. MBC에 입사한 뒤 25년 동안 방송 환경이 많이 달라졌지만, 여전히 MBC는 아주 좋은 회사라고 믿는다. 여러분과 신나게 같이 일할 수 있는 곳을 만들겠다.”

뉴스영상국장 이세훈

우리가 기록· 편집하는 뉴스 영상의 힘, 마음을 움직이는 '진짜' 영상 지키겠다





방송센터 8층 뉴스영상국 (10월 1일)

"뉴스영상국은 영상 취재와 편집, 뉴스 완제품 송출을 기본으로 방송 제작 전반에 관한 솔루션을 지원하고 있다. 연간 평균 1,600회의 생중계를 소화하고, 60만 개의 원본을 생산 관리하며, 10만 개의 완제품을 편집한다. 그 모든 영상 자산에 대한 선별 및 편집, 아카이브 작업까지도 우리의 몫이다."

"이미 안정적인 조직이지만 안정을 넘어 뭘 더 잘할 수 있을지 함께 의논하고 실행해 보고자 한다. 가장 믿을 수 있고 보고 싶은 뉴스를 만들기 위해서는 사실을 드러내고 마음을 움직이는 '진짜' 영상이 꼭 필요하다. <현장 36.5>가 좋은 예다. 공영방송의 신뢰성과 공공성을 지키면서 AI 기술을 책임감 있게 활용하기 위한 실무 가이드라인을 제정하겠다. "

"본사와 전국 계열사 뉴스 영상의 완성도와 통일성을 제고하고, 영상 자산 관리의 효율성을 높이는 일 또한 우리의 역할이다. 영상 자산 판매를 시작으로 우리가 생산한 자산을 활용한 새로운 수익 창출 방안을 고민하겠다. 인사와 채용에 있어서는 '적재적소· 기회 균등· 욕구 충족· 자격 실증· 능력 위주'의 5대 원칙에 충실하도록 노력하겠다."

"MBC 뉴스 영상 자산의 생애 주기를 총괄한다는 것이 우리의 핵심 경쟁력이다. 공영방송의 뉴스를 만드는 사람들이기 때문에 공정성을 판단하는 구체적인 기준에 대해서도 끊임없이 의심하고 성찰해야 한다. 취재 현장에서, 편집기 앞에서 항상 스스로를 돌아보고 동료들과 같이 일하는 과정에서도 서로에 대한 건강한 비판을 서슴지 않았으면 한다."

뉴스룸국장 이언주

해설·논평 중심 뉴스 지양하고 취재와 팩트로 이야기하겠다





방송센터 7층 뉴스룸 (10월 1일)

"내란 시기를 거치면서 MBC 뉴스는 한국의 민주주의를 지키기 위해 최선을 다했고 시청자들의 박수를 많이 받았지만, 특정 정당· 진영의 편에 있다는 비판과 지적도 나왔다. 그런 지적이 계속된다면 되돌아봐야 한다. 여야를 막론하고 비판할 사안은 제대로 비판하겠다. 해설과 논평이 중심이 되는 뉴스를 지양하고, 저널리즘의 기본인 취재와 팩트로 이야기하자."

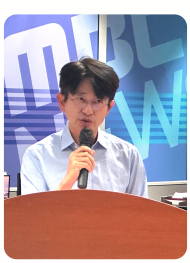
"신뢰도와 시청률이 꼭 정비례하는 것은 아니지만 서로 영향을 준다. 시청률을 쉽게 올리기 위해 편파적, 극단적인 기사를 써봤자 효과는 잠깐이라고 생각한다. 둘 다 제대로 회복하는 방안을 만들겠다. 모든 기획은 출입처와 스트레이트 기사에서 출발한다고 생각한다. 탐사보도를 위해 별도의 팀을 새로 구성하는 것보다, 팀 간의 벽을 없애고 협업할 수 있도록 하겠다."

"평기자들이 되도록 많은 경험을 할 수 있도록 한 팀에 1년 이상 있었다면 인사 이동 대상으로 고려하겠다. 일부 기자만 기피 부서, 고생하는 출입처에서 일하게 하지 않겠다. 격주 4.5일제를 제대로 할 수 있는 방안을 마련하겠다. 당장은 아니더라도 임기 내 정착되도록 하겠다. 주니어 기자들에게 집중된 업무를 분산시키고 고참 기자들의 뉴스 참여를 확대하겠다."

"소통을 강화하는 '열린' 국장이 되겠다. 지금 편집회의는 위에서 아래로 지시를 전달하는 방식인데, 앞으로는 후배들이 직접 참여해 의견을 개진할 수 있도록 발언권을 적극 보장하겠다. 일을 잘하고 열심히 하는 기자에게는 실질적인 보상을 하고, 일하지 않는 사각지대를 없애기 위해 뉴스룸 전체 업무도 재평가하겠다."

디지털뉴스룸국장 김연국

압도적 1위의 영향력 지키면서 과감하게 새로운 도전 하겠다





방송센터 8층 디지털뉴스룸 (10월 2일)

"유튜브 MBC 뉴스 채널이 국내 언론사 최초로 구독자 600만을 넘었고, 연간 조회수는 작년에 67억 회를 기록했다. 한국을 넘어 세계적으로도 압도적 성과다. 더 중요한 건 시민들의 신뢰다. 계엄, 탄핵, 대선 등 결정적 순간에 시민들이 MBC를 찾았다. 바로 그 시간에 밤새 뉴스를 만들어 내보낸 사람들이 바로 여러분이고, 자부심을 가지셔도 좋다."

"그러나 압도적 1위인 동시에 위기의 징후도 커지고 있다. 신뢰의 위기, 가장 신뢰하는 매체 1위인 동시에 가장 불신하는 매체 1위도 2년 연속 올랐다. 유튜브 뉴스 시장은 이미 포화 상태다. 진영 논리에 기댄 갈등 유발형 콘텐츠, 선정적이고 말초적인 콘텐츠들이 넘쳐나고 있다. 공영방송으로서 중심을 잡아온 MBC 디지털 뉴스는 중대한 선택의 기로에 서 있다."

"시민들에게 꼭 필요한 정보를 전달하는 일, 뉴스 이면의 진짜 의미를 깊이 들여다보는 일, 분열된 공론장을 복원하는 일이 우리의 사명이고 우리만 할 수 있는 일이다. 압도적인 영향력을 지켜내면서 새로운 도전도 과감하게 하겠다."

"유튜브와 네이버를 넘어 거대 AI 서비스까지 등장한 거대한 전환기, 중장기 플랫폼 전략을 세우고 실행할 디지털뉴스전략센터를 신설했다. 분석과 해설을 강화해 시민들이 정말 궁금해 하는 '왜'라는 질문에 답하는 콘텐츠를 만들고, 정치를 넘어 다양한 의제로 콘텐츠를 확장하겠다. 뉴스를 생산하고 기획하는 단계부터 어떤 형식으로 전달할지 염두에 두어야 한다는 것이 제 소신이다. 궁극적으로 뉴스룸 전체가 디지털 중심으로 바뀌어야 한다고 생각한다."

D.라디오국장 남태정

조직개편 핵심 키워드는 '속도' 라디오와 디지털 결합해 시너지 내겠다





경영센터 2층 M라운지 (10월 6일)

"회사 조직개편을 통해, 시사· 정보· 음악· 예능 콘텐츠를 매일 생산하는 라디오국과 사회적 이슈· 트렌드에 기민하게 대응하는 디지털제작센터가 D.라디오국으로 통합되었다. 외형상 이질적으로 보일 수 있으나 콘텐츠 제작 방식에 공통점도 많다. 핵심 키워드는 '속도'라고 생각한다. 라디오와 디지털의 결합이 갖는 장점 중 하나가 신속한 제작· 확장 능력이다."

"이번 개편의 특징은 제작본부 산하 조직 통합인데, IP의 힘을 키우겠다는 기조로 보인다. 저는 주로 라디오국에서 일했지만 과거 MBC MUSIC, 예능 프로그램, K-POP 관련 채널 등 론칭 및 제작을 해봤고 타 부서와의 협업 경험도 있다. D.라디오국 역시 초기에 우려와 시행착오가 있을 수 있지만 충분한 소통을 거쳐 잘 이끌어 보겠다."

"콘텐츠 전략은 세 단계다. 첫째, <여성시대>· <지금은 라디오 시대> 같은 전통 프로그램과 IP를 강화해 라디오와 디지털 고유 영역의 경쟁력을 더욱 키우겠다. 둘째, 두 분야 교집합에 해당하는 공동 콘텐츠를 적극 발굴해 시너지를 내겠다. 셋째, 협업 경험을 기반으로 타사가 할 수 없는 대형 프로젝트나 이벤트를 추진하고, 영향력과 수익을 극대화하겠다."

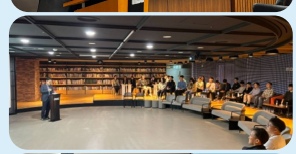
"지금처럼 콘텐츠가 쏟아지는 시대에는 한 발짝 더 전문화되고 깊이 있는 콘텐츠를 제작해야 한다. 일본 후지TV의 드라마 한 편이 제작위원회를 조직해 출판사와 기획사, 영화사까지 아우르며 한 편의 영화 개봉까지 성공적으로 해냈다. 하나의 IP로 시작해 여러 분야에서 성공을 거둔 사례다. 이렇게 확장되는 사례를 만들고 싶은 욕심이 있다."

신임 보직국장 정책간담회

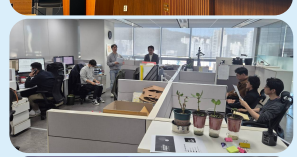
방송편성규약 제20조는 임명동의를 거치지 않는 보직국장은 발령 후 1개월 안에 정책간담회를 열도록 규정하고 있다. 이에 따라 대상자 13명 가운데 11명이 노보 발행일인 11월 2일 현재 정책간담회를 마쳤다. 강대선 드라마스튜디오 대표(국장)는 유임됐고, 고현승 스포츠국장은 11월 5일 간담회를 열 예정이다. 날짜 순으로 간담회 내용을 정리했다.















전흥배 영상디자인국장은 '가장 먼저 들어가고 가장 늦게 나온다(First In, Last Out)'는 말대로 구성원들이 성과를 낼 수 있도록 끝까지 뒷받침하겠다며, 국장의 역할은 대내외의 부당한 압력과 견제를 막는 바람막이이자 방파제라고 강조했다.

정홍대 마케팅국장은 TV 광고시장 급감에 맞서 광고주의 요구 파악부터 해법 제안· 실행까지 한 팀에서 대응하는 구조로 바꾸겠다고 밝혔다. 비즈혁신사업은 신규 아이디어가 실제 사업으로 이어져 안정적으로 성장할 수 있는지를 살피겠다고 했다.

유동규 경영지원국장은 '서로의 업무를 존중하고 이해하고 배려하는, 인간미 있는 조직'을 지향한다며 "우리 국은 평소에도 일이 참 많은데 노력과 성과가 잘 드러나지 않는 아쉬움이 있는 만큼, 구성원들이 자부심을 느낄 수 있도록 성과를 적극 알리겠다"고 밝혔다.

송상재 자산개발국장은 "내년 3월에 자금 운용 업무가 재무팀에서 투자개발팀으로 이관되면 회사의 모든 현금 자산과 보유 부동산을 운용· 관리하는 핵심 역할을 맡게 된다"며 자금 운용 수익률 향상과 보유 부동산의 활용도 제고 등을 주요 업무 방향으로 제시했다.

홍준수 미디어전략사업국장은 "우리가 만든 프로그램이 얼마나 재미있는지를 매출이라는 수치로 환산하는 역할, 실적 압박에 시달리는 부담을 잘 알고 있다"며 "구성원들이 자신만의 의미와 동기를 찾아갈 수 있기를 응원한다"고 당부했다.

오동운 그룹기획국장은 계열사팀, 자회사팀, 공영미디어연구소마다 각각의 중점· 선결 과제가 있다며, 각 사의 경영 현황과 변화 추이를 살펴 최선의 의사결정을 할 수 있도록 MBC그룹 전체의 현실을 진단하고 뒷받침하는 역할이 막중하다고 강조했다.

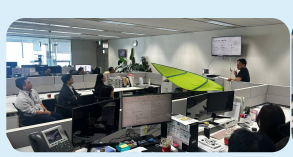
정영구 기술인프라국장은 본부별· 용도별로 운용되던 IT 인프라를 통합해 전사 콘텐츠의 제작부터 유통까지 지원하는 체계로 전환하겠다고 밝혔다. 저연차 직원 업무 쏠림이나 공백이 생기지 않도록 효율화를 기반으로 필수 인력을 충원하겠다고 덧붙였다.

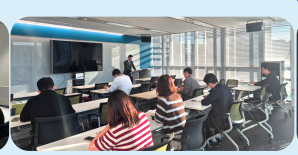
김수용 제작기술국장은 "인력 감소 우려는 명확한 선택과 집중을 통해 구조적 체계를 개선하여 대응하겠다"며, "유사 직무 내 '멀티 스킬러' 육성으로 인력 운용을 효율화하고, 제작 프로세스 개선을 위한 'AI 제작기술 TF' 신설도 검토 중"이라고 밝혔다.

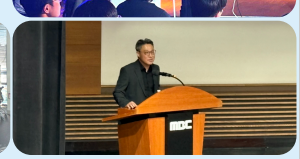
박정규 예능스튜디오 대표는 "대한민국 최고의 예능 크리에이터들이 모여 있는 곳이 여기임을 믿는다"며, 우리의 IP를 지키면서 외부 투자를 통해 새로운 비즈니스 모델을 만드는 것이 중요하다고 강조했다. TV를 넘어선 플랫폼 확대가 필요한 시점, 협업의 필요성도 짚었다.

이세옥 정책협력국장은 정협국이 회사 안팎의 다양한 주체들을 잇는 소통의 매개체 역할을 해야 한다며, MBC라는 회사의 지속 가능성을 판단 기준으로 일하겠다고 밝혔다. ESG팀에는 MBC가 시청자와 시민 곁에 있어야 하는 회사라는 인상을 줄 수 있게끔 일하자고 제안했다.

전승훈 기획국장은 "정책은 현장에서 실행되는 것이 가장 중요하다 생각하고, 이는 소통을 통해 달성해야 한다"며 "꾸준한 소통으로 회사 정책이 잘 전달· 실행될 수 있게 노력하자"고 말했다. 정책간담회 형태의 타운홀 미팅을 최소 분기마다 한 번씩 정례적으로 열겠다고도 했다.







전국 단일노조 30주년



MBC본부 단일노조의 이립(而立), 서로의 곁에 함께 서다

서울을 비롯한 전국의 지역MBC 노동조합이 하나로 뭉쳐 손을 맞잡은 지 올해로 꼭 30년을 맞았습니다. 서른 살은 뜻을 세우고 스스로 선다는 이립(而立)으로도 불립니다. 우리의 30년은 서로를 일으켜 세우며 함께 버텨낼 힘을 키워온 과정이기도 합니다.

공정방송을 향한 길에서 홀로였다면 견디기 힘든 시간들을 우리는 함께 건너왔습니다. 공영방송 MBC를 지탱한 힘은 서로의 곁을 지킨 전국의 단일 노조 조합원들로부터 나왔습니다.

그런 단일 노조 30년의 의미를 되새기며 서울과 지역 조합원들의 기억과 바람을 이 지면에 나란히 펼칩니다. 함께 걸어온 시간을 돌아보며, 또 함께 살아갈 내일을 그립니다.

서로의 곁에서 맞이한 이립.

우리의 서른은 누구도 홀로 서게 두지 않고 전국 어디서나 MBC의 공적 가치를 실현해 가겠다는 새로운 약속입니다.

글 : 민성빈 수석부본부장

전국 단일노조 창립 30년 연혁

1996. 5.27	제1차 MBC단일노조 건설을 위한 실무추진회의
1996.10.10	전국문화방송노동조합 설립총회
1997. 1. 7	'날치기 노동악법 철회 촉구' 전국 총파업 (12일)
1999. 3.22	'지방MBC발전 연구위원회' 발족
2000.11.24	전국언론노동조합 공식 출범
2006.10.11	[단일노조 10년 특집] 노보 119호 발행
2008.12.26	미디어법 저지 1차 총파업 (13일)
2010. 4. 5	'MBC 장악 진상규명 요구' 총파업 (39일)
2012. 1.30	'공정방송 쟁취' '김재철 사장 퇴진' 촉구 총파업 (170일)
2013. 3.26	방송문화진흥회, 김재철 사장 해임
2014. 1. 9	진주·창원지부, 93% 찬성률로 <경남지부> 단일화 결정
2014. 1.17	문화방송노조 특보 "정영하 외 43인 해고 및 정직 징계 무효 판결!"
2015. 5. 7	서울고법 "2012년 파업 정당...업무방해 무죄"
2017. 9. 4	'공영방송 정상화' '언론 적폐 청산' 총파업 (72일)
2017.11.13	방송문화진흥회, 김장겸 사장 해임
2018. 1.19	<MBC 정상화위원회> 공식 출범
2018. 3. 7	MBC본부 <성평등위원회> 출범
2019. 2.28	노사, 단체협약 체결 – 김재철 일방 해지 통보 후 2,326일만의 복원
2019. 4.11	서울지부, 임명동의제 시행에 따른 첫 정책설명회
2019.10. 1	주 52시간 근로제 본격 시행
2023. 7. 1	연차촉진제 및 격주 4.5일제 시행
2024.12. 3	윤석열, 비상계엄 선포 - 전국 지부, MBC 사수 투쟁
2025. 8 .5	'정치 후견주의 극복' 방송3법 개정안 국회 통과
2026. 5.27 ~10. 6	'공영방송 정치독립' 전국지부 편성규약 개정 완료

특별기고



권 철
서울지부 조합원
송출팀 국장

30년, 잊고 살았다. 지난해 11월, 입사 30년을 기념하는 동기 모임 공지를 보고 30년 동안 회사를 다녔음을 알고 머쓱했는데 문화방송 노동조합이 단일노조로 깃발을 올린지도 30년이 된다고 한다.

1996년, 입사 1년 차, 노동조합의 의미에 대해 큰 고민 없이 이리저리 뛰어다니던 시절 문화방송 단일노조는 깃발을 올렸다. 쉽지 않은 시작이었을 게다. 그리고 30년이라는 긴 역사를 써오면서 위기와 갈등도 많았을 게다. 그러나 여기까지 단일노조 대오를 이어온 저력과 노력은 축하받아 마땅하고 대견해할 일이다. 더불어, 어려웠던 시절 함께 극복해 왔던 순간들을 기억하고 단일노조의 의미를 다시 새기며 앞으로의 30년을 위한 다짐과 준비가 필요한 시점이기도 하다.

돌이켜 지난 투쟁의 역사를 보면 어디 만만한 싸움이 있었겠나? 2008-9년 미디어법 저지를 위한 파업 투쟁, 2012년 김재철 퇴진을 위한 170일간의 파업 투쟁, 2017년 김장겸 퇴진을 위한 파업 투쟁, 한미FTA 저지 투쟁, 광우병 사태로 촉발된 PD수첩 탄압을 막아내기 위한 투쟁 등 그 힘든 싸움의 중심에는 단일노조의 깃발이 있었다. 공영방송 MBC를 지키기 위한 싸움을 전국 단위로, 광장의 시민들과 함께하는 싸움으로 확대하는 데는 단일노조 단일대오가 있었기에 가능했다. 생각과 처한 상황의 차이를 극복하고 우리 내부의 치열한 논쟁, 상호 존중, 믿음으로 단결을 이루어냈기에 가능했다.

이제 상황은 많이 변했다. 내외부의 여건이 녹록지 않다. 미디어 시장 재편에 따른 회사의 경영악화는 가속화될 것이다. 이는 노동환경의 변화를 요구하게 될 것이며 노동조합 투쟁의 방향과 방식의 변화를 요구할 것이다. 그러나 언론노동자, 방송노동자인 우리가 지켜야 할 가치는 과거와 달라지지 않는다. 외부 미디어환경 변화를 빌미로 단일대오를 훼손하는 여러 도전에 직면하게 될 것이다. 지역사의 경영악화와 소외가 가속화될수록 단일노조를 부정하는 목소리는 커질 것이다. 이럴 때일수록 단일노조가 더 단단해져야 한다. 단결은 서로의 희생과 굳건한 믿음을 먹고 자란다는 것을 잊지 말아야 한다. 어렵고 복잡할 때는 초심으로 돌아가 1996년 깃발을 올렸던 때 우리가 지키려고 했던 가치와 단일노조의 정신을 되새기자.

지난 30년 자랑스러운 투쟁의 역사가 가르쳐 준 대로 더 단단해진 단일대오로 또 다른 30년을 준비하자.

특별기고



이 해 승
충북지부 조합원
BIZ전략국 특임국장

1997년 9월 21일. 청주문화방송(현 MBC충북) 입사 사령장을 받자마자 선배들의 손에 이끌려 노동조합에 가입했습니다.

당시 막 출범한 단일 대오 전국문화방송노동조합이 훗날 대한민국 공영방송이 걸어갈 자랑스러운 30년 가시밭 사초가 될 줄은 꿈에도 모른 채 조합 가입 축하주만 달게 마신 기억이 생생합니다.

2010년 8기 MBC본부 조직국장으로 39일 총파업 정직, 2012년 9기 청주지부 위원장으로 170일 총파업 정직, 파업 주동 업무 방해죄로 벌금형, 요란한 훈장 덕에 지금도 9기 지부장 단 모임 이름이 '정사회'입니다.

장기 파업으로 조합 통장 잔고가 '0원'이 되던 두렵고 외롭던 시절. 일일 후원 호프에 MBC를 응원하는 시민들이 구름처럼 밀려들어 당황해 울었고, 일일 호프가 끝난 새벽 찬 바닥에서 컵라면으로 종일 굶은 속을 달래던 조합원들의 흔들리는 등짝을 보고 울었습니다. 울일이 많던 시절이었습니다.

2022년부터 4년간 서울 파견 지역MBC전략지원단장으로 일하며 노사가 머리를 맞대고 손을 맞잡는 소통과 협력이 얼마나 큰 힘을 발휘하는지 절절하게 체감했습니다.
그렇게 노동조합도 저도 30년 세월을 보냈군요.

꿈, 이상, 희망, 염원은 늘 오늘보다 높은 곳에 있으니 노동조합이 가는 길은 언제나 고단한 오르막입니다. 더 나은 세상에 도착할 때까지 우리 서로 어깨 걸고 등 두드리며 격려하기를 멈추지 맙시다.

두 가지 다짐.

12.3 내란의 밤 청주에서 심야 택시를 타고 국회로 달려갔듯 마지막까지 현장을 지키겠습니다. MBC가 어려울 때 시민들이 그랬듯 행동하는 시민으로 살아가겠습니다.

MBC 단일노조 창립 30주년을 겨레와 함께 축하합니다.