

CBS 노보

발행인 박재홍
편집인 윤지나
편집위원 김윤주, 김지수, 성시진
장성주, 유의정, 임영오

주소 서울 양천구 목동서로 159-1
CBS방송국 7층 노동조합
TEL 02-2650-7390~2 FAX 02-2650-7393
www.cbsunion.or.kr

위원장 편지

사장을 꿈꾸는 자, 비전을 제시하라

CBS는 현재 리더십 전환기다. 1년 이상 지속되고 있는 코로나 정국 속에 첫 단임제 4년 임기 사장을 선출할 중대한 시기에 놓여있다. 6년 만에 새 리더 선출을 앞둔 CBS 공동체는 지금 질문중이다. CBS는 생존을 넘어 더 도약할 수 있을까? 차기 사장은 어떤 리더여야 하는가?

방통위는 지난 2월 17일 광고결합판매제도의 변화를 기정사실화하며 전면적인 재검토를 선언했다. 현 제도의 실효성과 헌법소원 제기 등을 개선 논의 필요성으로 말하고 있지만, 근본 기저에는 10년 전 2조 천억 원대를 기록하던 지상파 광고 매출이 54.4% 감소하며 현재 9천억 원대로 광고 시장이 줄어든 현실이 반영돼 있다. 지상파방송 CBS의 공적기능 보호를 위한 기본 틀이 흔들리고 있는 것이다. 더불어 콘텐츠 생산과 방송매체 소비 구조의 근본적인 변화는 이미 새로운 시장을 만들었다. 우리가 마주한 현실은 이미 침체국면이 아니라, 위기국면이다.

CBS 71.1%, 우리는 지금 꿈꾸고 싶다

부정적인 외부 상황과 조건은 CBS 66년 역사에 늘 상수와 같았다. 중요한 것은 우리가 함께 나아가며 길을 만드는 일이다. 2월 노보에는 차기 리더십에 대한 직원들의 열망이 담겨있다. 구체적으로 응답자 71.1%가 차기 사장은 <꿈이 있는 일터를 만드는 비전을 제시하는 리더>를 원하고 있었다. 창사 70년을 바라보지만 우리는 꿈이라는 단어에 반응했고 여전히 목마르다.

지난 2월 15일 현직 임직원 중 8명이 사장 출마를 위해 사직서를 제출했다. 출마의사를 표명한 퇴직자들까지 합하면 CBS 출신만 15명 내외가 차기 사장 선거에 나올 것이다. 이 어려운 시기 막중한 책임을 맡겠다고 나서주는 선배들이 고맙다. 그러나 노조는 냉정히 후보자들에게 묻고 싶다. 560여명 CBS공동체를 이끌 후보자의 복안은 무엇인가? 단지 사장이라는 자리를 탐하는 것인가? 아니면 하나님 앞에서 모든 것을 희생할 순교의 각오까지 했는가?

문제는 리더다

국내외 정치 현실을 보라. 잘되는 기업과 망하는 기업을 보라. 연패에 빠지는 축구팀, 야구팀을 보라. 국가건 기업건 문제는 리더다. 사장 한 사람이 모든 문제를 해결하는 슈퍼맨이 되라는 것이 아니다. 사실 그럴 수도 없다. 우리에게 모든 선수들이 더 행복하게 뛸 수 도록 동기 부여를 할 수 있는 희망과 비전을 제시하는 리더가 필요하다. 사장은 물론 실본부장단위, 부장 및 팀장 단위의 모든 리더들이 조직의 세포에 생기를 불어넣을 수 있어야 한다.

소명의 공동체 우리 CBS 구성원들의 꿈은 명확하다. CBS가 한국사회의 빛으로 소금으로 짠 맛을 내는 자랑스러운 언론사이자 선교기관으로서 이 땅에 올곧은 빛을 비추는 것이다. 우리는 일터에서 내 가슴이 내 심장이 다시 뛰길 원한다. 내 노동과 직무가 세대와 직종 간에 합리적으로 분장되어 현장에서 보람과 희망을 더 발견하고 싶으며, 내 젊음을 바치고 있는 CBS가 더 자랑스러웠으면 좋겠다. 560여명 직원 한 사람 한 사람의 별들이 자신의 빛으로 드러나는 충성된 청지기들이 가득한 소명의 공동체를 꿈꾸는 것이다.

오늘 노보는 차기 사장에 대한 우리 공동체의 숙의와 고민을 담고자 했다. 이 직원들의 바람과 열망이 하나로 모아져 오는 4월 30일 하나님의 마음에 가장 합한 리더 선출로 이어지길 진실로 간절히 기도한다.

‘새로운 시대 누가, 어떻게 열 것인가?’

CBS 노동조합은 지난 노보를 통해 한용길 사장 임기 시절을 평가했다. 투자의 효율성을 떠나 투자 자체에서는 한 사장이 지난 이재천 사장 보다 전향적이었던 점, 콘텐츠 생산이나 편집에 독립성을 존중해 줬다는 점에서 긍정적이었다. 그러나 뉴미디어 환경에 대한 민감도가 떨어지고 결과적으로 콘텐츠 생산 환경을 여건에 맞게 재편하지 못했다는 점이 부정적인 면으로 꼽혔다. 특히 인사 관리 부분에서는 사실상 낙제점을 받았다.

5월 31일로 만료되는 한용길 사장 체제의 공과는 새로운 사장이 이어나가거나 풀어야 할 숙제로 남게 됐다. 이 부분에 대한 고민이 이번 노보의 메인 테마다. 객관식과 주관식 설문조사로 조합원들의 의견을 모아 정리하고, 편집위원들이 각각의 의미를 풀어냈다.

한편 회사는 이미 지난 1일 사장 출마 시 시작 등의 내용을 담은 공고문을 내고 선임 절차에 돌입했다. 벌써 10명이 넘는 직원 출신 후보가 출사표를 던진 상황에서 누가 새 사장이 될지 전 직원의 관심이 높다.

사장 선임은 이사회가 최종 결정한다. 하지만 이사회에 2,3명의 후보를 추천하는 과정에는 직원 대표가 참여하게 된다. 사장추천위원회 직원 대표는 어떤 후보와도 이해관계가 없이 공정하게 후보를 검증할 수 있는 사람이어야 할 것이다. 모두가 공감하는 인물이 사장추천위원회 직원 대표로 나설 수 있도록 함께 지혜를 모아야겠다.

사장추천위원회 구성

이사 대표 4명 (이사회 선정)



직원 대표 2명

(직원들이 선정 : 책임보직간부 1명 / 책임보직자 아닌 직원 1명)



기독교계 인사대표 1명 (이사회 선정)



직원대표 2명 선임 과정

✓ 3/22

선거관리위원회 구성, 직원대표 후보 추천 의뢰

✓ 3/29

선거관리위원회 구성 확정 및 직능단체 등 추천 의뢰 발송

✓ 4/1

직원대표 후보자(간부 4명, 평직원 4명) 확정

✓ 4/5 - 6

후보자 및 투표일정 사내 공고

✓ 4/7

직원대표 투표/개표

✓ 4/8

투표결과 공고 및 재단이사회에 결과 통보

차기 사장, 어떻게 결정되나?

1

사장 출마 시, 사직일 (2/28)

- CBS, CBS자회사 임직원은
사장 선거 2개월 전까지 임직원직 사임

2

사장 공모 (3/23 - 4/12)

3

사장추천위원회 구성

- 사장 공모 마감일까지 구성

4

사장 후보자 직원 공청회 개최(안)

- 공고 (4/21) / 공청회 (4/22)

5

사장추천위원회 최종 사장 후보 선정 (4/30)

- 사추위는 2인 또는 3인의 사장 후보를 이사회에 통보

6

재단이사회 사장 선임 확정 (4/30)

- 이사회는 사추위가 후보를 추천한 10일 이내에
재적이사 과반수 찬성으로 사장 선임

사장추천위원회 직원 대표 선출은 회사가 공식 요청하는 시점부터 시작해 약 2주간에 걸쳐 선거를 통해 진행된다. 선거관리위원회는 노동조합 대표 3인과 회사대표 3인으로 구성되며 선거관리위원장은 노사 1인씩 공동으로 구성된다.

후보 추천은 부장급 직원의 경우 실·국장이 주관하는 부장단 회의에서 4인을 추천하고, 평직원 추천은 기자협회, PD협회, 기술인협회, 경영협회 등 직능단체에서 4인을 추천한다. CBS직원으로 10년 이상 근무한 부장급 직원과 5년 이상 근무한 직원에게 피선거권이 있다.

일반적인 선거와 달리 사추위 직원대표 선거는 선거운동을 원칙적으로 금지한다. 투표관리는 중앙국의 경우 선관위가, 지역본부는 각 지역본부 노조 지부장과 총무팀장이 공동으로 한다.

차기 사장에게 바란다 : 종합

노조가 지난 노보에서 현 사장에 대한 경영평가를 실시한 것은 지난 날을 거울삼아 미래를 준비하기 위함이었다.

이번에는 차기 사장에게 대한 조합원들의 의견을 물었다.

리더십 스타일 등 차기 사장에게 요구하는 대표적 덕목을 객관식 5항목으로 물었고 진심이 담긴 문답은

'꼭 해야 할 일(To Do List)'과 '하지 말아야 할 일(Not To Do List)'로 구분했다.

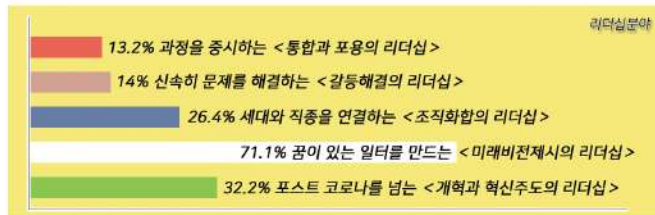
CBS 사장을 꿈꾸는 모든 이들이 이번 조사 결과를 통해 드러난 직원들의 고민을 이해하고 대안을 마련할 수 있길 바란다.

*객관식 설문조사

객관식 질문은 2개까지 복수응답이 가능하도록,

리더십/경영가치/미디어정책/조직경영/인사정책까지 5개 분야로 나눠 설계했다.

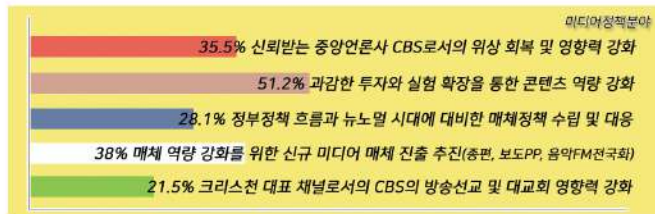
1. 현재 CBS에 가장 필요한 리더십 유형은 뭐라고 생각하십니까?



2. 최근 대내외적인 사건으로 CBS 공동체가 위기라는 말이 많이 나오고 있습니다. 차기 사장이 경영철학으로 삼고, 속히 회복해야 할 <CBS의 가치>는 무엇입니까?



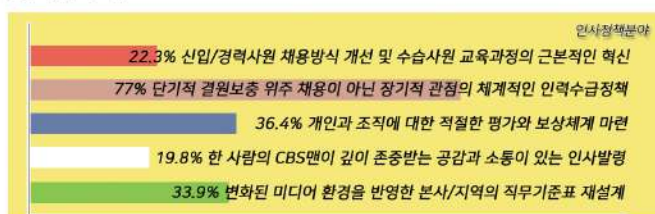
3. 100만 구독자 보유 유튜브 등장, N스크린시대의 도래 등 매체 환경이 급변하고 있습니다. 차기 사장이 <미디어정책>에서 우선순위로 삼아야 할 것은 무엇이라고 생각하십니까?



4. 이미 다가온 미디어 생산 및 소비구조의 근본적인 변화에 대응해 차기 사장이 <조직경영측면>에서 가장 먼저 고려해야 할 것은 무엇이라고 생각하십니까?



5. 한용길 사장 재임 6년간 직원들이 가장 문제로 지적한 것은 인사정책 분야였습니다. 그렇다면, <CBS인사정책> 개선을 위해 가장 시급한 것은 무엇이라고 생각하십니까?



*주관식 설문조사

답변에서 많이 등장한 단어일수록 크게 나타나도록 워드클라우드를 만들었다. 인사, 투자, 콘텐츠, 뉴미디어 등 CBS 관련 고민의 핵심 키워드가 바로 눈에 띄는 것을 알 수 있다. 객관식과 주관식 답변 모두에서 나타난 문제의식은 더 깊이 다루고자 주제를 첨대 편집위원들이 정리했다. 노보 텍스트에 반영된 주관식 답변 내용은 "큰 따옴표"로 처리해 조합원들의 의견이 가감없이 드러나도록 했다.

To Do List

차기 리더십, 제발 이거 '하'만은 꼭 해주세요!



Not to Do List

차기 리더십, 제발 이것만은 하지 말아주세요!



차기사장에게 바란다 : 리더십유형

CBS 직원증을 걸었더니 어깨가 짹 펴지네!

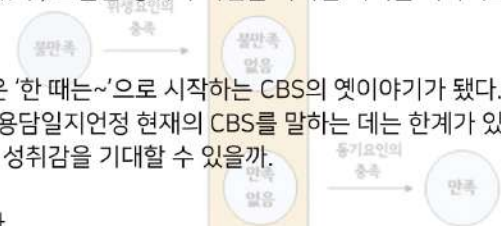
윤지나 사무국장

주관식 답변을 모으다 울컥했다. 임금인상, 승진, 업무환경 개선 같은 노동자의 1차적 요구는 열손가락 안에 꼽혔다. 이들을 압도하는 답변은 CBS 구성원으로서의 자존감, 조직의 '올바른' 지속가능성 요구들이었다. 현재 CBS에 가장 필요한 리더십 유형은 무엇이라는 질문에 71.1%가 '꿈이 있는 일터를 만드는 미래비전제시의 리더십'을 들었다. 뒤를 이은 '개혁과 혁신주도의 리더십(32.2%)'과 '조직화합의 리더십(26.4%)'과 비교했을 때도 큰 차이이다. 이런 정서를 쉬우면서도 즉자적으로 나타난 한 조합원의 답변은 이렇다.

"직원증을 걸고 다녀도 당당하고 싶습니다!"

아득한 대학 학부 시절로 돌아가 한 번쯤 스치듯 들어본 동기이론으로 얘기를 이어가 보자. 리더에게 요구되는 바와 관련해, 노조의 이번 설문조사 주관식 답변들보다 더 명징하게 동기이론을 보여주는 예가 있을까 싶다. 리더가 구성원의 동기유발을 위해 무엇을 해야 하는지를 설명한 허즈버그의 2요인 이론이다. 전국의 경영학 교수들이여, 실례를 CBS에서 찾으라!

2요인 이론에 따르면, 현실에서 만족과 불만족은 동일한 개념의 양극에 있는 게 아니다. 불만족을 줄여주는 위생요인과 만족감을 높여주는 동기요인은 따로 움직이므로, 임금 같은 기본적인 노동조건 충족은 '불만족'의 제거일 뿐이다. '만족'을 위해서는 직무의 도전성과 성취감, 성장 가능성 같은 다른 요소가 필요하다. CBS 사람들은 단순히 불만족을 제거하는 수준의, 전통적인 스타일의 리더를 원하지 않았다. (물론 급여, 승진만 병적으로 추구하는 직원들이 아예 없다고는 말하지 않겠다.) 그들은 성취와 비전을 약속할 리더를 기다리고 있었다.



돌이켜 보자. '사회적 약자' 편에서 '민주'와 '정의'를 콘텐츠의 핵심으로 삼는 것은 '한 때는~'으로 시작하는 CBS의 옛이야기가 됐다. 87년 민주화항쟁의 현장 한가운데 CBS 취재차량이 도도히 서 있는 모습은 과거의 무용담일지언정 현재의 CBS를 말하는 데는 한계가 있다. 지금 CBS는 무엇을 지향하는 어떤 언론사인가. CBS 사람들은 언론인으로서 어떤 성취감을 기대할 수 있을까.

이런 문제의식 속에 언론사로서의 가치를 재정립하자는 의견들은 다음과 같았다.

"문명이 바뀌고 있습니다. CBS 구성원에게 시대에 맞는 가치와 기준을 제시해 주시길" "회사, 뉴스 가치의 회복" "대중에게 신뢰받을 수 있는 공정성" "공정성 및 공익성을 갖춘 언론사로서의 면모 유지" "CBS만의 가치 창출"

그 비전의 성격은 '장기적'이어야 한다.

이 부분은 뒤에 따로 얘기하겠지만, 단기 회계 성과와 구분되는 책임경영 이슈와 맞물려 있는 측면이 있다.

"몇 년 뒤 퇴직할 거니 상관없다 생각지 마시고, 신입 5년차 직원들의 미래를 생각하는 정책과 비전을 부탁드립니다" "CBS가 망하지는 않겠지만, 과거와 같은 언론사로서 기능과 지위를 유지하지 못할 것이라는 자조섞인 우려를 하지 않도록, 5년, 10년, 20년 뒤 언론사로서 CBS가 생존할 수 있다는 확신을 줄 수 있는 미래상을 제시해 주십시오"

CBS의 가치를 재정립하면, 즉 어떤 비전을 제시해 구성원 전체가 여기에 감응해 일사분란하게 움직일 수 있도록 그 구체적 실행방안을 마련하라는 요구도 이어졌다. 이는 주로 국별 체제가 아닌, 전 조직을 관통하는 방식이 돼야 한다는 목소리들이 눈길을 끌었다.

"비전을 제시해주세요. 공동으로 추구하는 목표가 없는 느낌. 각 부서가 따를 수 있는 장기적 비전을 제시하고 각 부서 역시 그 비전에 걸맞은 구체적인 목표를 세우도록 권장 바람. 너무 소수의 몇 명 역량에 기대는 것 같아 안타깝다. 그마저도 제각각이란 느낌. 각자의 역할을 충실히 해도 함께 방송을 만들어 나간다는, 구체적인 공동의 목표가 절실한 때"

"전사적인 미래비전 제시와 목표설정이 있을 때, 계획수립도 가능하고 전사적으로 함께 달려갈 수 있는 지향이 생길 듯 합니다. 지금은 그런 헤드쿼터의 지도력이 안보여요. 기초실, 머리가 되어 주시고 보도제작파트 수장분들, 비전 제시와 격려, 결과에 대한 평가와 정신적/물질적인 인센티브 제시 부탁드립니다"

공정성과 공익성을 제대로 정립한 조직에서, 구체적인 비전을 제시한 리더의 효율적 조직 운영에 합을 맞추며, 개개인은 능력을 발전시켜 선순환을 이루고자 하는 욕구들도 있다. 개인들의 고민을 사내역량으로 조직하자는 의견도 눈길을 끈다. 인적자원이 자원의 전부라고 해도 과언이 아닌 CBS에서, 개인 역량을 높이는 재교육 프로그램은 전무한 상황이기도 하다.

"직원재교육은 반드시"

"새로운 콘텐츠를 시도하고 고민을 나누고, 이를 회식자리 수다거리가 아닌 사내 역량으로 축적할 수 있도록 뒷받침할 네트워크 및 시공간적 지원체계를 수립해 주세요"

결국 새로운 리더가 직무를 재구성하는 과정에서 필요한 건 조직원들이 성취감, 인정, 책임감, 발전을 체험할 수 있는 여건이다. 이는 언론사로서 지향하고 정체성을 형성할 CBS만의 가치, 공공성을 강화하라는 주문일 것이다. 이런 '올바르고 멋진' 조직에서 "내가 중요한 일을 하고 있다"는 개인의 성취감까지를 직조하는 일, 그 것이 바로 새로운 사장에게 기대되는 일이다. 월급 따박따박 줬으니 CBS 최고경영자로서 할 일은 다 했다고 말하기엔, CBS사람들의 이상이 이미 고차원적이다. 이들은 회사원이기 전에 언론사 구성원이다.

차기사장에게 바란다 : 미디어 정책 및 가치

믿을 수 있는, 잘하는 언론사가 되자

**‘중앙언론사의 신뢰성’ ‘과감한 투자와 실험 확장을 통한 콘텐츠 역량강화’
‘장기적 관점의 체계적인 인력수급 정책’ 등에 높은 객관식 답변률이 시사하는 점**

‘사이버 렉카충’, 기레기는 이미 유행이 지났다. 언론을 쓰레기에 비유하기도 아깝다는 이유에서다. 대신 사이버 렉카충이라고 한다. 사실 견인차가 구호와 추가 사고 방지 등 공익적 목적 없이 개인의 돈벌이만을 위해 사고현장에 출동하고, 사고차를 견인하기 위해 경쟁적으로 무법운전을 일삼는다는 비판적 인식에 더해 상대를 낮잡아 부르는 ‘蟲’이라는 접미사까지 붙었다. 어떤 사건이 발생하면 팩트 취재보다 맹목적인 뉴스화를 위해 달려드는 언론을 일컫는다.

이런 세태를 반영하듯 가장 많은 우리 구성원이 속히 회복해야 할 CBS의 가치라고 응답한 것이 ‘언론사로서의 신뢰성(57%)’이다. 동시에 차기 사장이 최우선 해야 할 미디어정책 역시 ‘신뢰받는 중앙언론사 CBS로서의 위상회복 및 영향력 강화(35.5%)’가 두 번째로 꼽혔다.

신뢰란 벽돌과 같아서 순식간에 모래성처럼 쌓을 수 없다. 해외축구 매니아들 사이에서는 ‘BBC설’이라는 말이 있다. 영국 언론 BBC와 오피셜의 합성어다. BBC가 쓴 이적시장 기사는 100% 신뢰할 수 있다는 의미다. 온갖 설(說)이 난무하는 언론 기사에서 BBC가 이토록 신뢰받는 이유는 무엇일까? 바로 ‘철학’에 있다. 속도와 정확성이라는 핵심 가치 가운데, 정확성이 다소 떨어지더라도 속도에 무게를 둘 것인지 아니면 남들보다 느리더라도 정확하고 깊이 있는 기사를 쓸 것인지 언론사로서 ‘보도철학’이 정립돼야 한다는 것이다.

우리의 신뢰성을 담보해 줄 보도철학은 무엇인가?

신뢰란 또 유리 같기도 해서, 한 번 깨지면 원상복구가 불가능하다는 생각으로 접근해야 한다. 그 첫걸음은 ‘투명성’이다. 최근 입양아 동 학대살인 사건을 둘러싼 회사의 기사생산 논란 등이 대표적이다. 회사는 당시 나름의 판단과 기준을 갖고 관련 사건에 대응했지만, 결과적으로는 내외부의 신뢰를 잃는 일부 결정을 했다. 선제적이고 기민한 대응이 있었다면 언론사로서 신뢰를 높일 수 있는 기회기도 했는데, 이를 잃은 셈이었다. “**사소한 차이가 회사의 운명을 가른다**”는 내부의 목소리에 귀를 기울여야 한다. 또한 요즘 같은 세상에서 투명성은, 추구해야 할 가치이기에 앞서 우리를 둘러싼 환경의 기본 조건이라는 것을 명심해야 한다.

언론사로서의 신뢰성과 위상회복 강화를 주문하는 연장선상에서, 조합원들은 차기 사장이 최우선해야 할 미디어정책으로 ‘**과감한 투자와 실험 확장을 통한 콘텐츠 역량강화(51.2%)**’를 가장 많이 꼽았다. 신뢰성과 위상회복 등이 CBS의 최종목적이려면, 콘텐츠 역량 강화는 목적지로 가기 위한 합리적 수단쯤이 될 것이다. ‘정부정책 흐름과 뉴노멀 시대에 대비한 매체정책 수립 및 대응(28.1%)’이 역량강화 주문의 뒤를 이은 것도 단단한 신뢰성 위에서 환경 변화에 기민한 CBS를 만들어 달라는 요구일 것이다.

차기 사장은 물론 각 영역에서 리더 역할을 할 인물들에게 ‘콘텐츠 역량’은 생존이 걸렸다고 말해도 과언이 아닐 정도로 필수적 덕목이다. 우리 구성원들이 한용길 사장 체제 내내 CBS 인사정책을 비판한 이유 중 하나도 여기에 있다. 어느 단위에서 ‘콘텐츠에 역량 있는 리더’가 위치해 있었는지 되짚어 보면, 답답해질 뿐이다. 인사정책 개선을 위해 ‘장기적인 관점의 체계적인 인력수급 정책(63.6%)’이 필요하다고 답변한 비율이 높은 것도 같은 맥락이다. 능력 중심으로 조직을 개편하고 인사를 하지 못하니 ‘라인 인사’, ‘보은 인사’라는 비판이 이어졌다. 오죽하면 이럴 바에 “**그냥 가만히 숨만 쉬어 달라**”는 요구까지 나올까.

비전 제시는 커녕 옛적 사고와 태도로 과거에 머물면서 권위적이기까지 한 상급자가 보임되는 걸 보면서, 꿈과 의지는 포기하고 체념으로 바뀌는 일이 없어야 한다. “**몇 년만 참으라며 젊은 인력들을 갈아 넣고 있는데, 그 몇 년 뒤에 이 회사에 남아 있는 게 좋은 선택인지 의심된다**” 이런 하소연 대신 힘들어도 확실한 목표와 효율적인 업무, 능력을 바탕으로 인정받는 분위기 때문에 일할 만하다는 감상은 언제쯤 가능할까.





차기사장에게 바란다 : 선교 부문

상처받은 크리스천 대표채널의 공공성, 치료해줄 리더 필요

코로나시대를 통과하면서 개신교의 신뢰도는 땅에 떨어졌다. 세상의 빛과 소금이 되어야 할 교회가 공공의 적이 되었다. 한국 교회, 개신교의 위기라고 할 만하다. 하지만 갑자기 닥쳐온 위기는 아닌 듯하다. 애써 감추어왔던 민낯이 드러났다고 보며 자성을 촉구하는 목소리가 높다. 성장제일주의, 기복신앙, 개교회주의, 수직적 계급 문화 등 교회개혁을 부르짖게 만들었던 현상들이 개혁되지 못하고 코로나라는 위기상황에 산발적으로 터져버렸다고 보는 것이다. 일부의 일탈로 치부하기엔 문제를 알고도 모른척한 시간이 너무 길다.

한국교회와 분리해 생각할 수 없는 CBS, 우리 회사 또한 내부의 여러가지 사건들로 신뢰도에 타격을 입었다. 최근 있었던 불행한 사건만 해도, CBS를 지탱하는 큰 축 중 하나인 크리스천 채널로서의 공공성을 위태롭게 만들었다.

이런 상황에서 CBS 직원들을 대상으로 노조가 실시한 차기 리더십 관련 설문조사 결과는 흥미롭다. 차기 사장이 경영철학으로 삼고 속히 회복해야 할 'CBS의 가치'로 '중앙언론사로서의 신뢰성(57%)'에 이어 '크리스천 채널로서의 공공성(33.1%)'이 높은 선택을 받았다. 이는 CBS가 언론기관인 동시에 선교기관이라는 정체성을 동시에 갖고 있음을 보여주는 방증이다. 크리스천 채널로서의 공공성이 그만큼 많은 상처입었고, 따라서 반드시 회복해야 한다는 의미기도 하다.

CBS가 지난 60여 년 동안 권력에 타협하지 않고 정도 언론의 길을 걸어올 수 있었던 것은 크리스천의 가치 위에 세워진 언론사이기 때문이다. 흔들림 없이 전하는 진실과 정의, 어두움을 밝히는 빛, 소외된 사람을 끌어안는 사랑. 너무도 당연해서 평소엔 잘 생각조차 하지 않지만, 이 가치들이 위협받는 지금 새삼 깨닫게 된다. 정도 언론이라는 자긍심, 아름다운 기독교 정신을 바탕으로 세워졌다는 단단함이 사라진 CBS는 바로 서 있을 수 없다.

바른 리더십이 절실한 시점이다. 감추고 숨기고 피해서는 미래가 없다. '대(對)교회 영향력 강화'라는 포장으로 대형교회권력의 눈치를 보진 않았는지. 단기적 목표 때문에 언론의 신뢰성을 훼손하진 않았는지 끊임없이 점검해야 한다. 현실을 바로 보고 비전을 제시할 수 있어야 한다. 우리는 어떻게든 겨우겨우 유지되는 회사가 아닌 '신뢰받는 언론사', '사랑받는 콘텐츠회사', '사랑을 실천하는 선교기관' CBS에서 일하고 싶다.

"자본권력이나 대형교회에 빌붙을 바에야 방송업을 접고 다른 업종으로 전환하는 게 낫습니다. 뭐하게 구차하게 굴면서 언론으로서의 사명과 선교기관으로서의 역할을 다 해내려고 애쓰십니까. 목숨과도 같은 권력 감시와 선교 확장은 무엇과도 바꿀 수 없는 회사의 정체성과 같은 생명줄입니다"

차기사장에게 바란다 :

지역의 이슈를 말한다

방송통신위원회가 방송광고 결합판매제도를 전면 개편할 것을 공식화하면서 CBS 경영 전반의 불확실성이 가중되는 상황이다. 그에 따른 대안으로 지역중소방송에 관한 지원 방안을 논의하겠다고 밝혔지만, 공격 자금을 통한 지원이 언제까지 유효할지 장담할 수 없을뿐더러, 종교방송, 그중에서도 지역본부는 현재 논의 구조에서 소외될 수밖에 없는 가장 취약한 위치에 있다. CBS 안팎의 현실을 볼 때, 이제 지역본부에 대한 전사적이고 허심탄회한 대화를 더 이상 미룰 수 없는 상황이 됐다. 차기 사장이 고민해야 할 지역 이슈와 관련해 소민정 지역국협의회장이 지부의 목소리들을 모아 정리했다. 누군가는 이상론에 가깝다고 말하겠지만, 이상과 현실의 차이는 의지에 달렸다. '궁즉변(窮卽變) 변즉통(變卽通) 통즉구(通卽久)'라는 말을 함께 나누고 싶다.

현재 CBS 지역본부 운영 체제에 관한 문제의식은 반드시 있어야 합니다. 더불어 차기사장은 문제 상황을 해결할 핵심 경영 전략도 고민해 주세요!

지역본부 현안은 '노-사'가 아닌 '노조'라는 창구에서만 다뤄지고 있습니다. 상시적, 공식적으로 지역 정책을 다룰 전담 부서 신설이 필요합니다.

포항CBS의 직영국 전환은 지속적으로 추진해 주세요!

CBS 전체 인력 수급뿐 아니라, 본부 지역국 간 업무 추진 및 소통, 인적 해신을 위한 순환근무제 등 관련 방안을 모색해 주세요!

뉴미디어 콘텐츠 제작과 유통과 관련해 현재 지역에서는 직원 개개인의 자발적 의지와 자비량으로 버티고 있습니다. 지역의 뉴미디어 콘텐츠 지원 방안을 마련해 주세요!

지역본부장(현 대표)의 경영 능력 검증 등을 위해, 직원 차원의 인사 평정 등 다면적인 인사 검증 시스템 도입이 필요합니다.

지역 현장의 이해도 제고와 실질적 대안 마련을 위해 CBS 요직 인사의 자격 기준에 지역본부 근무 경력이 반영돼야 합니다.

차기사장에게 바란다 : 콘텐츠 부문

오래된 성공의 기억, 이젠 변화의 용기가 필요하다

CBS 음악FM은 2006년 40-50대 청취층을 타깃으로 'Less Talk More Music'이라는 기조로 채널의 색을 통일하면서 인기를 끌기 시작했다. 시간이 흘러 10여 년 전 CBS의 타깃이었던 청취자들은 이제 60대 혹은 70대가 되었다. 다시 40-50대로 타깃을 잡아야 할지, 7080음악을 즐겨들던, 더 이상 40-50대가 아닌 60-70대를 타깃으로 잡아야 할지 이제는 선택해야 한다. 한국리서치에서 조사한 라디오 청취율추이를 보면 CBS 음악FM의 청취율은 2017-2018년에 16%로 정점을 찍고 이후 2020년 3분기까지 지속적인 하락세를 보이며 11%까지 떨어졌다가 2020년 4R에 12.7%, 2021년 1R 13.0%로 소폭 상승추세를 기록했다. 연령대별 청취자 프로파일을 보면 음악FM과 표준FM 모두 40-50대가 다른 연령대를 합친 것보다 많다. 2000년초 40-50대에게 성공한 전략이 2021년 40-50대에게 여전히 유효한지 우리는 질문해야 하는 것이다.

선곡에 변화를 줘야 한다는 의견은 꾸준히 진작부터 제기돼 왔지만 변화는 없었고 CBS의 음악은 늙어가고 있다. 늙는 게 나쁜가? 좋거나 나쁘다의 문제는 아니다. 귀에 익숙하거나 낯설거나의 문제이고 누가 듣고 있는지를 고려하면 변화가 필요하다는 것에 이의를 제기할 사람은 없다. 실제로 지난 개편을 앞두고 모인 개편소위에서도 40대 위주로 멤버를 꾸려 젊은 청취층이 라디오를 듣게 할 방법을 고민하기도 했다. 큰 성과는 없었다. 고민은 많고 제안도 많지만 크게 달라지지 않는 지금의 CBS 콘텐츠에 대해서 내부의 불만이 커지고 있다. 지금 30-40대 젊은 조합원 중에서는 기존에 있는 CBS의 음악프로그램 중에서 말고 싶은 프로그램이 없다고 얘기하는 경우도 있다. 입사해서 처음 들어본 음악을 트는 프로그램에 가서 할 수 있는 일이 있겠냐는 자조 섞인 얘기를 들으면 마음이 무거워지기도 한다.

비단 어떤 음악이냐의 문제는 아니다. CBS의 라디오 프로그램들은 지금 <뉴스쇼>와 <뉴스업> <굿모닝뉴스> <주말엔> 등의 시사프로그램, 그 외의 수많은 음악프로그램, 그리고 선교프로그램으로 나뉜다. 음악프로에 개입의 여지가 많지 않아 자의반 타의반으로 다른 콘텐츠를 만들고 싶어도 선택할 수 있는 옵션이 많지 않다. 설문문의 주관식 답변을 보면 **“콘텐츠의 다양화 및 투자”**를 얘기한 조합원도 있고, **“지나친 가요는 제발 그만하자. 스토리가 있는 라디오 채널을 원한다”**는 조합원, **“새로운 콘텐츠를 시도하고 고민을 나누고 뒷받침할 수 있는 지원을 받고 싶다”**는 조합원등 새로운 음악이 아닌 새로운 콘텐츠에 대한 욕망도 많이 보인다. **“젊은 세대를 중심으로 새로운 콘텐츠를 위한 욕구와 역량이 모이고 있습니다. 제발 제대로 활용할 수 있게 힘써 주세요.”** ‘제발’에 들어있는 절실함이 보이시는가? **“3년 장기프로젝트를 멀티로 가져가며 실패와 성공을 반복하며 생기 있는 회사문화를 만듭시다. 편성부를 없애고 콘텐츠부로 바꿉시다!”** 이런 장기적인 정책수립과 실행에 대한 요구도 귀 기울일 만 하다.

표준FM까지 일부 시사프로그램을 제외하고 모두 음악프로그램으로 통일해 다양성을 없앤 건 제한된 인력과 제작비 때문이었다. (그렇지, 우리는 돈이 없지.) 변화에 대한 욕망을 인정하지만 쉽게 바꿀 수 없는 이유도 대자면 끊임없이 댈 수 있다. (그렇지, 과거의 영화를 쉽게 버릴 순 없지.) 게다가 지금은 뉴미디어에 대한 과제까지 안은 채로 기존의 라디오 콘텐츠에도 변화를 줘야 하는 꽤나 어려운 시기이다. (그렇지, 지금은 뉴미디어 격변기지) 누구도 칼 같은 답을 낼 수 없는 혼란의 시기, 무언도 정답이 될 수 없는 격변의 시기. 그래서일까, 우리는 오히려 변하지 못하고 있다.

CBS 조합원들은 **“비난의 화살을 두려워해 해결해야 할 사안을 미루기 보다는 결단을 내릴 수 있는”**
“일시적인 성과창출보다는 장기적으로 CBS만이 갖출 수 있는 경쟁력을 발굴, 개발하는 추진력을 갖춘”
리더십을 원한다.

차기사장에게 바란다 : 주관식 종합

책임지는 사장을 보고 싶다

주관식 답변에서 가장 많이 등장하는 단어는 3면의 워드클라우드에서 보듯이 인사와 투자, 콘텐츠 등이다. 답변들을 책임 경영과 적재적소 인사, 체질개선, 세대갈등에 해당하는 카테고리로 나눠 답변을 정리했다. 소중한 의견들이기에 날 것 그대로를 노보에 실는다. 이게 여론이다.

✓ To do list

책임경영

- ✓ 한 가지에 쫓기지 말아주세요 ^^
- ✓ 사업 및 정책에 책임감과 투명성을 강화하며, 본부장급에 그에 맞는 역량을 갖춘 사람을 배치하며(정치 라인 초월), 퇴직금 걸고 일해라(사업 실패 구상권 청구)
- ✓ 생존을 위한 신규 사업 수익 추진. 지금처럼 기존 수익 나눠먹기식 사업(시네마, JOY4U 등) 제외
- ✓ 후배들이 먹고 살 수 있는 먹거리 개발을 부탁드립니다. 송신소 하나로는 코바코도 빠지는 상황에서 후배들의 지속성장 가능한 먹거리가 없습니다.
- ✓ 회사 주요 이슈에 대해 구성원들과 원활하고 주기적인 소통이 필요
- ✓ 뉴미디어 실험 관련 단순한 '과제 제시'가 아닌, '구체적인 로드맵 제시'가 시급합니다. 예를 들어 '뉴미디어 콘텐츠를 실험하자'는 식의 단순한 과제 제시는 그저 빈 구호일 뿐입니다. 그래서 제작비는 어떻게 현실화할지, 그 실험에 참여한 인력의 업무는 어떻게 조정할 것인지, 관련 업무에 경험이 있는 관리자급 외부인력 수급은 가능한지, 신입공채와는 어떻게 연계시킬지, 타사와 비교하여 경쟁력 있는 콘텐츠 제작을 위한 차별적 전략은 무엇인지, 구체화된 로드맵을 만들기 위한 노력이 필요합니다. 모르면 학습하고 부족한 건 채워야 합니다. 그러나 뉴미디어 뿐 아니라 매 사안에 비슷한 문제들이 반복되는 듯하여 지켜보면 막막합니다. 젊은 세대를 중심으로 새로운 콘텐츠를 위한 욕구와 역량이 모여지고 있습니다. 제발 제대로 활용할 수 있게 힘써주세요.
- ✓ 주인 없는 회사는 책임지는 사람이 없다. 이런 말이 되풀이 되지 않도록 '책임경영'을 해 달라!
- ✓ 좋은 사람이 아닌 좋은 리더. 비난의 화살을 두려워해 해결해야 할 사안을 미루기 보다는 결단을 내릴 수 있는 인물이 필요합니다.

세대갈등

- ✓ 회사가 발전하고 나아질 거라는 믿음을 가질 수 있도록 구체적인 비전과 근거를 제시해주세요. 역피라미드 인력구조 상황에서 몇 년만 참으라는 식으로 젊은 인력들 갈아 넣고 있는데 시니어들이야 퇴사하시면 끝이지만 그 몇 년 뒤에 과연 이 회사에 남아있는 게 좋은 선택인지 의심이 되네요.
- ✓ 후배들은 죽어 나가는데 아무 것도 안하는 분들에 대한 대책이 없다면 시니어-주니어 간 갈등의 골은 계속 깊어질 것.
- ✓ 이 회사 나 퇴직하기도 전에 망하는 거 아냐? 라는 불안을 증식시켜주는 가능성을 보여주세요
- ✓ 노령화로 인한 성장동력 상실. 시니어 인력의 효과적인 배치 및 업무 재분배. 비정규직 고용으로 단기 인력 충원이 아닌 장기적이고 안정적인 인력충원
- ✓ 모두가 일하는 CBS
- ✓ 놀고 먹는 사람들은 이제 그만... 한정된 (인적) 자원의 가장 효율적인 운용

적재적소 인사

- ✓ 본인 의사결정의 원활화를 위한 인사보다는 연속성과 전문성을 배려한 인사가 필요
- ✓ 주요 임원들의 인사 정책에서 직무에 맞는 올바른 사람을 앉히길 바랍니다. 정책의 이해도와 능력에 기반하여 인사 정책을 하시길 바랍니다. 그리고 전문경영인 영입을 추천합니다. 사장도 본부장도 모두 경영을 잘 모르는 사람인데 어느 한 자리라도 효율적으로 회사의 방향과 정책을 이끌 사람이 있었으면 합니다.
- ✓ 인사가 만사입니다. 코드인사, 보은인사 등을 멀리하시고 업무에 적합한 사람을 등용하여 쓰세요.
- ✓ 원칙이 있는 인사
- ✓ 장기적인 관점의 계획 수립 및 전문성을 고려한 인사배치
- ✓ 업무와 조직을 생각한 현업자들이 공감하는 인사
- ✓ 시니어 인력에 대한 장기적이고 효율적인 인사정책 제시해주세요.

차기사장에게 바란다 : 주관식 종합

책임지는 사장을 보고 싶다

체질개선

To do List

- ✓ 감성이 아닌 합리적 리더십
- ✓ 급변하는 미디어 환경에 파격적이고 공격적인 대응. 기존의 레거시한 조직 체계 및 구성으로 인해 유동적이고 적시적절한 대응이 안되고, 이해 관계가 상충되는 다양한 부서가 모임에 따라 추진력이 떨어짐
- ✓ 혁신적이고 사회적 담론장을 확대하는 콘텐츠들에 대한 투자. 디지털, 뉴미디어 전환에 대한 뚜렷한 비전 제시 및 이행을 위한 과감한 결단
- ✓ 교회 헌금에 기대서 CBS가 망하지는 않겠지만 과거와 같은 언론사로서 기능과 지위 유지하지 못할 것이라는 자조 섞인 우려를 하지 않도록, 5년, 10년, 20년 뒤 언론사로서 CBS가 생존할 수 있다는 확신을 줄 수 있는 미래상을 제시해주십시오. 열심히 일하면 충분한 보상까지는 아니라도 제 때 실 수 있고 재충전할 수 있는 환경을 만들어 주십시오.
- ✓ 단순 선교방송이 아닌 중앙 언론사로서 뉴스 시사프로그램 강화
- ✓ 인력, 교육, 장비 등 투자가 없으면 발전도 없습니다
- ✓ 국부서별 장벽 없애기. 다 따로 논다. 이럴 거면 그냥 국별로 다른 회사 차렸음 좋겠다.
- ✓ 우수 직원에 대한 공정한 보상 못지않게 잘못을 저지른 직원에 대한 공정한 징계도 필요하다 생각합니다. 부드러운 사내문화와 사내분위기를 악용하여 좋은 게 좋은 거다..하며 그냥 넘어가는 일들이 적어졌으면 합니다. 예를 들어, 방송사고나 반복되는 레인보우 오류.. 무리한 징계도 불필요하겠지만, 아무 일도 없었다는 듯 그냥 넘어가는 경우들도 분명히 잘못된 것이니까요.
- ✓ 3년 장기 프로젝트를 멀티로 가져가며 실패와 성공을 반복하며 생기 있는 회사 문화를 만들었으면 좋겠다. 지금은 과거에 해오던 관습에서 크게 벗어나지 않습니다. 지금 시대에 편성이 중요한가요? 예를 들면 편성부를 없애고 콘텐츠부로 바꾸면 어떨까요.
- ✓ 투명한 정보 공유와 전문성..제발 전문성..
- ✓ 직관적이고 합리적인 업무처리 시스템과 협업프로세스 강화 / 타 선진업무시스템과 전문가에 대한 자문 혹은 영입

Not to do list

책임경영

적재적소 인사

체질개선

- ✓ 사장 개인의 꿈 실현...
- ✓ 어차피 회사가 망해도 아무도 책임 안 지잖아요. 책임 있는 리더십을 보여주고 싶으면 퇴직금이나 반납했으면.. 회사가 미래를 향해 가는게 아니라 매일매일 과거로 가고 있는 게 눈에 보이는데 뭘 잘했다고 몇 억씩 퇴직금 받아 가시는지.. 맨날 회사 적자라면서..
- ✓ 무리한 사옥개발 / 보복인사
- ✓ 어쩔 수 없어 라는 식의 답변. 혁신 못하면 조만간 회사 망한다는 생각을 가지시면 좋겠습니다. 더불어 모자란 재원이란면, 고위 간부들의 살신성인 정신을 통해서라도 재원 구축해주세요. 타이타닉에 1등급과 3등급에 탄 사람들처럼 위기 의식이 너무 다른데, 이러다 다같이 빠져 죽기는 매한가지입니다.
- ✓ 시장 상황에 대한 이해와 해당 분야에 대한 전문성, 관련 투자 없이 의욕만 앞세워 명목 상의 실적만 세우는 사업 추진. 새로운 콘텐츠를 시도해도 소비자 반응에 관계없이 회사 내 사정을 이유로 손쉽게 중단하고, 관련 인력의 노하우를 성과로 축적하지도 못하는 근시안적인 사업 마무리.
- ✓ 직원들의 needs 및 의견을 우회해서 듣지 말고, 서울이든 지역이든 직접 경청하세요.
- ✓ 콘텐츠 발전·조직의 미래와 전혀 관련 없는 곳에 예산 사용하는 것
- ✓ 신규 사업 도전 실패에 대한 책임 회피. 회사의 경영 현상유지 위한 프로그램 투자
- ✓ 영화산업 / 지원 및 진단 없이 이뤄지는 지역본부 경영실적 평가
- ✓ 부적격 인사를 중용하지는 말아주세요. 임기 끝나고도 존경 받는 선배/ceo가 되어 주세요. 안빈낙도라도 할 수 있게 CBS의 자긍심을 높여주세요
- ✓ 불통, 무책임, 일관성 없는 인사정책, 사업타당성 검토 없는 사업 착수
- ✓ 리더는 책임을 질 수 밖에 없는 자리입니다. 어떠한 일이 발생하였을 때 책임회피나 전가는 절대 하지 말아주시기 바랍니다.
- ✓ 무능력한 자기 사람 챙기기
- ✓ 무능한 직원들을 요직에 앉히지 말길
- ✓ 해당영역 비전문가 보직배치
- ✓ 본부장 실국장 줄 세우기, 각 실국 이기주의의 조장은 이제 그만!
- ✓ 지역국 줄 세우기
- ✓ 줄 세우기. 현행유지. 안주. 탈피해주세요.
- ✓ 특정 부서 또는 조직에 치우친 인사 또는 조직 운영 등
- ✓ 자기사람 세우기와 줄 세우기 안 했으면 좋겠습니다
- ✓ 논공행상식, 개인 간의 친분, 카더라 통신에 의존하는 인사
- ✓ 라인 타파, 잦은 인사질, 버티기 사업 근절(송신소)
- ✓ 돌려쓰는 인사, 어이없는 인사, 한심한 인사
- ✓ 회전문 인사
- ✓ 콘텐츠 발전, 조직의 미래와 전혀 관련 없는 곳에 예산 사용하는 것. 모두가 공감할 수 없는 인사.
- ✓ 개개인의 커리어 개발 루트를 막는 무자비한 인사
- ✓ 제발 원칙 없는 인사 하지 말아주세요. 일의 추진 과정을 투명하게 공유해주세요. 리더들이 앞장서되 젊은 직원들의 아이디어를 존중해주세요. 후세대를 생각한다면 '라떼'만 강조하지 말아주세요. 사람을 아껴주세요. 돈 많이 받기를 원했으면 CBS 안 다녔을 겁니다. 능력 있는 인재들이 이곳에 발붙일 수 있는 이유, cbs적인 가치를 지켜주시고 자긍심의 근거를 만들어주세요.
- ✓ 보상인사...조직을 망치고 있어요.
- ✓ 친분 위주의 인사정책
- ✓ 보여주기식, 걸만 번지르르한, 일단 질러 보는 사업은 제발 멈춰주세요.
- ✓ 회사에 논란이 되는 이슈가 터졌을 때 제발 선제적으로 공격적으로 대처해주세요.
- ✓ 콘텐츠 실험을 위해 만들어진 조직들은 수익이 안 난다고 옥죄거나 압박할 게 아니라 콘텐츠 실험을 위한 허브로서 기능할 수 있게 좀 내버려주세요. 동시에 보도국, 편성국, 티비본부 인력들이 해당 조직을 경험할 수 있게 순환/파견도 활성화되면 좋겠네요. (과거 디미센이나 심충취재팀 등..)
- ✓ 지나친 가요는 이제 그만. 스토리가 있는 라디오 채널
- ✓ 추진하는 사업의 철저한 계획과 그 마무리가 흐지부지 되지 않기를 바랍니다
- ✓ 불필요한 사업까지 알게 유지하는 관성적 투자

능곡송신소 개발 특보

사업타당성, 그린벨트 해제 이후 계획이 없는 '이상한' 개발

능곡송신소 개발사업에 대한 회사의 설명회가 지난 1월 27일 G스튜디오에서 열렸다. 앞서 노동조합이 '능곡 송신소 개발 재입안! 회사의 설명을 요구한다'는 제목의 성명서를 게시한 데 따른 답변 성격이다. 코로나19 방역지침 등을 고려해 김준옥 고양송신소개발TF팀장이 설명하고 노동조합 집행부와 각 직능단체 대표들이 질문을 하는 형태로 2시간가량 진행됐다.

일단 2015년 6월 특임국 설치로 시작된 능곡송신소 개발사업은 2021년 2월 현재까지 '진행 중'이다. 경기도청 심의위원회에서 CBS개발안이 부결된 건 2018년이다. 2년이 지난 지난 1월, 일종의 '재도전 수정안'이 경기도청에 제출된 상태다.

노조는 "그린벨트를 풀고 싶으면 CBS가 더 내라(기부채납 규모를 늘리라)"는 경기도청의 요구를 회사가 수정안에 반영하는 과정에서 사업성이 어떻게 달라졌는지, 2018년 1차 도전 당시 파악한 부동산 개발 환경과 현재가 얼마나 다른지 등을 따져보고자 했다.

설명회에서 사측으로부터 공식 파악한 바에 따르면

- 1)회사는 재도전에서 사업타당성 조사는 하지 않았다.
- 2)회사는 해당 부지의 그린벨트를 해제한 이후 계획은 없다. 관련 문답은 다음과 같다.

Q: 사업타당성 조사가 된 것이 있으며, 사측이전으로 인한 수익은 어느 정도 규모인가

A: 2015년에 능곡송신소부지 개발을 목적으로 특임국이 생겼고 16년도 미래전략실로 개편되어 다양한 사업안을 모색했으며, 안진 회계법인에 의뢰하여 능곡송신소개발 사업타당성을 조사하여 이를 근거로 진행해왔다.

Q: 6년전 사업타당성 조사 이후 시간이 많이 흘렀는데,

최근 시장상황에 맞는 구체적인 근거를 가지고 타당성조사가 진행된 것이 있나

A: 공무원들과 같이 사업한 사람이 하는 이야기인데 CBS가 그린벨트 해제되면 땅 값 오르고 아파트 값도 오르고, 시세와 흐름을 보면 사업성이 있다고 판단하는 것이다. 6년 전에 사업성 평가할 때 평당 410만원으로 계산했는데 지금은 최소 500만원 이상이지 않겠나. 노조 지적처럼 구체적 데이터가 없기는 하다.

6년 전 계획은 CBS가 필요한 모든 비용(2500억 예상)은 그린벨트가 해제부지에 개발할 임대주택 수익 등에서 해소하게끔 했었는데, 지금 조건 봤을 때 분양가, 임대료, 땅값이 다 올라서 사업성이 좋아졌다. 다른 조건은 바뀐 게 없으니 사업성을 더 안 따져본 것이다.

재입안 과정에서 시장타당성 조사를 6년 전처럼 다시 하는 것은 비용이 많이 소요되기 때문에 일단 그린벨트가 해제된 뒤에 재조사 해도 늦지 않다. 그때 직원들의 동의를 얻어서 이전과 개발 계획 등을 세우는 것이다.

Q: 그린벨트를 해제시킨 후 CBS가 약속대로 개발을 하지 않으면, 해제는 취소되는 것이 아니냐.

어떻게 해제 전후 정책계획이 이토록 유기적이지 않을 수 있는가?

A: 그린벨트 해제가 된다면 실제로 사업타당성을 다시 말기고 사업계획안을 만들면 된다. 그래서 그때 사업성이 없다고 판단이 들면 사업진행 안하면 된다. 4년 이상 사업 시행이 안되면 다시 그린벨트로 환원 된다. 김준옥 특임국장의 역할은 그린벨트 해제까지만.

Q: 그린벨트 해제가 결정되면 사업성을 면밀히 조사하고, 전 직원들의 의견을 검토해 개발 여부를 결정한다는 게 사측의 일관된 입장이라고 보면 되는가?

A: 그렇다. 기간을 최대한 단축하고자 했다. 그린벨트 해제 이후 회사의 계획이 수립된다. 개발 여부, 부대시설 목동에 남길지 등.

Q: 이미 한번 거절된 안이다. 그린벨트 해제부터 어렵지 않나. 경기도청이 이번에는 어떤 결정을 내릴 거라고 보나.

A: 50대 50이라고 본다.

다시 정리해 보면, 회사는 타당성 분석과 시장조사를 '흐름상 좋다'는 판단에 맡겼다. 타당성·사업성 분석은 지속적으로 수치화해서 관리하여야 하는 이슈라는 것은 재차 강조할 필요도 없이 당연한 것이지만 진행되지 않았다.

경기도청에 수정안이 접수된 현 상황에서, 관련 사업은 그린벨트가 해제될지 말지를 경기도청이 결론내릴 때까지 이어질 수밖에 없어 보인다. 개발과 관련한 구체적 과정은 그린벨트 해제 이후로 모두 미뤄둔 채로 말이다. 회사는 그린벨트 해제만 결정 된다면 그 뒤에 구성원의 합의를 거쳐 사측 이전 및 개발 여부를 결정하면 된다고 주장한다. 사업타당성도 그 시기에 맞춰 하면 된다는 입장이다.

그린벨트 해제와 CBS 개발 조건은 긴밀히 연결된 주제지만, 회사는 그린벨트 해제 전후를 뚝 잘라 정책을 추진하고 있다. 아니, 그린벨트 해제 이후는 전혀 검토하지 않고 있고 당당하게 "그건 그 때 가서 하는 게 맞다"는 입장이다. 이 논리라면, 용역비를 비롯해 그간 쓰인 인건비와 활동비는 무엇인가? 투여된 시간과 진행되지 못한 사업기회 비용 역시 무시할 수 없다. 물론 2018년의 1차 도전이 좌절됐던 것처럼, 이번 도전 역시 결과를 알 수 없다. 그린벨트 해제부터 결코 쉬운 일이 아니다.

주관식 답변에서도 송신소 개발사업과 관련한 얘기들이 모두 'not to do list'에서 나왔다.

관련 사업을 "버티기 사업"이라면서 이런 식으로 시간을 끄는 회사 정책을 근절해야 한다는 목소리였다.

"무리한 사옥 개발", "확실하지 못한 투자"라는 의견 역시 비슷한 맥락으로 보인다.

사업 추진은 얼마든지 성공과 실패를 할 수 있다. 실패의 결과 역시 결코 부끄러운 일이 아니다. 다만, 노조의 관심은 그 과정이 얼마나 투명하고 면밀한 분석과 계획 속에 알차게 진행되는지에 대한 것이다. 6년째 답보상태인 해당 사업에 대해 회사는 어떤 결론도 내리지 못하고 있다. 두 달 후 사장 선출이라는 리더십 교체기에 회사의 명운이 걸린 중요한 결정이 올바른 방향과 과정 속에 진행되는지 노조는 지속적으로 감시할 것이다.