

위원장 편지

위기 속에서 빛난 CBS의 정신

「윤석열 대통령 비상계엄 선포」라는 뉴스 속보를 보고 두 눈을 비비고 다시 휴대전화를 쳐다보았습니다. 믿을 수 없는 현실이 펼쳐지면 사람은 누구나 현실마저 부정하려 드는 법이죠. 계엄군에 의해 방송국이 점거되는 상황만은 무슨 일이 있어도 막아야 한다는 생각뿐이었습니다. 언론자유는 권력에 대한 끊임없는 투쟁의 산물이며, CBS가 그 역사의 최전선에 서 있음을 잘 알고 있었기 때문입니다. 곧바로 사측과 논의를 시작했고, 각 국노조 부위원장들을 통해 조합원을 긴급 소집했습니다. “혹시라도 불행한 사태가 발생하면 어찌지?” 당시 부산 출장 중이

던 입장에서 서울을 향해 내달리는 새벽 버스 안에선 온갖 생각들에 사로잡혔습니다. 하지만 이런 불안감은 기우였습니다. CBS 조합원들은 한밤중에도 하나둘 회사로 달려왔습니다. 장상원 수석부위원장의 지시 아래 감시조가 꾸려졌고, CCTV를 통해 외부에서 군이 진입하는지 여부를 면밀하게 살피보았습니다. 장수석은 당시 상황을 이렇게 회상합니다. “처음에는 많이 불안했죠. 그런데 회사에 와 보니 생각보다 많은 조합원들이 모여 있더라고요. 그때 ‘아, 우리 힘으로 충분히 막을 수 있겠다’는 생각이 들었습니다.”

새벽 4시쯤 윤석열 대통령이 자신의 패배를 인정했습니다. 한 광인(狂人)의 위험한 도박은 막을 내렸고, 이제는 반역자들의 음모를 낚날이 밝히고 그들을 법의 심판대에 세울 시간입니다. 이 기간 동안, CBS의 모든 조합원들은 각자의 자리에서 온 힘을 다해 무도한 윤석열 정권의 추악한 뒷모습을 파헤쳤습니다. 정확한 사실 보도는 물론, 윤석열 탄핵 집회에도 CBS는 언론의 사명감을 갖고 투쟁의 최전선에서 물러서지 않았습다. 지난 2주는 국가적으로 부끄럽고 참담한 시기였지만, 한때 잊고 있었던 CBS의 긍지와 자존감을 되찾을 수 있었던

소중한 시간이기도 했습니다. 전두환 군사정권의 폭압에 맞서 싸웠던 선배들의 기개(氣概)가 우리 후배들에게도 고스란히 이어져 내려왔다는 사실을 확인했습니다. 회사를 지키기 위해 한밤중에 달려와 준 조합원들께 깊은 존경과 감사의 뜻을 전합니다. 지금도 우리는 격랑 속에 있지만, 여러 분과 같은 용기 있는 시민들이 건재하기에 이 혼란 또한 곧 지나가리라 믿습니다. 어려운 시기에도 예수님이 세상에 오신 성탄절은 어김없이 돌아왔습니다. 노조가 마련한 조그만 선물과 함께 은혜롭고 복된 연말을 보내시길 축원합니다. 투쟁!

"창사 70주년, 잔치는 끝났다"...노조, 경영혁신 촉구

70주년 기념사업..."용두사미, 예산 낭비"
"잔치 끝, 이젠 혁신해야"

전국언론노조 CBS지부는 지난달 14일, 올 해 마지막 노사협의회를 열고 ‘창사 70주년’ 이면에 가려진 문제점을 진단했다. 과거의 실패를 반복하지 않기 위한 자기반성과 미래를 위한 혁신도 촉구하는 자리였다. 대한민국 최초의 민영방송 사로서 70주년이라는 축제 분위기 속에서 노조는 오히려 냉철한 현실 인식과 미래에 대한 깊은 고민을 주문하며 회사의 지속 가능한 발전을 위한 노사 공동의 노력을 강조했다. 노조는 "70주년, 잔치는 끝났다"는 의미심장한 말로 4분기 노사협의회를 시작하며 1년 동안 회사가 추진한 정책들을 차분히 되짚어야 할 시점이라고 밝혔다.

■ 70주년 기념사업, 용두사미

노조는 올해 초 회사가 70주년을 맞아 야심차게 추진한 기념사업 성과에 대해 강한 의문을 제기했다. 회사는 '세상을 바꾸는 15분'과 '김현정의 뉴스쇼'가 협업한 포럼, 레인보우 콘서트, 마라톤대회, '새롭게 하소서' 공개방송 등 새로운 사업 및 행사를 통해 매출 증대와 미디어 기업으로서의 사회적 영향력 강화를 목표로 내걸었으나, 어느 것 하나 제대로 추진하지 못했다. 경영진은 광고시장 침체, 협찬 유치 어려움 등 외부 요인에서 이유를 찾았지만 노조는 "계획 단계부터 외부 상황을 반영하지 않고 허황된 목표를 설정한 결과"라고 평가했다. 김재

덕 콘텐츠본부장은 "실현 가능성에 대한 고민이 부족했고 행사 개최에만 급급했다"는 노조 주장에 대해 일부 인정했다. 노조는 또 "70주년 중점사업들은 회사의 장기적 발전 계획과 연계되지 못하고 단발성 이벤트에 그쳤다"며 "경기 침체로 위축된 시장을 고려하지 않은 대가가 너무 크다"고 지적했다.

■ 70주년 사사, "2천짜리 자료 모음집?"

노조는 70주년 기념사사(社史)와 관련해 "2025년을 10여 일 앞두고 발간되는 사사를 어떻게 활용할 계획인가"라며 불신했다. 이종성 기초실장은 "당초 2억원 이상의 예산이 소요될 것으로 예상되었으나, 예산 문제로 2천만원대의 라이트 버전으로 제작하게 되었다"고 현실적 한계를 설명했다.

CBS노조 김중호 지부장은 "현업 직원들은 제작 현장에서 예산 부족으로 어려움을 겪고 있는데, 회사는 70주년 사사 제작이나 리셉션에 예산을 낭비하고 있다"며 "이는 직원들의 사기를 저하시키고 자괴감을 들게 할 뿐"이라고 일갈했다. 이어 "회사는 '어려운 재정 상황'을 이유로 직원들의 희생을 강요하지만 정작 효과가 불확실한 행사에는 돈을 아끼지 않고 있다"며 "할거면 제대로 예산을 투입해 성과를 얻든지, 그게 아니라면 아무것도 하지 않는편이 낫다"고 회사의 결정에 강한 아쉬움을 표했다.

III. 2024년도 정책목표 및 전략방향

- | 정책목표 | 창사 70년, 지속성장 가능한 미디어사업 구조로의 대전환 |
|--|---|
| 전략방향 | 1 Media : 콘텐츠 중심, 다각화 멀티캐스팅 방식으로 전면 개편 이동 |
| 2 Mission : 나눔, 한 사람 한 사람의 삶을 위한 선교 영향력 확장 | |
| 3 Marketing : 미래성장사업, 지속성장을 위한 관행적 마케팅 개선 | |
| 4 Management : 핵심역량 집중, 경영체질 개선을 위한 단절적 변화 | |

C.nergy 홈페이지 <2024년 정책목표 키워드> 화면 캡처. 기획조정실은 올 초 '지속성장 가능한 미디어사업구조로 탈바꿈'을 목표로 주요 정책들을 발표했다.

■ 지역본부 적자 심화..."마케팅 혁신 시급"

노조는 지역본부의 적자 심화 문제를 우려하며 회사 측이 제시한 '지역 본부 마케팅 지원'을 통한 차별화된 수익 기반 마련' 방안에 대한 효과에 대해 질의했다. 한국방송광고진흥공사(kobaco)는 여러 인사이동으로 인해 과거 인맥으로 하던 방식이 더 이상 통하지 않고 광고 지원금도 축소되면서 지역 본부들의 어려움이 가중되고 있다. 이완복 마케팅본부장은 이러한 코바코 체제 변화에 따른 어려움을 토로하며 "연초 계획은 이루지 못했지만 변화의 조짐은 있다"고 해명했으나 노조는 "보다 더 구체적인 개선 방안을 제시해야 한다"고 압박했다. 노조는 지역 본부의 자립 기반 마련을 위해서 단순한 마케팅 지원을 넘어 콘텐츠 경쟁력 강화, 지역 특화 사업 개발 등

각적인 노력이 필요하다고 말했다. 또한, 지역 본부의 인력 부족, 재정난 등 고질적 문제 해결을 위해 회사차원의 적극적인 노력을 재차 촉구했다.

■ 노조 "현실적 방안 제시하며 혁신 요구할 것"

23대 노조집행부는 회사의 2024년 주요 프로젝트에 대해 “좋은 점수를 줄 수 없다”고 총평하고 대대적 변화를 요구했다. 노조는 비판을 위한 비판이 아닌 구체적 대안을 제시하며 회사의 혁신을 압박해 나갈 계획이다. 23대 노조는 임기 종료일까지 "옳은 방향으로 나아가길 수 있도록 회사를 견제하고 구성원들의 권익 보호를 위해 최선을 다할 것"이라는 뜻을 분명히 했다.

'가짜노동' 만연...CBS의 성공방식 찾아야

창사 70주년을 맞아 올해 초 회사가 발표한 대규모 기념행사와 주요 정책은 CBS의 고질적 한계를 다시금 노출했다. 과거 경인방송 인수, 무가지 사업 실패, 보도PP 도전 무산, 영화 사업 참패, OTT 개발 추진 등 회사 측이 주도한 대규모 프로젝트의 실패는 일관된 '패턴'을 갖고 있다. 가장 중요한 '어떻게(How)'가 생략된 점이다. 조직의 명운을 쥐고 많은 예산과 인력이 투입되는 프로젝트에 내부 강점과 약점, 외부적 위협과 기회를 분석하는 'SWOT'라는 경영의 기본 중에 기본이 매번 누락됐다. 또한 기획부터 제작, 배포(완성)까지의 과정에서 조직 전체가 하나의 방향으로 움직이도록 도와주는 컨트롤타워 부재도 뼈아프다. 노조는 이러한 결과가 단순한 실패를 넘어 '가짜노동'(손에 잡히는 성과 없이 시간과 에너지만 소모하는 업무)을 유발해 조합원들의 '피로도'를 가중시키고 있다고 분석했다.

■ 70주년의 성과와 한계

경영진은 지난 6월에 열린 2분기 노사협의회에서 70주년 특수로 매출 증대와 브랜드 이미지 제고, 콘텐츠와 신기술을 연계해 미래 성장 동력을 확보하겠다고 밝혔다. 한 해를 마무리하는 시점에서 돌아보면 '어떻게 실현 하겠다'는 구체적 전략 없이 그럴싸한 목표만 발표한 꼴이 되었다. 결국, 일방적 목표 설정과 콘텐츠 기획력 부재로 인한 예견된 실패였다. 대표 사례인 '레인보우 콘서트'와 '세바시-뉴스쇼 미래지식포럼'은 제작국 조합원들이 높은 열정을 가지고 준비했음에도 불구하고 최고 의사 결정권자들의 우왕좌왕 행정으로 끝내 무산되었다. 부랴부랴 기획된 '70주년 리셉션'은 치밀한 계획이 실종되다보니 주요 기업의 인사 시즌인 12월 초에, 그것도 탄핵정국 속에서 행사를 개최하는 촌극이 빚어졌다. 기술 투자 측면에서도 볼멘소리가 나온다. 회사 측은 시류를 좇아 OTT 플랫폼 개발에 이어 AI기술 도입을 강조했지만, 이는 단순 구호에 그쳤을 뿐 현장에서 활용 가능한 구체적 지원은 사실상 전무했다. 장상원 노조 수석부위원장장은 이를 두고 "도입할 기술의 방향성조차 확립되지 않은 상태에서 막연한 기대와 경영진의 바람만 내세웠다"고 평가했다. 이 같은 일련의 과정은 특정 경영진 한 사람의 실책이 아니라, 기획 단계부터 명

70주년 기념행사의 두 얼굴...성과와 한계 반복되는 악습 패턴에서 배우지 못한 교훈 "자율성 보장이 CBS의 미래 결정"

확한 전략과 기술적 지원 체계가 실종된 CBS의 고질적 악습 '반복'이다.

■ 경영진이 주도하는 '가짜노동' CBS 내부에서는 현업 PD와 기자, 엔지니어들 사이에서 올해 경영진이 추진한 다수의 프로젝트에 대해 냉소적인 평가가 이어진다. 조합원들은 "70주년 행사가 남긴 건 피로 뿐"이라고 비판하며 무위로 돌아간 정책만큼 심각한 문제로 명확한 목표 설정 없는(왜하는지 알 수 없는) 업무지시와 상사에게 일 하고 있다는 걸 드러내 보여 주는 조직문화를 꼽는다.

익명을 요구한 한 경영직군 사원은 "실·국장들이 내놓는 정책은 실질적 가치 창출보다는 사장을 포함해 타 부서에 '보여 주기용' 가짜노동에 가깝다"고 비판했다. 부서 외 누구도 읽지 않고, 관심도 없지만 우리는 일 하고 있다는 걸 과시해야한다는 말이다. 이어 "이러한 문화가 직원들의 시간과 에너지를 낭비하는 동시에 회사의 내부 역량을 갉아먹는 요인"이라고 꼬집었다.

문제는 경영진의 잘못된 지시에만 그치지 않는다. '가짜노동'으로 인해 구성원들은 정신적·육체적스트레스를 겪으며, 조직 전체의 효율성을 저하시킬 뿐 아니라 경영진에 대한 신뢰도와 내부 결속력을 약화시키고 있다.

■ 해결 방안은 없는가?...'자율성 보장'이 핵심

CBS는 콘텐츠 제작 환경과 조직 문화의 구조적 문제 해결이 시급하다. 제작자와 엔지니어, 경영진 간의 칸막이 높은 협업 구조와 느슨한 의사소통 체계는 창의적인 제작을 방해하는 요소다. 프로젝트 초기 단계부터 제작진과 엔지니어, 마케팅부서가 유기적으로 협력하여 완성도를 높일 수 있는 체계를 갖추는 것이 중요하다.

노조는 "노컷뉴스, 뉴스쇼, 세바시 등 개인의 아이디어와 추진력으로 시작된 프로젝트는 성공을 거두었다"는 점을 강조하며 "회사가 아닌,

제작자(직원)가 주도하고 도전하는 콘텐츠를 기획할 수 있도록 자율성을 보장하는 것이 CBS의 성공 열쇠"라고 주장한다.

업무 슬림화도 빼놓을 수 없다. 경영진의 명확한 업무 지시와 함께 불필요한 회의를 없애고, 결재라인을 단순화하여 여러 간섭으로 원안이 변형되지 않고 신속한 결정이 내려질 수 있는 체계를 구축해야한다. 클라우드 기반 협업 도구(MS365)와 AI를 적극 활용하여 반복적인 업무를 줄이고 직원들이 보다 창의적인 일에 집중할 수 있는 환경 마련도 시급하다. 또한 CBS에 적합한 성과 기준을 도입하여 혁신적 아이디어를 갖고 도전하는 직원에게 인센티브를 지급하는 '성취 지향적' 조직문화를 정착시키는 것이 필요하다.

■ "지금이 변화의 마지막 기회"

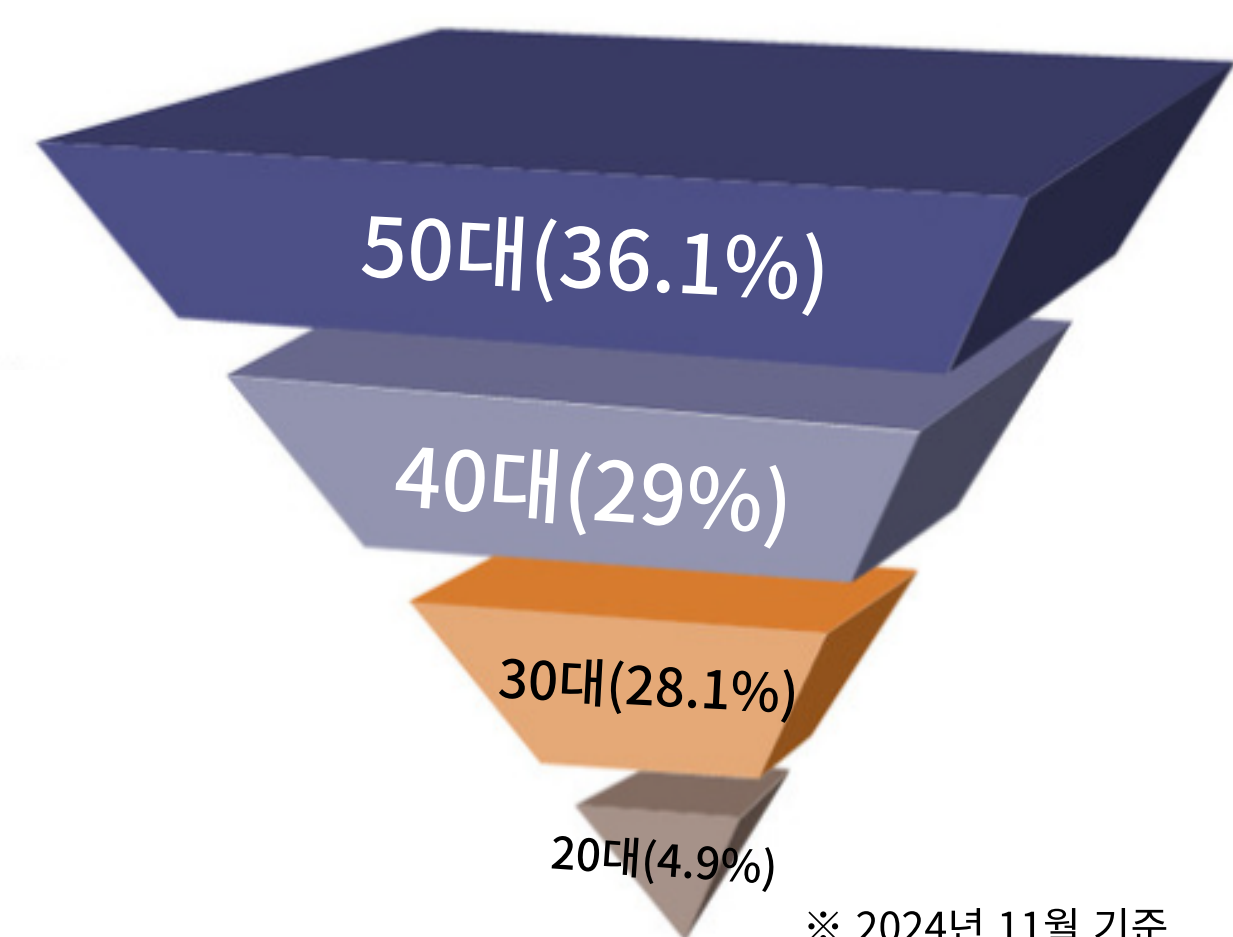
23대 노조 집행부는 이번 기회를 통해 CBS가 과거부터 고치지 못했던 문제를 되짚어 보고 새로운 조직문화를 정립해야 한다고 판단하고 있다. 조직적 한계를 극복하지 못한다면, 회사의 장기적 경쟁력은 더욱 약화되어 유능한 인재는 떠나고 꿈 많은 구직자들은 외면하는, 이른바 '한물 간' 미디어 기업으로 전락할 가능성이 크다.

노조는 "2031년부터는 정년퇴직자 수가 예년 수준으로 돌아와 자연적인 비용 절감 효과가 사라질 것"이라며 "앞으로 5년 안에 지적된 경영 개선을 반드시 완수하고 '음악FM'과 '뉴스쇼'로 대변되는 라디오 이외에 새로운 성장 동력(Cash Cow)을 발굴해야 한다"고 강조했다. 과거 경영진은 보장된 매출(코바코, 현금 등)에 의존할 수 있었지만, 차기 정권은 급변하는 환경으로 인해 과거의 방식으로는 더 이상 불가능하다.

노조가 꺼낸 "잔치는 끝났다"는 말은 단순히 70주년 행사의 종료가 아니다. 재도약과 쇠퇴의 기로에 선 CBS가 '쉬운' 과거에 안주하지 말고, '어려운' 변화를 통해 새로운 시대를 준비해야 한다는 경고의 메시지다.

50대 비율 36%... 안정과 혁신의 균형 필요

임직원 연령대별 비중 현황



최근 CBS노조가 실시한 연령별 직원 분포 조사에 따르면 50대 이상 직원 비율이 36%로 가장 높은 것으로 나타났다. 40대(29%), 30대(28%), 20대(5%), 60대(1%) 순으로, '고령화된 인력 구조'가 CBS의 당면 과제로 부상했다.

50대 직원들은 오랜 기간 축적해온 경험과 노하우를 통해 안정적 사업 운영과 전문성 유지에 기여하고 있다. 특히, 변화가 심한 미디어 환경 속에서 위기 대응 능력과 현상 유지에 긍정적 역할을 한다. 하지만, 동시에 조직 문화가 경직되고 변화에 대한 적응력이 저하될 수 있다는 것은 약점이다. 새로운 기술 도입이나 업무 프로세스 개선에 대한 거부감이 발생할 수 있으며, 이는 급변하는 미디어 환경에서 CBS의 경쟁력 유지에 걸림돌로 작용할 여지가 있다는 뜻이다.

따라서 CBS는 젊은 인재 확보 및 육성을 통해 세대 간 균형을 맞추고 조직에 활력을 불어넣어야 한다. 디지털 역량과 창의적인 사고방식을 과감히 표출하는 젊은 세대는 새로운 기술 도입과 혁신적 아이디어 제시를 통해 조직의 미래 성장 동력을 확보하는 데 핵심적이다.

이를 위해 경영진은 △젊은 인재들이 자신의 잠재력을 최대한 발휘할 수 있도록 유연한 조직 문화를 조성하고 △다양한 교육 기회를 제공해야 한다. 또한, △직원들의 디지털 역량 강화를 위한 교육 프로그램을 마련하고 △새로운 기술 도입에 대한 긍정적인 분위기를 조성하는 노력이 필요하다.

더불어, 향후 예상되는 대규모 퇴직에 대비하여 체계적인 HRM(인적자원관리) 전략을 수립해야 한다. 퇴직 인력으로 인한 업무 공백을 최소화하고, 선배 세대의 지식 및 노하우 전수를 위한 멘토링 프로그램 도입 등 인력관리 노력이 병행되어야 한다.

결론적으로, CBS는 세대 간 조화와 협력을 통해 경험과 혁신이 균형을 이루는 역동적 조직 문화를 구축해야 지속 가능한 성장을 이어갈 수 있다.

전북CBS 영상 뉴스 혁신, 잠재력과 현실의 괴리

전북CBS가 급변하는 미디어 환경에 발맞춰 보도국을 개편하고 ‘영상 뉴스 제작’을 목표로 혁신을 추진하고 있지만, 제도적 뒷받침 부족 등 여러 미비점을 드러내고 있다. 혁신본부 출범 이후 보도제작국에서 분리된 보도국의 목표는 명확했다. 과거 라디오 리포트 중심의 제작 방식에서 벗어나 영상 중심의 뉴스 제작 시스템을 구축하는 것이다. 선언 이후 기자들에게는 과업이 추가되었다. ‘그림을 따기 위해’ 현장에 나가거나 출입처에 영상을 요청하는 일이다. 지난 6월, 전북 부안에서 강도 4.8의 지진이 발생했을 때는 피해 가구의 CCTV 영상을 확보하는 데 어려움을 겪었고, 폭우가 내린 완주군에서는 취재 기자가 진흙탕에 빠진 신발을 들추며 민가의 침수 정도를 표현했다. 라디오 데일리 시사 프로그램은 주 1회로 줄었고, 유튜브와 노컷뉴스 생산에 집중했다. 방송 횟수는 줄었지만 방송 시간에 얽매이지 않고 기민하게 제작할 수 있는 이점이 생겼다. 형식적으로 진행되던 고정 코너를 없애고 출연자들은 스튜디오로 초대했다. 인터뷰는 유튜브 풀버전과 쇼츠, 노컷뉴스로 재생산되었으며, 방송에는 중요한 이슈만 선별해 나갔다. 이는 라디오에서 유튜브가 아닌, 유튜브에서 라디오를 활용하는 ‘역방향’ 방식이었



유튜브 영상뉴스 화면 캡처. 완주 폭우 피해 현장을 김대한 기자가 취재하고 있다. 지난 7월 10일 새벽 완주군 운주면에는 271mm의 물 폭탄이 쏟아졌다.

다. PD와 기자, 아나운서와 같은 전통 직군이 아닌 ‘콘텐츠 크리에이터’를 선발하기로 했을 때, 전통 직군을 답습하지 않고 대체될 수 없는 ‘신인류’가 되어주길 바랐다. 전북의 신인류는 기자와 동행해 영상 취재를 하고 기자회견을 생중계하며, 홀로 현장 기사를 작성한다. 기존 기자가 텍스트로 프레이밍을 했다면, 콘텐츠 크리에이터는 카메라 앵글, 자막, 모자이크 여부

를 고민하며 영상으로 프레이밍을 한다. 새로운 시도를 하다 보니 미비점도 곳곳에서 발견되었다. 침수 현장에서 급조한 천 원짜리 비닐 우비는 마치 회사의 현재를 대변하는 듯했다. 콘텐츠 크리에이터에 대한 처우도 마찬가지다. 기자와 PD보다 더 다양한 취재 현장을 담당하지만, 취재 수당은커녕 경비보전 규정도 없다. 한국기자협회에서 수상한 [특별기획 - 묻혀진 채상병] 취재

는 협회 비회원이라는 이유로 수상의 영광을 누리지 못했다. 대통령이 계엄 선포라는 초대형 사고를 친 3일 밤, CBS를 보지 않았다. 아니, 볼 수 없었다. 국회 상황이 궁금했지만 CBS유튜브는 멈춰 있었다. CBS의 현주소다. 언론 생태계는 영상 뉴스 시대로 전환된 지 오래지만 ‘미디어그룹’ CBS는 계엄 사태도 영상으로 전할 수 없는 상태에 머물러 있다. 누군가는 혁신의 결과로 수익을 묻는다. 그러나 혁신의 목적이 단순히 수익 창출에 있어서는 안 된다. CBS 전북본부는 ‘영상 뉴스 제작’이라는 명확한 방향을 설정하고, 시스템과 노하우를 구축해왔

다. 이는 단순한 수익 이상의 값진 성과라 자평한다. 진정한 혁신은 그다음이다. 전북본부의 노력이 전사적인 차원으로 확산되어야 한다. 제2, 제3의 혁신본부가 나와야 한다. 이에 앞서 회사는 정책적 방향 제시와 선언을 선행해야 한다. 그래야만 앞서 말한 변화의 틈들이 메워지고 전사적인 혁신으로 나아갈 수 있다. 국정만큼이나 회사에도 2025년은 중차대한 일이 있는가 보다. 지방에서도 차기 사장 후보들의 동태가 목격되기 때문이다. 차기에는 선거 준비의 속도만큼이나 회사 비전과 정책 수립에도 박차를 가해 주길 바란다.

전북CBS 소민정 조합원



11월 27일, 28일 본사 G스튜디오에서 CBS 엔지니어 조합원들이 주축이된 미래 미디어 기술의 향연 [어서옵SHOW II]가 ‘미디어 기술로의 여행’이라는 주제로 개최되었다. 관람객 중 몇 사람을 추첨해 다양한 선물을 제공했다.



AI 기사부터 레인보우 함께 걷기까지…CBS 기술 전시회 성료

117년 만의 11월 폭설이 서울을 덮었던 날, CBS 본사는 특별한 열기로 가득 찼다. 하와이안 셔츠를 입은 진행 요원들과 항공기 기장 복장의 스태프들이 방문객을 맞이했고 ‘AI 기장’ 목소리로 안내 방송이 울려 퍼졌다. "미디어 기술로의 여행을 시작합니다." 정보시스템부와 CBS 방송기술인 협회가 주최한 사내 기술 전시회, '어서옵SHOW 시즌 2'의 막이 오르는 순간이었다. 이번 행사는 2020년 4개 섹션으로 시작했던 '어서옵SHOW'의 두 번째 시즌으로, 6개 섹션으로 확대되어 더욱 풍성한 볼거리를 제공했다. 행사 기획을 주도한 박명석 조합원과 김

준규 조합원은 "새로운 기술을 알리는 것보다 중요한 것은 그 기술이 현장에서 어떻게 쓰일 수 있을지 이야기하고, CBS 직원들이 편안한 분위기에서 소통하는 문화를 만드는 것"이라며 행사의 의미를 강조했다. '어서옵SHOW 시즌 2'에서는 AI, 오디오 스트리밍, 숏폼 콘텐츠 등 다양한 분야의 혁신 기술이 선보였다. 'AI, 네가 기사 좀 쓴다며?' 섹션에서는 보도 자료를 입력하면 텍스트 생성 AI가 스트레이트 기사를 작성하고, 이미지 생성 AI가 삽화까지 그려내는 기술을 시연했다. 'CBS 라디오 인기의 비결은 선곡' 섹션에서는 라디오

방송 제작자를 위한 날씨 등 데이터 기반 선곡 통계 서비스가 공개되었다. '안드로이드 오토 & 애플 카플레이' 섹션에서는 차량용 디스플레이와 스티어링 휠을 통해 레인보우 앱의 차량 연동 기능을 체험할 수 있도록 꾸며졌다. 많은 호응을 얻은 '레인보우를 들으며 걷는 즐거움' 섹션에서는 베타 테스트를 앞둔 '레인보우 함께걷기' 서비스가 공개되었다. 방송을 들으며 7,000보를 달성하면 선물을 제공하는 이 서비스는 방송업계에서 전례 없는 시도로, 라디오 진행자들의 큰 관심을 받았다. '너만을 위한 내 마음의 한 줄'

섹션에서는 '오디오 스트리밍 동적 데이터 삽입 기술'이 소개되었다. 현재 레인보우 앱은 오디오와 곡 정보를 각각 다른 경로로 전송하지만, 오디오 신호 속에 곡 정보를 함께 실어 보내면 레인보우 서버의 부하를 줄일 수 있는 기술이다. 마지막 '콘텐츠 세로본능' 섹션에서는 세로형 숏폼 콘텐츠 제작을 위한 '숏폼 모듈'이 공개되었다. 안드로이드와 iOS에 모두 구동되는 이 모듈은 '레인보우', '노컷뉴스', '성경통독' 등 CBS 모바일 앱에 탑재될 예정이다. 이틀간 진행된 '어서옵SHOW 시즌 2'에는 총 224명의 방문객이 다녀갔다. 방송 제작·보도 기대감이 높아지고 있다.

담당 인력은 물론 CBS 라이프 소속의 청소·경비담당 직원들까지, 본사 건물에서 일하는 전 부문이 참여했으며 타 방송사 엔지니어들도 방문했다. 이번 행사는 질적으로도 양적으로도 성장한 모습을 보이며 '기술을 매개로 한 소통'이라는 본래의 목적을 달성했다는 평가를 받았다. 각 섹션마다 현장의 감각이 담긴 의견이 쏟아졌고, "이런 기능이 있었으면 좋겠다", "저런 기능도 추가하면 어떨까" 하는 구체적인 개선안도 이어졌다. 기술국 조합원들이 이러한 현장의 목소리에 어떤 기술로 응답할지, 다음 '어서옵SHOW'에 대한

기술국 김광성 조합원

차기 사장에게 묻는다

비록 조합원에게 사장 결정권은 없지만,
후보들이 어떤 비전과 전략을 가지고 있는지 알아야 할 권리가 있다.
사장 후보들은 조합원들의 궁금증에 성실히 답함으로써
단순히 '경영자'가 아닌,
'구성원과 함께 미래를 그려가는 리더'로서의 자질을 보여주길 바란다.
이에 CBS노조 조합원 334명은
차기 사장 후보에게 다음과 같은 6가지 질문을 던진다.

1. 정치권·광고주 등 외부 압력이나 간섭을 받았을 때, 어떻게 <편집권 및 편성독립>을 지켜나갈 것인지, CBS의 과거 사례를 들어 구체적으로 설명하라.
2. 막대한 손해를 입힌 <전남 신사옥 사태>가 발생한 원인은 무엇이라 보는가? 재발 방지책을 제시하고 본사 신사옥 개발에 대한 구상도 설명하라.
3. 차기 사장으로서 주도적으로 추진하고 싶은 <新사업>이 있다면, 자금 마련 계획을 포함해 구체적 실행 방안을 제시하라.
4. 광역화 시행 1호였던 <강원본부>에 대해 경영 및 방송적 측면에서 평가하고, 적자에 직면한 지역 본부의 재정 건전성 확보를 위한 방안을 제시하라.
5. 최근 시청한 YouTube 또는 OTT 콘텐츠 중 가장 기억에 남는 작품은 무엇이며, 그 이유는 무엇인가? 해당 콘텐츠가 CBS의 <디지털 콘텐츠 전략>에 어떤 시사점을 주는지 설명하라.
6. 2025년·2027년 <임금협상>에서 임금 인상을 위한 자원 마련 계획을 설명하라.