

CBS 노보

www.cbsunion.or.kr

P2
우리는 한시라도 바빠 행동해야 한다

P3
스마트 CBS? 갈 길이 멀다

P5-6
사육점점 : 대구 & 대전

P7
CBS 인센티브 제도는 무엇인가?

‘6월’의 기대

올 6월은 CBS에게 특별하다.
노조, 사장 그리고 재단이사회가 예외 없이 중요한 분기점에 서기 때문이다.

먼저, 노조

무엇보다, 올 6월은 CBS 노조의 통합 여부가 결정되는 달이다. 시니어 선배들의 노조인 ‘CBS 노동조합’(이하 2노조)이 자체 조합원들을 대상으로 노조 통합 찬반투표를 6월 중 진행할 계획이기 때문이다. 그동안 우리는 2노조와 함께 신뢰회복과 공동체 회복을 위한 집행부간 워크숍과 다양한 공동 작업들을 진행해왔다. 선배들에게 자존감의 상처를 드리고 갈등이 빚어진 상황에 대해 우리 1노조는 사과했고, 1,2 양 노조는 여러 활동들을 함께 진행했다. 그동안 나온 각종 성명과 특보, 진행된 시위는 그 작업의 결과물들이었다. 이런 흐름 속에서 2노조는 이미 지난 4월에 노조 통합을 위한 신뢰회복 노력을 집행부에 위임하는 투표도 압도적 찬성으로 가결한 바 있다. 그리고 ‘노조 통합 찬반 투표’가 이제 곧 이어진다. ‘다시 하나된 노조, 더 크고 유능한 노조’의 탄생, 6월을 기대하게 되는 이유다.



다음으로, 사장.

사장은 이번 6월로 3년 임기의 마지막 연차를 시작한다. 사장의 지난 2년에 대해 직원들은 ‘보통과 못함의 사이’, C-의 평가를 내렸다. 前 사장 때의 내핍 경영 기조를 바꿔 인력과 인프라 투자에 나선 점, 라디오 청취율이 오르고 교계 CMS 후원이 늘어난 점 등은 긍정적으로 작용했지만, 정작 미래를 담보할 미디어 정책과 수익 비전 그리고 이를 펼쳐낼 조직과 인사, 교육 등의 핵심 영역에서 평가가 매우 부정적이었다. 사장은 ‘나는 줄 만큼 줬는데..’라는 기준으로 서운해 할지 몰라도, 직원들은 ‘지금의 미디어 환경에서, 현 사장에게 나와 내 회사의 미래를 맡겨도 되나’ 이것을 기준 삼는다.



남은 임기의 평가가 지금보다 나아지지 않는다면 직원들은 현 사장에게 미래를 맡기려 하지 않을 것이다. 앞으로의 반년, 이제부터의 한달 한달이 그래서 중요하다. 그리고 그것은 6월 하순에 단행될 ‘조직과 인사’에서 시작된다. 이번 조직과 인사에서 직원들이 ‘과거’를 읽느냐, ‘미래’를 보느냐, 이것이 사장 마지막 연차 임기의 성공 여부 그리고 연임 가능성을 가늠하는 시금석이 될 것이다. 우려를 기대로 바꿀, 어쩌면 마지막 기회다.

마지막으로, 재단이사회.

차기 이사장 선출을 위한 재단이사회가 5월 8일에서 5월 23일로 그리고 다시 6월 20일로 연기됐다. 재단이사회가 공문과 성명 그리고 피켓 시위를 통해 표현된 직원들의 뜻을 반영하기 위한 방법을 시간을 두고 더 찾고자 내린 판단이다. 우리는 재단이사회의 이러한 판단에 감사의 뜻을 표했다. 다시 강조하지만, 우리의 입장은 간단하다. 교단 내에서 사퇴 요구를 받고 논란 수습 과정에서 조기 사임한 교단장이 지금과 같은 중대한 시기에 CBS의 법적 얼굴인 재단이사장을 맡는 것은 옳지 않다는 것이다. 이러한 우리의 원칙을 재단이사회도 이해하고 있다고 믿는다. 차기 이사장 선출 데드라인인 6월 20일까지 이사회가 최선을 다해 대안을 찾아줄 것이라는 기대는 바로 그 믿음 때문이다.



독이 되지 않을 희망, 배반당하지 않을
기대를 품고
우리는 6월을 맞이한다.

우리는 한시라도 바빠 행동해야 한다

보도국 뉴미디어 SNS팀장 최 철

지난 2014년 3월 뉴욕타임스의 이른바 ‘혁신보고서’가 외부로 유출돼 한바탕 난리가 났다. 보고서는 내부용으로 작성된 것이어서 적나라한 자아비판이 고스란히 담겨져 있었다. 내용을 요약해 보면 이렇다. “세상은 디지털 중심으로 급격히 재편되고 있다. 그런데도 뉴욕타임스를 보니 과거의 영광에 취해 ‘변화’에 저항하는 구성원과 애독자의 취향이나 요구 등을 전혀 파악하지 않는 경영자가 있다. 그 외는 그냥 무관심한 사람들이다. 우리는 망해가고 있다”

최근 ‘CJ헬로비전’ 지역 기자들을 대상으로 한 ‘뉴미디어 Skill-Up 교육’에 참석해 강의를 하고 온 적이 있다. (각 지역의 기자들이 6주간 매주 토요일을 반납하고 서울 본사에 올라와 강의를 듣는다고 하길래 그 ‘열정’에 놀랐다.) 그 자리에서 2014년 뉴욕타임스 혁신보고서 이야기를 또 할 수밖에 없었다.

3년 전 대한민국 대부분의 언론들은 뉴욕타임스의 혁신보고서를 전가의 보도인양 대서특필하며 “바로 여기에 답이 있다”는 식의 여론몰이를 했다. 하지만 구호만 외쳤지 이를 실행에 옮긴 언론사는 아직까지 없는 듯하다. 여전히 2014년 뉴욕타임스 혁신보고서의 내용은 우리나라 언론사에게는 여전히 유효한 숙제를 던지고 있는 셈이다.

그렇다면 정작 뉴욕타임스는 어떻게 됐을까. 결론부터 말하면 ‘망해가는’ 뉴욕타임스가 아니라 하루하루 ‘흥해가는’ 디지털 기업이 되고 있다. 현재 뉴욕타임스의 ‘디지털 유료회원’은 220만 명이다. 올 1/4분기에만 30만 명이 새로 유입됐다. 종이신문 광고수익이 줄었지만 디지털 유료회원 수입과 디지털 광고수익이 이를 상쇄하고도 남았다. 이제 뉴욕타임스를 종이신문 회사로 부르는 건 뭔가 잘못된 느낌마저 들 정도이다.



〈2편에 계속〉

이런 뉴욕타임스가 얼마 전 ‘2020 독보적 저널리즘’이라는 보고서를 냈다. 2020년도에 독보적인 디지털 언론사가 되려면 반드시 해야 할 일들을 적은 ‘리스트’처럼 보였다. 이번 보고서는 외부 공개용이어서 그런지 자성 보다는 자신감에 방점이 찍혀 있는 듯 했다. 부러운 대목이 아닐 수 없다. ‘2020 독보적 저널리즘’은 디지털 중심의 조직 구축과 목표 공유, 구성원에 대한 디지털 재교육과 외부 전문가 영입, 콘텐츠의 시각화, 적극적인 인터랙티브 활용을 조언하고 있다.

다시 국내로 눈을 돌려보자. SBS는 보도국의 ‘스브스 뉴스’, ‘비디오머그’가 선전하자 교양국에서도 모바일 콘텐츠를 만들겠다고 ‘모비딕’이라는 재기발랄한 브랜드를 런칭했다. 지난해 이석우 카카오 전 대표를 디지털 총괄로 영입한 중앙일보는 지면 편집회의를 없애 디지털 전환에 속도를 내겠다는 입장을 재천명했다. 이밖에 한국경제신문이 ‘뉴스래빗’이라는 인터랙티브 전문 채널을 운영중이고, 세계일보는 아예 디지털 전문기자를 수습 공채하는 등 새로운 시도와 도전을 이어가고 있다.

하지만 아직 대다수의 대한민국 언론은 이 같은 변화의 흐름에 적극적으로 나서지 못하고 있는 모양새다. 어쩌면 우리로서는 참으로 다행스러운 일이라고 할 수 있다. 그럼 이제 우리는 무엇을 해야 할까? “우리는 한시라도 바빠 행동해야 한다.”

이 말은 뉴욕타임스 2020 독보적 저널리즘 보고서의 맨 마지막 문장이다.

2탄에 계속 됩니다.

스마트 CBS? 갈 길이 멀다

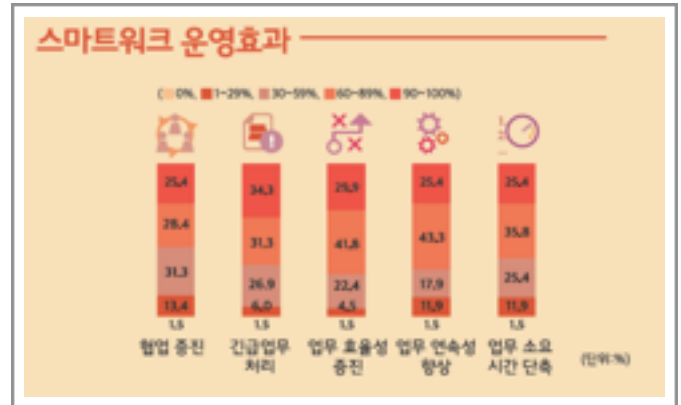
서유미 노보편집기자

‘스마트미디어, CBS’. 우리 회사 직원이라면 익숙한 문구다. 변화를 주도적으로 선도하겠다는 이 다짐을 지키기 위해 회사는 어떠한 노력을 하고 있을까. 특히 ‘스마트워크’ 시대를 맞아 많은 기업의 업무방식이 바뀌었거나 바뀌고 있다. 우리 회사의 업무방식도 이러한 흐름과 속도를 맞추고 있는지 점검이 필요한 시기다.

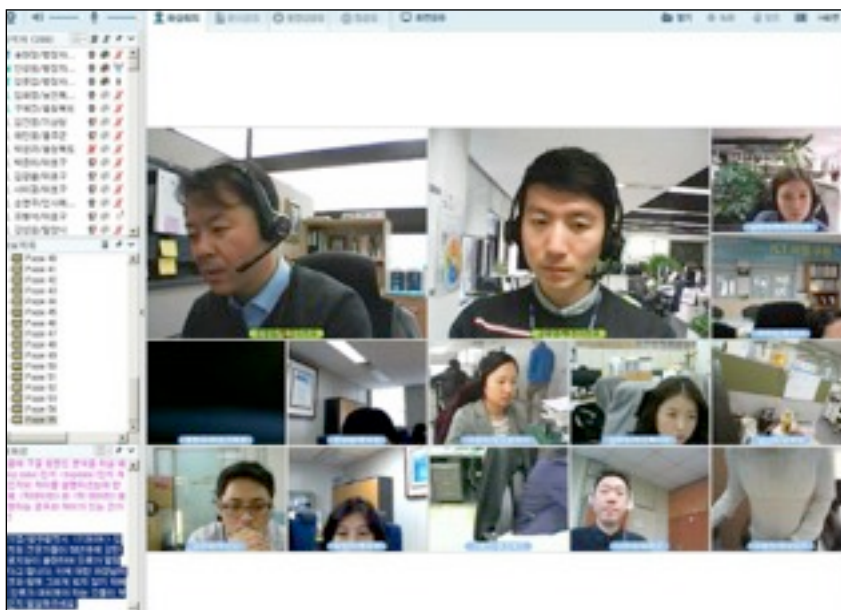
미래창조과학부와 한국정보화진흥원이 실시한 ‘2016 스마트워크 실태조사’에 따르면 국내 민간기업 5곳 중 1곳은 사무실이 아니라 집 등 다른 곳에서 정보통신기술(ICT)을 활용해 업무를 처리하는 ‘스마트워크’를 이용하는 것으로 나타났다. 또한 스마트워크를 운영 중인 기업 관리자 중 98.5%가 ‘운영 효과가 있다’라고 답했다. 4차 산업혁명으로 이 같은 업무방식의 변화는 더욱 가속화될 전망이다.

타 기업의 사례를 살펴보자. LG전자의 경우, 전자결재 시스템은 이미 도입되었고 최근 이에 대한 보완으로 ‘보이스 전자결재 시스템’을 도입했다. 전자결재의 단점을 보완하여 결재 시 음성을 녹음해 문서에 첨부하고 결재자도 코멘트를 육성으로 작성할 수 있도록 하여 직원들의 호평을 받고 있다. 포스코의 경우, 2010년 8월부터 전 직원에게 스마트폰을 지급하여 모바일 환경에서 업무를 수행할 수 있는 ‘모바일 오피스’를 도입했다.

이에 따라 직원들이 스마트폰을 활용해 이메일, 모바일 결재 등의 업무를 수행하고, 필요한 애플리케이션을 직접 만들어 공유해 업무에 활용하고 있다. 코리안리재보험에서는 회의 자료를 종이에 출력하는 대신 업무용 ‘태블릿PC’에 담아 공유하고, 직원들은 업무 일정을 다이어리가 아닌 태블릿PC의 앱(응용프로그램)에 기록해 처리한다. 회의는 블루투스 헤드셋과 웹 카메라를 이용한 화상회의로 진행된다. 금융권에도 ‘종이 없는 은행’이 빠르게 확산되고 있으며, 정부 또한 ‘전자정부’ 구현을 목표로 각종 시스템을 구축하고 있다. 이러한 스마트워크 시스템의 장점으로 업무의 신속성과 효율성, 비용의 절감을 꼽을 수 있다. 업무에 변화가 생길 경우 빠르게 대처할 수 있고, 출장 중 업무처리가 가능해지는 등 시간과 장소에 구애받지 않고 일할 수 있는 것이다. 문서비용도 큰 폭으로 절감된다. 스마트워크 시스템이 성공적으로 정착한 한 기업의 경우, 종이 사용량이 기존의 10% 수준으로 줄어들어 예비비용 외의 프린터를 철수시킨 사례도 있다.



❖ 미래창조과학부와 한국정보화진흥원이 실시한 「2016년 스마트워크 실태조사」 결과, 민간기업들이 답한 스마트워크의 운영효과



❖ 행정자치부의 PC 영상회의

그렇다면 우리 회사의 상황은 어떠한가. ‘종이 없는 사회’의 흐름과는 무색하게 아직도 모든 결재가 아날로그 식 종이결재로 이뤄지고 있고, 이에 따라 업무도 비생산적으로 진행되고 있다. 전자결재 시스템에 관한 논의는 여러 이유로 시작되지 않고 있다. 인사평정, 휴가관리 시스템도 비 전산화되어있긴 마찬가지다. 휴가 사유가 발생할 때마다 휴가원을 종이에 써서 제출하고 휴가 사용현황도 구두로 확인해야 하는 불편함은 익숙해진지 오래다.

인트라넷 또한 직원 활용도가 낮은 실정이다. 인트라넷 구축 목적 가운데 하나인 직원 공지와 소통이 제대로 이뤄지지 않고 있고, 모바일과 연동되지 않아 접근성도 떨어진다. 법인카드 사용 증빙에 있어서도 영수증을 일일이 첨부해 붙이는 낡은 방식을 고수하고 있다. 개별 영수증을 취합하고 수기로 입력하는 기존 방식을 탈피해 온라인이나 모바일 앱으로 사용내역을 확인·처리하는 시스템을 도입한 타 기업의 사례를 참고할 필요가 있다.

이러한 가운데 변화를 위한 움직임은 찾아볼 수 있는가. 작년 12월, 노사가 체결한 제도개선 부속합의에 따라 평가보상제가 시행되기 위해서는 평가시스템이 개발되어야 한다. 새로운 시스템 내에서 앞서 언급한 전자결재, 휴가원 관리, 평가보상, 직원 공지 및 소통 등이 구현될 수 있을 것으로 보인다. 그러나 현재 평가시스템 개발에 관한 구체적인 논의는 이뤄지지 않고 있는 상황이다. 인트라넷 개선 또한 실질적 논의에 진전이 없는 상황이다. 도입비용 등을 고려한다면 업무 시스템 개선에 관한 최소한의 논의는 이제 시작되어야 한다.

회사가 내세우는 ‘스마트미디어’라는 지향점이 영혼 없는 구호에 불과한 것은 아닌지 면밀한 점검이 필요하다. 이를 내실 있는 목표로 만들기 위해서는 기존 업무방식의 개선점을 고민하고, 변화의 흐름을 주시하며, 실제적 변화를 위해 움직일 수 있어야 한다. 무엇보다 직원들의 인식 변화가 중요하다. 현재에 안주하지 않고 미래를 내다보는 ‘스마트’한 해안이 절실한 때다.

❖ 시청자미디어재단이 2016년 12월 도입한 모바일 전자결재가 가능한 그룹웨어시스템





옥골선풍에서 띄우는 편지 대구CBS 사옥 사용설명서

대구지부 권소영 조합원

고된 수습생활을 마치고 대구CBS로 오게 될 후배 노조원들, 반갑습니다. 여러분이 일터로 발령받을 대구CBS 사옥은 사람 나이로 치면 불혹에 접어들었습니다. 구석구석 성한 공간이 없어 병 수발을 들어야 할 정도의 각별한 주의가 필요한 곳이죠. 선배가 일러주는 '대구 사옥 사용법'을 가슴에 잘 새겨 유용하게 실천하길 바랍니다.

첫째, 사옥과의 강렬한 첫 경험에 너무 놀라지 말 것.

대구 노조원이라면 누구나 사옥과의 강렬한 '첫 경험' 하나쯤은 가지고 있습니다. 혹자는 면접날 마주한 사옥에 경악과 실망을 금치 못하고 발걸음을 돌릴 뻔도 했구요. 누군가는 당시 사옥 뒤편에서 공사 중인 고층 아파트를 사옥 신축 건물로 착각한 웃픈 경험도 있습니다. 무엇을 상상하든, 이 사옥은 기대 이상의 첫 경험을 안겨줄 겁니다. 마음 채비 단단히 해주세요.

둘째, 녹음 스튜디오 안에서 몸가짐을 조심할 것.

40년 전 지어진 이 건물은 석면의 위험에서 자유롭지 못합니다. 아나운서와 기자의 주된 업무 공간인 스튜디오가 특히 그렇습니다. 너무 걱정은 마세요. 뛰기, 벽에 기대기, 문 세게 닫기와 같은 과격 행동이 없는 한 괜찮습니다. 다만 D스튜디오 복도 바닥은 이미 땅이 꺼진 상태니 까치발을 들고 조심하길 바랍니다.

셋째, 눈과 목을 필사적으로 사수할 것.

건물 전체가 환기가 어려운 구조라 실내 공기질은 항상 나쁨일 겁니다. 몇 년 후 본인도 모르게 눈이 침침하거나 목이 칼칼해질 수 있으니 참고하세요. 미세먼지 나쁨인 날에도 바깥 공기를 쐬고 싶어질 겁니다.

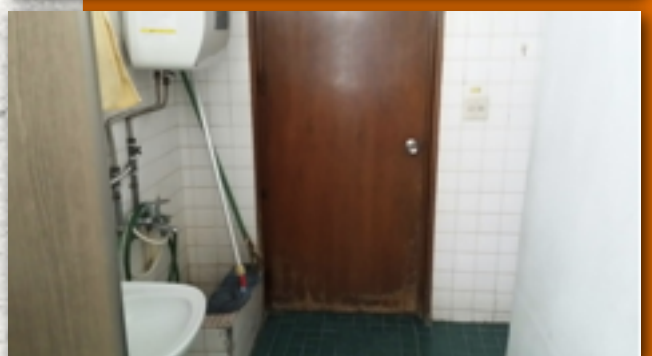
넷째, 양치는 꼭 정수기 물로 할 것.

대구 사옥의 수도물은 조금 남다른 맛입니다. 무색무취의 공식을 깨버리는 물이죠. 노후한 수도관을 타고 나오는 녹물이라 불그레한 빛을 띠니다. 때에 따라 누르스름하기도 합니다. 본인 눈이 잘못된 게 아니니 안심하세요. 몸에 철분이 부족한 게 아니라면 양치할 땐 필히 정수기 물을 받아 입을 행구세요. 부득이 손을 씻어야 할 땐 대안이 없지만요. 아침, 화장실 비데 사용 여부는 본인 뜻에 맡기겠습니다.

대구CBS 사옥 사용법 맛보기는 여기서 줄일게요. 나머지는 사옥에서 직접 알려주겠습니다.

한 가지 빠뜨린 소식이 있네요. 무려 20년 전부터 제기된 사옥 이전 '설'이 이제야 '계획'으로 현실화할 기미가 보입니다. 사옥 건축추진위원회가 올해 처음으로 꾸려졌는데 이번엔 정말 일을 낼 것 같네요. 수명 다한 사옥을 쫓아 음악FM 스튜디오를 짓겠다는 사측의 일방적 계획도 막아세웠구요. 대구CBS가 방송국다운 일터로 거듭나야 한다는 데 모든 노조원들이 모처럼 뜻을 모았습니다. 제법 침울하고 처량한 사옥 사용법을 후배에게 전수하는 것도 이번이 마지막이 될 것 같네요. 다음 편지는 이름에 걸맞은 대구CBS의 신 옥골선풍 사옥에서 띄울 수 있겠지요.

대구CBS사옥 온라인투어, 미리보기



[온라인 투어 안내] <http://cafe.daum.net/cryingdaegu>
이곳을 방문하면 대구CBS의 옥골선풍 사옥을 감상할 수 있습니다.



대전CBS 사옥 건축, “소통하고, 소통하고, 소통하고 싶다”

바야흐로 ‘소통하는 리더’에 대한 기대감이 가득한 시절이다. 하루가 멀다 하고 SNS에는 새 대통령이 국민들과 소통하기 위해 행한 여러 일들이 사진과 기사를 통해 쏟아져 나오고 있다. 대선 전 극장에서는 <특별시민>이란 영화가 개봉했었다. 영화 속에는 이런 장면이 등장한다. 콘서트장에서 노래하며 시민들과 소통하겠다고 나선 시장에게 한 관객이 이런 말을 외친다. “시장님, 이런 식이 아닌 진정으로 시민들과 소통하는 모습을 보고 싶습니다. 소통을 안 하면 고통이 옵니다.”

소통하는 리더를 바라는 시대, 지금 대전CBS는 불통의 고통에 시름하고 있다. 불통의 씨앗은 바로 대전CBS 신사옥 건축. 새로운 사옥을 짓는 일 또는 이전하는 일에 대한 직원들의 우려는 무엇일까? 지역본부 사옥 건축의 과정은 다른 지역국의 사례를 참고해 볼 수 있다.

1999년 6월 청주 봉명동에 지금의 방송국 건물을 신축 이전한 청주CBS는 당시 건축비를 비롯한 부지 구입비를 마련해야 할 상황이었다. 청주CBS 직원들은 새 사옥에 대한 공감대를 바탕으로 일정 금액(수백만 원)의 건축헌금을 약정했고 인사 발령으로 타 지역에 근무하면서도 약정한 금액을 모두 월급에서 떼어 제출해 사옥 건축을 성공적으로 마무리했다는 이야기가 들린다.

2007년 11월 지금의 전주시 용정동에 사옥을 마련한 전북CBS는 익산CBS 건물 매각 자금을 재원으로 새 사옥의 터를 닦을 수 있었다. 당시 전주 시내에 비해 저렴하게 구입이 가능했던 방송통신지구를 사옥 부지로 마련했지만 성공적인 건축을 위해 당시 직원들이 힘을 모아 건축헌금을 각출해야 했고 이후 부채 상환을 위해 전 직원이 많은 수고와 노력을 함께 감당했다고 한다.

이것이 바로 사옥 건축을 결정하는 과정에서 먼저 직원들의 마음을 하나로 모아야 하는 이유인 것이다. 사옥 건축은 앞으로 그 사옥에서 대전CBS의 미래를 만들어 갈 직원들이 주체가 되어야 하고, 그 직원들을 설득하는 과정이 무엇보다 우선돼야 한다. 그 과정이 매끄럽게 진행될 때에 온 직원들이 한 마음으로 내 일처럼 동참해 지역 사회와 교계에 사옥 건축의 필요성을 알리고 도움을 구하며 이전 비용과 자원 마련에 앞장설 수 있을 것이다.

손바닥도 마주쳐야 소리가 난다는 말이 있듯 아무리 좋은 정책이라 할지라도 그것을 실천할 직원들의 공감대가 없다면 완성되기 어렵다. 대전CBS 신사옥 추진의 꿈을 실현할 주체는 바로 직원들이다.



❖ 대전 문화동에 위치한 현 대전CBS



“일등공신 씨리얼 사측은 또 농칠텐가?”

이지혜 노보편집기자

업무감도 대비 고용형태 엉망인 현실.. “고용안정화 시급”

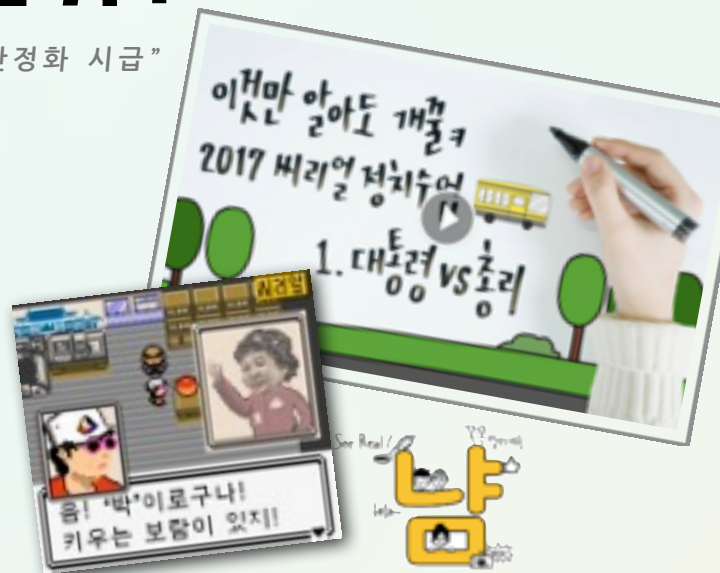
“사랑의 방송 CBS입니다” 예쁜 목소리의 상담원분 목소리가 흘러나온다. “아 맞다. 우리 회사가 사랑의 방송이었지?” 생각과 함께 기분도 좋아지고, 자부심도 느껴지는 순간이다. 하지만 보도국 안으로 들어가면 당장 불편한 진실에 직면한다. 같은 공간, 구성원 소속은 제각각인 현실에 공기마저 답답하다. 저 멀리 <씨리얼>팀이 한 칸에 보이고, “저들은 언제까지 다닐까?”라는 생각이 든다. 타사기자들까지 사석에서 롤모델로 삼고 싶었던 <씨리얼>의 처우가 형편 없다는 말이 예전부터 돌았기 때문에 ‘당연히’ 오래 같이 일하지 않을 것 같아 보인다. 프리랜서, 파견회사 직원, 연봉계약직...사랑이 없는 고용을 한 CBS에서 그들은 따뜻함을 느끼고 있을까? 새삼 궁금해진다.

<씨리얼> 구성원은 모두 6명이다. 원래는 4명이었는데 최근에 2명이 합류했다. 초창기 멤버인 신혜림 PD가 있고, 나머지는 1년이 채 되지 않았다. ‘모두’ 비정규직이지만, 업무특성상 정규직과 대동소이한 업무강도로 일을 한다. 영상작업을 하고, 실시간으로 올라오는 SNS 반응도 참고해야 하기 때문에 반(半)자발적 야근을 할 때가 종종 있다. 회사 눈을 의식해 야근을 하지 않으려 하지만 업무를 하다 보면 야근이 필요한 것은 당연지사다. 아무도 야근 수당을 받지 못하지만, 정규직에 준하게 일을 하고 있다.

사측은 “너네는 정규직이 아니니까 야근을 하지 말라”고만 하지, 고용형태를 개선할 생각이 없어 보인다. <씨리얼>을 다채롭게 했던 두 명의 팀원은 살 길을 찾아 떠났다. 그들은 최소한 연봉계약직이나 정규직 신분이 됐다.

CBS에 계속 있었으면 제자리에 머물렀을 이들이다. 타사 디지털 영상팀의 이야기는 <씨리얼> 구성원들에게도 종종 들려온다. 한 신문사는 디지털 영상기자를 본사 기자에 준하게 공채로 채용했다고 한다. 최근 한 지상파 방송사는 대학생 인턴에게 취재비를 전액 보전해주겠다는 조건으로 채용했다. 당연히 SNS등 디지털뉴스 담당이다. “차라리 대학생 인턴이 더 낫겠다”는 생각이 드는 건, 대학생이니까, 뭔가 경험을 하는 과정이니까 인턴이니까 괜찮겠지 스스로 세뇌시킬 수 있기 때문일 것이다.

이런 얘기를 듣다 보면 동요될 때가 많지만, 차마 <씨리얼>에 대한 애정 때문에 CBS 보도국 안을 떠나지 못했다. 하고 싶은 말을 할 창구가 필요했고, 그러한 의욕을 인정해준 CBS는 참고마뻐던 곳이었다. 하지만 밖에서는 뉴미디어의 중요성이 커져가고, SNS도 키우겠다고 하는 것 같은데 <씨리얼>을 비롯한 디지털팀 처우 수준은 여전히 밑바닥이다. 최근 <씨리얼>팀이 영입하려고 했던 지원자는 근로조건 이야기를 듣고 “오지 않겠다”고 말했다.



모두가 탐냈던, 같이 일하면 최상의 성과를 낼 수 있을만한 이였지만 눈앞에서 농치고 말았다. 100만원 조금 넘는 돈을 받으며 센 업무강도로 일할 이가 누가 있을까 하며 현실을 받아 들였다.

“공든 탑이 머지않아 무너질까 두렵다”고 신 PD는 말했다. CBS에 온 지 2년 남짓 된 한참 후배였는데도, 마치 한 부서의 부장님 같은 포스를 풍겼다. 정규직으로 입사한 기자는 이해 못할 불안감을 잔뜩 떠안은 그는 지난해 비로소 연봉계약직으로 고용됐다고 했다. 인턴으로 입사해 프리랜서, 파견회사 직원까지 골고루 거쳤다는데(불과 2년 사이), 그 와중에 <씨리얼> 책까지 펴냈다.

영상을 만들면서 시간을 쪼개가며 책을 썼지만 회사는 <씨리얼> 콘텐츠 취재기 등을 담았다는 이유로 인세를 모두 가져갔다. ‘인센티브’라도 받지 못했냐고 하자 “그렇다”고 하며 껄껄 웃었다. CBS의 한 축을 담당하는 주축이었던 라디오방송, 노컷뉴스에 이어 최근 들어 SNS가 급부상하고 있다. 그리고 그 SNS 선봉에 <씨리얼>팀이 서 있다. 하지만 파편화된 구조 속에 서로가 상처를 주는 조직으로 변모하고 있다. 이에 대해 한 보도국 조합원은 “지금 회사가 너무나 기형적인 형태로 고용을 하고 있다”며 “노조에 가입하는 것도 일종의 특혜가 될 정도이고, 보도국에서 노보를 보는 것마저 주변에 미안한 상황”이라고 말했다. “사랑의 방송, CBS. 이대로 괜찮겠나?” 질문을 던진다.



CBS인센티브 제도 어떤 제도인가?

기획조정실은 지난 1월17일 'CBS인센티브 지급에 관한 통합시행기준'을 발표했다. 회사 발전에 기여한 부서와 개인에 대해 포상차원의 인센티브를 지급하기 위한 체계 수립과 합리적인 운영을 목적으로 시행된 제도이다.

제도 시행 첫 번째 인센티브는 지난 1분기에 심사를 통해 확정되어 지급되었다.

2016년 결산 결과를 통해 지역본부 손익평가에서 당기순이익 1위를 차지한 전북본부, 전년 대비 손익성장률 1위를 차지한 광주본부가 각각 2천만원과 1천5백만원의 포상금을 받았다. 또 표준FM과 음악FM 청취율 상승에 기여한 공로를 인정받아 편성국도 2천만원의 포상금을 받게 됐다. 이밖에 자산관리부, 선교국, 마케팅본부, 보도국 뉴미디어부(씨리얼팀) 등이 많게는 6백만원에서 최하 1백만원의 포상금을 받았다.

새롭게 시행되는 인센티브 제도를 살펴보면 지급 대상자는 CBS의 직원으로 한정하고 있으며 자회사 직원이나 퇴직자, 파견직 근로자는 해당되지 않는다. 심사와 확정 절차는 본사의 경우 각 부서에서 분기별로 인센티브 지급 요청을 하면 이를 취합하여 기초실 주관으로 심의위원회를 열어 인센티브 기준 부합 여부, 인센티브 지급액 등을 심사하여 평가위원회로 넘기게 된다. 이를 경영본부 주관의 평가위원회(인사위원회로 대체 가능)에서는 최종 확정을 하게 된다. 지역국의 경우 업무의 효율성을 위해 수치로 계산될 수 있는 협찬유치 등의 사항은 지역국에서 자체적으로 본부장 책임하에 지급하고 3개월마다 본사에 보고하는 구조로 운영이 되고, 임대유치 등과 같이 심의가 필요한 사안만 본사에 올려 심의를 받게 된다.

심의를 받기 위해선 우선 다음의 항목들에 부합해야 한다.

1. TV시청률, 라디오 청취율 상승	2. KOBACO 광고 및 상업광고
3. 방송(TV, Radio)협찬광고	4. 행사협찬광고
5. TV, Radio 방송설교 유치 현금	6. 제작조건부 프로그램 협찬
7. 임대유치	8. 경비절감
9. 기타 심의위원회에서 인정하는 경우	

이 제도를 통해 회사의 경영 발전에 도움이 되고 또 부서 및 직원들에게 회사의 이익배분을 통한 공동체 의식을 함양할 수 있음에 공감한다. 하지만 인센티브 제도를 자세히 들여다보면 개선해야 할 사항들을 발견하게 된다.

첫째로 평가 기준의 명확성과 성과금의 적정성이다. 지급률이 명시되지 않은 시.청취율, 임대사업, 경비절감 항목의 경우 심사의 기준과 지급액을 심의위원회(정책기획부장, 경영기획부장, 총무부장, 재무회계부장)에서 심사하여 평가위원회의 최종 승인을 받아 지급하는 구조이다. 보다 명확한 기준과 적정한 금액을 심사하기 위해선 현재 구성되어 있는 심사위원회의 확대 구성이 필요해 보인다.

둘째로 '2016년 제도개선 합의'에 따른 '조직성과 제도'의 운영과 중복되는 점이다. 제도개선에 따른 '조직성과제'는 당기순이익을 재원으로 운영되는 제도이며 시행 시점이 2018년부터라 아직 적용되고 있지 않다. 하지만 '성과금'을 재원으로 하는 '부서 인센티브'제도는 향후 시행될 '조직성과 제도'와 중복으로 지급 될 문제가 있다.

그리고 제도개선 시행 시점인 2018년부터는 인센티브 제도가 어떤식으로 운영될지 여부도 지속적인 논의사항으로 남아있어 제도에 대한 연속성도 문제가 될 수 있다.

마지막으로 '인센티브 제도'의 사각지대에 놓여 그저 바라볼 수밖에 없는 직원들의 불만이다.

인센티브를 받기 위해선 9가지 항목에 해당해야 하나 경영상 이익이나 경비절감 등 비용적인 측면을 제외하면 시.청취율 향상 말고는 일반 부서에서 조직 인센티브를 받을 수 있는 기회는 거의 없다.

직원 개인이 광고나 협찬을 유치하고 'CBS사업단'을 통해 수수료를 처리하던 관행을 양성화한 점은 환영받아 마땅하다. 또한 광고, 협찬을 통한 매출증대뿐 아니라 시.청취율, 임대유치, 경비절감 등의 분야로까지 확대하여 포괄적으로 회사 수익에 기여한 개인, 또는 부서를 포상하는 것 또한 바람직하다. 하지만 아직 시행초기라 개선이 필요한 부분을 감안하더라도 회사발전을 위한 목적으로 만들어진 제도인 만큼 수익기여 뿐만이 아닌 다양한 형태의 기여와 공헌까지도 공정한 심사를 통해 인정받는 제도, 그로인해 모든 부서 직원이 혜택을 누릴 수 있는 제도로 운영되길 기대해 본다.

각 항목별 인센티브 지급률도 기존제도에서 변경 내지 신설이 되었다.

적용항목	지급대상	지급기준	지급률	지급조건
1. 상업광고, 방송협찬	직접	매출액	1%(신설)	전년대비 초과
	간접	매출액	중앙국 5% 이내 지역국 10%이내	
2. 행사협찬	직접	매출액	1%(신설)	전년대비 초과
	간접	매출액	중앙국 5% 이내 지역국 10%이내	
3. 방송설교	직접	매출액	5% 이내(신설)	전년대비 초과
	간접	매출액	5% 이내	
4. CMS 후원	직접	매출액	10% 이내	전년대비 초과
	간접	매출액	10% 이내	1년
5. 프로그램 제작			제 10조 1항	
6. 기타 수익사업			제 10조 1항	
7. 시·청취율	라디오		심의위원회	평가위원회에서 기여도를 평가하여 지급
	TV		심의위원회	
8. 임대사업	직접		심의위원회	
	간접		심의위원회	
9. 경비절감	직접		심의위원회	
	간접		심의위원회	

CBS SOS

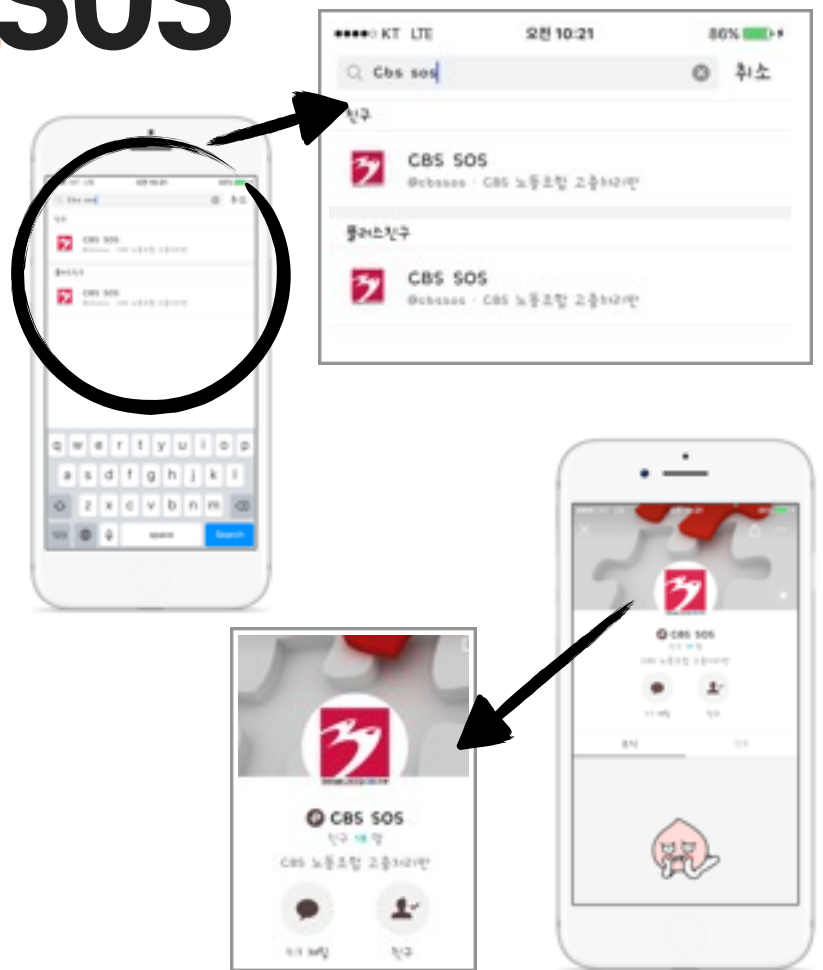
“어떻게 하면 좀 더 조합원들과 소통할 수 있을까?”
노동조합이 끊임없이 풀어야 할 숙제입니다.

이미 설치되어 운영중인 ‘소리함’의 운영이 미진함을 보며 새로운 창구가 필요함을 깨닫게 되었습니다. 마침 ‘여직원협회’와 면담을 하는 자리에서 그 실마리를 찾을 수 있었습니다.

현재 운영중인 소리함은 복도에 설치되어 있는 CCTV를 의식하여 자유롭게 이용할 수 없다는 의견을 접수 받았습니다. 또한 끊임없이 발생하는 직장내 성희롱 사건 등 개인 신상이 노출되어서는 안 될 민감한 부분은 사실상 덮어두고 공공 애플리케이션의 경우가 많다는 의견도 전달받았습니다. 이에 노조는 보다 쉽고 간편하게 언제 어디서나 접근 가능한 고충상담 창구를 만들기로 했고 누구나 이용하고 있는 ‘카카오톡’을 활용한 고충상담 창구를 만들게 되었습니다.

지금 바로 스마트폰을 꺼내 카카오톡 친구에서 ‘cbs sos’를 검색하면 ‘CBS 노동조합 고충처리반’을 만날 수 있습니다.

꼭 노조 조합원이 아니더라도 CBS직원이면 누구나 친구로 등록하고 언제 어디서나 1:1 채팅을 통해 문의해 주시면 고충처리 담당자가 응답을 드립니다. 이제 맘속으로 고민하지 말고 바로 ‘톡’ 주세요.



조합원소식

《편성》

【아나운서】

☞ 박재홍 조합원이 제 3회 <아시아 필란트로피 어워드>에서 감사패를 받았습니다. 이 시상식은 종교와 이념, 분야, 단체의 규모에 차별을 두지 않고 아시아 지역에서 박애주의 정신을 실천하는 숨겨진 리더를 찾아 격려하는 자리인데, 3년 동안 시상식 공식 사회자로 섬긴 공로를 인정받아 수상하게 됐다고 하네요. (#아시아가 주목하는 언론인, #CBS 공식 박애주의자)



【편성국】

☞ 편성국의 막내, 민경남 조합원이 새신랑이 됩니다. 오는 6월 10일(토요일) 오전 11시 서울대 라쿠치나 웨딩홀에서 신부 박슬기씨와 백년가약을 맺는데요. 벌써부터 민경남 조합원의 얼굴에 미소가 가득하다고 합니다. 많은 축하 부탁드립니다.



《경영본부》

☞ 마케팅본부 오복진 조합원이 지난 5월 10일, 2.4kg의 딸을 출산했습니다. 아기 이름은 "최고은"이라고 합니다. 이름처럼 맑고 밝게 자라길 소망합니다.



☞ 스페인 산티아고로 순례길에 올랐던 김필원 조합원. 800km 가까이 걸으면서 하나님과 독대하고 묵상하면서 그 여정을 무사히 마쳤다는 소식입니다. 몸과 마음, 더욱 깊어진 그녀를 기대합니다.

☞ 중앙자살예방센터에서 진행하는 ‘에어키스 캠페인’에 이봉규, 박재홍 조합원도 동참을 했습니다. 지인에게 안부를 묻는 것을 통해 이 사회에 따뜻한 기운을 더욱 불어넣자는 취지의 캠페인인데, 유재석, 박보검, 류준열에 이어 92번째 주자로 힘을 보탤 것이라고 합니다. (#매일 보는 내 안부도 짚물어주었으면... 먼 산 ;;;)

《기술》

☞ 지난 5월 16일부터 나흘간 제27회 국제방송, 음향, 조명기기전시회(KOBA 2017)이 코엑스에서 열렸습니다. CBS에서도 단독 부스를 통해 레인보우 고도화서비스, 하이브리드 라디오, OTT 방송서비스, CBS 시네마 등을 알리고 좋은 반응을 이끌었습니다. 디지털기술국과 ICT R&D 센터 조합원들이 지난 몇 개월간 밤낮으로 고생하며 준비한 끝에 성공적인 전시회가 되었는데요. 내년 KOBA 전시회도 기대해 주세요~

☞ 전시회와 같이 열린 국제방송기술 컨퍼런스에서도 많은 조합원들의 참여가 이어졌는데요. 특히 유의정 조합원이 CBS를 대표하여 타 방송국 주니어 기술인들과 함께 방송기술인을 준비하는 예비 엔지니어들과 만나 얘기하며 회사를 소개하는 시간이 있었습니다.



《선교TV본부》

☞ 5/26~27 1박2일동안 강원도 홍천에서 TV국 전체 워크샵이 있었습니다. 좋은 자연 속에서 TV국의 현재와 미래를 함께 고민하며 오랜만에 돈독한 우애를 다지는 시간이었습니다.