

한용길 사장 新사업 2년, 이대론 실패다!

전국언론노조 CBS지부와 CBS노동조합은 <한용길 사장의 리더십 평가 설문조사결과>에 이어서 한용길 사장의 지난 2년 임기동안의 경영성과를 분석하는 공동특보를 발행합니다. 현재 CBS는 미래 수익 비전이 절실한 상황입니다. 그래서 본 특보에서는 사장이 취임 전 내걸었던, 또 사장 취임 후 실제 시작한 <신사업의 현주소>를 점검해보려 합니다.

새로운 사업시도를 아예 안 하는 것보다는 실패를 할지라도 그 시도는 의미있는 작업이 될 수 있습니다. 다시 말해 CBS의 미래를 위한 투자는 반드시 해야 합니다. 따라서 이 평가는 회사의 사업추진에 대한 비난이 아니라 신사업의 지난 2년을 평가함으로써 사장의 경영능력을 중간평가하기 위한 작업이며, 무엇보다 추후 CBS의 더욱 전략적인 신사업 진행을 '독려'하고 '견제'하기 위한 것임을 밝힙니다.

전사가 달려들어 시행한 영화사업의 안타까운 현실

한용길 사장 취임 이후 가장 먼저 대대적으로 추진된 신사업은 영화사업이었다. 전국 CBS 지역본부들의 대규모 인력과 마케팅 역량이 투입되었다. 지역본부의 영화 관객 동원 숫자는 본부장 평가의 중요한 잣대가 될 정도였다. 그러나 CBS시네마의 영화사업은 1년도 못되어 조직 내의 반발과 영업 피로감을 불러일으켰고 결국 초라한 적자성적표만 남겼다.

2017년 2월에 나온 원가분석에 따르면 영화사업은 지난해 중앙국만 5억 원대의 적자를 기록했다. 갈수록 교계의 관심이 줄어들고 개봉한 영화마다 극장에 올릴 만한 수준이 되지 못한다고 평가받고 있다. 경영진도 지금은 수익사업으로서의 영화사업은 성공하지 못했음을 인정하고 있다. 그리고 이제는 '수익이 아닌 선교'라는 프레임을 내세워 영화사업을 계속 진행하고 있다. 그러나 이러한 입장 변화를 위해서는 무엇보다 회사가 직원들에게 먼저 답해야 한다. 영화사업이 애초 계획과 달리 수익사업으로서 실패

한 이유는 무엇인지, 무엇보다 선교사업으로서의 가능성은 구체적으로 무엇인지. 이런 엄밀한 정리가 전제돼야만 영화사업의 지속성에 정당성을 부여할 수 있을 것이다. 우리는 TV제작국에서 제작한 다큐 영화 '순종'이 한국 교계와 일반 성도들에서 호응을 얻고 선교적 반향을 일으키고 있음에 주목한다. 이는 새로운 콘텐츠 전략을 모색하고 있는 CBS TV 구성들에게 매우 긍정적인 요소가 될 것이다. 따라서, 회사는 이런 콘텐츠 생산 모델을 어떻게 더 활성화시키고 만들어 갈 수 있을지 고민하고 그에 따라, 더 효율적인 조직을 갖추 수 있는 전략을 더 면밀히 고민해야 할 것이다.

| | | |
|---------------|-------------|---------------|
| 182,050 | | 182,050 |
| 6,712 | | 6,712 |
| 1,063,065 | | 1,063,065 |
| 35,652,180 | | 35,652,180 |
| 1,003,355,622 | 174,241,885 | 1,177,597,507 |
| ▲ 511,320,706 | 241,018,702 | ▲ 270,302,004 |

[표1] 2016년 영화사업 실적표 일부

종교개혁 500주년 '나부터', 수익화 모델은 적절한가?



2017년 종교개혁 500주년을 맞아 CBS와 국민일보는 한국교회의 변화와 개혁, 실천을 촉구하는 '나부터'라는 캠페인을 시작했다. 이는 한국교회의 현 상황과 교회사를 고려할 때 매우 시의성있는 조치였다.

하지만 그 의미가 퇴색되는 여러 가지 사업들로 회사는 적지 않은 실패를 했고 비판 여론에도 시달려야 했다. 과연 종교개혁 500주년의 귀한 의미를 수익 사업의 목적으로 접근했던 회사의 방법이 옳았던 것일까? 성찰적인 질문을 해보며 관련된 사업들을 평가해 보고자 한다.

'종교개혁지순례' 여행사업도 수익사업에서 이미지 개선 사업으로 변모

당초 종교개혁성지순례는 2016년 9월부터 매주 1팀 (30명)씩 출발하는 것으로 계획되었다. 그러나, 여행사의 문제로 올 해 3월 21일이 되어서야 64명이 출발했고 5월 9일 31명, 5월 23일에 23명, 6월 14일에 22명이 출발한 것으로 확인되었다. 이후 여행팀 예약현황도 8월까지 매월 두 팀 규모로 출발하는데, 1팀 30명 기준은 못 맞추는 상황이다.

지금까지의 수익실적은 본격적인 사업 진행 이후의 데이터가 부족하여 알 수 없는 상황이다. 그리고 당초 이 사업은 수익모델보다는 CBS의 이미지 개선, 성도들에게 저렴하고 좋은 품질(쇼핑을 위한 옵션관광이 없는)의 성지순례 서비스를 제공하는 것이 목표라고 사측은 밝히고 있다. 종교개혁지순례 여행사업에 대해 한용길 사장이 1만 명을 모객하라고 지시했다는 이야기도 있었지만, 역시 이 작업도 결국, 신사업이라기보다 CBS 이미지 개선 사업으로 변모하는 모양새다.



종교개혁 500주년에 면죄부 판매라고 비난받은 기념메달 사업

'종교개혁 500주년 기념메달'을 판매하면서 CBS는 "불굴의 의지로 종교개혁 운동을 시작한 마틴 루터의 초상화가 담긴 전면! 루터가 프로테스탄트의 시작을 알렸던 '상비텐베르크 교회'를 형상화한 후면! 그리고 95개조 반박문을 붙이는 루터의 모습이 담긴 요판화까지" 담고 있다고 소개하면서 "한 교회 한 메달 소장하기, 가정에서 믿음의 유산 가보로 물려주기 운동에 동참해 주시기를 바랍니다"라고 밝혔다. 그러면서 CBS는 기념메달 수익금을 CBS의 '통일비전센터' 건립 등 통일선교 기금으로 조성될 예정이라고 밝혔다.

하지만 순금으로 만든 메달이 과연 '종교개혁 500주년'의 의미를 빛내고 '믿음의 유산'으로 값지게 전해질 수 있을지 의문이다. 마틴 루터가 95개조 반박문을 발표한 직접적인 원인은 로마 성베드로 대성당 건축 과정에서 필요한 재정을 충당한다는 명목으로 면죄부를 발행했기 때문이다. 하느님의 구원과 예수의 십자가 고난과 희생은 사라지고 구원의 가치가 돈으로 훼손되는 비극이 벌어지게 된 것이다. 종교개혁을 주장한 루터와 칼뱅 등은 돈으로 구원을 사고파는 현실을 비판하며 '오직 믿음', '오직 성사', '오직 은혜'를 외친 것이다.

[자료1] 민중의 소리에 실린 종교개혁기념메달 판매 비판 사설 중 일부

더함공동체 이진오 목사는 "CBS가 종교개혁 500주년을 맞이해 슬로건을 '나부터'로 정했다고 했을 때 조금 기대했다"며 "나부터, 작은 것부터, 지금부터 회개하고 돌이키고 다시 시작하기를... (바랬다)"이라고 고백했다. 그러나 "500주년 기념행사 어찌구 하며 처음 홍보하는 것이 금-은메달이라니. 이것을 가정마다, 교회마다 사서 걸어두는 게 믿음의 유산을 남기는 것이라니"라고 비판의 날을 세웠다. 또 이 목사는 "제자들은 고통 받고 소외된 자들에게 은과 금은 없지만 예수 그리스도의 이름으로 일어나 걸으라고 했는데, 기독교를 내세운 언론사는 예수의 십자가는 뒷전이고 은과 금으로 유혹하더니, 도대체 원가 얼마짜리를 얼마나 비싸게 팔아먹을지 지켜보겠다"

[자료2]천지일보에 실린 비판 기사 중 일부

다음으로, 개당 2백만 원이 넘는 종교개혁 기념메달 판매사업을 평가해보자. 200만원이 넘는 메달로 우리가 기념하고 싶었던 가치는 도대체 무엇이었을까? 이 사업은 당시 여러 교계 인사들의 의견을 취합하는 과정을 거쳐 시작된 사업이었다. 그러나, 이 종교개혁 500주년 금은메달 기념사업은 CBS가 종교개혁을 촉발했고 오히려 그 거룩한 정신에 반하는 또 다른 면죄부 판매사업이라는 치명적인 비판을 불러왔다. 그리고 이는 심지어 이단 신천지 세력들이 CBS를 공격하는 빌미까지 되었다.

대박의 꿈을 안고 시작한 기념메달판매사업은 지난 2016년 12월 5일 약 1억2천5백만 원의 실적을 남기고 사실상 종료됐다. 이런 실망스런 사업 행보에 우리는 과연 면죄부를 줄 수 있을 것인가? (홍보비용, 인건비, 수수료와 인센티브 비용 등 이 사업에 따른 비용에 대해서는 알려지지 않았다.)

바이블아카데미, CBS 박스도 줄줄이 사업 부진 중

| | | | |
|-------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| 용역비 | 158,295,291 | | 158,295,291 |
| 회의비 | 605,922 | | 605,922 |
| 소모품비 | 527,767 | | 527,767 |
| 도서인쇄비 | 68,428,033 | | 68,428,033 |
| 예비교통비 | 723,000 | | 723,000 |
| 지급수수료 | 10,213,926 | | 10,213,926 |
| 비용합계 | 312,631,737 | | 312,631,737 |
| 손익 | 868,091 | 21,951,687 | 22,819,778 |

[표2] 바이블아카데미 2016년 사업실적

조병호 목사의 통성경 [바이블아카데미] 역시 막대한 영상녹화비용이 투입되었고 국장급 인력 및 보조인력 투입, 사무실 공간 사용 등 상당한 비용이 투자됐었다. 그러나 현재 주간 십여 명 정도의 신규 등록을 보이는 빈약한 실적으로 계속 같은 사업이 되고 있다. 2017년 2월 자료에 따르면 2016년까지 용역비 1억 5천 8백만 원, 인쇄비 6천9백만 원 등 3억 원이 넘는 비용이 투자된 반면, 매출액은 3억 3천 5백만 원에 그친 것으로 나타났다.

현재 누적 인원 1601명 수준(2017년도의 신규등록인원은 430여명)으로 현재와 같은 상황이라면 인건비, 사무실 사용료라도 건질 수 있을지 의문이다. 사업초기 수 만명 회원 모집을 장담하던 그 공허한 외침은 어디로 갔는가?

게다가, 새로 시작한 출판사업 등도 부진을 보이고 있기는 마찬가지다. 결국, 한용길 사장이 희망적으로 시작한 수익사업들은 대부분 그 결과가 실패한 것으로 드러나고 있다.

| | |
|-------------|--------------------|
| 지급수수료 | 1,600,000 |
| 비용합계 | 63,560,370 |
| 손익 | ▲56,823,770 |
| 인건비제외 손익 | ▲11,955,121 |

[표3] CBS박스 2016년 사업실적

현재 유일하게 긍정적인 사업성과를 보이고 있는 것은 CMS뿐이다. CMS는 매년 10억에 가까운 수익을 내고 있으며, 꾸준히 증가하고 있는 추세이다. 이런 CMS를 통한 후원회원 늘리기가 향후 CBS의 선교분야 핵심 수익원이 된다는 것에 주목하고 Joy4U 공연과 CMS를 결합한 방식으로 후원자 모집에 나서는 것은 회사가 더욱 역량을 모아야 할 분야라고 할 수 있다.

CBS JOY4U 의 약진, 그러나 ‘하석상대’의 의문은 해소돼야

[표4] JOY4U 2016년 사업실적

| | | |
|----------|-------|-------------|
| 비용 | 출연료 | 207,590,000 |
| | 원고료 | 107,457,000 |
| | 진행비 | 21,197,261 |
| | 광고선전비 | 3,200,000 |
| | 회의비 | 72,729 |
| | 용역비 | 36,800,000 |
| | 판매수수료 | 185,202,738 |
| 비용합계 | | 911,208,370 |
| 손익 | | 309,587,062 |
| 인건비제외 손익 | | 659,275,704 |

지난해 조이포유의 광고수익은 12억 2천여만 원이었다. 월 1억 정도의 협찬광고 수익을 올린 셈이다. 2016년 조이포유의 손익내역을 보면 매월 1억 원대의 광고 매출과 7천 5백여만 원의 제작비 및 비용이 지출되어 월간 순이익 2천6백여만 원, 연간 순익 3억 1천만 원대로 나타나 있다. 그러나 이를 두고 '아랫돌 빼서 윗돌 괴기'식 하석상대의 결과일 수도 있다는 분석도 나온다. 조이포유의 실제 광고효과에 대한 의구심이다. 다시 말해 사장이 주도해서 신설한 조이포유에 CBS 몫의 광고물량을 우선 채워놓고 다른 분야의 광고를 추후에 메꾸는 것이 아니냐는 의혹인 것이다.

일각에서는 엄밀히 말해, 조이포유로 인해 발생하는 새로운 협찬 수익원은 여전히 한정적이며, 기존의 협찬물량을 갈아주지 않으면 만성적인 적자구조라는 지적도 나오고 있다. 더불어, 지상파방송이 아닌 조이포유에 PD, 작가, 외부진행자 투입 등 공중파 라디오 제작방식과 유사하게 접근하는 것이 적절하지 않다는 지적도 꾸준히 있어 왔다. 제작방식의 효율성을 높이기 위한 기존의 노력 위에서 라디오 채널과 조이포유가 더욱 시너지를 낼 수 있는 방안이 더 마련 돼야 할 것이다.

한용길 사장의 新 사업 위기, 원인은 무엇일까?

첫째, 지난 2년 동안 사장 개인의 판단과 인맥에 의존해 이루어진 사업추진이 가장 큰 문제로 꼽힌다. 한용길 사장은 취임 초기부터 사업에 대한 면밀한 사전조사와 타당성 검토 없이 비체계적으로 사업을 추진했다. 이 과정에서 소통부재를 넘어 CBS 내부의 공적 시스템도 상당히 허물어졌다. 회사의 경영상황을 객관적으로 파악하고 정책을 입안, 조정하는 기획조정실 기능이 사실상 작동하지 못하게 됐다. CBS의 매체 정책과 미래 먹거리 개발에 선두에 나서야 할 기초실은 지금까지 자신의 유능함을 입증하지 못했던 것이다. 그 대표적인 사례가 바로 CBS 시네마 <영화사업> 추진과정에서도 나타났다. 이는 진실로 우리 CBS의 아픔이다.

사장 개인의 판단과 인맥에 의존한 사업 추진

모두가 아는 것처럼 사업 시작 전부터 영화사업의 문제점과 실패 가능성을 제기하는 전문가들의 지적들은 많았다. 그러나 이런 지적을 모두 무시하고 영화사업에 대한 사업성 평가나 최소한의 준비도 없는 상태에서 한 사장은 미국 출장 후 '컨설턴트 계약서'를 내밀었다.

계약서의 내용은 △ 컨설턴트에게 크리스천 영화 수입과 관련해 독점적 권한을 준다는 것 (CBS가 기독교영화를 수입하고자 하면 반드시 자신을 통해야 한다는 것 = 독점권), △ 매달 5천불의 컨설팅 비용을 지급한다는 것, △ 그리고 영화 판매액의 3%를 지급한다는 것, △ CBS 영화수입과 관련한 출장 등 비용을 지급한다는 것이었다. 그리고 여기에 덧붙여서 이해할 수 없는 공연 관련 계약도 추가됐다. 컨설턴트가 연결한 아티스트의 내한공연이 추진되면 아티스트 공연료의 15%를 수수료로 지급해야 한다는 내용이다.

| | |
|--|--|
| 4. ARTIST RATES: | |
| Below is an example of information for an Artist that each separate contract would include. A rider that details the Artist's expectations will be included from the Artist Representative that will be signed by an authorized CBS Representative. All contracts will be between Christian Broadcasting Systems and the Artist. | |
| 1. Name of Artist: | |
| 2. Place of Engagement: | |
| 3. City(s) of Engagement: | |
| 4. Date(s) of Engagement: | |
| 5. Artist Price: | |
| 6. Rider Attached: | |
| METHOD OF CONSULTANT'S FEE PAYMENT AS FOLLOWS: | |
| CONSULTANT FEE: | 15% of Artist's Fee |
| Airfare: | Purchaser shall pay airfare from BNA roundtrip in Business Class. However, whatever class Artist flies Consultant will fly with Artist, if Consultant is needed for the trip. All hotel, food, and expenses will be paid by Purchaser. Consultant will also be accompanied by a companion in the same class, with companion expenses included equaled to Consultant. |

[자료3] 000컴퍼니와의 계약서 중 일부 : 아티스트 계약 시 아티스트 공연료의 15%를 수수료로 받는다는 내용

A retainer of five thousand dollars (\$5,000.00 US) will be paid by Purchaser to Consultant by the last day of each month. This retainer will be effective immediately after execution of this contract. This money is to be wired into bank account of Consultant on the 25th of each month given by separate email. This retainer is a non-recoupable retainer if the payments do not equal to the retainer. However, if the payments become larger than the retainer, the retainer will be subtracted from any commissions due from the next movie event, until Consultant notifies Purchaser in writing via email retainer is no longer required. (See example in Addendum A).

[자료4] 000컴퍼니와의 계약서 일부 : 매달 5천불을 컨설팅 비용을 내야 한다는 내용

지난 해 7월말 컨설턴트 계약기간이 만료되기 전 전국언론노동조합 CBS지부는 노보를 통해 000 컴퍼니와의 컨설턴트계약의 부당성을 지적한 바 있었다. 하지만, 매달 5천불의 컨설팅 비용을 지급하는 조항이 삭제되었는지는 확인할 수 없었다. 회사에 2015년부터 2016년까지 000컴퍼니에 지급한 수수료 내역을 요청했으나 자료공개를 거부했기 때문이다.

[자료5] 영화 컨설턴트 계약의 부당함을 지적한 2016년 6월 20일자 CBS지부 노보

그런데 회사가 세 번째 영화를 '불의전차'로 결정하고 분주하게 뛰는 사이 뒷집지고 앉아서 돈버는 인사가 있다. CBS의 영화사업과 관련한 미국 작품 수입을 책임지기로 계약을 맺은 린 베링턴(이하 린)이다. 회사는 영화사업 초기 미국 기독교 영화 수입을 린을 통해 하기로 가능하도록 컨설턴트 독점계약을 맺었다. 계약금은 6만 달러로 매달 5천 달러를 고정 지급하는 방식이다. 회사가 린과 맺은 계약은 관객 30만명 정도의 목표를 상정한 계약으로 파악된다. 동상 영화 티켓 판매금액의 3%를 컨설턴트에게 제공하는데 6만 달러는 대략 티켓 30만장의 3% 금액으로 계산된다.

문제는 린을 통해 수입된 영화의 관객수는 '프리미엄과 레터스' 두 편을 합쳐 약 17만명 수준이라는 점이다. 세 번째 영화는 다른 수입업체가 들어온 것을 공동배급하는 방식이기 때문에 린과는 무관하다.

결국 CBS와 독점계약을 맺은 린은 재 약할을 하지 않고도 관객 30만명에 해당하는 수수료를 챙긴 셈이다. 린을 통해 수입된 영화 두 편이 거둔 성적이 영화 자체가 지난 힘보다는 CBS 직원들의 지도와 맘이 반영했다는 점을 감안하면 린에게 지급된 컨설턴트비는 부당하다고 말할 수밖에 없다. CCM 분야에서 강점을 지닌 린에게 영화 전문성을 기대한 것 자체가 모순이라는 지적도 제기된다.

회사와 린의 계약은 7월 말로 종료된다. 계약 종료를 앞두고 노보는 부당한 불공정 계약이 연장되면 절대 안된다는 점을 분명히 밝힌다. 지난 1년간 우리 직원들이 영화사업에 대한 노력에 비해

둘째, 원가분석과 시장조사, 자체 보유 자원에 대한 철저한 평가 없이 진행된 사업추진방식이 결국 방만한 비용지출과 사업수익 악화로 드러나고 있다.

| 수익목표전략 | | |
|------------------------|-----------------------------------|---|
| 2017년 2분기 수익목표전략 | | |
| 2017년 운영일부세 | 주요내용 | 세무사항처리 및 기타사항 |
| 과세명 | • 회계장 업무 • 2차 부가환원 | • 국공 운영과수 : 7,259명 (8/37 기준) • 예상 매출 소계 : 36,200,000원 |
| | • 이세이츠(가계) The Case for Christ | • 6월 14일 개종을 목표로 대영교회 환인사 나와 장소영교회 모임을 주도하고 다양한 서비스와 SNS홍보를 통해 일반회원과 교도환원 • 목표 환원과수 : 100,000명 • 예상 매출 소계 : 330,000,000원 |
| | • 무서 | • 공로교회 500주년 기념행사 • 9월 공산 개종 예정 • 예상 수익 : 이세이츠(2분기연결), 수익률 매출 30% (2017년기준, 6분기연결) • 예상 매출 소계 : 80,000,000원 |
| 안정적 수익 확보를 통한 수익 확대 | • 내게 남은 사랑을 드림교회 (가계) | • CBS 100주년 기념행사, 공로교회/대교 공로교회(20%, 22%), 주영일교회(40%), 최소영교회(20%, 30%) • 10월 개종 예정 • 목표 환원과수 : 200,000명 • 예상 매출 : 200,000,000원 • 예상 매출 소계 : 200,000,000원 |

[자료6] 2017년 2분기 시네마국 수익목표

치밀한 계획 없이 변화된 상황에 기존 방식으로 사업 추진

지난 4월 20일 본사 경영전략회의의 자료로 제출된 시네마국의 영화사업계획은 매출계획만 있을 뿐 얼마만큼의 비용이 항목별로 어떻게 지출될지 아무런 계획도 기재되어 있지 않았다.

또한 영화사업의 전략변화를 기정사실로 인정한 만큼 철저한 사업타당성 검토와 합리적 계획수립, 효율적 시행과 점검의 과정을 통해 사업 재정에 나서야 하나 이런 과정 없이 기존 정책대로 사업을 추진하고 있다.

사장의 책임과 조직력이 무시된 경영행태

한용길 사장은 지역본부를 잘 모른다는 이유로 지역담당 부사장을 신설했고, 선교TV본부의 수장으로 회사를 언제 떠났는지 기억도 가물가 물한 인물을 보은인사 논란 속에 상무로 앉혔다. 또 보도제작에 대한 이해부족, 광고시장에 대한 무지로 일견 각 부서장에게 전권을 주는 것처럼 보였지만 실상은 책임을 떠넘기는 결과를 낳았다는 지적이 나온다. 회사를 단일한 목표로 통합하고 전체적으로 큰 그림을 그리며 이끌어가야 할 사장의 책임을 스스로 포기한 것이다.

또 다른 문제는 한 사장이 자신의 전문분야로 인식되는 영화, 음악, 공연 사업에만 몰두하는 편향된 경영행태를 보이고 있다는 점이다. 게다가 사장의 전문성이 인정되는 영역의 경우는 조직의 공적인 논의 절차도 무시되는 경우가 많다는 지적이 나오고 있다. 그 결과 사업 진행 후 문제가 발생해도 조직적인 대처나 체계적인 대응을 어렵게 만들고 있다. 가령 영화사업의 경우 그 누구도 나서서 개선이나 중단의 불가피성을 얘기하지 못하는 상황이 되어버렸다. 한 사장의 신사업에 직원 모두가 구경꾼이 된 형국이라는 것이다.

인사 참사에 따른 당연한 실패

한사장의 인사는 보은인사, 측근인사, 동기인사, 퇴직자 인사를 빼면 조직경영을 위한 메시지가 없다는 비판을 받아왔고 일각에서는 보복인사 논란을 제기하기도 했다. 부적절한 인물의 중용과 이로 인한 정책기획, 수행능력의 저하로 조직의 긴장감과 역량도 현저하게 떨어졌다. 열심히 일하거나 능력이 있는 직원보다는 사장과 친소관계가 인사의 우선원칙이 되어버렸다. 이런 인사가 반복되다보니, 신사업에 문제가 생겨도 개선이나 조정의 기능이 작동되지 않는다. 또 사업의 성공을 위해 열정을 다 하는 사람을 찾아보기 힘들다. 측근인사의 당연한 결과물인 눈치보기, 책임회피가 만연해진 것이다.

얼마 전 이사장 선임 문제로 연기된 국실본부장 인사에 대한 소문들이 무성하다. 이미 공공연한 비밀이 되어버렸다. 안타깝게도 문제가 된 인사 관행을 여전히 답습하고 있다는 지적들이 여기서 들려온다. 양 노조는 인사에 대한 의견을 사측에 전달한 바 있고, 이의 결과를 예의 주시하고 있다.

CBS 정신이 실종된 新사업

우리 CBS는 이 땅에 왜 존재하는가? CBS 정신은 기독교 이념을 바탕으로 하고 있다. 한 사장은 감리교회 장로로 기독교와 관련된 사업을 주로 벌였다. 그러나 앞선 지적에서 보듯이 교회일치와 교회갱신에 앞장서기보다는 눈앞의 수익 올리기에 우선함으로써 60여년 전통을 이어온 CBS의 빛과 소금의 정신을 훼손시킨 사례가 많았다. 신사업뿐만 아니다. 최근들어 CBS TV에서는 “양질의 선교방송을 위해” 무료로 영입한 설교를 질 낮은 설교들로 대체하는 일들이 집요하게 벌어지고 있다. 이유는 설교현금 수익 때문이다. 사장 후보 직원 공청회를 포함해 취임 후에도 여러 차례 밝힌 ‘수준 높은 무료 설교 유치’공약을 당장의 수익 논리로 저버린 것이다.

한국교회는 종교개혁 500주년을 맞이해 CBS가 교회개혁의 선구자가 되기를 소망했다. 그러나 CBS의 사업은 이에 부응하기는 커녕 오히려 역행하는 사례가 많았다. 수익도 제대로 못 거두고, 교회의 신망도 잃게 된 것이다. 지금은 한 사장이 추진해온 각종 사업들에 대해 전면적이고도 철저한 평가와 개선이 시급한 때이다.

우리 CBS는 이 사회에 무엇을 보여줘야 하는가? 이제부터라도 한용길 사장은 단기성과나 회계수치 만들기에 연연하는 모습을 버리기를 당부한다. 지금은 무너진 조직과 CBS 정신을 회복하고 오로지 CBS의 사명과 미래를 고민해야 한다. 특히 새 정부가 들어서면서 방송정책의 변화도 예상되는 만큼 당면한 미디어 환경변화 속에서 CBS가 어떤 미래를 준비해야 할지를 가리키는 큰 밑그림을 제시해야 한다. 이를 토대로 CBS의 역량을 어떤 사업에 집중하는 것이 효율적인지 우선순위를 정하고 CBS 구성원들이 중장기 목표를 바라볼 수 있도록 동력을 이끌어내야 한다. 그것이 우리가 기대하는 사장의 모습이다.