

발행인 박재홍  
편집인 윤지나  
편집디자인 류다연

주소 서울 양천구 목동서로 159-1  
CBS방송국 7층 노동조합  
TEL 02-2650-7390~2 FAX 02-2650-7393  
[www.cbsunion.or.kr](http://www.cbsunion.or.kr)

# CBS 노보특보

## CBS 사장후보들에게 듣다

### - 후보자의 차별성과 비전은 무엇인가?

#### 위원장편지

##### 4.30 사장, 노조위원장 선거 동시 진행

4월 30일 CBS는 새 리더를 만난다.  
정확히 3주 후 사장추천위원회와 재단이사회는 새 사장을 선출하고,  
전국언론노조의 모범조직 CBS노조는 새 노조위원장을 뽑는다.

한 사람의 힘은 역사를 바꿔왔다.  
코로나 속에 마주하는 엄중한 미디어 격변의 시기 우리의 선택은 향후 CBS의 명운을 가르게 될 것이다.  
우리는 어떤 리더를 기다리는가? CBS는 다시 꿈꾸고 싶다.  
우리의 매체 파워나 회사의 현재 모습에 대한 자기부정과 냉소를 뒤로하고,  
CBS 공동체와 그 안에 속한 나의 꿈과 우리의 비전이 다시 불타오르길 원한다.

지난 3월초 노조의 금권선거 우려를 담은 비판 성명 이후 3월 26일 재단이사회에서 부정청탁금지법을 위반한  
사장후보자와 재단이사회 구성원에 대해서 선거권과 피선거권이 박탈될 수 있음을 명문화한 것은  
이번 선거 과정의 기념비적인 성과일 것이다.

#### CBS의 꿈은 계속 되어야 한다!

이제 CBS사장 선거는 이사회정치, 교단정치의 장이 아닌,  
건설적인 경영 비전과 정책 대안 논의의 장이 되어야 한다.  
1954년 CBS 창사 이래 직원들에게 학습되어 왔던 위기론도 더 이상 듣고 싶지 않다.  
더 심화되고 있는 한국 언론계와 CBS의 위기 상황과 조건에 대한 나열은 이제 무의미하다.  
So What? 그래서 이 위기 앞에 우리는 무엇을 해야 하는가?

주도면밀한 성찰과 대안 찾기 그리고 실행력이 필요하다.  
그 치열한 논의의 끝에서 우리는 최적의 CBS사장이 누구인지에 대한 답을 찾아야 할 것이다.

오늘 노보 특보에는 CBS사장선거 사상 처음으로 최근 노조에 직접 출마 의사를 밝혀온  
사장 후보자들 13명을 대상으로 출마의 변과 주요 핵심공약에 대해 공식 질의하고 이에 대한 답변을 담았다.

이 답변(가나다순)들과 향후 직원공청회 내용을 바탕으로 '투명하고', '공정하게' 그리고 '치열하게' 논의하고  
토론하자. 그 숙의의 끝에 하나님의 마음에 합한 최적의 리더가 세워져 우리 CBS공동체 모두가 함께 기뻐하  
며 새로운 꿈과 희망의 노래를 부를 수 있기를 간절히 기도한다.



## 사장 후보 질의



## 감일근

## 대표경력

- 부산CBS 보도국장
- 보도국 편집부장
- 기조실 심의평가부장
- 대구CBS 본부장
- 논설위원

## 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를 다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

급변하는 미디어 환경에서 CBS는 또 한 번의 기로를 맞고 있습니다. 뉴미디어는 우리에게 위기일 수도 있지만 대응만 잘한다면 TV의 등장으로 빼앗긴 1등 언론사의 위상을 되찾는 기회가 될 수도 있습니다. 저는 창사 100년을 향해 CBS 제2의 개국을 주도하겠습니다. 먼저 CBS 역량을 하나로 모아 미래로 도약하기 위해 CBS를 바로세우는 것부터 시작하겠습니다. 합리적이고 효율적인 인사경영시스템을 구축해 '믿음 위에서 반칙을 배척하고, 상식과 원칙이 작동'하는 공동체로 만들겠습니다. 그 토대 위에서 라디오, TV 등 전통매체와의 시너지를 극대화하면서 뉴미디어 기업으로 거듭날 수 있는 전략을 추진하겠습니다. CBS를 바로 세우는 일에 필요한 새 사장의 자질은 모세를 도운 천부장의 능력, 곧 "하나님을 두려워하며 진실하며 불의한 이익을 미워하는 자"의 자질을 갖춰야 한다고 생각합니다. 부족하지만 저는 원칙과 정도를 지키는 것이 중요하다고 여기며 살아왔고, 하나님이 저를 세워 주신다면 그런 사장이 되고자 합니다.

## 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고, 후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지, 이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

미디어 환경이 급변하고, 특히 유튜브로 대표되는 디지털 영상콘텐츠가 대세가 되면서 라디오 중심의 CBS가 느끼는 소외감과 위기감은 클 수밖에 없습니다. 여기에 라디오 청취율은 정체상태고, 노컷뉴스의 방문객수도 텍스트뉴스 이용자 감소와 함께 눈에 띄게 줄고 있습니다. 반면 구성원들이 수긍할 수 있는 미래전략이나 대안은 부족합니다. R&D가 없는 회사의 고질적인 문제이기도 하지만 미래를 어떻게 설계할지 회사차원의 체계적인 연구나 대비가 부족합니다. 조직 또한 상황을 능동적으로 돌파하는데 필요한 역동성이 부족합니다.

사장이 되면 사장 직속의 한시적 기구로 '미래전략기획단'을 설치하겠습니다. 우리직원과 외부전문가로 구성하고, 다른 언론사와 국내외 대표 뉴미디어 기업들을 상대로 현장방문과 자료 수집을 통해 CBS에 최적화된 중단기 미디어 전략을 세우겠습니다. 이 결과물을 바탕으로 1년 내 CBS 미디어전략과 조직, 경영 시스템 전반을 리모델링하겠습니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지, 4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

뉴미디어 대응을 위해 나름대로 노력해 왔지만 아직은 '유튜브 용 영상물제작' 단계에 머물러 있습니다. 일부 콘텐츠는 다수의 구독자를 확보하며 선방하고 있지만 '기존매체와의 시너지' '수익성' 등에서 한계와 과제들이 노정됐습니다. 또한 체계적인 전략의 부족으로 콘텐츠 제작을 위해 필요 한 전제들-부서의 벽을 넘어선 인적교류와 의사결정 등-이 충족되지 못해 기획과 제작에 제약을 받고 있습니다.

뉴미디어가 성공하려면 먼저 가야할 제대로 된 방향과 목표를 설정하고 거기에 맞춰 조직과 의사결정 구조를 재편해야 합니다. '미래전략 기획단'의 분석을 토대로 회사 시스템과 자원을 뉴미디어 환경에 걸맞게 재배치하겠습니다. 양질의 인력인프라 구축도 성공의 필수조건입니다. 직원들을 상대로 6개월~1년의 '재교육휴가'를 시행하겠습니다. 교육カリ큘럼을 만들어 이수하고 과제물을 제출토록 하겠습니다. 신입사원 채용 때는 주요 평가항목에 뉴미디어 역량을 포함하겠습니다.

뉴미디어는 우리에게 위기지만 TV에 빼앗긴 1등 방송사의 위상을 40여년 만에 되찾을 수 있는 기회이기도 합니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지, 현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

코로나사태를 겪으면서 교회에 대한 우리사회의 불신 정도가 더욱 악화됐습니다. 목회데이터연구소가 올초 실시한 설문조사에서 비교인 중 '한국 교회를 신뢰한다'고 답한 사람은 9%에 불과했습니다. 교인감소가 진행 중인 상황에서 코로나 이후 전도와 선교가 더욱 어려워질 것임을 예고하는 것입니다. 그야말로 교회의 위기고, '교회의 위기는 곧 CBS의 위기'입니다.

CBS가 이를 심각하게 인식하고 위기극복에 발 벗고 나서야 합니다. 한국교회를 향해서는 교회갱신을 이끄는 캠페인을 전개하면서 관련 프로그램을 강화해야 합니다. 밖으로는 한국교회의 대변자로서 사회적 편견에 맞서는 방파의 역할을 해야 합니다. 동시에 선한 사역들을 발굴해 세상에 알리는 등 대교회인식 개선에 미디어 역량을 동원해야 합니다.

어려운 교계를 위해 동역자로서 최선을 다 할 때 한국교회가 비로소 CBS를 '우리방송' '우리언론'으로 부르게 될 것입니다.



## 사장 후보 질의

## 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를 다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

'단임' 여부를 떠나 차기 사장에게는 미래 비전에 기반한 책임경영 역량, 불확실한 대내외 환경을 극복해 나갈 수 있는 위기관리 능력, 확고한 'CBS 정체성'에 입각한 공동체 통합의 리더십이 그 어느 때보다 강하게 요구되고 있습니다. 30년 가까이 CBS에 몸담아오는 동안 변혁기마다 중요한 자리에서 조직의 아픔과 위기를 몸소 겪으면서 미래를 위한 도전을 멈추지 않고 시도해온 점이 저의 가장 큰 강점이라고 생각하고 있습니다. 무엇보다 노동조합 사무국장 출신으로 기획조정실장과 보도국장, 미래전략실장 등을 두루 역임해 오면서, 회사 전체를 균형 있게 들여다 볼 수 있는 눈을 갖게 되었고, 회사 경영을 위한 실질적인 경험을 쌓아올 수 있었던 것이 CBS를 섬기는데 중요한 자산이 되어 있다고 확신하고 있습니다.

## 김준옥

## 대표경력

- 노동조합 사무국장
- 기획조정실장
- 보도국장(콘텐츠본부장 겸직)
- 미래전략실장
- 송신소개발 특임본부장



## 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고, 후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지, 이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

현재 CBS는 특정 분야와 부문에 대한 개선을 통해 해결해 가기 어려운 전방위적, 종체적, 구조적 위기에 직면해 있습니다. 이 같은 위기는 장기간 누적되어 온 것으로, 정체성 혼란과 비전 부재의 악순환으로 이어지고 있는 상황입니다. 이로 인해 언론사로서의 위상 또한 급격히 추락하고 있습니다. 분야별, 부문별 혁신을 지속적으로 추진해 나가되, 근본적인 즉 구조적인 혁신을 시급히 병행해 나가지 않으면 위기를 극복하기 어려울 것으로 판단됩니다.

사장 부임 즉시 CBS 구성원들의 역량과 지혜를 결집한 '창의혁신TF'를 가동해 '1차 혁신 로드맵'을 확정하는 한편, 단기/중기/장기 혁신과제를 단계적으로 실행해 나가겠습니다. 아울러 근본적인 경영혁신 기반을 구축하기 위해 고양송신소와 목동사옥 연계개발 등을 병행 추진해 나가겠습니다. 한용길 사장 부임 이후 6년 동안 추진해온 고양송신소 개발사업이 이를 위한 중요한 발판이 될 것으로 확신하고 있습니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지, 4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

CBS 미디어 정책의 성패는 가장 CBS적인 콘텐츠를 어떻게 가장 첨단화된 시스템에 맞게 생산하여 유통시키느냐에 달려 있습니다.

부임 직후 '창의혁신TF'를 통해 뉴미디어 정책을 원점에서 점검하되, CBS에 최적화된 방향으로 과감하게 추진해 나가겠습니다. 일차적으로는, 편성국/보도국/TV제작국 등 기존 콘텐츠 생산 조직 안에 실질적인 스마트 콘텐츠 담당 부/팀을 설치 강화해 유기적인 협업이 정착돼 나가도록 하겠습니다. 2단계로, 각 부서별로 데스크와 함께 스마트 콘텐츠를 생산하는 스마트데스크를 운영하도록 하겠습니다. 3단계로, 스마트 역량을 갖춘 사람이 데스크 역할을 맡도록 하고, 각 조직 전체가 자체적으로 실질적인 뉴미디어 콘텐츠 생산 및 유통 역량을 갖추어 가도록 나가겠습니다. 이에 발맞추어 디지털미디어센터는 통합적 전략 수립, 시스템 개발, 운영 지원, 실험기능 등을 담당하는 조직으로 확대 강화해 나겠습니다. 무엇보다 스마트 콘텐츠 생산 및 유통 조직이 최대한 자율성을 가지고 창의성을 마음껏 발휘해 나갈 수 있도록 환경을 조성하고 적극 지원해 나가겠습니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지, 현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

'한국교회의 위기는 곧 CBS의 위기'라는 엄혹한 현실 앞에, CBS의 '선교적 사명'에 대한 재무장 요구, 'CBS 정체성' 회복에 대한 목소리가 안팎에서 갈수록 높아가고 있습니다. 창사 70주년을 앞둔 CBS와 한국교회가 태생적 동반자 관계임을 여실히 보여주고 있습니다.

CBS의 정체성은 'CHRIST'에 오롯이 담겨 있습니다. CBS가 예수 그리스도 안에서 한국교회와 하나가 되어 'CBS다운 CBS'로 다시 바로 서야 합니다. 'CBS다운 CBS'가 바로 CBS의 정체성이며, 비전이자 소명이며, 이 안에 모든 실행전략이 다 담겨 있습니다.

'그리스도의 복음'의 확산, '그리스도의 사랑과 공의'의 실천이 바로 CBS 선교 정책과 콘텐츠 제작의 기본 방향이 되어야 합니다. 이 기반 위에서 CBS는 한국교회연합기관으로서, 개별교회와의 관계를 넘어, 한국교회 전체의 동반자이자 구심점 역할을 감당해 가야 합니다. 이를 위해 '작은 자, 한 사람'을 그리스도의 마음으로 섬기는 일부터 실천해 가는 CBS가 되어야 합니다.



## 사장 후보 질의



## 김진오

## 대표경력

- 청와대 출입기자
- 워싱턴특파원
- 정치부장
- 보도국장
- 광주CBS 본부장

## 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를 다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

1988년 수습기자 시절부터 설움과 홀대를 수없이 겪으며 다짐한 게 있습니다. '내가 사장이 돼서 CBS를 창대하고 번성하게 하겠다'였습니다. 회개와 반성을하면서도 그런 집념은 더욱 단단해졌습니다. 특히 CBS 동료들에게 꼭 알려주고 싶은 게 있습니다. 하나님과 예수님이 어떤 분이신가를 말입니다. '창대'까지는 몰라도 4년 뒤의 CBS노컷뉴스는 역사상 가장 번성의 길로 접어들지 않을까라는 믿음이 있습니다. 제가 사랑하고 경외하는 하나님이 CBS를 사랑하고 계심을 알고 있습니다.

## 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고, 후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지, 이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

CBS노컷뉴스는 한국 언론사의 위기를 송두리째 안고 있지 않은가 합니다. 청취·시청률의 한계, 노컷뉴스 순위 하락 등으로 인한 중앙 언론사로서의 위상 저하와 선교TV들의 과도한 경쟁과 교인 감소 등 어느 것 하나 녹록한 것이 없습니다. 우리만의 독창적 콘텐츠와 플랫폼을 만들어도 바로 따라와 우리보다 더 나은 것을 런칭하는데다 거대 통신사들, 해외 플랫폼들까지 끼어들어 무한경쟁을 벌이고 있습니다.

혁신을 얘기합니다. 그런데 혁신은 문제점을 파악하고 해결하는 과정에서 나오는 결실이지, 혁신한다며 떠든다고 혁신이 되는 것은 아닙니다. 완전하진 않을지라도 답을 경영계획서에 담았습니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지, 4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

마법의 열쇠나 되는 양 '클럽하우스'를 주창하나 그건 천재들 몇 명이 만든 플랫폼입니다. 그런 플랫폼도 한두 달도 지나지 않아 시들해지고 있는 엄혹한 뉴미디어, 디지털 미디어 시장입니다. 우리만이 잘 할 수 있는 것들을 찾아 하면 된다고 봅니다. 지역본부의 얘기도 들었습니다. 이것 또한 경영계획서에 수록했으며 사내 전문가들의 계획과 지혜를 모아 논의하고 결정해 추진하겠습니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지, 현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

CBS 동료들의 관심을 잘 압니다. 제 경영계획서를 보면 좀 놀라실 분들도 있을 것 있지만 한 번만 더 생각해보시면 해답을 제대로 제시했음을 아실 것으로 봅니다. 70주년인 2024년에 사상 최대 매출에 영입이익을 50억~100억으로 제시했음을 알려드립니다. 영업이익을 20억 이상 내면 1/3은 임금 등에, 1/3은 선교, 1/3은 기독교 유관기관 등에 대한 후원과 구제에 쓸까 합니다. 복지 정책으로 15년 이상 근무하다 불의의 사고로 장애를 겪어 일을 하지 못하거나 하늘나라로 갈 경우 남은 가족이 중산층으로 생활할 수 있는 생활비와 대학까지의 자녀 학자금을 전액 지원할 계획입니다. 2013년 고 최승진 전 부장의 소천 이후 간직한 일종의 소명으로 받아들입니다.

## 사장 후보 질의

### 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를  
다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

디지털 플랫폼과 콘텐츠 개발, 이를 위한 조직 혁신 등은 CBS의 당면 과제입니다. 이를 위해서는 CBS의 가치 정립이 전제돼야 하고 조직을 설득해내는 과정을 거쳐야 합니다. 제가 가장 잘 할 수 있는 역할입니다. 저는 CBS가 지향해야 할 가치에 대해 누구보다 진정성 있게 고민해왔다고 자부합니다. 구성원들과 진심으로 마음을 나눴던 노조위원장 시절의 경험은 저의 소중한 자산입니다. 비정규직의 정규직화, 신천지와의 싸움, CMS 초기 정착 등은 이같은 노력의 결과였습니다. 다시 꿈을 꾸는 조직을 만들겠습니다. CBS 공동체를 살리고 보람되게 일할 수 있는 제작 환경을 만들겠습니다. 푸른 잎이 돋는 CBS의 꿈, 함께 꾸겠습니다. 그날에 여러분과 함께, 여러분 곁에서 기쁨을 나누는 친구이고 싶습니다.

### 나이영

#### 대표경력

- 노조위원장
- 종교부장
- 선교국장
- 강원CBS 본부장
- 강원영동CBS 본부장



### 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고,  
후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지,  
이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

오디오 매체의 한계, 정체된 노컷뉴스, 신규 캐릭터 콘텐츠의 부재, 노령화 등은 CBS가 안고 있는 오래된 위기입니다. 인건비 비중이 52%나 되는 상황에서 매출이 정체됐고 광고도 급감하면서 제작비 투여와 인력 충원이 더욱 어려워졌습니다. 한계에 봉착한 우리의 모습입니다. 이런 상황에서 가장 먼저 할 일은 CBS의 정체성과 비전을 공유하고 함께 힘을 모으도록 만드는 일입니다. 경영은 구성원 각자의 역량이 발휘될 수 있도록 제도를 만들고 인사를 하고 예산을 쓰고 결과를 독려해 구성원들이 새로운 꿈을 꾸게 하는 일이라고 생각합니다. 모두가 공유할 디지털 플랫폼의 비전, 영상 모바일 시대를 선도하는 콘텐츠 제작의 비전을 함께 꿈꿀 수 있도록, 끝없는 소통과 토론을 통해 조정하고 설득해 가겠습니다. 조직의 체질을 바꾸는 일, 가장 중요하게 생각하고 가장 먼저 착수하겠습니다. 그리고 임기 끝 날까지 집중하겠습니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지,  
4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

콘텐츠 혁신의 방향은 분명합니다. 영상 기반, 모바일 등 플랫폼 다각화, 커리 콘텐츠 개발이 기본 방향입니다. 이를 실현하기 위해 첫 번째 단계로 기존 조직의 협업을 확장하겠습니다. 편성과 보도, TV와 선교, 디콘국과 제작부서의 협업이 출발일 것입니다. 두 번째 단계는 표준FM의 편성을 시사 교양 콘텐츠로 바꾸고, 이를 영상 콘텐츠로 함께 제작하는 방안입니다. 이는 1년차부터 모색하겠습니다. 협업 확장 정도에 따라 조직 편재 역시 재편될 것입니다. 아울러 이용자 데이터를 세밀하게 분석해 타깃 그룹별로 구독 기반 콘텐츠 사업을 시작할 수 있을 것입니다. 후원과 팬덤 마케팅은 미래형 콘텐츠 구성의 핵심 자산입니다. 세번째 단계로 모바일 콘텐츠의 신규 제작 성과가 임기 2년차부터 나올 수 있도록 하겠습니다. 영상 콘텐츠 제작이 선교영역을 넘어 시사 교양 보도 영역으로 확장되는 단계입니다. 이를 기반으로 영상 채널 확보에도 가시적 성과가 나오도록 할 것입니다. 또 선교와 시사 두 분야에서 개방형 OTT 플랫폼(앱)을 개발해 CBS 이름으로 네트워크를 형성하겠습니다. 임기 전반기에 마쳐야 할 과제들입니다. 마지막 단계는 이같은 시도들이 꽃을 피우는 시기로 임기 3년차부터는 그 결과가 나타나도록 하겠습니다. 이같은 비전을 위해 임기 초부터 본격적인 논의를 시작하겠습니다. 콘텐츠 혁신에 CBS의 살 길이 있습니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지,  
현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

코로나19로 한국교회는 위기를 맞았지만 비대면 예배는 새로운 기회가 돼 모든 교회가 언택트 미디어에 뛰어들었습니다. CBS는 이를 지원해야 합니다. 예배 중계에 어려움을 겪고 있는 미자립 교회를 대상으로 무상 교육하고 개방형 OTT 선교 플랫폼을 통해 교회의 참여를 이끌어내겠습니다. 대형교회 중심의 관계를 지양하고 공교회와의 협력에 힘쓰겠습니다. 저는 CMS 후원자 20만 시대를 열 계획입니다. 그러기 위해서는 기쁜 후원이 될 수 있도록 후원금을 감동적인 콘텐츠 제작에 투자하고 사회공헌 프로젝트를 진행해야 합니다. 받기만 하는 것이 아니라 주는 CBS가 되겠습니다. CBS는 교회와 사회를 잇는 다리입니다. 교회의 목소리가 되어야 하고 또 사회 변화에 교회가 대처할 수 있도록 교회와 끊임없이 소통해야 합니다. 교회를 건강하게 만드는 일에도 책임의식을 갖고 임하겠습니다. 누구보다 잘 할 수 있다고 자부합니다.



## 사장 후보 질의



## 박옥배

## 대표경력

- 편성국장
- 청주CBS 본부장
- 광주CBS 본부장
- 선교기획국장
- 신천지특별취재단장

## 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를 다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

저는 1980년대 CBS 「월요특집」을 청취하면서 언론통폐합의 탄압 속에서도 정의의 소리, 옳은 소리를 내는 CBS에 입사하는 것이 제 꿈이 되었습니다. 1988년 입사 당시 사보에 밝힌 포부는 <예, 아니오가 분명한 정도를 가는 CBS인이 되고 싶고, CBS는 민중 속에 생명의 씨앗을 뿌리는 언론이 되어야 한다>는 것이었습니다. '기독교적 가치관의 확산과 인류 문화 창달'이라는 CBS 설립목적이 담긴 말입니다. CBS 사장은 누구보다 설립이념을 실천할 수 있는 확고한 철학을 가져야 합니다. 입사 후 묵묵히 CBS의 정체성을 성찰해온 제가 바로 그 적임자라고 생각합니다. 아나운서와 지역 보도제작국장, 편성부장, 편성국장, 청주와 광주 본부장, 선교기획국장·협력국장·특임국장, 신천지특별취재단장 등 방송, 선교, 경영 전 분야에서 일했습니다. 화합으로 소통하며 자랑스러운 직장, CBS를 반석 위에 든든히 세워놓고 싶습니다.

## 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고, 후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지, 이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

전통 미디어 CBS는 모바일 등 뉴미디어를 통한 콘텐츠 소비 증가에 따라 '이용자 맞춤형 콘텐츠 전략'에 투자를 요구받고 있습니다. 또한 라디오 매체의 경쟁력을 강화해 '라디오 본가'의 자존심도 회복해야 합니다. 이른바 Two Track 전략, 두 마리 토끼를 다 잡아야 합니다. CBS는 '노컷뉴스'라는 인터넷뉴스 브랜드화에 성공한 경험과 저력이 있습니다. '뉴스쇼'와 같은 기자·PD 콜라보, 협업체계의 성과도 있습니다. 또 외주제작의 한계(자체역량 부재)를 경험했던 「1318빅버스」의 교훈도 보도국의 새로운 콘텐츠 실험과 도전정신을 고양했다는 점에서는 높이 평가합니다. 뉴스 기획·제작, 뉴미디어 융합으로 올드 미디어의 한계를 극복할 수 있다고 봅니다. 물론 레거시 미디어의 한계를 극복하기 위해서는 청취점유율 25% 목표(표준7+음악18%)를 달성해야 합니다. 콘텐츠 혁신을 위한 방송경쟁력 강화특위를 가동함으로써 <라디오를 듣는 10명 중 4명은 CBS를 듣게 하겠다>는 꿈은 현실이 되게 하겠습니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지, 4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

콘텐츠 차별화·경쟁력을 갖추기 위해 뉴미디어 역량 강화에 역점을 두겠습니다. 콘텐츠 생산 부서를 디지털 콘텐츠 제작을 위한 최전방기지로 전환하자는 것입니다. 4차 산업혁명시대에 플랫폼 유통구조 적합형 모바일 콘텐츠의 개발·생산·가공은 당연한 귀결입니다. 스마트콘텐츠 부서와 라디오·TV·Joy4U 부서 간의 유기적 협조가 가능하도록 모바일 적합형 콘텐츠 개발 체제로 전환하는 것입니다. 이를 위해 디지털콘텐츠본부를 신설하겠습니다. 정보통신기술(ICT)에 기반한 미래 미디어 전략을 구상·수립하고, 디지털 콘텐츠 생산, 유통 기지 역할을 맡습니다. 전사적 디지털 혁신 인프라를 구축함으로써 모바일 광고시장에 적극 대비하겠습니다. 또 미디어기술연구소로 확대 개편해 미디어 콘텐츠 제작과 유통에 필요한 신기술을 연구·개발하고, 기술 발전과 콘텐츠 발전의 흐름을 예측해 전략을 수립하겠습니다. TV도 뉴미디어 시대에 맞도록 유튜브 등 플랫폼 유통 적합형 프로그램으로 재가공 서비스를 실시하고, 시청자 영상, 크리스천 버스킹, 교회 영상콘텐츠를 활용한 쌍방향 소통 채널로 전환하는 등 다매체 통합서비스를 구현할 것입니다. 뉴스 역시 영상이 있는 뉴스로 재가공해 새로운 포맷, 새로운 뉴스의 스마트뉴스 콘텐츠를 생산하고, 기획과 취재, 촬영, 편집 등 1인 제작이 가능한 영상저널리스트 양성과 빅데이터 축적을 위한 데이터 베이스 구축에도 투자할 계획입니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지, 현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

CBS는 명실상부한 한국 교회의 대표적인 미디어자산입니다. 과거 CBS는 한국 교회와 함께 [통일로 가는 길], [금강산 콘서트-통해야], 한민족평화통일기획단 등을 통해 민족 화해와 회복, 통일 운동에 기여했습니다. 최근 10여 년간은 이단·사이비·사교집단으로부터 한국 교회를 지켜온 성과도 있습니다. CBS는 앞으로도 다음 두 가지 사역에 역점을 두고 싶습니다. 첫째는 한국 교회 일치와 연합, 에큐메니컬 정신 구현에 미디어 선교역량을 집중하는 것입니다. 먼저 한국 교회와 함께 정치 이념화, 대립·갈등으로 하락한 기독교의 위상 회복 프로그램을 기획하겠습니다. COVID19 팬데믹에서 사회와의 소통 부족으로 쌓인 한국 교회에 대한 부정적 이미지를 해소하고, 또 CBS에 씩워진 [종북 좌파·반기독교·올드 이미지]라는 일부 편견을 해소하는 일입니다. CBS가 교회와 사회, 소통채널 이미지를 구축한다면 한국 교회도 적극 지원할 것입니다. 둘째는 CBS와 한국 교회가 한반도 평화통일기획 프로젝트를 공동 기획해 한민족 동질성 회복, 평화통일 어젠다를 주도하는 일입니다. 2025년 분단 80년을 앞두고, 민족 화해와 치유, 회복, 통일 관련 이슈를 주도해 나가는 것입니다. 특히 종교 차원의 화해와 일치를 이루는 일에 한국 교회와 적극 동역하겠습니다.

사장 후보 질의

출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를 다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

제 자신이 사장이 돼야 한다 라기 보다는 하나님의 택함을 받고 싶습니다. 회사의 미래와 비전을 제시하고 선후배간 통합의 가교역할에 가장 젊은 후보가 적격이라고 생각합니다. 당당한 저널리즘을 구현하고 부지런히 소통하는 대표일꾼의 모습을 보여드리겠습니다. 최장수 기획조정실장을 역임하며 조직, 예산, 제도 전반을 꼼꼼히 살펴봤습니다. 워싱턴특파원 경험을 통해 넓음과 포용의 가치를 배웠습니다. 오랜 정치부 기자 경력과 한국기자협회장을 지내며 두터운 외부인맥은 물론 경영능력도 쌓았습니다. 지난 3년간 20억 원 이상의 광고협찬 실적을 올려 회사 경영에 기여했습니다. 서생적 문제의식과 상인적 현실감각을 갖췄다고 자부합니다. 'CBS가 이렇게 크게 성장할 수 있었구나!'라고 구성원들이 스스로 놀라고 행복과 보람을 느끼는 회사로 만들겠습니다.

박종률

대표경력

- 워싱턴특파원
- 한국기자협회회장
- 논설위원실장
- 기획조정실장
- 미디어본부장



공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고, 후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지, 이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

구성원들의 자긍심과 자신감 수치가 낮습니다. 협력보다는 불신이 큽니다. 개인주의와 관료주의가 만연한 탓입니다. 회사는 곳간에 쌀이 비어 있는 형국입니다. 내일을 꿈꾸기보다 당장 오늘이 급합니다. 사장이 1명이 아니고 마치 560명인 듯 앞날을 걱정하는 구성원들이 많습니다. 저널리즘 측면에서는 미디어 비평매체에서 조차 CBS는 표본조사 대상에 끼지도 못합니다. 특종 보도가 사라지고 어젠더 셋팅 능력이 떨어지면서 존재감을 상실한 때문입니다. 콘텐츠 플랫폼이 아무리 바뀌어도 저널리즘 정신은 바뀔 수 없습니다. CBS만의 공정과 신뢰 이미지를 복원해야 합니다. 그런데 CBS의 저수지 물이 순환하지 못하고 오래 고인 탓에 싱싱한 물고기들이 어느새 생기를 잃어버립니다. 개인기는 탁월한데 조직력이 매우 약합니다. 구성원들의 잠재력을 다시 일으켜 세우겠습니다. 그러기 위해서는 가장 먼저 함께 하나가 되는 조직문화와 긍정의 분위기를 만들어야 합니다. 콩알 하나하나가 모두 고운 가루가 돼서 메주처럼 단단한 조직이 돼야 합니다. 그런 다음 모두가 공감하는 회사의 비전과 목표를 가다듬겠습니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지, 4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

콘텐츠 생산 초점은 매체 영향력과 경쟁력 제고에 맞춰져야 합니다. 영향력은 저널리즘 차원이고 경쟁력은 수익창출과 지속성장입니다. 이제 미디어는 커머스(commerce)입니다. 따라서 영향력과 경쟁력을 접목해야 합니다. CBS는 현재 라디오와 TV, 모바일 등 고품질의 다양한 콘텐츠가 누적돼 있지만 비활성화의 한계에 봉착해 있습니다. 여러 채널(홈페이지, 레인보우, 만나, 유튜브 등)에 콘텐츠가 분산되면서 시너지 효과를 내지 못합니다. 선택과 집중, 협업을 위한 컨트롤타워가 필요합니다. 많은 고정비가 소요되는 뷔페식 메뉴를 과감히 버리고 강소언론답게 특징적 식단으로 콘텐츠 차별화를 기하여야 합니다. 대표 프로그램의 브랜드화를 추진하고, 디지털 전담조직을 콘텐츠 제작부서로 분산시켜 데이터 기반의 소비자 맞춤형 콘텐츠를 만들겠습니다. 중장기적으로는 마케팅솔루션본부, 미디어렙과 연계해 콘텐츠 판매와 유통을 다각화하겠습니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지, 현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

CBS는 교회부흥을 위한 소통의 채널이자 교회일치를 향한 화합의 마당이 돼야 합니다. 민족복음화와 평화통일을 염원하는 언론선교의 사명도 수행해야 합니다. 복음의 가치인 생명과 평화의 문화 창달에도 힘써야 합니다. 이를 위해 CBS가 교회연합 선교기관인 만큼 이사를 파송한 교단에 특정 시간대를 배정하는 TV 프로그램 정책을 마련하겠습니다. 통일, 북한 관련 프로그램을 확대 편성하고 사회적 공헌과 치유를 위한 지속적인 캠페인을 시행하겠습니다. 코로나에 따른 온라인 예배 프로그램을 신설하고, 후원회원들을 본사와 지역본부 통합으로 관리하는 등 선교 후원금 수익 모델을 공세적으로 전환하겠습니다.



## 사장 후보 질의



## 신동원

## 대표경력

- 상무(선교TV본부장 겸임)
- 교회와 사회와의 대화를 전공한 Ph. D.
- 남아공 홀리미션 법인대표이사
- 시민사회 NPO 활동가
- 에큐메니칼 네트워크를 가진 목회경험자

## 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를 다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

사장이 바뀌면 CBS가 달라질까요? 사장 후보 중에는 누가 제일 나은가요? 비교급 아닌 최상급을 만들어야 합니다. 지금 우리에게는 필요한 것은 리모델링 정도가 아니라 리부트 수준의 토탈 혁명입니다. 그것은 프로그램이나 프로젝트가 아니라 시스템을 바꾸어야만 가능합니다. 표면의 파도가 아니라 심연의 흐름을 바꾸어야 합니다. 사람 하나 바꾸는 것이 아니라, 모두가 참여하는 경영, 모두가 창조의 주인이 되는 근본적인 시스템 혁명이 있지 않고서는 지속가능한 회사를 만들 수 없기 때문입니다. 이를 위해 혁명에 대한 깊은 철학을 갖고, 뼈 속 깊이 의식화된 리더, 말이 아니라 실제 그런 삶을 살아온 사람이 필요합니다. Ph. D. 이자 방송, 선교현장과 교회, NPO 경험자로 이론과 실제를 두루 갖춘 리더십이 필요합니다.

## 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고, 후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지, 이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

CBS의 한계는 외부적인 것보다는 내부에 있습니다. 외부환경은 바꿀 수 없습니다. 외부환경에 적응하는 것을 넘어, 나를 바꾸어 새로운 생태계를 만들어야 합니다. 우리의 문제는 단순히 사업 프로그램이나 미래 먹거리가 아니라, 나의 존재 의미와 사명감/ 미래 방향성/ 생산성/ 브랜드 영향력/ 행복지수가 우리의 본질적 문제입니다. 무엇보다 중요한 기초는 인사 기획시스템입니다. 인사가 만사입니다.

1. 인사는 사람 따라가는 인사가 아니라 목표업무 중심의 '시스템 인사'이어야 합니다.
2. 인사는 발령이 아니라, 사람을 세우는 일이기에, 창의성을 담보하는 인사시스템 개혁이 일어나야 합니다.
3. 창의성은 배당이 아니라 자기주도성에서 나오므로, 코드인사, 회전문인사, 좌천인사, 물지마 인사가 아니라, 창발적 보텀업과 본인의 의견청취, 팀원들의 참여에서 이루어지는 자천인사이어야 하고, 권한위임을 통해 자기 일에서는 자기가 주인이 되어야 합니다. "절대 희생하지마라. 네 꿈을 펼쳐라!" 모두의 꿈을 일으켜 주는 것이 인사입니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지, 4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

급변하는 뉴미디어 환경에서 콘텐츠 차별화를 이루기 위해서는 동종경쟁이나 벤치마킹이 아니라 디퍼런트, 온리 원의 초격차를 이루어야 합니다.

1. 이를 위한 빅 아이디어는 지금까지의 제작자 중심의 생산방식을 소비자 관점으로 바꾸는 데서 시작합니다. 이를 위해 시청자 참여와 공동창작에 이어지는 팬덤과 바이럴 네트워크의 형성이 필요합니다.
2. 돌연변이적 창의성을 가진 퀄리티 콘텐츠에 대한 전사적 투자가 있어야 합니다. 개편시 한 개 씩만 바꾸어도?
3. 지금은 뉴스가 아니라 기자를 구독하는 시대입니다. 기자와 엠씨, 아나운서를 브랜드화해야 합니다.
4. 콘텐츠의 선명성이 차별화를 낳습니다. 뉴스와 시사는 팩트가 아니라 브레이브 팩트로 심화해야 합니다.
5. 의미와 가치를 부여해 듣고 있으면 자아상 패키징이 되도록 해야 합니다.
6. 이제 콘텐츠만 갖고 승부하던 시대를 넘어, 다양한 마케팅 도구가 콘텐츠 생산과정에 동반되어야 합니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지, 현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

코로나 시대에 한국교회는 신천지나 다름없는 집단감염원이라는 비판과 함께 비대면 예배의 경험을 통해 앞으로도 참석율이 감소할 위기를 맞고 있습니다. 시급한 교회 개혁이 필요하지만 개혁하라고 외치는 것만이 아니라 먼저 개혁을 위한 프로그램을 제공해야 합니다. 교회가 죽으면 CBS도 한 쪽 날개를 잃기 때문입니다. 교회의 재정악화에 따라 후원이 어려워 질 수 있는 지금이 오히려 온택트 처치 시대의 중심이 될 수 있는 적기입니다. 1. 우리는 교회방송망에 오티티 콘텐츠와 기술을 제공하고 다음세대를 위한 에듀테크, 고령화 시대의 시니어 콘텐츠를 제공할 수 있습니다.

2. 무엇보다도 중요한 것은 교회의 리더십이 가진 패러다임을 바꾸는 목회자 재교육인데 이를 위해서는 산학협동으로 CBS 목회자 아카데미를 만들 수 있습니다.

3. 사회가 교회에 원하는 것은 개교회주의를 넘어선 사회와의 소통과 봉사, 빛과 소금의 역할입니다. 그것은 CBS 디아코니아와 남북평화사업이 선도할 수 있습니다. 70주년 기념 안전리어카 기증사업, '한라에서 백두까지!' 전국네트워크를 통해 올라오는 로드 콘서트 '통해야' 등을 통해 CBS와 한국교회의 브랜드이미지 마케팅을 동시에 이를 수 있습니다.

## 사장 후보 질의

### 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를 다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

CBS는 표준FM과 음악FM, 종교 TV, 음악전문 인터넷 라디오 JOY 4 U, 노컷뉴스로 구성됐습니다. 각각의 매체가 나름대로의 영향력을 갖추고 있습니다. 2020년 라디오 사업 매출은 661억원, TV 사업매출은 198억원으로 TV사업 매출이 전체 방송매출 859억원의 23%에 지나지 않습니다. CBS의 경영개선을 위해서는 TV의 라디오에 대한 의존도를 현저하게 낮춰야 합니다. CBS TV의 여러프로그램과 교계뉴스는 기독교계에 아주 큰 영향을 미치고 있습니다. 일반직원들이 예상하는 것보다 TV 제작자들이 느끼는 체감 영향력은 훨씬 큽니다. CBS의 전반적인 영향력과 경영개선을 위해 TV의 방송과 매출 역량을 강화해야 합니다. 라디오 뿐만아니라 TV 프로그램 제작과 복잡한 도급구조, 교계와의 관계 등을 잘 알고 있는 사람이 차기 사장으로 적임자라고 생각합니다.

### 유영혁

#### 대표경력

- CBS아침종합뉴스 앵커
  - 광주CBS 보도국장
  - 편집부장
- 전남CBS 본부장
- 교계뉴스부장



### 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고, 후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지, 이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

CBS는 라디오 중심의 언론사와 똑같이 위기상황을 맞고 있습니다.  
첫 번째 문제는 부채가 너무 많다는 것입니다. 2020년 부채는 973억원으로 매출 923억원보다 많습니다.  
CBS는 지난 10년동안 한두해를 제외하고 흑자를 기록했음에도 불구하고 부채가 증가한 것은 장부상 흑자였음을 보여주는 것입니다.  
CBS의 가장 급한 과제는 부채를 줄이는 것입니다.  
방송통신위원회가 한국방송광조진흥공사(KOBACO) 광고의 결합판매제도 폐지를 추진하고 있습니다.  
CBS는 결합판매제도를 사수하거나, 사수할 수 없다면 폐지 일몰기간을 최대한 늦춰야 합니다.  
일몰기간 이후 방통위가 계획하고 있는 대안중 하나인 공적재원을 최대한 많이 확보해 결합판매제도 폐지에 따른 충격을 완화해야 합니다.  
라디오 중심의 CBS는 혁신적인 사업추진에 한계가 있습니다.  
경영개선을 위해 부채축소와 함께 방송광고 확대 등 가장 기본적인 것부터 실천하는 것이 필요합니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지, 4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

CBS라디오의 표준FM은 아침과 저녁 시사프로그램과 설교를 제외하면 음악FM과 비슷한 프로그램을 방송하고 있어 차별성이 없습니다.  
표준FM은 뉴스, 시사, 교양, 종교 채널로 특성화해야 합니다.  
음악FM은 시청층 확대가 절실합니다. 음악FM의 청취율은 16%를 정점으로 하락추세를 보이고 있습니다.  
50대 이상의 고정적인 청취층으로 청취율 확대에 한계가 있는 만큼 50대 이하의 청취자를 확보할수 있는 선곡과 함께 음악중심에서 약간의 재미있는 이야기를 가미할 필요가 있습니다.  
TV는 설교와 강해, 간증 등의 프로그램에 기독교시사, 교양, 토론 프로그램을 신설하거나 강화할 필요가 있으며 필요할 때 생방송 할수 있는 체제를 갖춰야 합니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지, 현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

CBS는 기독교계와 애증의 관계를 맺고 있습니다.  
전반적으로 협력적 관계를 맺고 있으나 보수 교계로부터는 비난의 대상이 되고 있습니다.  
지난해 설교와 선교헌금, 후원금이 150억원 정도입니다.  
최근 몇 년동안 선교헌금과 후원금이 크게 늘고 있는 것이 교계 혹은 기독교인들과의 관계가 좋음을 보여주고 있습니다.  
교계와의 관계를 대형교회나 큰 기관 중심에서 중소형교회와 소규모 기관등으로 확대해야 합니다.  
협력과 상호이해, 봉사의 역할을 함께 해야 합니다.  
사회와 기독교계 현상에 대한 기독교인들의 시각을 넓혀줄 수 있는 방송프로그램도 신설할 필요가 있습니다.



## 사장 후보 질의



## 윤기화

## 대표경력

- 기획조정실장
- 선교TV본부장
- 부산, 대구, 경남(2회),  
영동CBS 본부장

## 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를 다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

"위기이다"라고 또 말하고 싶지는 않습니다. 하지만 CBS의 채널브랜드 영향력과 콘텐츠 경쟁력은 어느 정도인가? 지금의 경영구조가 지속적으로 조직을 견인해 줄 수 있는가? 반문해 봅니다. 후보자는 기획조정실장을 맡아 뉴미디어 출범에 대한 대응, 종합적인 경영마인드의 축적과 추진 동력을 키워왔으며 CBS TV본부장과 지역본부장(5번)을 통해 교회협력 및 영향력 확보와 지역의 세부적 현안을 파악해 실행을 구상하고 있습니다. 또한 보도, 편성과 행정의 방송의 실무 경험과 이해도 충분히 갖추고 있습니다. 지금 CBS는 자기점검의 엄중한 혁신과 변화가 필요한 때입니다. 인력이 최고의 가치이며 상위의 핵심요소입니다. 미래의 인재가 많은 CBS, 선교가치관과 세계관을 선포하는 탄력적이고 합리적인 인력 운용을 통해 경영에 지친 조직이 아니라 능력과 소통과 협력으로 경영을 창출해 나아가는 조직문화. 후보자는 그동안의 모든 지혜를 구성원들과 공유하고 함축해 판단하고 결정하고 이끄는 책임경영의 CEO가 되어 CBS의 존재 가치인 "생명을 살리는 축복의 통로"를 향한 그 소명(召命)의 사명을 다하고자 합니다.

## 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고, 후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지, 이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

언론사로서의 위상 추락이다. 매체의 다양성 가운데 정체성의 혼돈, 매체에 대한 자부심 결여, 선교언론의 명확한 조직정신을 반영하지 못한 엇박자적 저널리즘과 소명의식이 희석된 결과라고 진단해 봅니다. 정치세력 아닌 언론이 이념과 사상의 탑을 쌓고 진영화, 정형화 된다면 결국 무너질 것입니다. 교계저널리즘 역시 본질과 목적 안에서 접목하지 않으면 반(反)기독교적 세력으로 외면 받게 될 것입니다.

이를 반면교사로 삼아 먼저

- 힘 있고 바른 선교언론, CBS의 정체성을 확고히 할 것입니다.
- 후보자는 급변적 언론의 환경변화에 모두 쫓아갈 수 없는 상황에서(자원의 재분배, 투자의 열악함 등) 다양성의 언론이 아닌 특화된 언론으로 경쟁력 확보를 위해
- 단기적으로 특성화 콘텐츠와 디지털 플랫폼의 가용 환경과 확대 방안을 우선 점검할 것입니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지, 4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

디지털 시대의 방송은 타이밍이요 주도권의 선점이다. 선 투자의 필요성입니다. 미디어와 이용자를 동시에 수용하는 특성화된 콘텐츠와 보편적 플랫폼의 탄력적 운용이 시급한 과제입니다. 기존의 정형화된 조직에서 탈피해

- 보도(취재와 보도가 기계적인 조립공정에서 벗어나 이슈 중심의 선택과 집중의 대응적 시스템의 운용),
- 편성(올드층 중심의 획일화된 편성의 과감한 변화 시도)
- 선교(제작 단계부터 최종 접촉 단계 및 반응을 예측한 콘텐츠 기획)등
- 각 분야별 직종(職種)이 아닌 직무(職務)체계로 특성화한 팀 중심의 조직을 운영해 경쟁력을 확보하고자 합니다.
- 단순한 콘텐츠 제작사의 한계에서 벗어나 분야별 Multitasking System으로 소비자 중심의 마케팅 전략을 위한 플랫폼 기술 연구에 우선 투자해 디지털 환경 변화에 적극적으로 반응하고자 합니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지, 현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

70년의 CBS를 보는 한국교회의 시선은? 선교(복음)와 언론이라는 분명한 정체성을 표방하면서도 언제나 이원론적 잣대로 교계에 자리매김을 하지 못하고 있습니다. 한국교회의 현실과 아픔과 요청들. 그리고 세상의 물음에 CBS가 성경적으로 답해야 하는 일에도 적극적이지 못했으며 세속 세력에 대한 기독교의 폄하와 공격에도 선교언론의 CBS는 제대로 방어하지 못하고 변증함에도 부족했습니다. 70년을 회복과 비전의 CBS로 선포하며 복음을 저널리즘으로 힘으로 가공하지 않는 성경적 섭김의 혁신적 콘텐츠로 교회가 CBS를 바라보고 신뢰하고 의존해 압도적 관계의 일체감의 공동체적 명분을 확보하고자 합니다.

또한 통일선교의 주역으로 복음의 경계선을 넘어서 역사의 거울 앞에서 뚜렷하게 형상되는 CBS의 실천을 선포하며 작동하고자 합니다.

## 사장 후보 질의

## 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를  
다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

CBS는 오너가 없는 회사라서 장점도 있지만, 문제점 또한 안고 있습니다. 10년 20년을 내다보는 장기 플랜이 없다는 것입니다. 사장 임기가 4년인데 어떤 사장이 4년 이후까지도 내다보고 경영 계획을 세울 것인가 염려됩니다. 따라서 저는 노조위원장으로 역임한 사장 후보로서 노조원들의 투철한 책임감과 주인의식을 믿고 노동조합과 정례 모임이나 정례회의를 통해 열린 경영으로 CBS의 장기발전을 위한 경영을 해보고 싶습니다. 사장은 4년 이면 퇴임을 하지만 노조원은 대부분 짧게는 10년에서 길게는 30년 이후에도 회사에 남아 있습니다. 이런 측면에서 노조원들은 경영자보다 오히려 책임 의식이 강해야 한다고 믿습니다. 다만 주인의식이나 책임감만으로 회사를 바르게 이끌 수는 없기에 사장의 경영 능력과 경험에 노조원의 주인의식을 결합해서 CBS의 장기계획을 세워나간다면 CBS의 미래는 밝아질 수 있다고 생각합니다. 특히 언론사라고 해서 꼭 미디어에 대한 콘텐츠만을 생산해서 광고에 의존해 살아남는 방법을 지양하고, 미디어가 아닌 분야에 새롭게 도전해서 CBS비전과 경쟁력을 키우는 방법을 선택해서 CBS다운 경영으로 CBS다운 방송을 실현해 보고 싶습니다.

## 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고,  
후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지,  
이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

CBS는 옳고 그름의 문제로 앞으로 나아가지 못하고 있습니다. 옳고 그름의 문제는 흑백논리로 전개되고 우리 사회를 두 쪽으로 갈라놓았듯이 옳고 그름의 문제에 매몰되어서는 비전은 없습니다. "강한 자가 살아남는 게 아니라 살아남은 자가 강하다"라는 말처럼 경직된 사고에서 벗어나 우리 직원들의 유연한 사고의 전환이 필요하겠습니다. 유연한 사고가 효율을 높이고 경쟁력을 갖추게 되지요.

CBS 뉴스 영향력의 한계는 콘텐츠 문제가 아니라 플랫폼의 문제로 주요언론사로서의 대접을 못 받으며 위상이 추락해 있습니다. 따라서 경영진에서도 직원들의 제작 역량이 부족해서가 아니라 플랫폼 확보의 문제라는 것을 인식하고 공중파 TV는 아닐지라도 케이블 TV 뉴스라도 할 수 있도록 외형을 키우는 유연한 생각으로 CBS 한계를 벗어나도록 해야 하겠습니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지,  
4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

콘텐츠 생산방식이 아날로그 방식을 탈피하는 것이 우선되어야 하는 데 이는 메이저 방송사를 따라잡을 수 있는 절호의 기회임을 깨닫고 디지털 방식으로 대전환이 필요합니다. 이를 위해 디지털 콘텐츠에 최우선 투자를 하고, 또한 경쟁력을 높이기 위해 유연한 사고로 콘텐츠 생산에 대한 효율을 높이는 데도 제작자나 경영자 모두 노력을 해야 하겠습니다. 나아가 자체 대용량의 플랫폼을 서둘러 개발해서 소비자가 생산자가 되는 플랫폼 확보와 비대면 시대에 맞는 OTT에도 투자해서 한국교회를 하나로 묶는 인프라 구축을 이루어 CBS가 잘할 수 있는 장점을 최대한 살려야 하겠습니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지,  
현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

우리는 흔히 CBS는 언론의 사명과 선교의 사명을 띠고 양 날개로 비행한다고 했습니다. 다시 말해 두 마리 토끼를 잡아야 하는데 현실은 전혀 그렇지 못하고 세상은 선교방송이라 외면하고 교회에서는 일반방송이라 외면하는 두 마리 토끼를 다 놓치고 있는 상황입니다. 왜 그럴까요?

선교와 언론을 따로 분리해서 생각하고 우리는 또 그렇게 행동으로 옮겨왔기 때문입니다. 선교와 언론의 역할은 다르다는 우리의 이중성으로 선교 방송이 아닌 일반방송에는 기독교 정신이나 예수님의 사랑은 전혀 들어있지 않은 방송을 하고 있었죠.

한국교회와 우리 사회를 이끌어가는 CBS가 되기 위해서는 기독교 정신으로 철저하게 무장되어 일반방송을 한다면 그것이 일반인에게는 전도방송이고, 믿는 사람에게는 선교방송인데 그러한 기본을 무시하니 CBS는 경쟁력이 없는 방송사로 직원 스스로는 희망을 잃어가는 CBS가 되어가고 있는 것입니다. 따라서 직원들에게 기독교에 대한 가치 기준을 새롭게 정립시키는 교육을 가장 우선시하는 정책을 실천해서 직원 스스로 영적 전투를 위한 하나님의 전신갑주를 입도록 해야 하겠습니다. 이를 통해 창사 70주년을 앞둔 시점에 CBS 대변혁으로 우리 사회와 한국교회를 CBS가 변화시켜 가겠다고 선언하는 비전 선포와 행동으로 한국교회와 우리 사회와의 관계에서 핵심적 역할을 해나가도록 해야 할 것입니다.

## 이열범

## 대표경력

- 노조위원장
- 자산관리부장
- 기술기획관리부장
- 전남, 울산, 전북CBS 본부장
- 선교위원





## 정재원

### 대표경력

- 제1회 한국아나운서 대상 수상
- 굿뉴스, 가톨릭언론상 수상
- 2008지중해, 2018일본 크루즈 총괄기획단장
- EKD(독일개신교협의회) 주최  
-종교개혁500주년 기념 만국박람회 암송성경 전시, 봉헌
- 청주CBS 본부장, 선교TV본부장

### 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고,  
후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지,  
이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

기자와 PD들이 일선에서 최선을 다해 왔지만, 인터넷 뉴스매체 급증, 포털 및 SNS 중심의 뉴스 소비, 가짜뉴스의 범람 등 급변하는 언론환경은 중앙언론사로서의 CBS의 위상을 크게 훼손하고 있습니다. 시급한 것은 'CBS뉴스의 방향성과 가치에 대한 합의'입니다. 정치와 경제 권력의 영향을 벗어나 정론직필의 전통을 이어 온 CBS의 구성원들이 CBS만의 방향성과 가치를 합의하고 이를 증명해 나간다면 기회는 얼마든지 있을 것입니다. 모두가 '믿고 찾아보는 뉴스'를 만든다면 영향력은 자연히 증대될 것입니다. 둘째, '광고에서 구독으로' 수익모델을 전환시켜야 합니다. 이미 세계적인 언론들은 광고 대신 디지털 구독 모델로 가고 있습니다. 영국 가디언의 100만 회원, 수익 1천억의 성과는 대표적 성공사례이며, 뉴욕타임즈와 르몽드도 디지털 구독 수익이 광고를 훨씬 넘어섰습니다. 국내에도 한겨레와 뉴스타파가 이를 뒤따르고 있습니다. 반드시 CBS만의 구독모델을 성공시키겠습니다. 셋째, 이런 변화를 뒷받침하기 위해 변혁기금 1천억을 모으겠습니다. 우리나라 기부시장은 15조에 달하며 좋은 일에 헌신하고자 하는 개인 및 기업가는 많습니다. 세브란스병원도 최근 5년간 4천억을 모금했습니다. CEO가 앞장서 모금 캠페인을 전개하고 이를 바탕으로 가장 공정하고 가치 있는 언론으로 우뚝 서기 위한 디지털 혁신을 실현하겠습니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지,  
4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

CBS는 레거시 미디어를 넘어 디지털 미디어 플랫폼으로 변화해야 합니다. 이를 위해 첫째, 우리만의 차별화된 콘텐츠와 그를 바탕으로 한 구독 플랫폼을 구축하겠습니다. 김현정의 뉴스쇼, 새롭게하소서, 씨리얼, 잘잘법, 세바시 등 대표 콘텐츠들을 플랫폼으로 발전시키고 구독을 통한 건강한 성장을 이루어 내겠습니다. 둘째, 신규 오리지널 콘텐츠 연구개발을 전폭적으로 지원하고 사내외 교류를 확대, 지속적으로 최고의 콘텐츠가 탄생되도록 하겠습니다. 셋째, 저작권 해결 등을 통해 레인보우 서비스를 대폭 향상시키겠습니다. 원하는 프로그램을 원하는 시간에 듣는 다거나 다양한 음원과 뉴스를 큐레이션 해 '나만의 방송국'을 만드는 일을 가능하게 하겠습니다. 넷째, 빅데이터 분석 부서를 설치, 데이터를 바탕으로 한 콘텐츠 및 플랫폼 개발과 개선이 가능하게 하겠습니다. 다섯째, 실무진에 권한을 대폭 이양하고 지속 가능한 성장을 위한 객관적이고 공정한 인사시스템을 구축하겠습니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지,  
현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

CBS가 선교의 사명을 다하려면 한국교회와 성도, 그리고 한국사회에 먼저 다가가야 합니다. 교계와 사회로부터 '받는 기관'에서 '주는 기관'으로 변화되어야 합니다. 이를 위해 첫째, 목회자와 교회의 건강한 성장을 돋기 위한 토탈 플랫폼을 구축하고 콘텐츠 및 각종 정보 제공을 통한 선교 지원, 트랜드 분석, 인문학 강의, 교회학교 영상자료 등을 제공할 계획입니다. 둘째, 선교 중심에서 벗어나 성도를 1대1로 관리하는 관계 중심 목회 정립에 도움이 되도록 '우리교회 OTT'등 다양한 서비스를 제공하겠습니다. 이를 통해 작은 교회들도 활성화되도록 돋겠습니다. 셋째, 한국 내의 이주민이 참여하는 다국어방송을 국내에 설립하고 모국어 인터넷방송 송출을 지원하는 등, 직접적인 해외선교가 어려워지는 상황에서 미디어를 통해 해외선교가 더욱 힘 있게 전개되도록 최선을 다하고자 합니다.

### 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를 다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

저는 감사하게도 다양한 직무를 여러 지역에서 경험했습니다. 라디오 아나운서 겸 PD로 시작해, TV 및 선교 국장과 본부장, 울산 전주 청주의 위원 국장 본부장으로 일했습니다. 힘들 때도 있었지만, CBS에 대한 사랑과 자부심으로 기쁘게 사명을 감당해왔습니다. 굿뉴스 최초 도입, 조폭관련 지자체 비리 폭로, 파업노조원 영성훈련, 노숙인 3천명 전도, 새롭게하소서 미주순회 모금, 암송성경 봉헌, 그리고 개인후원을 늘리고 대형교회 의존도를 줄임으로써 지속 가능한 선교후원 시스템을 구축한 일 등 감사한 경험이 많았습니다. 이제 저는 하나님의 주시는 담대함으로 CBS 온 가족과 함께 새 역사를 쓰기 위해 사장에 도전합니다. CBS 100년의 주춧돌을 놓겠습니다. 이것이 저를 키워준 CBS에 대한 보답입니다.



## 사장 후보 질의

## 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를  
다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

저는 33년 3개월 동안 CBS의 많은 부서에서 일했습니다. CBS의 강점과 약점을 누구보다 잘 알고 있습니다. 이 때를 위함이 아닌가 생각합니다. CBS가 가진 문제는 물론 해법까지 제시할 수 있습니다. CBS의 변화와 도약을 위한 3단계 플랜과 네 가지 전략이 있습니다. 4년 단임제라는 점을 염두에 두고 당장 바꿀 수 있는 일부부터 시작하겠습니다. 코로나 환난까지 겹쳐 더욱 힘들어하는 후배들을 바라보면서 제가 CBS에 입사했을 때의 가슴 벅찬 기분으로 회사분위기를 꼭 돌려놓겠습니다. '언택트 시대 온택트' 디지털 시계는 더 빨리 돌아가고 있고 CBS는 기회를 놓치지 않아야 합니다. 앞으로의 70년 CBS를 강소매체가 아닌 강한 매체로 만들겠습니다. 하나님 보시기에 기쁘고, 심히 좋은 CBS로 꼭 변화시키겠습니다.

## 조백근

## 대표경력

- 보도국 정치부장
- 마케팅본부 마케팅영업부장
  - TV제작국장
  - 미디어본부장
  - 기획조정실장



## 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고,  
후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지,  
이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

CBS는 중앙언론사로서 브랜드 인지도와 콘텐츠 영향력 감소가 가장 큰 문제라고 생각합니다. 노컷뉴스도 새로운 활력을 찾아야 합니다. CBS는 콘텐츠 팩토리입니다. 콘텐츠 빅뱅 시대에 기존의 좋은 콘텐츠는 디지털을 입히고 새로운 디지털콘텐츠는 크게 터뜨려야합니다. 이용자의 취향, 환경 변화를 고려해 새롭게 이미지를 바꾸는 'CBS 리브랜딩'이 가장 시급합니다. 이를 위해 저는 가장 먼저 디지털 혁신에 집중하겠습니다. 디지털콘텐츠는 CEO의 인내를 필요로 합니다. 저는 '세상을 바꾸는 시간 15분'이 10년 전 세상을 바꾸기 위해 선보였을 때 TV제작국장이었습니다. 회사의 반대에도 불구하고 끈질긴 설득 끝에 론칭할 수 있었고 10년 만에 콘텐츠 가치를 150억 원까지 끌어 올렸습니다. 다음 카카오가 세바시에 프로포즈한 것도 결코 우연이 아닙니다. 바로 디지털콘텐츠의 힘이었습니다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지,  
4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

CBS는 디지털시대가 시작됐음을 이미 내다보고 콘텐츠를 만들었고 현재도 열심히 생산해내고 있습니다. CBS는 세바시에 이어 지금 씨리얼 삼우실 잘잘법 등 이전과 비교하면 전혀 새로운 방식으로, 전혀 새로운 플랫폼을 통해 디지털콘텐츠를 생산, 유통하고 있습니다. 분명 이제 콘텐츠생산방식의 대전환이 필요합니다. 저는 디지털콘텐츠 생산에서부터 구독경제를 통한 구체적인 사업화까지 연결시키겠습니다. 디지털마케팅을 넘어 디지털인센티브 제도까지 도입하겠습니다. 가장 중요한 콘텐츠 생산방법론에 있어 '디지털샌드박스'와 같은 CBS로서는 시도해 본 적 없는 획기적인 방법으로 크리에이티브 의욕을 높이겠습니다. 권한-자율성-도전-젊음의 네 가지 요소가 충만한 정예조직을 통해 차별화된 디지털CBS를 구현하겠습니다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지,  
현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

CBS의 지나온 70년은 은혜와 감사의 70년이었습니다.

코로나 환난으로 가장 직격타를 맞은 게 우리 기독교계입니다. 포스트코로나시대에 기독교 위기극복에 CBS가 함께 할 것이고 먼저 나서겠습니다. 저는 CBS 70년을 맞이해 구체적인 과제를 정했습니다. 가칭 '레인보우70 프로젝트'를 만들었습니다. 포스트코로나시대에 교회가 공공성을 회복하기 위한 방안을 수립하는데 함께 고민할 것이고 방송을 통해 논의와 홍보의 장도 충분히 만들겠습니다. 또한 포스트코로나시대에 온라인교회는 필연적이며 작은 교회들이 온라인교회 만드는데 CBS가 과거 교회음향지원사업을 하듯 돋겠습니다. 기독교미래를 위한 캠페인, 통일을 위한 언론선교 사명, 기독교문화와 교육 선도, 이단척결 전문방송으로 CBS의 선교사명을 다할 것임을 선포하면서 '처치 프렌들리' 할 것을 약속하겠습니다.



## 사장 후보 질의



## 허 옥

## 대표경력

- 서울과기대 IT정책전문대학원 초빙교수
- (경영학 박사, 미디어정책론, 미디어경영론 등 강의)
- 방송통신위원회 부위원장 및 상임위원(차관급)
- 엑스퍼트컨설팅(주) 가치경영연구소 소장
- (주)CBSi 사장
- CBS 보도국 기자(공채 12기)

## 출마의 변

후보자가 4년 단임제 첫 CBS 사장이 돼야 하는 이유를 다른 후보자에게는 없는 차별성을 바탕으로 말씀해주시기 바랍니다.

미디어 이용과 시장구조의 혁명적 변화에 대응해 CBS의 새로운 비전을 제시하고 직원들과 함께 이를 실천해 나가는 데 본인이 가장 적합하다고 생각한다. CBS 보도국 기자로 시작해 30여 년 동안 방송통신미디어 업계 현실과 정부 정책에 정통한 미디어 전문가로 성장했다. 방통위 부위원장과 상임위원 재직 시 150여 개가 넘는 방송사(지상파, 종편, 보도PP, 케이블TV 등 유료방송)에 대한 재허가, 재승인 업무는 물론 통신-방송사 인수합병 심사를 관장했고 <라디오방송 진흥을 위한 정책건의서>도 마련했다. 또한 자회사인 CBSi(주) 초대 사장을 지냈고, 10년 가까이 경영컨설팅업계에서 일했으며, 방송학 석사와 경영학 박사 학위를 지닌 미디어경영 전문가로 평가받고 있다. 뉴스와 매체영향력이 약화되고 KOBACO 광고체제의 위기로 어려움을 겪는 CBS가 어디로 나아가야 할지, 어떻게 그 과제를 달성할 수 있을지를 누구보다 잘 파악하고 있다고 자신한다. CBS 안과 밖을 두루 거치면서 쌓아온 미디어, 경영, 선교 관련 경험과 지식, 리더십을 바탕으로 CBS의 새로운 도약을 위해 준비된 경영자로 쓰임 받고자 한다.

## 공통질문

현 한국 언론계의 부정적 상황에 대한 장황한 기술 및 개혁 당위에 해당하는 설명을 빼고, 후보자의 구체적 비전과 방법론, 실행 방식을 중심으로 답변해주시기 바랍니다.

1. 현재 CBS가 중앙 언론사로서 '어떤' 한계에 '왜' 봉착해 있다고 진단하시는지, 이를 해결하기 위해 '가장 먼저' 착수할 사업은 무엇인가?

CBS가 지상파 라디오 중심으로 운영하던 사업모델의 한계에 부딪힌 것이다. 지상파 방송의 독과점적 시장지위로 방송광고의 특혜를 누리던 시대가 사실상 끝났다. 현재 미디어 환경의 변화를 일으키는 핵심 동인은 모바일 인터넷과 OTT이며, 언론수용자의 미디어 이용행태 변화다. 디지털·모바일 First는 뉴스도 예외가 아니다. 일방향 방송광고 모델에서 양방향 디지털 구독모델로 전환해야 한다. 양방향 디지털 구독모델에서도 뉴스의 신뢰도와 정확성, 공정성의 가치는 여전히 중요하다. 출입처와 속보 중심의 취재 시스템을 벗어나 팩트체크와 탐사보도, 문제 해결에 중점을 둔 독보적인 대안 저널리즘으로 CBS 뉴스의 영향력을 회복시켜야 한다.

2. 급변하는 뉴미디어 환경과 이미 다가온 위기 상황을 고려해, CBS의 콘텐츠 생산 방식의 대전환을 '어떻게' 이를 것인지, 4년 임기를 기준으로 후보자의 계획을 구체적으로 밝혀주시기 바랍니다.

CBS는 '방송 사업자'에서 '콘텐츠 플랫폼 사업자'로 사업 모델을 전환해 지속가능한 미디어 기업으로 나아가야 한다. '뉴스쇼', '노컷V', '세바시', '씨리얼', '잘잘법' '새롭게하소서' 와 같은 뛰어난 CBS 콘텐츠들의 유통을 TV와 라디오를 넘어 디지털 플랫폼으로 다각화해야 한다. 이와 함께 CBS가 직접 운영하는 콘텐츠 플랫폼을 개발하고 이용자 data를 확보해 구독모델을 만들어가는 것이 CBS의 미래를 위해 매우 중요하다. 현재 CBS의 콘텐츠 제작과 인력 운용은 라디오-PP(방송채널)-인터넷PC 중심으로 이뤄져있다. CBS가 디지털 기반의 콘텐츠 플랫폼 사업자로 도약하기 위해서는 영상-오디오-CP(콘텐츠제공)-모바일 중심 구조로 바뀌어야 한다. 또한 이용자 행태를 분석해 CBS 콘텐츠와 연결시키는데 이터 분석, 콘텐츠 기획, 서비스 개발 역량이 강화되어야 한다. 2019년 3월 <CBS 미래를 위한 노사혁신TF 결과보고서>가 제안한 내용을 이어받아 '버전 업' 하자는 것이다. 공청회 때 명확하고 상세하게 제시할 것이다.

3. CBS 창사 70주년을 앞두고, 선교기관으로서 CBS는 한국 교회에 '어떤' 메시지를 주고 '어떻게' 관계를 맺을 것인지, 현재 상황과의 차별점을 중심으로 설명해 주시기 바랍니다.

CBS가 방송선교기관으로서 지난 70년 간 수행해온 역할에 대해 종합적인 평가 작업을 우선 추진 할 것이다. 교회의 사회적 신뢰도 급락, 탈교회 현상의 증가와 코로나19로 인한 선교환경의 변화를 주목할 필요가 있다. 이를 바탕으로 CBS가 교회연합기관으로서 한국 교회의 개혁과 발전을 위한 등대 역할을 계속해 나갈 것임을 다시 선포하고, 교회와 크리스천들의 지지를 얻도록 노력할 것이다. AI, IoT, Cloud, Big data, Mobile 등으로 대표되는 4차 산업혁명 시대, 지능정보사회를 맞아 한국 교회가 어떻게 위기를 극복하고 선교 패러다임을 변화시킬 것인지, 그 방향을 제시하는 한국 기독교 Think Tank 역할을 CBS가 수행해야 한다고 본다.



# 전국언론노동조합 CBS지부 제22대 위원장 선출 공고

전국언론노동조합 CBS지부를 이끌고 나갈  
22대 위원장(전국언론노동조합 지부장)을 4월 30일 선출합니다.

제22대 노조위원장에 출마할 조합원은 선거관리위원회(노동조합 사무실)에  
비치돼 있는 소정의 양식에 따라 4월 19일부터 22일(각 09~18시)까지  
후보등록을 하시기 바랍니다.

## 노조 위원장 선거 관련 조합 규약

### \*조합규약 제42조 (선출)

- 위원장 임기만료 1개월 전에 조합원의 직접, 비밀, 무기명 투표에 의해 차기 위원장을 선출한다.  
위원장은 제외한 다른 임원은 위원장의 제청으로 대의원의 직접, 비밀, 무기명 투표로 선출하는 것을 원칙으로 한다.
- 위원장 후보는 투표일 5일 전까지 후보등록을 마친 조합원으로 한다.
- 위원장은 제적 조합원 조합원 과반수 투표와 과반수 득표로 선출한다.  
과반수 득표가 없을 경우 최고 득표자 순으로 2명을 선정하여 결선투표를 한 뒤 다수 득표자를 당선자로 한다.
- 위원장 단독 후보자는 찬반투표를 실시하여 과반수 이상의 찬성을 얻어야 한다.
- 위원장 등록 후보가 없을 경우에는 대의원대회에서 5인 이상의 추천으로 후보등록을 받고 대의원 투표에 의해  
위원장 선출한다. 이 경우 위원장은 출석 대의원의 과반수 득표자로 당선자를 결정하고, 2회 투표로도 과반수  
득표자가 없을 경우 최고 득표자 순으로 2명을 선정하여 결선투표를 한 뒤 다수 득표자를 당선자로 한다.
- 위원장 선거와 관련한 세부사항은 별도 규정에 따른다.

\*구체적인 선거관리 규정은 노동조합 홈페이지 자료실에 오른  
'전국언론노동조합 CBS지부 노조위원장 선거관리 규정'을 참조하시기 바랍니다.

선거등록

4월 19일(월) 09:00 ~ 22일(목) 18:00

선거운동

4월 23일(금) 09:00 ~ 29일(목) 18:00

투표

4월 30일(금) 09:00 ~ 18:00

2021. 4. 12

전국언론노동조합 CBS 지부  
선거관리위원회



CBS를 지탱하는 세 개의 축은 재단이사회와 경영진, 그리고 노동조합이라고들 합니다.

세 개 축 중 하나, 라고 정리하기에 CBS 노동조합의 역할은 막중합니다.

기본적으로 경영을 견제하는 일부터 회사의 미래를 고민하며

정책을 견인하는 역할까지 수행하고 있기 때문입니다.

CBS 경영을 책임지는 새로운 사장이 선출되는 날,

그의 파트너이자 감시자인 CBS의 또 다른 리더, 노조위원장도 선출됩니다.

미디어 현실은 예측 불가능할 정도로 변하는 중이고 CBS의 경영 현실은 녹록치 않습니다.

직원들의 구심점이 되어 CBS를 선도해야 할 노조위원장의 역할이 어느 때보다 중요한 때입니다.

험난하지만 명예로운 길을 개척하며 CBS 노동조합의 역사를 계승할

22대 위원장 선출에 조합원 여러분의 많은 관심을 부탁드립니다.

## 2021년 노조 위원장 선거일정

# 4 April



### 선거권과 피선거권

[전국언론노동조합 CBS지부 노조위원장 선거관리규정]에 따라

조합에 가입한지 5년 이상인 모든 조합원은 피선거권을 갖습니다.

다만 조합에 가입한지 5년 이상인 조합원일지라도 조합을 탈퇴한 후 재가입한 조합원의 경우,  
재가입 시점에서 2년이 경과해야 피선거권을 갖습니다.

또한 조합으로부터 징계를 받은 조합원 역시 피선거권을 갖지 못합니다.