연합노보

www.newsunion.co.kr

제228호 2019.5.15 (수)

전국언론노동조합 연합뉴스지부 (03143) 서울 종로구 율곡로2길 25 / 전화398-3620~2 / 팩스398-3630 / 발행인 홍제성·편집인 장동우.남광식

신뢰도가 국가기간뉴스통신사 지위 강화

공급자 중심에서 독자 중심으로 제작방향 전환 필요

전국언론노동조합 연합뉴스지부가 지난 9일 개최한 대토론회 참석자들은 통신사의 숙명처럼 여겼던 '속보' 경쟁보다는 뉴스 신뢰도를 키울 수 있도록 콘텐츠의 '정확성' 확보에 더 많은 노력을 기울여야 한다는 견해를 밝혔다.

신문, 방송, 통신, 구분없이 뉴스 플랫폼이 인터넷을 기반으로 재구성된 시점에서 속보는 더 이상 과거처럼 결정적인 의미를 부여할 만큼은 아니라는 판단이었다.

최근 국민청원을 계기로 우리가 너무 안주하지 않았나라는 반성에서 기획된 '국가기간뉴스통신사 지위와 역할'을 주제로 한 토론회는 조합원과 비조합원을 합쳐 30여 명이 참여해 오후 5시 30분부터 2시간 가량 진행됐다.

연합뉴스TV의 CG 실수로 연합뉴스의 국가기간뉴스통신사 지위에 문제를 제기한 국민청원에 서명한 시민은 4월 4일부터 5월 4일까지 한 달 동안 36만 4천920명에 이르러 많은 연합 구성원들이 위기감을 느꼈다.

홍제성 연합뉴스지부장은 인사말에서 "국민청원 사태의 근본원인은 연합뉴스의 보도 콘텐츠가 국민의 신뢰를 받지 못하고 있기 때문"이라며 "연합뉴스가 걸어온 과거를 되돌아보고 현재를 진단하고 미래를 설계해 나가는 중요한 계기로 삼아야 한다"고 말했다.

장동우 사무처장의 사회로 진행된 토론회에서 남광식 정책실장은 "국가기간뉴스통신사 지정은 연합뉴스 구성원 모두가 힘을 합쳐 이뤄낸 성과물"이라고 강조하면서 법적으로 부여된 국가기간뉴스통신사의 지위와 업무, 정부 구독료 계약과 산정방식, 과거의 불공정 보도 사례 등을 소개했다.

참석자들은 인터넷 광고와 직접 연계되는 트래픽에 매달려 트래픽이 많이 나오는 흥미 위주의 콘텐츠 작성과 편집에서 탈피해야 하며 사안의 옳고 그름을 가려 신뢰도 높은 콘텐츠를 생산해야 한다고 입을 모았다.

당장의 눈앞의 손실은 생길지 몰라도 긴 안목으로 국가기간뉴스통신사의 지위를 강화하고 언론사로서의 영향력을 회복하기 위해서는 꼭 필요한 조치라는 의견이었다.

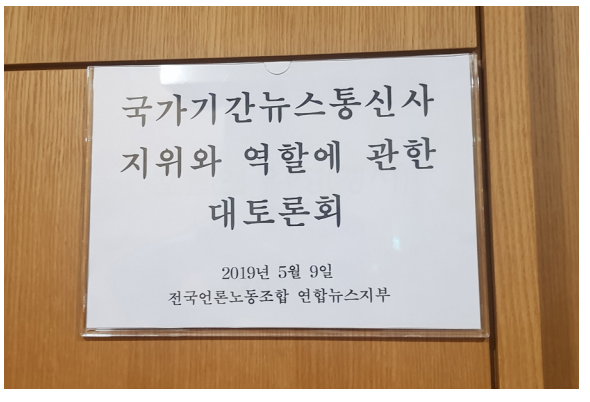
이를 위해서는 회사차원에서 방향성을 정해 트래픽 기반의 관습적인 콘텐츠 제작과 편집 관행을 바꾸어야 한다고 참석자들은 덧붙였다.

회사 차원의 정책적인 노력과 더불어 취재기자를 비롯한 콘텐츠 생산자들이 신뢰성과 공정성을 확보하기 위해 편파적인 지시와 싸워나가야 한다는 의견도 있었다.

결국 신뢰도 확보는 회사의 정책과 콘텐츠 생산자 개개인의 노력이 합쳐질 때 가능하며 그래야 국가기간뉴스통신사로서의 지위를 더욱 공고히 할 수 있고 이에 걸맞은 역할을 할 수 있다는 의견이 지배적이었다.

참석자들은 이를 위해서는 효율적 인력운용 방안과 콘텐츠 중복 문제도 시급하게 점검해야 한다는 데에도 공감대를 이뤘다.

또 속도나 양에 치우친 전략에서 벗어나 독자의 입장에서 필요한 콘텐츠를 제작하고 편집하는 "독자퍼스트" 정책으로 콘텐츠 제작과 편집의 방향을 전환해야 한다는 지적도 있었다.



연합뉴스지부는 앞으로도 필요한 경우 비조합원까지 아우르는 토론회를 개최해 경영진과 편집국에 회사의 맞닥뜨린 문제점을 해결해 나가도록 적극 요구할 계획이다.

국가기간뉴스통신사 지위 강화를 위한 제언

1. 속보경쟁보다는 시비를 가리는 정확한 콘텐츠를 제작하는 노력이 우선되어야 한다.
2. 트래픽 증가보다는 신뢰도 제고를 위한 콘텐츠 제작과 편집에 힘써야 한다.
3. 공급자 중심의 정책에서 벗어나 독자 중심으로 콘텐츠 제작과 유통방향을 전환해야 한다.
4. 중복된 콘텐츠 제작에서 탈피하고 효율적 인력운용과 전문화에 힘써야 한다.
5. 취재기자를 포함한 콘텐츠제작자 개개인이 신뢰도 훼손행위와 싸워야 한다.

[성명] 10기 수용자권익위원회는 제 몫을 다 해야 한다

국가기간뉴스통신사 연합뉴스가 생산하는 콘텐츠의 이용자 권익을 지키자는 취지에서 구성된 제10기 수용자권익위원회가 곧 정식으로 출범할 예정이다.

수용자권익위원회는 국가기간뉴스통신사 연합뉴스가 제작하는 콘텐츠의 수용자, 즉 시민들이 뉴스통신의 편집 또는 제작에 관한 의사결정에 참여해 연합뉴스 콘텐츠의 공정성을 담보하기 위한 장치 가운데 하나이다.

법률로 보장한 연합뉴스의 국가기간뉴스통신사 지위를 문제 삼은 시민들이 최근 35만명이 넘었다는 점만 보아도 수용자권익위원회가 제 몫을 해냈다고 말하기는 어렵다.

연합뉴스가 신뢰도에서 시민들의 비난을 받는 것은 전적으로 연합뉴스 구성원들의 책임인 것은 두말할 나위가 없다.

전국언론노조 연합뉴스지부는 책임을 미루자는 것이 아니다. 다만 언론사로서 신뢰도를 회복하기 위한 여러 방안 가운데 하나로 수용자권익위원회가 알차고 충실하게 운영되어야 한다고 판단한다.

지난 2009년 1기 수용자권익위원회가 출범한 이래로 이어져 온 형식적이고 피상적인 문제 제기와 그에 상응하는 형식적인 답변으로는 연합뉴스 콘텐츠의 질적인 변화를 기대하기는 어렵다.

문제 제기도 짜임새와 조리가 있는 것도 아니고 단편적이고 급조한 기색이 역력하다. 외국어 콘텐츠에 대한 논의와 이를 심의할 능력의 위원은 이번에도 없다는 게 중론이다.

수용자권익위원회가 충실하게 문제를 제기하고 편집국도 긴밀하게 협력할 부분은 협력해 콘텐츠의 질적 향상을 도모해야 할 것이다.

이와 더불어 연합뉴스지부는 이번 10기 수용자권익위원회 위원 선정과정에서 노조와는 아무런 협의도 없이 위원들을 선정한 경영진에 대한 유감을 표명하지 않을 수 없다.

물론 수용자권익위원은 뉴스통신 진흥에 관한 법률 제18조2와 연합뉴스의 정관에 따라 연합뉴스 사장이 위촉하게 되어 있다.

그러나 이번 수용자권익위원의 면면을 보면 연합뉴스의 수용자는 40대 중반 이상의 중년 남성들뿐이어야 한다. 또 9명의 위원 가운데 여성은 단 1명이다

경영진은 국가기간뉴스통신사 연합뉴스의 콘텐츠 수용자들이 40대 중반 이상의 남성이라는 편협한 시각에서 벗어나야 할 때임을 분명히 알아야 한다.

연합뉴스지부는 10기 수용자권익위원회의 활동을 철저히 감시하고 문제가 있다면 가차없는 비판을 가할 계획이다.

2019년 5월 13일

전국언론노조 연합뉴스지부

속도경쟁보다는 정확성이 더 중요한 시점

속보만으로는 통신사로서 성장에 한계

통신과 신문, 방송의 경계가 모호한 시대에 통신사의 숙명처럼 여겨온 속보냐 정확성에 무게를 두어야 하느냐가 이번 토론회에서 쟁점이 됐다.

지난 1990년대 말부터 연합뉴스는 "바른 언론 빠른 뉴스"라는 구호 아래 속보보다는 정확성을 더 중요시하자는 운동을 벌여 왔지만 관성적으로 속보에 치중한 제작 관행을 유지해온 것이 사실이다. 전반적인 언론환경이 급변한 상황에서 속보는 더는 통신사만의 전유물이 아니다.

한 언론사가 속보를 내고 나면 곧이어 인터넷은 모든 언론사가 따라 쓴 기사로 처음 특종을 어디서 했는지도 모를 정도다. 이처럼 모든 언론사들이 인터넷을 기반으로 하는 현재 상황에서 속도경쟁은 그 중요성이 정확성보다 많이 떨어진다.

신뢰도는 기사의 정확성에서 오는 것

토론회에 참석한 정일용 통일언론연구소장은 인터넷을 기반으로 하는 언론환경에서는 속보보다는 정확하게 쓰는 것이 우선이라고 생각한다고 말했다. "정확한 기사를 내야 신뢰도가 향상된다. 기사를 보고 믿을 수 없다고 하는 것은 큰 문제다. 속보보다는 오보를 내지 말아야 한다"고 정 소장은 덧붙였다.

세미나와 토론회 등에서 연합 기사의 정확성과 심층성이 부족하다는 지적이 나오고 있다. 인터넷이라는 새로운 뉴스플랫폼이 자리잡은 현재 상황에서 통신사라서 속보 경쟁을 하다 보니 어쩔 수 없다는 변명은 더 이상 통하지 않는 시대가 됐다.

모든 언론이 속보를 보내고 있기 때문이다.

경영진과 편집국 지도부가 정책적으로 '정확성'을 연합뉴스의 최우선 가치로 천명해야 한다는 목소리도 나왔다.

IT 의료과학부의 이주영 조합원은 "우리의 신뢰도가 위협받는 상황에서 노조가 회사 측에 신뢰도가 충분히 제고될 때까지 정책적으로 정확성을 우선시해야 한다고 요구해야 한다"며 "그래서 경영진을 비롯해 총국장부터 기자들까지 일정기간 정확한 기사를 쓰는 것이 우리의 최우선 과제라고 선언하고 갈 필요가 있다"고 강조했다.

이 조합원은 또 국가기간뉴스통신사로의 역할을 제대로 하는 것은 "가장 확실하고 신뢰할 수 있는 뉴스를 생산하는 것"이라고 말했다. 노조 집행부가 더욱 강력하게 신뢰 회복을 위해 정확한 보도를 최우선 가치로 삼는 캠페인을 추진해 나가야 할 것이라고 이 조합원은 강조했다.

인력의 전문화로 심층보도 역량 강화해야

참석자들이 주장하는 정확한 보도는 더 나아가 심층보도로도 이어진다. 속보보다는 정확한 보도가 최우선 과제라고 해서 확인을 한다고 기사를 비상식적으로 늦게 송고할 수는 없는 노릇이다. 여기에서 지적되는 문제가 전문 인력의 확충이다. 지난해 7월 사내게시판에 성기홍 당시 논설위원이 올린 <미디어 환경 변화와 미국 유력 언론사들의 대응>이라는 보고서만 보더라도 AP와 Bloomberg 등 글로벌 통신사들의 고민도 우리와 다르지 않음을 알 수 있다. 이제는 통신사가 속보만으로 성장할 수 있는 시대는 끝났다.

AP와 Bloomberg가 선택한 길은 중요한 사건이 발생했을 때 누구보다 빨리 전달하는 데 만족하지 않고 '사건의 맥락과 의미를 잡을 수 있는 심층 분석기사에서 새로운 성장동력을 찾으려 한다는 점이다. 달리 말하면 빠르게 기사를 전달하는 것만 아니라 정확한 기사를 제공하는 것으로 무게중심이 옮겨간다는 점이다. 빠른 시간 내에 심층 분석기사를 내보내기 위해서는 능력 있는 기자들의 전문역량을 키우는 것이 필요하다. 기자들의 역량이 부족하면 이를 보완할 수 있는 대책이라도 시의적절하게 세워야 한다.

토론회에서는 미국의 트럼프 대통령이 트윗에 올리는 글을 기사화할 경우 트윗의 글이 영어를 제2외국어로 하는 기자들에게는 매우 모호한 경우가 있다는 지적이 나왔다. 이런 경우 타사에서도 보고 있다는 이유로 빨리 내보내기보다는 속도를 늦추더라고 정확한 보도에 더 신경을 써야 한다는 의견도 제기됐다.

이와 함께 워싱턴 등 특정 지역에서는 필요한 경우 이를 빠르고 정확하게 해석해 낼 수 있는 현지 인력을 채용해서 쓰는 것도 효율성을 높이고 오보의 위험성을 줄이는 방법이라는 의견도 제시됐다.

'공정'에 대한 논의·총의 수렴 필요

심층보도가 제대로 이뤄져야만 이른바 '퀄리티 저널리즘'으로 승부를 볼 수 있다. 토론회에서는 연합뉴스의 실정에 맞는 퀄리티 저널리즘을 담보하기 위해 우선 '공정보도'의 개념에 대한 구성원 간 심도 있는 논의가 필요하다는 지적이 나왔다.

공정보도가 결과적으로 '기계적 균형'으로 오인되는 현상이 발생할 수 있다는 이유에서다. 방향성 없는 양비론이 아닌 진실에 접근하는 노력이 선행돼야 한다는 얘기다.

정일용 소장은 "지금 상황에서 공정보도가 무엇인지 생각할 필요가 있다"며 "우리는 기사를 쓸 때 시시비비를 가리지 않고, 있는 그대로 전달"하는 연합의 편집 방향에 대한 심도 있는 재논의가 필요하다고 강조했다.

콘텐츠평가실의 유창엽 부장은 취재원의 발언만 전달할 것이 아니라 기자가 사실 여부를 확인해서 발언의 맥락을 짚어 주는 노력이 필요하다고 지적했다.

정파 분쟁이 날로 심화하는 가운데 퀄리티 저널리즘을 담보할 수 있는 공정보도에 대한 공통되고 실질적인 총의를 모아야 할 시점이 왔다는 목소리도 나왔다.

정치부의 김범현 조합원은 "최근 더불어민주당 지지층과 자유한국당 지지층의 갈등 양상이 심해지면서 예전에는 루틴하게 쓴 기사도 최근 굉장히 민감하게 반응하는 것 같다"며 회사와 편집국 지도부가 공정보도에 대한 개념 수립과 가이드라인을 제시할 필요가 있다고 제안했다.

'단말기 구독자'서 벗어나 독자 중심 콘텐츠 제공해야

트래픽→퀄리티 콘텐츠 중심 혁신…'1일 콘텐츠 3천 건' 허수 과감히 버려야

뉴스 도매상. 연합뉴스를 설명할 때 흔히 사용되는, 뉴스 고객사들에 서비스를 제공하는 공급자적 성격을 형용하는 수식어다. 더 빠르고 더 많이 쓰는 것이 최대 미덕으로 여겨져 왔던 연합뉴스 조직 구성원 간에는 미디어업계 유통의 중추 기능을 수행한다는 자부심과 동시에 '이름 없는 기자' 등의 서러움이 공존했다.

하지만 이제는 속보와 공급자 중심의 다다익선 틀 안에서만 연합을 규정하기에는 업계 환경이 급격히 변했다. 연합 또한 포털과 소셜미디어를 통해 소매업으로 발을 넓힌 지 오래며 모든 매체가 사실상 통신에 준하는 속보 경쟁을 펼치는 실정이다. 독자들의 눈높이 또한 무시 못 할 정도로 높아졌다.

뉴스통신진흥법 제정 이후 연합뉴스의 정체성과 주위 환경은 우리가 원하든 원하지 않든 이렇게 급격히 변해왔다. 그러나 회사의 경영과 콘텐츠, 조직 문화는 이를 뒷받침하고 있는가? 지난 9일, 노조가 개최한 '국가기간뉴스통신사의 지위와 역할' 대토론회는 이런 의문들을 점검해보는 자리였다.

과거 보도 제작 관행 진지한 성찰 필요

토론회에서는 연합의 '따옴표 기사', 즉 주장 혹은 발언을 전하는 보도 관행에 대한 성찰이 필요하다는 의견이 두드러졌다.

탐사보도팀 소속 임화섭 조합원은 "(결과적으로) 누가 봐도 턱도 없는 소리를 했는데 그 기사 안에는 말이 안 된다는 얘기가 전혀 없는 경우가 있다"면서 주장과 발언을 빠르게 전하기에 급급해 상대적으로 팩트체크 등의 노력이 부족했던 과거를 되돌아볼 필요가 있다고 지적했다.

조회수와 트래픽을 지나치게 중시하는 제작 관행에서 벗어나야 한다는 지적도 나왔다.

전날의 성과를 평가하는 부서별 보고가 기사의 품질과 내용보다는 포털 상의 반응과 트래픽 유도 효과 중심으로 이뤄지는 것은 문제가 있다는 것이다.

이런 편집회의 기조는 기자와 데스크를 선정주의 기사와 낚시성 제목 편집의 유혹에 빠뜨리고 나아가 신뢰도와 공정성 시비로까지 문제가 확대될 위험이 커진다는 지적이다.

언론사 간 자극적 속보와 '제목 장사' 경쟁이 과열되는 것은 부인할 수 없는 엄연한 현실이다. 그러나 국가기간뉴스통신사라는 지위를 가진 상황이라면 오히려 묵직하게 중심을 잡아야 할 필요가 있다.

혼란스러울 정도로 방대한 정보의 홍수 속에서 '신호와 소음'을 제대로 구분하는 데 화력을 집중해야 할 것이다. 그것이 국민과 독자들이 기대하는 연합뉴스의 역할일 것이다.

일선 기자들과 데스크들도 과거의 기사 제작 관행들을 진지하게 되돌아볼 필요가 있다.

"1일 콘텐츠 3천 건"의 대외적 허수 뒤에 숨지 말고 기사량이 적더라도 기사 하나하나에 정보 전달의 기능을 넘어선 어떠한 울림을 담아야할 것이다.

즉 "보도자료 들어와서 처리했다" "안 쓰면 깨질 것 같아서 썼다" "남들이 다 쓰니깐 썼다"가 아닌 "이 기사를 왜썼냐"는 질문에 자신만의 명확한 답을 제공할 수 있어야 한다는 것이다. 독자가 정말로 필요한 팩트와 정보, 그리고 그것의 왜 중요한지를 설명해주는데 최우선적인 고민과 노력을 쏟아야 할 것이다.

보다 독자와 국민 눈높이에 맞는 기사와 콘텐츠를 고민해야 한다는 의견도 제시됐다. 회사의 취재망과 인력 규모를 고려할 때 독자 중심의 보도가 빛을 발휘할 수 있는 분야가 재난 재해 취재일 것이다.

경기취재본부 류수현 조합원은 "(회사의 보도 관습을 향한) 비판 중 하나가 관찰자 입장에서 현장 위주의 보도가 아닌가 싶다. (재난 재해 발생 시 독자가) 필요한 정보들을 제공하면 국가기간뉴스통신사의 지위를 공고히 하는 계기가 되지 않을까 싶다"고 제안했다.

구성원들의 성찰과 소통 강화 필요

국가기간통신사의 법적 지위를 견제하는 시선들이 늘어나는 것은 누구도 부정할 수 없는 엄혹한 현실이다. 과거에는 북한 풍계리 핵실험장 폭파 등 대형 행사에 대한 연합의 '풀취재'에 큰 이견이 없었으리라는 것이 중론이다. 하지만 현재는 상황이 180도 바뀌었다고 해도 과언이 아니다.

전북취재본부 소속 김동철 부지부장은 "(국민청원이) 고소하다고 생각하는 업계 종사자들이 많다. 연합뉴스 조직원으로 열심히 살았지만, 덕을 못 쌓았는지 되돌아보게 됐다"며 손님들에게 믿음을 주는 콩나물 국밥집처럼 연합뉴스가 독자들의 신뢰를 회복하는 것이 최우선 과제라고 지적했다.

구성원들의 인식에도 문제가 없는지 되돌아보고 연합이라는 조직이 언론사가 아닌 '이익집단'으로 바뀐 건 아닌지 구성원 각자가 깊게 돌아봐야 한다는 지적도 나왔다.

사회부 공병설 조합원은 토론회에 앞서 서면의견을 통해 "연합뉴스 사원들이 국가기간뉴스통신사 구성원답게, 공공성에 대한 인식을 가졌는지 자신이 없다. '안정적인 직장'을 위한 방패막이 정도로 생각해 온 건 아닌지 돌아봐야 한다"고 밝혔다.

연합의 최근 신뢰도 위기는 과거 수년간 이어진 친정부 성향의 보도에 따른 '주홍글씨' 효과가 절대적인 원인이라는 의견도 나왔다.

디지털기획부 권영전 조합원은 "지금 연합뉴스의 신뢰도 추락 위기는 본질적으로 최근 몇몇 게이트키핑 실수로 인한 것이 아니라 몇 년 묵은 것이라고 본다"며 상부로부터 잘못된 지시가 내려오면 계속해 일선 기자들이 항의하고 싸워나가야 한다고 제시했다.

혁신위원장을 지낸 이희용 한민족센터 고문은 "소통이나 공감대와 같은 부분이 가장 아쉽다. 여야 정파적인 차이보다 세대간 차이가 큰 것은 심각한 문제라고 본다"면서 "이번 기회에 마음을 다잡고 동료 구성원들이 한식구이고, 원팀이란 부분에 대해 노조나 경영진이 심도있게 어떻게 소통 공감대를 재건할지 고민이 필요하다"고 지적했다.

효율적 인력운용 방안, 총체적 점검해야

전국언론노동조합 연합뉴스지부는 청와대 국민청원 사태를 계기로 연합뉴스의 효율적 인력운용 방안과 콘텐츠 중복문제를 총체적으로 점검할 시점이라고 판단한다.

국가기간뉴스통신사로서의 지위와 역할을 제대로 수행하고 경쟁력을 강화하기 위해서는 결국 보도와 콘텐츠라는 기본에 충실해야 한다는 것은 두말할 필요조차 없다.

그러기 위해서는 인력 충원은 물론 적재적소에 인력을 배치해 운영하는 효율적 인사와 조직 관리가 수반돼야 한다.

그러나 안타깝게도 현실은 그렇지 못하다는 지적이 많다.

"기자는 많은데 일할 사람은 없어"

편집국 내에서 들려오는 "기자수는 600명이라는데 도대체 다들 어디에 가 있는 건가? 정작 일할 사람이 없다"는 얘기는 비단 어제오늘의 얘기가 아니다.

실제로 편집국 내 주요부서의 경우 현업에서 왕성하게 활동해야 할 젊은 기자들 수가 크게 줄어 만성적인 일손 부족 현상에 시달리고 있다.

이런 현실은 통계에서도 드러난다.

지난해 말 발표된 혁신위원회 보고서에 따르면 연합뉴스의 편집국 내신 기자직 사원은 2018년 6월 현재 537명이다. 2010년 11월 485명과 비교해서는 적지 않은 숫자인 52명이 늘어났다.

그러나 편집국 내신(정치.통외.문화,경제분야, 사회,스포츠. 팩트체크, 탐사보도)의 경우는 174명에서 170명으로 오히려 4명이 줄어들었다.

국제 분야의 경우는 2010년 11월 82명에서 2018년 6월 기준 66명으로 16명이나 감소했다.

비제작 부문에서 근무하는 기자는 17명에서 27명으로 10명 늘어났고, TV(융합뉴스 포함) 및 동북아센터 파견자도 0명에서 28명으로 크게 늘었다.

논설위원실과 콘텐츠평가실 근무자도 8년전에 비해서 큰 폭으로 늘어났다.

지역취재기자와 그래픽, 사진, 편집·영상·월간 등의 기자는 8년 전과 비교해 일부 늘어났지만, 외국어뉴스 분야는 8년 전보다 5명가량 줄어들었다.

혁신위의 통계는 해외연수자, 육아휴직자, 출산휴가자 등을 고려하지 않은 것이어서 실제 근무하는 인원은 더 적을 수 있다.

인력부족 문제는 전임 경영진 시절 신입 기자들을 채용하지 않은 데에도 기인하지만, 기자직 사원에 대한 비편집 분야 배치, TV 파견자 수 확대, 비효율적인 시니어 인력 활용 등에도 상당한 영향을 받은 것으로 판단된다.

토론회에서도 인력 운용의 효율성을 높여야 한다는 목소리가 잇따랐다.

콘텐츠평가실의 유창엽 부장은 "방만 경영 부분은 지금 당장 일주일 내에 인력확충을 할 수 없으니 단기간에 주어진 인력을 갖고도 할 수 있는 인력관리와 조정을 통해 가능한 분야에 집중할 필요가 있다"고 지적했다.

언론사의 핵심인 보도 및 콘텐츠는 결국 사람이 만드는 것이다.

회사는 이번 사태를 거울삼아 현재의 취재인력 현황을 면밀히 파악하고 기자의 비편집 분야 배치 문제, 시니어 인력 활용방안 등을 총체적으로 점검해 대책을 마련해야 한다.

나아가 이를 바탕으로 인력 충원 계획도 수립해 구성원들이 제대로 일할 수 있는 근무조건 마련에 앞장서야 할 것이다.

아이템 중복 문제도 도마

토론회에서는 취재 아이템의 중복 문제도 도마위에 올랐다.

최근 한 아이돌 그룹의 쇼케이스 행사에는 연합뉴스와 연합뉴스TV 소속 취재진이 10명 가까이 대거 출동한 사례가 있었다고 한다.

해당 기획사는 "연합의 취재 신청자가 10명 가까이 되는 게 이례적이라 혹시나 팬들이 기자를 사칭해서 신청한 것 아니냐"는 확인전화까지 하는 웃지 못할 상황마저 빚어졌다고 한다.

확인결과 문화부, 사진부, 영문뉴스부, 통통TV, 코리아나우, 연합뉴스TV까지 10명 가까이가 참석해 전체 취재진 100명의 10%를 연합 소속이 채운 것으로 드러났다.

방탄소년단 기자간담회에서도 비슷한 상황이 연출됐다. 전체 간담회에 참석한 취재진은 250명 규모였는데 연합뉴스와 연합뉴스TV에서만 10명 이상이 참석했다고 한다.

문화부 소속 한 조합원은 토론회에서 이런 사실을 공개하면서 "모든 부서가 사람이 없다고 아우성이고 사회부, 정치부 등에서는 5~6명 이상의 인원이 삭감됐다"면서 "이런 식의 중복 투자는 방만한 인력구조로 아이돌 취재 분야에서만 그런 것이 아니라 모든 부분에서 그렇다"고 지적했다. 같은 부서의 다른 조합원도 "사람이 없어서 못 한다고들 하지만 업무 중복만 조정해도 업무 부담이 줄어들 것 같다"며 "할 수 있는 것부터 효율적으로 해야 한다"고 지적했다.

연합뉴스지부는 뉴미디어 시대를 맞아 유튜브 채널을 론칭하는 등 회사의 새로운 시도를 반대할 생각은 없다. 다만 이런 상황이 장기적으로 계속된다면 업무 효율성이 떨어짐은 물론, 연합뉴스가 다루는 취재 아이템과 콘텐츠의 중복 현상마저 빚어질 우려가 크다고 판단한다.

연합뉴스지부는 회사가 조직과 제대로 된 컨트롤타워 기능을 정비하고 부서별 업무협조를 강화함으로써 조직의 효율화를 제고할 것을 촉구한다.