



갈 길 못 찾는 연합뉴스... '미래 전략'이 없다

노조 대의원 설문...응답자 74% “장기적 미디어전략 수립해야”

‘1일 1건’ 콘텐츠 강화방안에 과반수가 “역효과” 전망

연합뉴스가 소셜네트워크서비스(SNS) 중심으로의 뉴스 소비환경 급변에 갈피를 잡지 못하고 있다고 보는 구성원이 대다수로 나타났다.

매체 영향력 감소와 경영 악화 전망 속에서 적절한 장기적 미래 전략을 내놓지 못한 채 ‘1일 1단독’으로 요약되는 구시대적 대응에 머물러 있다는 이유에서다.

전국언론노동조합 연합뉴스지부는 7월 6일부터 이틀간 전체 대의원을 대상으로 연합뉴스가 처한 상황을 진단하고 앞으로 가야 할 길을 묻는 설문을 진행했다.

질문지를 사전에 전달하고서 대의원이 담당 조합원의 의견을 수렴하는 방식으로 진행된 이번 설문에서 응답자 대다수(85.1%)는 ‘현 경영진 들어 연합뉴스의 매체 영향력이 축소됐다’고 평가했다.

영향력이 조금이라도 확대됐다고 말한 응답자는 47명 중 2명(4.26%)에 불과했다.

연합뉴스의 경영상황이 앞으로 수년간 어떤 추세를 보일 것이냐는 질문에도 ‘악화할 것’이라고 답변 비율이 87.2%(41명)에 이르렀다.

매체 영향력이 줄었고, 경영 전망도 밝지 않다는 응답자들은 ▲ 네이버 편집정책 변경과 뉴스 소비환경 변화(63.8%·이하 중복응답) ▲ SNS 중심의 뉴스 소비환경 변화에 따른 수익 모델 약화(51.1%) ▲ 구시대적 포맷 등 뉴스 자체의 경쟁력 약화(40.4%) ▲ 경기둔화와 코로나19 여파 등으로 언론계 수익성 악화 가속화(48.9%) ▲ 임원진의 소극적 경영 활동(34.0%) 등을 주된 이유로 꼽았다.

현 상황을 타개하는 데 가장 중요한 요건은 ‘장기

적 시각의 미디어 전략 수립 및 추진’(74.5%)이라고 응답자들은 입을 모았다.

뉴미디어 시대에서 뉴스통신사가 지향해야 할 방향과 비전이 명확히 보이지 않는 현실에 연합뉴스 구성원이 느끼는 답답함이 반영됐다고 해석할 수 있다.

응답자들은 이에 더해 ▲ 콘텐츠 경쟁력 강화(55.3%) ▲ 시니어 인력 활용 등 인력 부족 상황 개선(55.32%) 역시 매체 영향력 회복과 경영 개선을 위한 필수 요건으로 꼽았다.

다만, 현재 편집국이 시행 중인 ‘콘텐츠 & 포털 강화방안’에 대해선 응답자 과반이 부정적으로 평가했다.

‘역효과만 크게 있을 것’이라고 답한 응답자가 15명(32.0%)으로 가장 많았다. ‘역효과만 조금 있을 것’이라고 말한 응답자도 11명(23.4%)으로 집계됐다.

‘효과가 없을 것’(14명·29.8%)이란 응답까지 고려하면 무려 85.1%가 효과가 없거나 역효과가 날 것이라고 본 셈이다. ‘콘텐츠 & 포털 강화방안’이 조금이라도 효과가 있을 것이라고 말한 응답자는 7명(14.9%)에 그쳤다.

연합뉴스 기사가 가진 정보적 가치가 변했다기보다는, 네이버 편집정책 변경과 낡은 포맷 등의 이유로 독자 접근성이 떨어지고, 그나마 노출된 기사도 저평가되는 현실이 매체 영향력 약화 등으로 이어졌다고 인식하고 있다는 해석이 가능하다.

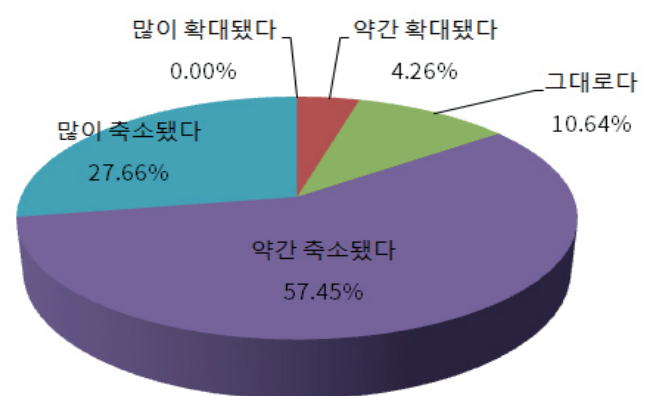
실제, 응답자들은 콘텐츠 경쟁력 강화를 위

해 당장 역점을 두고 추진해야 할 사항을 묻는 말에 ‘뉴스포맷 다양화와 새 편집방식 개발 등으로 소비자에게 다가가는 뉴스 제공’(78.7%)을 가장 많이 꼽았다.

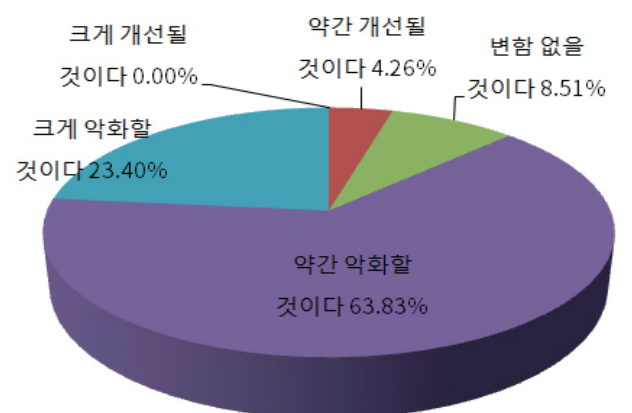
또 ▲ 유튜브 맞춤형 서비스와 AI 기사 작성 등 콘텐츠 관련 신사업 투자(38.3%) ▲ 총괄 데스크 폐지·간소화 등으로 속보 경쟁력, 이슈 주도력 강화(36.2%) ▲ 가치 중립적 보도 강화로 대국민 신뢰도 제고(36.2%) 등이 중요한 과제로 지목됐다.

이밖에 만 55세 이상 시니어 인력 급증에 대한 해답으로는 ▲ 신속성보다 경험과 판단력이 중시되는 시니어 맞춤형 업무 신설(34.0%) ▲ 루틴한 업무와 현장성이 강조되는 업무로 시니어와 주니어의 역할 분담을 보다 명확화(27.7%)가 필요하다는 응답이 많았다. 타사 기사 표절 의혹에 휘말린 동남아·중국 장에 대해선 조기 귀국에 더해 공식 징계가 있어야 한다는 답변이 72.3%에 달했다.

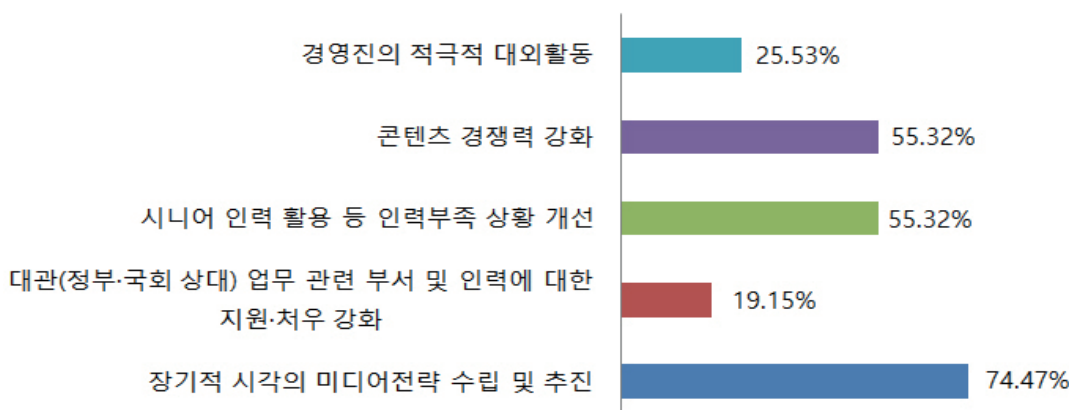
현 경영진 들어 연합뉴스의 매체 영향력이 어떤 추이를 보였다고 생각하십니까?



연합뉴스의 경영 상황이 앞으로 수년간 어떤 추세를 보일 것으로 전망하십니까?



매체 영향력을 키우고 경영상황을 개선하기 위해 가장 중요한 요건은? (*중복응답)



"힘 있는 기사 생산 넘어 어떻게 하면 읽힐지 고민해야" 노조 대의원 설문서 정책 제안 24건 봇물

노동조합이 이달 6~7일 대의원 48명을 대상으로 진행한 설문에서는 사전 제공된 선택지 외에도 연합뉴스의 매체 경쟁력과 경영 개선을 위한 정책 제안이 담긴 주관식 답변이 24건이나 접수됐다.

수십명 규모의 설문에서 직접 입력한 답변이 20건을 넘어선 것은 이례적이다.

포털 점유율 하락으로 가시화한 매체 영향력 감소, 코로나19 확산과 경영진의 비상경영 1·2단계 조치 등 대내외적 여건에 따른 불안감이 높은 관심과 참여율, 적극적 의견 개진으로 이어진 것으로 보인다.

아래는 대의원들이 내놓은 지적과 정책 제안을 정리한 것. (※중복된 의견 등은 편집)

- 매체 영향력 위축에는 '데스킹 지연과 일부 데스크의 편집권 침해', '심각한 인력 부족'도 영향을 미쳤다.
- 조직 고령화에 따른 취재인력 부족은 경영에도 부정적 영향을 미칠 것으로 전망된다.
- 콘텐츠 경쟁력 강화를 위해선 전통적 뉴스가 아닌 생활형 기사와 인터넷에서 화제가 되는 사항에 대한 기사에 역점을 뒀야 한다.
- 트렌드에 맞춰 소비자에게 다가가는 기사가 있

어야 한다.

- 정형화된 스타일의 기사에서 벗어나 포맷을 다양화하고 연성 뉴스 개발에 힘을 쏟아야 한다
- 연합뉴스 기사는 내용이 충실한데도 제목 달기, 사진매핑, 기사 포맷 등 '포장'이 부족해 포털에서 먹히지 못한다. '1일 1단독' 등 기자 개개인의 노력만으로는 성과를 낼 수 없다.
- 일선 기자에게만 부담을 지우지 말고 '힘 있는 기사를 쓰는 것'에서 한 단계 더 나아가 '힘 있는 기사가 어떻게 하면 읽힐 수 있을 것인가'에 대해 더 치열하게 고민해야 한다.
- 단독을 위한 단독은 콘텐츠 경쟁력 강화에 도움이 되지 않는다. 일부 부서·부원들 사이에선 허울뿐인 개수 채우기용 단독 기사가 속출하고 있다.
- '1일 1건' 같은 손쉬운 지시사항을 내려보내고 할 일을 다 했다고 생각하면 책임방기다. 포털과 기성 언론사에 대한 뉴스 공급이란 충돌하는 가치 속에서 무게중심을 잡고 전략을 고민하는 것이 편집국 간부와 경영진의 역할이자 책임이다.
- 급변하는 환경에 적응하는 매체가 살아남는다. 외부 상황 변화를 고려하지 않은 채 "단독 기사를 많이 생산하면 다 해결된다"는 일차원적인 생각에서 벗어나야 한다.

· 새로운 기사 양식과 경쟁력 강화 방안을 만들 때 젊은 기자들에게 온전히 맡겨보는 시도가 필요하다.

- 단독 기사를 늘리려면 현장 기자의 보도자료 처리 부담을 획기적으로 덜어줘야 한다. 루틴하고 중요도가 떨어지는 기사를 시니어가 전달받아 대신 작성하는 프로그램 도입이 시급하다.
- 시니어는 일을 안 해도 된다는 분위기가 만연해 있다. 근무 평가를 철저히 해 일하는 분위기를 조성하는 것이 급선무다.
- 시니어 기자 증가가 인력 부족으로 이어지는 상황이 개선되면 좋겠다. 오랜 시간 경험을 쌓고 역량을 기른 시니어들이 더 많은 몫을 해낼 수 있을 것 같은데 현실은 그렇게 되지 않고 있다.
- 다른 매체들에 앞서서 포털 외의 다른 플랫폼에 대한 고민을 선제적으로 할 필요가 있다.
- 공적 기능을 수행하는 국가기간뉴스통신사라는 브랜드를 시장에 명확히 포지셔닝하려는 노력을 강화해야 한다.
- 베낀 기사로 포털 장사를 하는 타 언론사에 대책을 강구해야 한다.
- 합리적인 사내 문화를 정착시키고 직장 내 차별 해소를 실현해야 한다.

[성명] 경영진은 편집총국장 중간평가 결과를 무겁게 받아들여야

이성한 편집총국장이 1년 6개월 임기의 절반이 지난 시점에 치러진 중간평가 신임투표를 통과했다. 총국장 산하 기자직 사원을 대상으로 진행된 이번 중간평가 투표율은 59.18%였고, 신임률 67.25%, 불신임률 32.75%로 나타났다.

불신임을 선택한 투표자가 3명 가운데 1명꼴이다. 전국언론노동조합 연합뉴스지부(이하 조합)는 불신임률이 이처럼 높게 나온 점에 주목한다. 과거 총국장 임면동의 및 중간평가 투표에 견줘 이번 투표의 불신임률은 이례적으로 높은 수치이며, 기자직 사원의 신뢰를 8개월 만에 상당히 많이 잃은 것으로 판단한다.

총국장뿐 아니라 경영진은 이번 투표 결과를 엄중히 받아들여야 한다는 것이 조합의 입장이다. 그동안 경영진에 대해 커져이 쌓인 사원들의 분노가 총국장 신임투표 결과로 표출됐다고 해석할 수밖에 없기 때문이다.

2012년 103일에 걸친 파업의 빌미를 제공했던 인사를 조합의 반대를 무릅쓰고 테헤란 특파원으로 내정한 것이나, 기사 도용 의혹을 받는 동남아총국장에 소극적 대응으로 일관한 것 등이 불만을 가중시킨 것으로 보인다.

포털 점유율 하락과 이로 인한 연합뉴스의 위상 및 영향력 약화에 이어 소통 부재 탓에 구시대적 '1일 1단독' 강요로 전락한 '콘텐츠 & 포털 강화 방안' 하달 또한 영향을 미쳤을 것이다.

이는 이달 6~7일 조합이 대의원 설문을 통해 조합원 의견을 수렴한 결과에서 뚜렷이 증명된다.

설문 응답자의 85.1%가 현 경영진 들어 연합뉴스의 매체 영향력이 줄었다고 평가했다. 콘텐츠 & 포털 강화 방안에 대해선 '역효과만 날 것'이란 응답이 55.3%로 과반이었다. 동남아총국장과 관련해선 조기 귀국에 그칠 것이 아니라 공식적인 징계가 있어야 한다고 의견을 낸 응답자가 72.3%에 달했다.

이에 더해 2년 넘게 초과 노동, 무급 노동에 시달리며 노동 착취를 당하고 있

는 특정 부서·직급의 고단함을 인사 때마다 외면한 것도 실망을 키웠을 것으로 보인다.

조합은 이번 투표에서 나타난 구성원의 뜻을 무겁게 받아들일 것을 경영진에 강하게 요구한다.

첫째, 연합뉴스의 존재 가치인 공정보도 훼손 시비를 불러온 인사의 테헤란 특파원 내정은 지금이라도 철회해야 마땅하다.

둘째, 기사 도용 의혹에 대해선 연합뉴스 구성원의 자존심을 지키기 위해서라도 더욱 엄정한 조치가 필요하다.

셋째, 콘텐츠 질 개선과 포털 점유율 회복을 위한 회사 차원의 대책 마련도 시급하다. 이 지경이 될 때까지 사측은 과연 무엇을 했는지 반성하고, 정확한 원인 분석에 이어 구체적이고 실질적인 대응책을 세워 문제 해결에 나서야 한다.

넷째, 주 40시간 근무제 취지에 맞춘 노동환경 개선에 적극적으로 나서야 하며, 초과 노동에 대한 정당한 보상 또한 뒤따라야 한다.

경영진이 회사 구성원의 뜻을 또다시 짓밟고 어물쩍 넘어간다면 조합은 가용한 모든 수단을 통해 투쟁에 나설 것임을 경고한다.

조합은 아울러 이성한 총국장에게는 결코 작지 않은 비판의 목소리를 겹겹히 수용하고, 앞으로 편집권 독립 및 공정보도 수호에 앞장선다는 기본 책무를 엄정히 수행할 것을 요구한다.

경영진의 옳지 않은 인사권 행사 등에 적극적으로 저항하는 모습을 보여야 한다. 특히 어느 쪽에도 치우치지 않은 기사를 신속·정확하게 제공한다는 뉴스통신사의 기본을 지키기 위한 환경 조성에 더욱 매진하길 바란다.

총국장이 이번 투표에 나타난 분노 섞인 외침을 흘려듣는다면 남은 임기는 연합뉴스 편집국의 암흑기로 기록될 것이다.

전국언론노동조합 연합뉴스지부

편집국 '허리' 기자에게 물었다... "콘텐츠 경쟁력 강화 어떻게 해?"

10년차 안팎 현장 기자들의 '노(No)답' 간담회

편집총국장이 내놓은 '하루 한건씩 팔릴 기사를 쓰자' 방침에 대한 기자들의 여론이 심상치 않다. '1일 1단독'과 비슷한 이런 주문은 처음이 아닌데, 이런 반발은 솔직히 처음 본다.

편집총국장의 중간투표 신입률은 67.2%로 이전보다 10%포인트 이상 주저앉았다. 노조 대의원의 85%가 총국장의 콘텐츠 강화 방안이 '효과가 없을 것'이라며 평가절하했다. 분명 '위기'라고 해도 어색하지 않을 상황이다.

그래서 10년 차 안팎 기자들이 수제 맥주를 핑계로 모였다. "답답한데 그냥 우리끼리 푸념이라도 해보자"면서.

"1일 1단독 주문이 기자들의 외면을 받는 건 효과가 있고 없고의 문제는 아닌 것 같아요. 저는 '결국 또 그거야?' 하는 실망감. '편집국 밖 세상은 확확 바뀌는데 우리 아이디어는 또 제자리걸음이구나' 하는 자괴감... 이런 게 더 크지 않을까 싶어요."

십수 년째 '1일 1단독' 주문...아이디어조차 정체된 편집국

그래서 나름 조직의 '허리'라는 우리끼리 이런저런 아이디어를 즉석에서 모아보기도 했다.

보도자료 다 처리해가면서 기사가 잘 팔리도록 제목도 잘 달고 알기 쉽게 쓰라는 주문은 너무 무책임하다는 불멘소리가 먼저 나왔다. 그럼 보도자료도 알아서 '킬' 하라는 말도 무책임한 건 마찬가지. 중앙일보는 스트레이트 기사는 연합 기사를 베끼고 박스 기사에 공을 들이면서 포털 경쟁력을 높였다는 얘기가 있다. 이런 시스템적인 지원은 전혀 없이 그냥 알아서 '잘~' 하라는 주문은 모든 이슈를 빠짐없이 커버해야 하는 일선 기자들에게는 공허할 뿐이다. 포털에서 잘 팔리는 기사를 생산하지 못하는 책임은 기자 개인에게도 있지만 그렇다고 조직이 할 일이 없는 건 결코 아니다.

동물·육아, 유튜브 이슈 등 사각지대를 채워야 한다는 제안, 덴탈 마스크 뽑기 기사처럼 참신한 취재 아이디어를 장려해야 한다는 의견도 나왔다. 연합뉴스가 포털에서 연성 뉴스로 경쟁하려면 제3의 브랜드를 만들어 제대로 붙어보는 안을 검토할 필요가 있다고도 했다.

"그렇다면 그런 포털용 연성 기사는 누가 쓰죠?"

쏟아지던 아이디어가 멈춰 섰다. '그래, 바보야. 문제는 인력이야...'

포털 경쟁력을 출입처 기자 개인에게 떠넘길 수 없다면 결국 재가공 조직이든, 기존 출입처 인력 보강이든 뭔가가 필요하다. 그런데 인력 보강이 포털 경쟁력 향상으로 바로 이어질 수 있을까? 여기에 대한 확신은 이날 모인 기자들에게도 역시 부족해 보였다.

특히나 자칫 포털에 편집국의 '화력'을 털었다가 국가기간뉴스통신사 역할에 소홀해졌다는 비판을 받을 수 있다는 소심한 걱정도 무시할 수 없다.

"포털 뉴스가 무한 경쟁으로 치달으면서 오보성 기사들이 자극적인 제목을 달고 포털을 장악하는 경우가 많아요. 과연 이 판에서 연합이 자극적으로 경쟁할 수 있을까요. 솔직히 냉정하게 보면 포털에서 우리는 경쟁력이 부족해요."

"외국 드라마를 보니 속보가 쏟아져도 '로이터가 나올 때까지 기다리자'라는 대사가 있던데, 긴박한 상황에서 연합뉴스가 기사를 쓸 때까지 타사들이 보도를 자제하는 분위기를 장기적으로 만들어야겠죠."

포털도 중요하지만 국가기간뉴스통신사로서 빠르고 정확한 뉴스를 생산하는 가치를 포기할 수 없다는 것. 결국 논의는 원점으로 돌아왔다. 애꿎은 맥주잔만 바닥을 드러냈고, 논의는 '국가기간뉴스통신사로서의 자존심'과 '포털에서 잘 팔리고 싶은 욕망' 사이를 시계추처럼 오락가락했다.

그때 한 기자가 짜증 섞인 말투로 토로했다.

"언제 회사가 포털에서 경쟁력 있는 기사가 어떤 것이라는 방향을 제시해 준 적이 있던가요. 속칭 뭐가 잘 먹히는 기사인지 아무도 얘기해 주지 않고 결국 나온 주문이 '제목 잘 달기', '1일 1단독'이라니..."

생각해보니 그랬다. 다들 10년 정도 열심히 기사를 써왔는데 머릿속에는 열심히 사소한 것이라도 단독기사 찾아다니고 전채 체크한 것 외엔 생각이 나지

않는다. (기자실에서도 이제 보기 어려워진 종이신문 전채는 지금도 우리의 중요한 포상 기준이다) 단독기사 개수와 전채 단수 통계 내서 보고하라는 지시는 십수 년째 반복되고 있다.

왜 우리는 미래 전략이 없을까...못 하나? 안 하나?

"포털에서 속보가 큰 판을 쪽 훑고 가면 다음에 어떤 기사를 어떤 타이밍에 내보내야 하는지 분명 '먹히는 틈'이 있지 않을까요. 그걸 누가 좀 분석을 해줬으면 좋겠는데..."

"위키피디아가 잘 안되고 개방적이고 소위 말하는 '일각의 주장'까지 다뤄주는 나무위키가 잘 되는 이유를 보면 우리가 시도할 수 있는 새로운 콘텐츠의 힌트를 찾을 수도 있을 것 같아요."

"어떤 언론사는 입사 2년 차로만 구성된 실험 조직이 있다고 하더라고요. 최종 송고는 상급자가 하지만 스스로 데스크킹을 하면서 새로운 콘텐츠를 만드는 그런 조직. 왜 우리는 그런 실험을 못 하는 걸까요?"

이번 편집총국장의 콘텐츠 강화 방안이 나온 뒤에 미래 전략의 필요성이 더 부각되고 있다. 그만큼 구성원들의 위기감이 크다는 뜻 아닐까.

최근 노조 설문에서 대의원들은 매체 영향력을 키우기 위한 요건으로 '장기적 시각의 미디어 전략 수립 및 추진'을 가장 많이(74.47%) 꼽았다. 대관 업무를 중요 요건으로 뽑은 대의원은 19.15%로 가장 적었다.

"미디어 전략을 고민할 수 있는 조직을 따로 만들 필요가 있을 것 같아요. 과감한 콘텐츠 실험도 해보고 시행착오를 반복하면서 새로운 가능성을 찾을 수 있을 테니."

"기자들만으로는 한계가 있을 것 같고 회사 내 있는 훌륭한 뉴미디어 자원을 함께 배치해서 연합뉴스의 자원을 효율적으로 활용한다면 연합뉴스만의 미래 전략 수립이 불가능한 것은 아니라고 봐요."

지금까지 연합뉴스에 그런 시도가 없었던 것은 아니다. 경영전략팀과 미디어 전략팀을 따로 분리해 콘텐츠 전략에 힘을 실어보기도 했고 미디어 전문가를 채용해 미디어랩을 운영하기도 했다. 빅데이터 활용 등 새로운 포맷의 기사를 시도하기도 했다. 지금의 로봇 기사 시스템도 당시 이런 시도가 직간접적으로 밑바탕이 됐음은 부인하기 어렵다. 편집국 밖에서는 뉴미디어 관련 인재들이 이미 채용돼왔고 조직도 커지는 중이다.

그런데 왜 우리의 미래 전략은 담보하고 있는가.

기획·실험 조직이 인정받는 분위기는 언제쯤

편집국 밖의 뉴미디어 조직은 '통련'하지 못하고 있다. 애써 뽑은 인재들은 1~2년을 버티지 못하고 퇴사했다. 조직은 부서장 인사 주기에 맞춰서 공중분해 되거나 대폭 축소되거나 간판을 바꿔 달았다.

이런 조직이 힘을 받지 못한 이유 중 하나로 한 기자는 편집국에 지나치게 무게 중심이 실린 조직 문화를 지적했다. 비편집 부서에도 '기자직'이 많지만, 편집국의 취재역량이 공유되지 않는다. 주요 보직을 대부분 편집국 기자들이 꿰차는 구조는 편집국을 제외한 대다수 부서를 '주변화' 시킨다.

회사의 중심을 자처한 탓에 편집국은 연합뉴스 내에서 가장 변화가 없는 곳이 됐다. '1일 1단독' 신화가 여전히 건재한 이유다. 콘텐츠를 고민하는 사람이 간혹 있지만, 이들 역시 '주변부'로 내몰리는 중이다.

"제가 원해서 비편집을 지원했는데 도무지 이해할 수 없다는 반응이 많았어요. 1년 정도 지나니 심지어 '이제 쉬었으니 다시 와야지'라는 말을 듣기도 하고."

비편집 부서 역시 맥락 없이 왔다가 금세 편집국으로 복귀하는 기자들이 반갑지만은 않다. '금세 다시 편집국으로 돌아갈 사람'으로 여겨지다 보니 함께 일하는 동료로 동화되기가 쉽지 않다.

노조 활동 보고

●...노조는 지난달 23일 사측과 2020년 2분기 노사협의회를 열었습니다. 이번 회의에서는 사측의 비상경영 선언 이후의 움직임과 포털 점유율 하락 문제, 1개월 단위 선택근로제 도입 이후에도 꾸준히 발생하는 초과노동 등이 주요 안건으로 논의됐습니다.

노조는 '비상경영 선언 이후 경영진의 움직임이 회사 구성원에게 내핍과 희생을 요구하는 데만 맞춰졌다'는 비판이 거세다는 점을 지적하고 경영진이 타개를 위해 강구 중인 방안을 물었습니다.

아울러 방만해지는 조직에 문제를 제기했고, 이와 관련해 최근 표절 의혹에 휩싸인 동남아총국장 등 불필요하다는 지적을 받는 일부 직위를 유지할 필요성이 있는지에 대한 입장을 전달했습니다.

세번째로는 1개월 단위 선택근로제 도입 이후에도 특정 부서를 중심으로 꾸준히 초과노동과 그림자노동이 발생하는 문제를 조속히 해결할 것을 촉구했고, 같은달 말부터 협상에 들어가 논의를 본격화했습니다.

네번째로는 시니어 인력이 지난 5년간 70여명에서 160여명으로 급증한 상황에 대응해 재교육과 업무환경 조성 등 대책이 필요하다는 점을 논의하고 시니어 인력 활용을 위한 노사 공동 태스크포스(TF) 팀 구성에 합의했습니다.

마지막으로 노조는 테헤란 특파원 내정 인사와 관련해 재차 유감을 표하고 이번 인사가 2012년 파업 정신을 심대히 훼손하는 처사라는 것이 조합원의 의견이란 점을 경영진에 전달했습니다.

●...노조와 사측은 지난달 말부터 그림자노동 해소를 위한 실무협상을 개시했습니다.

6월 29일 1차 회의와 7월 15일 2차 회의에서는 주 52시간 근무제 도입 이후 일부 조합원들이 불가피하게 초과근무를 하고서도 어떠한 보상도 받지 못하는 사실상의 '무급노동'이 발생하는 문제가 심도 있게 논의됐습니다.

양측은 1주당 최장 52시간 근무 원칙을 지킬 수 있는 업무환경 조성을 위해 꾸준히 노력하는 한편, 과도기적 부작용이랄 수 있는 초과노동에 대해 적절한 보상이 이뤄지도록 노력한다는 데 뜻을 모았습니다.

이와 관련해 노조는 ▲ 노·사 및 당사자 동의 절차를 거쳐 초과근무 수당 지급 ▲ 추가근무 발생시 사용기한 3개월의 특별휴가와 소정의 휴가비 지급 등 두 가지 방안을 사측에 제안했습니다.

노조는 주 52시간 근무제가 도입된 2018년 7월 이후 현재까지 발생한 초과근무에 대해서도 소급해 보상받을 수 있는 방안을 사측에 요구할 계획입니다. 조합원들께서는 지금부터라도 본인 근무시간을 철저히 기록해 주시길 부탁드립니다.

●...회사는 시니어 인력 활용을 위한 노사 공동 태스크포스(TF) 팀 구성에

최근 최종 합의했습니다.

사측에서는 기획조정실 부실장, 인사교육부장 등 3명이 참여하고, 노조에서는 사무처장과 정책실장이 참여합니다.

노조는 이에 더해 기자직 중 신망이 높은 시니어 한 분과 주니어급 사원도 함께 논의에 참여해야 보다 건설적이고 실효성 있는 대책이 나올 수 있을 것으로 보고 사측에 해당 사항을 건의했습니다.

●...노조는 종로구 제로페이 상품권을 구매해 부서 순회 등 각종 행사에 활용하고 있습니다.

종로구는 최근까지 제로페이 상품권을 10% 할인된 가격에 판매했습니다. 이달부터는 할인율을 7%로 낮췄으나 여전히 적지 않은 비율입니다.

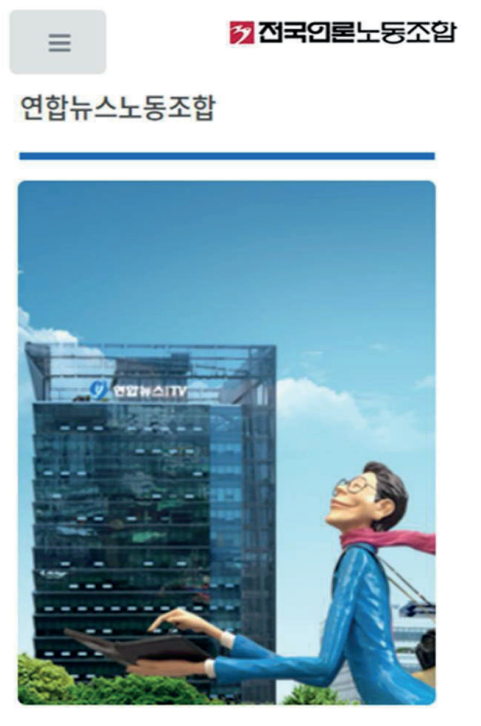
노조 집행부는 조합원들께서 십시일반 모아주신 돈을 허투루 쓰지 않고 알뜰살뜰 살림을 꾸려가기 위해 계속 노력하겠습니다.

●...노조 홈페이지 개편을 위한 본계약을 체결했습니다.

계약 금액은 1천만원이고, 착수 시와 완료시 각각 절반을 지급하기로 했습니다.

개편 완료시점은 9~10월 전후가 될 것으로 전망됩니다.

이번 홈페이지 개편 작업에는 디자인팀 소속 김현 조합원께서 재능기부 형식으로 참여해 세련된 디자인을 제공해 주셨습니다. 이 자리를 빌어 다시 한번 감사드립니다.



안녕하세요. 연합뉴스 노동조합입니다.

연합뉴스 노동조합 홈페이지에 오신 것을 환영합니다.

새 홈페이지 시안 ▶

☞ 3면에 이어

이런 보이지 않는 장벽은 편집국 안에서도 다르지 않다. 탐사보도, 기획취재 등 새로운 방식의 콘텐츠를 끊임없이 시도했지만, 솔직히 우리는 동료들의 고군분투만 지켜볼 뿐 적극적으로 힘을 실지 못했다는 반성이 나왔다.

“전략부서나 기획부서, 콘텐츠 실험 조직 등이 만들어진다면 지원할 사람?” 질문에 누구 하나 선뜻 대답하지 못했다. 이날 모인 기자들 역시 편집국의 폐쇄성에서 자유롭지 않다는 뜻이다.

결국 인사권을 가진 경영진이 성과 보상 체계를 바꿔 누가 봐도 훌륭한 기자들이 미래 전략을 고민하는 곳으로 흘러들 수 있게 해야 한다는 의견이 많았다. 기자들의 비편집업이 개인 커리어에 도움이 되지 않는 ‘희생’이나 ‘좌천’으로 여겨지는 분위기를 바꿔야 한다는 의견이다. 편집국의 취재 역량과 비편집 기자들의 뉴미디어 역량을 공유할 수 있는 루트를 만들어 연합뉴스가 가진 자원을 더 효과적으로 활용할 수 있다면 우리만의 미래 전략을 만들 수 있지 않겠느냐는 희망 섞인 목소리도 나왔다.

“어떤 언론사도 해법을 찾지 못한 상태에서 우리도 계속 새로운 걸 시도하고 그 경험으로부터 배우고 또다시 시도하고... 이런 것들이 필요해 보여요. 무기

력함에 빠져있기보다 뭐라도 해보려는 절박함이에요.”

사족으로 첨언하자면, 2시간 넘게 이어진 ‘허리’들의 논의에서 회사가 그렇게 목매는 ‘시니어 인력의 활용 방안’ 얘기가 단 한마디도 나오지 않았다는 건 씁쓸하다.

연합뉴스 콘텐츠 경쟁력을 높일 수 있는 아이디어를 고민할 때 한창 일하는 중간급 기자들은 시니어 인력 활용을 고려하지 않았다는 뜻이기도 하니까. 시니어 인력 활용 방안이 전사적 과제가 됐음에도 정작 “내가 뭘 하겠다”는 시니어들의 목소리는 들리지 않는 상황 자체가 아이러니라는 지적은 새겨들을 만했다.

“양심이 없다는 얘기까지 나와요. 물론 몇몇 분들은 현장을 누비면서, 본인의 전문성을 살려서 활약하시는 분들도 계시죠. 문제는 대세가 아니라는 겁니다. 어떻게 회사에 기여할지는 그분들 각자가 더 잘 알 겁니다. 정작 본인들은 침묵하는데 왜 이 문제를 회사와 노조가 대신 머리를 싸매고 고민을 해야 하는 건지 모르겠어요.”