

2025년 07월 23일(수요일) 시청자위원회

참석

위원 : 강문식 위원장, 박성주 위원, 천지연 위원, 박소정 위원, 박경숙 위원, 박배연 위원

회사 : 대표이사 사장, 방송사업센터장, 콘텐츠센터장, 보도센터장

위원장

여수MBC가 순천 이전을 준비하고 있다는 소식을 들음. 지역사회의 논란이 뜨거움. 여수지역의 상실감이 두드러지는 것으로 보임. 개별기업의 선택을 존중해야한다는 여론도 존재, 지자체의 무대책 지적. 시청자위원회의 역할을 고려할 때 이번 상황의 본질을 잘 파악해야할 것으로 생각함. 일정을 수정해 시청자위원회를 개최함. 시청자위원회 시작함. 먼저 대표이사의 이전 배경 및 향후 계획에 대해 설명을 듣도록 하겠음

대표이사

먼저 공유하고 제대로 상의되지 못한 부분에 대하여 송구스럽게 생각함. 궁금증을 해소하고 보도가 나오게 된 과정과 상황에 대해 소상하게 설명 하는 것이 맞다 생각함.

현재 맞닿아 있는 상황과 배경 계획에 대해 설명 드리자면, 첫 번째 경영 위기에 직면한 상황으로, KBS는 공영방송으로 수신료를 받고 있으나, MBC는 광고로 기반으로 하는 주식회사 형태의 민영기업임. 16개의 지역 MBC 별도 법인으로 네트워크 본계열사 체제로 광고료와 전송료를 받아서 운영 중인 체제(주 수익원), 10여년전만 해도 70~80% 자사 수익을 담당했었음. 지금은 광고료가 인터넷, 뉴미디어 등으로 인해 급감하여 작년 36억, 올해는 33억으로 수익을 추산함.

2010년대부터 경영위기가 가시화 됐으며, 두 차례 명예퇴직 구조조정을 실시했고, 임금피크 등 신인사제도 도입, 영화관 운영 등 신사업 추진하였음. 영화관은 2017년 개관했으며 현재 OTT로 인하여 영화관 수익 전년대비 반토막 났음. 회사의 또다른 수익구조인 지자체, 산단 광고협찬 역시 감소 추세가 뚜렷하여 회사는 구조적인 한계 봉착, 적자구조 도래하였음.

두 번째. 현사옥은 사무공간으로서의 안전문제, 제작시스템, 송출공간으로서의 기능 상실하였음. 1991년 건축된 사옥으로 곳곳에 균열이 나 있으며 누수 발생하고 현관문 앞 15CM 지반 침하, 아스팔트 균열 발생하였음. 3번째 누수를 잡기 위해 다양한 시도 하고 있으나, 쉽게 잡히지 않음. 공조 체제도 가동되지 않고 있음. 개별공간의 냉난방 실시. 복도 및 공용 공간 불편함 발생. 개별 냉난방으로 인해 전기료 과다 발생. 수조 누수로 인해 소방시설, 배전시스템 누전위험, 기계 오작동 문제 발생. 긴급보수 했으나 안정적이지 않음.

시스템 자체가 근간이 취약함. 건물 노후화는 안정적인 방송 송출에 가장 크게 연관돼 있음. 26년부터 UHD 송출부터 투자 계획이 수립돼 있음. 현 사옥에 노후장비 투자 하는 것이 맞는지에 대하여 회의적인 시간이 다수. 또한, 현재 운용중인 송출, 제작 관련 장비 투자 시기 적어도 10년 이상 된 오래된 장비로 방송사고의 위험, 유지보수 비용 발생 등 부담이 가중되고 있음. NLE편집 시스템 전기 문제로 방송 관련 모든 기계 셧다운이 발생했으며, 현사옥의 인프라 한계로 신규 장비 투자, 노후장비 대체 투자는 불가능 하다는 게 기술담당부서의 판단임.

사옥문제 해결을 취임 후 가장 중요한 현안이라 생각하고 해결위한 방안을 다양하게 검토함.

첫 번째가 현 사옥의 리모델링. 견적이 약 100억정도로 추산. 리모델링 기간 동안 장비와 인

력을 수용할 수 있는 대체 사옥 섭외의 어려움, 현 운용중인 장비 이전의 불가능함.

두 번째가 여천역 부지개발 관련하여 여수시에 공공부지 매입 제안. 여천역 부지개발 정부로부터 반려돼 무산.

세 번째 미디어센터 입주 추진. 회사 사옥 내 미디어센터 내 입주시켜 회사와 다양한 협업체계를 구축하는 것을 제안했으나, 거절당함. 미디어센터에 공동 투자하여 장비 입주와 교육 등에 대하여 담당하는 것을 제안했으나 답을 받지 못함.

네 번째 현 부지 종상향을 통한 개발과 신사옥 건설 추진. 여수 지구단위계획 심의 추진에 참여. 주철현 의원, 백인숙 의원 등 두 차례 만나 협조를 구하였으나 도시계획심의회에 전혀 반영되지 않았고 특혜시비 등으로 인해 무산되었음.

마지막으로 여수시 협조로 부지 2곳(여수 공고 옆 공터(경사면), 건강보험공단 옆 자투리 700평 2차선 이면도로에 맞닿아 있는 부지) 추천받았으나 방송사 이전에 적합한 부지로 볼 수 없었음.

노후화, 방송인프라 위험 가중화. 생존 위기와 관련하여 다양한 방안을 지속적으로 논의시작.

첫 번째. 신축 이전 추진에 대하여 검토. 가능성에 대하여 의구심을 가지게 됨.

부지 매입 비용 대략 40~50억, 시공비 상승에 의한 비용 대략 200억 추산. 장비, 비품 구입 등 비용까지 계산했을 경우 대략 300억 비용 추산.

16개 지역사 경영상의 어려움.(한계에 이른 지역 MBC가 많음, 광고료 감소폭은 본사보다 큼) 디지털플랫폼에 빠른 속도로 잠식 중. 지상파 자체 큰 위기. 방송광고 시장의 규모가 2012년 2조원 붕괴하였으며 2021년 1조원 붕괴, 2024년 8천억 수준에 머무르고 있으며 웹, 모바일 등 디지털 광고료 9조원대로 추산. 2017년 정도 광고 비중 크로스 발생. SBS 등 OTT대표인 넷플릭스에 공급 계약 체결.

경영위기 발생 시 콘텐츠 제작비를 줄이기 시작함. 솟품 교양 등 제작 했으나 여의치 않았음. 콘텐츠 제작 위기 탈피를 위한 모멘텀 필요, 비용 최소화를 통한 사옥문제 해결이라는 2가지 현안을 해결하기 위해 임대 방식을 검토했고 국가정원 국제습지센터 입주를 검토함.

습지센터는 정원박람회 전시관으로 활용, 이후 문화콘텐츠 기획발전특구 지정되었고 애니메이션 콘텐츠 업체 로커스가 입주해 운영할 예정. 애니메이션을 중심으로 한 콘텐츠 제작 세계가 구축되는 중.

제작의 시너지를 낼 수 있을 거라고 판단. 기획발전특구에서 제작한 콘텐츠는 결국 유통이 핵심. 16개 계열사, 협의 시 본사까지 유통 확장이 가능할 것이라 생각. 콘텐츠 전환의 기반을 마련 할 수 있을 것이라고 생각. 콘텐츠 혁신을 통해 오래된 지상파에서 디지털로의 혁신이 가능 할 것이라 판단. 국제습지센터에 입주할 로커스는 경쟁력 있는 기업. 협업을 통해 도모 할 수 있는 것이 많을 것이라 판단. 웹툰은 IP기반 다양한 콘텐츠, 부가 사업 발굴이 가능.

정원, 습지는 콘텐츠 자산. 지역 기반 콘텐츠 제작이 가능할 것이라 생각. 미디어 교육, 체험, 전시가 가능할 것이라고 판단.

여러 가지 상황을 검토해 순천시에 입주 이전 타진, 협의 중. 이전 추진 노력과 시도가 지역 방송 소멸의 위기 상황을 타개하기 위한 것. 방송권역을 지키고 공영방송으로서의 책무를 다하는 것이라 생각. 여수MBC가 이전하더라도 동일한 방송권역 유지, 송출권역 유지. 똑같은 역할을 수행. 제작환경 일신하여 더 좋은 콘텐츠 제작이 가능하며 더 좋은 서비스를 제공할 수 있을 것임.

위원장

시청자위원회 주요 제작 및 보도프로그램 관련하여 배부된 자료를 통해 갈음하고 여수MBC 사옥 이전과 관련하여 위원님들의 의견을 들어보는 시간을 가지도록 하겠음.

박소정 위원

순천 지역민으로서 발언이 조심스러움. 먼저, 여수MBC의 노력에 대한 의구심을 가지고 있었음. 대표이사의 설명을 듣고 난 후 여수MBC의 다양한 노력과 고민에 대하여 알았으며, 이러한 시도가 바탕이 돼 현재의 사옥이전 방안이 나온 것이라고 생각함.

정치인들은 내년 지방선거를 앞두고 자신들의 정치적 이해관계에 따라 움직임이 있는 것으로 판단됨. 순천에서도 정치적 이해관계에 따라 반대하는 움직임이 있을 수 있음.

여수라는 이름이 붙은 것일 뿐 전남 동부 지역의 공영방송으로 공영방송의 위기를 넘어가기 위해 머리를 맞대고 해결방안을 찾을 필요가 있음. 콘텐츠의 위기임. 단순한 보도능력이 아니라 시대변화에 따라서 갈등을 최소화 하면서 해결방안을 찾기 위한 콘텐츠 발굴을 위한 각계 각층의 노력이 필요함

위원장

지역 콘텐츠 발굴과 관련하여 여수MBC를 중심으로 지역사회의 찾기 위한 노력이 필요하다

박경숙 위원

전남 동부 지역에 잘 확산될 수 있는 기반이 마련된다면 전남 동부 지역 지자체 모두에 큰 시너지가 생길 것이라고 봄. 공동으로 발전할 수 있는 방안으로 협의체가 구성되고 진행되기를 바람.

박배연 위원

위기 돌파를 위한 사옥 이전에 대한 방안은 납득할 수 있음. 이전을 위한 법적 절차만 이뤄지면 이전이 가능한 것인지. 공영방송이기 때문에 다른 절차가 필요하지 않다면, 회사 내부 의지만 가진다면, 절차만 거치면 이전이 가능한 것이라면 여수시민 설득과 동의만 거치고, 콘텐츠를 어떻게 잘 만들어 갈 것인지에 대하여서만 고민하면 된다고 생각함.

천지연 위원

MBC가 여수만을 위해서 성장한 것은 아님. 전남 동부권과 같이 성장해온 회사. 하나의 유기체라는 생각이 부족하다고 생각함. 지역 이기주의가 많이 나오고 있음. 외부의 시선에서는 지역의 노이즈라고 볼 수 있음. 이전과 관련한 사전 절차나 행위가 없었기 때문에 당황스러울 수도 있을 것이라고 생각함. 공론화 과정이 여수 시민들을 이해시키고 전남 동부권을 발전시키는 행보라는 것을 설득 시킬 수 있는 것이라고 생각.

기회발전특구 입주, 콘텐츠 개발 외 현재의 송출, 방송권역, 보도 권역도 유지할 것임을 여수 등 권역 내 시민들에게 설명할 필요가 있음. 명칭도 지역에 국한하는 것도 안 맞다고 생각. 여수를 버리는 것이 아니라 더 큰 권역을 품고 발전하려는 것임을 말하고 설득 하는게 필요함.

박성주 위원

공론화를 통해 지역사회에 인식 시키고 설득시키는 과정이 필요하다고 이야기했음.
사옥 이전 규탄대회 등 상황이 쉽지 않으며 악화 될 수 있다고 생각함. 예를 들면, 여수시의 회 MBC와 함께 했던 예산 삭감할 것이라 예상. MBC가 이전하는 과정이 중요하다고 생각함. 과거 다른 방송사가 이전했던 것과 동일함. 전체 이전보다는 방송센터만 이전하는 식의 부분 이전을 통한 방식도 고려할 필요가 있음. 여수시민들의 반감, 시의회 들고 일어난 것. 하나씩 천천히 이전하는 것도 고려할 필요가 있음. 여수시와 적극적인 협치를 통해 만들어 보는 것이 필요.

대표이사

광고료 급감은 소멸단계에서 벌어지는 일이라고 판단함. 미디어특위를 구성해 지역방송을 지원할 체계를 구축해야함. 지역언론 사막화 문제 심각수준.

박소정 위원

여수MBC가 전남동부권역 내 어디로 이전하게 되더라도 현재의 협업체계가 유지될 것이라고 생각함. 여수MBC가 여수에 있음으로 올라가는 브랜드가치가 무엇이었는지 생각해 볼 필요가 있음. 논의과정에서 당사자인 여수시가 빠졌다는 것에 대한 분노가 큰 것이라 생각. 회사는 생존의 문제, 콘텐츠 혁신의 노력과 관련하여 경영진 중심으로 내부에서 단합된 목소리를 내도록 구성원들의 목소리를 단합하는 것이 중요.

시민단체, 시민사회가 해야할 일은 편가르기가 아니라 언론의 중요성을 알고 생존하기 위하여 어떻게 바라봐야 할 것인지, 언론의 역할은 변화하는 것이 아니라는 것이 중요.

박경숙 위원

서운함에 대하여 귀 기울여줄 필요가 있음. 현재까지 해왔던 여수시민들을 위한 다양한 문화 콘텐츠 소재들을 어떻게 더 혁신적으로 발전시키고 다가가게 할 것인지에 대하여 시민들에게 보여 줄 필요가 있음.(여수시민이 좋았던 점, 기대하는 바, 공영방송으로의 기대감이 실현 될 수 있는 시스템을 마련해야함) 순천시 이전 이후에 여수시 내 업무를 볼 수 있도록 지사를 두는 것도 검토가 필요함. 예를 들면, 청년들이 만드는 뉴스 등을 지역별로 돌아가면서 청년, 청소년들이 관심을 가지고 참여할 수 있는 것들 떠나지만 오히려 잘 되는

위원장

기본과 근본, 현실 직시가 필요. 모든 미디어가 GPT AI, 유튜브에 잠식당하고 있음. 위기가 현실로 다가왔음. 사옥 이전을 하나, 현재의 방송권역은 변화가 없음. 지역 이기주의 목소리로 우리 지역 내 갈등을 일으킬 것이 아니라 응원이 필요하고 냉정한 판단이 필요함.

박배연 위원

여론을 호의적으로 바꾸기 위한 납득하고 인식할 수 있는 좀 더 자세한 입장 발표가 필요함.

대표이사

공론화 필요하고 여러 가지 과정이 있음. 공론화는 협의체가 건설적이고 생산적이며 서로를

이해하는 공론장이 될 수 있다면 참여하는 것이 맞음. 다만 여수시가 구성한 협의체는 사옥이 전 백지화를 전제로 한 것으로 적절치 않은 것으로 보고 있음.

박소정 위원

경영의 어려움을 다 알고 있으나, 소유물이 없어진 다는 것에 대한 감정적인 서운함이 나오는 것. 설득에 너무 큰 노력을 하는 것은 불가능. 다만, 여수MBC가 놓인 어려운 상황과 어떻게 변화할 것인지에 대하여 꾸준히 알릴 필요가 있음.

박성주 위원

사옥 이전까지 시간이 남아 있는 것으로 보임. 그 과정 속에서 공론화하여 천천히 이야기 하면서 시민들을 잘 설득할 필요가 있음.

천지연 위원

방송사가 하는 일에 대한 정체성이 드러내는 것이 방송사의 이름이라고 생각함. 방송사의 이름에 대하여 고민하고 방송사의 이름을 먼저 바꾸고 정체성을 드러내야함.

위원장

마지막으로 이호인 대표이사님 말씀 듣고 마무리 하겠음.

대표이사

여수MBC가 여수라는 이름을 달고 55년 이 지역에서 있었음. 그래서 검토라고 해도 이전이라는 이전 검토를 한다는 건 굉장히 힘들고 처음에는 상상하기도 어려웠음. 주민들 그리고 지역 전체에서 가지고 있는 서운함과 상실감 이런 것들을 잘 느끼고 있고 공감하고 건설적이고 생산적인 방식으로 저희가 지역과 소통을 지속해 나갈 것이며. 잘 설명하고자 노력하겠음.

한 가지만 알아주셨으면 하는 게 제가 설명 했지만 이 지역을 전남 동부에서 저희 회사로 남고 싶은 것이고 생존하고 싶은 것이 그것이 초래할 결과가 저희 회사 스스로도 원하지 않고 지역의 지역 위기 속에 처한 지역의 미래를 위해서도 좋은 것이 아니라는 점을 공감을 해 주셨으면 좋겠음.