

'22년 5월 시청자위원회 운영실적

방송사명 : 광주문화방송

1. 회의개최

연 번	일 시	장 소	참석인원				회의형태		
			시청자 위원 (참석인원/ 총인원)	방송사		총 인원 (명)	대면	온라인	서면
				경영진 (명)	경영진 외(명)				
1	5.19	회의실	7/15	4	1	12	○	-	-

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 김수형·김요수·류한호·양초롱·정은진·최영호·최정욱·한문철

② 방송사 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급) : -김낙곤(사장), 황한영(경영인프라본부장), 윤행석(콘텐츠본부장), 윤근수(시사보도본부장)

- 경영진 외 : -황형철(경영심의팀 차장)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시(시정요구) 및 시청자권익보호 등의 논의 안건(건수)

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예·오락 (스포츠)	기타	소계		
1	3	4	0	2	9	0	10

나. 사업자 반영(건수)

구 분	수 용	의견참고	반 론	계
건 수	10	0	0	10

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
방송편성	<시사 온> 금요일 낮 시간대 편성 아쉬움	-일요일 아침 재방송 편성 및 유튜브 실시간 방송 조치	'22.5.
보도	그린뉴딜, 지역 에너지센터, 탄소중립 등 관심 필요	-<뉴스데스크> 인수위 광주전남 7대 공약 발표..‘우려의 목소리도’(5.7), 윤석열 정부 출범..“호남 차별 우려 불식되길”(5.10), <뉴스투데이> 순환형 수고 공유망 구축(5.23), 수소 경제 중심도시로(5.30) 등 보도 조치	"
"	규제 강화의 문제점 짚어 주길 바람	-<뉴스데스크> 안전운임제 쟁점과 해법은?(6.7) 등 보도 조치	"
"	지방선거 후보자의 공약비교를 위한 정보제공 프로그램 바람	-<시사 온> 4주 연속 광역단체장, 광주시 교육감 후보 정책, 공약 점검(5.6.~27), 6.1지방선거 분석(6.3) 방송 조치	"
교양	<본방을 보자>, 시식장면 어색하고 원활하지 못한 진행이었음	-편성 책임자와 담당 PD 의견 전달 및 제작 시 유의 권고 조치	"
"	<본방을 보자> 코너, 짧고 밀도 있게 진행해 젊은 층 확보 노력 필요	-수요일 <본슬랭 가이드>, 목요일 <좁은 노래방> 등 젊은 층 참여를 위한 코너 방송 중	"
"	<나를 찾아줘>, 암매장 가능성의 근거 부족, 암매장에 참여한 군인 인터뷰 없어 아쉬움	-보도 책임자와 담당 기자 의견 전달 및 향후 제작 시 유의 권고 조치	"
"	<랜선 오월길>, <나를 찾아줘>, 5.18이 오늘을 사는 우리에게 던지는 화두가 무엇인지 고민을 담기를 바람	-편성과 보도 책임자 의견 전달 및 제작 시 유의 권고 -<뉴스데스크> 5.18 42주년 연속기획 보도(5.17~21), <광주정신 캠페인 오월이 민주주의다>(6.1~6.20) 방송 조치	"
기타	연령대, 광고주, 프로그램 소비 경향 등 심층 조사 활용 필요	-닐슨코리아 미디어 리포트, 한국방송광고진흥공사 방송통신광고통계시스템 등 자료 활용 조치	"
"	디지털 콘텐츠 강화 및 지상파 융합 필요	-<본방을 보자>를 카카오투, 네이버TV, 유튜브 동시 생방송 및 <솔로하우스> 등 OTT 콘텐츠 제작 중	"
총 건수		10건	

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요청 내용	조치 내용	조치일자	비고
해당 사항 없음			

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기: 2000.0 ~ 2000.0)

성명	생년월일	전·현직	변동사유	비고 (임기)
해당 사항 없음				

3. 기타사항

가. 시청자위원회 회의록 공개 사항

- 홈페이지에 전문 공개

나. 상시의견수렴 실적

상시의견수렴방법	내용
해당 사항 없음	

당월 시청자위원회의 의견제시 또는 시정요구내용에 대한 답변

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비고		
			수용	참고	반론
방송편성	<시사 온> 금요일 낮 시간대 편성 아쉬움	프로그램 개편 시 검토하겠음	○		
보도	그린뉴딜, 지역 에너지센터, 탄소 중립 등 관심 필요	에너지 자립이나 탄소 중립의 실현 가능성과 선결 과제, 효율성 등에 대해 정보를 제공하고, 분석하는 프로그램 기획을 검토하겠음	○		
"	규제 강화의 문제점 짚어주길	규제를 강화하는 사례에 대해 검	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	바람	토 과정을 거쳐 취재와 보도 여부를 판단하겠음			
"	지방선거 후보자의 공약비교를 위한 정보 제공 프로그램 바람	<시사 온>에서 4주간에 걸쳐 광역단체장 후보와 광주시 교육감 후보들의 정책과 공약을 집중적으로 비교 평가하였음	○		
교양	<본방을 보자>, 시식장면 어색하고 원활하지 못한 진행이었음	향후 생방송에서 시식장면 방송은 지양하는 방향으로 제작하겠음	○		
"	<본방을 보자> 코너, 짧고 밀도 있게 진행해 젊은 층 확보 노력 필요	수요일 <본술랭 가이드>와 목요일 <좁은 노래방>을 통해 젊은 층 참여를 유도하고 있음	○		
"	<나를 찾아줘>, 암매장 가능성의 근거 부족, 암매장에 참여한 군인 인터뷰 없어 아쉬움	5.18민주화운동 당시 행방불명자들의 암매장 가능성은 그동안 꾸준히 제기돼 왔고, 5.18 진상규명조사위원회도 주요 과제로 조사하고 있음. 다만 아직은 시체처리반이 운영됐다는 직접적인 증거가 존재하지 않아 프로그램에서 계엄군의 간접 증언을 인용함	○		
"	<랜선 오월길>, <나를 찾아줘>, 5.18이 오늘을 사는 우리에게 던지는 화두가 무엇인지 고민을 담기를 바람	5.18 계기에 맞춘 정기적인 콘텐츠 제작을 통해 공영방송의 책무를 계속 수행하겠음	○		
기타	연령대, 광고주, 프로그램 소비경향 등 심층 조사 활용 필요	추후 개편 논의 때 활용하도록 하겠음	○		
"	디지털 콘텐츠 강화 및 지상파 융합 필요	디지털 콘텐츠와 지상파 콘텐츠가 유기적으로 결합하도록 지속해서 노력하겠음	○		

시청자위원회 회의록(2022년 5월)

일시	2022. 5. 19. 목. 오후 5시	장소	회의실
참석자	위원회	김요수, 김정희, 김형순, 류한호, 정은진, 최정욱, 한문철(7명)	
	회사	김낙곤 사장, 황한영 경영인프라본부장, 윤행석 콘텐츠본부장, 윤근수 시사보도본부장(4명)	

■ 회의 내용

- 류한호 위원장 : -그동안 시청자위원회를 여러 차례 비대면 방식으로 진행했다. 어느새 5월이 됐고, 임기 마지막 시청자위원회를 하게 됐다. 바쁘신 가운데 참석해주신 위원님께 감사드린다. 시청자위원회가 법적으로 매월 한차례 하게 돼 있다. 코로나 때문에 모이는 것 자체가 금지되는 상황에서 지금까지 서면으로 할 수밖에 없었고, 이제 모일 수 있게 됐는데 임기가 끝나게 됐다. 광주MBC 시청자위원으로서 우리가 맡은 일들을 충실히 했다. 시청자위원회와 관계없이 광주MBC가 좋은 프로그램을 만들어서 시민에게 가깝게 다가가기 위한 노력을 했고, 그런 것들이 방송 관련 수상을 하는 방식으로 성과가 증명되었다. 시청자위원으로서 좀 더 적극적으로 의견을 제시하고 의견이 광주MBC에 잘 받아들여졌다. 그동안 협력 해주신 것에 대해 감사드리고, 이런 일을 통해서 시민과 함께하는 광주MBC로 계속 활동해나갈 수 있기를 바란다.
- 김낙곤 사장 : -코로나로 많이 못 뵈게 되어 아쉽다. 그동안 위원장님께서 잘 이끌어 주셔서 감사드린다. 시청자위원회가 애정을 가지고 광주MBC 발전을 위해 좋은 말씀 해주셨다. 대안도 제시해주시고 많은 도움이 됐다. 회의에 참여하셔서 여러 가지 프로그램에 대한 제안과 말씀해주신 위원님들께 감사드린다. 그 덕에 프로그램 경쟁력이 많이 좋아졌다고 자평한다. 어려웠던 경영 상황도 좋아지고 있다. 애정으로 봐주신 시청자위원 여러분 덕분이다.
- 류한호 위원장 : -시청자위원회가 앞으로 지금보다는 훨씬 잘 될 것으로 본다. 업무보고를 해달라.
- 윤행석 콘텐츠본부장 : -10분짜리 10편으로 구성된 휴먼다큐 <오늘도 출근>을 작년에도 했고 올해도 했다. 이달의 PD상을 수상했고, 노동조합이 하는 이달의 좋은 프로그램도 수상했다. 광주시교육청과 공동기획으로 하는 <랜선 오월길>이 3년째 됐는데, 지역 MBC 계열사와 공동으로 대구·경남·전주·제주 등 5개사가 공동으로 편성해서 호평을 받았다. 5.18 전야제를 광주MBC 유튜브를 통해 라이브로 했다. 계획은 하반기에 몰려 있는데 <문화콘서트 난장>이 격주 목요일로 나주에서 녹화하고 있다. <풍류 달빛공연>은 광주관광재단과 공동기획으로 연간 6회 한다. 6월에는 4일 금요일에 전통문화관에서 박애리 국악인의 사회로 김다현, 김봉곤 등이 출연한다. 지원을 받아 제작하는 다큐멘터리가 몇 편 있는데, 혁신학교를 주제로 한 다큐, 보성소리 다큐를 6월, 10월에 방송할 것이다. 저희가 역점으로 <레드디쉬 김치> UHD 4부작을 10월에 편성할 예정이다. 공간을 다루는 미니 다큐 <솔로 하우스>를 한다. 광주 노래 만들기 프로젝트가 있는데, 광주시, 광주관광재단과 함께 하반기 제작을 준비하고 있다. <얼씨구당>은 나주 신청이라는 지역에서 12편을 제작한다. 연중기획 캠페인 <영산강>을 계속 제작하고 있다.
- 윤근수 시사보도본부장 : -시기가 시기이다 보니 선거와 5.18을 주축으로 뉴스와 제작을 진행했다. 민주당 경선을 앞두고 여론조사를 통해 지역의 여론을 파악하고, 후보들의 정책과 공약을 비교 분석했다. <시사온>에서는 광주시장, 전남지사 후보를 초청해 공약을 검증했고, 쌍방향 소통을 통해 시청자가 궁금해하는 것을 직접 질문했다. 5.18 특집 다큐멘터리 <나를 찾아줘>는 수도권을 제외한 전 지역에 방송했는데 좋은 반응을 얻었다. 광주시교육감, 광주시의원 비례대표, 청장과 군수 선거 등 선관위 주관 토론 방송을 계획하고 있다. 지방선거 관련해서는 개표방송이 차질 없도록 준비하겠다. 광주·목포·여수 3사가 개표방송을 공동으로 추진하고 있다. 오늘 저녁에는 광주시장 후보토론이 예정돼 있다. 5.18 42주년 기획 보도로 해직언론인을 조명하고 있으며, 5.18진상조사위원회 활동도 빠짐없이 보도하겠다.

- 류한호 위원장 : -디지털 콘텐츠를 집중적으로 확대 강화했으면 좋겠다. 앞으로 디지털 콘텐츠 생산자와 보유자로서 광주MBC가 상품을 다양하게 갖췄으면 하는 생각이다. 광주MBC가 요즘 하는 사업 내용이기도 하지만, 방송 나가는 것과 지상파와 온라인에 디지털 콘텐츠를 융합하는 것을 같이 하면 어떨까. 어쩌면 지상파 프로그램의 내용을 디지털 시대에 맞게 바꿔 나가는 데 상당히 도움이 될 것 같다. 신문에서 보면 통합 뉴스룸 비슷한 건데 가령 방송에는 온라인과 지상파 사이를 같이 융합해서 하는 것이다. <시사온> 같은 것은 온라인의 콘텐츠를 이쪽에 쓰는 것으로 보이는데 그런 쪽으로 좀 더 확장하면 어떨까.
- 김요수 위원 : -제가 생각했을 때 모바일 혁명이 시작된 건 2009년이다. 10년 정도가 지났다. 와이즈앱에서 4월 통계를 냈다. 대한민국에서 가장 많이 쓰는 앱이 카톡으로 4,594만이고, 유튜브, 네이버, 쿠팡, 네이버 지도, 당근마켓, 배달의 민족, 토스 등이다. 들어 봤지만 한 번도 쓰지 않은 앱도 있을 것이다. 쿠팡이나 당근마켓, 토스 같은 경우는 20, 30대에게는 필수 앱이다. 20, 30대를 겨냥한 광고는 보통 거기에 한다. 가장 오래 사용한 앱은 12억 시간을 쓴 유튜브다. 그 뒤로 카톡, 티톡, 인스타그램 등이다. 다음도 한물갔다고 생각할 수 있지만 순위 안에 있다. 자주 쓰는 앱으로는 하루 평균 72회를 쓴다는 카톡, 그다음이 네이버, 트위터 등이 있다. 여기에서 생소한 것은 트위터다 이것도 한물간 거 같지만 순위 안에 있다. 어른들은 잘 모르지만, 네이버 웹툰이 자주 쓰는 앱의 중요한 변수다. 스마트폰 사용자 4,594만 명을 대상으로 조사한 것이다. 한겨레 보도에 이런 게 있다. 2021년까지 해서 대한민국 인터넷 신문이 8,888개고, 일간신문이 535개다. 78%가 검색엔진으로 뉴스를 본다. 독일 32%나 핀란드 16%에 비하면 우리나라는 이미 텔레비전이나 라디오의 방송시대가 지났다고 볼 수 있다. 잘 아시겠지만, 검색엔진은 뉴스를 만들지 않는다. 이 두 가지 통계에서 보면, 전통 미디어 시대는 갔고 대한민국은 플랫폼 미디어 시대가 왔다고 생각이 된다. 레거시 미디어에 그런데도 광고가 들어온다. 광고효과는 거의 없는 거로 평가를 한다. 그런데 광고를 하는 이유는 보험성이거나 기사 자체가 광고형 기사로 쓴다는 것이다. 포털을 중심으로 한 기사들이 조회 수 경쟁을 한다. 요즘 언론을 조회 수 저널리즘이라고 얘기를 한다. 헤드라인을 눈에 띄게 만든다. 기사에 히트한 유명한 드라마 대사를 넣는다. 검색이 쉬워지는 것이다. 노래가 좋은 게 뜨면 그 가사를 기사에 적어넣는다. 검색초회를 많이 하기 위해서다. 유명평론가나 유명인이 말을 하면 인용해서 기사에 넣는다. 무슨 이야기냐면 취재 없이 혹은 사실이 아닌 짜깁기 하는 경향이 있다. 이런 현상을 뉴스의 사막시대라고 한다. 뉴스는 이미 사막이 됐다는 것이다. 지금은 레거시의 방송시대가 아니라 앞으로는 시대를 방송하는 게 필요하다고 생각한다. 레거시 프로그램으로는 생존이 어렵다. 시대를 따르거나 시대를 앞서가야 한다. 이런 것이 왜 필요한가는 더 잘 알겠지만 어떤 방향으로 갈 것인가는 인덱스 조사를 해야 한다고 생각한다. 광주MBC도 통계를 뽑아볼 필요가 있다. 소속 직원들의 의견 외에도 연령대별, 광고주별 의견, 프로그램 소비 경향, 현재 흐르는 패턴은 어떤지 알아야 한다. 방송의 방향을 잡고 가면 많은 걱정을 덜 수 있지 않을까 생각을 한다. 오늘 한국콘텐츠진흥원이 중요한 발표를 한 게 있는데, 우리나라 웹 소설과 웹툰 대한 것이다. 그 방향을 어떻게 잡아갈 것인가이다. 네이버 같은 경우 해외 웹툰 회사를 인수하기도 했다. 시대가 많이 바뀌었다는 생각을 한다. 마지막으로 제가 하고 싶은 말은 우리의 미래는 경험으로 짐작할 수 없게 됐다. 추측으로 예측할 수 없게 됐다. 또 통계는 짐작이나 추측과 다른 경우를 많이 봤다.
- 김정희 위원 : -5월이다. 광주MBC는 해마다 5.18 진상규명을 위해 특집방송을 편성해왔고, 지역사회를 넘어 우리 사회 전반에 선한 영향력을 미쳤다. 올해도 다큐멘터리 <나를 찾아줘>를 통해서 행불자를 찾고 아직 밝혀지지 않는 518 피해자들에 대한 진상규명을 시도했고, 기획취재와 뉴스를 통해서 518에 대해서 보도를 했다. 특히 학생들과 함께 하는 <5.18 42주년 생방송 랜선 오월길>은 젊은 세대와 공감하고 호흡하는 5.18의 모습을 볼 수 있어서 좋았다. 5월 진실을 향한 광주MBC의 노력을 높이 평가하고 싶다. 아쉬운 점이 있다면, '역사로서 5.18'을 넘어서, 5.18이 오늘을 사는 우리에게 던지는 화두는 무엇일가에 대한 고민도 함께 담겨 있으면 좋겠다는 것이다. 민주 세상, 대동 세상을 만드는데, 오늘을 사는 우리가 싸워야 하는 것은 무엇일가에 대한 고민도 5.18이라 생각된다.
- 정은진 위원 : -지난번에 말씀드렸듯이 저는 그린뉴딜 이 부분을 어떻게 하면 제대로 시행할 수 있는지에 초점을 맞추다 보니 계속 같은 이야기를 여러 형태로 변주해서 하고 있다. 민선 8기 출범 이후 광주시정 계획을 부분별로 짚어볼 것이다. 광주시에서 2020년 8월에 그린뉴딜 계획을 발표하면서 굉장히 공격적

인 목표를 세워 스포트라이트를 받았다. 실제로는 알맹이가 없는 내용이 대부분이다. 민선 8기에 이 부분을 어떻게 수정 보완할 것인지 시민사회가 예의 주시하고 있다. 정책제안도 많이 드리고 있다. 도시가스는 광주시 2045년 에너지 자립의 주요 에너지원으로 자리 잡고 있다. 그런데도 도시가스를 태울 때 나오는 온실가스 문제, 이런 부분에 대해서 광주시가 어떤 대책도 갖고 있지 않다면 그 부분에 대해서 취재력을 발휘할 필요가 있다. 작년에 TF팀 꾸려서 그린뉴딜 계획을 다시 한번 세부계획을 세운다고 세웠는데 결국 발표를 못 하고 말았다. 2045년까지 주요 에너지원을 재생에너지 60%, 수소연료전지 40%를 잡고 있다. 그 수소연료전지가 전부 도시가스를 이용하는 건데, 여러 가지 불안정한 상황 속에서 이런 부분을 구체적으로 실현할 수 있겠는지 짚어 주는 게 필요하다. 중앙부처 관리한테 직접 들은 이야기다. 광주시가 국책사업을 따기 위해 지나치게 경쟁하고 있는데 그것이 정말 광주지역의 고민에서 나온 것인지 중앙부처 관리가 직접 문제를 제기했다. 그런 부분에 대해서 취재력을 발휘해주면 좋겠다.

-산자부에서 전국 227개 기초 자치단체에 지역 에너지센터를 강력하게 추진하겠다는 의지를 보여주고 있는데 선언에 그치고 있다. 기초 자치단체가 예산을 마련한 능력이 안 되는데, 국비 1억, 광역자치단체 1억 예산이 날아가는 게 아닌가. 공중에 날아가는 예산이 적지 않다는 점에서 시민사회가 토론회를 준비했다. 이런 부분에서 문제의식을 느끼고 취재해주면 좋겠다는 생각이다. 윤석열 정부에서 규제 완화를 계속 얘기하고 있는데 무엇을 위한 규제 완화인지 지켜봐야 한다. 협동조합을 만들어서 햇빛발전소 사업을 하는 처지인데 여기에서 부닥치는 현실은 날로 규제가 강화되고 있다는 것이다. 여러 가지 규제 강화에 대해서 짚어 주면서 제대로 살맛 나는 삶을 살 수 있는 터전을 만들 수 있도록 역할을 해주길 바란다.

- 최정욱 위원 : -<광주MBC 보다>를 꾸준히 지켜보는데 언제나 밝은 분위기와 성실한 내용이 좋았다. 더욱이 류권형 아나운서와 이다솔 아나운서의 케미가 상당히 좋은 프로그램이다. 5월 11일 생방송으로 시식하는 장면이 있었다. 처음이라 그런지 시식장면이 너무 어색하고 방송이 원활하게 진행되지 못하게 되었던 것 같다. 다음부터는 시식장면은 없는 것이 좋을 것 같다. 아니면 한 분만 시식하고 한 분은 진행을 계속하는 것이 좋을 것 같다.

-<나를 찾아줘>는 이전부터 <시사 온>과 <광주MBC 보다>를 통해서 특집 다큐에 대한 소개가 있어서 상당히 관심이 있던 프로그램이다. 내용전개 및 성우의 목소리 등 모든 것이 상당히 수준 높은 방송이었다. 단, 마무리 단계에서 군인들의 암매장 가능성이 나오는데, 암매장 가능성이 있다는 근거가 전 조금 부족해 보였다. 아니면 그 당시 암매장에 참여했던 군인들의 인터뷰가 있었으면 더 좋았겠고, 만약 인터뷰를 거절했다면 그들이 자발적으로 말할 수 있도록 하는 방안을 제시했다면 더 완벽하지 않았을까 생각한다.

- 한문철 위원 : -MBC에 애착이 많다. <난장>, 뉴스 등을 유튜브를 통해 보기도 한다. 제가 하는 일이 광주, 전남 농수산물물 수출하는 일을 하고 있다. 제가 그렇게 찾아봤는데 부산MBC에서는 이런 부분을 다뤄주고 하는데 광주MBC에서는 별로 관심을 안 가져주는 것 같다. 우리 같은 사람에게 별로 관심을 안 가져주는 것 같다. 광주, 전남에서 농산물, 수산물 수출하는 사람들에게 관심을 두시면 좋겠다는 생각을 한다.

-<시사 온> 민주당 광주시장 후보 정책, 공약비교 편을 시청했다. 광주시장 경선을 앞두고 실시한 이용섭, 강기정 후보의 정책, 공약비교는 후보에 대해 많은 정보를 얻을 수 있는 유익한 방송이었다. 두 후보의 여론조사가 엇치락뒤치락 박빙을 보이는 만큼 시청자들의 관심도 그 어느 때보다도 높았을 것으로 예상된다. 정책, 공약비교도 경제공약 차이, 시민들의 관심이 높은 복지정책, 군 공항 해법, 복합쇼핑몰 유치, 무등산 개발 등 두 후보의 공약의 전반적인 사항에 대해 꼼꼼히 짚어 주어 본선 진출자 선정에 도움을 줄 수 있는 내용이 주를 이루었다. 특히 경제공약의 경우 이 후보는 광주형 일자리 시즌2를 통해 일자리 1만 3,000개를 만들고, 강 후보는 5개의 자치구별 주력사업을 육성하여 신경제지구 조성을 통한 차세대배터리 국가전략기지 조성을 내세웠다. 일자리를 늘린다는 점에서는 차이가 없으나 내용에서는 꼼꼼한 비교가 이뤄졌다. 복지 분야는 계층별 맞춤형 복지로 나뉘었으나, 강 후보의 반려동물 의료보험 지원과 같은 반려인구의 복지정책은 독특해 관심을 끌었다. 여론조사 결과 방식에 대한 설명도 도움이 되었다. 미리 녹음된 음성으로 묻는 자동응답, 조사원이 실시간으로 묻는 조사의 특징을 파악할 수

있었으며, 민주당 지지자의 지지율 설명에서는 권리당원의 승부를 예측할 수 있었다. 본선 진출자 설명 방법에 대한 설명도 좋았다. 이러한 공약비교와 같은 정보제공 프로그램은 앞으로도 지속해서 제작되길 희망한다.

○ 김형순 위원 : -정은진 위원님께서 에너지 정책에 대해 말씀하셨지만, 최근 들어 경제적으로 100년 만에 오는 대공황을 우리가 경험하게 될 것이라는 애널리스트의 경고가 있다. 인플레이션의 심각성, 화폐 가치의 하락 등을 얘기한다. 이런 일이 어디서부터 시작됐을까 보면 재미있다고 생각한다. 여러분이 느끼셨는지 모르겠지만, 전 세계에서 경제적 쇼크를 흡수하고 변화를 수용하는 곳이 중국이었다. 모든 물가가 오를 때 중국이 저가로 물건을 공급해주고, 경제적으로는 허파 역할을 많이 해줬다. 중국이 그레이트 차이나, 청나라의 시절에 누렸던 부귀영화를 다시 찾아야 한다고 하면서 중국이 수출국에서 수입국으로 바뀌었다. 모든 나라가 이제는 중국이 개방되나 보다 해서 펀드를 개발하고 중국에 투자했다. 그런데 실제로는 체제 보호를 위해서 아무것도 받아들이지 않았다. 이제 이 세계에는 이런 경제적 위기, 그 많은 물량을 소화해줄 곳이 아프리카 외에는 남아 있지 않다. 이런 위기가 서방에서는 RE100, 지구를 살리자 이리면서 준비되지 않은 탄소 중립을 추진한다. 소비자는 속도를 조절하지 못하니까 수요 공급 체계가 모두 깨졌다. 거기에 전쟁까지 겹치면서 유류, 가스 가격이 문제고, 석탄을 살려고 했다 살 수가 없다. 당장 올여름 전기는 어떻게 만들고, 그 비용은 어떻게 감당할 것인가. 어차피 세금으로 메워야 하는데, 계획되지 않고 준비되지 않은 상태에서 뭔가를 실행하면 반대로 재앙이 되어 돌아오지 않을까. 우리가 가지고 있는 원자력 등을 비롯한 CO2를 배출하지 않으면서 탄소 중립을 국제사회가 요구하는 것에 맞출 방법이 뭔지 관심을 뒤야 한다. 그리고 자원안보 차원에서 지금은 에너지가 없으면 한 발짝도 움직일 수가 없다. 그런 차원에서도 에너지 믹스는 꼭 필요하다는 생각이 든다. 특히 광주는 에너지 자급률이 5, 6%밖에 안 된다. 광주는 다 외부에서 받아서 쓰고 있다. 에너지 자립을 하려면 실현 가능한 게 뭔지 전문가들과 심도 있게 논의하면서 대안을 만들어야 한다. 좀 더 참고 기다리며 시기를 기다리고 방향성을 가지고 꾸준히 추진하는 게 필요하다. 언론에서도 세계적 흐름과 국제사회를 잘 읽어가면서 지역민이 올바른 판단을 할 수 있도록 정보를 주면 좋겠다.

○ 류한호 위원장 : -<본방을 보자>가 다루고 있는 소재가 다양하다. 뉴스도 다루고 토크쇼도 하고 지역산업도 다루고, 또 지역의 음식점 등 광주만 한정하지 않고 시야를 전국화해서 다른 지역 MBC들과 협력해서 교환하고 있다. 그런 것들이 사장님이 말씀하셨지만, 경영을 개선하는데 하나의 중요한 도구로 활용되는 것 같다. 전체적으로 <본방을 보자>는 유익하고 마음 편하게 부담스럽지 않게 볼 수 있다. 좀 들여다봤더니 각 코너가 긴 느낌이 있다. 다른 MBC와 프로그램 교환을 할 때는 시간을 맞춰야 한다는 게 있을 것이다. 전체적으로 봤을 때 오늘날 미디어 소비자들, 특히 젊음을 제공하지 않으면 젊은 소비자를 확보할 수 없다. 젊은이들 사이에는 게임이 아니면 짤막한 콘텐츠 아니면 소비를 안 하는 경향이 있다. 그 경향을 좀 읽고, 여기에 맞는 방식으로 프로그램을 시도하는 게 어떤가. 그래서 좀 짧고 밀도 있게 하는 이런 방식도 한 코너 정도 테스트를 해볼 필요가 있겠다.

-<시사 온>은 디지털 공간에서 관심을 끄는 그런 주제를 뒤쪽에 하나씩 배치해서 이야기를 진행한다. 지상파 콘텐츠가 온라인 콘텐츠의 흐름을 반영해서 만들기도 했는데 양쪽의 경계를 넘어서 융합의 한 신호로 읽힌다. 그게 새로운 경향에 한 발짝 다가가는 시도다. 온라인과 어떻게 소통하고 있는지 보여줄 필요가 있다. 지역방송의 지역뉴스와 시사는 다른 콘텐츠보다 지역민에 미치는 영향이 더 크다. 금요일 오후 1시 50분에 방송하다 보니 많이 안 보는 시간이어서 아쉬움이 있다. 일요일 아침 8시 5분 재방송을 하고 있는데, 큰 문제는 없다고 생각한다. 다만 금요일 오후에 편성해서 지역사회에 여론 선도자로서 역할을 할 수 있는 부분을 더 축소하는 게 아닌가 생각이 든다. KBS만 해도 목요일 저녁에 좋은 시간대에 한다. 그 시간대에 같이 세우는 게 어렵겠지만 비슷한 시간대에 다른 요일에 편성하면 좀 더 많은 시청자가 보고 MBC의 역할도 중요한 것으로 지역민이 인식하지 않을까.

-지금까지 나온 의견에 대해서 답변을 해달라.

○ 윤행석 콘텐츠본부장 : -여러 말씀 감사드립니다. 제시해주신 의견은 해당 담당자들에게 전달하겠습니다. 김요수 위원 말씀하신 레거시 미디어의 본질적 문제를 얘기해주셔서 무거워진다. 늘 미디어 트렌드 변화를 참고하고 우리의 속제를 고민하는 계기로 삼겠다. 위원장님 말씀해주신 부분과 맥락이 닿는다고 본다. <본

방을 보자>를 처음부터 끝까지 보면 지루한 느낌이 들 수 있겠다. 여러 가지를 다루다 보니 길이의 문제, 이야기 밀도의 문제가 있다고 지적을 주셨다. 저희와 같은 레거시 미디어가 가진 편성 시간이나 타계열사와 교환 때문에 가져야 할 형식적 한계 등 문제가 존재한다. 그래서 대안으로 늘 생각하는 것이 광주MBC가 오래 가져온 강점들, 인디 음악의 <난장>이나 국악으로 하는 <얼씨구당>이라든가, 프로야구 타이거즈 부분, 시사 정치 등 우리가 오래 가져온 장점과 우리의 역사가 또 있다고 생각한다. 지상파에서는 워낙 경쟁이 심해서 OTT나 디지털 콘텐츠로 젊은 층들의 소비패턴이 많이 넘어가서 덜 주목받는 것은 존재한다. 하지만 우리가 가진 자원을 디지털미디어에서 효율적으로 제작하고 지속 가능한 콘텐츠로 만들어가기 위해 최선을 다하고 있다. 이런 노력과 시도를 관심 있게 봐달라. 앞으로도 이런 방향으로 노력하겠다는 것 말씀드린다.

- 윤근수 시사보도본부장 : -공통으로 에너지 말씀을 해주셨다. 기후변화 위기 상황에서 에너지 대전환이 필요하다는 것은 누구나 공감할 수 있다. 이 위기를 어떻게 극복할 것인가의 방법, 어떤 속도로 갈 것인가는 이게 답이라고 광주MBC가 제시할 수는 어렵겠지만, 이 위기상황을 어떻게 에너지 전환을 이룰 것인지 관심을 두도록 하는 역할은 충실히 하겠다. <시사 온>은 당시 편성할 때는 심야시간대는 드라마, 예능과 경쟁을 해야 한다. 그래서 새로운 시도를 해보자 했다. 3개월 했는데 적어도 6개월은 해보고 편성변경을 검토해보는 것도 방법이지 않을까 한다.
- 김낙곤 사장 : -오늘 말씀해주신 내용이 저희가 고민하고 있던 부분을 정확하게 진단해주시고 답까지 제시해주셔서 감사드린다. <시사 온>은 시간대를 옮기고 잘할 수 있는 부분이 있는지 저희가 고민하겠다. <본방을 보자>는 매거진 프로그램인데 매일 하는 지역방송도 별로 없다. 매거진 프로그램은 그 지역의 시민과 함께 하는 프로인데, 여건도 어려운 현실임에도 저희는 하고 있다. 좀 더 코너를 만들고 활성화하도록 노력을 할 계획이다. 매거진 프로그램을 유지하고 이 외에 다양한 특집도 많이 해야 하는데 충족하지 못하는 것에 고민을 안고 있다. 지적해주셔서 고맙다. 6월 1일 개표방송의 경우 광주, 목포, 여수 3사 MBC가 개표방송을 같이 해보기로 하고, 위기를 극복하는 방법을 찾아가기 위해 노력하고 있다는 점을 봐주길 바란다. 어려운 여건 속에서도 저희가 해보려고 하는데 말씀하신 부분이 다 맞고 가슴 아픈 부분이다. 오늘 직접 뵈면서 말씀을 들으니까 벌써 1년이 됐나 생각이 든다. 더욱더 애정을 가져주시길 바란다. 감사드린다.
- 류한호 위원장 : -시청자위원회 이것으로 막을 내려야겠다. 광주MBC가 좀 더 좋은 방송으로 지역민에게 봉사하고 광주MBC 자신도 성장 발전해나가길 바란다. 시민에 의한 방송으로 시민의 뜻을 받들고 시민사회의 변화를 잘 읽어내고 실현하는 방송으로 나가면 훨씬 역동적인 방송이 될 것이다. 함께 해주신 여러분께 감사드린다. 함께 고민하고 좋은 방송 만들기 위해 노력해주신 광주MBC에 감사드린다. 이것으로 마치겠다.

끝.