

새해 인사

평안한 한 해가 되시기를 기원합니다



자랑스런 MBC사우회원 여러분께 큰 절 올립니다.

辛丑年 새해를 맞아 사우회원님들의 건강과 덕내외 두루 평안하시기를 기원합니다.

참으로 우울하고 답답한 한 해를 보냈습니다. 정기총회부터 송년모임까지 사우회 모임 중 어느 것 하나도 할 수 없다는 실망과 허탈함에 맥이 풀렸습니다만 창립 30주년 기념 쌀이라도 나눌 수 있어서 그나마 작은 위안이 됐습니다.

그러나 '겨울이 오면 봄도 머지않으리'라는 영국 시인 셸리의 명언처럼 코로나 팬데믹이 아무리 기승을 부려도 '그 끝은 반드시'

시 있다'는 것을 우리는 잘 알고 있습니다. 마스크를 벗은 밝은 얼굴로 사우회원 여러분을 반갑게 만나는 그 날이 내일이었으면 좋겠습니다.

MBC는 방송통신위원회가 실시하는 '2019년 방송평가'에서 지상파 부문 1위를 차지했습니다. '저력있는 MBC, 불굴의 MBC'라는 전통은 바로 선배인 사우회원 여러분들께서 심어놓은 씨앗입니다. 후배들이 그 씨를 예쁘게 틔워 MBC의 자존심을 지키고 있습니다.

새해에도 아낌없이 후배들을 격려하고 응원해주시길 부탁드립니다.

코로나로 엄중한 상황이지만 아무쪼록 새해 복 많이 받으시고 편안한 마음으로 노후생활을 영위하시길 기원합니다.

새해 아침에
문화방송 사우회 회장
차인태 올림

발전 기금을 내주신 분들(11월 10일 이후)

- | | |
|-----------------|-----------------|
| ▶ 권해옥(특별) 100만원 | ▶ 서태경(보도) 50만원 |
| ▶ 김종오(보도) 50만원 | ▶ 한윤희(감사) 50만원 |
| ▶ 오광택(보도) 30만원 | ▶ 전준옥(관리) 30만원 |
| ▶ 김문기(기술) 30만원 | ▶ 안호선(관리) 25만원 |
| ▶ 경진근(관리) 20만원 | ▶ 박우성(편제) 20만원 |
| ▶ 전영도(기술) 20만원 | ▶ 최병태(관리) 20만원 |
| ▶ 오청엽(관리) 20만원 | ▶ 故최인열(기술) 20만원 |
| ▶ 이교운(편제) 10만원 | ▶ 이명구(기술) 10만원 |
| ▶ 김우중(관리) 10만원 | ▶ 선남준(관리) 10만원 |
| ▶ 익명(보도) 10만원 | ▶ 정진(보도) 10만원 |



권해옥



서태경



김종오



한윤희



오광택



전준옥



김문기



안호선



경진근



박우성



전영도



최병태



오청엽



故최인열



이교운



이명구



김우중



선남준



정진



광주MBC 연중캠페인

공정

건강한 공동체의 출발점입니다

광주MBC TV
방송통신위원회 '방송평가'

전국 지역지상파방송 1위

광주문화방송 61629 광주광역시 남구 월산로 116번길 17 T. 062-360-2000

<http://www.kjmbc.co.kr>
www.facebook.com/kjmbc
www.youtube.com/kjmbc

신년특집 인터뷰
박성제 MBC사장

사원의 미래와 회사의 성장이 일치하는 ‘2021MBC’



▶방통위에서 실시한 2019년도 방송평가부문 1위 달성을 축하합니다.

고맙습니다. 엄밀하게 말하면 제가 취임하기 전 MBC에 대한 평가입니다만, 어쨌든 전 직원들의 필사적인 노력의 결과가 반영된 걸로 보고 위로와 격려를 받았습니다.

▶MBC가 올해 60살, 회갑을 맞았는데, 소감을 들려주시죠.

개인적으로는 60주년에 제가 대표를 맡고 있다는 것을 큰 영광으로 생각합니다.

창사기념일을 맞아 지난 60년 역사를 되돌아봤더니 어느 시대건 ‘MBC콘텐츠는 늘 선두를 장식했었다’는 사실을 새삼 발견했습니다. 대표적으로 ‘뉴스데스크’나 ‘자연다큐’ 등은 당시로서는 모험에 가까운 새로운 시도였습니다. ‘대장금’, ‘여명의 눈동자’ ‘전원일기’ 등 수많은 명작을 만들었기 때문에 ‘드라마왕국 MBC’라는 타이틀은 너무 당연한 것이었구요. ‘웃으면 복이 와요’ ‘명랑운동회’ ‘일요일 밤의 대행진’ ‘무한도전’ 등의 연예오락 프로그램들은 ‘한국인이 가장 사랑하는 예능’으로 인정 받았었죠. 이렇듯 막강한 저력이 근래에 와서 다소 주춤했던 것은 사실입니다. 따라서 지난 60년간 MBC만이 보여줄 수 있었던 능력을 가다듬어 다가올 60년 동안 다시 꽃을 피우기 위한 디딤돌을 다지는 것이 제가 해야 할 일이라는 것을 명심하고 있습니다.

▶새로운 60년을 향해 나아가는 MBC는 어떤 목표나 방향을 설정하셨는지요.

아시다시피 세상은 빠르게 변화

고 있습니다. 이 변화를 빨리 정확하게 파악하고 그 흐름에 적응하지 않으면 안 됩니다. 일부에서는 아직도 방송사를 ‘언론기관’이라고 부릅니다만 사실상 방송사는 거대한 ‘콘텐츠 제작사’로 변모하는 중입니다. 글로벌 장벽 또한 점차 사라지고 있습니다. K-Culture가 들

을 매혹시키고 있잖습니까. 저희들은 여기에 주의를 집중하고 있습니다. 앞으로의 MBC는 콘텐츠를 제작함에 있어서 **혁신, 도전, 새로운 실험** 등의 단어와 더욱 가까워질 것입니다. 그래서 세계 유수의 방송사들과 어깨를 나란히 할 것이고 ‘**콘텐츠 왕국MBC**’를 이룰 것입니다.

▶정보통신산업이 발전하면서 사람들이 그동안 지상파에 보내주던 관심이 여러 갈래로 분산되고 있습니다. MBC의 입지도 갈수록 줄어들고 있는데요.

플랫폼 차원에서만 본다면 분명 그렇습니다. 새로운 플랫폼이 많이 생기니까 지상파의 영향력이나 세력이 약해지는 건 사실입니다. 그래서 콘텐츠에 더욱 힘을 쏟는 것입니다. 새로운 플랫폼에 적응할 수 있는 ‘형식과 내용과 영역 면에서 다양한 콘텐츠’를 만들면 지상파건 케이블이건 OTT건 영화건 어디에서든 환영받게 될 겁니다. 한마디로 ‘콘텐츠 이기는 플랫폼은 없다’입니다.

형식면에서 예를 들면, 과거 우리는 16부작 드라마가 보편이었습니다. 이건 지상파독점시대에 광고수입을 극대화하기 위한 의도였죠. 인기가 있으면 무한정 늘리기도 했구요. 그러나 최근 넷플릭스에서 보면 외국 드라마는 최대한 10부작 넘어가는 드라마가 없습니다. 4부작 또는 8부작, 그러다 인기가 있으면 다음 해 시즌2로 넘어갑니다. 이렇듯 드라마시장이 변했으니까 거기에 맞춰 우리도 변해야 하는 거죠. 내용면에서는 디지털시대에 맞는 콘텐츠, 예컨대 AR이나 VR을 이용한 게임

콘텐츠를 만든다든지 하는 노력인데, 지금 회사 내에 TF팀이 만들어져서 계속 리서치를 하고 있습니다.

▶3월 취임사에서 강조한 ‘정형화된 시스템으로 부터의 탈피’도 그런 뜻이었겠지요?

그렇습니다. 한마디로 ‘빠르고 유연한 조직문화’로 바꾸자는 거죠. 종래 해오던 형식의 답습 또는 고정관념의 ‘틀’을 한번 깨보자는 겁니다. 그러려면 기득권도 버리고 자기 자리에 대한 굳건한 마음의 벽을 깨야겠죠. 거기에 관련해서 제가 직원들에게 또 하나 강조해 온 키워드가 있는데요. **OPEN, CONNECT, EXPAND**입니다. ‘먼저 우리가 갖고 있는 지적자산을 오픈하자, 그리고 특정 부분에서 우리보다 잘하는 조직이나 회사와 연계해서 영역을 확장하자. 거기서 이익이 나면 **SHARE**하자’라는 겁니다. 다행히 저의 취지를 많이들 공감해주셔서 조금씩 뿌리를 내리고 있다고 생각합니다.

구체적으로 독립영화 감독들과 협업을 통해 ‘SF8’을 제작하는 새로운 시도를 해봤습니다. 요즘 영화 쪽이 많이 힘들잖아요. 이럴 때 방송사의 적절한 자금과 인력과 손을 잡고 좋은 콘텐츠를 만들어서 판매하자는 겁니다. 또 디지털 콘텐츠에서도 V-Logue ‘오느른’과 ‘14F’ 등 참신한 작품들이 선을 보였습니다. 최근에는 우리 뉴스를 유튜브로 보는 시청자가 100만명을 돌파했습니다.

왜냐하면 유튜브뉴스가 시작하기 20분 전에 기자들이 나와서 해설을 해주니까 이해하는데 도움이 되거든요. 『스트레이트』 같은 경우에는 프로그램이 끝난 후에 기자들이 자세한 해설을 곁들입니다. 혹시 MBC가 운영하는 유튜브 채널 <14F>에서 조현용 기자가 방송하는 ‘소비더머니’ 보셨나요? 지금 폭발적인 반응을 얻고 있습니다. 이렇게 온,오프라인이 결합하고 지상파와 디지털이 협력하는 새로운 모델이 계속 만들어지고 있습니다.

얼마 전에 미래정책

실 주관으로 ‘사내 벤처’를 모집했는데요, 통상 사원이 만명 정도 있는 회사라면 열 개 정도 지원한다고 합니다만 저희는 1,700명 사원에 52개 벤처사업이 지원했었습니다. 그만큼 우리 직원들의 창의력과 도전정신이 활발하다는 얘기죠. 최종 두 개가 선정됐는데 심사를 맡았던 외부 캐피탈 대표들이 ‘수준이 매우 높아 성공 가능성이 크다’고 평을 했습니다. 회사는 이들 사내벤처들에게 3억원을 지원해주고 1년 후에 결과를 봐서 이 사업을 접을 지 독립할 지를 결정합니다. 두 사업이 모두 MBC와 관련된 것이어서, 성공할 경우에는 개인과 회사가 같이 이익을 누리는 효과가 있습니다. 이렇듯 새로운 시도는 다양하게 계속되고 있습니다.

▶창사 59주년 기념사에서 ‘세종 MBC’를 언급했던데요, 어떤 내용인지 궁금합니다.

그 문제는 전체 지역MBC 문제와도 관련이 있습니다만, 기본적으로 국회가 세종시로 옮기기 위한 예산편성도 끝났고 올 상반기에는 구체적인 청사진이 나올 거라고 합니다. 이미 정부청사가 거기에 있는데 더하여 국회까지 세종시로 간다면 당연히 저희로서는 상주하는 조직을 검토해야 할 것이고, 이 기회에 MBC충북, 대전MBC와의 협의를 거쳐 세종MBC라는 새로운 조직을 만들어야 하는 것이 아니냐 하는 논의가 있었습니다.

현재 영,호남을 중심으로 지자체들이 이른바 Mega City를 활발하게 논의하고 있잖습니까. 저희도 과거에 구성원들의 호응을 얻어 지역MBC 통합을 이룬 적이 있었구요. 그래서 일정 부분 기존 조직을 통합, 활용하는 형식으로 검토하고 있는데 관계된 회사의 상당수 구성원들이

60th!
MBC

공감을 표시하고 있기 때문에 잘 될 거라고 봅니다.

▶‘강남 스마트 워크센터’도 만드셨다구요.

사원들과 대화를 하던 중 ‘강남에 사무실이 있으면 좋겠다’는 의견을 몇 번 받았습니다. 특히 사업부서의 요구가 컸는데요, 우리 사회에서 강남이 화제에 오르는 일이 자주 있고, 대부분의 벤처회사, 연예기획사 등 중요 취재원이나 사업 대상들이 강남이나 판교에 몰려있는 상황에서 강남에 기지基地가 필요한 건 사실이라서 여러 의견을 참고해 6층 건물을 매입했습니다. 일부 층은 콘텐츠 제작사나 IT사업자에게 임대하고, 나머지는 자회사 포함 MBC 사원증을 가진 사람이라면 누구나 이용할 수 있는 ‘공유 오피스텔’을 만든거죠. 위치는 차병원 근처 ‘의료특화단지’ 쪽이라서 부동산 투자가치도 높다는 점도 고려했습니다. 큰 역할을 할 것으로 기대합니다.

▶올해 MBC가 우선적으로 해결해야 할 숙제는 어떤 것인가요.

첫번째는 불공정한 제도개선입니다. ‘기울어진 운동장’을 바로잡는 일이지요. 지상파 수익구조의 큰 틀이 되고 있는 방송광고공사의 불합리한 결합판매 시스템, 중간광고를 포함한 광고 제도, 방송발전기금 문제, 지역방송 문제 등이 해결되어야 합니다. 이런 제도적인 문제가 해결되지 않는 한 지역MBC는 사장과 사원들의 노력만으로는 도저히 해결이 안되는 어려움을 계속 겪을 것입니다. 그 외에도 공영방송의 법적 지위와 공적책무를 명확히 하고, 공영방송 독립성 구현과 시청자 참여 확대를 위한 거버넌스 개혁 또한 해결해야 할 숙제입니다.

말을 바꾸면, 미디어 공공성과 공정한 경쟁 환경 구축을 위해 ‘재원 구

조를 재설계하고 관련 법 제도를 개선해야’ 한다는 겁니다. 그동안 저와 정책협력부가 중심이 돼서 방통위, 국회 과방위, 방송학계 교수들 등 광범위하게 접촉해서, 일방적으로 지상파에게만 불리하게 적용되고 있는 제도에 대한 개선에 협력해줄 것과 이를 논의할 가칭 ‘미디어혁신위원회’를 구성하자고 호소했었습니다. 다행히 올해는 위원회에서 이런 논의가 활성화 될 것 같은데 거기에 대한 대비 또한 착실하게 준비할 것입니다.

두 번째는 드라마 콘텐츠 부흥인데요, 많은 우수한 제작인력이 빠져 나간 탓에 남아있는 젊은 인력들이 경험과 학습부족으로 제 역할을 못하고 있는게 사실입니다. 필요하다면 나간 인력을 불러 들여서라도 젊은 친구들이 하루 빨리 경험을 축적할 수 있도록 해서 MBC드라마 제작의 체력을 강화시키는 게 급선무라고 생각합니다. 이를 위해서 드라마 제작본부의 조직 개편도 이미 끝냈습니다. 제 임기 내에 가시적인 결과가 나올지는 알 수 없지만 최소한 기초라도 닦아놓으려고 합니다.

세 번째는 조직문화 개선입니다. 끊임없이 변화하는 사회현상에 잘 적응하는 시스템으로 바꾸기 위한 ‘조직의 체질개선’이라고 보시면 되겠습니다. ‘보상 시스템’이 한 예가 될텐데요, 단순히 ‘프로그램 잘 만들면 사장이 격려금 준다’ 이런 게 아니고 ‘회사는 어떤 콘텐츠든 성과가 나면 반드시 그에 대한 보상을 해준다’는 것을 시스템화하는 것입니다.

그동안 이 부분이 잘 안됐습니다. 그래서 우수한 인력들이 많이 나갔구요. 저는 능력있는 인력을 외부에 뺏기지 않기 위해서라도 이 부분을 확실하게 정착시킬 것입니다. 그 밖에 인력 수급이나 임금 문제 등 노사합의가 필요한 부분에 대해서는 당

연히 노사합의로 타결해나가겠습니다.

▶‘변화에 빠르게 적응하고 대처하는 조직으로의 변모’에 대해 구성원들의 반응이 모두가 호의적인 것만은 아닐텐데요.

그렇습니다. 어느 경영학 교수님께서 ‘변화와 개혁에 가장 저항하는 세력은 중간 간부다’라고 말씀하시더군요. 경영진과 젊은 사원들은 종래 해오던 것에 대한 새로운 변화를 갈망하지만 중간 간부 입장에서는 ‘지금껏 잘 하고 있는데 왜....’라는 심리와 그렇게 될 경우에 자기 위치와 역할에 대한 불안감을 느끼게 되니까 당연히 저항할 수 있다고 봅니다. 이런 사정을 잘 알기 때문에 지금 끊임없는 대화와 소통을 하고 있습니다. 최대한 노력을 해보고 부족하면 조직개편과 인사를 통해 MBC라는 조직의 건강성을 유지하고자 힘을 쏟고 있습니다.

한 예로, JTBC가 2026년부터 2032년까지 열릴 동·하계 올림픽의 한국 독점 중계권을 이미 획득했습니다. 저희로서는 JTBC에게 엄청난 돈을 주고 중계권 일부를 사든지 아니면 중계를 포기하든지 해야 합니다. 스포츠 방송부문의 위기가 온 거죠. 이것을 계기로 저는 스포츠 제작 시스템도 새로운 콘텐츠를 만드는 쪽으로 바뀌어야 한다고 봅니다. 국제 신호를 받아서 하는 스포츠 중계는 본사가 아니라도 MBC Plus에서 잘 할 수 있으니까 그쪽으로 넘기고, 본사는 새로운 스포츠 콘텐츠제작이나 스포츠 사업을 해보자는 겁니다. 물론 이견도 있을 수 있기 때문에 충분한 논의와 대화를 거쳐 가 급적 생산적인 방향으로 추진하려고 합니다.

▶올해 캐치플레이즈를 “Go MBC”로 정하셨죠.

그렇습니다. 숫자 6과 G가 결합한 독특한 디자인입니다. 새로운 60년을 잘 준비하고 1등방송을 되찾겠다는 의지를 담았습니다. 그동안 구성원들의 엄청난 노력으로 스테이션 이미지도 많이 개선됐고, 뉴스와 교양, 예능 콘텐츠에 대한 시청자들의 반응도 지상파나 유튜브 둘 다 아주 좋습니다.

올해 목표는 무엇보다 ‘MBC에 대한 신뢰도 회복’입니다. 그런 차원에서 코로나19라는 국가재난에 대해서도 공영방송으로서 해야 할 역할이 무엇인지 연구하고 있으며 최선을 다해 위기극복에 동참하고자 합

니다. MBC는 언제나 ‘만나면 좋은 친구’라는 이미지를 올해 반드시 되찾아 올 것입니다.

▶올해 신년사에서는 특히 어떤 얘기를 언급하셨는지요.

신입사원들에게도 한 얘기였습니다. 다만, ‘사원 여러분의 미래와 회사의 성장이 일치해야 한다’는 것입니다. 나의 미래를 보장 받으려면 우선적으로 회사가 성장해야 합니다. 회사의 성장을 도외시하고 나의 미래만 생각하는 그런 사람은 이 회사에 있을 이유가 없습니다. 개인과 회사가 같이 성장하는 조직을 만드는 것이 경영진의 목표니까 경영진을 믿고 같이 노력하자는 것을 강조했습니다.

또 하나는 ‘이제 자신감을 가져도 된다’는 것입니다. 2017년 말에 제가 복직해서 처음 느낀 점은 ‘후배들이 심한 패배의식에 갇혀 있구나’였습니다. 특히 뉴스는 ‘우린 JTBC에게 안 돼’라는 고정관념에 사로잡혀 있었습니다. 그러나 이제는 달라졌습니다. 실제로 젊은이들이 일하고 싶은 방송사 선호도에서도 MBC는 최우선입니다. 뉴스 뿐 아니라 모든 부문에서 MBC가 눈에 띄게 달라지고 있다는 것은 누구보다 구성원들이 잘 알고 있습니다. 따라서 2021년은 MBC의 역량을 최대한 발휘하는 해가 될 것입니다.

▶끝으로 사우회 선배들에게 새해 인사 한번 하시죠.

‘쌀 잘 받았다’는 인사를 전화나 카톡, 문자로 여러 통 받았습니다. 어떻게 보면 MBC의 상징처럼 느껴졌던 쌀 배달이 회사의 어려움 때문에 잠시 중단됐던 게 선배님들께는 서운함으로 비쳐진 듯해서 송구스럽습니다. 저희가 비교적 빠른 시일 내에 시청률을 회복하고 신뢰도를 되찾는 데는 누가 뭐래도 지난 60년 동안 선배님들이 다져놓으신 기초가 있었기 때문에 가능한 일이었다는 걸 잘 알고 있습니다.

선배님들께서 변함없이 MBC에 보내주시는 성원과 관심을 저도 피부로 느끼며 진심으로 감사하다는 인사를 드립니다. 앞으로도 사우회를 위해서, 또 선배님들께 도움되는 일이라면 최우선적으로 검토해서 처리하겠습니다. 코로나로 험난한 일상을 살고 있지만 새해에도 선배님들 가정에 평안함이 가득하고 댁내 두루 건강하시길 기원합니다.

고맙습니다.

(대담: 편집장)



『영광의 선두 주자 MBC』 回甲을 맞다!!



“여기는 대한민국 수도 서울에서 방송하는 HLKV한국문화방송입니다...”

1961년 12월 2일 오전 6시, 애국가에 이어 사가社歌가 흐른 뒤 베르디의 ‘아이다’중 ‘개선행진곡’이 힘차게 울리면서 최계환 아나운서가 내보낸 첫 방송 멘트였다. 주파수 900킬로헬츠, 출력 10킬로와트, 호출부호 HLKV문화방송은 60년 전 서울시 종로구 인사동 15번지 동일가구점 4,5층

에서 이렇게 문을 열었다.

1963년 대구를 시작으로 대전, 광주, 전주, 울산, 진주, 강릉, 춘천, 제주 등으로 지역 네트워크를



확장했다. 1966년 서울과 부산에 TV방송 개국 허가를 받아 서울은 1969년, 부산은 1970년 개국했다. 이어 대구, 제주, 광주, 울산, 전주, 대전, 마산 등의 지역국과 제휴를 맺어 방송망을 확장했다.

1974년 11월 경향신문사를 통합해 (주)문화방송경향신문으로 출범했으나 이후 신문·방송의 겸영을 금지하는 언론기본법에 따라 1981년 (주)문화방송과 (주)경향신문사로 다시 분리했다. 1980년 언론 통합과정에서 민간에 분양했던 주식 70%를 무상 헌납받았다. 1981년 컬러TV방송, 1985년 FM 전국 동시 방송을 시작했다.

1982년 3월 17일 여의도 사옥

준공식을 기점으로 ‘여의도시대’가 시작했다. TV방송 출력도 50킬로와트로 늘리고 음성다중방송도 도입했다.

1986년 정동과 여의도를 통합했다. 86아시안게임과 88올림픽을 위해 파라곤을 자체 개발하고, 각종 정보와 화면을 컴퓨터그래픽으로 자동 처리하는 MODDS도 개발 도입했다. 1990년대부터 시작된 다매체 다채널은 2000년대 첨단 IT기술을 기반으로 한 인터넷과 융합하면서 방통융합의 디지털시대가 된다.

2007년 일산드림센터가 건립됐고, 2013년 상암동에 신사옥이 완공되면서 ‘상암동시대’가 열려 현재에 이르렀다.



회/원/동/정



송일준(편제·광주 MBC 사장)

방송통신위원회가 전국의 방송사업자를 대상으로 실시한 2019년도 방송

평가에서 광주MBC가 지역지상파 TV·DMB-TV부문 1위에 올랐다. 광주MBC는 수상실적, 시청자 의견 반영, 장애인 시청지원 프로그램 편성, 시청자위원회 운영현황 및 결과 등 다양한 평가항목에서 우위를 보였다. 이번 평가는 지상파방송, 유선방송, 위성방송, 홈쇼핑방송 등 총 157개 방송사업자를 대상으로 실시됐다.



강혁(보도)

작년 12월 2일부터 14일까지 인사동 인사아트센터에서 ‘行行本處’라는 주제로 개인전을 가졌다. 『위

치상 가장 낮은 곳에 있지만 가장 그 사람의 삶과 닮은 게 신발이라는 생각이 들었다. 그래서 신발을 통해 사람의 삶에 대해 이야기 하고 싶어졌다. 제 수명을 다하고 닳아 해져버린 신발은 삶의 고통, 미련, 고독, 욕망 등 다양한 이야기를 담고 있다』는 말처럼 닳은 신발들이 그의 작품 소재다.



이창원(관리)

작년 11월 10일 ‘한국을 빛낸 자랑스러운 한국인 大賞’에서 주는 문화예술부문 공로대상을 받았다. 이 회원

은 2008년 ‘한비문학’ ‘문학세계’ ‘문예춘추’를 통해 시, 시조, 수필가로 등단했으며, MBC 관재부장으로 재직하고 있던 2011년 첫 시집 ‘검은 태양’을 발간한 이래 두 권의 시집과 작사한 디스크 2매를 발간했다. 국제펜클럽, 한국문인협회, 세계문인협회 회원으로 왕성한 창작활동을 하고 있다.



최성금(관리, 키자니아 대표)

코로나19 상황에서 출입구 관리 살균기 도입과 자율주행 방

역 로봇 서비스 시범운영 등으로 빈틈 없는 비대면 실시간 방역체계를 강화하는 ‘안심 키자니아’ 캠페인을 실시하고 있다. 키자니아는 현재 입장 한정제로 정원을 엄격히 관리하고 있으며, 돔 형태의 높은 층고와 천정 창문을 활용한 매시간 정기 환기 시스템과 거리두기 준수를 위한 좌석 재배치, 상시 발열 체크 및 손 소독, 전자출입명부 시스템 도입, 마스크 착용 의무화, 체험시설 방역 및 유니폼 소독 등으로 안전하고 쾌적한 체험 환경 조성에 앞장서고 있다.



경조사항

구순: 김경한(업무) 32.2.18 김세중(관리) 32.3.13

팔순: 김학몽(편제) 42.2.12 임동훈(보도) 42.2.15 유무정(보도) 42.2.15
최홍림(기술) 42.2.16 박태웅(보도) 42.3.1 김양배(편제) 42.3.9
곽노우(기술) 42.3.20 유삼열(부산) 42.3.24 장영배(보도) 42.3.25
김재욱(보도) 42.3.25

고희: 김기연(ANN) 52.2.1 이화섭(관리) 52.2.6 정진도(전주) 52.2.10
전종건(관리) 52.2.21 임영택(편제) 52.2.22 서기환(기술) 52.2.27
이근수(기술) 52.3.2 김동한(보도) 52.3.7 김익원(편제) 52.3.10
장상복(관리) 52.3.15 강병문(편제) 52.3.16

회갑: 권태환(전주) 61.2.2 김상진(보도) 61.2.18 노승화(기술) 61.3.1

결혼: 최규철(편제)아들 11.22 박우성(편제)딸 11.29
한용규(기술)아들 12.5 최 천(기술)아들 12.13
김철동(기술)아들 12.26 원만식(편제)딸 1.9
배대윤(보도)장남 1.30

부음: 강유현(대구)장모상 9.20 이응주(편제) 부친상 11.5
한윤희(관리.감사) 모친상 11.9 이순임(관리)부친상 11.11
이상원(기술)장모상 11.17 고장석(편제)모친상 11.18
박민정(ANN)시모상 11.18 노서을(기술)배우자상 11.22
신기준(기술)장모상 11.23 양성호(보도)장인상 12.13
박영달(기술)배우자상 12.30 정찬형(편제) 부친상 1.11

연회비

11월 강유현('20) 강철호('21) 정연호('20) 박문식('20) 경진근('20)
이처경('21-'24 80세 완납) 김병문('20) 김주배('21-'23) 김우중('21)

12월 권수훈('20) 선남준('20-'22 80세 완납) 황종휘('20) 김점용('20)
김광민('20-'21) 이중구('20) 김승수('21) 박병완('20) 최영호('20)
김종수('21) 노성석('20-'21 80세 완납)

1월 이연경('21) 신명현('21)

주소 / 전화번호 변경

편제: 정운현 서울 서대문구 통일로 348
이용석 서울 강남구 역삼로 237
임경수 서울 양천구 남부순환로83길 48
고일미 서울 성북구 장월로1길 28
유민환 서울 강남구 선릉로 8

보도: 허연희 서울 서초구 반포동
김정수 경기 남양주시 수동면 지둔로445번길33-51

기술: 이상운 서울 강남구 학동로68길16

ANN: 이현우 서울 강남구 개포로109길 21

관리: 최창일 경기 용인시 기흥구 언동로71번길 64

업무: 김은식 서울 강동구 천중로48길 8
이범수 서울 강서구 가로공원로82길 11

고인의 명복을 빕니다.



고성광(보도)

12월 5일 별세. 향년 80세. 1968년 본사 보도국 입사, 보도제작국장, 동경지사장, 보도이사 등을 역임하고 1996년 대전MBC 사장으로 선임됐다.



임봉주(기술)

12월 21일 별세. 향년 80세. 1969년 본사 기술국 입사. 제작기술국, 영상제작기술국 부국장 역임. 1995년 퇴사 후 MBC미디어텍 상무로 선임됐다.

임원 송년간담회 열려

12월 10일 오전 사우회 회의실에서 임원 송년간담회가 열렸다. 한윤희 감사 등 16명의 임원이 참석한 이날 간담회에서 차인태 회장은 “코로나사태로 엄중한 시점에 자리를 같이 하는 일조차 조심스럽다. 아무쪼록 건강 잘 살피시라”고 인사했다. 다음으로 김상옥 상임부회장이 지난 1년간의 사우회 업무와 발전기금현황 및 MBC의 근황



에 대한 보고를 했다. 이어 각 임원들의 자유발언과 의견 교환이 있었고, 오찬을 같이 하는 것으로 간담회를 마쳤다.

차 회장, 신입 회원들과 상견례

차인태 회장은 11월 20일 이재훈(보도), 김태홍(기술) 두 신입 회원과 상견례를 가졌다. 차 회장의 환영 인사에 이어 상근 부회장이 사우회 운영 상황을 간략하게 설명했으며 두 회원은 자신들의 근황을 소개했다. 이재훈 회원은 고려대 겸임교수, 김태홍 회원은 백석예술대 교수로 재직 중이다. 사무처에



서는 두 회원에게 환영 오찬을 대접하고 기념품과 회원수첩 등을 선물했다.

사우회 가입을 환영합니다



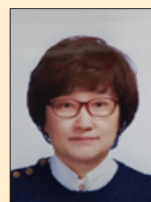
박병완(기술)

1985년 기술국 입사. 제작기술부장, 보도기술부장, 기술관리국 부국장, 기술인연합회장 등을 역임하고 2018년 포항MBC 사장에 선임돼 재직 중이다.



권현주(관리)

1985년 관재부 입사. 인사부 등을 거쳐 2019년 광고국 마케팅영업부장으로 명예퇴직. 현재 '고고돈가스' 명일동 이마트 대표로 재직 중이다.



안혜란(편제)

1984년 라디오제작국 PD로 입사. 2017년부터 2019년까지 라디오제작본부장을 역임하고 2020년 정년퇴직했다.



한영훈(관리)

1985년 영상미술국 영상제작부 입사. 2020년 12월 드라마본부 드라마운영부에서 정년퇴직했다.



박재복(업무)

1992년 MBC프로덕션 국제사업부장 입사. MBC일본지사장, 사회공헌실, 감사국 등에서 근무. 2020년 정년퇴직했다.



정은숙(편제)

1982년 TV제작국 미술부 입사. 2020년 디자인부(국장)에서 정년퇴직했다. 대한민국서예전람회 초대작가, 한국캘리그래피디자인협회 고문

MBC 창사 60주년 기념
다시 읽는 그 때 이야기

故 최계환
아나운서

‘첫’ 初이란 말. 한자로는 독립된 단어로 쓰이지만, 한글로는 독자적인 뜻은 지녔으되 독립된 단어로 사용되지는 않는다. 다른 단어에 매달림으로써만 그 뜻이 뚜렷해진다. 그렇더라도 ‘첫’은 우뚝하다. 어떤 말꼬리에 매달리는 게 아니라 어떤 단어 앞에 엮어지는 까닭에서다. 보조 구실이 아니라 리드의 역할을 하고 있다.

‘첫’은 아름다운 추억을 연상시킬 뿐 아니라 감개, 회포 같은 것을 고루 지니고 있어서 좋다. 초등학교를 졸업하고, 새 교복을 입고 중학교에 첫 등교할 적의 감흥, 첫사랑의 여인, 첫날 밤의 잊을 수 없는 환희, 첫 직장, 첫 월급, 첫 해외여행 따위는 모두가 가슴 울렁거리는 메모리 열이다.

‘첫’은 창시創始의 뜻도 지닌다. 그러한 창시의 작업에 내 한몫을 끼울 수 있다는 것은 훈장보다 더 값진 영광이다. 문화방송의 개국은 우리나라 방송 사상 ‘첫’번째로 기념될 서울의 민간방송의 창시였다. 그러한 역사의 건반을 ‘첫’ 연주자로 한 몫 거들었다는 것은 내 생애 잊을 수 없는 영광이다. MBC 개국을 알리는 첫 방송을 하기 위해 첫 번째로 마이크 앞에 섰을 때의 마음 설렘은 말로는 표현할 수 있었는데 글로는 나타내기가 여간 까탈스럽지 않다.

마이크 앞에 서는 것이 처음이 아닌데도 갑자기 더듬거리게 되고, 얼굴이 붉어지는가 하면 가슴이 부풀어 오른다. 감격 때문이다. 8.15광복절을 맞으면 누구나 한번쯤 입에 올려보는 ‘그날 그 감격’은 표현이 좀 유치하긴 해도 이밖에 달리 채택할 어휘가 없듯이, 문화방송 ‘첫’개국에서 ‘첫’ 마이크를 잡고 ‘첫’ 멘트를 했을 때의 그 느낌 역시 그렇게 밖에 달리 표현할 길이 없다.

첫 방송에 임하기 까지 매사 서투르기만 했다. 예컨대 “여러분의 MBC입니다”라고 해야 할 것을 엉겁결에 “여러분의 케이..MBC입니다”라고 했다. 마치 공중에 떠있는 풍선처럼 몸을 띄워놓은 그런 기분

속에서 개국 전날까지 마냥 들떠서 살았다. 먹는 게 아니라 후루룩 마신다는 게 적절한 표현이 될 점심식사, 몸을 적도선 상에 올려놓은 듯 땀을 마구 흘리면서 이리 뛰고 저리 뛰어다니던 캥거루의 도약, 자금 사정이 여의치않아 제때 타지 못하는 봉급 등등. 겹치는 난관과 애로는 산 넘어 산이었다. 그러나 개국 멤버들은 쓰다달다 불평 한마디 없었다. 대역사를 창조한다는 사명감과 방송에 대한 외경감이 그런 아픔도 괴로움도 모두 상쇄시켜 버렸다. 오로지 하나의 목표인 ‘개국’ 그것만이 머릿속에 가득 차 있었다.

본래 MBC 개국은 5월로 예정돼 있었다. 그러나 이런저런 이유로 차일피일 기약없이 미뤄지는 바람에 나도 마음만 MBC로 정했을 뿐, 7월까지 본디 직장인 KBS에서 주춤거려야 했다. 게다가 아나운서 부문의 참여는 다른 부문보다 더욱 늦어지는 형편이었다.

그 해는 유난히 무더웠다. 인사동 동일가구의 비좁은 공간은 몸살을 일으킬만큼 더위를 몰고왔다. 선풍기가 돌아갔으나 밀실에서 생성되는 바람은 시원하기는 커녕 용광로의 열풍이었다. 그 때 회소식이 들렸다. 개국 일자가 9월 9일로 잡혔다는 것. 누군가가 “뭔가 될 것 같은데”라고 했다. 이른바 ‘가보’인 9자가 나란히 섰으니 길조吉兆 아니겠느냐는 것이다. 꼭 그런 사머니즘적 예측을 믿지는 않았지만 은근히 기대를 거는 마음이 있었음도 사실이다. 그 소식에 모두들 심기일전해서 더욱 혼신의 노력을 기울였다.

그렇게 거의 모든 준비가 끝나갈 무렵, 9월 9일은 홍일로 탈바꿈한다. 기약없는 연기 통보를 받은 것이다. 정신적, 육체적으로 한계를 느끼며 모두들 실의의 늪에 빠졌다. 직원들을 위로하고 추슬려야 할 위치에 있는 아나운서 부장인 나 역시 말을 잃고 말았다. 내가 경영자도 아니면서 마치 채무자인 양 그들 앞에 고개를 들 수 없었다. 침체의 나날, 불평불만이 고조됐다.

그렇다고 깔아놓은 명석을 거들 수도 없었다. 파가운 시선들을 애써 모른 채하며 나는 동료들을 다그쳤다. 세상에 태어나 것처럼 모질게 행동하기도 그때가 처음이자 마지막이었지 싶다. 무더위가 한풀 꺾



이고 하늘이 높아지는 9월 중순, 또 한번 회소식이 전해졌다. 개국은 해를 넘기지 않고 12월 2일로 확정됐다는 것이다. 그날 우리는 각자 주머니를 털었다. 더치페이가 아니라, 한 사람이 몽땅 부담하기에는 모두가 사정이 넉넉지 못했기 때문이다. 모두가 만취滿醉. 술이라면 알레르기 반응을 일으키는 친구도 있었지만 이날 만은 어느 누구도 사양하지 않았다. 노래하고 춤 추고, 다음 날 10여 명의 동료들 결근했을 정도니 그날 분위기가 어땠을지 불문가지라 하겠다.

대망의 12월 2일 정오. 새 방송의 ‘첫 전파’가 대기권에 띄워졌다.

“여기는 대한민국 서울, 최초의 상업방송인 문화방송입니다. HLKV 문화방송은 출력 10킬로와트, 하루에 13시간씩 방송해드리겠습니다.”

MBC의 탄생을 알리는 고고지성呱呱之聲이었다. 1년에 가까운 기간의 고달픔, 괴로움, 실의, 지루함, 안타까움이 말끔히 씻겨지는 순간이기도 했다. 약속이라도 한 듯 모두들 한 줄기 눈물을 두 뺨에 그렸다. 당시만 해도 일반 시민들은 상업방송에 대해 회의적이었다. 시기상조론도 있었다. 기업 기반이 든든하지 못했던 당시로선 무리한 생각도 아니었다.

그러나 예상과는 다른 반응이 있었다. 첫 방송이 나간지 두 서너 주일도 채 못돼 조사한 청취율이 100%에 육박하는 완벽한 호응으로 나온 것이다. 대 성공이었다. 거리마다, 차 안의 라디오마다, 전파상의 스피커마다 온통 ‘MBC의 음성’이었다. 지금은 식상해 짜증을 내지만 당시의 CM송은 그렇게 신선할 수 없었다. 대중가요 못지않게 유행의 물결을 타기도 했다.

방송량에 비해 방송요원의 숫자는 절대부족이었다. 특히 아나운서실은 더욱 그랬다. 공개 프로그램이 연예오락 분야 만도 1주일에 14개였다. 모두가 아나운서 뭉이였다. 다람쥐 쳇바퀴 돌 듯 뛰고 또 뛰었다. 밤샘이 다반사였다. 그래도 피곤한 줄 몰랐다. 근력力이 붙었던 게 아닌가 싶다. 지금도 가끔 떠오를 정도로 다부지게 일에 매달렸다. 한마디로 열광적이었다.

“노래도 흘러 30년, 인생도 흘러 30년...”으로 시작되는 『노래실은역마차』의 시그널 멘트는 유행어가 돼 시대의 한 때를 풍미했다. 종로예식장을 빌려 1주일 내내 계속되는 청취자 참여 공개방송은 날마다 인산인해를 이뤘다. 그 가운데 지금도 잊혀지지 않는 것은 1963년 10월 15일, 대통령 선거 실황 중계방송이다. 전국 네트워크를 일사분란하게 연결, 분초를 다투며 청취자에게 전달하던 때가 눈에 선하다. 속보와 정확성을 기본으로 하는 방송의 기능을 최대한 살려 국민에게 밀착된 방송을 전했던 그날의 감격은 영원히 잊지 못할 것이다. 그것 또한 ‘첫’ 정치 중계방송이었던 까닭이다.

당시의 사연을 제대로 엮는다면 열권의 책으로 꾸미고도 남을 성 싶다. 그만큼 MBC의 탄생에는 비화, 일화가 넘치도록 많다. 요즘도 나는 새 방송의 첫 목소리, 즉 내 목소리를 들으며 감회에 젖는다.

“여기는 대한민국 서울.....
HLKV 문화방송은.....”

〈1985년 8월 『MBC가이드』에서 발췌〉

필자는 KBS, MBC, TBC 아나운서실장을 두루 역임했으며 현역 은퇴 후 한국방송인클럽 회장을 지내고 2019년 5월 24일 별세했다.

MBC 창사 60주년에

MBC여, 永遠하라



김 우 룡(편제)

우리들 마음의 고향 '문화방송 창사 60주년'을 중심으로 축하합니다.

1968년 12월 임동설한, 동국대 교실에서 입사시험을 치루고 이듬해 2월 1일 TV 개국요원으로 입사한 게 엇그제 같은데 어느새 50년 세월이 지나 MBC가 회갑을 맞으니 저 개인적으로도 감개가 무량합니다. 2021년은 부산MBC 개국으로 기산하면 62년, 서울TV 개국으로부터 환산하면 41년이 됩니다만, 전통적으로 MBC 창사기념일은 서울에서 라디오가 고고성呱呱聲을 올린 1961년을 기점으로 삼고 있습니다.

지금부터 꼭 20년 전, 저는 <MBC란 우리에게 무엇인가 - 그 40년의 공과 과>라는 타이틀을 걸고 외대 정책과학대학원 주최로 프레스센터에서 세미나를 연 바 있습니다. '미디어와 정책' 시리즈의 하나였습니다만, 그때 저는 인사말에서 'MBC가 우리 사회에 끼친 업적'을 열 가지로 정리한 바 있습니다. 다음과 같은 내용이었던 것으로 기억합니다만 그 때의 평가는 아직도 유효한 듯 싶습니다.

즉 MBC의 출현은 관영 매체가 지배하던 시대에 종지부를 찍고 방송제도의 이원체제를 가져오게 됐습니다. 초기 국영방송 유일체제는 오로지 정부의 홍보에 주력해 왔지만 MBC가 등장하면서 본격적으로 정부 정책을 시시비비하기 시작했고 사회 각층의 다양한 목소리를 반영하게 됐습니다.

이는 정부 체제의 하부구조로 기능하던 선전 방송의 시대를 마감하고, 권력을 비판하고 감시·고발하는 매스미디어의 새로운 역사가 시작됐음을 의미합니다. 부마釜馬 사태 때 부산MBC의 생생한 보도는 4.19혁명의 도화선이 됐고, 70년대 초 시작한 '뉴스데스크'는 우리나라 최초의 news show로서 텔레비전 저널리즘의 새 장을 열었습니다.

MBC라디오와 TV는 70년대 들

어서 전국적 네트워크를 구축했습니다. 전국을 연결하는 고속도로와 함께 라디오와 TV네트워크는 전국 방방곡곡을 하나로 묶어 국민 통합에 기여하게 됐죠. 방송은 보도 매체 못지않게 오락적 도구로서 역할이 매우 큼니다.

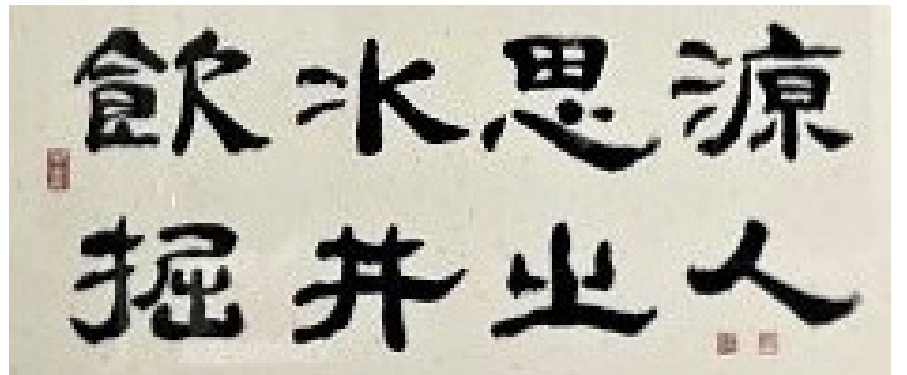
특히 산업화 시대에 여가활동은 제한적이었습니다. 이 시절 라디오와 텔레비전의 드라마와 쇼 프로그램은 산업근로자들에게 많은 위안을 주었습니다. 근로 현장에서 라디오 청취는 근로의욕을 북돋아줬으며, 텔레비전 수상기의 보급이 제대로 돼있지 않았던 시절에 인기 연속드라마를 보기 위해서 이웃집을 방문하는 일은 다반사였습니다.

MBC라디오에 앞서 기독교방송이 먼저 개국했습니다만, 선교를 위한 종교방송임을 감안하면 MBC라디오는 우리나라 최초의 민간방송이자 상업방송입니다. 상업방송이란 '방송의 운영재원을 광고 수입에 의존하는 방송'을 뜻합니다. 광고는 방송의 유지 운영 수단이면서 현대 산업의 유행유입입니다. 흔히 '광고 없이 판매 없다'고 말하지요. 그런 의미에서 상업방송 MBC는 우리나라 산업 발전의 견인차 노릇을 해왔습니다.

MBC는 우리 국민들을 세계시민으로 만드는 데도 크게 기여해 왔습니다. 초창기 제작 환경이 열악한 때에 글로벌 안목을 키워 줄 해외 현지 특집을 많이 제작했습니다. <아시아 하이웨이 - 실크로드를 달린다> 시리즈가 커다란 반향을 일으켰습니다. 필자 역시 1973년 <세계로 뻗는 대한의 날개 - 미국 속의 한국인>이란 제목의 프로그램을 미국 현지에서 두 편 제작하여 호평을 받은 기억이 새롭습니다.

TV는 스포츠 보급과 진흥에도 절대적이라고 할 수 있습니다. 올림픽은 1964년 최초로 TV에 중계되면서 세계인의 관심을 끌게 됩니다. 전 경기의 완전 커버리지가 가능하게 된 것은 1972년 뮌헨올림픽 이후입니다. 올림픽 운영 수입의 대종은 중계권료와 광고입니다.

1972년 MBC TV는 멕시코 월드컵 녹화중계를 했습니다. 잔디 구장



하나 없던 국내의 열악한 상태에서 세계 정상급의 축구 경기를 처음 시청하고 온 국민이 열광했습니다. '펠레'와 '베켄바우어' 등 세계 톱 플레이어의 묘기에 모두가 감탄했지요. 아울러 권투와 레슬링 생중계를 정규 편성해서 큰 인기를 끌었고 골프 중계를 처음 중계한 것 역시 MBC였습니다.

한 때 MBC가 드라마 왕국으로 군림했던 시절이 있었습니다. '사랑이 뭐길래', '신부 일기', '새엄마' 등 많은 일일연속극이 장안의 인기를 독차지 했습니다. '땅 시리즈', '공화국 시리즈', '조선왕조 500년' 등 대형 기획물은 역사를 재조명하는 야심작들이었습니다. '웃으면 복이와요'를 비롯한 코미디 프로그램도 경쟁사를 압도했습니다.

지금 EBS를 통해 명맥을 유지하고 있는 '장학퀴즈'는 1973년 첫 방송을 시작했으니 아마도 우리 방송의 역사에 기록될 최장수 프로가 아닐까 싶습니다. MBC의 출현은 국민 선택의 폭을 넓히는데 크게 기여했고 다양한 보도 프로를 통해서 권력을 감시하고 현장의 비리와 부패 등을 고발하였습니다.

MBC 60년은 우리 현대사와 영욕榮辱을 함께 해 왔습니다. 5.18광주민주화운동 후에 대량 해직의 아픔을 겪었으며, 정권이 바뀔 때마다 정치 편향과 존재 양식을 둘러싸고 논란이 끊이지 않았습니다. 한 때는 민영화만이 살 길이라고 외치다가 언제부터는 공영체제를 유지해야 한다고 주장합니다. 경영 상황이 악화되자 우리에게도 수신료를 배분해 달라고 요청하기에 이르렀습니다.

앞으로 MBC의 위상 재정립 문제는 또 다시 뜨거운 감자가 될 수 밖에 없습니다. 미디어 빅뱅 시대를

맞아서 환골탈태하지 않는 한 경영 개선은 어려울 것입니다. 근본적인 문제는 MBC가 <공영을 표방하는 관영적 상업방송>의 틀을 벗어나지 못한다면 앞으로 60년을 기약하기 어렵다는 점입니다. 나는 지금도 70년대 중반 MBC 사옥 복도에 붙어 있던 4자성어를 잊지 못합니다. 음수사원 飲水思源이지요.

음수사원이란 '열매를 딸 때는 그 나무를 생각하고, 물을 마실 때는 그 근원을 생각하라'는 데서 나온 말입니다. 출전은 옛 중국 남북조시대의 시인 유신庾信이 쓴 징조곡徵調曲입니다. 그 당시 이 말은 박정희 대통령이 방송의 실질적인 주인이니 '알아서 잘 하라'는 매우 불온한 메시지로 받아들여졌지만 지금 와서 돌이켜 보니 MBC식구들은 적어도 이 회사의 뿌리와 근원을 제대로 이해하고 새로운 MBC를 위해 무엇을 할까 고민해 보라는 명언인 듯 싶습니다.

초창기 어렵던 시절 개척자 정신으로 헌신했던 선배들의 노고가 밑거름이 되어 오늘의 MBC가 있습니다. 당신은 MBC TV가 교육TV로 허가 받아 개국했음을 아시지요? 정동 사옥에는 왜 관광호텔이 함께 있었던가요?

이제 또 다른 60년을 위해 도약해야 할 때입니다. 기본으로 돌아가야 합니다. 경영을 쇄신해야 합니다. 필요하면 과감한 다운사이징도 해야 하겠지요. 그러나 무엇보다 국민 신뢰를 되찾아야 합니다. 저널리즘 본령을 회복해야 합니다.

"현명한 정부는 결코 언론을 조종하는 법이 없고, 현명한 기자는 결코 정부를 예찬하는 법이 없다." James Reston의 말입니다.

MBC여, 영원하라!

사무처리포트

사우회원이 운영하는 상조회사입니다

이석일
(사무처장)

사우회원이 운영하는 상조회사를 소개합니다.

사우회는 작년 11월 9일 김낙현 회원이 이사장으로 있는 동화인협동조합 C&G라이프(대표 박성준)와 상조업무협약을 체결했습니다. 자세한 사항을 김 이사장에게 알아보았습니다.

▶C&G라이프는 어떤 회사인가요.

우리 사회가 핵가족화 되면서 장례행사에 익숙하지 못한 젊은 세대가 늘고 있습니다. 그러다 보니 불시에 부모님 또는 가족이 별세할 경우 많이 당황하게 되고 도움을 필요로 합니다만, 미리 상조회사와 계약을 하지 않으면 어떤 도움도 받을 수 없어 유족들을 황망하게 만드는 것이 현실입니다.

바로 이런 점에 착안해서 저희는 사전 준비를 하지 못한 상주들에게 도움을 주고자 현업에 종사하던 장례지도사들이 힘을 합해 만든 후불제 상조회사입니다.

모든 구성원들이 장례지도사 자격을 갖췄구요, 다들 10년 이상의 경력이 있는 베테랑들입니다.

▶다른 상조회사들과 차별된 점이 있나요?

그렇습니다. 저희 회사는 기본적으로 협동조합의 형태로 일을 하고 있으며, '올바른 장례문화, 상식적인 장례문화, 합리적인 장례문화'를 이념으로 하고 있습니다. 그런 의미에서 다른 상조회사처럼 '회원 모집주의 선불 할부판매 상조회사'가 아니고, 장례를 잘 마친 후에 일체의 비용을 정산하는 '후불제 상조회사'입니다.

다시 말해, 사우회원님들이 갑자기 상을 당하셨을 때 저희에게 바로 연락을 주시면 즉시 찾아 뵙고 먼저 장례업무부터 도와 드리고 비용은 모든 절차가 끝나고 나서 받는다는 것입니다.

▶어떤 식으로 도와주시는지요.

한마디로 '임종부터 발인까지' 모든 절차를 행함에 있어서 오랜 장례경험이 있는 저희 직원들이 정성을 다해 도와드립니다. 구체적으로, 먼저 의전팀장이 장례식장을 예약하고, 도우미들이 조문객을 위한 음식을 준비합니다.

장례지도사는 고인을 염치하고, 의전팀장은 유족들에게 장례의식과정을 설명하는 과정으로 진행합니다. 사우회원님들의 장례를 내 가족

의 장례로 생각하고 유족들에게 감동을 주고 칭찬을 받겠다는 것이 소박하나마 저희의 목표입니다.

▶지방에 계시는 회원들도 혜택을 받을 수 있나요?

물론입니다. 저희 회사는 수도권 본부, 강원본부, 충청본부, 경상본부, 전라본부, 제주본부 등 6개 본부에 312명의 장례지도사와 장례도우미가 전국에 분포돼있기 때문에 언제 어느 지역에서라도 도움을 요청하시면 (지역에 따라 차이는 있지만) 늦어도 2시간 이내에 출동이 가능합니다. 필요한 경우에는 지역본부 상호간 협조를 통해 절차를 진행하기도 합니다.

▶다른 상조회사보다 평균 가격이 2~30% 저렴하던데 어떻게 가능한지요.

기본적으로 마케팅에 들어가는 광고비용을 줄였구요, 불필요한 영업수당 및 영업자 회원 관리에 소요되는 비용을 최대한 줄여서 장례용품 및 서비스 향상에 쓰고 있습니다. 협동조합에서 운영하는 만큼 협동조합의 취지에 맞게 상부상조의 개념을 극대화시켰다고 보시면 됩니다.

▶특별한 장례물품도 제공하신가요?

그렇습니다. 모든 사우회원님들은 왕년에 '시대를 앞서 가는' 문화방송에 근무했었다는 자부심을 갖고 계실 줄 압니다. 그런 자부심에 어울리게 장례용품에도 MBC사우회 로고를 새김으로써 조금이라도 의미가 느껴지고 돋보이는 장례물품을 제공하려고 합니다. 아무튼 한번 이용해보시면 '뭔가 다르구나'하고 저희의 진가를 인정하실거라고 믿고 MBC사우회를 위해 최선을 다하겠습니다. 고맙습니다.

어느 가정이나 한번 이상은 겪어야 하는 상사喪事. 어떻게 하면 바가지 쓰지않고 정중하게 고인을 보내드릴 것인지 걱정되시는 회원님은 이 전화번호를 꼭 기억해두세요.

전국 어디나 24시간 이내에 출동합니다.

1544-4744 C&G라이프



문화방송(MBC) 사우회

동화인협동조합
DONG HWA IN COOPERATIVE

문화방송(MBC) 사우회의 상조는 동화인협동조합과 C&G라이프가 책임지겠습니다.

내 부모, 내 형제처럼
모든 정성을 다합니다.

안심하고 이용할 수 있는 **100%** 후불제 상조



C&G라이프는 국가공인 장례지도사가 장례를 책임지는 의전 전문 회사입니다.

사우회 상조관련 문의
010-8761-6643

전국 24시간 대표번호
1544-4744