

한국의 민주화, 시장화와 언론노조운동

신광영*

이 글은 한국의 언론노조운동의 전개 과정과 당면 과제를 논의한다. 언론노조운동은 미디어 지니는 독특한 생산물인 정보의 특성으로 인하여, 권위주의 체제 하에서 국가의 억압과 규제를 받아 왔다. 민주화를 계기로 이러한 억압과 규제가 어느 정도 약화되었지만, 언론노조운동은 자본의 억압과 규제에 저항하는 노조의 인정투쟁과 편집권 독립투쟁을 동시에 수행해야 했다. 동시에 노동시장 조직으로서의 언론노조는 고용인정과 임금보장을 추구하고야 한다는 점에서 언론노조운동은 정치적 차원과 경제적 차원의 이해를 요구한다. 1990년대 후반 들어서 직접적인 국가의 미디어 통제는 약화되었지만, 미디어 시장경쟁이 가속화되고, 독점 언론사들이 등장하면서, 시장화에 따른 미디어 생태계 변화가 나타났다. 한국 언론노조운동은 이러한 시장화에 대응하면서 동시에 미디어 노동자들의 연대를 만들어 내야하는 과제를 안고 있다. 아직까지도 미디어의 공공성 확보라는 민주화의 요구와 시장화에 대응하여 산별언론노조 건설이 여전히 가장 중요한 시대적 과제로 남아있다. 이를 위해서 한진중공업 희망버스 사례처럼, 시민사회와 노동운동의 연대를 통한 언론노조운동의 강화가 모색될 필요가 있다.

주제어: 민주화, 시장화, 언론노조운동

“오늘의 언론이 1974년 가을보다 더 심각한 위기에 빠져 있는 것 같다. ... 빼앗긴 언론자유보다 언론자유를 가장한 방종과 기만이 더 위험하기 때문이다. ... 조중동을 극복하는 자유언론의 기지를 확장하고 권영화한 방송을 진정한 공영방송으로 되살리지 않으면 권력과 보수언론의 궤도 없는 폭주를 제어할 수 없다” (이명순 동아투위위원장 2011년 10월 24일)

1. 문제제기

언론노조운동이 본격적으로 시작된 지 20여 년이 흘렀다. 1988년 11월 26일에 출범한 전국언론노동조합연맹(이하 언노련)은 언론 민주화와 언론 노동자들의 권익보호를 내세우며 시작된 전국적인 언론노동운동의 중심이었다. 언노련 초대 위원장이었던 권영길 기사는 이후 민주노총 위원장으로 당선되어 90년대 한국 노동운동에서 중심적인 역할을 하기도 했다. 권위주의 체제에서 민주주의 체제로 전환되는 과정에서 가장 중요한 요소 중의 하나가 언론의 민주화라는 점에서 언론노조운동은 한국의 민주화 운동과정에서 중요한 역할을 담당해왔다. 언론노조운동의 방향과 성과에 따라서 한국 민주주의의 성격과 질도 달라졌다. 권위주의 정권은 체계적으로 언론에 대한 통제와 억압을 지속해왔고, 이를 정권 유지에 필요한 핵심적인 정책으로 간주했다. 언론을 통제함으로써 정권에 대한 도전이나 비판 의식이 형성되지 못하도록 정권적 차원의 통제와 억압을 해왔던 것이다. 그리고 민주 정권 10년 동안 국가의 언론 통제가 크게 약화되었지만, 2008년 보수정권의 재등장으로 언론은 또 다시 정권적 차원의 통제 대상이 되었다.

* 중앙대 사회학과 교수(kyshin20@gmail.com)

1987년 6월 항쟁을 통하여 민주화 이행이 시작되면서, 언론 자유와 독립성을 확보하는 운동은 언론노조운동으로 나타났다. 정권과 사주의 영향력에서 벗어나 독립적인 편집권을 확보하고 공정한 보도를 통해서 국민의 알권리를 증진시키는 언론노조운동이야말로 민주화 운동의 핵심이자, 한국 민주주의의 미래를 결정짓는 요인이었다. 공정보도를 가로 막는 권력과 자본으로부터 독립하여 보다 공정하고 객관적인 뉴스를 국민들에게 전달하는 것 자체가 민주화의 일부였다.

지난 23년 동안 한국의 언론노조운동은 정치적 변화와 매체 환경의 변화에 따라서 여러 가지 변화를 경험하였다. 연성 권위주의 체제의 유지(1988.2~1998.2), 민주정권의 등장(1998.2~2008.2)과 연성 권위주의 체제의 재등장(2008.2~현재)과 같은 정치적 변화는 언론과 국가와의 관계의 변화와 더불어 언론노조운동에 새로운 제약과 과제를 불러일으켰다. 또한 1997년 외환위기 이후 본격화된 신자유주의적 세계화에 따른 언론 환경의 변화는 개별 언론사들과 노동조합들에게 새로운 변화를 강요하였다. 언론사 간 경쟁이 가속화되고, 경영상으로 어려움에 처한 언론사들이 등장하면서, 언론매체는 다양화되었지만, 개별 언론 매체들에게 미치는 시장의 압력은 더욱 커졌다.

이 글은 지난 23년 동안 한국의 언론노조운동의 변화를 내부적인 조건(노조조직과 노조원 의식)과 외부적인 조건의 변화(민주화와 시장화)와 관련하여 분석한다. 한국의 언론노조운동은 내부적인 조직 강화의 문제를 해결하지 못한 상태에서 민주적 변화에 따른 정권의 변화와 신자유주의적 시장화에 따른 새로운 압력과 제약에 대응해야 했다. 이것은 언론노조운동 초기 단계에 놓여있는 언론노조들의 만성적인 조직 취약성을 낳았고, 언론노조운동의 침체를 낳는 요인으로 작용했다.

이 글의 구성은 다음과 같다. 먼저, 1988년 이후 언론운동과 언론노조운동의 진화를 조직과 환경과의 관계 속에서 분석한다. 구체적으로 여기에서는 매체 생태학적인 관점에서 한국의 언론노조운동이 지니는 역사적 속성을 분석한다. 90년대 중반 이후 매체 생태학의 특징은 다원화와 다양화에 따른 매체의 이질화이다. 매체의 이질화로 언론노조운동이 더 어렵게 되었다. 그 다음, 한국의 언론노조운동 조직이 극복해야 할 과제를 논의한다. 하나는 언론노동운동이 강령으로 내세운 언론 민주화를 위하여 편집권과 편성권 독립을 쟁취하는 과제이고, 다른 하나는 일반 조합원들의 참여에 기반을 둔 조직 민주주의 실현 과제이다. 전자는 주로 국가나 사주와 관련된 것이라면, 후자는 조합 지도부와 일반 조합원 그리고 개별 매체를 넘어서는 산별 언론노조운동에 대한 일반 조합원의 참여와 연대구축이라는 과제이다.

2. 언론운동과 언론노조운동의 진화: 조직과 환경

한국에서 언론운동은 1988년 이전까지 민주화 운동의 한 부분이었다. 이전 4.19학생혁명 이후 언론노동운동이 활성화되면서 전국에서 신문사 노조가 결성되었지만, 기자들은 참여하지 않았고, 인쇄부의 기능공 중심으로 노조가 결성되었다(윤창빈, 1993: 50-51). 기자들을 중심으로 하는 언론운동은 1971년 동아일보 기자들의 “언론자유수호선언”으로 시작되었다. 군사독재 아래에서 이루어진 보안기관의 언론검열과 비판적인 보도에 대한 정권의 통제에 대한 저항은 ‘자유언론’이라는 조직적인 언론운동으로 나타났다. 1974년 10월 24일 동아일보 기자들과 동아방송 아나운서와 PD들의 ‘자유언론실천’ 선언으로 가시화된 자유언론운동은 유신정권의 동아일보 광고탄압과 뒤이어 이루어진 150여

명 기자와 PD 해고 그리고 이에 대한 저항으로 등장한 ‘동아자유언론투쟁위원회’(이하 동아투위)를 중심으로 하는 자유언론 투쟁으로 이어졌다(김정남, 2005; 김세은, 2010; 정연주, 2011). 동아투위는 1970년대 박정희 군사정권에 대한 언론인들의 본격적인 저항과 민주화 운동으로서의 언론운동의 성격을 상징적으로 대변하는 조직이 되었다.

1970년대 동아투위 운동은 정치적 차원의 민주화의 문제와 자본주의 사회에서의 노동자 고용 문제가 밀접하게 연관되어 있음을 보여주었다. 독재체제에 대한 저항이 대량 해직으로 이어지면서, 언론사 내에서의 언론인들의 고용안정과 언론자유 문제가 동전의 양면임을 보여준 것이다. 한편으로 언론사와 정권과의 관계에서 자유언론의 문제가 제기되었지만, 다른 한편에서 언론사 내에서 언론 자본가인 고용주와 언론 노동자인 미디어 종사자들 간의 고용문제가 제기된 것이다. 이러한 경험은 언론운동이 미디어 종사자들의 계급적 위치를 분명히 하는 언론노동운동으로 전환되는 바탕을 제공하였다.

1987년 이후의 언론노조운동은 1970년대 자유언론운동과는 또 다른 새로운 형태의 언론운동이었다. 자유언론이 주로 독재정권에 대한 저항을 중심으로 하고 있다면, 80년대 언론노조운동은 민주화 운동이라는 정치적 성격과 자본으로부터의 독립과 자본의 전횡에 대한 저항이라는 계급적 성격 두 가지를 보다 분명하게 제시한 운동이었다. 즉 국가와 언론매체 간의 비대칭적인 권력관계를 수정하는 것과 조직 내에서 경영과 미디어 종사자들 간의 비대칭적 권력관계를 수정하는 것을 내세웠다는 점에서 새로운 형태의 운동이라고 볼 수 있다. 1987년 한국일보 노조 결성을 시점으로 ‘민주노조운동’은 새로운 언론운동의 두 가지 속성을 집약적으로 보여주었다(강명구·한창록, 1988; 방정배, 1990). 여기에서 ‘민주’는 정권적 차원의 민주화와 오랜 기간 동안 권위주의 체제하에서 형성된 언론기업의 민주적 개혁을 동시에 내포하였다. 또한 ‘노조운동’은 언론사 내부에서 권위주의 하에서 일방적으로 억압된 미디어 종사자들의 권리회복과 사주 전횡을 막고 미디어 종사자들의 참여에 의한 민주적 경영을 도모하였다. 이것은 언론개혁에 필수적으로 요구되는 사안이었고, 권력으로부터 자유로운 진정한 언론 즉 민주적이고 비판적인 언론으로 거듭나기 위한 노력이었다.

1) 언론노조운동의 세 가지 딜레마

언론노조운동은 세 가지 차원에서 극복해야 할 딜레마를 안고 있었다. 첫째, 언론노조는 모든 노조와 마찬가지로 2차적인 조직이 지니는 딜레마를 안고 있다(신광영, 1994). 먼저 자본에 의해서 언론사가 만들어지고, 그 내부에서 노조조직이 만들어지기 때문에, 노조는 언론사라는 기업 내부에서 만들어진 2차적인 조직이다. 그러므로 일반적인 노조와 마찬가지로 기업이 파산하거나 없어진다면, 그 언론사 노동조합도 존재할 수 없다. 그리하여 노조가 쉽게 기업에 의존적인 존재가 될 수 있다. 노동자들이 기업의 경영 패러다임을 받아들인다면, 노동조합은 독립성을 상실하게 되기 때문에, 기업 내에 있으면서도 동시에 경영과는 다른 패러다임을 가지고 있어야 한다. 이러한 딜레마를 극복하기 위하여 기업별 노조에서 벗어나 산별이나 업종별 노조로 조직 단위를 확대하는 것이다.

둘째, 국가권력의 변화에 따라서 언론과 국가와의 관계가 달라질 수 있기 때문에 언론노조는 정권에 관계없이 권력으로부터 자유롭고 독립적인 미디어를 만들어야 한다는 딜레마를 지니고 있다. 특히 국영 방송사의 경우 국가가 직접 경영과 방송에 개입할 가능성이 크기 때문에, 권위주의 정권이나

민주적 정권을 막론하고 권력으로부터의 독립성을 유지하는 것이 중요한 과제이다. 또한 국가의 미디어 규제정책에 의해서 미디어 기업과 노동조합이 영향을 받게 된다. 이러한 상황에서 노동조합이 특정한 정권이나 경영진과의 관계 설정을 둘러싸고 내분이 발생하거나 갈등을 겪는 경우 노동조합의 조직 유지 자체가 어려워질 수 있다. 특히 노동조합장의 임기가 한국처럼 1~2년으로 짧은 경우, 노조 내부의 경쟁이 과열되어 노동조합 조직이 균열되기 쉽다. 이것을 막기 위해서 언론사가 특정 정권과 유착되는 것을 막고, 독립성과 자율성을 유지해야 한다.

셋째, 민주화와 더불어 미디어 시장의 시장화가 가속화되면서 새로운 언론사들이 많이 만들어지고 경쟁은 더욱 치열해졌지만, 언론노조는 이러한 경쟁 속에서 동시에 연대를 구축해야 하는 딜레마를 지니고 있다. 미디어 산업의 특징인 이중적 생산물(dual product)은 한편으로는 정보와 지식을 소비자들에게 제공하지만, 다른 한편으로는 광고주가 요구하는 광고물을 소비자들에게 제공하기 때문에 독자/시청자 시장은 광고시장과 맞물려 있다(Picard, 1989). 그러므로 광고주, 즉 자본의 영향력에서 자유로울 수 없는 딜레마를 지니고 있다. 방송의 경우 시청률에 의해서 광고수가가 결정되기 때문에 시청률 경쟁이 불가피해진다. 신문의 경우에도 신문부수에 의해서 광고수가가 결정되기 때문에 판촉경쟁이 불법적인 방법으로 계속되었다. 결과적으로 개별 언론사 노조들이 서로 경쟁하는 상태가 이루어지는 경우, 언론노동운동은 상대적으로 약화되고, 국가와 자본에 대한 감시와 통제 기능도 약화될 수 있다. 언론 노동자 내부의 균열과 이질화가 커지는 경우, 언론노동운동은 대사회적인 영향력 차원에서 큰 손실을 경험할 수밖에 없다. 이러한 문제를 해결하기 위해서 언론시장의 독과점화와 과당경쟁을 막는 제도적인 장치를 마련하는 동시에 개별화된 언론사 노조들 간의 연대를 모색해야 한다.

세 가지 딜레마를 해결하기 위해서 우선적으로 필요한 것은 기업별 노조의 틀에서 벗어나 산별 혹은 업종별 노조로 나아가는 것이다. 기업별 노조로 노동조합이 조직되는 경우, 기업 간 경쟁에서 벗어날 수 없으며, 노동조합은 2차적인 조직이기 때문에 기업의 이해가 노조의 논리에 반영되기 쉽다. 그리고 노동조합도 광고주의 영향에서 자유로울 수 없기 때문에 서로 다른 기업별 노동조합들과의 경쟁을 피할 수 없게 된다. 제조업 노동조합의 경우와 마찬가지로 기업별 노조의 틀에서 벗어나는 과제가 언론노동조합들에서도 중요한 과제이다.

1987년 민주화 대투쟁 이후, 대부분의 언론사들에서 노동조합이 조직되었고, 곧바로 1988년 11월 언론노련이 조직되면서 언론산업 수준에서 전국적인 노동조합 총연맹이 조직되었다. 이 시기 조직된 언론 노조들은 두 가지 투쟁을 동시에 수행했다. 하나는 미완의 정치적 민주화를 위한 투쟁이고, 다른 하나는 사주로부터 노동조합의 존재를 인정받기 위한 인정투쟁이었다. 정치적 민주화 투쟁이 연속성을 갖는 투쟁이었다면, 후자의 투쟁은 새로운 변화의 산물이었다. 이러한 투쟁은 ‘정권의 나팔수’ 극복 혹은 ‘부끄러운 과거 청산’을 내세운 언론노조들의 투쟁으로 공정보도나 언론의 공공성을 내세우며 90년대 후반에도 여전히 지속되었다(김용백, 2001; 손석춘, 1999; 이근영 1996). 이것은 민주화 투쟁인 동시에 언론사 자체의 개혁을 추구한 내부개혁 투쟁이었다. 민주화 투쟁에 앞장섰던 사람들이 노조를 인정하지 않아서 파업이 발생하는 경우가 빈발하면서, 노동운동은 새로운 균열의 존재를 드러냈다. 대표적으로 1989년 3월에 시작된 평화신문 파업은 가톨릭정의구현사제단에서 중요한 역할을 한 함세웅 신부가 사장으로 있으면서 노동조합을 탄압한 사건이었다(언론노련, 2005). 이러한 사건은 2001년 기독교방송국 노조파업에서도 반복되었다. 박형규 목사와 빈민운동을 같이 한 권희경 목사가 사장으로 있는 기독교방송국 노조파업은 민주화 운동과 노조운동의 차원이 다름을

적나라하게 보여주는 사례라고 볼 수 있다.



참고: =는 통합 혹은 유착, <=는 통제 혹은 억압, <=>는 독립 혹은 대립 관계를 의미

<그림 1> 노조, 언론사, 국가와의 관계

<그림 1>은 언론사와 국가와의 관계이다. 권위주의 체제하에서 국가는 미디어 기업(신문사와 방송사)을 일반적으로 통제/억압(<=)하거나 언론사가 국가와 통합/유착관계(==)를 보였고, 이에 대한 저항의 자유언론운동으로 나타났다. 1987년 이후 국가의 언론사 통제가 약화되고 점차 여러 차원의 민주화가 진전됨에 따라서 국가의 언론사 직접 통제는 사라졌다(독립 혹은 대립 <=>). 국영방송사에 대한 통제를 둘러싼 갈등이 지속되었으나, 군사독재 시절처럼 경찰과 정보기관이 직접 언론사를 통제하는 방식은 사라졌다. 그러나 언론사 내부에서 노조를 인정하지 않고, 탄압하는 전통적인 노동자 통제 방식이 여러 언론사에 지속되었다. 민주체제 (1)은 이를 보여준다. 상당 부분의 언론사들에서 언론 노동자들의 투쟁을 통해서 언론사가 국가통제에서 벗어나고 또한 노동자들로 노조를 결성하여 사주로부터 독립을 하여 민주체제 (2)의 경우가 되었다. 민주체제 (2)는 기업별 수준에서 이루어진 민주적 노조관계를 보여주지만, 여전히 한계를 지닌 체제임을 알 수 있다. 기업별 조직을 넘어서 횡적으로 다른 언론사 노조들과 통합되어 산별 혹은 업종별 노동조합으로 전환이 이루어지지 못한다면, 기업별 언론노조들은 조직적으로 커다란 한계에서 벗어날 수 없고, 경영의 논리에 포섭되어 시장권력에 의해서 통제되기 때문이다. 민주체제 (3)은 기업별 노조체제에서 벗어나 산업별 혹은 업종별 노조체제로 진전된 형태를 보여준다. 언론사가 국가의 통제로부터 벗어나 독립적인 지위를 누리고 있고, 언론사 내에서 조직된 노동조합이 다른 언론사 노조와 통합된 산별노조를 이루어 개별 언론사 내에서는 노동조합 지부가 활동하게 된다.

오늘날 한국 언론노조의 분포는 민주체제 (1)과 민주체제 (2)가 혼재된 상태를 보이고 있다. 거대 언론 매체인 조선, 동아, 중앙의 노조들은 대체로 민주체제 (1)의 형태를 보이고 있으며, 다른 언론 매체들은 민주체제 (2)의 형태를 보이고 있다. 언론노동조합이 산별단일노조를 추구하고 있기는 하지만, 즉 (3)의 형태를 추구하고 있지만, 임금교섭을 포함한 단체교섭에서 완전한 산별노조의 형태를 갖추지는 못하고 있다.¹⁾ (1)과 (2)의 분화는 두 가지 차원에서 이루어졌다. 하나는 정치적 차원으로

국가권력의 변화에 대응하여 조선, 동아와 중앙은 한나라당 입장에서 1997년 이후 김대중 정부와 노무현 정부에 대하여 비판적인 입장을 취하였다. 경향신문과 한겨레신문은 독재 권력에 대한 비판의 연장선상에서 한나라당에 대한 부정적인 입장을 취하였다. 언론의 정치화 현상은 노무현 정부 들어서 더욱 노골화되었고, 특히 노무현 대통령의 언론개혁 시도에 뒤이은 노무현 대통령 탄핵사건과 2007년 대통령 선거에서 이러한 현상은 절정에 달했다. 이러한 언론의 정치화는 정권의 변화와 더불어 나타난 새로운 현상이다.

다른 차원은 미디어 시장의 차원이다. 한국의 경제규모가 커지면서 광고시장도 크게 확대되었다. 그러나 1997년 외환위기로 시장의 불확실성이 커지면서, 언론매체들도 광고가 급감하면서, 큰 불안정을 겪었다. 그로 인하여 미디어 시장에서 생존을 위한 경쟁이 더욱 강화되었다. 이 시기 소수의 언론사가 미디어 시장을 독점하면서, 미디어 시장이 독점시장과 경쟁시장으로 뚜렷하게 분절되기 시작했다. 그리고 이러한 분절은 시장의 분절로 그치지 않고 미디어의 정치적 성향의 차이로 이어졌다. 권위주의 체제 하에서 성장한 보수 언론사들이 미디어 시장을 장악하면서 미디어 시장은 독점시장이 되었다.

2000년 11월 24일 언론노동조합연맹이 단일 산별노조인 언론노동조합으로 조직되었다. 언론내에서 언론산별노조 논의가 본격적으로 시작된 지 6년 만에 언론산별노조를 내세우며 언론노동조합이 출범한 것이다(신윤진 2001).²⁾ 신문, 방송, 출판, 인쇄 업종에 종사하는 매체산업 노동자들을 묶는 산별 단일 노조가 만들어짐으로써 언론련의 한계를 극복하고 보다 조직적인 노동운동을 모색하기 위한 목적으로 언론노동조합이 만들어진 것이다. 언론노동조합은 신문사, 방송사, 출판사, 인쇄업에 종사하는 다양한 노동자들로 구성되어 있다는 점에서 내적 이질성이 큰 것이 특징이다. 그리고 조선일보, 동아일보, 중앙일보와 같은 거대 보수 신문사 노조가 참여하고 있지 않아서, 언론사 전체를 포괄하고 있지는 못하다. 더 나아가 언론노동조합과 이들 거대 보수 언론 3사간의 대립이 형성되면서, 언론노동조합과 이들 3개 언론사 노조들도 갈등관계를 보여주고 있다.³⁾ 거대 언론사 종사자들은 자신들을 언론사와 마찬가지로 기득권층으로 자리매김하고, 이들 노조들도 다른 언론사 노조들과 구별하여 스스로 이익단체로서 자리매김을 하였다.

2) 국가에서 시장으로

민주화 이행이 이루어지면서 나타난 가장 큰 변화는 국가의 언론 탄압이 약화되면서, 점차 그 자리를 시장 권력이 대체하기 시작한 것이다. 국가의 언론규제가 공안기관을 통해서 이루어졌다면, 시장에 의한 언론규제는 경쟁이라는 시장 기제를 통해서 이루어졌다. 시장 권력의 강화는 두 가지

- 1) 산별노조의 기본 활동 단위는 산업이며, 실제로 산별노조의 단체교섭은 두 가지 수준에서 이루어진다. 1단계로 언론노동조합과 언론업종 경영자 대표가 교섭을 하여 기본 임금인상에 대한 합의를 하고, 이후 2단계에서는 각 지부(언론사)에서 사업장의 특성을 고려하여, 추가적인 임금인상에 대한 합의가 이루어진다. 2단계 합의는 개별 사업장의 특성이 고려되기 때문에 임금인상의 차이가 발생하게 된다. Salaman(2000: 158-164 및 346-365) 참조.
- 2) 전국언론노동조합연맹은 제17회 정기 대의원 대회에서 7대 전국언론노조연맹 위원장인 최문순 위원장으로 선출하면서 제1대 전국언론노동조합 위원장으로 선출하고, 부위원장에 전영일, 감사에 김교만 문화일보 노조위원장과 이호준 교육방송 노조위원장을 사무처장에 김용백 국민일보 전노조위원장을 선임하였다(신윤진 2001: 1).
- 3) 2008년 6월 미국산 쇠고기 수입 반대 촛불시위 보도와 관련하여 언론노동조합은 공개적으로 조선일보, 동아일보, 중앙일보 퇴출운동을 시작하였다. 언론노동조합은 “조중동 OUT” 운동을 주도하였다. 언론노동조합은 2008년 6월 9일 이후 10월까지 “OUT 조중동” 포스터를 제작하여 조중동 불매운동을 전개하였다.

차원의 변화에서 유래하였다. 하나는 언론에 대한 규제 약화의 결과로 새로운 언론매체가 급증하면서 미디어 시장에서의 경쟁이 더 치열해졌다는 미디어 생태계 변화이다. 다른 하나는 언론인들의 직장 및 직업 이동이 크게 늘어나면서, 언론사 단위로 조직되어 있는 언론노동운동의 분절과 약화현상이 나타나고 있다는 점이다.

1990년대 들어서 민주화가 이루어지면서 과거 군사정권에서 일상화되었던 언론매체에 대한 직접적인 통제가 약화되는 동시에, 통신기술의 발달로 인터넷이나 케이블 TV와 같은 새로운 미디어가 크게 증가했다. 특히 1998년 김대중 정권이 등장하면서, 과거와 같은 공안기구를 통한 노골적인 언론통제와 국가의 개입은 줄어들었다. 대신 언론시장 자체가 커지고, 다양한 신규 언론사들이 등장하면서, 언론 미디어 시장경쟁이 치열해졌다. 오마이뉴스와 프레시안과 같은 인터넷 매체나 YTN과 같은 뉴스 전문 TV, 경제전문 TV 등이 등장하였고 또한 케이블 TV가 도입되면서 미디어 시장은 급격하게 다양화되었다. 특히 인터넷 매체를 포함한 뉴미디어가 빠르게 기존의 종이신문을 빠르게 대체하고 있다. 2010년 인터넷 신문이 전체 신문 가운데 40%를 차지할 정도로 빠르게 미디어 시장을 변화시키고 있다(한국언론진흥재단, 2010a: 42).

미디어 시장변화는 특히 일간 종이신문 시장에서 두드러지게 나타났다. 무엇보다도 일간 신문시장의 축소가 대규모로 나타났다. 예를 들어, 2008년보다 2009년 일간 신문 수는 증가했으나, 오히려 2008년에 비해서 매출액은 9.9% 감소했다. 연평균 증가율도 5.7% 감소했고, 매체 내 점유율도 5.7% 감소하였다(한국언론진흥재단, 2010b: 71). 일간지 시장이 축소되고 있는 가장 큰 이유는 신문을 읽는 사람들이 계속해서 줄어들고 있기 때문이다. 일간신문을 읽는 사람들의 비율은 1996년 전체 국민 가운데 69.3%로 높았으나, 2010년에는 29.6%로 떨어져서 지난 14년 동안 무려 40% 정도 줄어들었다(한국언론진흥재단, 2010b: 228). 이는 평균적으로 매년 3% 정도씩 줄어들고 있다는 것을 의미하며, 이러한 추세가 지속되면 일간신문사는 조만간 더 이상 유지되기 힘들다.

언론시장을 둘러싼 경쟁은 양극화를 낳고 있다. 시장에서 상대적으로 독과점적 위치를 지니고 있는 거대 언론사들이 광고를 독점하면서, 시장에서 주변적인 매체들이 도태의 위기를 겪고 있다. 이러한 양상들은 이미 인터넷이 본격적으로 등장하기 이전인 90년대부터 나타났다.

“경남매일·부산매일 최종부도, 세계일보 체임, 청주방송 직장폐쇄, EBS 구조조정, 중부일보 노조 창립 보복인사, 광주매일 폐간 방침 철회 후 인력조정. 최근 몇 달간 ‘미디어 오늘’에 실린 언론계 소식들이다. 언론인들에게는 온통 우울한 내용들뿐이다.“ (신윤진, 1998: 26).

위의 내용은 전국언론노동조합연맹 창립 10주년인 1998년에 언급된 미디어 시장 상황을 다루고 있다. 기존의 지방 언론사들이 급격한 환경변화로 인하여 시장에서 생존하기 어려운 상황에 처해 있음을 보여준다. 권위주의 국가의 탄압이 아니라 재정적으로 경영상의 어려움에 처하여 많은 중소 언론사들이 위기에 처하게 되는 상황이 발생한 것이다. 각종 경품과 무가지 살포와 같은 가격덤핑 경쟁을 통해서 시장을 장악하려는 거대 언론사들의 공세로 인하여 중소 언론사들의 생존이 더욱 어려워지고 있는 것이 이러한 위기의 주된 원인이었다(신학림, 2004). 소수 거대 언론사에 의한 미디어 시장의 독점이 이루어지면서, 중소 언론사들이 살아나기 힘든 미디어 시장 환경이 만들어진 것이다.

이전까지 한국의 언론노조운동은 대체로 정치적 차원에서 언론자유와 공정보도를 강조하였고,

그것은 다양한 언론운동의 전통을 있는 것이었다. 그러나 언론 노동자 연대를 약화시키는 시장 변화에 대해서는 별다른 대응책을 내세우지 못했다. 언론노조들도 언론사별로 조직되어 있는 기업별 노조체제이기 때문에 개별 언론사의 노조 수준에서 시장의 변화 막는 것은 불가능하였다. 결국, 개별 언론사는 미디어 생태계 변화에 적응하거나 순응하는 방식으로 생존을 도모하고 있다. 다른 산업과 마찬가지로 언론 산업에서도 기업별 노조의 한계로 인하여 시장경쟁의 강화에 따른 부작용을 약화시키고, 노조들의 연대활동에 기초한 집단적 대응전략을 효과적으로 모색하지 못하였다. 미디어 시장의 경쟁이 강화되면서, 언론노조운동의 토대인 연대가 약화되고 있는 것이다.

또한 미디어 생태계가 바뀌면서 미디어 노동자들의 직장이동도 잦아지고 있다. 특정 언론사에 입사하여 경력을 쌓고, 다른 언론사로 이동하는 직장이동이 최근 크게 늘고 있다. 언론 종사자들의 이동 가운데 신생 언론사나 군소 언론사에서 대형 언론사로의 이동이나 비정규직에서 정규직으로의 이동이 대부분이다. 2010년 3월 현재 한국 전체 언론매체는 2,524개였고, 이 가운데 종이신문은 1,428개였으며, 새롭게 등장한 인터넷 매체는 1,126개였다. 이들 가운데 대부분이 소형 언론매체들로 50인 미만의 중소언론매체가 전체에서 94%를 차지하고 있고, 4인 이하 언론매체도 37.4%에 이르러, 군소매체가 전체의 1/3 이상을 차지하고 있다. 인터넷 매체의 경우, 10인 미만의 매체가 94%를 차지하여, 10인 미만의 종이신문 매체 비율 66.0%보다 훨씬 더 많은 높은 비율을 보여주고 있다(한국언론진흥원, 2010c: 18-19). 더구나 비정규직 기자의 비율이 13.6%에 달하였고, 특히 지역종합주간지의 경우 비정규직 비율이 24.2%에 달하여, 이들 비정규직 기자들이 타 언론사 정규직으로의 이동이 자주 일어나고 있다(한국언론진흥재단, 2010a: 102-103). 이러한 환경 속에서 전반적으로 기자들의 이동도 크게 증가하였다. 기존의 거대 언론사들의 경우, 경력을 쌓은 검증된 기자들을 채용하는 것이 비용을 줄일 수 있는 좋은 방법이기 때문에, 최근 경력기자들의 언론사 이동이 크게 늘어나고 있다.

이러한 잦은 언론 노동자들의 이동은 노동조합운동을 약화시키는 요인으로 작용하고 있다. 기존 직장 내에서 노동조합을 통하여 임금이나 고용문제를 해결하기 위해 집단적으로 목소리를 내는 것보다는, 불만을 갖는 노동자들이 개별적으로 조건이 더 좋은 언론사로 빠져나가면서, 기존의 노동조합의 조직력과 동원력이 약화될 수 있기 때문이다. 또한 비정규직 언론 노동자들이 늘어나면서, 언론사 차원에서 정규직과 비정규직 노동자들 사이에 분열과 분절이 나타나고 있다. 언론사들이 정규직 채용 대신에 비정규직 채용을 더 늘리면서, 비정규직 언론 노동자들이 늘고 있어서 정규직과 비정규직의 분절은 더 커지고 있다. 비정규직 언론 노동자들이 다른 언론사의 정규직으로 이동하면서 비정규직 고용문제 자체의 해결을 도모하기 보다는 개인적인 수준에서 비정규직 탈피를 모색하는 경향이 줄지 않고 있다.

3) 시장을 통한 국가의 통제

미디어 시장의 변화는 시장 자체에서 일어나기 보다는 국가의 정책과 맞물려 일어나고 있다. 미디어가 생산하는 정보와 지식은 상품으로서의 속성을 지니고 있을 뿐만 아니라 권력의 속성을 지니고 있다. 그러므로 권위주의 체제는 미디어가 지니는 권력을 장악함으로써 권력을 유지하고자 하였다. 민주화가 진전되면서, 미디어에 대한 규제는 한편으로는 언론의 민주화를 도모하는 차원에서 시도되었지만, 다른 한편으로는 누가 어떤 정보와 지식을 어떻게 생산하고 또 누구에서 판매할 것인가에 대한

규제 차원에서도 시도되었다. 미디어 시장이야말로 법과 정책을 통한 국가의 규제가 가장 적나라하게 작용하는 시장이라는 점에서 미디어 시장은 국가 권력과 연계되어 있다고 볼 수 있다. 특히 미디어 자체가 지니고 있는 권력적 속성과 관련하여 정권의 변화에 따라서 미디어 정책이 크게 변해왔다.

역대 정권들에서 언론과 관련된 정부의 정책들이 지속적으로 바뀌어 왔다. 언론이 지니는 정치적인 영향력 때문에, 역대 정권들은 언론을 일정한 방식으로 관리하고자 하였다. 민주화 이후 노골적인 언론 탄압과 규제는 약화되었다. 그 대신 1999년 개정된 방송법에 따라서 2000년 김대중 정부하에서 새롭게 조직된 방송위원회가 새로운 규제를 담당했다. 방송위원회는 방송의 공정성과 공익성을 강조하여 국영 방송사 인사, 방송사업자 허가 및 재가, 방송 내용의 심의 등을 수행하는 국가행정기구였다.⁴⁾ 방송위원회는 권위주의 체제하에서 상실된 언론의 자유를 확보하고, 미디어의 공공성을 높이기 위한 국가기구로 등장하였지만, 위원회 위원 선출 방식에서 궁극적으로 정치권으로부터 자유롭지 못하다는 한계를 지녔다. 방송위원회 설립 취지는 미디어에 대한 정부 부처의 직접 규제에서 독립적인 위원회를 통해서 규제로 전환시키는 것이 주된 목표였지만, 관건은 방송위원회 자체가 정부로부터 어떻게 독립성을 보장받느냐 하는 것이다.⁵⁾

노무현 정부 들어서도 언론개혁 문제가 지속적으로 다루어졌다. 이는 대표적으로 기업과 정부를 상대로 하는 로비성 기사를 막기 위한 ‘가판’ 구독중단, 신문공동배달제 도입 등으로 나타났다. 암묵적으로는 언론이 지니고 있는 정치적 성향을 신문유통시장 개혁을 통해서 개혁하고자 한 것이다. 노무현 정부는 신문유통 과정을 개혁함으로써 미디어 시장질서를 확립하고자 하였고, 이는 미디어가 지니는 상품으로서의 가치를 조정하고자 한 것이었다. 그러나 궁극적인 목적은 조선일보와 같은 보수 언론이 지니는 권력을 시장을 통해서 약화시키고자 하였다는 점에서, 우회적인 시도였고, 이는 성공하지 못했다. 또한 방송 부문에서도 KBS 사장 선임과 프로그램 개편을 둘러싸고 거대 야당과 거대 보수 신문의 저항으로 인하여 시장을 통한 방송의 개혁도 성공하지 못했다. 그 대신에 대안적인 미디어가 등장하면서, 기존의 미디어 권력이 점차 약화되기 시작했다.⁶⁾

2008년 이명박 정부는 방송위원회 기능과 정보통신부의 일부 기능을 흡수하는 방송통신위원회(이하 방통위)를 대통령 직속기구로 설치하여 방송과 통신에 대한 정책을 수행하도록 하였다. 방통위는 방송에 대한 규제와 방송과 통신관련 허가권을 행사하여 미디어 산업에 직접적인 영향력을 행사하였다. 2010년 방통위의 “종합편성 및 보도전문 방송채널사용사업 승인 대상법인 선정(이하 종편선정)”은 미디어 시장에 직접 영향을 미치는 국가의 정책이었다. 조선일보, 동아일보, 중앙일보 등 보수신문사들에게 방송을 할 수 있도록 하는 종합편성 선정은 중소 미디어 매체를 고사시킬 뿐만 아니라 지배주주 1인의 주식소유를 30%에서 49%까지 높여서 1인 지배체제를 가능케 하였다. 이는 거대 언론뿐만

4) 위원회 구성은 9인으로 이루어지며, 3인은 대통령 선임, 3인은 국회의장이 국회 교섭단체 대표위원과 협의하여 추천한 자, 3인은 방송 관련 전문성과 시청자 대표성을 고려한 국회 문화관광위원회가 추천한 3인으로 이루어졌다. 재정도 정부와는 독립된 방송발전기금에서 예산을 조달하도록 하였다. 그러나 위원회 구성은 본질적으로 여당의 영향력이 크게 작용할 수밖에 없는 구성을 보여주기 때문에, 집권 정당의 영향력으로부터 자유로울 수 없다는 한계가 있다(김승수 2001).

5) 특정한 기능을 수행하기 위한 위원회들이 정부 부처의 산하기구와 같은 위상을 갖는 경우가 많았다. 방송위원회 이외에 노사정위원회도 정부 부처의 하위 조직으로 전락하거나 혹은 임명권자 개인의 조직으로 전락하여 원래 추구했던 목적 달성에 실패한 대표적인 예이다.

6) 대표적으로 오마이뉴스를 들 수 있다. 인터넷 매체의 등장은 종이신문의 구독률 저하 현상을 가속화시켰다(오연호 2004).

아니라 재벌의 미디어 소유를 가능케 한 것이다. 여당은 국가가 과거와 같이 언론 통제나 억압을 하지 않고도 보수 언론사와 재벌들이 방송에 진출하여 보수 이데올로기를 전파할 수 있도록 미디어 생태계를 근본적으로 바꾸고자 하였다. 이것은 독자가 줄고 있는 일간지 시장에서 벗어나 방송시장으로 진출하고자 하는 거대 보수 신문사들의 요구이기도 하였다.

방송통신위원회는 MBC 민영화와 종편선정을 주도하여 미디어 시장의 근본적인 변화를 만들어 냈을 뿐만 아니라, 미디어와 통신에 대한 규제를 강화하여 기본적인 시민권인 언론자유 침해를 둘러싼 논쟁을 만들어 냈다. 더구나 과거 언론탄압과 통제를 떠올리는 인터넷 규제와 SNS규제 등을 시도하면서, 미디어 자본에 대한 규제는 풀고, 비판적 언론과 통신을 규제하였다. 방송통신위원회는 결과적으로 자본의 언론 지배와 비판적 공론장에 대한 억압을 통한 정부의 여론 지배를 도모한 셈이다. 경제적으로 미디어 시장에 대한 규제를 푸는 대신에, 정치적으로 비판적 언론과 여론 형성에 대한 억압을 추구하였다는 점에서 정치적 권위주의적에 기초한 경제적 시장주의 속성을 잘 드러낸 것이다.

3. 언론노조운동의 과제

언론노조운동은 미디어 산업이 지니고 있는 독특한 특성으로 인하여 일반적인 노동운동보다 훨씬 더 복잡한 속성을 지니고 있다. 제조업 분야의 노동조합도 시장(자본)과의 관계뿐만 아니라 국가(권력)와의 관계 속에서 활동을 하지만, 민주화 이후에 제조업 노동조합들의 경우 직접적으로 국가의 통제나 개입을 받지 않고 있다. 그러나 미디어 산업의 경우 미디어가 제공하는 뉴스나 정보 상품이 지니는 이데올로기적 속성을 인하여 정권적 차원에서의 미디어 통제가 지속되었다. 과거 미디어에 대한 통제가 주로 국가의 직접적인 억압과 통제를 통해서 이루어졌으나, 민주화 이후 미디어에 대한 통제는 시장을 매개로 하여 이루어지고 있다. 국가의 미디어 관련 정책을 통하여 미디어 생태계가 변화하게 되고, 그 결과 각종 언론사들이 정책변화의 영향을 시장을 통해서 경험하게 되었다. 미디어 시장이야말로 플라니가 강조한 국가와 사회의 배태성(embeddedness)을 가장 적나라하게 보여준다고 볼 수 있다(Polanyi 2009).

미디어 생태계는 방송통신위원회의 종편허용에 따른 변화뿐만 아니라 SNS와 같은 소셜 미디어의 등장으로 커다란 변화를 보이고 있다. 이것은 한편으로 미디어 기업들의 경쟁뿐만 아니라 미디어 종사자들의 이동을 촉진하여 미디어 노동시장의 불확실성과 이질성을 더욱 크게 하고 있다. 다른 한편, SNS의 발달은 기존 미디어의 생존을 힘들게 하는 변화를 만들어 내고 있다. 이런 점에서 언론노조운동은 다양한 도전과 과제를 동시에 겪고 있다고 볼 수 있다.

2012년 한국의 언론노조운동은 한편으로는 자본가(고용주)를 대상으로 다른 한편으로 국가를 고려해야 할 뿐만 아니라, 미디어 생태계 변화에 따른 대응도 해야 하는 과제를 안고 있다. 그러므로 언론노조운동은 미디어 노동자들의 권익을 보호하고 증진시키는 노동시장 조직 기능과 더불어 국가의 통제와 억압을 거부하고 비판하는 미디어 민주화의 기능을 동시에 수행하고 있다. 또한 이질화와 다양화를 보여주는 미디어 생태계 변화에 대응해서도, 언론노조운동은 미디어 노동자들의 연대성을 고양시켜야 하는 조직적 역할을 수행하고 있다. 한국의 언론노조는 이러한 세 가지 도전을 동시에 경험하고 있다.

언론노조운동이 미디어 노동자들의 권익을 증진하고, 국가의 억압과 통제에서 자유롭고 또한 시청자와 독자에게 현실을 공정하게 전달하는 역할을 제대로 하기 위해서는 언론노조 조직 자체의 강화가 우선적으로 요구된다. 이러한 요구는 산별 독립노조의 구성으로 요약될 수 있다. 이는 <그림 1>에서 민주체제 (3)의 구축으로 표현될 수 있다. 지금까지 실질적인 언론 산별노조 건설 노력은 신문과 방송의 양대 노조 사이의 이해 충돌로 실질적인 성과를 거두지 못했다. 그러나 점차 신문과 방송이 통합되면서 과거와 같은 불화나 갈등은 무의미하게 되고 있다. 특히 종편과 같이 신문사들이 방송에 뛰어들면서 더 이상 신문과 방송의 구분은 불필요하게 되었다. 그러므로 이제는 신문과 방송 간의 갈등이 아니라 종편 신문방송사와 그 외의 신문방송사 간의 균열과 갈등이 형성되었다. 산별수준의 언론노조운동은 이러한 신문방송사 간의 균열 구조를 토대로 해서 만들어질 수밖에 없는 미디어 생태계 변화가 생겨난 것이다.

언론노조의 조직력 강화를 위해서는 노조운영 방식의 변화가 필요하다. 무엇보다 위원장 임기를 개정하여 1~2년 임기 체제에서 3~4년 임기체제로 개편하는 것이 필요하다. 언론노조운동의 문제점 가운데 하나는 위원장 선거가 너무 자주 일어난다는 점이다. 이것은 한국의 모든 노동조합에서 공통적으로 나타나는 문제로 대부분 임기가 1~2년으로 매우 짧아서 자주 위원장 선거가 치러지면서 조직 내 갈등이 증폭되는 경향이 있다. 노조 활동의 안정성과 지속성을 위해서 임기를 현행 1~2년에서 3~4년으로 연장하는 것이 필요하다. 임기 중 지나친 전횡을 위원장이 하는 것을 막기 위해서 소환제도를 도입한다면, 상대적으로 임기가 길어져서 생기는 문제를 예방할 수 있다.

노조 조합원 차원에서 보면, 언론노조운동이 성공하기 위해서는 일반 조합원의 적극적인 참여가 중요하다. 오페와 비센탈(Offe and Wicsenthal, 1980)이 주장한 것처럼, 노동조합은 자본가 단체와는 달리 “행동할 의지(willing to act)”를 동원하는 조직이기 때문에, 조합들 간의 현실 인식 공유와 연대의식이 핵심적인 조직의 자원이다. 노조 지도부와 평조합원 사이에 그리고 평조합원들 사이에 현실에 대한 인식을 공유하게 하는 것은 의사소통을 통해서만 가능하다.

노조를 둘러싼 환경 차원에서 보면, 노조운동의 전통이 취약한 한국사회에서 언론노조운동이 성공하기 위해서는 자본 규제-권력 통제를 목적으로 하는 ‘역사적 블록’을 구축해야 한다. 시민, 시민사회 단체, 언론운동단체, 학계 등을 망라하는 느슨한 연대조직이 구축되어야 한다. 최근 부산 한진중공업 ‘희망버스’ 사례에서 볼 수 있듯이, 시민들의 자발적 지지와 참여가 파업을 성공으로 이끈 가장 핵심적인 요인이 되었다. 신자유주의 경쟁 논리 앞에서 조합원 연대에 의존하는 노조운동이 성공하기 위해서는 외부의 시민사회 연대를 구축할 필요가 있다. 한진중공업 ‘희망버스’ 사례가 시민, 시민운동과 노동운동 간의 새로운 연대를 대표적으로 잘 보여주고 있다(윤석범 2011). 이를 위해서 언론노동조합 자체가 비정규직 언론 노동자 문제와 언론사의 불공정 보도와 같은 내부 문제에 대한 비판적 태도를 유지하고, 동시에 이에 기초하여 시민사회 연대를 강화시키는 것이 필요하다.

마지막으로 지난 10여 년의 경험을 통해서 언론노동조합이 특정 정권이나 정당과 직접적으로 연계되지 않도록 해야 한다. 언론노동운동이 비정파적인 필요는 없지만, 인적인 차원이나 조직적인 차원에서 특정 정권이나 정당과 연계되는 것은 조직의 불안정을 낳을 수 있고, 언론노동운동의 약화를 가져올 수도 있다. 노조지도부가 특정 정당과 연계되는 경우, 노조 내부의 균열이 생길 뿐만 아니라 반목이 심화되어 조직 자체가 유지되기 힘들게 된다. 특히 최근 언론노동조합 전임 집행부와 신임 집행부 간의 대립에서 드러난 것처럼, 정치적 노선이 다른 진영 사이의 갈등이 외부로 드러나면서

언론노동운동 전체가 타격을 입었다. 언론노조에 대한 검찰 고발과 검찰의 수사가 이루어지면서, 언론노동운동 전체에 대한 부정적인 인식과 조직 약화를 피할 수 없었다.

4. 결 론

이 글은 민주화 이후 한국의 언론노동운동을 언론노동조합 운동을 중심으로 살펴보았다. 후발 민주화 국가인 한국에서 언론노동조합운동 크게 세 가지 차원에서 전개되었다. 첫째, 언론노동조합은 노동시장 내에서 노동자들의 권익을 보호하고 증진시키는 노동시장 조직이기 때문에, 미디어 노동자들의 임금과 근로조건을 개선하기 위한 노력을 해왔다. 이것은 모든 노동조합이 공통적으로 보여주는 특성이다. 그리고 이러한 활동은 시장 상황에 따라서 달라질 수 있는 조건이기 때문에, 미디어 생태계의 변화가 언론노동운동에 영향을 미쳐왔다.

둘째는 언론노동조합은 권위주의 체제에서 오랜 동안 지속된 언론에 대한 정부의 억압과 통제에 저항해서 언론의 자유와 언론의 공공성을 확보하기 위한 정치적 차원의 민주화에 기여하였다. 노조활동의 내적인 조건으로 공공성이 문제가 되지 않은 제조업 노조들과는 달리, 언론산업 노조들은 생산하는 생산물의 특성상 공공성을 확보하는 것이 대단히 중요한 과제이며, 어떤 뉴스와 정보가 어떻게 보도되는가는 전적으로 미디어 노동자들에 의해서 결정되었다. 과정에서 권력과 자본이 개입하는 경우, 대중에 전달되는 뉴스와 정보는 왜곡될 수밖에 없다. 그러므로 언론 자유의 의미는 국가의 통제로부터 벗어나는 것뿐만 아니라, 사주로부터 편집권의 독립을 포함하는 미디어 노동자들의 보도 권도 포함하였다.

셋째, 미디어는 미디어 노동자들뿐만 아니라 미디어를 사적인 목적으로 활용하는 광고주의 경제적 이해관계를 포함하고 있다. 오늘날 소비자본주의 시대 광고는 가장 핵심적인 마케팅 전략 대상이고, 미디어는 뉴스, 정보와 광고를 동시에 시청자와 독자들에게 전달하기 때문에, 광고주의 이해관계에서 벗어날 수 없다. 그리고 미디어 산업의 주 수입원이 광고비이기 때문에 미디어가 광고주의 입김에서 자유로울 수 없다. 언론노조 활동은 공공매체인 미디어가 사기업인 광고주들의 이해관계에 포획되지 않도록 하는 언론의 자율성과 독립성 투쟁도 포함하였다.

한국의 언론노조운동은 위와 같은 세 가지 차원의 변화 속에서 전개되었다. 언론노조운동은 매우 짧은 노조운동의 역사를 지녔음에도 불구하고, 지난 10여 년 동안 민주화와 시장화라는 두 가지 거시적인 변화를 동시에 겪었다. 민주화와 시장화는 언론노조들에게 대단히 다른 환경을 만들어 냈다. 민주화는 권위주의 시대 형성된 언론제도와 관행을 타파하는 언론 민주화를 포함하였다. 국가권력으로부터 언론의 자율성과 독립성을 확보하는 문제가 중요한 과제였다. 정권의 변화와 더불어서 대단히 다른 미디어 생태계가 만들어졌기 때문에, 아직도 언론은 정치권의 주된 관심영역으로 남아있고, 그리하여 언론은 정권으로부터 자유롭지 못하다.

그러나 언론에 대한 정권의 통제는 과거의 방식과는 다른 방식으로 이루어지고 있다. 언론에 대한 직접적인 통제가 남아 있기는 하지만, 보다 두드러진 변화는 시장을 통한 언론 규제가 더 커지고 있다는 점이다. 미디어를 시장주의적 관점에서 접근하여 방송과 신문의 벽을 허물어 종합편성채널을 허용하였지만, 미디어 시장의 독과점 지배에 대한 규제가 철폐되어 돈이 모든 것을 결정하는 미디어

시장체제가 형성되었다. 자유언론을 위협하는 요소는 국가의 통제뿐만 아니라 소수 언론사의 미디어 시장 독점이다. 자본과 권력이 적나라하게 드러나는 경쟁의 장이 되었으며, 이러한 상황에서 공공성의 확보를 위한 일상적인 노력은 오직 언론노동조합을 통해서만 가능하게 되었다.

이러한 변화 속에서 언론노동조합 운동은 효과적인 대응을 모색할 필요가 있다. 실질적인 산별노조 형태로의 전환을 통한 조직력을 강화시켜야 하고, 정권으로부터 자율성과 독립성을 확보해야 하며, 군소 언론사의 생존을 위협하는 미디어 시장화에 대한 저항을 효과적으로 해야 한다. 오늘날 이러한 새로운 과제들은 언론노동조합만으로 이루어질 수 있는 것은 아니다. 다양한 시민사회 단체, 학계, 일반 시민들과의 연대를 통한 ‘역사적 블록’ 형성을 통해서만 이를 달성할 수 있다. 2011년 한진중공업 ‘희망버스’ 사례는 노동운동, 지식인 운동, 시민운동과 일반 시민들의 참여를 통한 새로운 시민-노동자 연대의 가능성을 보여주었다. 그리고 이것은 모든 노동운동 분야로 확대될 수 있는 가능성을 지녔다는 점에서, 중요한 역사적 의의를 지닌다. 언론노조운동도 내부적으로는 산별조직화를 통해서 외부적으로 노동 현장 밖의 시민과 시민단체와의 연대를 통해서 새로운 활로를 모색해야 하며, 이것은 21세기 한국 언론노조운동의 실천적 과제로 부각되었다.

Ⅰ 참고문헌

- 강명구·한창록 (1988). 한국 언론노조의 생성과 전개. 『신문과 방송』, 214호, 6~18.
- 김동민 (1990). 언론노조운동 퇴조기인가. 『말』, 51호, 132~135.
- 김상훈 (2003). 언론단체가 바라는 새 정부 언론정책 과제와 방향. 『신문과 방송』, 386호, 28~29.
- 김세은 (2010). 해직 그리고 그 이후... 『언론과 사회』, 18(4): 158~208.
- 김승수 (2001). “방송법 개정 1년, 방송위원회 재출범 1년 평가”. 언론개혁시민연대 주최 “방송위원회 1주년 평가 및 방송제도 개혁을 위한 정책토론회,” 자료집, 2001년 3월 8일 방송노동조합연맹 회의실.
- 박기순 (1994). 한국언론노조운동의 이론적 고찰. 『사회과학』, 성균관대 사회과학연구소, 33(2): 53~76.
- 방정배 (1990). 언론 노조 운동, 어디까지 왔다. 『저널리즘비평』,
- 새언론포럼 (2008). 『현장기록, 방송노조 민주화운동 20년』, 커뮤니케이션북스.
- _____ (2009). 『현장기록 신문노조 20년 기록』, 커뮤니케이션북스.
- 손석춘 (1999). 언론노동운동 10년, 평가와 전망. 『노동사회』, 1월호, 17~24.
- 신윤진 (1998). 전국언론노동조합연맹 창립 10주년-현실과 과제. 『신문과 방송』, 제335호, 26~29.
- _____ (2001). 전국언론노동조합 공식 출범. 『신문과 방송』, 제361호, 29.
- 양문석 (2007). 언론노조, 공공성 사수의 깃발 들 때. 『신문과 방송』, 9월, 116~119.
- 오연호 (2004). 『대한민국 특산물 오마이 뉴스』, 휴머니스트.
- 윤석범 (2011). 한진중공업 정리해고 철회투쟁, 그 의미와 성과, 그리고 과제. 노동사회과학연구소, 『정세와 노동』, 제71호, 27~52.
- 윤창빈 (1993). 60년대 공무원 70년대 기자중심 언론노련 92년에야 합법성 획득. 『신문과 방송』, 275호, 49~55.
- 장호순, 최문순, 박인규, 김기평 (2001). 언론개혁, 어디로 갈 것인가. 『창작과 비평』, 113호, 14~52.
- 전국언론노동조합총연맹 (2005). 『언론 노련 10년사』.
- 정연주 (2011). 『정연주의 기록: 동아투위에서 노무현까지』, 유리창.

한국언론진흥재단 (2010a). 『한국언론연감』, 2010.

_____ (2010b). 『2010 한국언론 수용자 의식조사』, 조사분석 2010-03.

_____ (2010c). 『2010 신문산업 실태조사』, 조사분석 2010-04.

Clawson, Dan and Mary Clawson (1999). What has happened to the US labor movement? union decline and renewal, *Annual Review of Sociology* 25: 95~119.

Offe, Claus and Helmut Wiewenthal (1980), Two Logics of Collective Action: Theoretical Notes on Social Class and Organizational Form, *Political Power and Social Theory*, 1: 67~115.

Picard, R. G. (1989). *Media Economics: Concepts and Issues*, Beverly Hills: Sage.

Polanyi, Karl (2009)[1944]. *The Great Transformation*(거대한 전환, 우리 시대의 정치경제적 기원, 홍기빈 역, 길),

Salaman, Michael (2000). *Industrial Relations: Theory and practice*, 4th Edition, New Jersey: Prentice Hall.

(투고일자: 2011. 12. 5, 수정일자: 2012. 2. 1, 게재확정일자: 2012. 2. 3)

ABSTRACT

Democratization, Marketization and Media Union Movements in South Korea

Kwang-Yeong Shin *

This paper attempts to explore the development of the media labor movement and its tasks. Due to the unique characteristics of information delivered by media, the media labor movement under the authoritarian regime was oppressed and regulated by the government. As democratization has proceeded, the state's oppression and regulation of media has been weakened. However, media workers should wage the struggle for union recognition and independence of editorship simultaneously. Because media unions as labor market organizations also seek for job security and wage increase, we need to understand both political dimension and economic dimension of union activities in media industry. While state's control over media has been diminished in the late 1990s, competition in media industry has been intensified. As small number of media corporations monopolizes the media market, the ecology of media has been completely transformed. Unions in media industry should respond to the change of the media ecology and should build solidarity among media workers at the same time. The achievement of the public nature of media as a part of democratization and building union federation of media industry as a response to the marketization of media still remain as an epochal task for media unions. Like the case of "Hope Bus" in the strike in Hanjin Heavy Industrial Corporation, solidarity between citizens and striking workers should be strengthened.

Keywords: Media Union Movement, Democratization, Marketization

* Professor, Department of Sociology, Chung-Ang University