

# 수도권 최대 케이블TV 씨앤엠 : 공공성 vs. 투기자본

- 투기자본의 씨앤엠(C&M) 지배구조 문제점과 노사관계에 미치는 영향 -

- 일시: 2010년 9월 8일(수) 14:00 ~ 16:00
- 장소: 국가인권위원회 배움터 (11층)

## ● 프로그램

사회 : 장석주 (씨앤앰공대위 집행위원장)

### 인사

이재웅 (씨앤앰공대위 상임대표, 민주노총 서울본부장)

지인용 (희망연대노조 씨앤앰지부장)

최문순 (민주당 국회의원, 문화체육관광방송통신위원회)

홍희덕 (민주노동당 국회의원, 환경노동위원회)

유원일 (창조한국당 국회의원, 정무위원회)

### 발제

1. 케이블방송산업의 실태와 미디어 공공성
  - 이종탁 (산업노동정책연구소 선임연구원)
2. 투기자본의 씨앤앰 인수 과정 및 지배구조의 문제점과 공공성 확보 방안
  - 장화식 (투기자본감시센터 운영위원장)
2. 씨앤앰 노조탄압 및 부당노동행위 경과 및 문제점
  - 김시권 (희망연대노동조합 씨앤앰지부 사무국장)

### 토론

민주사회를위한변호사모임 노동위원회 (송영섭, 변호사)

인권단체연석회의 노동권팀 (김산, 다산인권센터)

(사)금융경제연구소 (채지윤, 연구원)

진보신당 관악구의원 (나경채, 전 관악구 케이블방송 주민대책위원회 집행위원장)

### 질의응답 및 종합토론

## 자료집 순서

<b>발제1. 케이블방송 산업의 실태와 미디어 공공성</b>	<b>4</b>
1. 한국 방송의 변화와 종합유선방송	4
2. 산업의 성장 속 처참한 노동자 현실	6
3. 지역 주민 없는 종합유선방송	13
4. 대기업 독점자본의 수중에 떨어진 종합유선방송	26
5. 시장과 경쟁의 논리를 넘어선 다른 길 찾기	32
<b>발제2. 투기자본의 씨앤엠 인수, 무엇이 문제인가</b>	<b>34</b>
1. 종합유선방송사 실태와 씨앤엠(C&M) 현황	34
2. 투기자본(사모펀드)이 지배하는 씨앤엠	35
3. 투기자본(사모펀드)의 씨앤엠 인수 과정의 문제점1	36
4. 투기자본(사모펀드)의 씨앤엠 인수 과정의 문제점2	42
5. 투기자본(사모펀드)의 씨앤엠 인수와 김앤장 법률사무소	44
6. 노동조합, 국회와 시민단체의 역할	46
<b>발제3. 씨앤엠 노조 탄압 및 부당노동행위 경과와 문제점</b>	<b>48</b>
1. 씨앤엠 소개	48
2. 열악한 노동조건, 비민주적 조직 운영, 인권 침해	50
3. 희망연대노조 씨앤엠 지부 활동 경과	55
4. 노동조합에 대한 씨앤엠 경영진 및 투기자본의 태도	57

[발제1]

# 케이블방송 산업의 실태와 미디어 공공성

이 종 탁 (산업노동정책연구소 선임연구원)

## 1. 한국 방송의 변화와 종합유선방송

1990년 상업민영방송을 도입한 후 한국 방송은 급격하게 자본의 이윤창출 공간으로 탈바꿈하기 시작했다. 특히 1995년 종합유선방송 도입, 2002년 위성방송 도입, 2005년 이동형멀티미디어방송의 도입 등은 무료로 운영되는 지상파 중심 체제에서 가입료를 받는 유료방송 체제로 방송체제를 전환하려는 시도였고, 그 시도는 현재 도입 단계를 지나 정착되고 있다.

유료방송체제가 도입되면서 방송 자체가 아주 복잡해졌다. 방송이라고 하면 KBS, MBC, SBS 같은 지상파 방송만 있던 시대는 가고 여러 방식과 다양한 매체를 활용한 방송이 생겨나기 시작했다. 방송을

전달하는 방식에 따라 지상파 전파를 이용하는 지상파 방송, 지상파 DMB, 케이블을 이용하는 종합유선방송, 위성전파를 이용하는 위성방송, 위성 DMB 등이 있다. 그리고 이들 방송에 프로그램을 공급하는 방송채널사용사업자가 있다. 방송통신위원회에서 사용하는 방송산업 분류와 표준산업분류(KSIC)를 비교하면 <그림 1>과 같다.

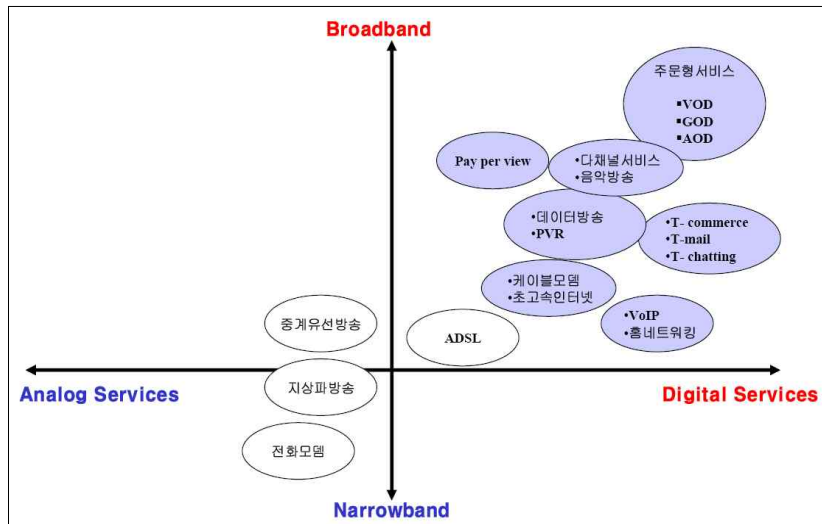
<그림 1> 방송산업 분류

대분류	중분류	소분류	세부구분	한국표준산업분류9차 개정
방송산업	지상파방송업	라디오방송	(공영, 민영, 특수)	6021
		텔레비전방송	(공영, 민영)	601
		지상파이동멀티미디어방송		602
		신설		
	유선방송업	종합유선방송	(MSO, 케이블SO)	6022
		중계유선방송		6022 분리
		음악유선방송		6022 분리
	위성방송업	일반위성방송		6029
		위성이동멀티미디어방송		6029 분리
		신설		
		신설		
	프로그램제작 공급업	방송채널사용사업	(일반, 중소형, 데이터)	6021
		프로그램제작		58114
		프로그램제작업		6029
		신설		
기타방송업	인터넷방송업		6029 분리	
	전광판방송업		6029 분리	
	기타방송업		6029 분리	
	신설			
관련산업	방송전송업		(신영분류)	
	방송전송업(유무선)		→"기타전기통신업"	61299
	방송배분업(유무선)			
광고업(TV)			→"기타광고업"	7139

자료 : 방송통신위원회, '방송실태조사보고서, 각년도'

이러한 방송의 변화는 통신기술의 변화와 기술융합을 기반으로 한다. 디지털통신서비스가 상용화하면서 디지털방송으로 전환하는 과정에 있으며, 서로 다른 통신기기와 매체들을 연결하는 브로드밴드가 일상화하고 있다.

<그림 2> 방송통신산업 트렌드



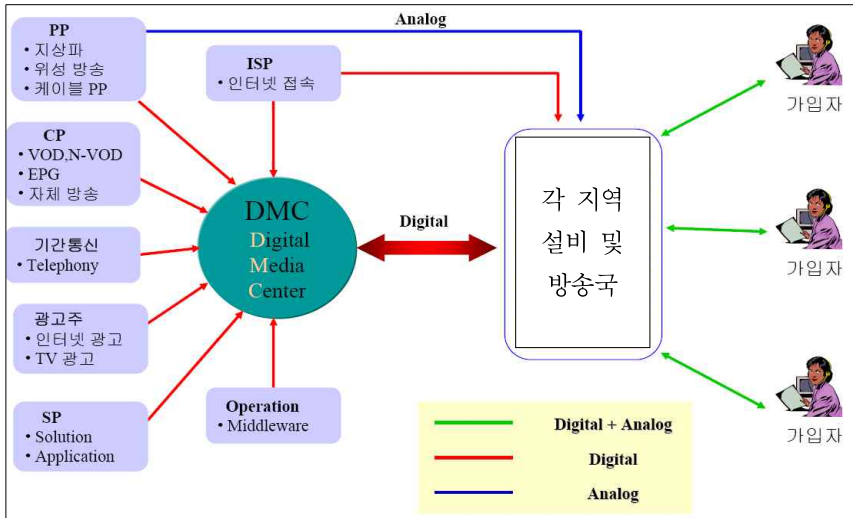
자료 : 큐릭스 사업보고서에서 재인용

1991년부터 등장한 종합유선방송은 고감도의 안테나로 수신한 양질의 방송 텔레비전 신호 등을 동축 케이블 등의 광대역 전송로를 이용하여 각 가정의 수신기에 분배하는 통신 방식때문에 케이블TV로도 불렸다. 처음에는 텔레비전 방송의 수신이 곤란한 지역에 난시청 해결 대책으로 생겼으나, 최근에는 단순히 텔레비전 방송 재송신뿐만 아니라 자체 프로그램 제작 방송이나 컴퓨터와의 접속으로 다채로운 정보를 제공할 수 있는 시스템으로 발전하였다<sup>1)</sup>.

그런데 최근 종합유선방송은 지역 기반 방송으로서 자기를 정립하기보다는 중계유선방송을 흡수하면서 인터넷서비스와 함께 방송채널사용사업까지 진출하면서 IPTV와 경쟁하는 국면이다. 이 과정에서 종합유선방송의 공공성과 공익성은 '규제완화'라는 이름으로 쉽게 포기되고 있으며, 방송의 생산 주체인 노동자와 이용 주체인 지역주민과 시민들은 기업의 이익을 위한 불모로 전락하는 듯한 느낌을 지울 수 없다. 이제부터 그 실태를 좀 더 자세하게 살펴보도록 하자.

1) 케이블 방송망을 관리하는 방송사를 종합유선방송사업자라고 하며 SO(System Operator)로 부른다. 케이블 방송 채널에 프로그램을 공급하는 사업자를 PP(Program Provider)라고 하는데, 방송법에서는 방송채널사용사업자로 부른다. 한편, SO와 PP가 2개 이상 사업체를 보유하면 복수를 붙여 각각 MSO와 MPP로 구분하여 부른다. SO와 PP가 결합한 사업체는 MSP라 부른다.

<그림 3> 종합유선방송의 디지털서비스 개념도



자료 : 큐릭스 사업보고서에서 재인용

## 2. 산업의 성장 속 처참한 노동자 현실

### 1) 엄청난 성장세를 보이는 종합유선방송

2008년도 방송사업자의 총 매출액은 10조 9,581억원으로 2007년 대비 4% 증가한 것으로 나타났다. 이는 총매출액이 전년대비 6.9% 증가했던 2007년의 성장세에 못 미친 것으로 지상파의 매출감소와 종합유선방송과 방송채널사용사업의 매출액 증가에 의한 것으로 보인다.

유선방송사<sup>2)</sup>의 매출액은 2조 4,182억원으로 전년대비 15.6% 증가하였다. 종합유선방송의 2008년 매출액은 2조 4,018억원으로 전년대비 12.5% 증가하였는데 이는 수신료수익, 광고수익, 홈쇼핑송출수수료수익, 단말장치대여수익 등에서 매출액이 증가했기 때문이다. 중계유선방송은 폐업 또는 종합유선과의 통합으로 사업자 수가 감소하였고 매출액도 전년 대비 3.3% 감소하였다. 유선방송의 매출액 중 종합유선방송이 차지하는 비중은 99.3%인 반면, 중계유선방송이 차지하는 비중은 0.7%에 불과하였다. 방송채널사용사업자의 매

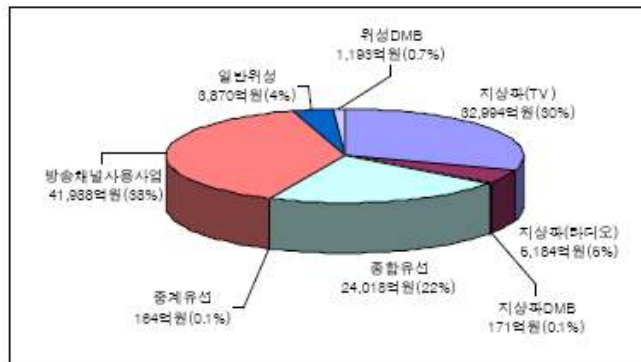
2) 유선방송은 종합유선과 중계유선으로 구분한다. 종합유선방송사업자는 2009년 현재 전년과 동일한 103개이며 중계유선방송사업자는 108개이다. 중계유선방송사업자의 경우 2001년 638개에서 매년 감소추세를 보이고 있다. 종합유선방송사업자와의 합병 또는 폐업 등으로 인한 중계유선방송사업자 수의 감소 추세는 앞으로도 지속될 것으로 판단된다.

출액은 4조 1,988억원으로 2007년 대비 5.4% 증가한 것으로 나타났다. 5개 홈쇼핑PP의 매출 성장률은 전년대비 9%였으며 홈쇼핑사를 제외한 나머지 일반PP의 매출 증가율은 2%로 홈쇼핑사업체의 성장률보다 낮았다. 5개 홈쇼핑PP의 매출액은 2조 1,010억원으로 전체 매출액에서 차지하는 비중은 50%인 것으로 나타났다.

<표 1> 종합유선방송사업자 2008년도 매출 현황

구분	2008년 (천원)	비고
종합유선방송	2,401,819,500	
방송사업수익	1,679,519,129	
방송수신료수익	1,080,407,818	
광고수익	117,493,737	
협찬수익	213,273	
홈쇼핑송출수수료수익	339,687,834	
시설설치수익	36,382,638	
단말장치대여수익	69,667,779	
중계유선방송수신료수익	4,732,285	
기타방송사업수익	30,933,765	
기타사업수익	722,300,371	
전기통신사업수익	626,608,793	*인터넷접속사업 수익
기타수익	95,691,578	

<그림 4> 방송매체별 매출액과 매출비중



최근 3년간 방송매체별 매출액 추이를 살펴보면, 전체 매출액 대비 지상파방송의 매출액 점유율은 2005년 41.0%, 2006년 38.1%, 2007년 36.9%, 2008년 35%로 매년 줄어드는 추세를 보이고 있다. 종합유선방송사의 매출액 점유율은 지속적인 증가추세를 보이고 있다('05년 18.3%→'06년 18.7%→'07년 20.3%→'08년 21.9%). 방송채널사용사업자의 매출액 점유율 역시 완만한 증가 추세를 보이고 있다('05년 36.2%→'06년 37.2%→'07년 37.8%→'08년 38.3%). 위성방송은 전년에 비해 0.2% 감소한 것으로 나타났다.

<표 2> 매출액 규모별 사업자 수(2008년 12월 말 기준)

구분	종합유선	중계유선	방송채널사용사업
사업자 수 전체	103	108	179
5천만원 미만	0	76	18
5천만원~1억 미만	0	10	7
1억~5억 미만	0	15	15
5억~10억 미만	0	3	17
10억~50억 미만	7	4	44
50억~100억 미만	18	0	19
100억~500억 미만	67	0	36
500억~1000억 미만	11	0	7
1000억~5000억 미만	0	0	11
5000억 이상	0	0	5

주) 방송채널사용사업자 수 : 지상파, 지상파DMB, 종합유선, 위성방송과 동일법인은 제외함.

100억~500억 미만의 매출액을 기록한 업체가 67개로 가장 많고(65.0%), 18개 업체가 50억~100억 미만의 매출액을 기록했다. 500억~1000억 미만을 매출을 올린 사업체도 11개나 되었다<sup>3)</sup>. 그런데 이것은 개별 업체로 분리한 상태에서의 매출액이고, MSO 업체의 매출액을 보면 사정은 달라진다. 티브로드의 경우 2008년 5,473억원의 매출을 올렸고, CJ헬로비전은 4,651억원의 매출을 올렸다. C&M도 4,159억 원의 매출을 기록했다. 이 세 업체의 매출액 합계는 2008년 MSO 매출액의 59.5%에 달한다.

<표 3> MSO별 매출액 구성내역

(단위 : 천원)

MSO별	방송사업수익							기타사업수익		매출액	
	방송수신료 수익	광고수익	협찬 수익	홍스핑송출 수수료수익	시설설치 수익	단말장치 대여수익	중계유선방송 수신료수익	기타방송 사업수익	전기통신사 업무수익		기타수익
총계(103)	1,080,407,818	117,493,737	213,273	339,687,834	36,382,638	69,667,779	4,732,285	30,933,765	626,608,793	95,691,578	2,401,819,500
티브로드(15)	246,401,346	14,832,871	0	82,011,000	7,554,838	5,773,590	0	878,092	186,925,985	2,990,814	547,368,536
씨앤엠(15)	163,949,088	35,419,136	0	57,213,367	6,327,995	15,383,181	0	16,877,730	95,637,395	25,162,904	415,970,796
씨제이헬로비전(14)	189,179,697	21,372,007	5,000	63,319,754	5,554,996	31,605,239	319,353	1,191,646	114,801,444	37,806,918	465,156,054
씨엠비(12)	66,010,782	4,566,161	9,091	19,457,960	3,167,577	500,210	0	124,392	7,442,547	1,293,026	102,571,736
에이치씨엔(10)	79,502,435	8,690,841	0	29,353,000	2,300,820	4,184,616	1,724,569	1,822,059	35,356,061	2,598,183	165,532,584
큐릭스(7)	55,578,148	3,732,636	24,545	12,767,200	1,050,379	1,122,540	0	1,243,629	41,194,292	3,458,003	120,171,372
온미디어(4)	33,268,852	2,767,216	0	9,194,098	1,238,198	571,664	1,518,250	314,134	13,383,040	124,672	62,380,124
지에스(2)	36,856,626	7,044,474	0	11,356,920	946,414	6,632,712	0	898,653	26,855,304	3,865,215	94,456,318
개별SO(24)	209,660,844	19,068,395	174,637	55,014,545	8,241,421	3,894,027	1,170,113	7,583,430	105,012,725	18,391,843	428,211,960

3) 중계유선방송사와 종합유선방송사의 매출액 격차는 뚜렷하다. 중계유선방송사 대부분은 연 매출이 5천만원 미만으로 매우 영세한 상태임을 알 수 있다.



## 2) 산업의 성장세에 미치는 못하는 고용 실태

이러한 매출액 규모에도 불구하고 종합유선방송의 고용 수준과 상태는 매우 좋지 않다.

2008년 12월 말 현재 방송 산업에 종사하고 있는 종사자의 수는 2만 9,669명으로 나타났다. 방송산업 종사자수는 2003년 이후 매년 감소추세를 보여 왔다. 2006년과 2007년 각각 전년 대비 1.1%, 1.3% 감소하였다. 그러나 2008년에는 전년 대비 2.6% 증가해 소폭 증가세를 보였다. 유선방송 종사자 수는 5,695명으로 전년보다 294명이 증가한 것으로 나타났다. 종합유선방송 종사자 수는 5,376명으로 전년대비 6.5% 증가했으나, 중계유선방송 종사자 수는 319명으로 전년대비 9.1% 감소하였다.

<표 4> 방송매체별 종사자 증감율과 분포

구분	2006.12	2007.12	2008.12	2008년 비율	증감율	
					06~07	07~08
종합유선방송	5,581	5,050	5,376	18.1	-9.5	6.5
중계유선방송	304	351	319	1.1	15.4	-9.1
방송채널사용사업	9,179	9,102	9,510	32.1	-0.8	4.5

종합유선방송의 종사자 변화를 직종별로 살펴보면 영업홍보직이 947명에서 1,488명으로 52.8%, 제작관련 종사자가 226명에서 298명으로 31.9% 증가해 다른 직종에 비해 증가폭이 컸으며, 기술직, 연구직 종사자들도 각각 13.3%, 11% 증가한 것으로 나타났다. 반면 관리행정직의 경우는 981명에서 816명으로 16.8% 감소한 것으로 나타났다.

<표 5> 종합유선방송사 종사자 총괄

(단위 : 명)

구분	일원	관리 행정직	방송직					기술직	연구직	영업 /홍보직	기타	합계
			기자	PD	아나 운서	제작 관련	기타					
전체	293	816	304	167	71	298	83	1,368	20	1,488	468	5,376
남자	290	431	258	155	12	213	44	1,316	17	818	156	3,710
여자	3	385	46	12	59	85	39	52	3	670	312	1,666

방송채널사용사업자 종사자는 9,510명으로 전년보다 4.5%(408명) 증가하였다. 흡쇼빙 5개사 인력은 3,337명에서 3,304명으로 1% 감소한 것에 비해 일반사업자의 인력은 5,243명에서 5,822명으로 11% 증가하였다. 직종별로는 기자, 아나운서, 기술직, 연구직은 증가하고, 관리행정직, PD직, 제작관련직, 영업홍보직 인력은 감소한 것으로 나타났다.

<표 6> 직종별 종사자 현황

(단위 : 명, %)

유형	전체	임원	관리 행정 직	방송직					기술 직	연구 직	영업 홍보 직	기타
				기자	PD	아나 운서	제작 관련	기타				
유선방송	5,695	336	879	306	168	73	302	85	1541	20	1512	473
구성비	100.0	5.9	15.4	5.4	3.0	1.3	5.3	1.5	27.1	0.3	26.5	8.3
종합유선	5376	293	816	304	167	71	298	83	1368	20	1488	468
중계유선	319	43	63	2	1	2	4	2	173	0	24	5
방송채널 사용사업	9510	416	1688	633	1199	110	1607	486	770	62	1585	954
구성비	100.0	4.4	17.7	6.7	12.6	1.2	16.9	5.1	8.1	0.7	16.7	10.0
홈쇼핑PP	3304	57	887	0	240	0	430	165	56	0	950	519
일반PP	5822	322	760	630	957	110	1171	318	564	18	575	397
데이터PP	384	37	41	3	2	0	6	3	150	44	60	38

직종별 종사자를 정규직과 비정규직으로 구분하면, 종합유선방송에서 종사하는 비정규직은 2008년말 현재 738명이며, 전체 비율은 13.7%로 나타났다. 방송직 중 제작관련 직종과 기타 직종, 그리고 기타 직종 및 영업홍보직의 비정규직 비율이 상대적으로 높았다. 방송채널사용사업에 종사하는 비정규직은 1,710명으로 해당 사업 종사자 수의 18.0% 정도이다. 방송직의 아나운서, 제작관련, 기타직과 기타직종의 비정규직 비율이 상대적으로 높은 편이다.

<표 7> 직종별 정규직/비정규직 종사자 현황

(단위 : 명, %)

유형	전체	임원	관리 행정 직	방송직					기술 직	연구 직	영업 홍보 직	기타
				기자	PD	아나 운서	제작 관련	기타				
종합유선	5376	293	816	304	167	71	298	83	1368	20	1488	468
정규직	4638	291	767	299	165	60	199	29	1339	20	1187	282
비정규직	738	2	49	5	2	11	99	54	29	0	301	186
비율	13.7	0.6	6.0	1.6	1.2	15.5	33.2	65.1	2.1	0.0	20.2	39.7
방송채널 사용사업	9510	416	1688	633	1199	110	1607	486	770	62	1585	954
정규직	7900	387	1562	593	1095	79	1137	244	691	56	1401	555
비정규직	1710	29	126	40	104	31	470	242	79	6	184	399
비율	18.0	7.9	7.5	6.3	8.7	28.2	29.2	49.8	10.2	9.7	11.6	41.8

이를 성별로 구분하면, 방송산업 전체의 경우 남성 종사자의 비율은 74.4%, 여성의 경우 25.6%로 2007년의 경우(남성 75.6%, 여성 24.4%)와 큰 차이를 보이지 않았다. 방송채널사용사업자도 남성이 66.3%, 여성이 33.7%로 전년(남성 67.4%, 여성 32.6%)과 유사했다.

종합유선방송의 경우 남성은 69%, 여성은 31%였으며, 중계유선은 남성 73%, 여성 27%로 전년도와 비슷한 추세를 보였다. 그런데 여성의 경우 남성에 비해 비정규직 비율이 매우 높았다. 종합유선방송의 경우 정규직 중 남성 비율이 75.1%였고, 비정규직 중 여성 비율은 69.5%였다. 방송채널사용사업의 경우에도 정규직 중 남성의 비율은 71.1%, 비정규직 중 여성 비율은 55.6%로 나타났다.

<표 8> 성별 종사자 현황

유형	전체	성별(명)		비율(%)	
		남	여	남	여
종합유선	5,376	3,710	1,666	69.0	31.0
정규직	4,638	3,485	1,153	75.1	24.9
비정규직	738	225	513	30.5	69.5
방송채널사용사업	9,510	6,303	3,207	66.3	33.7
정규직	7,800	5,543	2,257	71.1	28.9
비정규직	1,710	760	950	44.4	55.6

종사자 규모별로 보면 매출액 규모에 비해 그 수준이 크게 떨어진다. 종합유선방송사 103개 중 종사자가 20~49명인 경우가 50개로 가장 많고, 50~99명인 업체가 25개로 그 뒤를 잇고 있다. 종합유선방송사 대부분이 500억~1000억 미만의 매출액을 기록한 앞의 자료를 상기한다면 개별 업체의 종사자 수는 50명이 채 되지 않는다는 것을 반증하고 있다.

<표 9> 종사자 규모별 사업자 수 (2008년 12월 말 현재)

구분	종합유선	중계유선	방송채널사용사업
사업자 수 전체	103	108	147
1~4명	0	91	15
5~9명	4	10	25
10~19명	11	6	34
20~49명	50	1	34
50~99명	25	0	15
100~299명	12	0	17
300~499명	1	0	2
500~999명	0	0	5
1000명 이상	0	0	0

MSO별 종사자 수는 CMB가 1,086명으로 가장 많고, CJ헬로비전이 588명, 티브로드 573명 순이다. 지에스 계열이 196명으로 종사자 수가 가장 적고, 온미디어 244명, C&M 271명 순으로 적다.4) 매출액이 가장 많았던 티브로드는 종사자 수에서는 2위에 머물렀고, 매

4) 이러한 종사자 수는 통계적으로 신뢰할 수 있을지 의문이다. 예를 들어 C&M의 경우 최근 사측이

출액 3위였던 C&M은 개별 SO업체를 제외한 MSO 중에서는 종사자 수가 세 번째로 적다.

<표 10> MSO별 종사자 총괄

(단위 : 명)

MSO	일원	관리 행정직	방송직					기술직	연구직	영업/ 홍보직	기타	합계
			기자	PD	아나 운서	제작 관련	기타					
티브로드	72	63	53	20	10	25	6	159	2	142	21	573
씨앤엠	36	55	15	3	1	3	0	73	6	74	5	271
씨제이헬로비전	11	52	23	20	5	21	1	222	10	223	0	588
씨엘비	7	140	49	33	10	55	44	190	0	435	123	1,086
에이치씨엔	44	57	22	14	6	5	5	116	0	84	14	367
큐릭스	14	116	41	19	6	24	6	139	0	149	12	526
은미디어	13	23	8	7	2	84	0	41	0	46	20	244
지에스	6	20	7	7	2	16	3	47	0	63	25	196
개별SO	90	290	86	44	29	65	18	381	2	272	248	1,525
계	293	916	304	167	71	298	83	1,368	20	1,488	468	5,376

### 3) 상대적 저임금에 시달리는 종합유선방송사 노동자

이러한 종사자 수로 각 MSO의 매출액을 나누면 종사자 1인당 매출액을 산출할 수 있다. 방송통신위원회의 자료로 이를 산출하면, 티브로드의 종사자 1인당 매출액은 9억5천만원, CJ헬로비전의 경우에는 7억9천만원에 이른다. 매출액 3위를 기록하며 종사자 수는 두 번째로 적었던 C&M의 경우에는 무려 15억3천만원에 이른다.

그렇다면 종합유선방송사에서 일하는 노동자들의 임금 수준은 어떨까? 과연 그들이 만들어내는 매출 수준에서 어느 정도의 임금을 받을까?

<표 11> 종합유선방송사 노동자 임금 수준

	신입 초임	대리 초임	과장 초임
티*로*	2천 8백만원	3천 5백만원	3천 9백만원
C*헬*비*	2천 8백만원	3천 5백만원	4천 2백만원
H**	3천 1백만원	4천 1백만원	5천만원
G*	2천 7백만원	3천 5백만원	4천만원
씨앤엠	1,700~2,000만원	2천 5백만원	3천 2백만원

\*취업사이트 사람인,페이오픈, 인크루트 연봉공개 자료참조

\*씨앤엠 임금 수준은 노동조합 자체 조사 결과

제시한 종업원 수만도 400명을 넘는다.

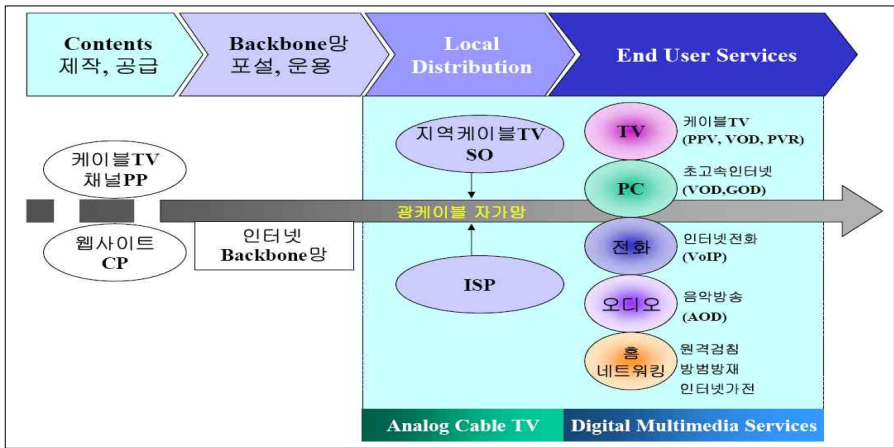
얼핏 보면 이러한 연봉 수준은 낮은 것이 아니라고 할 수 있겠지만 종사자 1인당 매출액을 감안해본다면 MSO 업체들의 연봉 수준은 결코 높은 것이라 하기 어렵다. 특히 티브로드와 C&M의 경우 초임 연봉이 2000만원도 되지 않는다. 이것으로 볼 때, 각 업체별 경영진의 분배의식이 종사자들의 임금 수준에 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

### 3. 지역 주민 없는 종합유선방송

#### 1) 늘어나는 지역 가입자

종합유선방송은 ‘지역’을 토대로 한 유선방송을 기반으로 한다는 점에서 지상파 방송이나 위성방송과는 차이가 있다.

<그림 5> 종합유선방송의 디지털 서비스 사업영역



자료 : 큐릭스 사업계획서에서 재인용

이러한 특성에 따라 유선방송사들은 지역별로 방송사업을 진행하고 있다. 재미있는 것은 서울을 비롯한 대구, 광주 등 광역시에는 종합유선방송사들이 거의 대부분이고, 광역자치도의 경우에는 중계유선방송사업자들이 많이 분포되어 있다는 점이다. 대도시를 중심으로 종합유선방송사업이 중계유선방송을 대체하고 있음을 볼 수 있다.

<표 12> 지역별 방송사업자 수

	전체	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기
종합유선	103	29	10	12	5	4	4	2	11
중계유선	108	0	6	0	6	0	0	0	7
	강원	충북	충남	경북	경남	전남	전북	제주	
종합유선	3	2	4	5	5	4	3	1	
중계유선	2	10	1	9	36	25	6	0	

주) 지역별 사업자 수 분류기준은 방송사업자의 주된 사무소 소재지를 기준으로 함.

2008년 12월 현재 유료방송 가입자(위성DMB 가입자 제외)는 1,757만 명으로 전년도 1,689만 명에 비해 4% 증가했다. 종합유선방송 아날로그 방송 가입자는 1,310만 명으로 전년도에 비해 4.2% 감소했으나, 디지털 방송 가입자는 191만 명으로 124% 증가했다. 중계유선 방송 가입자는 22만 명으로 전년에 비해 8.2% 증가했다. IPTV의 가입자는 2009년 6월 말 현재 169만 명이며, 이 중 실시간 방송 가입자 수가 46만 8천명, VOD서비스 가입자 수가 122만 명이었다.

<표 13> 유료방송 가입자 현황

구분	가입자(단자수 <sup>1)</sup> 기준)			07년 대비 08년 증가율
	2007년 12월 말	2008년 12월 말	2009년 6월 말	
유료방송 전체(A+B+C+D)	16,886,607	17,669,178	19,420,565	4.0%
유선방송(A+B)	14,734,195	16,229,800	15,359,074	3.4%
종합유선방송(A)	14,539,955	15,013,227	15,131,765	3.3%
아날로그 방송	13,400,988	12,900,924	12,622,016	-3.7%
유료시청				
무료시청	279,460	199,552	184,737	-28.6%
디지털 방송	849,181	1,901,770	2,313,429	124.0%
유료시청				
무료시청	4,336	10,991	11,573	153.3%
중계유선방송(B) <sup>2)</sup>	200,220	216,573	226,319	8.2%
일반위성방송(C)	2,151,882	2,339,378	2,374,668	8.7%
IPTV (D) <sup>3)</sup>	-	-	1,687,833	-
실시간방송	-	-	469,673	-
VOD	-	-	1,219,160	-

주1) 종합유선방송 가입자 수는 종합유선방송을 수신하기 위한 수신시설(단자)을 설치한 TV수상기 대수를 기준으로 함. 따라서 단수 수신자는 물론 2대 이상의 TV에 수신시설이 설치된 복수 수신자도 모두 가입자 수에 포함됨.

주2) 중계유선방송의 2007년 12월말, 2008년 12월말, 2009년 6월말 기준 가입자는 조사된 업체(108개사) 기준임.

주3) 통신3사의 IPTV 상용서비스는 2009년 1월부터 실시되었으므로 2009년 6월 가입자 정보만 제공됨.

종합유선방송의 지역별 가입자 현황을 살펴보면, 종합유선의 경우 2009년 6월 현재 서울이 318만 명으로 가장 많은 가입자를 확보하고 있는 것으로 나타났다. 경기도는 312만 명으로 그 뒤를 이었으며 부산이 124만 명으로 나타났다.

<표 14> 종합유선방송 가입자 총괄<sup>1)</sup>

구 분	2008년 12월 말	2009년 6월 말
전체 가입자(A+B) <sup>2)</sup>	15,013,227	15,131,755
유료 시청	14,802,694	14,935,445
기본가입 <sup>3)</sup>	4,727,126	4,843,958
티어가입 <sup>4)</sup>	10,075,568	10,091,487
무료 시청 <sup>5)</sup>	210,533	196,310
아날로그 방송 가입자(A)	13,100,476	12,806,753
유료 시청	12,900,924	12,622,016
기본가입	4,078,998	4,090,753
티어가입	8,821,926	8,531,263
무료 시청	199,552	184,737
디지털 방송 가입자(B)	1,912,751	2,325,002
유료 시청	1,901,770	2,313,429
기본가입	648,128	753,205
티어가입	1,253,642	1,560,224
무료 시청	10,981	11,573

주1) 가입자수는 종합유선방송사 103개사를 기준으로 한 것임.

주2) 종합유선방송의 가입자 수는 종합유선방송을 수신하기 위한 수신시설(단자)을 설치한 TV수상기 대수를 기준으로 함. 따라서 단수 수신자는 물론 2대 이상의 TV에 수신시설이 설치된 복수 수신자도 모두 가입자 수에 포함됨.

주3) 기본가입 : 유료채널을 제외하고 사업자가 송출하는 모든 채널을 수신할 수 있는 채널 상품(기본형)에 가입한 가입자 수

티어가입 : 채널의 특성, 수신자의 기호 등을 고려하여 사업자가 여러 개의 채널을 묶어서 함께 제공하는 채널 상품(보급형, 의무형)에 가입한 가입자 수

주4) 무료시청 : 수신료 없이 무료로 종합유선방송을 제공받는 가입자 수

복수종합유선방송사업자별로 가입자를 보면, 2009년 6월 현재 티브로드가 유료시청자 280만명으로 가장 많은 가입자를 거느리는 업체로 올라섰다. 그 뒤를 CJ헬로비전(251만명)과 C&M(213만명)이 뒤따르고 있다. 반면, 디지털방송 가입자 수는 CJ헬로비전이 73.8만명으로 가장 많았고, C&M이 66만명으로 그 뒤를 이었다. 티브로드는 디지털 방송 가입자 수가 22.6만명으로 HCN(21.9만명)과 비슷한 수준에 머물렀다.

<표 15> 복수종합유선방송사업자(MSO) 가입자 총괄

구분	전체 가입자 (아날로그 방송 + 디지털 방송)					
	2008년 12월 말			2009년 6월 말		
	유료 시청	무료 시청	소계	유료 시청	무료 시청	소계
티브로드	2,718,606	43,599	2,762,205	2,805,913	37,152	2,843,065
큐릭스	613,728	12,479	626,207	615,722	13,066	628,788
씨앤엠	2,102,614	7,141	2,109,755	2,138,883	7,083	2,145,966
씨제이헬로비전	2,516,045	37,931	2,553,976	2,512,253	34,597	2,546,850
씨엘비	1,217,063	10,681	1,227,764	1,256,448	12,558	1,269,006
에이치씨엔	1,469,097	15,937	1,485,034	1,469,824	11,411	1,481,235
온미디어	469,022	4,878	473,900	470,524	4,616	475,140
지에스	444,842	3,016	447,858	449,940	3,100	453,040
개별 SO	3,251,657	75,471	3,327,128	3,215,938	72,727	3,288,665
계	14,802,694	210,533	15,013,227	14,935,445	196,310	15,131,755

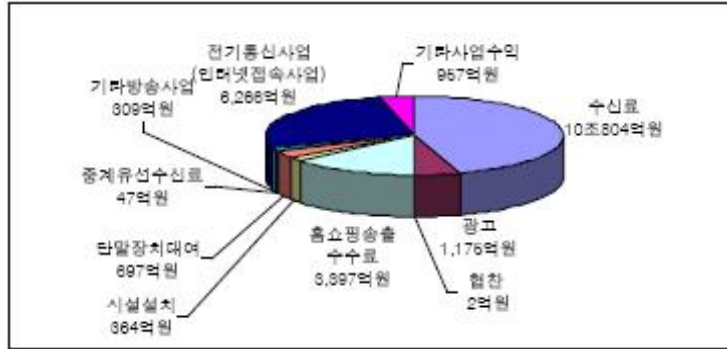
구분	디지털 방송 가입자					
	2008년 12월 말			2009년 6월 말		
	유료 시청	무료 시청	소계	유료 시청	무료 시청	소계
티브로드	177,144	344	177,488	226,687	330	227,017
큐릭스	131,016	441	131,457	151,552	415	151,967
씨앤엠	534,097	669	534,766	662,890	751	663,641
씨제이헬로비전	673,190	5,988	679,178	738,514	5,857	744,371
씨엘비	11	0	11	9,162	685	9,847
에이치씨엔	139,763	1,583	141,346	219,259	1,716	220,975
온미디어	20,358	59	20,417	23,425	61	23,486
지에스	128,560	786	129,346	145,797	768	146,565
개별 SO	97,631	1,111	98,742	136,143	990	137,133
계	1,901,770	10,981	1,912,751	2,313,429	11,573	2,325,002

## 2) 지역주민을 봉으로 여기는 종합유선방송사

종합유선방송의 매출액 구성 내역을 보면, 1조 804억원인 수신료수익이 매출의 45%로 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 수신료 수익의 비중은 2007년에 비해 감소하였다. 그 다음으로 전기통신사업인 인터넷접속 사업수익과 홈쇼핑송출수수료수익이 각각 26.1%, 14.1%를 차지하고 있다. 수신료 수익의 경우 전년도에 비해 8.3% 증가하여 성장추세를 이어가고 있다(2006년 13.8%, 2007년 18.3% 증가). 인터넷접속사업수익은 6,266억원으로 2007년(5,541억원)에 비해 2.9% 증가하였다. 홈쇼핑송출수수료수익은 3,397억원으로 2007년(2,980억원)에 이어 높은 상승세를 보였다. 광고수익은 1,175억원으로 전년대비 19.5% 증가하였다.



<그림 6> 종합유선방송사 매출액 구성 내역



종합유선방송사업자들은 가입자당 매출을 높이기 위해 다양한 부가서비스 제공하고 있다. 이러한 부가서비스로는 인터넷 서비스, 영화, 음악, 게임, 주문형비디오(VOD), 온라인 교육서비스, 보안 서비스 등이 있다. 하지만 2008년 6월 현재 103개의 종합유선방송사업자 중 부가서비스 실시사업자는 87개로 87%를 차지하여 전년도(91.3%)에 비해 감소하였다. 반면, 부가서비스 가입자는 242만 명(2008년 6월)에서 277만 명으로 18% 증가한 것으로 나타났다.

<표 16> 유선방송 부가서비스(초고속인터넷) 현황

구분		2008.6	2009.6
종합유선방송	사업자수/전체(비율)	94/103(91.3%)	87/100(87%)
	가입자수(IP기준)	2,357,959	2,770,671
중계유선방송	사업자수/전체(비율)	22/107(20.6%)	19/104(18.3%)
	가입자수(IP기준)	59,536	56,021

이 중에서 번들상품 가입자는 2009년 현재 197만명에 이른다. MSO 업체별로 보면, CJ 헬로비전의번들상품에 가입한 숫자가 47.4만명으로 가장 많고, 그 다음으로 C&M이 32.8만명의 가입자를 거느리고 있다. 티브로드에는 26.5만명이 가입해 있다.

<표 17> 번들상품(유선방송+초고속인터넷) 가입자 현황 총괄표(MSO별)

MSO별	번들상품 가입자(단자 기준)					
	2008. 12.			2009. 06.		
	유료	무료	계	유료	무료	계
티브로드	211,113	0	211,113	265,783	0	265,783
큐릭스	151,099	278	151,377	163,828	276	164,104
씨앤엠	298,373	146	298,519	328,056	176	328,232
씨제이헬로비전	448,753	7,075	455,828	462,832	11,964	474,796
씨엘비	15,092	22	15,054	36,071	19	36,090
에이치씨엔	172,049	157	172,206	185,016	197	185,213
온미디어	42,448	37	42,485	45,780	39	45,819
지에스	96,952	75	97,027	100,783	78	100,861
개별 SO	251,332	2,472	253,804	268,095	1,756	269,851
계	1,687,151	10,262	1,697,413	1,856,244	14,505	1,870,749

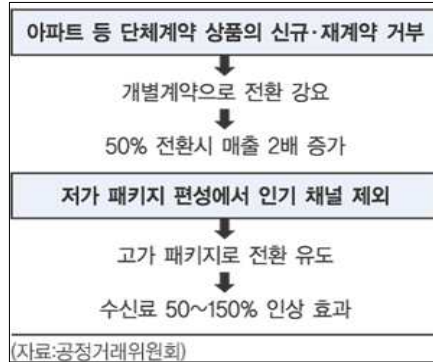
여기에서 우리는 두 가지 사실을 주목해야 한다. 우선, 수신료 수익이 종합유선방송사 매출의 45%에 이른다는 사실이다. 유료방송이라는 점을 감안한다고 하더라도 종합유선방송사들 대부분이 이용자들의 가입료와 이용료에 기대어 매출을 올리고 있음을 단적으로 알 수 있다. 특히 케이블TV수신료는 2003년 5168억원, 2004년 6551억원, 2005년 7416억원 등으로 매년 10~25% 성장을 계속해 왔다. 2007년에는 방송사업자 매출의 40%를 차지하는 케이블TV 가입자로부터 받는 수신료 규모가 1조원들 돌파하고 있다.<sup>5)</sup>

이런 가운데 종합유선방송사들은 2005년 하반기부터 2006년 상반기까지 일제히 방송채널을 일방적으로 변경하는 등의 편법을 써서 시청요금을 50%~400%까지 인상한 적도 있다. 이에 공정거래위원회는 2007년 7월 태광티브로드 계열 15개 SO에 대해 시정명령과 2억1600만원의 과징금을 부과하고, CJ케이블넷 경남방송 등 CJ계열 3개 SO에 대해 시정명령을 내렸다. 공정위에 따르면 티브로드 계열 15개 SO들은 해당 지역에 독점적으로 케이블 방송을 공급하는 점을 이용해 2005년 12월부터 저가 단체계약 상품의 신규·재계약을 거부, 개별계약으로 전환시키는 방식으로 수신료를 올려왔다. 또 티브로드 계열 8개 사업자와 CJ계열 3개 사업자는 지난해 4월 '기본형' '의무형' 등 저가 패키지 상품의 인기 채널을 편성에서 제외하고, 가입자들이 '경제형' '고급형' 등의 고가 패키지로 전환하도록 유도한 것으로 밝혀졌다. 이들 SO는 MBC ESPN이나 드라마 채널 등 시청률이 높은 채널을 고가형 상품에만 편성해 저가형 상품의 품질을 고의적으로 저하시켰으나 소비자들이 채널 편성에 불만이 있더라도 위약금을 부담해야 하는 등 계약해지가 어려운 점을 이용했다고 공정위는 설명했다.<sup>6)</sup>

5) 민주노동당 선거정책 자료

6) 경향신문, <가격·채널 멋대로' 종합유선방송사업자 18곳 제재>, 2007. 07. 29

<그림 7> 종합유선방송사업자의 편법수신료인상 유형



그런데 이러한 행위가 근절되었다고 보기는 어렵다. 방통위 시청자불만처리위원회는 2010년 7월 반복적으로 디지털전환 관련 허위·과장 영업을 한 티브로드 한빛방송 등 7개 SO에게 '경고'를, 씨앤앰 경동케이블티브이 등 21개 SO에게는 '주의' 조치를 결정했다. 시청자불만처리위에 따르면 시정조치를 받은 SO들은 주로 ▲"디지털 전환을 하지 않으면 아날로그 송출이 중단돼 더 이상 TV를 볼 수 없다"는 식의 허위정보를 통해 전환을 강요하거나 ▲디지털전환 가입 시 요금 인상이 없을 것이라고 설명해놓고 사전 공시 없이 변경된 요금 고지서를 전달하는 등의 부정 영업을 한 것으로 알려졌다. 또 ▲디지털 상품 무료 체험을 설득한 뒤 사전 동의 없이 디지털 상품으로 임의로 전환한 경우 등도 주요 허위·과장 영업 사례로 꼽혔다.7)

인터넷접속사업 수익과 홈쇼핑송출 수수료 수익이 종합유선방송사의 매출액 구성에서 두세 번째 요인이라는 점 또한 주목해야 한다. 이러한 사실 때문에 종합유선방송사들은 시청자들의 채널 주권을 무시한 채 자신들이 송출하는 방송을 볼 수밖에 없는 채널편성을 자행하고 있다. 특히 지상파 방송채널 사이에 홈쇼핑채널이나 자사 케이블 채널을 끼워 넣어 지상파 방송채널 간 이동을 할 때에 원하지 않는 홈쇼핑채널 등을 시청하도록 유도하는 행위도 서슴지 않고 있다. 이는 시청자들의 채널 선택권을 방해할 뿐 아니라, 특정 방송의 시청을 강요하는 결과를 가져온다. 특히 원하지 않는 홈쇼핑방송을 시청하는 과정에서 충동구매를 할 우려마저 있다. 충동구매는 합리적 소비생활을 방해하는 것은 물론이고 사회적 자원 낭비로 이어질 수 있다.

7) 아이뉴스24, '티브로드 등 28개 유선방송사업자 '허위·과장영업' 제재', 2010. 07. 13

<표 18> 종합유선방송 불만내용별 접수현황

불만 내용	방송 프로그램	유료방송	방송편성	방송정책	수신료 난시청	관계 법령	기 타	계
건 수	61	2,030	9	109	8	10	77	2,304
전년대비 건수	△21	△835	△5	△64	(-)	▽7	△24	△942
전년대비 증감율(%)	52	70	125	142		▽41	45	69

자료 : 방송위원회, <2005년도 시청자불만처리보고서>, 2006. 3.

이처럼 종합유선방송사들은 채널편성과 이용요금을 통해 상당한 수익을 올리고 있다. 이것은 지상파 시청을 불모로 자신들의 수익을 올릴 수 있는 서비스를 이용하도록 이용자들을 호도하는 행위라고 할 수 있는데, 지상파를 무단도용하여 자기 상품을 끼워파는 몰염치한 영업행위를 하고 있는 셈이다. 지상파에 대한 수신료는 별도로 KBS에 납부하고 있는 만큼 지상파 방송을 묶어서 패키지화하는 요금제도를 금지하고 지상파 이외 방송에 대해서만 요금을 받도록 해야 한다. 물론 이때, 지상파만 수신할 경우 지상파 수신은 의무적으로 제공해야 하며, 이를 이유로 어떤 요금도 징수하지 못하도록 철저히 감독해야 한다.8)

더 나아가 유선방송 수신료를 인하는 방안도 적극적으로 고려해야 한다. 잘 알고 있다시피 지상파 방송사들은 광고수익만으로 방송사를 운영한다. KBS의 경우 별도의 수신료를 받고 있지만 이것은 난청지역 해소 등 공익을 위한 목적으로 사용하고 있기 때문에 별개로 다루어야 할 것이다. 실제 종합유선방송사들의 광고수익은 2005년 942억원, 2006년 966억원, 2007년 983억원, 2008년 1,175억원 등 계속 증가하고 있다.

<표 19> 방송매체별 광고매출 추이

(단위 : 억원)

연도	지상파방송	지상파CMB	종합유선	일반위성	위성DMB	방송채널	합계
2005	24,021	-	942	72	2	5,710	30,747
2006	24,676	11	966	120	5	7,181	32,859
2007	23,925	31	983	118	21	8,578	33,657
2008	21,996	41	1,175	97	41	8,763	32,115

이런 점에서 본다면, 방송을 유료화하여 수신료와 광고수익, 그리고 방송수익 등 최소한 3차원으로 수익을 보장하는 유선방송의 요금체계는 근본적으로 바뀌어야 한다.9)

8) 지난 2009년 11월 KBS MBC SBS 등 지상파 3사는 복수종합유선방송사업자(MSO) 5개 사를 상대로 저작권 침해 소송을 제기한 바 있다. 지상파 방송사들은 케이블업계에 아날로그방송의 경우 난시청 해소 공로를 인정해 대가를 받지 않았지만 디지털 케이블은 IPTV와의 형평성 등 난시청 해소와 관련이 없는 만큼 콘텐츠 사용료를 지불해야 한다고 요구하고 있다.

o

7 •t

i#

qr

x

8•= «' ÑD -LM5(

Gd6L- 0 yo0' = x -[x x|œ W½ › = NÖ¥ ~  
 - 3a-ÿ = x Ó « 7 Ó 8 Ó 7 «° [x¥ µ  
 'ç -Š™ ¼l } ± <=°P ± IP' ÿ = x Ó « 7  
 Ó 8 Ó 7 [x -Š{ ¥ s l  
 yo0' = x \$4 F' - ' 5 \$ 9&<=°P ² „- . | µ D  
 / ™ l¥ 9&<=°P ³ - . 3DÚ- . | Dç s

---

Gd6L-! y m@A{ Hç '® W® N® µ! s' P ¼l '®ÿ P00  
 µ P0• P ¼{ " } µ! p êo0! -ç 'o00 ±¥ JF \* "K' o0  
 o¥ P0µ o l W®ÿ o0 -F P00' Ng ±œ ™.ŠÆ ?  
 Oµ ÆÇ Ž o0œ p E ýp TŠ{ o0 o } '®Q N@œ T+9 hn o¥  
 ! P0µ / o œ 9l N®ÿ 6o0œ T+Š™ ?Oµ £Š{  
 hn o0œ P0• P ¼{ o0 o¥ P0µ o y~ ÎÃ P0µ  
 Š ‡ — ¼ê l + ~ P0 z ;! Gd6L-œ T¶{ ;¶O  
 — ¼l

타났다. 종합유선방송사의 월간 본방송비율은 최소 4.9%에서 최대 46.8%의 편차를 보였으나 대부분의 경우 월간 본방송 비율이 50%를 넘지 못하는 것으로 나타났다. 종합유선방송사의 지역채널 프로그램 제작원별 방송시간의 경우 편차는 있지만 대부분 자체 제작이 가장 큰 비중을 차지하여 전년도와 비슷했다.

<표 21> 지역채널 월간 방송시간 세부 현황(2009년 6월 기준)

사업체명	지역채널	월간 방송시간(단위:분) <sup>1)</sup>						월간 편성비율(단위:%)	
		전체 방송시간		본방송		순회편성		본방 비율	순환 비율
		평일	주말	평일	주말	평일	주말		
유비엔얼총알케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,190	570	17,490	10,950	34.2	65.8
유규릭스종로중구방송	CH4	31,680	11,520	9,120	0	22,560	11,520	21.1	78.9
유비엔얼서서울케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,190	570	17,490	10,950	34.2	65.8
유규릭스서대문방송	CH4	31,680	11,520	9,120	0	22,560	11,520	21.1	78.9
유비엔얼총산케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,190	570	17,490	10,950	34.2	65.8
유비엔얼총서서울케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,410	570	17,270	10,950	34.7	65.3
유규릭스광진성동방송	CH4	31,680	11,520	9,120	0	22,560	11,520	21.1	78.9
유티브로드동대문케이블방송	CH4	31,680	11,520	9,200	620	23,480	10,900	20.4	79.6
유비엔비동서방송	CH5	26,099	9,491	1,960	300	24,139	9,191	6.4	93.6
유비엔얼총광케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,410	570	17,270	10,950	34.7	65.3
유비엔얼북부케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,410	570	17,270	10,950	34.7	65.3
유규릭스	CH4	31,680	11,520	9,120	0	22,560	11,520	21.1	78.9
유비엔얼노원케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,410	570	17,270	10,950	34.7	65.3
유노원케이블총합방송	CH4	31,680	11,520	9,120	0	22,560	11,520	21.1	78.9
씨제이헬로비전드림씨티방송 운영지원유	CH4	31,680	11,520	14,220	5,685	16,640	6,655	46.1	53.9
유비엔얼마포케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,190	570	17,490	10,950	34.2	65.8
유비엔얼노원	CH4	31,680	11,520	14,220	5,685	16,640	6,655	46.1	53.9
유티브로드당서방송	CH4	27,720	10,080	7,296	500	20,424	9,580	20.6	79.4
유비엔얼구로케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,230	770	17,450	10,750	34.7	65.3
유비엔얼반곡케이블티브이	CH15	23,350	8,490	2,065	320	21,285	8,170	7.5	92.5
유에이치씨연동작방송	CH12	23,443	3,857	4,282	45	19,161	3,812	15.8	84.2
유에이치씨연	CH12	24,225	4,215	4,327	99	19,898	4,116	15.6	84.4
유에이치씨연서초방송	CH12	24,223	4,183	4,467	196	19,856	4,047	16.1	83.9
유비엔얼서초케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,080	570	17,600	10,950	33.9	66.1
유지에스경남방송	CH14	30,360	11,040	5,595	440	24,765	10,600	14.6	85.4
유비엔얼송파케이블티브이	CH4	31,680	11,520	14,230	570	17,450	10,950	34.3	65.7
유비엔얼	CH4	31,680	11,520	13,990	620	17,680	10,900	33.8	66.2
씨제이헬로비전동부산방송유	CH4	31,700	11,500	6,735	650	24,965	10,850	17.1	82.9
유티브로드서부산방송	CH5	27,720	10,080	6,824	570	20,896	9,510	19.6	80.4
연동서디지털방송	CH5	25,718	9,332	1,824	141	23,894	9,191	5.6	94.4

주1) 월간 방송시간 : 기준 시점에 해당하는 달의 방송 시간을 유형별, 제작원별로 분류하여 산출한 것임. 예를 들어, 6월이 기준 시점이고 1일 24시간 방송한다면 6월달 총 방송시간은 43,200분(24시간X60분X30일)임.

주2) 2009. 6월 현재 한국케이블TV서남방송과 호남방송(2008.9), 충북방송과 HCN충북방송(2008.11), 대구중앙케이블티브이 북부방송과 HCN금호방송(2009.1), 관악케이블티브이방송과 HCN(2009.2)은 합병으로 인하여 편성 자료없음.

복수종합유선방송사들은 2008년 한해 207억원 가량을 들어 프로그램을 자체제작했다. 시간면에서는 생활정보 프로그램 비중이 가장 높았고, 비용면에서는 교양 프로그램 비중이 가장 많았다. 그런데 업체별로는 큰 차이를 보인다. 티브로드의 경우 보도, 교양, 오락,

생활정보에 거의 비슷한 비용을 들이고 있는데 비해 GS계열의 경우 보도와 생활정보에 비용을 집중하고 있다. C&M의 경우 교양 제작이 비용을 가장 많이 투입했고, CJ헬로비전은 보도와 교양에 비용이 집중되었다. 큐릭스는 생활정보 프로그램제작이 비용을 가장 많이 투입했다.

<표 22> 자체제작의 장르별 제작시간과 제작비용 현황(2008년 연간 기준)

MBC별	연간 자체제작 시간(단위: 분)과 비용(단위: 천원)											
	보도		교양		오락		생활정보		기타		소계	
	시간	비용	시간	비용	시간	비용	시간	비용	시간	비용	시간	비용
티브로드	205,033	842,180	329,682	985,168	202,176	992,124	208,202	988,972	117,205	0	1,061,298	3,788,444
큐릭스	9,420	176,721	19,535	285,091	56,010	646,254	50,961	823,969	4,643	87,102	140,459	2,019,137
씨엔엠	83,530	223,549	36,650	767,193	31,290	207,167	126,834	475,938	8,340	876,320	286,844	2,550,167
씨제이 헬로비전	447,452	675,648	350,476	604,349	275,682	510,713	319,963	409,689	53,233	125,010	1,446,806	2,325,409
씨엠비	363,935	60,829	220,800	542,545	414,340	501,884	450,360	42,059	61,225	12,481	1,510,680	1,159,798
에이치씨엔	163,525	503,685	230,159	422,954	118,019	705,160	292,853	449,839	22,220	187,388	826,776	2,289,006
온미디어	116,596	44,793	219,850	123,365	61,289	59,990	152,237	32,864	45,690	240	565,661	261,272
지에스	5,181	323,740	217	100,920	4,091	23,882	3,472	325,110	175	20,900	13,136	784,522
개별 SO	802,755	1,132,101	1,134,961	1,644,487	784,479	1,687,808	1,430,714	784,509	129,670	90,445	4,282,579	5,348,350
계	2,197,426	3,689,216	2,541,630	5,476,072	1,847,356	5,334,962	3,035,516	4,322,979	442,401	1,588,747	10,164,329	20,705,966

<표 23> 외부제작의 장르별 제작시간과 제작비용 현황(2008년 연간 기준)

MBC별	연간 외부제작 시간(단위: 분)과 비용(단위: 천원)									
	외주제작		SO교환		시청자제작		기타제작		소계	
	시간	비용	시간	비용	시간	비용	시간	비용	시간	비용
티브로드	382,850	1,696,097	40,310	71,729	193,439	384,775	0	0	616,599	2,152,601
큐릭스	193,646	637,790	21,275	0	14,534	0	0	0	229,455	637,790
씨엔엠	128,658	531,151	47,820	0	38,630	121,922	23,150	66,574	238,258	719,647
씨제이 헬로비전	315,945	1,385,456	34,115	362,523	96,961	177,710	114,803	322,726	561,824	2,248,415
씨엠비	383,510	91,350	336,740	0	36,995	0	7,789	0	765,034	211,360
에이치씨엔	72,891	40,018	214,463	252,050	50,948	82,709	8,790	39,333	347,092	534,410
온미디어	62,138	85,210	107,028	0	54,922	0	64,430	4,000	288,518	89,210
지에스	6,507	0	14,328	0	1,346	5,000	125	0	22,306	5,000
개별 SO	594,876	631,928	426,971	100,585	239,512	191,575	393,149	216,150	1,654,508	1,140,238
계	2,141,021	5,099,000	1,243,050	786,887	727,287	963,691	612,236	648,783	4,723,594	7,738,661

2008년도 외부제작 프로그램에는 77억원 비용이 들었다. 이 중 외주제작에 51억 가량의 비용의 소요되었는데, GS계열은 외주제작이 한푼도 들이지 않은 반면 티브로드와 CJ헬로비전은 17억과 14억 상당의 비용을 지출했다. 시청자 제작 프로그램에는 9.6억 정도가 소요되었는데, 티브로드가 3.8억원을 지출했다. 큐릭스와 CMB, 온미디어 등은 시청자 제작에 한푼도 지출하지 않았다. SO교환에는 12억 상당이 지출되었는데, CJ헬로비전과 HCN이 각각 3.6억과 2.5억원을 지출했다. 큐릭스와 씨엔엠, 씨엠비, 온미디어, 지에스 등은 전혀 지출하지 않았다. 이것은 복수종합유선방송사업자들이 가지고 있는 각각의 특성을 반

영한 것으로 보인다.

그런데 종합유선방송사의 채널운영 실태를 보면, 종합유선방송은 이용자인 지역주민에 대한 서비스와 배려는 매우 형편 없다. 특히 방송채널 편성을 임의적으로 하면서 이용자들의 편의보다는 종합유선방송사의 광고수익을 위한 채널변경 행위가 사회의 지탄을 받고 있다. 정부와 방송통신위원회의 징계 등에도 불구하고 종합유선방송사들의 행태는 여전하다.

또한 지역채널 운영이 매우 형식적이고 부실하다. 생활정보, 구정 소식과 지역 업체의 광고 프로그램은 그런대로 제작되고 있지만 지역주민들이 직접 참여하는 방송 프로그램 제작은 매우 미미한 수준에 머물고 있다. 앞에서 보았다시피 몇몇 복수종합유선방송사들은 시청자 제작에 한 푼도 들이지 않고 있는 실정이다.

**방송법 시행령 제55조(지역채널의 운용)** ① 종합유선방송사업자는 법 제70조제4항의 규정에 따라 1개의 텔레비전방송 채널을 지역채널로 운용하여야 한다. <신설 2004.9.17>

③ 지역채널을 통하여 송신할 수 있는 방송프로그램의 범위는 다음 각호와 같다.

<개정 2004.9.17, 2008.2.29>

1. 법 제70조제7항의 규정에 의하여 시청자가 자체 제작하여 방송을 요청하는 방송프로그램
2. 방송통신위원회 규칙이 정하는 기준에 의한 종합유선방송구역안의 지역생활정보 방송프로그램
3. 지방자치단체의 시책홍보를 위한 방송프로그램
4. 방송프로그램안내
5. 기타 지역사회 발전 및 지역주민 편의를 위하여 방송통신위원회 또는 지방자치단체의 장이 필요하다고 인정하는 방송프로그램

이러한 가운데 방송통신위원회의 심사와 평가가 종합유선방송사들의 채널운영형태에 오히려 면죄부를 주고 있다. 종합유선방송의 내용 및 편성을 평가하는 기준에 문제가 있다.

방송심의제규정 준수라는 아주 포괄적인 항목 평가 점수가 가장 높은 60점이고(200점의 30%에 해당) 대부분의 업체가 만점을 받고 있다.

시청자불만처리 항목이 두 번째로 높은 50점이다. 그런데 보다시피 대부분의 업체들이 만점을 받고 있다. 상당히 형식적인 평가라 아니할 수 없다. 불만처리만이 아니라 불만 발생건수와 주요 요인별로 평가를 진행해야 한다. 소비자 관점에서 볼 때, 불만을 잘 처리하는 것이 능사가 아니라 불만이 생기지 않도록 해야 하는 것이 올바른 서비스라 할 수 있다.



<표 24> 종합유선방송사에 대한 방송통신위원회의 평가 내용 (내용 및 편성 부문)

방송사명	내용 및 편성 (200점) (A)								방송사명	내용 및 편성 (200점) (A)							
	▲상설제 (10)	차정소드 (10)	시청자 불만처리 (50)	방송소드 재구성 점수 (50)	특별제작 완주제작 프로그램 편성 (30)	지역성구별 프로그램 편성 (40)	내용 및 편성영역 평가항목 점수(합계)	내용 및 편성영역 평가항목 점수(합계)		▲상설제 (10)	차정소드 (10)	시청자 불만처리 (50)	방송소드 재구성 점수 (50)	특별제작 완주제작 프로그램 편성 (30)	지역성구별 프로그램 편성 (40)	내용 및 편성영역 평가항목 점수(합계)	내용 및 편성영역 평가항목 점수(합계)
씨엔엘백투케이비블TV	2.00	8.00	49.60	80.00	20.00	20.00	169.60	169.60	씨엘비광주동부방송	2.00	8.00	50.00	80.00	22.60	20.00	162.60	162.60
씨엔엘웅산케이비블TV	2.00	8.00	60.00	80.00	20.00	20.00	180.00	180.00	씨엘비광주방송	2.00	8.00	50.00	80.00	22.60	20.00	162.60	162.60
씨엔엘경동케이비블TV	2.00	7.00	49.60	80.00	22.60	15.00	166.00	166.00	씨엘비영원티브	2.00	8.00	50.00	80.00	22.60	20.00	162.60	162.60
씨엔엘우리케이비블TV	2.00	8.00	50.00	80.00	18.75	20.00	168.75	168.75	씨엘비전남방송	2.00	8.00	50.00	80.00	22.60	20.00	162.60	162.60
씨엔엘경기케이비블TV	2.00	8.00	49.60	80.00	26.25	25.00	170.75	170.75	HON서초방송	2.00	8.00	50.00	80.00	30.00	20.00	170.00	170.00
CJ헬로비전중앙방송	2.00	6.60	50.00	58.00	28.13	25.00	169.83	169.83	에이치씨엔	4.00	8.00	50.00	80.00	30.00	20.00	172.00	172.00
CJ헬로비전해운대기장방송	2.00	5.00	49.60	55.00	24.38	15.00	150.88	150.88	HON동작방송	2.00	8.00	50.00	80.00	30.00	20.00	170.00	170.00
CJ헬로비전동부방송	2.00	5.00	50.00	55.00	26.25	20.00	158.25	158.25	HON부산방송	2.00	8.00	49.60	66.00	21.25	20.00	156.75	156.75
CJ헬로비전중앙방송	2.00	5.00	49.60	55.00	26.25	20.00	157.75	157.75	HON김포방송	2.00	8.00	50.00	80.00	23.75	15.00	158.75	158.75
CJ헬로비전경남방송	2.00	5.00	50.00	55.00	26.25	20.00	158.25	158.25	HON충북방송	2.00	7.50	49.60	80.00	23.75	20.00	162.75	162.75
CJ헬로비전북인천방송	2.00	7.00	49.00	80.00	26.25	25.00	169.25	169.25	씨.씨.에스	2.00	7.50	47.75	80.00	27.60	20.00	164.75	164.75
CJ헬로비전드림시티방송	2.00	7.00	60.00	80.00	26.25	25.00	170.25	170.25	HON 경복방송	2.00	8.00	50.00	80.00	27.60	25.00	172.60	172.60
CJ헬로비전경남방송	4.00	6.00	49.60	80.00	26.63	25.00	170.13	170.13	큐릭스	10.00	8.00	50.00	80.00	26.25	25.00	179.25	179.25
CJ헬로비전마산방송	3.00	6.00	50.00	80.00	26.63	20.00	164.63	164.63	노원케이비종합방송	10.00	8.00	50.00	80.00	26.25	25.00	179.25	179.25
CJ헬로비전강야방송	3.00	6.00	50.00	80.00	26.63	25.00	169.63	169.63	큐릭스동주중구방송	10.00	8.00	49.60	80.00	26.25	25.00	178.75	178.75
CJ헬로비전경남방송	2.00	7.00	49.60	80.00	28.13	20.00	166.83	166.83	큐릭스관진동방송	10.00	8.00	50.00	80.00	26.25	25.00	179.25	179.25
CJ헬로비전충남방송	2.00	5.60	49.60	80.00	19.38	25.00	161.38	161.38	큐릭스서대문방송	10.00	8.00	50.00	80.00	26.25	25.00	179.25	179.25
한국케이비블TV모두방송	2.00	5.60	60.00	80.00	19.38	25.00	161.88	161.88	큐릭스대구방송	10.00	8.00	50.00	80.00	30.00	20.00	178.00	178.00
씨엘비한강케이비블TV	2.00	8.00	60.00	80.00	27.60	5.00	162.60	162.60	큐릭스대전방송	10.00	8.00	50.00	80.00	30.00	20.00	178.00	178.00
씨엘비방송	2.00	10.00	60.00	80.00	17.60	5.00	144.60	144.60	동주케이비방송	2.00	5.00	50.00	80.00	25.00	20.00	162.00	162.00
씨엘비대구동부방송	2.00	9.60	60.00	80.00	25.00	10.00	166.60	166.60	수성케이비방송	2.00	7.00	60.00	80.00	25.00	20.00	164.00	164.00
씨엘비대구수성방송	2.00	9.60	60.00	80.00	25.00	10.00	166.60	166.60	한국케이비블TV서대구방송	5.00	7.00	50.00	80.00	18.75	25.00	166.75	166.75
씨엘비대구진	2.00	10.00	60.00	58.00	25.00	25.00	170.00	170.00	한국케이비블TV전남동부방송	2.00	6.00	50.00	80.00	22.60	20.00	160.60	160.60
한국케이비블TV대전방송	2.00	10.00	60.00	58.00	25.00	25.00	170.00	170.00	지메스강남방송	4.00	8.00	50.00	59.00	23.75	20.00	164.75	164.75
씨엘비대전방송	2.00	10.00	60.00	58.00	25.00	25.00	170.00	170.00	동서디지털방송	2.00	5.60	50.00	80.00	25.00	25.00	167.60	167.60
한씨엔	2.00	10.00	60.00	58.00	25.00	25.00	170.00	170.00	한국케이비블TV부평방송	2.00	8.00	50.00	80.00	23.75	25.00	168.75	168.75
티브로드중앙방송	9.00	8.00	50.00	80.00	30.00	25.00	182.00	182.00	한국케이비블TV서대구방송	2.00	6.00	50.00	80.00	21.25	10.00	148.25	148.25
티브로드동대동케이비블방송	10.00	8.00	50.00	80.00	27.60	25.00	180.60	180.60	대구케이비블방송	2.00	8.00	50.00	80.00	26.25	25.00	171.25	171.25
티브로드낙동방송	9.00	8.00	49.60	80.00	27.60	20.00	174.00	174.00	남인천방송	2.00	8.60	50.00	80.00	22.60	25.00	168.00	168.00
티브로드북부방송	9.00	8.00	50.00	80.00	27.60	20.00	174.60	174.60	한국케이비블TV광주방송	2.00	6.00	50.00	80.00	20.00	25.00	163.00	163.00
티브로드충남방송	9.00	6.00	50.00	80.00	27.60	20.00	172.60	172.60	제이씨엔통신산동케이비블방송	2.00	7.00	50.00	80.00	8.75	20.00	147.75	147.75
티브로드서부방송	9.00	6.00	60.00	80.00	27.60	15.00	167.60	167.60	지메스울산방송	2.00	7.60	50.00	58.00	26.25	10.00	153.75	153.75
티브로드새물방송	9.00	7.60	50.00	80.00	30.00	25.00	181.60	181.60	아름방송네트웍즈	2.00	7.50	50.00	80.00	22.60	25.00	167.00	167.00
티브로드충청동방송	9.00	7.60	50.00	80.00	30.00	25.00	181.60	181.60	한국케이비블TV나랑방송	2.00	5.00	50.00	80.00	7.60	20.00	144.60	144.60
티브로드서해방송	9.00	7.60	50.00	80.00	30.00	25.00	181.60	181.60	한국케이비블TV분당부평방송	2.00	7.00	50.00	80.00	22.60	15.00	156.60	156.60
티브로드에이비씨방송	9.00	8.00	49.60	80.00	30.00	25.00	181.60	181.60	광원방송	2.00	8.00	47.75	80.00	25.00	25.00	167.75	167.75
티브로드홀딩스수원방송	9.00	8.00	49.60	80.00	26.25	25.00	177.75	177.75	영서방송	2.00	4.00	50.00	80.00	15.63	20.00	151.63	151.63
티브로드 기념방송	9.00	8.00	49.60	80.00	26.25	15.00	167.75	167.75	충청방송	2.00	9.00	50.00	80.00	18.13	15.00	154.13	154.13
티브로드한빛방송	9.00	8.00	49.00	80.00	30.00	25.00	181.00	181.00	금강방송	2.00	8.00	50.00	59.00	26.25	25.00	170.25	170.25
티브로드홀딩스동부방송	10.00	8.00	60.00	80.00	26.25	10.00	164.25	164.25	한국케이비블TV경북방송	3.00	5.00	43.75	59.00	11.25	5.00	127.00	127.00
티브로드홀딩스전주방송	10.00	8.00	50.00	80.00	26.25	15.00	169.25	169.25	한국케이비블TV노랑방송	4.00	8.00	50.00	80.00	22.60	25.00	169.60	169.60
씨엔엘충청케이비블TV	2.00	8.00	50.00	80.00	23.75	25.00	168.75	168.75	한국케이비블TV포항방송	2.00	6.00	50.00	80.00	17.60	25.00	160.60	160.60
씨엔엘서서울케이비블TV	2.00	8.00	49.60	80.00	20.00	20.00	169.60	169.60	신라케이비블방송	2.00	8.00	50.00	80.00	13.75	25.00	158.75	158.75
씨엔엘서초케이비블TV	2.00	8.00	49.60	80.00	20.00	20.00	169.60	169.60	(주)HON새로넷방송	2.00	8.00	50.00	80.00	22.60	15.00	167.60	167.60
씨엔엘노원케이비블TV	2.00	8.00	49.60	80.00	20.00	20.00	169.60	169.60	서경방송	2.00	9.00	60.00	80.00	22.60	25.00	168.60	168.60
씨엔엘동서울케이비블TV	2.00	8.00	50.00	80.00	20.00	20.00	180.00	180.00	한국케이비블TV제주방송	2.00	8.00	50.00	80.00	25.00	25.00	170.00	170.00
씨엔엘마포케이비블TV	2.00	8.00	49.60	80.00	20.00	20.00	169.60	169.60									
씨엔엘종로케이비블TV	2.00	8.00	49.60	80.00	20.00	20.00	169.60	169.60									
씨엔엘구로케이비블TV	2.00	8.00	49.60	80.00	20.00	20.00	169.60	169.60									
씨엔엘송파케이비블TV	2.00	8.00	50.00	80.00	20.00	20.00	180.00	180.00									
씨엔엘	2.00	8.00	50.00	80.00	20.00	20.00	180.00	180.00									

지역성 구현 프로그램 편성 평가 항목은 40점이다. 종합유선방송을 평가하는데 있어 가장 중요한 항목 중의 하나여야 할 '지역성 구현'의 평가 점수가 상대적으로 낮다고 할 수 있다. 게다가 각 업체들의 지역성 구현 평가 점수를 보면, 가장 높은 점수가 25점이다. 대부분의 업체들이 여기에서 아주 낮은 점수를 받고 있지만 다른 항목들에서 만점에 가까운 점수들을 받고 있기 때문에 평가기준을 통과하는 형편이다.

## 4. 대기업 독점자본의 수중에 떨어진 종합유선방송

### 1) SO의 MSO, MSP로 전환

<표 25> 종합유선방송사업자의 복수 SO(MSO) 운영 현황

구분	종합유선방송사	2006.12. 가입자수 (만주수 기준)	2006년 매출액 (만주, 천원)	점유율 (%)
티브로드	티브로드동대문케이블방송, 티브로드광서방송, 티브로드서부산방송, 티브로드동남방송, 티브로드낙동방송, 티브로드북부산방송, 티브로드서해방송, 티브로드새물방송, 티브로드남동방송, 티브로드수원방송, 티브로드ABC방송, 티브로드행빛방송, 티브로드기남방송, 티브로드충무방송, 티브로드전주방송 (15개사)	2,782,206	547,369,536	22.8
씨앤엠	씨앤엠중앙케이블티브이, 씨앤엠서서울케이블티브이, 씨앤엠동서울케이블티브이, 씨앤엠중랑케이블티브이, 씨앤엠북부케이블티브이, 씨앤엠산케이블티브이, 씨앤엠노원케이블티브이, 씨앤엠마포케이블티브이, 씨앤엠구로케이블티브이, 씨앤엠송파케이블티브이, 씨앤엠동경케이블티브이, 씨앤엠우리케이블티브이, 씨앤엠영광케이블티브이, 씨앤엠서초케이블티브이, 씨앤엠 (15개사)	2,109,756	415,970,796	17.3
씨제이	씨제이헬로비전, 씨제이헬로비전드림씨티방송(군영), 씨제이헬로비전중앙방송, 씨제이헬로비전충무산방송, 씨제이헬로비전해운대기장방송, 씨제이헬로비전광명방송, 씨제이헬로비전북인천방송, 씨제이헬로비전동원씨티방송, 씨제이헬로비전충남방송, 한국케이블TV도부방송, 씨제이헬로비전영남방송, 씨제이헬로비전경남방송, 씨제이헬로비전마산방송, 씨제이헬로비전기안방송	2,553,376	466,166,054	19.4

현재 종합유선방송사업장의 수는 103개에 이른다. 하지만 티브로드 등 몇 개의 복수종합유선방송사들이 여러 종합유선방송사들을 거느리고 있다. 티브로드 15개, 씨앤엠 15, 씨제이 14개, 씨엠비 12개, 에이치씨엔 10개, 큐릭스 7개, 온미디어 4개, 지에스계열 2개 등이다. 총 79개사 8개의 복수종합유선방송사로 결합하고 있는 것이다.

이들 복수종합유선사업자(MSO)의 총 매출액은 1조 9,737억원에 이르고 있다. 종합유선 방송시장에서 MSO의 매출액 점유율은 82.2%로 전년(81.3%)보다 증가한 것으로 나타났다. MSO의 매출규모별 운영현황을 살펴보면, 15개의 SO를 소유하고 있는 티브로드가 최대 MSO이며, 매출액은 5,474억원으로 점유율은 22.8%에 달한다. 티브로드와 마찬가지로 15개 SO를 확보하고 있는 씨앤엠의 매출액은 4,160억원으로 17.3%의 점유율을 차지하고 있다. 씨제이는 14개 SO를 소유하고 있으며 총매출액은 4,652억원으로 점유율은 씨앤엠보다 높은 19.4%를 차지하고 있다. 그 뒤를 이어 에이치씨엔(6.9%), 큐릭스(5.0%), 씨엠비(4.3%)가 매출액 점유율 5~7%대를 보이고 있으며 지에스, 온미디어가 각각 3.9%, 2.6%를 나타내고 있다.

가입대수 당 월 평균 수익은 지에스 계열이 17,576원으로 가장 높게 나타났으며, 티브로드와 씨앤엠이 각각 16,514원, 16,430원으로 그 뒤를 이었다. 전체 SO의 가입대수 당 월 평균 수익은 8.3% 증가한 것으로 나타났으며, MSO의 가입대수 당 월 평균 수익도 비슷한 수준인 8.2% 증가한 것으로 나타났다.

<표 26> 복수종합유선방송사(MSO) 현황과 시장점유율

구분	SO수		매출액(억원)		매출액 점유율(%)		가입대수 당 월 평균수익(원)	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
티브로드	15	15	4,534	5,474	21.2%	22.8%	14,272	16,514
씨제이	14	14	3,858	4,652	18.1%	19.4%	12,992	15,181
씨앤엠	15	15	3,828	4,160	17.9%	17.3%	15,359	16,430
에이치씨엔	11	10	1,517	1,655	7.1%	6.9%	7,432	9,299
큐릭스	7	7	1,123	1,202	5.3%	5.0%	14,861	15,992
씨엠비	12	12	1,067	1,026	5.0%	4.3%	10,476	8,982
지에스계열	2	2	874	944	4.1%	3.9%	16,768	17,576
온미디어	4	4	564	624	2.6%	2.6%	9,997	10,969
MSO 규모	80	79	17,365	19,737	81.3%	82.2%	13,004	14,074
SO 전체	103	103	21,358	24,018	100.0%	100.0%	12,213	13,227

종합유선방송사의 기업 결합은 여기에서 멈추지 않는다. 몇몇 복수종합유선방송사들은 방송채널사용사업자와 수직적으로 결합하며 방송사업자로서의 면모를 갖춰나가고 있다. 씨제이의 경우 14개의 종합유선방송사와 더불어 씨제이미디어 등 10개의 방송채널사용사업자를 거느리고 있다. 태광산업은 15개의 종합유선방송사와 더불어 이채널등 3개의 방송채널사용사업자를 거느린 상태이다. 지에스홀딩스는 2개의 종합유선방송사와 더불어 지에스홈쇼핑을 방송채널사용사업자로 포함한다. 현대백화점은 에이치씨엔 종합유선방송사 10개와 현대홈쇼핑을 방송채널사용사업자로 두고 있다. 씨앤엠 역시 15개의 종합유선방송사와 함께 드라맥스라는 방송채널사용사업자를 거느리고 있다. 온미디어와 씨엠비도 마찬가지이다. 온미디어는 4개의 종합유선방송사와 5개의 방송채널사용사업자를 거느린 상태이며, 씨엠비는 12개의 종합유선방송사와 함께 1개의 방송채널사용사업자를 두고 있다.

SO와 PP 결합사업자(MSP)의 매출액과 점유율을 살펴보면, 14개 SO의 지분소유주인 씨

제이계열이 전체 SO/PP 매출액의 21.3%(1조 4,052억원)를 차지하고 있으며, 15개의 SO를 확보하고 있는 태광산업(티브로드) 계열이 8.8%(5,814억원)로 매출 점유율 2위를 차지하고 있다. 그리고 지에스 계열이 7.5%(4,983억원)로 매출점유율 3위를 차지하고 있으며, 10개의 SO를 확보하고 있는 현대백화점(에이치씨엔) 계열이 점유율 7.5%(4,941억원)로 4위를 차지하여 홈쇼핑계열의 결합사업자가 매출액 점유율에서 강세를 보였다. 상위 7개 MSP는 전체 SO/PP 매출액의 58.6%를 차지, 2007년(62.3%)에 비해 매출액이 감소한 것으로 나타났다.

<표 27> SO, PP 결합사업자(MSP) 매출액과 시장 점유율

구분	SO 수 <sup>1)</sup>		계열SO+PP매출액 (단위: 억원) <sup>2)</sup>		매출액 점유율(단위: %)	
	2007년	2008년	2007년	2008년	2007년	2008년
씨제이 계열	14	14	11,964	14,052	19.5%	21.3%
태광산업 계열	15	15	4,769	5,814	7.9%	8.8%
지에스 홀딩스 계열	2	2	6,803	4,983	11.1%	7.5%
현대백화점 계열	11	10	5,148	4,941	8.4%	7.5%
씨앤얼 계열	15	15	3,910	4,278	6.4%	6.5%
온미디어 계열	4	4	3,948	3,562	6.5%	5.4%
CMB 계열	12	12	1,612	1,058	2.6%	1.6%
MSP 전체	73	72	38,154	38,687	62.3%	58.6%
SO / PP 전체 매출액			61,202	66,006	100.0%	100.0%

주 1) SO 수 : 최대출자지분 또는 실질적인 경영권을 가지는 경우임.

주 2) 매출액 : PP, SO 결합사들의 전체 매출액(홈쇼핑 채널 포함)

이러한 가운데 PP사업자들이 SO에 대한 투자를 늘리고 있어 귀추가 주목된다. 농수산 홈쇼핑의 경우 티브로드 한빛방송과 안양방송에 50억과 40억을 각각 투자했으며, 한국케이블티비 새로넷방송에도 30억을 투자했다. 이를 통해 각 SO업체별 지분율이 2.73%에서 3.98%에 이른다. 씨제이오 쇼핑은 더욱 적극적이다. 개별 SO업체에 대한 투자와 더불어 티브로드 기남방송과 ABC방송, 에이치씨엔 서초방송과 부산방송에도 투자하고 있다. 각 SO업체에 대한 지분율도 1.99%에서 5.0%까지 다양하다. 지에스홈쇼핑도 만만치 않다. 개별SO업체 대한 투자는 물론 에이치씨엔 4개 방송사와 한국케이블티비 3개 방송사에 투자하고 있는데 지분율은 2.82%~19.00%에 달한다. 지분율로는 온미디어가 한국케이블티비 대구방송 지분 49.33%를 확보하고 있는 것이 최대이다.

여기에서 우리는 PP와 SO업체들이 결합하는 가운데 PP업체들이 SO에 대한 투자를 늘리면서 새로운 변화를 도모하고 있음을 알 수 있다. 종합유선방송의 확장과 성장 가운데 인수합병이 끊임없이 진행되어 왔음을 감안한다면 인수합병은 여전히 지속되고 있음을 알 수 있다.<sup>10)</sup>

10) 2009년 SO업체는 큰 변화가 있었다. 티브로드가 큐릭스를 인수합병하면서 개별 SO업체수가 19개로 늘어났으며, CJ헬로비전은 온미디어를 인수하여 개별 SO업체가 18개로 늘었다. 한편, CJ헬로비전은 2010년 6월 포항의 종합유선방송사 2곳을 인수하여 개별 SO업체 수가 20개로 늘어났다.

<표 28> MSP의 사업 결합 형태, 매출액 및 점유율 현황

기업집단	PP사업자	SO 사업자	2008년 매출액(천원)	점유율 (%)	기업집단	PP사업자	SO 사업자	2008년 매출액(천원)	점유율 (%)					
씨제이	씨제이미디어	씨제이헬로비전, 씨제이헬로비전드림씨티방송(유명), 씨제이헬로비전종합방송, 씨제이티브이엔	PP: 940,008,944 SO: 466,166,054 계: 1,406,164,998	21.3	씨엔엠	드라연스	씨엔엠종합 케이블티비, 씨엔엠서술 케이블티비, 씨엔엠방송 케이블티비, 씨엔엠종합 케이블티비, 씨엔엠북 케이블티비, 씨엔엠방송 케이블티비, 씨엔엠노원 케이블티비, 씨엔엠포케이블티비, 씨엔엠구로 케이블티비, 씨엔엠송파 케이블티비, 씨엔엠영등포 케이블티비, 씨엔엠우림 케이블티비, 씨엔엠경기 케이블티비, 씨엔엠서초 케이블티비, 씨엔엠 (15개사)	PP: 11,829,916 SO: 415,970,796 계: 427,799,712	6.5					
	엔터테인먼트이	오리온시네마네트워크, 엔터테인먼트				PP: 296,917,442 SO: 62,390,124 계: 356,197,566	5.4							
	엔터테인먼트이	엔터테인먼트												
	엔터테인먼트이	엔터테인먼트												
	대강산업	이재널				티브로드매거진 케이블방송, 티브로드방송, 티브로드서부방송, 티브로드충남방송, 티브로드남동방송, 티브로드북부방송, 티브로드서해방송, 티브로드서울방송, 티브로드경기방송, 티브로드수도방송, 티브로드ABC방송, 티브로드한빛방송, 티브로드기남방송, 티브로드영무방송, 티브로드전주방송 (15개사)	PP: 34,051,166 SO: 547,389,636 계: 581,419,702	9.8		씨엘비	티브이브코리아	씨엘비방송, 씨엘비한강 케이블TV, 씨엘비대구수성방송, 씨엘비대구구룡방송, 씨엘비광주방송, 씨엘비영양리, 씨엘비광주방송, 한서엔, 씨엘비대전방송, 한곡 케이블TV대전방송, 씨엘비대전방송, 씨엘비전남방송 (12개사)	PP: 3,193,137 SO: 102,571,736 계: 105,764,873	1.6
		티캐스트												
	지एस홀딩스	지एस홀딩스				지एस강남방송, 지एस산방 (2개사)	PP: 406,835,559 SO: 94,456,918 계: 498,291,977	7.5		MSP 전체 매출액			3,868,723,189	58.6
	현대백화점	현대홀딩스				디씨세, 관악 케이블TV/방송, 에이치씨엔, 에이치씨엔서초방송, 에이치씨엔북상방, 에이치씨엔글로벌방송, 에이치씨엔경북방송, 에이치씨엔충북방송, 씨씨에스, 대구중앙 케이블TV/북부방송 (10개사)	PP: 328,561,877 SO: 165,532,564 계: 494,094,461	7.5		SO 매출액 + PP 매출액(홀딩스PP+일반PP)			6,600,617,702	100.0

- 주1) 최다출자지분 또는 투자액이 30%이상인 경우 결합사업자로 인정.
- 주2) 큐릭스 계열은 MSP에 해당되지 않음.

<표 29> SO·위성·위성DMB에 대한 PP의 투자 현황

사업자명	매체	투자대상	투자금액(천원)	지분율(%)	사업자명	매체	투자대상	투자금액(천원)	지분율(%)
씨엔엠수상홀딩스	SO	㈜티브로드한빛방송	5,000,000	3.13	씨지एस홀딩스	SO	㈜에이치씨엔서초방송	5,359,965	4.99
		㈜티브로드기남방송	706,787	0.64			㈜에이치씨엔경북방송	1,198,281	4.99
		㈜티브로드양양방송	4,040,000	3.29			㈜에이치씨엔글로벌방송	842,760	4.99
		㈜큐릭스네트웍스	3,000,000	2.73			㈜에이치씨엔북상방	1,394,923	4.99
		㈜한국케이블티비서로넷방송	3,000,000	3.98			㈜씨엘비한강 케이블티비	11,090,640	19.00
씨씨제이오쇼핑	SO	㈜강원방송	693,910	3.98			영남방송(주)	1,350,000	5.00
		㈜동구 케이블방송	640,000	4.00	㈜한국케이블티비서남방송	3,000,000	16.78		
		㈜수성 케이블방송	6,499,200	4.96	한국 케이블티비서대구방송	3,577,220	49.93		
		㈜한국케이블티비전남동부방송	719,325	4.44	지एस강남방송	2,750,000	3.28		
		㈜티브로드에이비서방송	4,910,290	4.02	씨엔엠수상홀딩스	49,500	0.01		
		㈜티브로드기남방송	7,399,998	4.94	㈜대지빌스카이넷	30,250	0.01		
		㈜에이치씨엔서초방송	999,900	5.00	㈜매일경제티브이	110,000	0.02		
		㈜관악 케이블방송	972,114	1.99	(재)씨비에스	334,435	0.05		
		㈜에이치씨엔북상방	693,502	1.99	㈜엔터테인먼트	3,300,000	0.54		
		㈜티브로드에이비서방송	4,000,000	3.75	씨지एस홀딩스	1,650,000	0.95		
씨유리홀딩스	SO	씨제이헬로비전영남방송(주)	1,350,000	5.00	㈜한국낙시체널	16,500	0.001		
		㈜한국케이블티비영동방송	3,500,000	5.91	㈜현대홀딩스	305,726	0.17		
		에이치씨엔	65,343,540	86.60	㈜매일경제티브이	100,000	0.04		
씨엔대홀딩스	SO	지एस강남방송	9,869,086	4.80	씨제이미디어(주)	1,300,000	0.40		
		㈜티브로드 한빛방송	1,349,281	0.79	씨유리홀딩스	1,990,000	0.62		
		㈜티브로드에이비서방송	6,005,000	4.88					
씨지एस홀딩스	SO	㈜한국케이블티비영동방송	1,671,250	2.82					
		㈜한국케이블티비전남동부방송	1,000,000	5.00					
		㈜수성 케이블방송	630,000	4.44					
		㈜동구 케이블방송	2,590,000	16.00					
		㈜관악 케이블티비방송	1,954,131	4.39					

## 2) 대자본·외국자본의 시너지가 된 종합유선방송

여기에서 우리는 종합유선방송사에서는 잘 드러나지 않았던 ‘진실’ 하나를 발견할 수 있다. 바로 종합유선방송사를 실질적으로 지배하고 있는 것이 대기업 대자본이라는 사실이다. 씨제이, 그리고 현대백화점과 지에스홀딩스는 모든 30대 재벌에 속한다. 그리고 대기업 대자본에 속하지 않는 경우 외국자본이 숨겨져 있다. 이는 뒤에서 보다 자세하게 다룰 것이다. 이러한 사실은 복수종합유선방송사와 SO-PP결합 사업자들의 매출 확대란 결국 재벌의 유선방송 분야 장악과 궤를 같이 한다는 사실이다. 지역을 기반으로 하는 유선방송이 어느새 재벌 집단의 대기업 대자본의 수중에 쥐어지고 있었던 것이다.]

종합유선방송에 대한 자본의 관심은 외국(투기)금융자본에게서도 나타나고 있다. 감추어져 있는 외국자본의 실체를 좀 더 구체적으로 살펴보자. 2008년 12월 기준으로 종합유선방송사에 대한 외국인 지분율은 큐릭스 7.6%, 에이치씨엔 33.5%, 씨제이헬로비전 37.65% 등이다. 그리고 씨엔엠의 대주주인 국민유선방송투자(주)의 경우 겉으로는 국내자본처럼 보이지만 실제로는 호주계 투자은행인 맥쿼리가 주축이다. 특히 SO 또는 PP업체에 투자하고 있는 대다수 외국자본 대다수는 금융(투기)자본이라는 점에 주목해야 한다. 이것은 인수합병 과정에 결합하면서 단기 차익을 노리는 금융(투기)자본의 진출이 증가하고 있는 것으로 추론할 수 있다.

<표 30> 국내 케이블방송 업계의 외국인 지분 현황

구분	사업체명	외국업체명	국가	투자				2008.12 지분율	지분종류 주요사유	
				시기	방식	금액	조건			
유선방송	큐릭스	SBS-AM GROUP	홍콩	1999.08	보통주		3.6%	3.6%		
		CITIGROUP GLOBAL MARKETS FINANCIAL PRODUCTION	홍콩	1999.08	보통주		4%	4%		
	에이치씨엔	CREATIVE INVESTMENT LLC	미국	2006.11	우선주	84,706천\$	외국인 부여	16.75%		
		MODERN INVESTMENT LLC	미국	2006.11	우선주	84,706천\$	외국인 부여	16.75%		
	씨제이헬로비전	AA Merchant Banking S.V.	네덜란드	2005.01	우선주	68,086천\$	3,340,899주 상시보통주권환	12.05%		
		Sable(Asia) Limited	일본	2005.01	우선주	83,364천\$	4,091,985주 상시보통주권환	14.76%		
		Formosa Cable Investments Ltd.		2004.01	우선주	49,926천\$	3,449,765주 상시보통주권환	8.84%		
	유선케이블TV 방송사업자	유선케이블TV 방송사업자	J.P.Morgan Whitefiars	미국	2005.12	보통주	480억원	8.3% (우선주권환)	8.3%	유선방송사업 한자본출자
			Dutch Savings Holdings S.V.	네덜란드	2007. 8	상환권환 우선주	700억원	12.64% (우선주권환)	12.6%	신규발행
	유선케이블TV 방송사업자	유선케이블TV 방송사업자	SHOGAKUKAN PRODUCTION CO.,LTD		2001.10	보통주	714,050천원	8.25%	6.62%	
TOEI ANIMATION CO.,LTD				2001.10	보통주	714,050천원	8.25%	7.64%		
ASATSU-OK Inc			일본	2007. 7	보통주	714,050천원	9.25%	7.64%		
TMS ENTERTAINMENT, LTD				2001.10	보통주	618,750천원	8.25%	6.62%		
SUNRISE INC.				2001.10	보통주	339,050천원	3.25%	3.61%		
SANDI CO.,LTD				2001.10	보통주	375,000천원	5.0%	4.01%		
씨제이 미디어류	씨제이 미디어류	Music On TV	일본	2001. 5	유상증자	375,000\$	75,000주	0.40%	초기투자이 후 증자시 미참여	
		MTV ASIA	홍콩	1999.12	유상증자	131,830\$	26,366주	0.14%		
유선케이블TV 방송사업자	유선케이블TV 방송사업자	씨제이엔지씨 코리아류	미국	2004. 2	보통주	765,800\$	33%	33%		
		씨제이 오쇼핑	MACQUARIE BANK LIMITED	호주	2006.12	보통주	212억원	5.07%	5.07%	경내과수
		위메이엔터테인먼트 코리아	AXN Investment, Inc	미국	2006. 3	우선주	23억원	49%	49%	
		위메이미디어 어드벤처 코리아	SPACETOON MEDIA GROUP HOLDINGS A.	특정 부동국	2004. 7	보통주	645백만원	48.94%	48.94%	
		위메이미디어 어드벤처 코리아	ESPN ASIA(S) Private, Ltd	싱가포르	2001.11	보통주	3,978천\$	795,545주	33%	
		위메이월드 어드벤처 코리아	MGM Network Inc	미국	2002. 3	보통주	562,000\$	33%	33%	
		엘티브이엔터테인먼트 코리아류	MTV Asia LDC	싱가포르	2001. 4	우선주	81,800\$	24.5%	24.5%	과다수 증자
		엘티브이엔터테인먼트 코리아류	MTV ASIA DEVELOPMENT COMPANY INC.	싱가포르	2001. 4	우선주	81,800\$	24.5%	24.5%	과다수 증자
		위메이미디어	New Asia East Investment Fund Ltd.	싱가포르	2000. 8	유상증자	65억원	2.19%	2.19%	
		위메이미디어	Capital International Global Emerging-Markets Private Equity Fund, L.P	미국	2000. 6	유상증자	259억원	25.61%	8.77%	지분과다 및 신주발행 에 따른 지분 희석화
위메이브로드 캐스트코리아	HBFS-B-TABMAX-SOOGESPAR	프랑스	2004. 7	유상증자	368억원	19.9%	10.04%			
위메이브로드 캐스트코리아	News Broadcasting Japan	일본	2006. 2	보통주	299,000\$	10%	10%			

이것은 이명박 정부의 방송체제 개편 시도와 자본 경영 및 소유 규제 완화 정책과 밀접하게 연관되어 있다.

2008년 9월 이명박 정부는 케이블TV 사업자의 방송권역 제한 및 소유 경영 규제 체계를 완화했다. 1개 종합유선방송사업자(SO)가 전국 77개 방송권역 가운데 최대 15개 이상의 권역을 소유할 수 없도록 제한한 케이블TV 사업자 소유경영 규제를 '방송구역수 1/5 이내'에서 '방송구역수 1/3이내'로 완화했다.

또한, 정부는 맥쿼리가 지배하고 국민유선방송투자(주)가 씨앤엠 대주주가 되는 과정에서 맥쿼리의 지분율이 49%에 이르지 않는다는 이유와 "주식인수에 따른 경영권 변동이 수반되지 않는 등 씨앤엠의 기간통신사업자로서의 사업운용능력 적정성, 이용자 보호 등에 문제가 없다"는 이유로 외국자본이 종합유선방송을 실질적으로 지배하는 사태를 묵인하였다.

2009년 8월에는 방송법 시행령을 일부 개정하여 지상파방송과 SO 간 상호 경영 및 주식취득을 허용함에 따라 상호간 지분 보유를 33%까지 허용하기로 했다. 이로써 방송의 영역이 무너지고 통폐합과 인수합병이 본격화할 계기를 부여하고 있다.

특히, 방송 소유 규제 대기업 기준을 자산총액 '3조원이상'에서 '10조원이상'으로 상향조정하고, 일간신문·뉴스통신의 종합유선방송 및 위성방송 지분 소유제한을 33%에서 49%로 상향조정했다. 외국인의 지분 소유 제한도 33%에서 49%로 완화했다.

이와 함께 시청자가 선택할 수 있는 VOD, 데이터방송 등의 요금은 신고제로 전환하고 방송통신위원회의 유료방송 이용요금 승인 기준, 절차 등 승인제 전반도 개선하려는 움직임을 보이고 있다. 이런 가운데 종합유선방송·위성방송 등 유료방송에 부여되는 의무편성 채널 수도 축소하려는 움직임이다.

이러한 정부의 정책은 방송의 공공성과 공익성보다는 시장의 논리와 수익성 원칙을 도입한 것으로 평가할 수 있다. 그리고 이러한 정책들은 이제 서서히 종합유선방송에 대한 대자본의 진출을 확대하는 동시에 지역 주민들의 참여와 시청권을 제약하는 현실로 드러내고 있다.

일례로 계열로 묶인 종합유선방송사와 방송채널사용사업자들이 서로 봐주기 거래와 특혜 거래를 일삼다가 방송통신위원회로부터 조건부 재허가를 받는 등 그 심각성을 여실히 드러냈다. 2010년 6월 방통위는 한국케이블TV포항방송의 허가유효기간은 3년을 부여했고, 나머지 22개 사업자에게는 5년의 허가기간으로 재허가를 승인했다.<sup>11)</sup>

---

11) 23개 SO업체들은 PP들에게 제대로 프로그램 사용료를 지급하지 않았다가 방통위로부터 연간 총 방송수신료의 25% 이상을 방송채널사용사업자(PP) 프로그램 사용료로 지급하라는 명령을 받았다. 아울러 복수케이블방송사(MSO)계열 19개 사는 자사계열PP에게 프로그램 사용료를 높게 책정해 지급하였고, 큐릭스 계열 SO들은 특수관계자(큐릭스홀딩스)에게 대여금을 제공하여 문제가 됐다. TCN대구방송은 특수관계자를 감사로 선임하는 등 경영투명성에 문제를 지적받았다.

마지막으로 한 가지 지적할 것은 종합유선방송 사업자 거의 전부가 비상장 미공개 기업들이라는 사실이다. 최근 현대백화점 계열인 에이치씨엔이 상장을 추진하고 있기는 하지만 대부분의 종합유선방송사업자들은 비공개 상태로 대주주와 경영주만이 기업 경영을 주무르며 독단적이고 임의적인 방식으로 경영하고 있다. 투명 경영, 공개 경영은 종합유선방송사들에게 아직은 기대하기 힘들다.

## 5. 시장과 경쟁의 논리를 넘어선 다른 길 찾기

이명박 정부 출범 이후 방송법 개정을 둘러싸고 신문과 방송의 겸업허용 여부가 초미의 관심사로 다루어지는 바람에 한국의 방송구조를 어떻게 구획할 것인가 문제는 부차적으로만 다루어졌거나 관심 밖으로 밀려났던 것이 사실이다. 일부에서는 이 문제는 지속적으로 제기했지만 사회적으로 이를 뒷받침하지 못했다. 종합유선방송 실태를 살펴본 지금, 우리는 한국의 방송구조를 어떻게 할 것인가라는 근본적인 질문을 하지 않을 수 없다. 아날로그 방송을 디지털 방송으로 전환하는 것만이 아니라 이 과정에서 기술적으로 가능해진 방송융합과 서로 밀접해진 업역을 어떻게 조율해 갈 것인가는 앞으로도 계속 과제가 될 것이다.

지금 한국의 방송은 대기업 대자본에 의한 수익창출 사업 영역으로 전락할 것인가 아니면 정보와 지식의 소통과 전달/나눔이 어우러지는 공공적 공간으로 만들어갈 것인가는 심대한 상황에 직면해있다. 지상파 방송과 대형 일간 신문사의 겸업과 이들의 방송 지배도 적지 않은 문제가 될 것이지만 대기업 대자본의 방송 진출은 결코 그 경로로써만 이루어지지 않고 있음을 우리는 확인할 수 있었다.

우리는 종합유선방송이 기본적으로 지역채널을 통한 지역민 대상의 서비스를 수행해야 한다고 믿는다. SO들이 MSO로 재편되면서 지역 내 전문가와 시청자들로 자문위원회를 구성해 지역채널 프로그램 평가와 조언을 들었던 사례를 우리는 알고 있다. 시청자 제작 프로그램을 의무적으로 방영하게 한 방송법의 정신도 우리는 기억한다. 오늘 문제가 되고 있는 C&M조차 지역시청자가 제작한 단편영화들을 상영하는 '단편영화관'을 운영하여 좋은 평가를 받았던 사례가 있다. 그러므로 기본적으로 종합유선방송의 공익성을 위해서는 지역 주민의 참여를 보장하고 의무화하는 제도화가 뒤따라야 한다.

이와 더불어 방송채널 편성에서 시청자들의 권리를 보장하는 새로운 제도들이 도입되어야 한다. (사)민주언론연합에서 제안하고 있는 '채널군별 편성 의무화'도 적극적으로 고려할 대안이다. 방송이 지향하는 문화적 사회적 목적을 실현하고 시청자의 채널 선택권을 보장하기 위해서는 채널 군(群)을 설정하자는 제안은 매우 의미 있다. 특히 '홈쇼핑 채널



블록화'는 시청자주권 차원에서 진지하게 고려되어야 할 것이다.

이와 더불어 종합유선방송 노동자들이 자기 노동을 사회적 가치에 접합하도록 변화시키는 노력이 필요하다. 종합유선방송 노동자들이 저임금 장시간 노동상태를 개선하여 살맛나는 노동체제를 만드는 노력은 그 자체로 언제나 정당하다. 하지만 여기에 머물러서는 안 된다. 스스로의 노동이 자본의 이윤 추구를 위한 수단으로만 전락하지 않도록 하기 위해서는 지역주민과 호흡하는 동시에 노동자들 스스로 방송의 공공성과 공익성을 적극적인 자기 과제로 설정해야 한다.

[발제2]

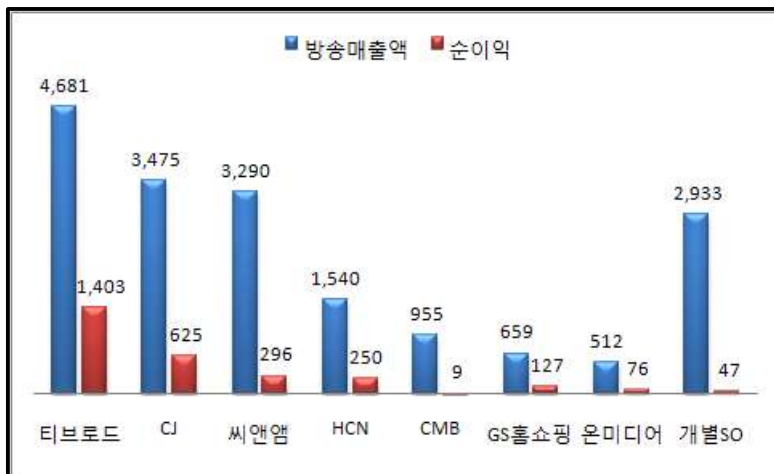
# 투자자본의 씨앤엠(C&M) 인수, 무엇이 문제인가

장 화 식 (투자자본감시센터 운영위원장)

## 1. 종합유선방송사 실태와 씨앤엠(C&M) 현황

가. 시장 규모

- '09년도 종합유선(SO) 방송시장은 1조8,045억원의 방송매출액과 2,833억원의 순이익



나. 방송 매출

- '09년말 MSO(복수종합유선방송사업자)가 83.7%의 시장점유율로 80개 SO를 겸영하고, 인수 합병으로 CATV 시장에서 지배적 시장구조를 형성
- MSO 중 상위 3개사(티브로드, CJ, 씨앤엠)가 전체 매출액(1조8,045억원)의 63.4%를 차지

(단위:억원)

구 분		2008		2009		증 감	
사업자	사업자수	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	증감율
티브로드	22	4,330	25.9%	4,681	25.9%	351	8.1%
CJ	14	3,122	18.6%	3,475	19.3%	353	11.3%
씨앤엠	16	3,066	18.3%	3,290	18.2%	224	7.3%
3사 소계	52	10,518	62.8%	11,446	63.4%	928	8.8%
HCN	10	1,385	8.3%	1,540	8.5%	155	11.2%
CMB	12	939	5.6%	955	5.3%	16	1.7%
GS홈쇼핑	2	637	3.8%	659	3.7%	22	3.5%
온미디어	4	489	2.9%	512	2.8%	23	4.7%
MSO 전체	80	13,968	83.4%	15,112	83.7%	1,144	8.2%
개별SO	22	2,773	16.6%	2,933	16.3%	160	5.8%
전체	102	16,741	100.0%	18,045	100.0%	1,304	7.8%

## 2. 투기자본(사모펀드)이 지배하는 씨앤엠

### 1) 씨앤엠의 설립과 투자

가. 초대 설립자이자 최대주주인 이민주 회장은 1997년 외환위기 당시 자금난에 처한 지역케이블 방송사들을 하나씩 사들여 C&M을 설립

나. 이민주 회장은 2004년에 골드만삭스로부터 1,400억원대의 투자를 유치

### 2) 지분 매매

가. 2007년 8월 호주 맥쿼리는 골드만삭스로부터 C&M의 지분 30%를 6억6,500만 달러 (6,250억원) 매입

나. 이후 맥쿼리는 MBK파트너스<sup>2)</sup>에 인수 주식의 절반인 15%를 매각

- 두개의 사모펀드가 동일한 조건에 투자하는 이른바 '클럽딜(club deal)' 방식을 활용

12) 한국의 '토종 사모펀드'라는 기치를 들고 2005년 설립한 MBK파트너스는 김병주씨가 회장으로 있다. 윤종하 대표도 칼라일코리아 대표출신이고, 부재훈 부사장은 칼라일코리아 상무출신이다. 김광일 상무는 김앤장 법률사무소의 변호사였다. 김병주 회장은 2000년 9월 칼라일펀드가 한미은행을 인수할 당시 칼라일펀드 아시아지역 책임자였다. 칼라일펀드의 한미은행 인수시 동원된 기법은 JP모건과 50:50 투자 형식으로 금융회사의 자격을 편법으로 취득한 방안을 고안했다. 그리고 선진금융기법과 투자계획서 이행을 약속해서 정부의 승인을 취득했다.

다. 2008년 3월 맥쿼리와 MBK파트너스가 주로 투자한 사모펀드인 국민유선방송투자(KCI)는 이민주회장 지분 61.17%를 1조4000여억 원에 매입, 이민주(51.92%)와 부인 신인숙씨(9.25%)의 지분 61.17%

### 3) 매매 이후의 지분구조와 사모펀드

가. 맥쿼리와 MBK파트너스가 주로 투자한 사모펀드 국민유선방송투자(KCI)가 지분 91.65% 소유

나. 사모펀드(PEF)는 유한책임사원(LP), 무한책임사원(GP)으로 구성

- LP : 투자수익, 투자자 비공개, 소수의 개인 또는 기관투자자
- GP : 무한책임, 펀드운용 의사결정, 운용수익, 성과보수, 투자수익

다. 사모펀드 특징은 짧은(3~4년 정도) 투자기간, 과다한 목표 수익률 (25~30%) 설정

- 수익 극대화 위해 요금인상, 편성변경, 구조조정, 인건비 절감, 외주화, 비정규직화 추구
- 낮은 보상체계(저임금)를 유지하기 위해 노동조합 인정 하지 않음, 설립 시 가혹한 탄압

## 3. 투기자본(사모펀드)의 씨앤엠 인수 과정의 문제점1 - 정부 승인 및 관리감독과 관련하여

### 1) 2008년 2월 정보통신부 승인 과정의 문제점

가. 씨앤엠은 당시 종합유선방송사업자이면서 기간통신사업자 이므로 대주주가 변경될 경우 전기통신사업법 및 방송법에 따라 정보통신부로부터 허가를, 방송위로부터 승인을 받도록 돼 있었다. (현재 방송통신위원회는 방송위원회와 정보통신부의 주요 기능을 통합해서 대통령직속으로 2008년 3월 26일 출범하였다.)

나. (구) 전기통신사업법상의 주요조항

**제5조(기간통신사업자의 허가등)** ① 기간통신사업을 경영하고자 하는 자는 정보통신부장관의 허가를 받아야 한다.<개정 1996.12.30>

② 정보통신부장관은 제1항의 규정에 의한 허가를 하고자 하는 경우에는 「전기통신기본

법」 제44조의2의 규정에 의한 정보통신정책심의위원회의 심의를 거쳐야 한다

**제5조의2(허가의 결격사유)** 다음 각호의 1에 해당하는 자는 제5조의 규정에 의한 기간통신사업의 허가를 받을 수 없다.

1. 국가 또는 지방자치단체
2. 외국정부 또는 외국법인
3. 외국정부 또는 외국인이 제6조제1항의 규정에 의한 주식소유 제한을 초과하여 주식을 소유하고 있는 법인 [본조신설 2004.2.9]

**제6조(외국정부 또는 외국인의 주식소유 제한)** ① 기간통신사업자의 주식(의결권 있는 주식에 한하며 주식예탁증서 등 의결권을 가진 주식의 등가물 및 출자지분을 포함한다. 이하 같다)은 외국정부 또는 외국인 모두가 합하여 그 발행주식 총수의 100분의 49를 초과하여 소유하지 못한다.

② 외국정부 또는 외국인(「증권거래법」 제36조제3호의 규정에 의한 특수관계인을 포함한다. 이하 같다)이 최대주주인 법인으로서 발행주식 총수의 100분의 15 이상을 그 외국정부 또는 외국인이 소유하고 있는 법인(이하 "외국인의제법인"이라 한다)은 외국인으로 본다.<개정 2007.1.3>

③ 기간통신사업자의 발행주식 총수의 100분의 1 미만을 소유한 법인은 제2항의 요건을 갖춘 경우에도 외국인으로 보지 아니한다. [전문개정 2004.2.9]

**제6조의3(기간통신사업자의 주식취득 등에 관한 공익성 심사)** ① 다음 각호의 1에 해당하는 것이 국가안전보장, 공공의 안녕·질서의 유지 등 대통령령이 정하는 공공의 이익을 저해하는지 여부를 심사(이하 "공익성심사"라 한다)하기 위하여 정보통신부에 공익성심사위원회(이하 "위원회"라 한다)를 둔다.<개정 2007.1.3>

1. 본인이 「증권거래법」 제36조제3호의 규정에 의한 특수관계인(이하 "특수관계인"이라 한다)과 합하여 기간통신사업자의 발행주식 총수의 100분의 15 이상을 소유하게 되는 경우

**2. 기간통신사업자의 최대주주가 변경되는 경우**

3. 기간통신사업자 또는 기간통신사업자의 주주가 외국정부 또는 외국인과 당해 기간통신사업자의 임원의 임면, 영업의 양도·양수 등 대통령령이 정하는 중요 경영사항에 대한 계약을 체결하는 경우
4. 그 밖에 기간통신사업자의 경영권을 사실상 가지고 있는 주주의 변경이 있는 경우로서 대통령령이 정하는 경우

②기간통신사업자 또는 기간통신사업자의 주주는 제1항 각호의 1에 해당하게 된 경우에는 그 사실이 발생한 때부터 7일 이내에 그 사실을 정보통신부장관에게 신고하여야 한다.

③기간통신사업자 또는 기간통신사업자의 주주는 제1항 각호의 1에 해당하게 될 경우에는 그 전에 정보통신부장관에게 제1항의 규정에 의한 심사를 요청할 수 있다.

④제2항의 규정에 의한 신고를 받거나 제3항의 규정에 의한 심사요청을 받은 경우에 정보통신부장관은 위원회에 이를 회부하여야 한다.

⑤제1항의 규정에 의하여 심사한 결과에 따라 정보통신부장관은 제1항 각호의 경우가 공공의 이익을 저해할 위험이 있다고 판단되는 경우에는 계약내용의 변경 및 그 실행의 중지, 의결권 행사의 정지 또는 당해 주식의 매각을 명할 수 있다.

⑥제2항 또는 제3항의 규정에 의한 신고 또는 심사하여야 할 기간통신사업자의 범위와 신고 및 심사의 절차 그 밖에 필요한 사항은 정보통신부령으로 정한다.[본조신설 2004.2.9]

**제6조의4(공익성심사위원회의 구성 및 운영 등)** ①위원회는 위원장 1인을 포함한 5인 이상 10인 이내의 위원으로 구성한다.

②위원장은 정보통신부차관이 되고, 위원은 대통령이 정하는 관계 중앙행정기관의 3급 공무원 또는 고위공무원단에 속하는 일반직공무원과 다음 각호의 자중에서 위원장이 위촉하는 자가 된다.<개정 2005.12.29, 2007.1.3>

#### 다. 전기통신법상 허가상 쟁점 - 외국인 여부

- 당시 언론보도에 의하면 맥쿼리는 2008년 1월 정보통신부에 인가를 신청했고, 법에 따라 60일 이내에 정보통신정책협의회를 거쳐 인가여부를 결정하도록 하겠다는 것이 정부(정보통신부) 입장임.
- 주요문제는 사모펀드인 맥쿼리를 외국인 회사로 볼 것인지가 가장 큰 '쟁점'이 되었다. 전기통신사업법에서는 외국인이 15% 이상 지분을 갖고 있는 법인을 외국인으로 간주하고 있으며 외국인은 기간통신사업자의 지분 49% 이상을 소유할 수 없었다. 이미 주식 인수 계약에 의거 맥쿼리가 골드만삭스의 지분을 15% 취득하고 있었다. 그리고 맥쿼리와 MBK파트너스가 공동 설립한 KCI(국민유선방송투자)가 씨앤앰의 지분을 추가로 61.17%를 소유하게 되었다. 따라서 맥쿼리가 KCI(국민유선방송투자)에 외국인 지분이 15% 이상이라면 이미 체결한 지분 인수계약은 현행법 위반으로 무효가 될 수 있었다.

#### 라. 정보통신부의 인가

- 정보통신부는 사모펀드의 단기실적 위주의 경영이 통신 시장의 장기적인 발전을 저해할 수 있다는 우려에도 불구하고 조건부 인가를 결정했다.  
인가조건은 기존 기간통신사업 △허가조건의 성실한 이행, △통신망고도화를 위한 투자 및 통신서비스 품질 향상, △서비스 제공 및 이용자 보호계획 등의 성실한 이행 의무 등 형식적인 조건이었다. 결국 외국계 사모펀드가 최초로 국내 통신 산업의 최대주주로 경영권을 확보하게 된 것이다.
- 외국인 지분에 대해서는 구체적 자료나 해명이 없다.

단지, 맥쿼리의 국내 홍보대행사인 버슨마스텔러는 작년 “MKOF는 90% 이상이 국내 기관투자자들로 구성된 국내펀드”라는 자료를 배포한 바 있다. 버슨마스텔러는 2003년 론스타의 외환은행 불법인수 당시에도 론스타의 홍보대행사였다.

- 사모펀드의 핵심적인 특징은 출자자의 신분, 주주 구성 그리고 자금 내역을 밝히지 않는 것이다.
- **핵심의혹 : 정보통신부는 무엇을 근거로 외국인 여부를 판단했나?**

## 2) 2008년 2월 방송법상 방송위원회 승인 과정

- 사모펀드의 방송사 경영권 인수 가능 여부도 관건

### 가. 구) 방송법상의 주요 조항

**제14조 (외국자본의 출자 및 출연)** ①지상파방송사업과 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업 및 중계유선방송사업을 행하는 자는 다음 각호에 해당하는 자로부터 재산상의 출자 또는 출연을 받을 수 없다. 다만, 방송사업자 및 중계유선방송사업자가 방송위원회의 승인을 얻은 경우에는 교육·체육·종교·자선 기타 국제적 친선을 목적으로 하는 외국의 단체로부터 재산상의 출연을 받을 수 있다.

1. 외국의 정부나 단체
2. 외국인
3. 외국의 정부나 단체 또는 외국인이 대통령령이 정하는 비율을 초과하여 주식 또는 지분을 소유하고 있는 법인

②위성방송사업을 행하는 자는 당해 법인의 주식 또는 지분 총수의 100분의 33을 초과하여 제1항 각호에 해당하는 자로부터 재산상의 출자 또는 출연을 받을 수 없다. [개정 2004.3.22]

③종합유선방송사업·방송채널사용사업(종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 제외한다) 및 전송망사업을 하는 자는 당해 법인의 주식 또는 지분 총수의 100분의 49를 초과하여 제1항 각호에 해당하는 자로부터 재산상의 출자 또는 출연을 받을 수 없다. [개정 2004.3.22]

④제2항 및 제3항의 규정을 적용함에 있어서는 제1항 각호에 해당하는 자가 소유하고 있는 주식 또는 지분을 합산한다. [신설 2004.3.22]

⑤방송사업자·중계유선방송사업자 또는 전송망사업자가 제1항 내지 제3항의 규정을 위반하게 된 경우에 위반의 원인을 제공한 주식 또는 지분의 소유자는 그 소유분 또는 초과분에 대한 의결권을 행사할 수 없다. [신설 2004.3.22]

⑥방송사업자·중계유선방송사업자 또는 전송망사업자가 제1항 내지 제3항의 규정을 위반하게 된 경우에 방송위원회는 방송사업자 또는 중계유선방송사업자나 그 위반의 원인을

제공한 주식 또는 지분의 소유자에 대하여 6월 이내의 기간을 정하여 해당 사항을 시정할 것을 명할 수 있으며, 정보통신부장관은 전송망사업자나 그 위반의 원인을 제공한 주식 또는 지분의 소유자에 대하여 6월 이내의 기간을 정하여 해당 사항을 시정할 것을 명할 수 있다. [신설 2004.3.22]

### 제15조 (변경허가등) 생략

**제15조의2 (최다액출자자 등 변경승인)** ①방송사업자 또는 중계유선방송사업자의 주식 또는 지분의 취득 등을 통하여 당해 사업자의 최대액출자자(당해 사업자의 출자자 본인과 그의 특수관계자의 주식 또는 지분을 합하여 의결권이 있는 주식 또는 지분의 비율이 가장 많은 자를 말한다. 이하 같다)가 되고자 하는 자와 경영권을 실질적으로 지배하고자 하는 자는 방송위원회의 승인을 얻어야 한다. 다만, 제9조제5항 본문의 규정에 의하여 등록을 한 방송채널사용사업자의 최대액출자자가 되고자 하는 자와 경영권을 실질적으로 지배하고자 하는 자는 이를 방송위원회에 신고하여야 한다.

②방송위원회는 제1항 본문의 규정에 의한 승인을 하고자 할 때에는 다음 각 호의 사항을 심사하여야 한다.

1. 방송의 공적 책임·공정성 및 공익성의 실현가능성
2. 사회적 신용 및 재정적 능력
3. 시청자의 권익보호
4. 그 밖에 사업수행에 필요한 사항

③제1항 본문의 규정에 의한 승인을 얻지 아니하고 최대액출자자가 되거나 경영권을 실질적으로 지배하게 된 자는 승인을 얻지 아니하고 취득한 주식 또는 지분에 대한 의결권을 행사할 수 없으며, 방송위원회는 6개월 이내의 기간을 정하여 당해 주식 또는 지분을 취득한 자에 대하여 주식 또는 지분의 처분 등 시정에 필요한 명령을 할 수 있다.

④제1항 및 제3항의 규정에 의한 경영권을 실질적으로 지배하는 자에 해당하는 경우와 승인 및 신고의 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2006.10.27]

### 나. 방송위 심의

- 방송위원회는 외국인 의제와 함께 사모펀드가 방송사의 경영권을 장악할 수 있는지 여부를 집중적으로 검토하고 있다. 방송사는 다른 사기업과 달리 공익성이 강조되기 때문이다.

다. 펀드가 방송사에 투자한 사례는 종종 있었으나 최대 주주가 된 경우는 이번이 처음

- 씨앤엠은 전국에서 2위, 수도권 최대 규모의 복수종합유선방송사업자(MSO)이었기 때문에 방송법에 따르면 방송사의 최대 주주 변경을 승인할 때는 △방송의 공적 책



임, 공정성 및 공익성의 실현 가능성△사회적 신용 및 재정적 능력△시청자 권익보호 등을 심사하도록 돼 있다.

- 방송위원회는 2008.2. 12 전체회의에 씨앤엠 최다액 출자자 변경 승인의 건을 보고 안건으로 상정
- 당시 방송위원회 관계자는 “승인 기한은 3월 중순까지지만 1회에 한해 연장할 수 있기 때문에 아직 시간은 충분히 남아있다”고 밝혔다.

#### 라. 방송위 승인

- 방송위원회는 2월19일 전체 회의를 열어 MKOF과 MBK파트너스가 요청한 대주주 변경을 논의, 조건부로 승인했다.
- 방송위는 맥쿼리와 MBK파트너스가 씨앤엠 지분 인수에 대해 △변경승인 신청시 제출한 사업계획 및 이행각서의 내용을 성실히 수행할 것 △매년 결산일로부터 3개월 이내에 디지털 전환 실적을 포함한 경영개선 현황과 공익사업 이행결과를 제출할 것을 조건으로 해 승인했다.
- 이행각서의 주요 내용은 △방송법 준수, △씨앤엠의 기업가치 제고와 유료방송 시장 발전에 기여할 것, △경영투명성 강화, △시청자 권익 보장, △디지털 방송전환에 충실할 것 등이다.

**※씨앤엠 대주주 변경 승인은 2008년 2월 19일 방송위원회 제7차 회의에서 의결되었으나, 관련한 자료는 모두 비공개로 처리되어 자세한 사항을 확인할 수 없음.**

#### 제6차 방송위원회 임시회의 회의록 중

2008. 2. 12(화) 14:15

##### 7. 보고사항 중

##### 나. (주)씨앤엠 (최다액출자자)변경승인에 관한 사항(비공개)

- 김재철 뉴미디어 부장의 보고를 받고, 최다액출자자에 대한 외부 법률 자문을 마친후 종합적으로 다시 검토하도록 함.

#### 제7차 방송위원회 임시회의 회의록 중

2008. 2. 19(화) 14:00

##### (주)씨앤엠(최다액출자자) 변경승인에 관한 건(2008-07-125)(비공개)

- 김재철 뉴미디어 부장의 보고를 받고, <제3안>대로 (주)씨앤엠의 (최다액 출자

자) 변경승인 신청 건에 대해 조건을 부과하여 승인하되, 이행계획서의 내용을 구체적으로 재수정한 안으로 의결하고, 사회공헌사업 5개년 계획의 주요 사업을 미디어 교육 및 연구, 케이블 TV콘텐츠 육성 등으로 범위를 제한토론 함.

## 4. 투기자본(사모펀드)의 씨앤엠 인수 과정의 문제점 2 - 차입매수(LBO) 방식과 관련하여

### 1) 차입매수(LBO) 방식에 의한 기업 인수

가. MBK파트너스와 맥쿼리코리아오퍼튜니티즈, 미래에셋 등 3개 사모투자펀드(PEF)의 씨앤엠 인수는 전형적인 차입매수(LBO) 방식으로 이루어졌다.

- 이들은 SPC인 국민유선방송투자(KCI)를 설립하고 투자자들로부터 자금을 모아 9750억원을 출자. 시장에 알려진 이민주 회장(2000억원 투자), 대한전선(1000억원), GS홈쇼핑(350억원) 등의 투자자는 사모펀드에 대한 투자자(LP)로 참여했다. KCI의 출자금 9750억원 가운데 5630여억원은 골드만삭스로부터 우선주를 포함한 지분 27.5%를 사들이는데 사용됐다.

나. 이후 KCI는 씨앤엠 주식 담보로 대주단으로부터 1조5000여억원의 대출을 일으켰다.

- 간투법상으로 PEF가 주도한 SPC는 펀드자금의 최대 200%까지 대출이 가능하다. KCI에 대한 대출은 선순위가 9500여억원, 중순위가 3200여억원, 후순위가 3000여억원으로 구성됐다. 이 자금을 기반으로 SPC는 이민주 회장 등 구주주로부터 씨앤엠 지분 65.14%를 사들이는데 1조 4590억원을 지급하게 된다.
- 결국 KCI는 씨앤엠 지분 92.64% 매입대금인 2조220억원 가운데 72% 가량을 전부 대출로 조달한 셈이다.

다. 이와 별도로 대주단은 매물인 씨앤엠 측에도 6000여억원의 대출을 별도로 제공했다.

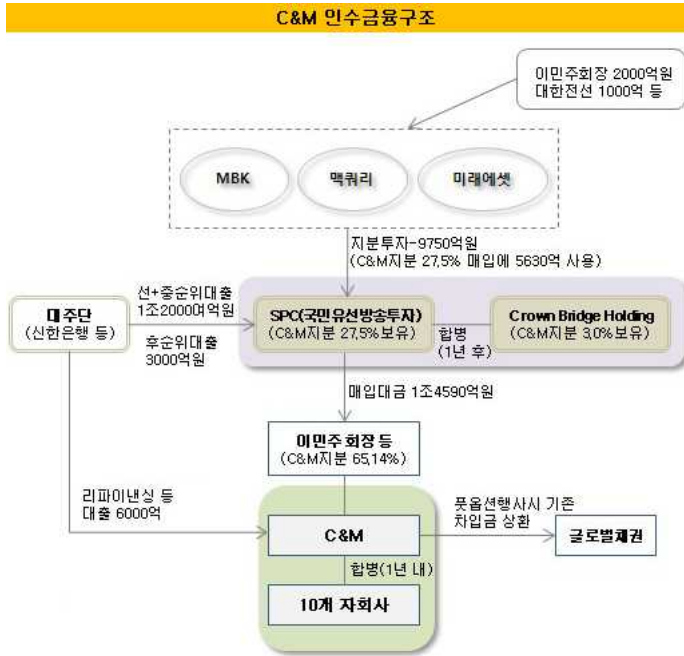
- 1000억여 원은 씨앤엠 설비투자 등을 위해, 나머지 5000억원은 씨앤엠이 보증을 서서 씨앤엠파이낸스가 2006년 발행한 6억5000만달러의 선순위 해외채권 상환 자금.

라. 결국 씨앤엠 인수과정에서 KCI와 씨앤엠의 총 차입금은 무려 2조1500억원에 달하게 된다. 대부분이 씨앤엠 주식, 자산 등을 담보로 두고 있다.

- 또 양사의 차입금에 교차채무불이행조항(Cross-Default), 즉 한쪽 대출에서 부도가

발생하면 다른 채무에서도 부도를 선언할 수 있는 조항이 삽입된 점이 복병이다.

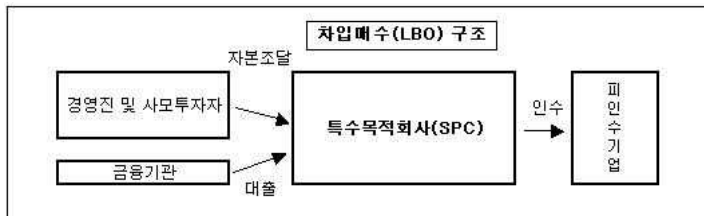
- 이로 인해 씨앤엠이 영업이익을 채무상환에 다 쏟아붓거나 인수자가 채무만기인 5년내 씨앤엠 지분을 매도해 큰 차익을 올리지 않는 이상 채무를 갚을 별 다른 방법이 없는 상황이다.



## 2) 차입매수(LBO) 방식의 업무상 배임죄 구성 여부 검토

### 가. LBO 방식

- 차입매수란 특수목적회사(SPC)를 세운 뒤 이 회사(SPC)가 끌어모은 돈으로 기업을 인수하는 방식을 말한다.
- 상환우선주 발행 등 사실상 차입이나 다름없는 방식으로 인수자금을 조달해 차입매수라고 하는 데, 해태제과, 휠라코리아, 한국까르푸 인수에 이 방식이 동원됐다.



### 나. 업무상 배임 여부 핵심 쟁점

- 지배주주의 주식대금 차입매수에 관해 회사재산을 담보로 제공한 경우 필연적으로 회사에 손해 발생의 위험에 이르게 된 점은 일치
- 손해를 가한때는 손해발생의 위험이 발생한 때(판례)
- 손해의 판단시점은 담보제공 시점과 경영합리화 방안 시행된 후로 나뉘나 법원은 담보제공 시점
- 회사에 합리적인 반대급부의 제공 여부

#### 다. 2008년 회사 손익계산서

- 법인세 비용은 -18,759백만으로 LBO효과
- 영업외 비용이 183,504백만으로 2007년(66,193백만원) 대비 1,200억 증가
- 법인세 차감전 당기순익은 -44,625백만으로 2007년(47,629백만)보다 900억원 감소
- 결국 과도한 영업외 비용으로 회사 영업 상태 악화
- 영업외 비용의 주요 구성 : 기업회계기준(81조)에는 일반적 상거래 이외에서 발생한 비용 중 특별손실에 속하지 않는 것을 영업외비용으로 한다고 하는데, 즉 지급이자와 할인료·사채(社債)이자·창업비상각(償却)·신주발행비상각·연구개발비상각·기타 대손(貸損)상각·유가증권처분손실·유가증권평가손실 ·투자자산평가손실 ·원가차손(差損)·매출할인·외환차손(外換差損)·기부금 및 기타로 되어 있다. 한국의 기업은 은행차입금이 많아 지급이자와 할인료가 대부분을 차지하고 있다

## 5. 투기자본(사모펀드)의 씨앤엠 인수와 김앤장 법률사무소

### 1) 사모펀드의 씨앤엠 인수시 김앤장 법률사무소의 역할

- 김앤장 법률사무소의 홈페이지에 가면 다음과 같은 홍보가 나온다.

“김·장 법률사무소는 널리 알려진 바와 같이 국내 기업인수·합병 역사에서 가장 중요하고 복잡한 대규모 거래의 대부분을 성공적으로 처리하여왔습니다. 최근 수년간 저희 사무소의 기업인수·합병 전문그룹에서 처리한 기업인수·합병 사례는 다음과 같습니다.

MBK 파트너스와 맥쿼리 코리아 오피튜니티즈 사모투자전문회사의 씨앤엠 인수 (2008년)

금호건설의 대우건설 인수 (2006년)

(이하 14건의 추가 사례 생략)”

## 2) 복잡하고 어려운 거래가 아니라 불법거래일 가능성

### 가. 전기통신법상 외국인 지분 초과 가능성

- 과거 2003년 론스타의 외환은행 인수의 경우 탈법 인수를 시도하다가 벽에 부딪치자 법률조항을 억지로 해석해서 불법인수 성사시킴,
- 당시 정부에 법률자문을 해준 곳도 김앤장 법률사무소였고 론스타를 대리해서 정부(금융감독위원회)에 신청서를 제출한 곳도 김앤장이었음, 론스타의 외환은행 거래 규모 1조 3,834억원
- 2000년 9월 칼라일 펀드의 한미은행 인수시에는 JP모건을 내세워 사모펀드르 금융회사로 위장시킴, 실제 대주주는 사모펀드였고, 인수 허가가 불법임, 거래규모 5,000억원
- MBK파트너스와 맥쿼리의 씨앰엠 인수과정을 살펴보면 김앤장과 사모펀드의 수법이 조금도 변하지 않았다는 것을 보여줌
- 전기통신법상 외국인 지분 제한을 교묘하게 회피하기 위해 어떻게 탈법과 불법을 했는지 규명필요
- 김앤장 홈페이지에는 론스타의 외환은행 인수 및 칼라일의 한미은행 인수가 가장 큰 규모임에도 흥미롭게도 홍보 사례에서는 빠져 있음

### 나. 방송위원회 승인관련

- 2008.2.12 방송위 6차 회의에서 “외부 법률 자문을 마친 후 종합적으로 검토하겠다”고 했는데 어떤 자문인지 규명해야 함
- 2008.2.19 제7차 방송위 회의에서 ‘(주) 시앰엠 최대액출자자 변경 승인’에서 “<제3>안대로 변경 승인하고 조건을 부과하여 승인하기로 의결”함
- 여러 가지 방안을 제시하고 조건을 부과하는 방식도 불법과 탈법 인수시 흔히 사용되는 수법임

### 다. 회전문 인사와 관리

- 기업의 인수 합병에서 정부의 승인 또는 허가권
- 장관 또는 차관이 위원장이 되는 각종 위원회에서 M&A의 핵심적인 쟁점이 결정
- 고위공직자 퇴직후 김앤장 고문으로 있다가 다시 공직에 취임하는 회전문 인사에게 투기자본을 대리하는 김앤장의 승인 신청서를 거절할 수 있겠는가?
- 김앤장을 연결고리로 하는 투기자본과 관료와 김앤장의 3각 동맹의 또 다른 사례

### 3) 노동조합 탄압

- 투기자본에게는 봉사하고 노동자를 탄압하는 이중의 얼굴
- 사모펀드가 기업을 인수할 당시 이미 노무 계약까지 맺어 법률을 동원해 노조 탄압
- 노조탄압 공정성 파괴의 주된 담당자

### 4) 사모펀드와 관료만이 아니라 김앤장에 대한 수사와 처벌도 이루어져야

- 김앤장은 법률자문이라는 핑계로 불법에서 면책
- M&A과정에서 이루어지는 불법은 고의적이고 조직적으로 이루어지는 불법
- 김앤장을 처벌해야

## 6. 노동조합, 국회와 시민단체의 역할

### 1) 대주주 변경의 불법성 여부

가. 맥쿼리와 MBK파트너스가 주로 투자한 사모펀드인 국민유선방송투자(KCI)가 씨앤엠 지배주주가 된 것은 정기통신사업법과 방송법에 의하면 불법의 소지가 농후함

나. 국회는 이번 정기 국회 국정감사에서 진실을 규명할 필요가 있음.

- 방송과 통신의 공공성을 감안하여 정보통신부와 방송위 승인 서류를 제출받아 문제점을 검토해야 함.

다. 특히, 제6차회의(08. 02.12) 결과와 달리 일주일만에 법률적 타당성 결론하에 조건부 승인결정이 난 과정(법률자문 내용, 법률자문회사가 누구인지 등)과 비공개 회의록 공개, 승인과정의 핵심쟁점(불법성) 및 판단 근거 확인

### 2) 정책적 후속조치 검증

- 회사가 제출한 이행계획서의 세부내용 확인필요, 제3안이 무엇인지, 복수의 안 세부내용은?
- 조건부 승인이후 방송위원회 조건부 이행에 대한 점검 또는 감사 진행여부, 이행확

인 과정은 있었는지 여부?

- 방송위의 승인 조건 : △변경승인 신청시 제출한 사업계획 및 이행각서의 내용을 성실히 수행할 것, △매년 결산일로부터 3개월 이내에 디지털전환 실적을 포함한 경영개선 현황과 공익사업 이행결과를 제출할 것을 조건으로 해 승인
- 이행각서의 주요 내용은 △방송법 준수, △씨엔엠의 기업가치 제고와 유료방송 시장 발전에 기여할 것, △경영투명성 강화, △시청자 권익 보장, △디지털 방송 전환에 충실할 것 등이다

### 3) LBO 방식의 위법성

- 노동조합과 관련 시민단체는 LBO에 의한 기업인수의 불법성 여부에 대해 검찰에 고발하고 수사를 촉구할 필요가 있다

### 4) 노동조합의 역할

- 사모펀드로 구성된 국민유선방송투자(KCI)는 C&M의 발전과 미디어 공공성을 책임질 수 있는 지속 가능한 최대주주인가?
- 국민유선방송투자(KCI)는 맥쿼리와 MBK파트너스가 C&M 인수를 위해 공동 설립한 투자회사이다. 사모펀드는 인수 기업의 가치를 끌어올려 매각시 차익을 극대화하는데 초점을 둔다. 직접 사업을 지속할 여지는 적고, 더구나 공익을 고려할 여지는 거의 없다고 볼 수 있다
- MBK파트너스의 김병주 회장은 한 인터뷰에서 사모펀드에 대해 “모집된 자금을 차입금을 더해 기업을 인수한 뒤 기업가치를 높여 매각한다. 투자기간은 평균 4~6년으로 비교적 길게 잡고 있으며 목표수익률은 연 25~30%로 설정한다.”고 밝힌바 있다. (중앙일보 2010. 3.2)
- 이처럼 기업의 가치를 높여 높은 수익으로 되팔기 위한 사모펀드의 경영진에 의해 운영되는 C&M의 소속된 노동자들은 높은 수익률을 내기 위해 과도한 경쟁으로 내몰릴 수밖에 없다. 인건비 절감을 위한 최소한의 연봉제를 강제받고, 관련 업무의 외주화·비정규직으로 업무의 대체가 강제되어질 수 밖에 없는 현실에 처해 있는 것이다.
- 방송을 시청하는 시청자들에게는 개인부담 증가가 뒤따른다. 공공서비스 채널이나 공익방송 보다는 상업화된 방송에 일방적으로 노출될 수밖에 없는 현실
- 노동조합이 시민단체와 함께 내부 감시자로 나서야

[발제3]

# 씨앤엠 노조 탄압 및 부당노동행위 경과와 문제점

김 시 권 (희망연대노동조합 씨앤엠지부 사무국장)

## 1. 씨앤엠 소개

### 1) 개요

- 서울, 경기지역에 케이블TV 방송국 16개를 소유한 수도권 최대의 복수종합유선방송 (MSO, Multiple System Operator) 사업자
- 케이블TV 방송 사업을 기반으로 디지털방송, 초고속 인터넷서비스, 인터넷전화, 디지털콘텐츠 및 다양한 결합상품 등을 제공하는 종합 멀티미디어 기업

### 2) 인수 · 합병으로 덩치를 키워 온 기업

가. 이민주 전 회장이 공격적으로 각 지역 SO 인수합병

- 1997년 한국케이블TV 경동(남양주)방송 설립
- 1998년 북부(성북구) 방송 인수
- 1999년 용산, 동서울(성동·광진구), 구로, 마포, 강동, 노원, 동부(중랑)케이블TV 인수
- 2000년 송파케이블TV 인수
- 2001년 서초, 중앙(종로·중구), 서서울(서대문구)케이블TV 인수
- 2005년 경기방송(일산·고양·파주) 인수
- 2006년 우리방송(의정부·포천·연천) 인수

나. 이 과정에서 무리한 해외 채권 발행 등으로 재무구조 위험 초래

- 지역 SO 인수 자금 마련 위해 미국에서 해외 채권을 발행함.
- 차입매수 과정의 과도한 대출 등으로 신용등급 하락, 채권자들의 풋옵션 행사 가능





## 나. 외주화, 인력 감축

- 이민주 전 회장과 골드만 삭스의 지분 매각을 앞두고 대규모 외주화 작업이 진행, 조직 슬림화.
- 자연 감원에도 불구하고 인원 충원 하지 않거나 정규직 일자리를 줄이고 비정규직 (주로 계약직, 파견) 사용하는 등의 방식으로 몇 년 간에 걸쳐 지속적으로 인력 감축
- 특히 서초지점을 제외한 모든 지점의 A/S 업무는 모두 외주화. 2010년 초 서초지점에 대한 외주화 시도가 있었으나 노동조합 설립과 함께 물밑으로 가라앉음. 이후 서초지점 A/S는 인력 부족으로 인해 과도한 연장근로, 당직근무 등에 시달려 옴. (최근에 외주업체 투입, 외주업체 노동자와 씨앤엠 정규직이 같은 업무를 하고 있음.)

## 2. 열악한 노동조건, 비민주적 조직 운영, 인권 침해

### 1) 임금: 업계 최저 수준, 연봉계약서에 ‘발설하면 처벌’ 조항

가. 동종업계 평균 수준에 훨씬 못 미치는 수준의 저임금

	신입	대리	과장
티***	2천 8백만원	3천 5백만원	3천 9백만원
헬***	2천 8백만원	3천 5백만원	4천 2백만원
H**	3천 1백만원	4천 1백만원	5천만원
G*	2천 7백만원	3천 5백만원	4천만원
<b>씨앤엠</b>	<b>1,700~2,000만원</b>	<b>2천 5백만원</b>	<b>3천 2백만원</b>
동종업계 평균 (2008년 기준)	2천 498만원	3천 482만원	4천 422만원

※ 각 직급별 초임 평균임금임.

※ 씨앤엠 임금 수준은 노동조합 자체 조사 결과. 동종업계 평균은 통신/IT산업 기준.

※ 자료 : 취업사이트 사람인, 페이오픈, 인크루트 연봉공개 자료참조

## 나. 비상식적인 임금 체계

- 이민주 전 회장 시절 임금 체계를 정비하지 않은 채 주먹구구식으로 지역 SO 인수
- 이로 인해 이민주 전 회장 시절 각 지역 SO들을 인수합병하는 과정에서 임금 체계를 동일화하지 않은 경우도 많음. 이에 따라 같은 SO에서도 합병 이전 입사자와 합

- 병 이후 입사자 임금 수준이 다른 경우, SO별 임금 수준이 다른 경우 등 발생.
- 학력간 임금 차별이 큼. 입사 전 학력은 임금 수준에 반영되지만, 입사 이후 취득한 학위나 자격증 등은 반영되지 않음.

\* 노동조합, 임금 35% 인상 및 임금체계 개선을 위한 노사 공동 기구 설치 등을 포함한 임금요구안 제출함.

- 조합원들은 “이건 임금 ‘인상’도 아니다. 그 동안 우리가 동종업계 대비 35%나 못 받아 왔던 것 뿐. ‘임금 현실화’를 요구하는 것 뿐이다.” 등의 반응 (그동안 저임금에 대한 불만과 분노를 확인할 수 있음)
- 회사 측에서는 ‘과도한 요구’라며 논의 자체에 난색을 표함. 또한 “내부에서 검토할 시간이 필요하다”며 임금 협상 지연시킴.

다. 연봉계약서에 ‘임금 수준 발설 금지’ 각서 조항 포함

- 근로기준법 상 각서 금지 조항에도 불구하고 연봉계약서에 ‘임금 및 근로조건을 발설할 경우 처벌받을 수 있다’는 내용을 포함해 서명하도록 해 왔음.
- 이는 명백한 인권 침해이자, 노동자의 단결권 및 단체교섭권을 침해하는 내용.
- 실제로 대다수 씨앤엠 노동자들은 이 조항에 대한 두려움으로 인해 서로의 연봉을 비교해 자신의 노동조건에 대해 대략적이나마 판단해볼 기회조차 없었음. (노동조합에서 임금요구안 작성을 위한 실태조사를 할 때(7월)까지도 처벌을 두려워 해 무기명 답변도 회피하는 경우가 있었음.)

## 2) 전체 노동자의 절반이 간접 고용

가. ‘씨앤엠 가족 1,000명’, 이 중 정규직·비정규직을 포함해 직접 고용 500명

- 대규모 외주화로 인해 외주업체 노동자로 전환. “외주업체로 나가면 근로조건을 더 개선해주겠다”는 말로 설득했지만, 결국 외주화 후 임금 수준 등 노동조건 열악해짐.
- 콜센터, 물류센터, 각 SO에 여러 개 휴먼인프라 등 파견업체로부터 인력 공급
- 정규직과 같은 일을 하지만 연봉 700~1,000만 원 정도 차이 (예: 물류센터)
- 콜센터의 경우 파견(일부 용역업체)으로 시작해 1년 계약직 후 정규직이 되는 절차를 갖고 있으나, 1년 이내 이직률이 70~80%에 달해 사실상 간접고용이 대부분

나. 같은 업무에 정규직과 간접고용 노동자 동시 사용

- 정규직 노동자들이 인력 감축으로 인한 과도한 노동강도를 호소하자, “노동강도를 줄여주겠다”는 명분으로 용역 사용
- 같은 일을 하고도 노동조건 차이 매우 큼.

#### 다. 2중, 3중의 비정규직

- 설치 및 A/S 업무를 하는 노동자들은 대부분 용역업체의 특수고용 노동자
- 씨앤엠이 설치 수수료 및 신규가입자 유치 수수료를 용역업체에 지급하면, 그 중 일부가 용역업체 노동자들에게 지급됨.

#### 다. 현행 파견법을 어기면서 24개월 넘게 파견 사용한 후 해고

- 파견업체인 휴먼인프라 소속 노동자 4명에 대해 물류센터 통합 등 바쁜 시기에 “조금만 더 일해주면 정직원 시켜주겠다”며 24개월이 넘게 일했음에도 무계약 상태에서 계속 일을 시킴.
- “씨앤엠에 입사 처리하려면 먼저 휴먼인프라에 사직서를 내야 한다.”고 해서 4명은 이를 믿고 먼저 휴먼인프라에 사직서 제출.
- 그런데 2010년 5월 2일, 4명이 출근하자 “왜 왔느냐?”면서 사업장 출입 통제. 이때 처음으로 자신들이 해고되었다는 사실을 인지하게 됨.

### 3) 야간 대기와 출동, 장애 알림 문자에 스트레스 심각

#### 가. 야간 대기로 인해 회사 밖에서도 개인 생활 제약

- 장애가 발생해 자연 복구되지 않을 경우 언제든지 즉시 출동해 유지보수 작업을 해야 하므로 기술팀 노동자들은 적어도 8~10일에 한 번 꼴로 야간 대기를 해야 함.
- 대기 당번인 날은 회사 밖에 있지만 자유롭게 개인 시간을 가질 수 없음. 담당 구역에서 멀리 벗어나거나 음주·숙면 등의 제약으로 정신적 스트레스 크게 작용.
- 인력 감축으로 인해 대기 빈도가 높아짐에 따라 스트레스 증가
- 대부분의 정보통신산업 유지보수 노동자들의 실태. 시청자들이 일반적으로 인터넷 등 다른 매체보다 TV 시청을 할 수 없는 상황에 더 민감하고 빠르게 반응하기 때문에 케이블방송업체는 더 강한 압박을 받음.

#### 나. 장애 알림 문자 메시지 - 정신적 스트레스 심각

- 장애가 발생하면 전산 시스템을 통해 즉각 개개인에게 핸드폰 문자 메시지 발송. 대

부분 자연 복구되는 경우가 많으므로 장애 알림 메시지 후 5분 전후로 다시 자연복구되었음을 알리는 메시지가 발송되는 경우가 많음. (출동할 필요가 없을 때에도 계속 문자 메시지에 시달리게 됨.)

- 심한 경우 장애 및 자연복구 알림 메시지를 새벽에 2시간 여에 걸쳐 400개 정도 계속 받는 경우도 있음. “아내와 아이들의 숙면에 방해되지 않도록 혼자만 따로 잔다.”, “혹시나 자다가 문자 못 받을까 봐 진동으로 해놓지도 못해 벨소리를 계속 들어야 한다.”, “스트레스성 탈모 증상이 생겼다.” 등 정신적 스트레스 해소가 많음.

다. 대기에 대한 보상은 전혀 없음.

- 전적으로 사용자의 통제 하에 있다고 보기는 어렵지만 통제를 완전히 벗어나 있다고 보기도 어려움.
- 그러나 장애가 자연복구되지 않아 출동해 작업하는 경우에만 작업시간에 대한 시간외수당 지급할 뿐, 대기에 대한 보상은 전혀 없음.

#### 4) 시간외수당, 당직수당 불법 만연

가. 시간외 수당을 시간에 따라 정상급의 150% 방식으로 지급하지 않음.

- 시간에 관계 없이 정액으로 지급, 실제 일한 시간보다 줄여서 신청하도록 강요, 밤 9시 이전에는 시간외수당 신청 전산 프로그램이 열리지 않아 그 이전 사항은 신청 불가, “그것 일하고 수당 신청하느냐”면서 핀잔을 줘 아예 신청 못하는 경우 등 다양한 문제 존재해 왔음.
- 3년 동안 시간외 수당 미지급분이 조합원 한 명에 1천만원 이상되는 경우도 있음.
- 노동조합 구성 초기 이에 대한 불만이 조합원 확대의 중요한 동인이 되기도 했음.

나. 당직수당 최저임금 위반 가능성

- 정상업무와의 연속성이 분명함에도 불구하고 연장/야간/휴일근로가 아닌 ‘당직’으로 처리하는 경우 많음.
- 노동조합 설립 이전까지는 당직수당이 주말 8시간 당직에 3만원 지급하는 등 최저임금을 밑도는 수준이었음. (노동조합 설립과 함께 회사에서 회유책 중 하나로 당직수당 6만원으로 인상)

다. 노동조합, 시간외수당 미지급분 지급에 대해 노동부 진정

- 수당 지급의 불법적 요소가 많고 미지급분 규모가 큰 서초지점, 헤드엔드 부서 등에 대해 진정 조치를 취함. (이후 전 조합원으로 확대할 계획)
- 근로감독관도 '상식적으로 이해가 안 된다', '씨앤엠이 이렇게 심한 곳인 줄 몰랐다' 등의 반응 보임.

## 5) 사내 비밀 사조직, HPI

가. HPI(High Performance Individuals)라는 비밀 조직이 있다는 조합원들의 제보

- 실적이 좋은 직원들을 비밀리에 접촉해 비밀 업무 약속을 받고 선발한 후 “회사가 해고하지 않으면 자진 사직하지 않는다”는 각서를 쓰게 한다, HPI의 존재 및 자신이 구성원임을 비밀 업무할 것 서약, 대표이사가 참석하는 회의와 회식, 출처와 근거가 불분명한 현금 보상 지급(1인당 500~1,000만원) 등의 내용. 외부로 인력이 유출되는 것을 막고 우수 직원을 특별 관리하기 위한 조직이라고 함.
- 주변 동료 중 HPI 구성원인 사람들을 통해 입수한 내용으로 정황적으로 매우 구체적이고 분명한 내용
- ‘자진 사직하지 않는다’는 각서 강요, ‘비밀 업무’ 서약 등 인권침해 요인, 조직 내 위화감 조성, 비민주적 운영의 대표적 사례. HPI 구성원 중 일부도 이 조직에 대한 문제의식 갖고 있음.
- 높은 보상과 특권 의식을 부여함으로써 회사에 충성할 것을 강요. 노동조합 설립 이후 사용자의 편에 서서 행동.

나. 정체 공개 및 사과와 즉각 해체 요구했으나 답변 회피

- 노동조합에서 꾸준히 HPI 관련 정보 공개, 공개 사과와 즉각 해체를 요구해 옴.
- HPI 구성원인 주변 동료 등을 통해 입수한 내용으로, 정황적으로 매우 구체적이고 분명한 내용임에도 불구하고 회사측은 이에 대한 존재 자체를 부정함.
- 교섭이 진행되는 과정에서 HPI의 존재를 인정했으나 “교육 등에 관련된 업무를 할 뿐 노동조합이 생각하는 것과 다르다”는 답변을 함. 그러나 비공개 선발, 비공개 운영의 이유등에 대해서는 설명하지 않음.

## 6) 노동조합 설립 전 물리적·언어적 폭력이 횡행하는 조직 문화

- 상사로부터 욕설, 언어 성폭력, 물리적 폭력을 경험한 사례 다수. 워낙 빈번한 일이라 일부를 제외하고는 문제 제기조차 하지 못 하고 참는 경우가 많았음.

- 대부분 '선배-후배'라는 인간적 관계로 포장하지만, 실제로는 인격적으로 부당한 대우를 하면서 인권 침해
- 씨앤엠이라는 기업 조직이 노동자를 어떻게 여겨 왔는지를 여실히 보여줌.

### 3. 희망연대노조 씨앤엠 지부 활동 경과

- 2010. 1.25 : 민주노총 서울본부 희망연대노동조합 가입(씨앤엠 지부 설립)
- 2010. 2. 1 ~
  - 씨앤엠 전 직원 대상 지부설립 선포 및 노조참여 메일발송
  - 사측에 노조설립 공문발송
  - 사측 노조가입을 막기위해 매일 전체회식 및 직원대상으로 회유 및 압박
  - 씨앤엠 지부 조합원 교육 진행하였으나, 사측 팀장이상 교육장 주변 동원하여 조합원들의 접근을 막는 등 부당노동행위 자행
  - 노조는 이에 대응하여 노동부에 사측 부당노동행위를 고발조치함
  - 사측 직원과 팀장을 대립구도로 몰고가기 위해 팀장워크샵 등 정신교육 진행함
- ~ 2010.3.11
  - 사측은 조합원 확대를 막지 못하자, 노조를 깨기 위한 작업 진행
  - 노조를 인정한다는 가식적 자세 취함(말로만 신의성실)
  - 노조 취약지점 대놓고 탄압진행 (별도법인 이용해 “직장폐쇄하겠다, 외주화하겠다” 협박, 조합원 면담을 통한 회유, 압박 등)
- 2010.3.11 ~ : 사측 교섭에 응하기 시작함
  - 그러나 마지못해 교섭에 응하며 지연책 (지연, 원안고수, 유언비어 유포 등)
  - 노조 설립 전 비밀리에 진행 중이던 인원감축과 파업에 대비한 대체인력 구성 및 운영
- ~ 2010.4.20
  - 단협안 의견수렴 및 최종안 사측 통보
  - 원만한 교섭을 위해 부당노동행위 고발 건 노조 취하함
- 2010.4.29
  - 씨앤엠인사팀 '노사협의회' 구성을 위한 선거봉사팀을 모집(선착순) 공지
- 2010.4.30~
  - 물류센터 자재관리팀 파견노동자(씨앤엠에서 27개월 일함) 4명 해고

- 이후 사측은 비정규직과 노동조합의 연계를 막기 위해 비정규직 회유
  - 비정규직 4명과 회사측이 만난 자리에서 “계약직으로 1년 더 일하게 해주겠다” 제안
  - 비정규직은 이를 거부하고 부당해고 구제 신청, 정규직화 투쟁 진행
  - 부당해고 심사에서 사측은 “비정규직들이 자진 사직한 것”이라 거짓 진술.
- 2010.5.1 : 임단투 승리 결의대회 및 조합원 모임 → 노동절대회 참가 (80명)
- 2010.6.1
- 사측 ‘노사협의회’ 구성을 위한 선거인단 모집과 간접선거를 통한 근로자위원 선출 공고
- 2010.6.7 : 노조, 사용자가 개입하여 이루어진 노사협의회 투표거부 및 규탄성명 발표
- 2010.6.21~ : 씨앤엠 대주주 앞 집회 및 선전전 개최
- \* 파이낸스빌딩 (국민종합유선투자, MBK파트너스 입주 건물)
  - \* 한화빌딩 (맥퀼리 입주 건물)
- 2010.6.24 : 씨앤엠 노조 탄압 및 불성실 교섭 규탄 기자회견 개최 (파이낸스빌딩)
- 2010.6.28~
- 서초지점 A/S 인력 충원 요구하며 연장근로 거부 투쟁 돌입.
  - 전 지점 서초A/S 투쟁 지지하며 선전전 등 진행
- 2010.6.30~
- 씨앤엠 강남본부 일방적 인사발령 초지 발표
  - 인사발령 당사자 및 강남본부 조합원들 본부 기술센터장에 해명 요구
  - 본부 내에서 문제 해결 안 돼 인사권자 면담 요구하며 본사 방문
  - 발령지로 일단 이동하되 이후에도 계속 일방적 인사조치 철회 투쟁
  - 사측은 항의방문자들 징계위원회 회부
- ~2010.7.15
- 노사관계를 파행으로 몰고가는 씨앤엠 경영진 규탄 및 투자자본 맥퀼리/MBK파트너스 앞 선전전 등 대주주 압박 투쟁 전개
  - 7.15 법률사무소 김앤장 규탄 집회 참석
  - 7.15 촛불문화제 개최. 저녁 회의, 회식 일정 잡는 등 사측의 조직적 방해에도 불구하고 110여 명 참석
- ~2010.8.2
- 7.28 물류센터 비정규직 부당해고 구제 관련 심문회의 개최 (서울지방노동위원회).



‘자진 사직한 것’이라는 사측의 주장이 거짓임이 명백히 밝혀졌음에도 불구하고, “회사의 복귀 명령에 응하지 않았으므로 자진 사직한 것으로 판단, 구제할 수 없다”는 판결 내려짐.

- 7.15로 예정되었던 인사위원회 7.22로 연기해서 개최, 8.2 조합원들에 대해 중징계 결정 내려짐. (정직 3개월 1명, 정직 1개월 4명, 감봉 5명, 견책 10명)

□ ~2010.8.15

- 부당 징계를 규탄하는 선전물 발행 등 징계에 관한 문제 제기 계속
- 조합원 및 간부들 휴가 기간
- 8.14~15 확대간부회의의 수련회 통해 쟁의행위를 포함한 이후 투쟁 방향 논의

□ ~현재

- 현 대주주의 씨앤앰 인수 과정, 최근 경영 상태에 관련하여 각 지회별 조합원 교육
- 회사 내 공공연하게 떠도는 매각설과 관련하여 회사측에 질의 → “사실 무근”이란 답변 음.
- ‘케이بل방송 공공성 강화와 노동기본권 보장을 위한 씨앤앰 공대위’ 구성 (12개 단체 참여) 및 씨앤앰공대위와 야4당 국회의원 공동 주최의 공개토론회 기획 및 준비
- 8.26 11차 본교섭에서 ‘쟁의 결렬’ 선언, “쟁의조정 신청하겠다”고 회사측에 통보
- 8.27 확대간부회의에서 쟁의행위찬반투표 일정(9.7~10) 확정
- 8.31 24차 실무교섭을 끝으로 쟁의조정 전 교섭 마무리
- 9.1 노사협의회에서 시간외수당, 명절연휴, 통신비 및 동호회 지원 등에 대해 논의 해 결과 공지함 (노동자에게 떡고물을 조금 나눠주고 시간외수당 불법성에 면죄부를 주는 내용)
- 9.2 쟁의조정 신청
- 중노위에서 조정 관련 공문 도착 (공익사업장으로 판단, 복수 사업장으로 판단)

## 4. 노동조합에 대한 씨앤앰 경영진 및 투기자본의 태도

### 1) 노동조합 초기 노골적 탄압

#### 가. 노동조합 자체를 파괴하려는 공격적 탄압

- 조합원 교육 등 노동조합 행사장 앞에 팀장을 비롯한 관리자들을 동원해 감시와 폭력을 행사하면서 조합원들의 참석을 막음(교육 기간 내내 교육장 주변에 팀장 30~40명 배치).

- 개별 면담, 술자리 등을 통해 “노조 가입하지 말라”, “노조 활동 계속 하면 끝까지 괴롭혀 주겠다” 등 전 조직적, 노골적 협박. 조합원 모임 일정에 맞춰 회식, 교육 등의 일정을 잡거나 갑작스런 연장근로 지시 등 활동 방해 (일부 지점 2주 연속 매일 회식. 조합원 중 “내가 죽거나 팀장이 죽거나 둘 중 하나가 죽어야 회식이 끝날 것 같다.”면서 스트레스와 두려움을 호소함.)


#### 나. 회사 전산망 등 시설 사용 제한, 감시 장치 설치 등

- 직원 정보 조회 제한 : 직원개개인의 기본 신상 (사진, 핸드폰번호등) 조회불가
- 전 직원 대상 메일 발송 금지 : 지부장 등이 사내 전산망 통해 노동조합 설립을 전 직원에게 알리는 메일을 발송한 후 전체 직원에게 메일을 발송할 수 없도록 함. 1회 발송 시 수신자 5명 이내로 제한 (심지어 업무상 메일 발송해야 할 때도 5명이 넘으면 2회 이상 발송 작업을 해야 하는 상황)
- 시간외근무 내역 조회 제한 : 시간외근무관련 노동부 진정후 2010년 4월 이전 본인 시간외 근무 신청 내역 조회 불가 (교섭 중 본건에 대해 질의하자 사측에서 ‘전산시스템이 오래 되서 가끔 이상이 있다’고만 답변)
- 각종 제어 프로그램 등장 : DRM Agent, 인쇄시 워터마크 생성(“이문서의 소유권은 회사에 있으며 무단으로 복사 및 반출할 수 없습니다.”는 내용과 출력자, 출력시간 등이 표시됨)
- 감시 장비 설치 : 씨앤엠텔레웍스(콜센터) 건물 출입구에 건물 앞 도로까지 비추는 CCTV 설치 등.

#### 나. 노동조합의 부당노동행위에 대한 고소, 조합원 확대 후 ‘노골적 탄압’에서 ‘교묘한 회유와 탄압’으로 선회

- 노골적으로 조합 활동 자체를 막는 대신 인간적 친분을 이용해 개별 면담 술자리 등에서 “앞에 나서지는 말아라”, “너만은 내가 챙겨주겠다”, “노조 활동 열심히 하면 불이익 당할 수 있다” 등의 회유, 협박.
- 이후 김앤장 특유의 노동조합에 대한 탄압 방식들 드러냄.

## <회사 측에서 최유홍 부지부장에게 발송한 경고장>

**(주)디지털미디어넷**  
우: 472-936 /경기도 남양주시 평내동 203-2 헤림빌딩 4층 / TEL : (070)7410- / FAX : (031) 695-0112

---

문서번호	: 디지털미디어넷 10-011
수신	: 최 유 홍
참 조	:
시행일자	: 2010. 04. 23
제목	: 사유에 의거한 경고 조치 사항

---

1. 항상 디지털미디어넷을 위해 수고 하시는 귀하의 노고에 감사 드립니다
2. 귀하의 근로시간 중 회사의 사유를 준수하지 않고 행동한 일체의 행위와 관련하여 다음과 같이 경고 조치 하오니 양지해 주시기 바랍니다.
  - 가. 귀하는 지난 4월 20일 오전 회사의 임직원들에게 사내 인트라넷을 통하여 업무와 직접 관련이 없는 내용의 메일을 회사의 허락을 득하지 않고 발송한 바 있습니다.
  - 나. 주지하는 바와 같이 회사는 직원들의 정상적인 업무수행을 위하여 회사의 컴퓨터, 인트라넷, 메일, 전화, 인터넷 등 일체의 정보통신 시스템(이하 "정보통신시스템")을 제공하고 있습니다. 이러한 정보통신시스템은 회사의 업무상 목적으로 사용하여야 하므로, 회사의 사전 승낙 없이 업무 이외의 목적으로 회사의 정보통신시스템을 사용하는 것은 허용 되지 않습니다.
  - 다. 특히, 업무 이외의 목적으로 전 직원들을 대상으로 하는 무작위적인 메일발송 등을 사전 승인 없이 발송, 전달하는 행위 등은 전체 직원들의 업무수행을 방해할 수 있으므로 주의를 바라며, 전체 직원들의 업무를 방해할 수 있는 내용 등을 제작, 발신, 수신, 전송, 프린트해서는 아니 된다는 점 역시 유의하시기 바랍니다.
  - 라. 향후에도 귀하에게 이러한 일이 계속될 경우에는, 회사는 사유에 의해 관련 조치를 취할 수밖에 없음을 양지해 주시기 바랍니다.

**(주)디지털미디어넷**  
**대표이사 신 성 환**

## 2) '합법'의 외피를 쓴 채 법을 악용한 교묘한 탄압

가. 조합원 확대 이후 공식적으로는 "노동조합 인정", 실제로는 부당노동행위 계속

- 오규석 대표이사 "노동조합 인정한다" 공식 발표, 3월 중순부터 노사 상견례 및 교섭에 응하기 시작함.
- 그러나 조합 활동 만류, 방해, 회유와 협박 등 부당노동행위는 계속됨. 이에 대한 노동조합의 문제제기에 회사측은 "팀장 등 관리자 개개인이 노동조합에 대해 갖고 있

는 신념을 개인적으로 발언한 것 뿐. 회사에서 책임질 이유 없다.”는 반응.

#### 나. 물류센터 파견노동자 부당해고 이후 회사측의 행보 - 노동위원회의 한계를 악용

- 부당해고된 파견노동자 4명이 노동조합과 함께 선전전, 집회 등 진행하자 회사측에서 뒤늦게 부랴부랴 해고된 4명에 대한 면담 제안해 불법해고를 무마하려 함.
- 사측, “1년 계약직” 제안. 해고자들이 거부하자 내용증명으로 임금 란이 공란으로 되어 있는 근로계약서 발송. “여기 서명하지 않으면 직접 고용을 거부하는 것으로 알겠다”는 취지의 내용 포함. 해고자들은 서명을 거부하고 지방노동위원회에 부당해고 구제 신청을 함.
- 지방노동위원회에 제출한 자료와 심문회의 과정에서 “비정규직 4명이 4월 말에 자진 사직한 것”이라는 거짓 주장을 계속 함. “사직 의사를 어떻게 확인했느냐?”는 근로자위원 질문에 처음에는 ‘직접 들었다’고 하다가, 계속되는 추궁에 “000 차장에게 전해 들었다”, “000 대리에게 전해 들었다” 등으로 어이없는 답변을 함.
- 부당한 해고였음이 분명히 드러났음에도 불구하고 지방노동위원회에서는 해고의 부당성에 대한 판단은 회피한 채 “회사측에서 내용증명으로 보낸 근로계약서에 서명하지 않은 것은 스스로 복귀 명령을 거부한 것으로 볼 수 있으므로 구제할 수 없다.”는 취지의 판결을 내림.
- 최근 노동위원회에서 해고 건과 관련하여 이런 방식의 태도를 취하는 경향이 있음. 회사측은 이러한 노동위원회의 한계를 악용해 사전에 근로계약서 발송 등의 작업을 진행한 것으로 보임.

#### 다. 노동조합 무력화의 수단으로 노사협의회 이용

- “노동조합 통해서 아무것도 내주지 않겠다. 주더라도 다른 루트로 주겠다.”는 일부 관리자 발언이 나온 이후 돌연 노사협의회 구성 계획 발표
- 선거관리위원회 구성 단계에서부터 근로자위원 선출 과정에 회사가 지배, 개입
- 사내게시판에 선거관리위원회 봉사단 선착순 모집 공고 5분만에 사측에 의해 미리 준비된 사람들의 자원으로 구성 완료.
- 씨앤엠 직원들의 직접선거에 의한 근로자위원 선출도 아닌, 선거인단을 모집해 선출하는 간접선거
- 선거인단 및 근로자위원 입후보 과정 또한 사측이 개입, 주도. (“나는 하기 싫었는데 000 부장이 나가라고 해서 입후보 했다”, “000 입후보자 추천을 000 팀장이 받고 다니더라” 등의 다수 발언 및 증거 포착)

- 노동조합은 근로자위원 선출 과정의 불법성을 제기하며 투표 거부, 노동부 진정. 사건을 접수한 근로감독관은 사측의 행태에 대해 어이 없다는 반응을 보였으나, 결국 노동청 강남지청에서 “회사의 지배, 개입이라 보기 어렵다”는 판결이 나옴. (노동부의 친사용자 성향을 드러낸 것)

<근로자위원 선출을 위한 선관위 봉사단 모집 공고에 대한 댓글 (사내 게시판)>

본 게시문의 댓글 형식으로 기재해 주시면 되고, 부문별 선착순으로 접수를 마감합니다.

직원 여러분의 많은 관심과 참여를 바랍니다. 감사합니다.

답사건		등록
장순식 (세면법/영업기획팀)	영업기획팀/과장/장순식/2003년 7월 14일/ 지원 합니다.	2010-04-29 오후 5:14
석인호 (공기저장/전송팀)	공기저장 전송팀/과장 석인호(입사일 1999년1월3일) 지원합니다.	2010-04-29 오후 5:18
박종달 (세면법/장비실력팀)	장비실력팀/대리/박종달/2006.03.06/ 지원하였습니다.	2010-04-29 오후 5:28
김철영 (세면법/회계팀)	회계팀/과장/김철영/2005.10.14/지원합니다.	2010-04-29 오후 5:29
김건규 (세면법/전송팀(강남))	문자공지도 없구 게시물 계속볼수있는 사람만 지원가능한거 같네요. 선착순내영이러니..	2010-05-04 오전 6:48
지인용 (세면법/전송팀(중부))	"근로자 위원회 수 선출방식 등을 결정하고 노사협의회 구성까지 제반 사항을 지원. 봉사하는 역할"을 선착순으로 접수 마감한건가요?? 말도안되는 거 아니죠?? 직원을 남몰래 가계 공개적이고 무감하게 다시 전발합시다!!!!	2010-05-04 오전 9:37
허태현 (세면법/기술팀(중부))	마포지점 기술팀/대리/허태현/2005.11.29/지원합니다.	2010-05-04 오전 10:11
나상호 (세면법/기술팀(강남))	게시판-공자로 인한 선착순 접수 마감 선거봉사팀의 중요성을 생각한다면 첫 단추가 잘못 끼워진거 아닌가 생각합니다	2010-05-04 오전 10:24
전덕현 (세면법/기술팀(강남))	헉--근태도 아니고 댄 선착순--애니면 사은품 주는 것도 아니고--선착순은 넘 웃겨요--부문별로 공정하게 직원들의 추천과 투표로 인한 선출이 어려울지--물론 이런걸 이해와서 다시 안문다는 것도 못가지만--	2010-05-04 오전 10:43
발송일 (세면법/기술팀(강남))	이제 노조가 출범했는데, 노사협의회가 뭔가요?	2010-05-04 오전 11:00
김규호 (세면법/전송팀(강남))	선착순이라서 그런지 무지하게 빨리 타이핑을 정하여 지원을 하셨는데~ 공정한 심사가 필요하다고 생각이드네요.	2010-05-04 오전 11:08
김세훈 (세면법/전송팀(강남))	송파지점 전송팀/사원/2003.02.27/지원합니다.(근태 선착순이라면 투영하지 못한 방법 아닌가요? 먼저 댓글 달아주신 분들 본인 뜻이 아닐수도 있지 않을까 생각해 봅니다.)	2010-05-04 오전 11:10
황기훈 (세면법/전송팀(중부))	서서울지점 전송팀/사원/2007.08.01/지원합니다. 요즘 군대에서도 선착순 안합니다. 선착순하면 봉사팀 골로써서 쓰러지거든요. 현장에서 근무하는 직원도 지원할 수 있도록 해야하는거 아닌가요? 장해문자처럼 선거봉사팀 지원받습니다" 문자 받았으면 회사 불려와서 선착순 4명씩 돌도록 열심히 뛰었음인데 정말 마실근요. 선착순 언제 하건다 사건에 공포하고 PC 앞에서 대기하여 잠시부터 하겠다 물막-물막 하던 참인데요~ 선착순 다시 하시기 바랍니다.	2010-05-04 오전 11:25
이동훈 (사초지점/대계팀(경))	[노사협의회는 회사와 직원이 공동으로 참여와 협력을 통하여 생산성 향상과 직원의 근무조건 개선 및 그충처리 등을 협의하는 기구입니다.]-주니어보다 설립처지와 동일하네요. 2년 넘게 열심히 활동했던 주니어보다도 의힘들이 마음의 상처 받지 않을 바랄 뿐입니다.	2010-05-04 오전 11:31
임수연 (사초지점/대계팀(경))	노사협의회 선거봉사팀이 정말로 멋진건가요?? 선착순으로 접수 마감 한다고 되어 있는데, 등록하신 4분의 등록시간이 5:14,10,28,29 차고 차는 고스톱??	2010-05-04 오전 11:43
최정걸 (세면법/기술팀(중부))	체육대회팀 선착순 다 같이 하시죠	2010-05-04 오전 11:47
김시권 (서서울지점/대계팀(경))	각정서관 오후 5시 08분, 절묘하게 부문별 4명 등록시간이 5시 14분, 18분, 28분, 29분... 어떻게 이렇게 속이 보여게(?) 할 수 있을까요? 대단히 대단할 것입니다 --: 우리 세면법 직원들이 뭐 남보다 아니고... 내이비나 다음에 노사협의회 치르면 노사협의회에 관한 법률적인 모든 것들이 알게 되었고 지금 방식이 틀리다는 것도 쉽게 알수 있습니다.	2010-05-04 오후 12:04

\* 노사협의회 선거봉사팀(선관위) '부문별 선착순' 공지 후 4개 부문 (영업,기술,재경 부문 등에서)에서 15분 만에 (5시 14분 ~ 5시 29분)만에 선거봉사팀 지원 완료됨.

## <선거인단 후보가 직원들에게 보낸 메일>

**From:** 안홍진  
**Sent:** Wednesday, June 16, 2010 9:38 AM  
**To:** 권칠성; 김선구; 김재훈; 팀장; 김주현; 김충환; 방승현; 차형훈  
**Subject:** 전달: 안홍진입니다 : 선거 기권

안녕하세요, 동서울지점 광고담당 안홍진입니다.  
기술센터에도 말씀드려야 할 것 같아서요~

아래 메일확인 부탁드립니다.  
감사합니다.

**보낸 사람:** 안홍진  
**보낸 날짜:** 2010년 6월 16일 수요일 오전 9:10  
**받는 사람:** 권현정; 권도형; 김광택; 김도영; 팀장; 김지현(동서울지점); 김지훈; 안홍진; 이승경; 이영란; 임해동; 팀장; 정후덕; 조성용; 최병학  
**제목:** 전달: 안홍진입니다 : 선거 기권

안녕하세요, 안홍진입니다.

오늘 투표가 있는지도 지금 알았습니다..  
기권의사를 밝혔는데, 오늘 투표라 어쩔 수 없다고 하네요..

저를 뽑지 말아주세요.  
뽑혀도 저는 관련 일을 할 수 없습니다..

**보낸 사람:** 안홍진  
**보낸 날짜:** 2010년 6월 16일 수요일 오전 8:54  
**받는 사람:** 이지선(북무지점)  
**제목:** 안홍진입니다 : 선거 기권

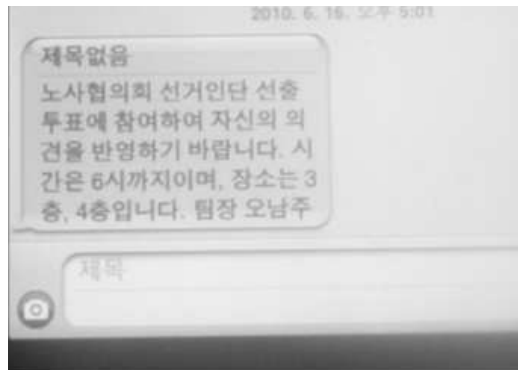
안녕하세요,  
동서울지점 광고담당 안홍진입니다.

저는 선거가 뭔지, 무엇을 투표하라는 건지,  
전혀 개념이 없었고, 알지 못했습니다.

죄송하지만,  
선거 기권 하겠습니다.

\* 사측에서 임의로 선정하여 선거인단으로 선정된 직원이 선거를 포기하겠다는 메일을 같이 근무하는 직원에게 보낸 글입니다.

## <팀장이 발송한 투표 독려 문자 메시지>



\*팀장은 관리자로 분류, 근로자위원 선출 과정에서 선거권 및 피선거권이 없음.

- 9월 1일 노사협의회 개최, 결과 공지. 추석 명절 때 유급휴가 1일 부여, 통신비/동호회 지원 등 일부 떡고물을 주고 시간외수당 불법에 면죄부를 주고, 노동조합을 무력화하려는 내용.

: 결정 내용 - 시간외수당을 2011년 1월 1일부터 시간외근로 시간에 비례하여 150% 지급(미지급된 금액에 대해서 소급 적용하여 지급한다는 내용 없음. 올해 말까지는 현재 근로기준법에 미달하는 수당 지급 방식을 유지하겠다는 것). 임금에 대해 지불 능력 및 재무 상태 등을 고려해 합리적 방안 모색(노동조합이 교섭에서 임금요구안을 제출한 상태에서, 교섭에서의 논의는 회피하면서 노사협의회 통해 논의) 등.

#### 라. 조그만 꼬투리라도 잡아서 무조건 ‘고소고발’

- 콜센터 여성노동자들의 열악한 노동조건을 개선하기 위해 노동조합에 가입하자는 내용의 선전물을 배포한 것과 관련하여, 선전물을 배포한(또는 회사측에서 ‘배포했다’고 주장한) 조합원들에 대해 “허위사실 유포로 인한 명예훼손” 혐의로 고소고발.
- 경찰 조사 과정에서 회사측에서는 가짜 증인을 세우려고 시도하는 등 어떻게든 조합원들에게 법적 제재를 가하고 활동을 위축시키려 함.

#### 마. 대표이사 등 관리자들의 동호회 지원, 개입

- 씨앤엠 직원들이 자발적으로 구성된 동호회에 최근 대표이사, 부사장 등이 참석하고 지원 강화하는 등 개입 강화
- 단체교섭에는 단 한 차례도 참석하지 않는 대표이사가 동호회 모임, HPI 회의·회식 등에는 열심히 참석
- 소모임, 동호회 등을 통해 노동자를 사용자의 통제 하에 두거나 엘리트의식, 특권의식, 관리자의식을 심어줌.

#### 마. 김앤장 특유의 탄압 방식들이 동원된 것

- 법과 제도의 허점을 파고들어 사용자에게 유리하도록 악용, 어떻게든 고소고발 등을 통해 벌금 등으로 압박하는 방식, 수단과 방법을 가리지 않고 노동조합을 지치게 하고 무력화하려는 시도들.

### 3) 불성실 교섭, 교섭 지연

#### 가. 대표이사 교섭 불참, 사업장-근무시간 교섭 거부

- 계속된 요청에도 불구하고, 대표이사 교섭 불참

- 교섭위원들은 실질적 결정권한 없음. 매번 제안된 내용에 대해 교섭위원들 스스로 판단하지 못해 결정사항 답변이나 논의가 다음 교섭으로 미루어짐 → 교섭 지연.
- 대표이사 면담, 발전적 노사관계 위한 공개 토론회 등 대화의 자리를 계속 제안했으나 모두 거부
- 교섭장소로 사업장과 노동조합 사무실 외 제3의 장소 고수, 교섭시간은 업무시간 외로 고수 (노동조합이 양보하여 제3의 장소, 18시 교섭 진행해 옴.)

#### 나. 노조 단협안 검토에 2개월, 수정안 제출에 2개월 등 교섭 지연

- 노동조합이 제출한 단체협약안을 사측에서 자체 검토하는 데 2개월 소요.
- 조합안-사측안의 큰 이견을 좁히는 방향으로 '수정안을 제출해 논의하자'고 약속했으나 몇 차례에 걸쳐 약속을 어기고 수정안 제출 거부.
- 교섭에서 "수정안의 필요성을 못 느낀다", "수정안이 종전보다 더 후퇴된 안일 수 있다" 등 발언
- 이미 입장 차가 분명히 확인된 양 측의 단협안에 대해 "조항 하나 하나에 대해 입장차를 구체적으로 확인하자"며 또 다시 약 1개월 소요하고 그 이후에도 다시 1개월 정도가 지나서 수정안 제출 (수정안은 원안과 거의 달라진 내용 없거나 오히려 조합에 대한 규제를 더욱 분명히 명시하는 방향으로 후퇴된 내용으로 제출됨.)

#### 다. 교섭 거부 등 법적 문제의 소지를 피해 '교섭은 하되 지연'시키는 방식

- 결국 6개월 동안 교섭했지만 같은 이야기를 반복하면서 입장차를 확인했을 뿐 100여 개 단협안 조항 중 단 한 개 조항도 합의에 도달하지 못 함.
- '합법'이라는 외피를 쓰고 법을 악용하여 노동조합과 조합원들을 지키게 만들고 단체교섭을 무의미하게 만들어 옴.
- 이 와중에 노동조합이 단체교섭에서 제기한 시간외수당, 명절 휴가, 임금 등에 대해 어용 노사협의회 통해 논의, 결정 사항 공지

### 4) '단체교섭권'의 취지를 무색케 하는 사측의 단체협약안

#### 가. 단체교섭은 노동자의 권리 보호를 위한 제도

- 단결권, 단체교섭권, 단체행동권이 헌법으로 보장된 이유는 개별 노동자가 사용자에 대해 자기 권리를 온전히 주장해 관철하는 것이 불가능한 현실을 인정한 것
- 따라서 단체교섭은 노동자의 권리를 보호하기 위한 기본적인 노동3권 중 하나



- 그러나 씨앤앰 사용자는 단체협약을 통해 오히려 노동권 제약, 노동조합 통제를 제도화하려는 시도를 계속 하고 있음.

#### 나. 회사측의 단협안 중 노동조합 활동에 관한 주요 내용

- 조합 활동은 취업시간 외로 한정, 회사 밖에서 활동할 시 회사를 비방하는 활동을 해서는 안 된다.
- 게시물·인쇄물 게시 또는 배포 시 회사의 사전 승인을 받을 것, 승인받은 게시물 1부를 회사에 미리 제출할 것
- 전임자에 관한 조항 없음.
- 조합활동을 위해 회사 시설이나 장소 사용 시 회사의 사전 승인 얻을 것
- 업무에 영향을 미칠 수 있는 조합의 전반 활동 회사에 문서로 사전 통지할 것 (노동조합 초기 사내 전상망을 통해 노동조합과 관련된 메일을 발송했다는 이유로 지부장, 부지부장의 1회당 메일 발송 대상자 수 제한한 바 있음.)
- 교섭 대상은 임금 및 근로조건, 작업시설 및 환경, 복리후생, 단체협약 개폐에 관한 사항으로 제한
- 회사측 교섭위원은 '회사가 선임한 사용자'로 규정 (추후에도 대표이사 불참 가능성 열어놓음)
- 교섭 시간은 근무시간 외, 교섭 장소는 사업장 및 노조 사무실 제외한 제3의 장소로 할 것
- 조정 신청 시 상대에 미리 통보할 것, 조합이 쟁의행위 돌입 시 7일 전까지 회사에 통보할 것
- 쟁의기간 중 금지 행위 10가지 열거하고, "이를 어길 시 회사는 손배 및 해고할 수 있음"
- 대체근로 사용, 안전보호시설 종사자 쟁의행위 참가시 신규채용이나 대체근로 사용 가능
- 노동위원회 조정에도 불구하고 타결되지 않을 때에는 어느 일방이 중재를 신청할 수 있고, 중재에 회부된 경우 그 날로부터 15일간 쟁의행위 금지
- 경비업무, 전산업무, DMC(Digital Media Center)·HeadEnd·Network 업무 종사자, 전송망업무, 장비/자재업무 종사자에 대해 쟁의행위 금지 대상으로 규정(이 규정대로라면 사실상 씨앤앰 조합원의 대부분이 쟁의 행위 금지 대상)하고 이를 어길 시 해고 등 징계할 수 있음.
- 비상사태 발생 시 지체없이 쟁의행위를 중단하고 회사의 지시에 따라 비상 사태에 대처해야 한다.
- 단체협약 만료 후 새로운 단협 체결을 위해 교섭했음에도 불구하고 타결되지 않을 때 기존 협약은 만료일로부터 3개월까지만 효력을 갖는다. (3개월 동안만 교섭 지

연하면 무단협 상태로 갈 수 있음.)

#### 다. 회사측 단협안 중 노동조건에 관한 주요 내용

- 인사위원회 관련 규정은 취업규칙에 따름. (사용자가 운영하는 기구)
- 연봉 및 근로조건 누설, 연대보증 등으로 임금 압류 등도 징계 사유에 해당
- 비정규직 채용, 적정인력, 인사평가, 승진/승급 등 인사 관련 조항 대부분 없거나 '취업규칙에 따른다'로 명시.
- 경영상 이유에 대한 해고 조항도 취업규칙과 동일한 내용 (통상임금 30일분 지급하고 즉시 해고 가능 등)
- 노동시간, 연장/야간/휴일노동, 비상출근, 복리후생 조항 다수에 대해 "취업규칙에 따른다" 또는 "회사가 별도로 정한다"로 명시함으로써 단체협약의 효과를 무력화하고 회사가 독단적으로 결정하겠다는 의지를 계속 드러냄.

라. 노동조합 및 노동자에 대한 권위주의적, 전근대적 태도를 굽히지 않고 관철하려 함.

### 5) 부당노동행위 및 노동조합 활동 탄압의 사례

#### 가. 씨앤엠 강남본부 조합원들에 대한 비상식적 중징계

- 서초A/S 노동자들이 인원 감소로 인한 과도한 노동강도를 호소하며 인력 충원을 요구하자, "강남본부 조직 개편을 통해 해결하자"면서 6월 30일 인사발령 조치 발표 (바로 다음 날인 7월 1일 이동하도록 명령)
- 사전 면담 진행하지 않음. 3개월 전에 업무 변경된 직원에게 원래 보직으로 되돌아가라는 내용, 서초 A/S 적정인력 확충에도 실효성이 없을 뿐 아니라 다른 업무에도 차질이 우려되는 내용 등 일부 팀장들조차 "이해 안 된다", "결끄러운 사람들 다른 데로 보내는 것 아니냐" 등의 반응을 보인 일방적, 비합리적 인사 조치
- 강남본부 조합원들이 강남본부 기술센터장에게 인사조치의 근거 등에 대해 해명을 요청하기 위해 센터장실 방문. 이 자리에서 윤현조 기술센터장은 니퍼로 책상을 찍고 휴지통을 발로 걷어차며 핸드폰을 내던지는 등 폭력적 언행을 보임. 이에 따라 본사의 인사권자를 만나야겠다고 판단한 조합원들이 다음날 아침(근무시간 전)에 본사에 찾아갔으나, '인사권자'라 할 만한 관리자 면담 성사되지 못한 채 인사팀장과 통화로 "면담 주선해달라" 부탁하고 근무시간 전에 업무지로 돌아감. 조합원들의 징계를 막기 위해 일단 발령지로 이동해 이후 계속 인사발령 철회를 요구하지는 노동조합 방침을 이미 정한 바 있음.
- 기술센터장실 및 본사 찾아간 조합원들 인사위원회 회부해 '집단행동', '인사명령 항

거' 등의 이유로 정직 3개월 1명, 정직 1개월 4명, 감봉 5명, 견책 10명이라는 중징계를 내림.

- 징계 결정이 공지된 사내 게시판에 직원들이 '부당하다'는 내용의 댓글을 달자 개별 면담을 통해 '글을 삭제하지 않으면 징계받을 수 있다'며 협박, 그럼에도 불구하고 징계를 비판하는 댓글이 계속되자 아예 댓글 달기 금지.
- 기술센터장의 폭력 행위에 대해서는 어떠한 제재도 없었음. 이후 기술센터장은 조합원들에게 만취 상태에서 전화해 "끝까지 괴롭혀 주겠다" 등 폭언. 정직을 당한 후 어머니 병간호를 위해 고향에 잠시 내려가 있는 조합원에게 전화해 욕설, 폭언을 해 병환 중인 어머니가 응급실에 실려가기도 함.

#### 다. 7월 15일 촛불문화제 참석을 조직적으로 방해

- 그동안 조합 행사 및 모임을 사전 공지할 때마다 회사 측의 방해 행위가 있어 비밀스럽게 진행하다가, 처음으로 공개적으로 일정을 공지하고 조직한 집회였음.
- 갑작스럽게 오후 5시 30분에 회의 일정 잡기, 다른 요일에 개최되던 정기 회의 일정 변경, 전 지점 팀별 회식 공지 등 (부당노동행위가 우려되어 노동조합에서 협조 요청 공문을 보냈음에도 불구하고)
- 조합원들이 회식에 참석하지 않고 집회 참여하려 하자 일부 관리자들 "다리를 부러뜨려서라도 못 가게 해라.", 조합 간부들에게 "조합원 몇 명만 꺾겨라" 등 발언

#### <지점별 7.15 촛불문화제 참석 방해 행태>

지점	내용
경기	회식 실시
본사, 물류센터	회식 실시
강남본부 (강동,송파,서초)	- 회의 및 회식 실시 : 본부장이 직접 본부 인원 전체 메일보냄 - 원래 낮 시간에 계획되어 있던 협력사 미팅 시간을 변경하여 오후 협력사 방문 후 미팅 및 회식으로 변경
경동	- 주간업무회의를 17시 20분 진행하고 회의 장소를 식당으로 선정
중부분부 (마포,용산,중앙,서서울)	- 기술팀 17시 회의 및 회식 선정 (전날 저녁 8시 30분 경 전체 팀원에게 메일 발송) - 마케팅팀 : 중앙지점 - 해외여행 실시 (하반기로 계획되어 있었지만 서둘러 문화제에 맞춰 실시) : 서서울지점 - 수일 전 팀 단합대회(7월 9일~10일)를 진행했음에도 불구하고 갑작스럽게 회식 실시

	:용산, 마포지점 - 회식 실시
동부분부(노원,중랑,동서울,북부)	- 마케팅 담당에게 설치 업무 강제 부여하는 등 정시퇴근 불가능하게 업무 지시
우리지점	- 업무 과다 부여
구로지점	- 회식 실시

<중부분부에서 촛불 문화제 전일 퇴근 후 급하게 보낸 회식 공지 메일>

FW: 중부분부 기술센터 하반기 품질개선안에 대한 회의 및 저녁식사

보낸사람 : 지인웅 <widisdnd@naver.com>  
 보낸날짜 : 2010년 7월 17일 토요일, 10시 58분 03초 +0900  
 답장받는주소 : 지인웅 <widisdnd@naver.com>  
 받는사람 : <xx1328@hqrmail.net>

-----Original Message-----  
 From: "허대현" <rich123kr@cnm.co.kr>  
 To: "widisdnd@naver.com" <widisdnd@naver.com>  
 Cc:  
 Sent: 10-07-14(수) 21:34:38  
 Subject: FW: 중부분부 기술센터 하반기 품질개선안에 대한 회의 및 저녁식사

늦은시간에 발송된 메일이라 확인 못하셨을 듯 해서 전달드립니다.  
 품질개선에 좋은 방안 생각해 오세요. ^^

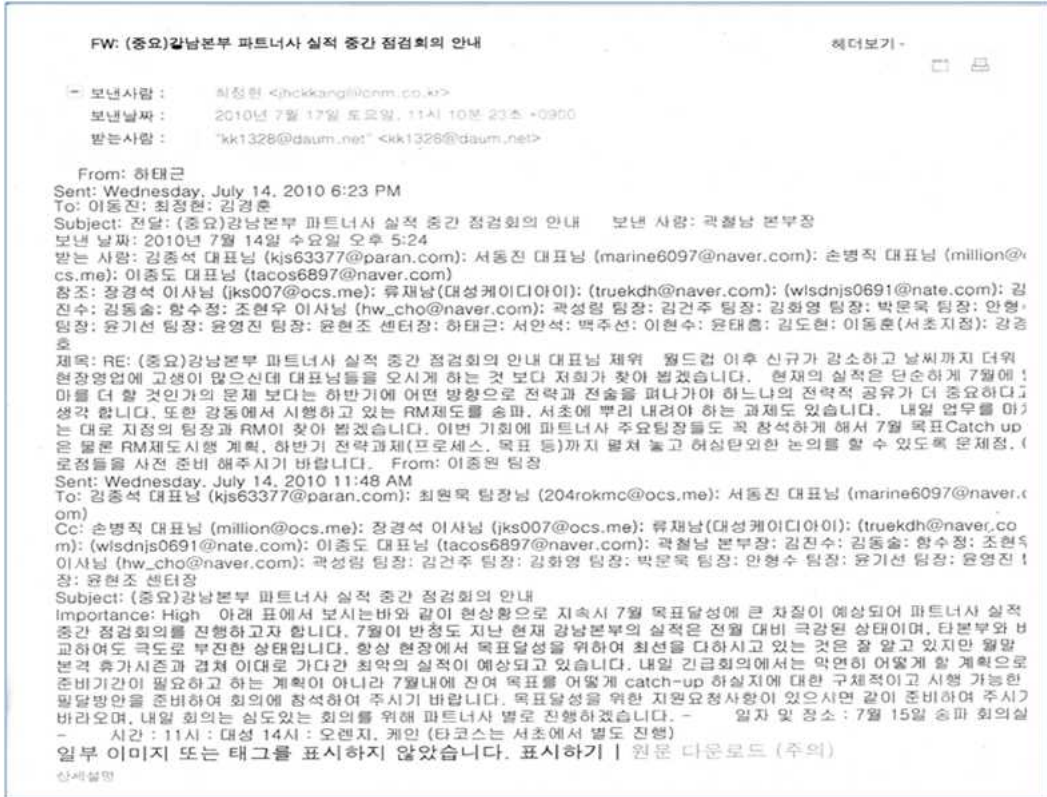
**From:** 오남주팀장  
**Sent:** Wednesday, July 14, 2010 8:22 PM  
**To:** 김기성; 김성수; 김종철; 서광순; 손시관; 손용남; 양현석; 오세원; 이근수; 이승희(중부분부); 이영복; 이정남; 임세영  
 장형광; 정상영; 조연희; 지인웅; 최순남; 최영환; 최정일; 최준조; 권웅섭; 한선주; 허대현; 황기훈  
**Cc:** 김태오 센터장; 김재성팀장  
**Subject:** 중부분부 기술센터 하반기 품질개선안에 대한 회의 및 저녁식사

영일(15일) 오후 5시에 용산사옥 5층 회의실에서 기술 센터 회의 진행합니다  
 참석자는 중부분부 기술센터 전 직원이며, 회의 내용은 하반기 품질개선에 대한 개선방안입니다  
 H/E, 경수, 전승양 및 협력업체 등 품질개선에 좋은 방안생각하기 바라며,  
 회의 후 저녁식사 할 수 있도록 장소 확보하였습니다

참고 : 16일, 17일 C&M 기술부문 상반기 실적 및 하반기 개선방안에 대한 Workshop이 예정되어 있습니다

일부 이미지 또는 태그를 표시하지 않았습니니다. 표시하기 | 원문 다운로드 (주의)  
 상세설명

## <강남본부 회의 및 회식 변경 공지 메일>



### 6) 투기자본의 태도 - “노사관계? 먹고 튀면 그만이지.”

#### 가. 노사관계에 관심 없음 내지 무책임한 태도

- 투기자본은 씨앰을 매각해 이익을 챙긴 후 떠나면 그만. 씨앰의 장기적 발전을 위한 투자, 올바른 노사관계 정착 등에 관심이 없음.
- 다만, 매각 시 높은 가격을 위해 노동조합 파괴 또는 최소한 무력화 시도.
- 경영진은 투기자본의 하수인일 뿐 스스로 노사관계에 대해 판단하고 대처할 권한도 능력도 없음. 노사관계 파행에 대해 수습하려는 의지를 전혀 보이지 않는 무책임한 태도로 일관

#### 나. 교섭 거부보다 못한 형식적 교섭

- 교섭을 아예 거부하면서 탄압하는 것이 아니라, 교섭을 지연시키고 상식 이하의 안을 제출하면서 조합원들을 지치게 하고 ‘노동조합이 회사에 대항해 얻어낼 것 없다’

는 인식을 펴뜨림.

- 단협안에 포함된 내용, 교섭 중인 사항 노동조합이 진정을 제출한 사항(임금, 시간외 수당, 명절연휴, 동호회 지원 등)에 대해 노사협의회를 통해 별도로 논의해 결정. → 노동조합보다 오히려 노사협의회를 통해 논의할 때 얻을 게 더 많다는 인상을 심어 줌.

#### 나. 투기자본-김앤장의 결합

- 합법의 외피를 쓰고 노동조합 무력화 기도, 조합원 활동 위축