

東友

【社是】

민족의 표현기관으로 자임함
민주주의를 지지함
문화주의를 제창함

2018년 5월 8일 화요일
제221호

발행인

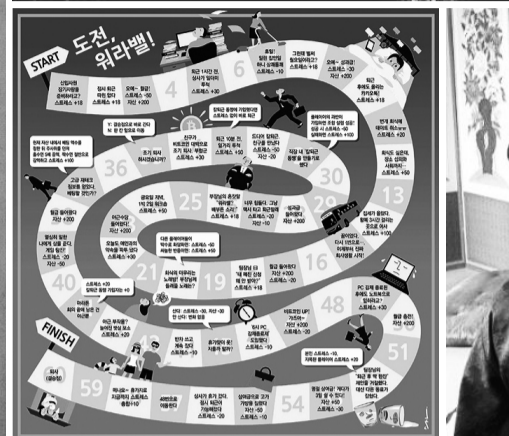
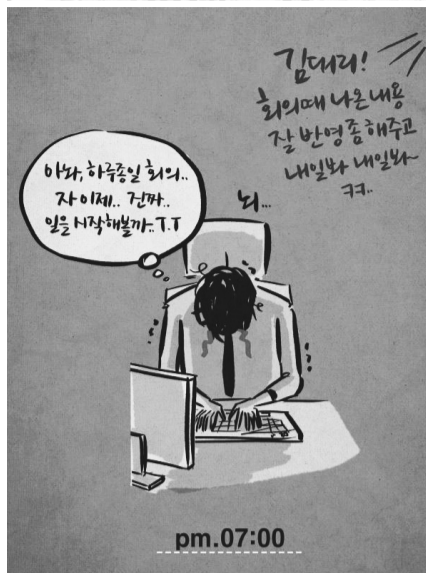
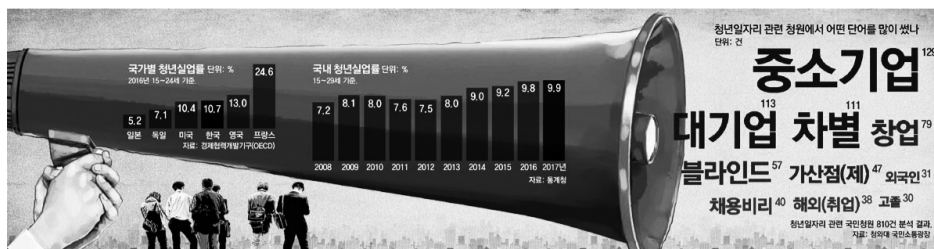
김재호

편집위원

- 권해정(동아PDS)
- 김민지(동아E&D)
- 김석호(마케팅본부)
- 김영환(AD본부)
- 김종석(채널A 보도본부)
- 구희인(출판국)
- 남형주(재경국)
- 박형순(동아에드넷)
- 빈정훈(동아MD)
- 양형모(스포츠동아)
- 유성열(편집국)
- 이정애(동아사이언스)
- 이종원(문화사업본부)
- 이태윤(동아이지에듀)
- 정기성(동아닷컴)
- 정소림(경영지원국)
- 조현성(동아프린테크)
- 최한나(미래전략연구소)

(가나다순)

제작 : 경영총괄팀(구내 0636)



누구나 공감하고 공유하고 싶은 소재는 애니메이션으로 제작해 유튜브에 업로드하고, 동료들과 함께 나누고 싶은 워라밸 주제는 쉽게 즐길 수 있는 보드게임으로 만들었다. 동아의 콘텐츠는 플랫폼과 형태를 가리지 않고 가장 '잘 전달되고 가슴에 와 닿는' 방향으로 진화하고 있다.

무릎을 탁 치게 만드는 '동아의 텔링 콘텐츠'

며느리가 쓰고 편집하고 디자인한 '新禮記' 공감 폭발 생활밀착형-진화하는 콘텐츠로 독자 눈길 '꼭'

2018년 3월 30일, 동아일보의 지면이 달라졌다.

지면 활자 크기가 기존 10포인트에서 11포인트로 커져 읽기 쉽고 한결 시원해졌다. 지금까지 한국 신문에서 볼 수 없던 가장 큰 본문 활자 크기다. 기사 본문의 가로폭도 34cm에서 36cm로 넓어졌다. 독자들이 좀더 편하게 우리 콘텐츠를 즐길 수 있도록 하기 위해서다.

단지 지면 편집이 시원해지고 읽기 편해진 데 그치지 않는다. 동아의 콘텐츠도 플랫폼 구분을 뛰어넘어 변신하고 있다. 빠른 속도로 바뀌는 사람들의 생활 스타일, 더 세분화된 취향과 관심사를 반영해 오늘도 광화문에선 독자에게 친절하게 다가가고, 독자가 찾아서 읽고, 자발적으로 공유하는 '텔링(Telling) 콘텐츠'가 만들어지고 있다.

클릭을 부르는 '공감 콘텐츠'

기사가 업로드될 때마다 폭풍 클릭을 부르는 '새로 쓰는 우리 예절 新禮記(신예기)' 시리즈는 3월 30일 제사를 주제로 첫 선을 보이기 전부터 사내에 화

독자에게 친절하게 다가가고 독자가 찾아서 읽고 자발적으로 공유

제였다. 취재팀에는 “나쁜 며느리” 시리즈가 나온다면서? 나 할 말 있어!”라며 제보가 쏟아졌다.

취재와 기사 작성에는 해당 주제를 생생하게 풀어낼 수 있는 기자들이 직접 투입됐다. 며느리이자 아내인 기자가 취재하고, 쓰고, 편집하고, 그래픽을 디자인한 덕분에 기사들이 생생하게 살아 움직였다. 제사·폐백·시덕 호칭 문제 등 매 시리즈마다 독자의 공감을 자아냈다. 각 포털 등 온라인 조회건수는 기사가 나올 때마다 80만~126만 건을 기록했다. 명확한 타기팅이 명쾌한 이야기들을 꼬집어낸 것이다.

'신예기' 시리즈는 다양한 글쓰기 방식으로도 눈길을 모은다. 직원이 사장

에게 보내는 편지, 하늘나라에서 시중 조모가 보낸 편지, 병풍귀신이 전하는 콩트 같은 상황 등을 설정했다. 또 청첩장을 어디까지 돌려야 할지에 대한 고민과 예비부와 부모의 엇갈린 주장을 한 눈에 볼 수 있게 정리한 애니메이션을 넣기도 하는 등 영상물과의 접점도 확대했다.

직접 해보는 '밀착 콘텐츠'

'청년화성기' 시리즈도 정부의 청년고용 정책의 수혜자라고 할 수 있는 청년들의 입장에서 들여다보자는 취지에서 시작했다. 청년들은 일자리 프로그램인 취업성공패키지가 지속적이고 실질적인 일자리 제공에 도움을 주지 못한다는 속내를 털어냈다. “우리가 생각하는 좋은 일자리는 단순히 돈만 많이 주는 곳이 아니다”란 청년들의 목소리가 공감을 자아냈다.

사람들이 일상에서 늘 느끼지만 자칫 중요하지 않다고 간과할 수 있는 것들을 기자가 직접 체험하는 '생활 밀착형 콘텐츠'도 늘었다. 미세먼지가 자욱해 너도 나도 마스크를 쓰던 4월 초, 편집국 조건의 기자는 직접 미세먼지 마스크를 착용해 성능을 검증하고, 시연을 통해 올바른 사용법을 동영상으로 전달했다. 이 동영상은 포털 등 온라인에서 100만 건을 기록했다. 이 밖에도 동료

자전거 도로가 개통되자 실제 자전거로 그 도로를 달려보고, 초등학교 보안이 문제가 되자 실제로 초등학교들을 방문해 보안이 부실한 실태를 그대로 보여 주기도 했다.

변화를 멈추지 않는 '진화하는 콘텐츠'

1월부터 3월까지 연재한 '워라밸을 찾아서' 시리즈는 웹툰과 뉴스의 콜라보레이션에 이어 독자가 직접 워라밸 수준을 점검할 수 있는 '도전! 워라밸' 보드게임을 개발해 최초로 독자참여형 게임을 전면으로 지면에 실기도 했다.

오피니언면에도 새로운 코너들이 생겨났다. 3월엔 '고양이 눈'이란 이름의 사진 코너가 등장했다. 기사화되지는 않았지만 날씨, 최저임금, 가족 등 다양한 분야에 대해 차분하게 생각할 기회를 제공하는 것이 특징이다. 사진 한 컷을 놓고 다양한 생각을 적는 인스타그램의 신문 버전인 셈이다.

또 4월 10일부터 짧은 층이 많이 쓰는 말을 풀이한 '급식체를 아시나요'란 코너도 시작했다. '문정(문화재편)' '갑분싸(갑자기 분위기 싸해진다)' 등 기성세대가 알아듣기 힘든 말을 친절하게 설명해 세대간 소통에 보탬이 되고자 하는 취지에서 만들어졌다.

경영전략실 경영총괄팀 강은지 편집국 정책사회부 임우선

동아의 콘텐츠가 우리의 마음을 두드립니다.

우리는 매일 다른 얼굴로 세상과 마주합니다. 텍스트로, 영상으로, 게임으로, 웹툰으로... 동아일보와 채널A가 만드는 콘텐츠의 형태는 진화를 거듭하고, 콘텐츠의 깊이도 날달라지고 있습니다. 동아의 텔링 콘텐츠가 성장하는 이면에는 자신의 전문성을 확장하는 프로 크리에이터들의 열정과, 미디어경영직 신입사원들이 품고 있는 꿈이 있습니다. 동아일보의 사상 첫 기협축구대회 3연패도 진심으로 축하합니다.

東亞日報

서울 중로구 청계천로 1 동아일보사

콘텐츠 전달 방식도 감동적으로

평창 티켓 구매자에 '방한대책 e메일'... 상식 갯 진화

'더 필요한 독자에게, 그리고 동시에 더 많은 독자에게.'

편집국 디지털뉴스팀은 동료들이 공을 들여 만든 콘텐츠들이 이런 방향으로 뻗어갈 수 있도록 역량을 집중하고 있다.

평창 올림픽과 패럴림픽(장애인 올림픽) 뉴스레터가 대표적인 성공 사례다. 이 대회 입장권을 구입한 모든 관중은 방한 대책을 소개한 동아일보 기사가 들어간 안내 e메일을 받았다. 디지털뉴스팀이 편집국 스포츠부, 경영전략실 미디어플러스팀과 협조해 대회 조직위원회를 움직인 결과다.

콘텐츠에 생명력 불어넣기

'패키징 서비스' 역시 타깃 딜리버리의 일환이다. 동아닷컴 홈페이지 오른쪽 상단에 떠 있는 '동아 아카이브(archives.donga.com)'에 들어가면 △신예기 △워크&라이프 밸런스(워라밸) △소수자 보호 △청년 실업 등 화제가 된 동아일보 기획기사를 몰아치기로 '정주행' 할 수 있다. 예전이라면 하루 이틀 만에 뉴스 가치를 잃었을 콘텐츠에 생명력을 불어 넣어 더 오래 독자와 만나도록 마련한 서비스다.

5판 기사 중 일부를 동아닷컴에 먼저 게재하고 포털 사이트에도 전송하는



기자가 자신이 등장한 동영상을 기사에 붙이는 '동아가 해봤다-현장 기자의 멀티미디어 스토리 텔링' 코너

'퇴근길 시리즈'는 '더 많은 독자에게'에 초점을 맞췄다. 전날 저녁에 많이 읽힌 기사는 다음 날 신문 기사에서도 많이 읽히는 선순환 구조가 나타나고 있다.

동영상 서비스 본격 가동

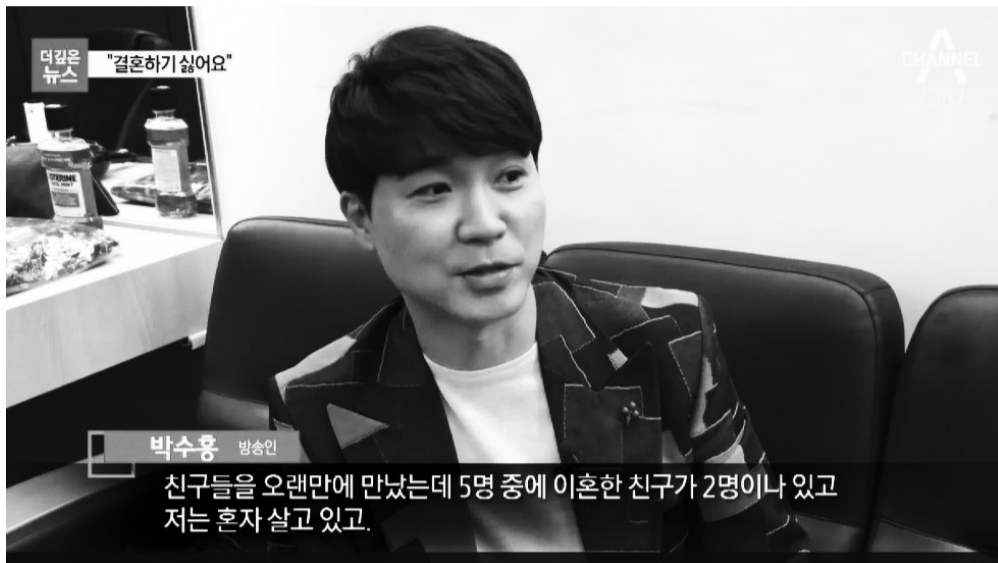
직접 찾아가서 찍고, 꼼꼼하게 편집하는 '동영상 서비스'도 본격 가동 중이다. 현재 기자 20여 명이 자신이 등장한 동영상을 기사에 붙여 '동아가 해봤다-현장 기자의 멀티미디어 스토리 텔링'

코너에 이름을 올렸다. 동료들이 '프로 크리에이터'로서 자기 브랜드를 갖춰갈 수 있도록 동아닷컴과 네이버에 기자 개인 페이지도 구축 중이다.

편집국 디지털뉴스팀은 앞으로 디지털 인센티브 제도를 개선해 적극적으로 참여하는 기자에게 더 많은 혜택이 돌아갈도록 할 방침이다. '찾아가는 디모(디지털 모바일) 컨설팅'도 진행 중이니 도움이 필요한 부서는 언제든지 연락을 부탁드린다. 편집국 디지털뉴스팀 황유진

누구나 한 번 보면 채널고정 '채널A 더깊은뉴스'

불법대출-화재사건 등 심층-다양성 갖춘 소재 발굴
전담 기자-PD-작가 팀으로 호흡 맞춰 디테일 강화



보도는 목격해야한다는 선입견을 깨서 화제가 됐던 '비혼 연예인' 박수홍 인터뷰.

4월 30일 채널A <더깊은뉴스> '특수 카메라로 본 미세먼지의 공포(김민지 기자)' 기사는 우리의 건강을 위협하는 미세먼지 실태를 생생히 전달하고, 정부정책에 대한 비판과 미세먼지 극복을 위한 새로운 대안까지 제시한 심층 보도였다. 미세먼지가 심각하다는 단편적 현상을 보도하는데 머물지 않고, 미세먼지가 미래 우리 사회에 미치는 영향까지 치열하게 고민해 얻은 결과물이었다.

2월 5일 '한국판 버닝 리포트' 나와야 한다(최주현 기자) 기사는 "관계자가 눈 크게 뜨고 한 자 한 자 읽어야 할 기사"라는 반응을 얻을 만큼 완성도 높은 보도였다. 1월 제천 스포츠센터 화재 이후 관련 보

도가 셀 수도 없이 쏟아질 때, '더깊은뉴스'는 단순한 화재 예방 수칙을 전하는 수준에서 한 걸음 더 나아가다. 소방 전문가 3명과 화재 안전 성적을 진단하고 미국처럼 범정부 화재 대책 보고서인 '버닝 리포트'를 만들 것을 제안하며 안전한 대한민국의 방향을 제시했다.

웰메이드 콘텐츠

채널A 보도본부 내에는 일반 리포트와 달리 3-5분 분량으로 심층 보도를 하는 '더깊은뉴스' 팀이 있다. 전담 기자 4명과 PD 5명, 메인작가 2명이 호흡을 맞춰 깊고 촘촘한 취재로 긴 러닝타임을 꽉 채운다.

'더깊은뉴스' 한 편을 만드는 데에는 적게는 5일, 길게는 2주의 시간이 걸린다. 그래서 매일 볼 수는 없다. 일주일에 3번 채널A의 메인뉴스인 <뉴스A>에서 선을 보인다. 취재의 양도 일반 리포트에 비해 몇 배 이상이다. 리포트 한 편에 출연하는 인터뷰이 수는 6-13명에 이른다. 보도의 깊이가 남다를 수밖에 없는 이유다.

뿐만 아니다. 보도본부 차원의 시사회도 거쳐야 최종적으로 시청자와 만날 수 있다.

매일 나가는 리포트가 아니다 보니 아이템 선정도 자유로운 편이다. 덕분에 다양한 주제에 천착해 '맘카페의 황포' 'SNS 광고의 실체' '속속 폐업하는 청년몰' '불법 대출' '가족끼리 경영하는 비영리재단' '노-노 간병(노인이 노인을 간병하는 것)' '청계천에 나타난 배스' 등의 '작품'을 빚어낼 수 있었다.



전담 기자 4명과 PD 5명
메인작가 2명이 호흡을 맞춰
깊고 촘촘한 취재로
긴 러닝타임을 꽉 채워



또 기사를 쓰고 난 뒤 변화가 있는지 확인하고, 문제가 개선될 때까지 취재와 보도를 계속하는 저널리즘 정신도 구현한다.

지난해 보도제작팀에서 근무한 변종국 기자(현 편집국 산업1부)는 청량리 재건축 사업에 조직 폭력배가 개입했고, 이를 바로 잡아야 할 일부 경찰이 연루된 점을 총 3차례에 걸쳐 문제제기했다. 이 보도로 서울 북부지역이 수사에 나섰고 피의자들은 현재 구속 기소돼 재판이 진행 중이다. 변 기자는 "일반 부서였

다면 하루하루 리포트를 막느라 취재하지 못했겠지만 긴 호흡으로 공을 들여 취재하다 보니 '청량리 시리즈'를 완성할 수 있었다"고 말했다.

보도본부에 퍼지는 역량

기존에 없던 새로운 시도도 이뤄졌다. 장소와 전문 배우를 섭외해 촬영하는 '고 퀄리티 재연' 화면은 시청자들의 방송 몰입도를 높인다. 기자가 어두운 스튜디오에서 이슈를 설명하면서 시작하는 스탠드업, 화려한 CG와 함께 자유롭게 이동하면서 진행되는 스탠드업 등 다양한 방식의 스탠드업을 선보였다.

3월 21일 방영된 '축의금 받고 비혼식, 결혼 안 할 래요(박건영 기자)'에서는 보도는 목격해야 한다는 사람들의 선입견을 깨고 '비혼 연예인' 박수홍을 직접 인터뷰해서 큰 화제가 됐다. 이는 공중파 예능 프로그램에서도 '박수홍=비혼'으로 화제가 됐고, 포털사이트 다음에서 댓글 수만 1300여 건이 달릴 정도였다.

보도본부 소속 기자들도 파견 형식으로 '더깊은뉴스' 제작에 힘쓰고 있다.

문화과학부 이다혜 기자가 제작한 '몸짱 유혹하는 독이 든 사과', 정치부 김도형 기자가 제작한 '멋대로 복원에 우는 미인도' 등은 기존 부서에서 진행하던 단독 취재를 발판으로 보도제작팀 PD, 작가와 손발을 맞춰 만든 수준 높은 보도다.

보도본부 보도제작팀 김유림



<더깊은뉴스>는 청계천 수중 촬영을 통해 포획한 외래어종 배스의 위험을 고발해 화제가 됐다.

“5년 후의 동아미디어그룹과 저의 모습은요...”

미디어경영직 신입사원 8명, 제주워크숍 '미래일기' 발표
'AYO의 자회사 독립' '글로벌 콘텐츠 협상' 등 눈길

'연간 1000억 원 규모의 채널A 스트리트패션 매출을 기록하고 전 세계 주요 도시를 뒤흔들며 콘텐츠 판매 계약을 따내는 야심만만한 협상가, 국제 공모전 수상 소식에 기뻐하는 디지털 채널 AYO(에이요)의 콘텐츠 제작자...'

동아미디어그룹의 미래를 이끌 신입사원들이 직접 그린 5년 후 자신들의 모습이다. 지난해 말 입사한 동아일보와 채널A 미디어경영직 새내기 8명이 4월 초 제주 워크숍에서 발표한 '미래일기'에 담긴 청사진이다.

입사 100일을 맞이한 이들에게는 워크숍에 앞서 본인이 맡고 있는 업무의 미래 목표를 상상해 보는 과제가 주어졌다. 8명의 시간여행자들은 각자 설계한 자신과 회사의 미래를 진지하면서도 자신만의 개성을 담아 소개했다.

신입사원들이 그려낸 2023년의 채널A는 글로벌 미디어기업으로 성장해 있었다. 해외 주요 콘텐츠 회사와 프로그램 공동제작을 추진하고, <도시어부>에 등장한 음식과 낚시여행, <하트시그널>의 게스트하우스 등을 상품화해 프랜차이즈 사업도 활발히 진행 중이었다.

인적자원(HR) 분야에서 새롭게 론칭한 'ICE MAN 프로젝트'는 혁신과 창의성, 기업이 정신의 영어 첫 자를 딴 이름

의 취지대로 동아미디어그룹 인재양성의 요람으로 맹활약하고 있었다. 인공지능(AI)을 활용해 경영 전략을 수립하고 채널A 콘텐츠를 활용한 가상현실(VR) 페스티벌을 주최하는 등 변화하는 미디어 환경도 반영했다. 전문 분야에서의 업무 성과와 함께 화목한 가정을 이룬 자신의 모습에 대한 소망도 담았다.

신입사원들은 새로운 업무에 적응하는 시기에 워크숍 과제 준비를 병행하면서 밤늦게까지 사무실에서 머리를 싸맸다는 후문. "일이 바빠 준비를 많이 못

했다"고 업살을 부르면서도 막상 제주 워크숍에 동행한 김재호 사장 앞에서 발표가 시작되자 중견사원 못지않은 화려한 프리젠테이션 실력을 뽐냈다.

이날 최우수상은 'AYO의 자회사 독립'이라는 야심찬 비전을 제시한 경영전략실 미디어플러스팀 정세교 매니저에게 돌아갔다. 우수상 수상자인 콘텐츠사업팀 박석희 매니저도 스트리트패션 브랜드 'Betow'의 몽골시장 진출 과정을 재치 있게 담아내 동료들의 큰 박수를 받았다. 경영전략실 인재경영팀 남하나



동아일보와 채널A 미디어경영직 신입사원들이 4월 4일 제주 워크숍에서 5년 후 자신의 모습에 대해 발표하고 있다.

혁신성장의 길을 제시한 '굿 서밋'



4월 17일 서울 여의도 FKI 컨퍼런스센터에서 열린 '2018 동아 이코노미 서밋'에서 패널들이 토론을 하고 있다.

'2018 동아 이코노미 서밋' 개최

동아일보와 채널A가 주최하는 '2018 동아 이코노미 서밋'이 4월 17일 서울 영등포구 여의대로 전경련 FKI타워에서 열렸다.

올해로 두 번째를 맞는 이번 포럼은 '다함께 꿈꾸는 혁신성장'을 주제로 문재인 정부 출범 이후 혁신성장 추진 상황을 점검하고, 성공적인 한국형 창업 생태계를 조성하는데 초점이 맞춰졌다.

기조강연자로 나선 홍종학 중소벤처기업부 장관은 한국경제의 구조적 문제를 해결하기 위한 새로운 경제모델을 제시했다. 한국 경제가 쇠락의 고리를 끊고 재도약하기 위해선 대기업이 창업 기업에 투자하는 개방형 혁신이

필요하다는 것이다.

대기업과 혁신 스타트업의 구체적인 동반성장 사례도 소개됐다. 이날 행사에는 손경식 한국경영자총협회 회장 등 재계 인사와 대기업, 스타트업 관계자, 유관 협회, 학계 전문가 300여 명이 참여했다.

특히 여야 5당 원내대표가 모두 참석해 눈길을 끌었다. 참석자들 사이에선 "요즘 국회의원도 5당 원내대표를 다 못 모으는데 동아일보와 채널A 덕에 다 모였다"는 덕담이 나오기도 했다. '2018 동아 이코노미 서밋'에 대한 뜨거운 관심과 동아일보, 채널A의 영향력을 확인할 수 있는 자리였다.

편집국 산업1부 신우경

동아일보 기협축구 사상 첫 3연패... “창간 100주년 5연패 목표”

(2020년)

전 경기 무실점... 통산 5회 우승 “똥똥 뭉친 DAMG 저력 확인”

동아일보가 한국기자협회 축구대회에서 사상 최초로 3연패를 달성했다.

동아일보는 4월 28일 서울 성북구 정릉 국민대 운동장에서 열린 제46회 한국기자협회 서울지역 축구대회 결승에서 ‘더벨’을 승부차기 끝에 3-1로 꺾고 3년 연속 정상에 올랐다. 이로써 동아일보는 1972년 제1회 대회에서 우승한 뒤 2011년, 2016년, 2017년에 이어 통산 다섯 번째 우승컵을 들어올렸다. 올해 대회에서는 신진우 기자가 대회 최우수선수상(MVP)을, 천광암 편집국 부국장이 감독상을 받았다.

지난해 대회 모든 경기에서 단 한 골도 내주지 않는 빈틈없는 수비력을 자랑했던 동아일보는 이번 대회에서도 공수에서 균형 잡힌 실력을 발휘하며 또다시 전 경기 무실점을 기록했다. 지난해 챔피언으로 1번 시드를 받아 1회전을 부전승으로 통과한 동아일보는 32강에서 비즈니스워치를 3-0으로 제압한 뒤 매일경제신문과 한겨레신문(이상 3-0), 머니투데이(2-0)를 잇달아 꺾고 결승에 올랐다.

동아일보 축구팀은 이번 대회를 앞두고 3월 첫째 주부터 매주 월요일과 목요일 오전 7시부터 9시까지 강도 높은 훈련을 소화했다. 비가 오는 날에도 체력훈련을 강행했다. 8년째 동아일보를 지도하고 있는 유동기 감독(BK기업은행 서울 잠실 엘스지점 부지점장)은 “고된 훈련을 잘 따라준 선수들의 열정이 3연패의 원동력”이라고 말했다.

사상 첫 대회 3연패라는 대기록은 동아 미디어그룹 전체가 하나가 됐기에 가능한



동아일보 축구팀이 4월 28일 서울 성북구 정릉 국민대 운동장에서 열린 제46회 한국기자협회 서울지역 축구대회에서 3연패를 달성한 뒤 트로피를 들고 환호하고 있다.

일이였다. 대회 기간 동안 김재호 동아일보·채널A 사장, 수습기자 등 동아미디어 그룹 모든 임직원들이 하나로 뭉쳐 아낌없는 지지와 응원을 보였다. 채널A 축구팀은 매주 목요일 동아일보 축구팀과 함께 연습을 하며 ‘신방 함께 축구’에 나섰고, 최강 전략을 자랑하는 동우 축구팀은 동아일보 축구팀의 실력을 한 단계 끌어올리는데 기여했다.

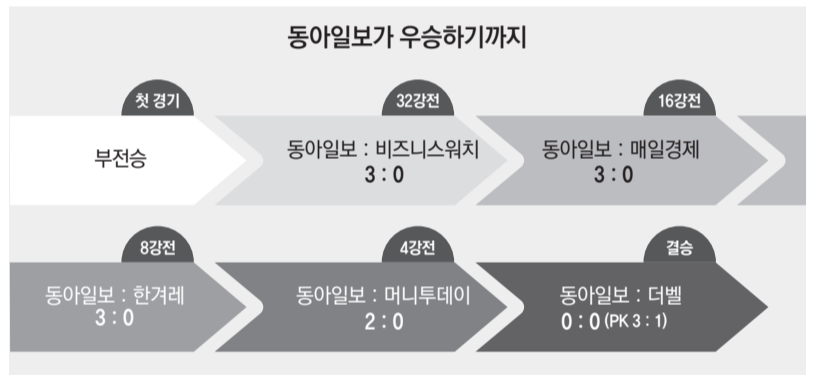
동아일보 축구팀에게는 새로운 목표가 생겼다. 동아일보 창간 100주년을 맞이하

는 2020년까지 연속 우승을 이어가 5연패를 달성하는 것이다.

이날 전 경기 응원에 이어 우승 뒤풀이 얘기까지 함께 한 김 사장은 격려금을 전달하면서 “오우동(5연패까지 우승은 동아일보)이다. 앞으로도 지원을 아끼지 않겠다”고 말했다.

한편 채널A는 32강전에서 한국경제신문에 아쉽게 패했지만 한층 발전된 기량을 선보여 다음 대회에서의 활약을 기대케 했다.

동아일보 축구팀 이호재



“열정만 갖고 오세요, 프로 크리에이터로 첫발!”

영상콘텐츠 감각 키우는 ‘모두의 크리에이터’ 교육 동영상 기획부터 촬영·편집 기술 등 폭넓게 선보여

“헤드룸(Head-room)을 충분히 주고 저를 바스트 샷(bust shot)으로 찍어보세요.”

카메라를 손에 쥐고 뷰파인더를 바라보는 교육생들의 눈빛이 반짝였다. 강사의 말이 끝나기 무섭게 이리저리 버튼을 직접 눌러보며 ‘화이트 밸런스’ ‘노출’ ‘심도’ 등 낯선 촬영 용어를 익혀보려는 움직임이 분주했다.

4월 19일 광화문 동아미디어센터 19층 회의실에서 진행된 ‘모두의 크리에이터(이하 모크)’ 첫 강의. 질문과 피드백을 수시로 주고받는 실습 교육이 활기차면서도 진지한 분위기 속에서 진행됐다. ‘모크’는 사내 구성원이 동영상 촬영 및 편집 기술을 익힐 수 있도록 지원하는 교육 프로그램이다. 영상 콘텐츠로 소통하는 것이 더 자연스러운 ‘유튜버 시대’를 맞아 영상감각을 익히고 나아가 직무에도 접목해보자는 취지로 기획됐다.

총 6주 과정의 ‘모크’는 △영상촬영 및 영상편집 실습 △디지털 콘텐츠 전문가 특강 △실전제작 등 3단계로 구성된다. 촬영 장비부터 영상편집 프로그램까지 모두 직접 다뤄보면서 기술을 습득한

뒤 이를 바탕으로 자신만의 콘텐츠, 일명 ‘MOC(My Original Content)’를 제작한다. 사전 기획 단계에서 영감을 얻기 위해 최근 트렌드를 짚어 줄 전문가와의 대화 시간 및 특강도 마련했다. 5월 말에는 출품된 콘텐츠들을 모아 ‘미니 영상제’도 개최할 예정이다.

‘모크’의 특징은 사내 동영상 제작 및 편집의 베테랑인 채널A 뉴스비전의 영

상취재팀과 영상편집팀이 직접 강사진을 꾸려 교육에 나섰다. 교육 대상자들도 국·실·본부장의 추천 절차를 거쳐 모두 14명(동아일보 소속 8명, 채널A 소속 6명)이 엄선됐다. 동영상 제작의 수요 및 활용 가능성이 높은 부서들을 중심으로 업무 시너지를 낼 수 있는 ‘프로 크리에이터’들이 집중 육성되고 있다.

경영전략실 인재경영팀 이현수



김기태 채널A 뉴스비전 영상취재팀장(왼쪽)이 4월 19일 오전 ‘모두의 크리에이터’ 수업 중 교육생들에게 촬영 방법을 설명하고 있다.

글로벌 방송축제로 빛난 채널A 콘텐츠

4월 9일부터 11일까지 프랑스 칸에서 세계 최대 방송·영상 마켓 MIPTV가 열렸다.

행사 기간 동안 미국, 중국 등 22개국 해외 바이어들이 설 새 없이 채널A 부스를 찾았다. <하트시그널 시즌2>, <나만 믿고 따라와, 도시 어부>, <우주를 줄게> 등 채널A의 다양한 예능 콘텐츠와 관련해 포맷 판권 구매와 IP(지적재산권)를 활용한 웹툰이나 드라마 제작 문의가 활발하게 이뤄졌다.

필리핀 공영 방송사 ABS-CBN은 <하트시그널 시즌1>의 필리핀 포맷 판권 구매 및 제작에 관해 문의해 왔다. 중국 최대 드라마 제작사 Huace Group은 예능이지만 드라마와 같은 서사구조를 갖고 있는 <하트시그널>

에 대해 “IP를 활용한 드라마를 제작해보고 싶다”며 특별한 관심을 보였다. 하반기 론칭 예정인 채널A 신규 드라마 <열두밤>에 대한 문의도 이어졌다.

MIPTV 사전 행사로 4월 7일부터 8일까지 이틀간 진행된 MIP Formats는 아시아 방송 포맷의 급격한 성장을 확인할 수 있는 자리였다. 일본 포맷 소개 세션에서는 인형들만 진행되는 심야 토크쇼, 극한 지역에서 야생동물과 셀카 찍기 대결 등 다양한 포맷의 방송이 소개돼 제작자들의 상상력을 한껏 자극했다. 그밖에 음악을 소재로 한 서바이벌 포맷과 남녀간의 연애를 다룬 데이트 포맷도 주목을 받았다.

칸=경영전략실 콘텐츠브랜딩팀 김수아
제작본부 제작팀 서동길



MIPTV 행사에서 채널A 경영전략실 콘텐츠브랜딩팀 손다혜 매니저(왼쪽)가 홍콩 바이어와 채널A 콘텐츠 판매 관련 상담을 하고 있다.

확장과 재연결의 뿌듯함을 함께~

“너두? 나두! 더불어 함께” 2018년 동아가족 확장 캠페인 실시 한사람 한사람 손길을 더해 완성하는 사원확장 재연결

동아일보 출판국과 동아사이언스가 4월 1일부터 동아미디어그룹 임직원을 대상으로 '2018년 정기간행물 사원확장대회'를 시작했다. 확장대회는 6월 30일까지 석 달간 이어진다.

다양한 이벤트 통해 뿌듯한 경험

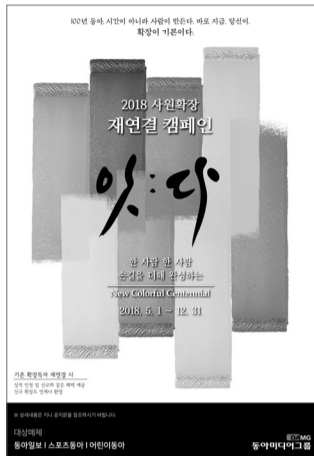
출판국은 대회 참여자 모두에게 확장사례금과 함께 천일염 소금을 선물한다. 실적이 우수한 동아가족에게는 상금과 푸짐한 상품을 증정한다. 신동아 주간동아 여성동아 등 정기간행물 100부 이상 확장자 중 총 실적 1위에게는 80만 원, 2위는 50만 원, 3위는 30만 원의 상금이 제공된다. 이와 함께 300부 이상 확장자

에게는 200만 원 상당의 여행용 상품권이, 200부 이상은 의류관리기, 100부 이상은 가정용 제습기, 50부 이상은 공기청정기가 별도로 제공된다.

동아사이언스의 경우 과학동아는 한부 확장 시 2만7000원, 수학동아는 1만7000원, 어린이과학동아는 2만8000원의 확장수수료를 지급할 예정이다. 특히 과학동아는 국내 최고의 경영전문 매거진 동아비즈니스리뷰(DBR)와 공동마케팅을 실시해 시너지를 높였다. 이들은 4월 21일 과학의 날을 맞아 콘텐츠를 맞바꿔 연재하는 콜라보레이션을 진행했다. DBR 4월 2호판 '스티븐 호킹의 일생'과 DBR 5월 1호판 '자율주행자동차 안전기술 어디까지 왔다', 과학동아 5월호에 실린 'BTS(방탄소년단)는 밀레니얼 세대의 새로운 경영 교과서' 등이 협업의 결과다. 또한 교보문고·YES24·인터파크·알라딘 등 4개 대형 온라인서점에서 DBR과 과학동아를 패키지로 판매했다.

지속적인 독자관리 '잇다' 시작

동아일보 마케팅분부는 5월 1일부터 사원확장 재연결 캠페인 '잇다'를 시작했다. 이 캠페인은 동아일보, 스포츠동아, 어린이 동아 등을 대상으로 신규확장과 재연결 독자를 모집하는 캠페인으로 12월 31일까지 계속된다. 신규 독자를 모



재연결 캠페인 포스터.

집하는 것 이외에도 약정기간이 지난 독자가 다시 연결을 할 수 있도록 장려해 지속적인 독자 관리를 이어나가자는 취지다.

사원들의 적극적인 참여를 독려하기 위해 다양한 지원책도 마련됐다. 확장자와 구독자에게는 구독료 및 확장사례금 혜택이 주어지고 신규확장과 재연결 부수, 유지부수 등에 따라 개별 시상도 한다. 동아미디어그룹 한 사람 한 사람의 손길을 더할 때 이번 캠페인이 더욱 빛날 수 있을 것이다.

확장부수 등록 및 재연결은 지니 홈페이지를 이용하면 된다. 자세한 내용은 지니 홈페이지 공지사항 참조. 확장 관련 문의는 출판국 마케팅팀(02-361-1092), 동아사이언스 미디어마케팅팀(02-3148-0741), 재연결 관련 문의는 마케팅본부(1577-7546).

출판국 마케팅팀 김성경
마케팅본부 지원팀 김석호



정기간행물 확장 캠페인 포스터.

찰흙 애니메이션 '월레스&그로밋' 전

예술가의 상상력이 영상으로 구현되는 과정 확인 기회



아드만 스튜디오의 대표 클레이 애니메이션 작품인 <월레스&그로밋과 친구들> 중 한 장면.

'월레스와 그로밋' '치킨 런' '플러쉬'...

미국 아카데미상 애니메이션 부문 4회 수상 경력에 빛나는 세계적인 클레이 애니메이션의 명가 '아드만 스튜디오'가 서울 나들이에 나섰다. '아드만 애니메이션전: 월레스&그로밋과 친구들' 전시가 동아일보 주최, 채널A 후원으로 4월 13일부터 서울 중구 동대문디자인플라자(DDP)에서 열리고 있다. 아드만 스튜디오 작품들이 아시아에 온 것은 이번이 처음이다. 세계에서 프랑스 파리, 독일 프랑크푸르트, 호주 멜버른에 이어 4번째 전시다. 이번 전시에서는 아드만 스튜디오의

드로잉과 스케치, 디지털 아트워크, 촬영세트, 클레이 애니메이션 인형 등 총 372점의 예술작품을 선보인다. 아드만 스튜디오의 초창기 작품부터 주요 캐릭터, 촬영 세트까지 애니메이션의 제작 과정 전체를 만나볼 수 있다. 예술가의 상상력이 영상으로 구현되는 과정을 확인할 수 있는 기회인 셈이다.

미취학아동(만 4-6세)과 만 65세 이상 8000원, 어린이(만 12세까지) 9000원, 청소년(만 18세까지) 1만2000원, 일반 1만5000원. 7월 12일까지. 문의 02-577-8415.

문화사업본부 문화기획팀 이덕규

새 식구를 소개합니다

이름 / 부서

- ① 출생연도
- ② 최종 직장
- ③ 입사 후 포부
- ④ 요즘 관심사

조은영 / 채널A 심의실 심의2팀

- ① 1977년
- ② SBS문화재단
- ③ 새 봄, 새로운 시작을 채널A에서 하게 되어 영광입니다. 도전을 멈추지 않고 항상 정진해 채널A에 꼭 필요한 사람이 되겠습니다.
- ④ 우선 채널A 조직 문화에 잘 적응하는 것, 그리고 광화문에서 다양한 행복을 찾는 것. 이 두 가지가 요즘 저의 관심사입니다.



발바닥 힘 키우는 '꼭꼭이 운동법'

발이 건강하지 못하면 혈액순환이 원활하게 이루어지지 않아 체내에 노폐물이 쌓이게 되고, 신체 기능이 전반적으로 저하됩니다. 특히 현대인은 걷는 시간이 줄어들면서 근력이 줄었습니다. 여기에 잘못된 걸음걸이, 비만 등의 요인까지 겹치면서 발 건강에 적신호가 켜졌습니다. 평소 발 건강을 지키기 위해서는 틈틈이 스트레칭을 해 발바닥과 장딴지 근육을 이완시켜야 합니다. 발 근육을 강화할 수 있는 동작을 자주 해주는 것도 도움이 됩니다. 이번 '몸신'에서는 발바닥 힘을 키우고, 발가락 관절과 발 근육 건강에 도움을 주는 '꼭꼭이 운동법'을 소개합니다.

먼저 의자에 앉은 상태에서 밴드를 두 번 접은 후 엄지발가락 아래 부분과 뒤꿈치에 대고 눌러줍니다. 밴드가 빠지지 않도록 발바닥 전체에 힘을 주며 밴드를 당겼다 놓는 동작을 반복합니다. 이때, 발바닥 힘이 약한 사람은 밴드가 튀어 올라 얼굴을 다칠 수 있으므로 정면을 바라보면서 동작을 실시합니다. 양쪽 발을 15회씩 실시해줍니다. 프로그램 홈페이지(tv.ichannela.com/enter/bodygod/concept)를 통해 자세한 운동법을 확인할 수 있습니다.

편성본부 콘텐츠편성전략팀 노수아



① 의자에 앉은 상태에서 밴드를 두 번 접은 후 엄지발가락 밑 부분과 뒤꿈치 부분에 대고 눌러줍니다.



② 밴드가 빠지지 않도록 밴드를 위아래로 당겼다 놓는 동작을 반복합니다.



③ 밴드가 튀어 오르지 않도록 발바닥 전체에 골고루 힘을 주면서 동작을 실시합니다.



④ 양쪽 발 각각 15회씩 실시합니다.

올해도 '애국심' 2만여 그루 나눠줘

동아일보 식목일 '무궁화 묘목 무료배포' 행사 성황

동아일보가 4월 5일 식목일을 맞아 서울 광화문 동아미디어센터 앞에서 무궁화 묘목 2만 그루를 시민에게 무료로 배포했다. 무궁화 보급 행사는 일제강점기 35년간 설움 받았던 나라꽃인 무궁화를 널리 알리고 가꾸기 위해 1985년부터 시작했다.

그간 묘목 배부 행사는 핫한 아이돌 그룹이 참여해 화제가 됐다. 이날 묘

목 배부 행사에도 인기 여성 아이돌 그룹 모모랜드 멤버들이 스페셜 게스트로 참여해 시민들로부터 큰 호응을 얻었다. 모모랜드는 "식목일에 뜻 깊은 행사에 참여할 수 있어서 영광"이라고 말했다. 묘목을 소지한 관람객들은 동아미디어센터 옆 신문박물관에 무료로 입장해 신문 제작 이벤트를 체험했다.

경영지원국 총무팀 이정주



인기 여성 아이돌 그룹 '모모랜드'는 4월 5일 서울 청계천로 동아미디어센터 앞에서 무궁화 묘목 나눠주기 행사에 참여했다.

