

▲ DAMG Start up - 2021

▲ DAMG Start up - 2021

▲ CHANNEL Start up - 2021

동아미디어그룹 스타트업 2021

2021년 동아미디어그룹 지향점 공유



▲ 동아일보 Start up - 2021

1월 26-28일 동아미디어센터 20층 CC큐브에서 열린 동아미디어그룹 '스타트업 2021'. 사흘간의 스타트업에서 동아미디어그룹 계열사 및 동아일보, 채널A 각 국·실·본부·센터 소속 총 31명의 발표자는 2021년도 사업계획과 지향점을 공유했다. 사진=편집국 사진부 장승운·송은석

“젊은 마음가짐으로 발빠르게 대응해 가치 있는 성장 동력 찾아야”

동아미디어그룹 스타트업 2021 개최... 김재호 사장, 생각의 혁신과 과감한 도전 강조

“새해 첫날 (신년사에서) ‘생각이 젊은 프로페셔널 조직’이 되자고 말씀드렸습니다. 젊은 마음가짐으로 변화하는 환경에 유연하고 또 빠르게 대응하는 것은 가치 있는 성장 동력을 찾는 길이기도 합니다.”

1월 26~28일 사흘 동안 동아미디어센터 20층 CC큐브에서 열린 ‘스타트업 2021’(연차보고)에서 김재호 동아일보·채널A 사장은 “(모든 발표자들이) 어려운 대내외 환경 속에서도 ‘가치 있는 성장 동력’을 만들어 나가겠다고 다짐해 주셔서 감사하다”며 이같이 말했다.

동아미디어그룹 계열사(1월26일), 동아일보(1월27일) 및 채널A(1월28일)의 실·국·본부·센터 책임자 31명은 “2021년 ‘3대 경영방침’에 따라 혁신을 이어 나가겠다”고 말했다. 3대 경영방침은 △가치 있는 성장동력 만들기 △연결된 동아 콘텐츠 유니버스 △생각이 젊은 프로페셔널 조직.

‘스타트업’이라는 회의 명칭은 ‘100년 동아 유전자를 유지하면서 동아일보 창간 당시의 벤처정신으로 모든 것을 새로 시작하자’는 취지로 지난해부터 사용하고 있다.

“우리만의 콘텐츠로 성장동력 마련”

사흘간의 연차보고에서 김 사장은 “동아미디어그룹 전체가 역량을 모으고 시너지를 만들어 성장 동력을 마련해야 한다”고 여러 차례 강조했다. 또 “올해는 그 역량을 제대로 발휘해야 한다”고 당부하기도 했다.

동아일보 편집국은 ‘수요자 중심’의 콘텐츠를 생산하기 위해 과감한 혁신을 해 나가겠다고 밝혔다. 온라인 독자 수요에 맞춰 낮 시간 온라인 뉴스 공급을 확대하고 숏 비디오를 활용하기로 했다. 높은 수준의 기사가 빠르게 독자에게 닿을 수 있도록 ‘특별임시(ad hoc) 조직’도 활성화한다. 1회 ‘증발’, 2회 ‘환생’ 시리즈와 관련해 제작과 출고 속도와 시기, 전달 방식 등 전 과정을 콘텐츠 소비자에 맞게 최적화하는 ‘래피드 퍼블리싱(Rapid publishing)’ 시스템을 구축하기로 했다.

채널A 보도본부는 채널A만의 뉴스 콘텐츠에 역량을 더욱 집중하겠다고 약속했다. 단독기사 발굴뿐 아니라 심층·탐사 기획에 힘을 쏟아 변화 ‘될 때까지’, 개선 ‘될 때까지’ 파헤치고 성과를 유도하는

보도를 하겠다고 다짐했다. 또 코로나19에 지친 국민들에게 희망을 준다는 취지로 일상을 되찾기 위해 뛰는 직장인, 자영업자 등의 모습을 집중 조명할 예정이다.

동아일보 논설위원실은 체계적인 데이터 분석을 통해 독자들의 호응도를 높이는 사실, 칼럼 등의 콘텐츠를 생산해 낼 계획이다. 출판국은 신동아가 올해 90주년을 맞는 만큼 공익적 가치를 지닌 다양한 기획을 진행하기로 했다. 미래전략연구소는 문제해결형 교육과 솔루션 포드폴리오를 확대해 새로운 성장 동력을 확보 하겠다고 밝혔다.

“콘텐츠가 연결되는 세계관 만들자”

올해 개국 10주년을 맞는 채널A의 제작 관련 본부와 센터의 각오는 분명했다. 그동안의 성공과 실패에 대한 분석을 토대로 길러 콘텐츠 제작에 집중해 채널A가 새로운 단계로 도약할 수 있도록 축적된 역량을 발휘하겠다는 포부였다.

〈프렌즈〉, 〈강철부대〉 방영을 앞두고 기대감을 높이고 있는 채널A 제작본부는 ‘채널A 콘버스(콘텐츠 유니버스)’를 구축하겠다고 강조했다. 특히 〈하트시그널〉

〈굿피플〉 〈프렌즈〉로 청년들의 사랑, 꿈, 우정 이야기를 잇는 ‘청춘 유니버스’를 만들겠다는 목표를 제시했다.

드라마센터에서 확대 개편된 ‘드라마플러스본부’는 드라마 기획안 검토 단계부터 세계관 확장을 유도하는 캐릭터의 창조와 연결에 집중할 계획이다. 일회성이 아닌, 지속 가능하게 이야기를 넓혀 갈 수 있는 드라마를 제작하겠다는 것이다. 이 과정에서 선택과 집중을 통한 퀄리티 중심의 드라마를 만들어낼 계획이다.

동아일보 문화사업본부는 ‘무거운 예술’을 탈피해 반려견 소재 사진작가 전시회 등 젊은 층의 관심을 끌만한 문화사업을 개발할 계획이다. 아울러 아이돌 가수와의 연계한 공익 캠페인도 진행할 예정이다.

“젊은 생각으로 혁신하자”

이번 스타트업에서는 ‘젊은 프로페셔널 조직’이 되기 위한 톡톡 튀는 아이디어도 쏟아졌다.

채널A 콘텐츠사업본부는 각 영업 인력을 하나의 브랜드로 양성하는 ‘스타 셀러(Star Seller)’ 프로젝트를 추진한다. ‘스포츠톨 1위’를 수성하고 있는 스포츠동

아는 주말판에서 ‘젊은 데스크’ 운영을 실험하며 수평적 문화로 전환을 꾀한다.

김재호 사장은 “코로나19로 2020년에 겪었던 어려움이 2021년, 2022년이 된다고 해서 완전히 나아지지 않을 수 있다”며 “코로나19가 바꾼 생활패턴, 업무방식을 또 다른 성장의 발판으로 삼을 수 있어야 한다”고 말했다. 김 사장은 ‘젊은 세대’와 ‘꿈과 희망’을 여러 차례 강조했다. “일제시대와 군사독재 시절 동아일보 역사를 돌아보면 우리는 항상 국민에게 희망을 주려 노력해 왔다”며 “지금의 동아미디어그룹도 ‘지금(기성) 세대가 미래 세대를 위해 무엇을 해야 하는지’를 꾸준히 기사화하고 콘텐츠화해야 한다”고 말했다.

동아미디어그룹은 사흘 간의 ‘스타트업 2021’을 철저한 코로나19 방역 속에서 진행했다. 발표자를 포함해 전원 마스크를 착용했고, 각 발표자 사이에 아크릴 재질의 비밀 차단막을 설치했다.

코로나19가 덮친 수습기자들의 겨울 “기사 쓰기도 언택트로 배워요!”

코로나 시대 수습 기자 교육법

2020년 입사한 동아일보 수습기자 9명과 채널A 수습기자 5명은 지난해 12월17일 편집국 사회부 사건팀과 보도본부 사회부 사건팀에 각각 배치돼 본격적인 ‘수습기자의 삶’을 시작했다. 예년 같았으면 대규모 집회 현장이나, 사람들이 북적이는 변화가 등을 종횡무진 누볐을 수습기자들은 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태 때문에 사뭇 다른 환경을 경험하고 있다. 그럼에도 ‘기자다운 기자’가 되기 위한 열정과 노력은 계속되고 있다. 초유의 사태를 맞은 동아미디어그룹 수습기자들은 어떻게 이 겨울을 보내고 있을까.

◆ 동아일보 편집국 ◆

수습기자들이 속칭 ‘마와리(경찰서나 병원 등을 돌며 사건·사고를 취재하는 일)’를 시작했을 무렵 코로나19 일일 확진자는 1000명을 넘나들었다. 위기감이 최고조에 달했지만, 무엇보다 수습기자들을 괴롭힌 것은 카페 매장 영업 금지라는 행정명령이었다. 이른바 ‘수습기자의 공유 오피스’ ‘수습기자의 안식처’로 불리던 카페를 이용할 수 없게 된 건 큰 타격이었다. 패스트푸드점이나 경찰서 민원실 의자는 그나마 상황이 나올 때였고, 정말 급할 때는 은행 자동화기기(ATM) 있는 공간 등을 취재 장소로 활용하기도 했다고 한다.

요즘도 오후 9시에는 카페 문을 닫기 때문에 그 이후 시간에 랩톱 컴퓨터(노트북)를 펼치고 앉아 있을 공간을 확보하기가 여전히 어렵다. 노트북을 사용할 형편이 도저히 안 되면 ‘엄지손가락 신공’을 발휘해 스마트폰으로 보고(報告)내용을 작성하기도 한다.

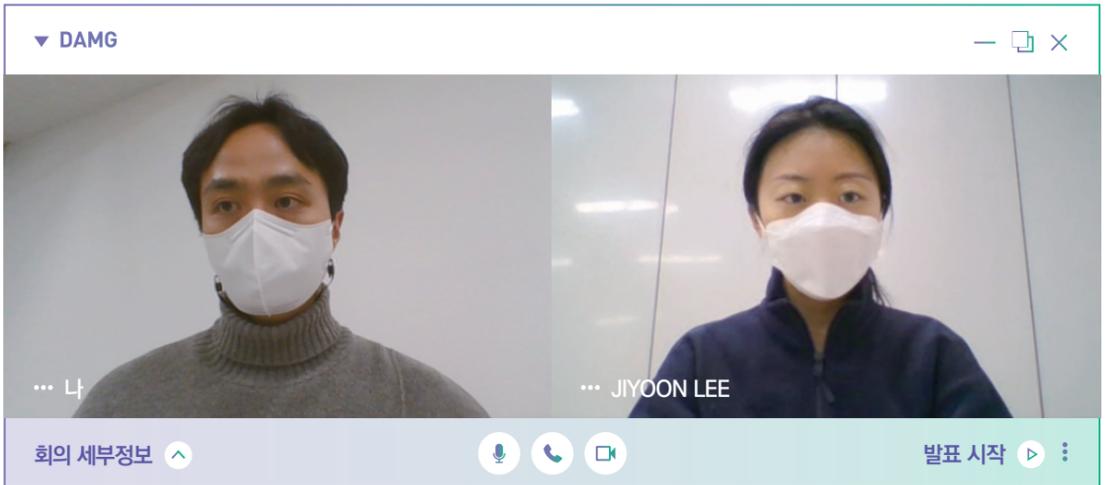
일부 경찰서나 지구대 경찰들은 코로나19 때문에 기자들을 ‘입구컷(입구에서 출입을 제한하는 일)’해야 한다고 손사래를 친다고 한다. “발열 체크는 하고 다니는 것이냐”라고 수시로 묻곤 한다. 코로나19 검사 결과 ‘음성’ 판정이 나온 것을 경찰들에게 보여줘야 하는 경우도 적지 않다. 이번 수습기자들이 선배기자들로부터 가

장 많이 듣는 ‘잔소리’는 “코로나19 조심하라”는 것이다. 마스크 상시착용 등 방역 지침을 철저히 지키고 있지만 가슴을 쓸어내리게 하는 상황이 예기치 않게 발생하곤 한다. 한 수습기자는 방문했던 지구대와 파출소에서 연이어 확진자가 나오는 바람에 두 달도 되지 않는 기간 동안 코로나19 검사를 네 차례나 받아야 했다.

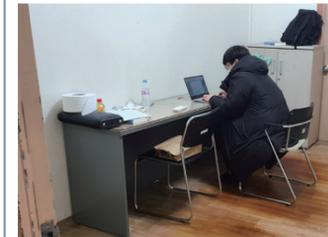
매일 오후 6시경 광화문 동아미디어센터 14층 사회부로 복귀해 선배기자들로부터 취재 및 기사작성 관련 교육을 받던 일과도 올해는 ‘언택트’로 바뀌었다. 선배들에게 모바일 메신저나 화상통화 등을 이용해 보고를 하고 피드백을 받는다. 한 수습기자는 “1진 선배가 전화 통화로 피드백을 주시는데 그 주요내용을 마치 취재하듯 꼼꼼히 메모했다가 복습하듯 스스로 개선해야 할 점을 확인한다. 물론 80% 정도가 혼나는 내용이다”라고 말했다.

수습기자는 ‘편집국의 뜨거운 젊은 피’다. 한 20년차 기자는 “해마다 이맘때쯤 수습기자들의 상기된 얼굴, 들뜬 목소리를 접하면서 ‘나는 저 시절의 열정을 그대로 간직하고 있는가’하고 돌아보곤 했다”며 “코로나19가 하루빨리 진정돼서 막내들의 열정을 직접 느낄 수 있으면 좋겠다”고 말했다.

편집국 사회부 권기범



편집국 사회부 사건팀 지민구 기자가 화상통화 애플리케이션을 이용해 이지윤 수습기자에게 취재 교육을 하고 있다. 코로나19로 인해 ‘회사 복귀 뒤 대면 교육’이 어려워져 일진기자들은 수습기자들에게 화상으로 취재 및 기사작성 교육을 하고 있다.



(위 사진부터)보도본부 권기범 수습기자가 전화통화를 이용해 오디오 교육을 받고 있다. 보도본부 전민영 기자가 취재 중 사용할 라텍스 장갑을 꺼내고 있다. 편집국 이기욱 수습기자가 낮시간 서초경찰서 2진 기자실에서 취재를 하고 있다. 코로나19가 있기 전에는 수습기자들은 낮시간에 2진 기자실을 이용하기 어려웠다.

◆ 채널A 보도본부 ◆

사건팀 배치 후 수습기자들이 처음 한 일은 방역키트를 가방 속에 넉넉히 챙겨두는 일이었다. 마스크와 라텍스 장갑, 손소독제를 세트로 묶은 방역키트는 ‘코로나19 시대’의 필수 취재장비.

취재현장에서 지켜야 할 지침 1호도 ‘철저한 거리두기’. 대면 취재보다는 전화나 화상 인터뷰를 활용하고, 불가피하게 취재원의 인터뷰 음성을 직접 녹음할 때는 라텍스 장갑을 착용해야 한다.

보고의 우선순위가 바뀌었다. 접촉했던 취재원이 진단검사를 받거나 자가격리에 들어갈 때는 그런 사실을 (취재내용보다 먼저) 즉시 보고하도록 했다. 지난달 중순 서울 성북경찰서에서 확진자가 나오자 이곳을 들렀던 A 수습기자가 곧바로 성북구청 선별진료소로 향한 건 이런 보고체계 덕분이었다. 검사 결과는 음성!

더빙룸에 같이 들어가 녹음하고 들어보는 식의 교육은 전화통화 방식의 코칭으로 대체됐다. 휴대전화로 녹음한 음성 파일을 전송하면, 선배기자들이 들어보고 톤과 어조, 속도, 발음 등 보완할 부분을 짚어주는 방식이었다.

모든 게 비대면으로 바뀐 건 아니다. 취재현장에서 영상 확보 방법, 컴퓨터그래픽(CG) 구성 및 제작방법, 영상편집을 염두에 둔 촬영기법 등 뉴스비전 협업 부서

와 시너지를 내기 위한 교육 프로그램들이 대표적이다. 이런 대면 교육도 방역지침을 철저히 준수하면서 진행하고 있다.

선배 기자와의 일일 대면교육은 ‘짧고 굵게’ 코칭하고 멘토링하는 방식으로 진행하고 있다. 물론 마스크 착용은 필수! 취재과정에서 상황별 대처요령이나 취재원을 대하는 방법 등 깨알 같은 취재 노하우를 전수하는 기회로 활용되고 있다.

코로나19 대응행으로 모든 게 답답해진 취재환경이지만 수습기자들이 일군 성과는 결코 적지 않다. 이용규 법무부 차관에게 폭행당한 택시기사를 만나 국내 언론 최초로 인터뷰를 성사시키는가 하면, 16개월 정인이 사망사건 당일 양모의 행태를 담은 CCTV 영상 입수까지...

보도본부 수습기자들의 활약과 성장은 오늘도 계속되고 있다. 한층 단단하고 성숙해질 그들의 모습이 기대된다.

보도본부 사회부 조영민



현장 취재 중인 편집국 김수현 수습기자.

킬러콘텐츠 현장에서 일복 터진 수습PD들... 빠른 업무 습득으로 엄지 척

멘토링 제도로 빠르게 성장

올해 수습PD들은 일복이 아주 많다. 수습 교육이 끝나자마자 <금쪽같은 내새끼>부터 신규 프로그램인 <프렌즈> <강철부대>까지 제작본부의 킬러콘텐츠에 각각 배치돼 현장에서 몸으로 부딪치며 배우고 있기 때문이다.

일복 덕분에 팀 배치 첫날부터 밤샘 편집은 기본. 누군가는 대설주의보가 내린 날 촬영 현장에서 추위와 싸우기도 하고, 누군가는 각종 소품을 사러 가본 적도 없는 곳을 혼자 누비고 다니기도 했다. 모 수습PD는 “일이 많을 줄은 알았는데 이 정도일 줄은 몰랐다”며 “상상 이상으로 PD가 신경 써야 할 것이 많다는 사실이 경이롭다”고 할 정도.

게다가 코로나19 시대를 맞아 수습PD

들에게 새로 생겨난 일도 있다. 촬영지마다 방역업체를 불러 방역 작업을 진행하는 일이다.

각 프로그램별로 방역 업체가 필요하다 보니 수습PD들끼리 방역업체 연락처를 공유하고, 같은 업체를 자주 부를 경우 할인까지 꼼꼼하게 챙기는 알뜰한 모습을 보이기도 했다.

물론 고생만 한 게 아니라 보람 있는 소득도 있었다. 또 다른 수습PD는 인턴 당시 과제로 부여받았던 ‘일반인 섭외하기’가 6개월여 만에 실제 섭외로 이뤄져 현재 촬영 중이다.

수습PD라면 한번은 거쳐야 하는 예고, 티저 제작을 모두 경험하며 ‘내가 만든 첫 작품’을 소셜네트워크서비스(SNS)에 공

유해 사내·외에서 격려도 받고 위로도 받고 있다.

올해 수습PD들은 인턴 시절부터 이어진 멘토링 시스템을 바탕으로 선배들과 고충을 나눌 수 있는 창구도 유지하고 있다. 멘토링을 통해 예년의 신입PD들보다 안정적인 회사 생활에 적응하고 PD로서의 업무도 더 빨리 배우고 있어서 ‘빠르게 성장할 것’이란 기대가 크다.

킬러콘텐츠 촬영현장에 투입돼 동분서주하며 일복이 넘치는 채널A 수습PD들. 수습 과정을 무사히 마치고 시청자들에게 좋은 프로그램을 선사해줄 날을 기대하고 기다린다.

제작본부 2CP 김수현



(위) 눈이 내리던 겨울날 선배 PD들과 함께 <프렌즈> 촬영현장에 투입된 김수현 수습PD(맨 왼쪽). (아래) <금쪽같은 내새끼> 현장에서 직접 촬영에 나선 김영진 수습PD.

CD, 콘텐츠 침범될 준비 완료

워밍업 막바지 CD제도



1theC스쿼드에 소속된 CD들이 웹드라마 '여름아 부탁해'(왼쪽)와 '할렘예측단'(오른쪽 위)을 촬영하고 있다. 수습CD들도 교육을 받으며 CD로 거듭날 준비를 하고 있다.(오른쪽 아래)

2020년 동아미디어그룹 신입 채용에선 이전에 찾아 볼 수 없었던 새로운 직군이 등장했다. 디지털 분야에서 프런티어 역할을 수행할 크리에이티브 디렉터(Creative Director), CD직군이다. CD는 제작PD, 드라마PD와 함께 콘텐츠 크리에이티브 부문에 포함돼 채용절차가 진행됐다.

2020년 채용연계형 인턴 전형을 통해 동아미디어그룹에 입사한 신입사원 26명 중 CD는 총 4명. 이들은 입사 이후 현재 현장 실무와 병행해 다양한 분야의 수습 교육을 받고 있다. 신입 CD들은 3월 중순부터 경영전략실 1theC스쿼드에 정식

배치될 예정이다.

1theC스쿼드에 소속돼 있는 CD들은 그동안 다양한 성과들을 남겼다. 총 조회 수가 각 200만 회에 육박하는 웹드라마 '사랑해 찌따', '여름아 부탁해' 등을 제작했다.

또 동아일보 강홍구 기자와 함께 제작한 '홀런원정대' 그리고 채널A 제작본부 '하트시그널' 팀과 협업해 만든 '할렘시그널', '할렘예측단' 등은 콜라보레이션 콘텐츠의 새로운 모델로 꼽힌다.

2021년 CD들은 새로운 변화를 모색할 예정이다. 그동안 주력해왔던 유튜브

콘텐츠 제작에 머무르지 않고 MZ세대(밀레니얼+Z세대)와 소통하며 다양한 플랫폼과 포맷에 새롭게 도전할 계획이다. 또 사내 디지털 역량 강화를 위해 콘텐츠 제작 가이드를 제공하는 등 폭 넓은 시도를 이어 나갈 예정이다.

특히 CD직군으로 처음 채용된 신입 CD들이 수습기간을 마치고 1theC스쿼드에 정식 합류하게 되는 3월, 1theC스쿼드가 'WonderC스쿼드'로 놀랍게 진화하길 기대해본다.

경영전략실 1theC스쿼드 박세진

새 성장 동력 찾을 '2021년 CoP'

• 2021년 CoP 현황 •

번호	CoP 명칭	활동 내용	대표자 소속 부서
1	International Affairs Studies(IAS)	국제 정세 심층 탐구	편집국 국제부
2	논점	학습 통한 사실 칼럼 전문성 강화	논설위원실
3	뉴미디어 이미지 콘텐츠 연구회	드론 보도사진 접목 가능성 확대, 초상권에 대한 이해	편집국 사진부
4	신사업 개발 연구회	코로나 언택트, 4차 산업혁명 시대 학습을 통한 수익모델 다각화	전략기획본부 신사업전략팀
5	디지털 전략 연구회	DAMG의 디지털화 촉진 방안 연구	편집국 디지털뉴스팀
6	DA Developer	보유자산 가치 증대방안 연구	경영지원국 자산관리팀
7	문송해도 괜찮아, 코딩이야	데이터저널리즘 등 새로운 형태의 방송 리포트 발굴	보도본부 디지털뉴스팀
8	저널리즘 A 연구소	팩트체크 저널리즘과 방법론 연구	심의실
9	데이터 내러티브 연구회	데이터 기반의 내러티브 스토리텔링 결합	편집국 사회부
10	플러스 콘텐츠 랩	플러스콘텐츠의 현황과 미래, 동아유니버시티와의 접목 방안 연구	콘텐츠플러스센터 크리에이션2팀

동아미디어그룹 CoP(Community of Practice)가 제도 운영 5년째를 맞아 '실행공동체'로서의 내실을 더욱 공고히 한다. CoP는 공동 학습한 내용을 실천에 옮겨 성과를 창출하는 공동체를 뜻한다. 올해 상반기에는 10개 조직이 활동하며 '가치 있는 성장 동력'을 만들기 위해 '365일, 24시간 공부하는 DAMG'를 보여줄 예정이다.

1월 인재육성위원회에서는 학습 목표의 타당성과 활동 계획의 구체성 등을 심사해 '데이터 내러티브 연구회'(동아일보 편집국 사회부)와 '플러스 콘텐츠 랩'(채널A 콘텐츠플러스센터 외) 2개 조직을 새로 승인했다. 지난해에 이어 올해도 계속 활동하게 되는 조직은 동아일보 논설실의 '논점' 등 8개다.

경영전략실 인재경영팀 윤성명

세계로 뻗어나가는 채널A '청춘 유니버스'

일본에 선판매, 웨이브와는 독점 계약



<프렌즈> 포스터



출연진의 일상을 담은 VCR을 보고 있는 <프렌즈> MC진

채널A 신규 예능 프로그램 <프렌즈>는 <하트시그널> 시리즈의 시즌별 출연자들이 다시 모여 그들의 일상과 우정, 연애 이야기를 담은 청춘 관찰 예능이다. 이들을 통해 청춘 남녀들이 어떻게 친구가 되고 사랑하며 살아가는지 유쾌하게 담아낼 예정이다. 청춘 남녀들의 일상을 지켜보는 <프렌즈>의 MC로는 이상민과 슈퍼주니어의 김희철 신동, 오마이걸 승희가 합류했다. 지난 1월 진행된 첫 녹화현장에 모인 4명의 MC들은 '하트시그널'의 시즌별 주인공들의 꾸밈없는 일상과 반전 모습을 담은 VCR을 보며 웃음이 떠나지 않았다는 후문이다.

미리 공개된 티저와 포스터를 접한 시청자들은 각자 다른 직업과 독특한 라이프스타일을 가진 이들이 보여줄 다양한

일상과 예측불허 '케미(호흡)'에 기대를 모으고 있다. 해외의 관심도 뜨겁다. 일본은 <프렌즈> 촬영이 시작되기 전부터 온라인 동영상 플랫폼 Abema TV 방영이 확정됐다. <하트시그널> 시즌3는 방영 당시 Abema TV 내 한국 콘텐츠 1위, 전체 콘텐츠 6위를 기록한 만큼 <프렌즈>에 대한 기대도 크다고 한다. 최근 북미지역에서 서비스되는 OTT 플랫폼 VIKI도 방영 계약을 맺어 <프렌즈> 열풍이 태평양 너머에도 전달될 예정이다.

콘텐츠밸류업팀은 온라인에서도 <프렌즈>를 매개로 친구들과 함께 놀고 소통할 수 있는 '놀이의 장'을 마련할 예정이다. 최근 트렌드가 된 MBTI 유형테스트와 같이 <프렌즈>의 프로그램 콘셉트를 반영한 '프렌즈 유형테스트' 개발을 준비 중이

다. SNS 챌린지도 진행한다. 인스타그램에서는 '프렌즈'만의 GIF를 개발해 '프렌즈' 이벤트를(가제)를 진행할 계획이다. 틱톡에서는 '프렌즈'의 MC 승희가 참여한 챌린지가 진행된다.

제작발표회에서는 최근 언택트 문화를 감안한 새로운 방식이 시도된다. <프렌즈> 출연자들이 각자의 집에서 '프렌즈 홈 파티'를 하는 콘셉트로 비대면 채팅 시스템 '줌'을 통해 한곳에 모일 예정이다. 화상 채팅으로 진행되는 비대면 제작발표회는 채널A에서도 최초로 시도된다는 점에서 더욱 색다르고 의미있는 <프렌즈>의 시작이 될 것으로 기대된다.

편성전략본부 콘텐츠밸류업팀 안주영
콘텐츠사업본부 콘텐츠세입팀 손다혜

라비 리부트

<하트시그널> 공식 캐릭터의 귀환

<하트시그널3>를 통해 채널A의 대표 캐릭터로 2020년 데뷔한 '라비'가 올봄 새 프로그램 <프렌즈>로 돌아온다. 라비는 <하트시그널3>뿐만 아니라 유튜브 채널 '라비타비'의 '타이틀 롤' 격으로 이름을 알리고 있다.

지난해 라비는 '인형', '바디필로우', '카카오톡 이모티콘' 등으로 출시돼 1만 개 이상 판매되는 기록을 세웠다. 동아미디어센터 로비 이미지, 샵오티티닷컴 홍보 캐릭터 등으로도 활약하며 채널A의 어엿한 가족이 됐다. 2021년 라비는 <프렌즈>에서 우주를 여행하면서 지구별에서 홀로 살고 있는 '청춘'들의 마음을 따뜻하게 밝혀주는 '우주 최초 반려등'으로 등장한다. 이러한 라비의 여정은 아름다운 애니메이션 제작으로 이어질 예정이다.



'우주 최초 반려등'으로 돌아온 '라비'

미디어커머steam이 개발한 친환경 실리콘 100% 라비 무드등은 올초 카카오톡 선물하기 론칭, '불명' 인테리어 필수템으로 사랑받고 있다. '라비 무드등'에 동아미디어그룹 사우들의 많은 지지와 관심을 부탁드린다.

콘텐츠사업본부 미디어커머steam 운영재

베이징 특파원에 사공성근 기자...5월 부임



사공성근 / 채널A

동아미디어그룹은 1월 인재육성위원회를 열어 베이징과 뉴욕 단기 특파원을 선발했다.

중국을 취재하며 시청자와 만나게 될 특파원은 채널A 보도본부 사공성

근 기자(문화스포츠부)로 결정됐다. 사공 기자는 성혜란 특파원의 후임으로 5월 부임한다. 뉴욕은 유재동 특파원이 1년 더 활동을 이어간다. 올해 6월 임기 만료 예정이었던 유 특파원은 내년 6월까지 뉴욕에서 뉴스를 전하게 된다.

김범석 도쿄 특파원의 임기는 올해 11월까지 6개월 연장됐다. 당초 올해 5월 임기를 마칠 예정이었으나 그동안 취재해온 도쿄 하계올림픽 등 주요 이슈를 책임 있게 마무리하기 위한 조치이다. 후임 특파원은 올 상반기 중 단기 특파원으로 선발할 계획이다.