

농업의 새로운 길 알려준 A FARM SHOW

국내 최대 최고 창농·귀농 박람회, 3년 만에 열린 대면행사에 4만여 명 다녀가…윤석열 대통령 참석 자리 빛내



①



① 서울 서초구 aT센터에서 열린 '2022 A FARM SHOW(에이팜쇼)' 개막식에서 내빈들이 파이팅을 외치고 있다. 왼쪽부터 정황근 농림부장관, 김민재 햇살과농부 대표, 김민술 아나농 대표, 이상민 행정안전부 장관, 박지현 힙토 대표, 윤석열 대통령, 조성훈 축령농원 대표, 김재호 동아일보·채널A 사장, 이제찬 고려산발꽃 대표, 소병훈 국회 농림축산식품해양수산위원장. ② 관람객들로 붐비는 부스 전경. ③ 김재호 사장과 윤석열 대통령이 개막식에 참석하기 위해 이동하고 있다.

"지방에 있으면 서울 주민을 만날 기회가 없습니다. 에이팜쇼 덕분에 서울, 경기 주민들에게 우리 지역의 귀농 지원책을 자세히 알릴 수 있었습니다." (지방자치단체 관계자)

"스마트팜 동향과 미래 농업 모델을 알아보려고 왔어요. 농업을 위한 날씨나 토질 정보를 이렇게 손쉽게 알 수 있다는 걸 오늘 처음 알았네요." (에이팜쇼 관람객)

올해로 9회째를 맞은 'A FARM SHOW (에이팜쇼)-창농·귀농 고향사랑 박람회'가 4만여 명의 관람객이 찾은 가운데 성황리에 막을 내렸다.

8월 24~26일 서울 서초구 aT센터에서 사흘간 열린 이번 에이팜쇼는 농업에서 새로운 기회를 찾으려는 예비농부와 귀촌을 꿈꾸는 도시민들, 귀농인구 유치에 사활을 건 지자체 관계자들을 모두 만족시킨다. 대한민국 최대 창농·귀농 박람회의 면모를 과시했다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)

발발 이후 3년 만에 대면 행사로 열린 올해 에이팜쇼는 윤석열 대통령이 직접 참석해 의미를 더했다. 지자체가 차린 부스는 역대 최대 규모인 102개에 달했고, 기업과 정부 기관까지 합하면 200개가 넘는 부스가 박람회를 가득 메웠다.

20, 30대 청년 눈에 띄게 늘어

에이팜쇼는 청년 창농인과 예비 농부들에게 '정보의 바다'로 통한다. 애플리케이션 공지능 등 첨단 기술을 활용한 농산물 재배를 활용한 스마트팜 정보, 이색 아이디어로 성공한 농부, 라이브커머스 등 다양한 판로를 개척한 창업농, 청년 창농인에 대한 정부 지원 등을 한 곳에서 모두 확인할 수 있기 때문이다.

이런 이유로 올해 행사에는 20, 30대 청년이 눈에 띄게 늘었다. 초창기 에이팜쇼를 찾은 청년들은 주로 농과대학 출신이었지만 이제는 공대 등 다양한 분야를 전공한 이들이 많아졌다. 5년 경력의 소프트웨어 개발자 출신으로 새싹남(실내 수경재배로 기른 식물) 스마트팜 설립에 도전 중인

이준영 씨(30)는 "에이팜쇼 강연에서 자동 관수기(전자밸브) 도입만으로도 어느 정도 스마트팜을 구축할 수 있다는 걸 알게 됐다"고 말했다.

새로운 농법에 관심을 갖는 이들도 많아졌다. 한 작물을 수확한 후에 땅을 갈지 않고 곧바로 다른 작물을 심는 '무경운(無耕耘)' 농법을 연구 중인 강미현 씨(45)는 "귀농을 고민해왔지만 구체적인 계획이 손에 안 잡히고 답답한 점도 있었는데 에이팜쇼에서 다양한 정보를 얻게 됐다"고 말했다.

농촌 지역 지자체에 큰 힘

에이팜쇼는 인구 유치에 명운을 걸고 있는 지자체들에게도 큰 힘이 되고 있다. 지자체 관계자들은 에이팜쇼를 '전 국민을 대상으로 하는 최고의 귀농·귀촌 박람회'라고 평가했다. 역대 최대인 102개 지자체가 참여한 이유다.

지자체들은 에이팜쇼를 통해 귀농·귀촌에 대한 지원책과 교육 지원, 토지주택 정보 등 관람객에게 맞춘 일대일 상담을

진행했다. 강동석 전북도 농어촌 종합지원센터 귀농귀촌부 팀장은 "에이팜쇼 덕분에 목표 타깃층인 서울, 경기 주민에게 귀농·귀촌 정보를 전달할 수 있었다"고 말했다. 이정미 고령군 농업기술센터 상담사는 "지자체 입장에서 귀농·귀촌은 지역의 명운을 건 정책"이라며 "에이팜쇼에선 신문, 방송, 온라인 등으로 지자체를 홍보해 줘서 높은 효과를 기대할 수 있다"고 말했다.

행사에 참여한 지자체 간의 정보 교환과 벤치마킹도 활발했다. 충남 청양군 귀농귀촌팀 황애리 상담사는 "청양군은 1년에 한 번 귀농·귀촌 설명회를 여는데, 다른 지자체보다 교육 횟수와 시간이 부족하다는 것을 이번에 확인했다"며 "행사가 끝나면 귀농·귀촌 교육을 강화하는 것을 청양군에 건의해볼 생각"이라고 했다.

부대행사도 인기

부대행사에서도 관람객들의 열기가 뜨거웠다. 연근식, 김부각, 식혜, 와인, 생

강차, 표고버섯 등 각종 지역 특산물과 가공품을 대상으로 한 '지역 특산물 경매'는 행사장 좌석이 가득 찼다. 에이팜마켓 상품을 1000원에 판매하는 '타임아워 이벤트'에서는 판매대 앞에 30m 이상 긴 줄이 만들어지기도 했다. 한국화훼단체협의회의 '화훼 홍보부스 체험존'에서는 버려진 플라스틱 커피 잔으로 화분을 만드는 수업이 열려 큰 호응을 얻었다.

한편 이번 에이팜쇼 개회식에는 윤 대통령을 비롯해 이상민 행정안전부 장관, 정황근 농림축산식품부 장관, 소병훈 국회 농림축산식품해양수산위원장, 주호영 국민의힘 비상대책위원장, 정희용 국민의힘 의원, 최상목 대통령경제수석비서관, 김은혜 홍보보석, 김영록 전남도지사, 김관영 전북도지사, 남성현 산림청장, 조재호 농촌진흥청장, 이성희 농협중앙회장, 김춘진 aT 사장 등이 참석하며 정부와 정치권, 농업계의 높은 관심을 실감케 했다.

푸른 가을 동아일보에 도착한 히어로의 편지

히어로콘텐츠 <산화> 박현숙 씨, “사랑합니다. 응원합니다” 동아일보에 감사 편지 보내

‘저는 이번 <산화>, 그리고 남겨진 사람들> 고 허승민 소방위 배우자 박현숙입니다. 먼저, 이번 기획 기사를 계획해 주셔서 진심으로 감사드립니다…’

9월 2일 오후, 광화문 동아미디어센터에 한 통의 편지가 도착했다. 은은한 푸른빛 체크무늬 봉투에 적힌 발신인의 이름은 ‘히어로콘텐츠팀 박현숙’. 동아일보 히어로콘텐츠팀 5기가 8월 8일부터 13일 까지 5회에 걸쳐 보도한, <산화> 시리즈 속 그 이름이었다.

용기 내 뻤던 취재 첫 발

<산화>는 다섯달 간의 취재를 통해 우리나라 제복 공무원 유가족들의 고통과 현재를 다루고 이를 미국의 보훈 시스템과 함께 비교해 다른 보도다. <산화>의 주인공 중 한 명이었던 박 씨의 남편 허 소방위는 2016년 5월, 강원 태백 강풍 피해 현장을 수습하다 머리를 다쳐 세상을 떠났다. 백일 된 딸 소윤이를 남긴 채였다. 그리고 한참 뒤인 올 봄, 박 씨는 갑작스러운 전화를 받았다.

‘4월 동아일보 기자의 전화 한 통. 6년 전 순직한 허승민 소방위의 유가족이 어떻게 지내는지, 또 우리나라의 순직 유가족에 대한 예우 등에 대해 취재를 하고 싶다는 내용이었습니다.’

박 씨는 “언론사에 대한 부정적인 마음과 선입견에 선뜻 취재에 응할 용기가 없었다”며 “조용히 살고 싶기도 했다”고 당시의 심경을 적었다. 그랬던 박 씨가 취재에 응하게 된 것은 <산화>의 또 다른 주인공이었던 이연숙 씨 덕분이라고 했다.

‘사모님께서 순직한 남편들 이름, 세상이 한 번 더 기억할 수 있게 취재에 응하자고 하셔서 잊혀진 소윤아빠 이름 한 번 더 알

리고자 하는 마음에 용기 내게 되었습니다.’ 박 씨는 “아픔과 상처가 있는 사람들의 마음 문을 연다는 것이 얼마나 어려운 일 이겠느냐”며 “아마 취재하는 기자님들도 힘드셨을 거라 생각한다”고 했다.

곁에서, 함께, 베풀 된 시간

그는 편지에서 히어로콘텐츠팀과 처음 만났던 날을 회상했다.

‘저도 기자라 하면 수첩과 볼펜, 그리고 질문지. 거기에 저는 그냥 대답만 하는 줄 알았습니다. 그런데 처음 만난 기자님은 수첩도, 볼펜도, 심지어 메모지 한 장 없었습니다. 제가 그냥 두서없이 떠드는 이야기를 조용히 듣기만 하셨습니다. 그래서 무슨 기사가 나올까? 의문도 들었구요.’

박 씨는 “한 번, 두 번 만날 때마다 동생처럼 가족처럼 친근하게 대해 주시는 기자님 덕분에 가족에게도 이야기 하지 못했던 마음 속 깊은 이야기를 저도 모르게 하고 있었다”며 “그러면서 저도 모르게 마음의 치유가 되는 것 같았다. 기자님들을 만나면서 좋은 에너지도 받게 됐다. 취재하는 동안 정말 행복했다”고 전했다.

그는 총 네 장의 편지 곳곳에 동아일보와 취재팀에 대한 고마움을 담았다.

‘기사가 나오고 주변에서 또 많은 분들이 위로와 응원에 정말 큰 감동을 받고 감사한 마음입니다. 보내주신 응원으로 소윤이와 제가 앞으로 살아가는데 밀거름이 될 것 같습니다.’

‘순직 가족보다 더 잊혀지기 쉬운 자살 유가족 이야기도 함께 실어주셔서 유가족들이 엄청 고마워하고 있습니다.’

‘기자님이 신문도 직접 보내주셔서 얼마나 감사한지요? 옛날 같았으면 기사 내용이 담긴 신문지를 벽지로 써서 다 보여



9월 2일 동아일보에 온 한 통의 편지. <산화> 주인공 박현숙 씨가 고마운 마음을 담아 보냈다.

주고 싶더라고요. 평생 가보로 간직하겠습니다.’

‘소윤이가 자라서 멋진 아빠! 자랑스러운 아빠!로 생각하겠지요?’

기자를 기록한 편지

기자는 기록하는 사람이다. 모든 현장을 함께하지만 그 자신이 기록되거나 내용의 주인공이 되는 일은 없다. 하지만 박 씨는 편지를 통해 히어로콘텐츠팀 한 명 한 명을 기억하고, 호명했다.

‘비바람이 강하던 현충일에 태백에서 흙투성이가 되어 취재하고 대전 현충원 방문 때는 이쁜 아침 원주에서 대전까지 손수 운전을 하며 함께 했던 지민구 기자님!’

‘여자 기자는 멋있고 카리스마 넘칠 줄 알았는데 27살의 막내 동생 같은 어린 여

기자가 ‘기자가 힘든 직업이구나’ 깨닫게 해주었던, 그리고 우리 소윤이와 스무 살 차이 나는 영원한 언니가 되어주었던 이 소정 기자님’

‘이연숙 사모님 댁에 방문하였을 때 ‘막내 조카가 방문했나’ 할 정도로 살갑고 장난기 넘쳐 보여 첫 만남부터 친근한 마음이 생기게 했던. 유난히 무더웠던 7월 초 롯데월드에서 우리 초등학생 아이들 놀이기구 태워 준다고 땅볼에서 줄서서 기다리며 자신의 목을 새꺄랗게 태웠던 이기욱 기자님’

‘결혼하고 일주일 만에 미국 출장을 다녀왔다며 미국의 추모 문화를 알려주었던

새 신부가 유가족을 취재하는 모습에 미안한 마음이 들게 했던 김예윤 기자님’

‘7세 소윤이의 마음을 사로잡아 사진만 찍으면 기분 좋게 촬영을 할 수 있게 해주시고 평생 남을 사진을 찍어주셨던 홍진환 기자님’

박 씨는 “동아일보에 계신 기자님들이 이 시대가 원하는 진정성 있는 기자님들이 아닌가 생각하고 존경한다”고 적었다. 그리고 이렇게 편지를 마무리했다.

‘마지막으로, 제 마음의 선입견을 버리고 동아일보 사랑합니다. 항상 응원하겠습니다. 감사합니다.’

경영전략실 경영총괄팀 임우선

디지털 콘텐츠와 지면기사, 완전 분리 제작... 히어로콘텐츠 또 한번 진화

매주 내러티브 기사 교육 – 기사는 계급장 떼고 블라인드 테스트 진행



① ‘디오리지널’에 공개된 <산화> 디지털콘텐츠 ② 7월 7일 소방 장비 3D 모델링을 위해 마네킹에 소방 장비를 입혀 촬영하고 있는 히어로콘텐츠팀 5기

히어로콘텐츠팀 5기가 <산화>, 그리고 남겨진 사람들>을 보도하고 8월 13일을 끝으로 활동을 마무리했다. 3월 15일 출범 후 5개월 만이다. 5기는 역대 처음으로 시리즈 주제를 지면 기사와 디지털 전용 콘텐츠로 완전히 분리해 별도 제작했다. 디지털 전용 콘텐츠는 ‘디오리지널(The Original)’ 플랫폼에 <그들은 가족이었습니다>와 <당신이 119를 누르는 순간> 두 편

으로 제작돼 공개됐다.

계급장 떼고 기사 블라인드 테스트

히어로팀 5기는 제복 공무원의 의로운 죽음 이후 가족, 동료 등 남겨진 사람에 관한 이야기를 다행했다. 뻔한 이야기로 흐를 수 있다는 우려를 씻기 위해 취재부터 기사 작성, 디지털 콘텐츠 제작 등 각 영역에서 새로운 시도를 했다.

먼저 5기는 본격 취재에 앞서 큰 원칙을 세웠다. 완전히 다른 문체와 구성으로 독자의 마음을 사로잡자는 것이었다. 딱딱한 스트레이트 기사에 익숙했던 취재 기자들의 문체를 바꾸기 위해 매주 한 번 ‘내러티브 스타터’를 했다. 과거 히어로팀 기사 등을 각자의 문체와 시각으로 새로 쓰고 좋은 점과 아쉬운 대목을 서로 짚어 주며 개선 방향을 찾았다.

깊이 있는 취재에도 많은 공을 들였다. 기사 속 순직 소방관의 아내 박현숙 씨를 설득해 처음 마주한 것은 5기 출범 후 40여 일이 지난 뒤였다. 매주 그녀의 삶을 관찰했다. 점차 점점 넓혀 현숙 씨의 딸, 시댁 식구, 친구, 남편의 동료, 다른 소방관 유가족 등 20여 명을 만났다. 주인공의 삶을 더 깊고 입체적으로 들여다보려 노력했다.

5기 취재기자 4명은 취재 내용을 바탕으로 샘플 기사를 작성해 ‘블라인드 테스트’를 하기로 했다. 히어로팀 정규 구성원 7명이 사전에 공유한 평가 기준에 따라 1표씩을 행사해 가장 많은 표를 받은 기자가 전체 기사 초고를 썼다. 이후 팀원 모두가 구성부터 작은 표현까지 보완해 연재 형식 기사를 완성했다.

협업으로 완성한 소방관 3D 모델

5기는 디지털 콘텐츠의 진화에도 공을 들였다. 현직 소방관의 이야기를 담은 <당신이 119를 누르는 순간>에는 기술적으로 새로운 시도가 여럿 담겨있다. 가장 눈에 띄는 것은 무거운 장비를 착용한 소방관을 3차원(3D) 모델로 구현한 대목이다. 이를 위해 사물이나 공간을 3D 모델로 바꿔주는 ‘포토그래머트리’ 기술을 국내 언론사 중 처음으로 활용했다.

기획자와 취재기자는 마네킹을 들고 소방서에 가 장비를 입힌 뒤 머리부터 발끝까지 450장의 사진을 촬영해 소프트웨어로 모델을 만들었다. 디자인 기자는 모델을 다듬어 그래픽의 완성도를 높였고 개발자가 웹 페이지에 구현했다. 독자들이 페이지를 내려 보면 소방관이 착용하는 장비의 무게를 직관적으로 느낄 수 있도록 한 것이다.

2.6초에 한 번씩 쉴 새 없이 소방서에 신고가 들어온다는 내용은 2.6초마다 웹 페이지 위에서 구슬이 떨어져 밑에 쌓이도록 한 새로운 효과로 구현했다.

소방차의 긴급 출동 과정은 직접 촬영한 영상에 설명문을 입혀 표현했다. 또 소방관의 인터뷰를 음성으로 담아내 출동 현장에서의 긴장감을 생생하게 전달했다. 5기는 디지털 콘텐츠의 전달력을 높이기 위해 말 그대로 모든 ‘멀티미디어’를 활용했고 유기적인 협업을 통해 웹 페이지에 구현했다.

탐사기획부를 경험한 타사의 한 시니어 기자는 “동아일보 히어로팀이 한결같은 협업 체계를 갖춘 덕분에 형식이나 기술적인 면에서 꾸준히 새로운 도전에 나설 수 있는 것 같다”며 “다른 언론사에서는 찾아볼 수 없는 모델”이라고 평가했다.

편집국 산업1부 지민구

〈THE8〉 디지털 콘텐츠용 스튜디오 동아미디어센터에 개관

외부손님 접견 전용 공간 Lounge9 열어

광화문 동아미디어센터 8층에 다목적 디지털 콘텐츠 스튜디오가 새롭게 문을 열었다. 채널A 상암 사옥(DMC), 동아일보 중정로 사옥에 이어 광화문 사옥에도 디지털 콘텐츠 제작을 위한 스튜디오가 만들어진 것. 이로써 동아미디어그룹(DAMG) 사원들은 서울 사옥 어디에서나 손쉽게 디지털 콘텐츠를 제작할 수 있게 됐다.

동아미디어센터 8층에 둘째장을 터 'THE8(더에잇)'이 리모델링 공사를 마치고 8월 14일 개관됐다. THE8은 스튜디오&인터뷰룸, 미팅룸, 메이크업룸 등 크게 3개의 공간으로 구성됐다. 7.3m 너비의 스튜디오에는 바닥과 벽의 경계를 구분 짓지 않는 '호리존' 세트를 적용했다. 초록, 파랑, 검정 3색의 전동스크린도 설치해 배경화성을 할 수 있는 크로마키 촬영도 가능하다. 촬영 중 그림자가 지지 않도록 천장 내부에 광원을 배치했고 밝은 빛 확보를 위해 LED판 조명도 갖췄다.

스튜디오에서는 디지털 콘텐츠 제작 뿐 아니라 인터뷰, 사진촬영, 라이브커머스 촬

영, CoP 활동 등 다양한 프로젝트가 가능할 전망이다. 스튜디오를 접한 편집국 이성호 디지털뉴스팀장은 "설계 과정부터 참여했지만 막상 완공된 스튜디오를 보니 기대 이상"이라며 "대형 호리존 세트와 인터뷰 공간이 함께 있는 멀티공간인 게 장점"이라고 말했다. THE8 스튜디오는 지니어스의 '자원' 탭에서 예약할 수 있으며 DAMG 사원이라면 누구나 이용할 수 있다.

한편, 동아미디어센터 9층에는 외부인 접견 전용 공간 'Lounge9(라운지9)' 문을 열었다. 9층에는 미디어랩A, 전략기획본부 등 업무 특성상 외부 손님 응대가 잦은 계열사 및 본부가 위치해 있다. 엘리베이터 문이 열리면 채널A 로고가 크게 새겨진 Lounge9의 은빛 아트월이 화사하게 방문객들을 맞이한다.

Lounge9 내부는 스테인레스와 우드를 사용해 인테리어 했다. 외부인들에게 흡사 공항 또는 호텔 라운지에 있는 듯 한 품격과 편안함을 제공한다. 또 전체 개폐가 가능한 투명 유리 폴딩도어가 있어 20여

명이 독립된 공간에서 회의를 할 수 있다.

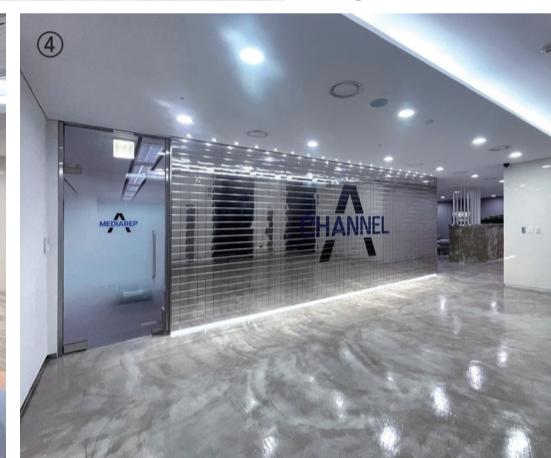
전략기획본부 안주희 매니저는 "Lounge9에서 미팅을 한 신규 고객사 담당자가 미팅 자리에서부터 따뜻하고 좋은 인상을 받았다고 전했다"며 "탁 트인 전망과 깔끔한 업무 환경 덕에 클라이언트 미팅 효율이 높아졌다"고 말했다.

동아미디어센터에서는 THE8, Lounge9에 이은 추가 리모델링 공사가 이뤄질 예정이다. 2층에는 1층 오픈스튜디오와 연계한 의상·분장실, 출연자 대기실이 조성된다. 16층에는 데스크 등을 위한 휴게 공간이 마련된다.

경영지원본부 총무팀 이주현
경영지원국 자산관리팀 선성현



① THE8의 7.3m 너비 스튜디오 전경
② 스튜디오 맞은편은 인터뷰룸 모습
③ Lounge9 내부 모습
④ Lounge9 외부 모습



DAMG 채용, 새로운 시도로 지원자와 소통

국내 언론사 최초 채용 안내 뉴스레터…현직자 출연한 영상도 화제

동아미디어그룹 신입 기자와 PD를 뽑기 위한 채용연계형 인턴 모집이 시작됐다. 이번 전형에서 동아미디어그룹은 국내 언론사 최초로 뉴스레터를 도입해 채용 정보를 안내했다. 지원자들의 이해를 돋기 위해 세 편의 디지털 영상도 공개했다.

서류 접수 첫 날이었던 8월 11일 본격 발행된 동아미디어그룹 채용 뉴스레터의 이름은 '온DA 레터'. 뉴스레터를 열면 다림쥐 캐릭터 '담지(DAM-G)'가 지원자들을 맞이한

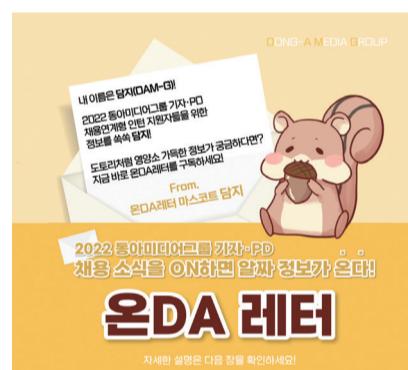
다. 그룹의 영문 약자(DAMG)를 본따 이름 붙인 담지는 도토리처럼 영양소 가득한 정보를 쑥쑥 물어준다는 의미를 담았다.

'온DA 레터'는 코로나19 이전까지 운영한 오프라인 채용 설명회를 대체하기 위해 탄생한 만큼 필요한 정보를 쑥쑥 쉽게 파악할 수 있도록 구성했다. 코로나19 이후 시도했던 실시간 스트리밍, 메타버스 채용 설명회는 지원자가 원하는 정보를 얻기 위해 처음부터 끝까지 시청해야

만 한다는 단점을 개선한 것.

이에 '온DA 레터'는 채용 지원자의 관점에서 △세부 전형 소개 △FAQ △Q&A 등 주제별 정보 위주로 만들었다. 덕분에 전년도 채용설명회 신청 인원의 10배에 이르는 지원자들이 이를 구독한 것으로 집계됐다.

동아일보, 채널A 공식 유튜브 채널을 통해 공개한 디지털 영상 <DAI: DAMG 채용의 모든 것>도 눈길을 끌었다. 영상은 입사 1년차 기자와 PD들이 출연해 지원자들이 궁금해 할 만한 정보를 직접 설명하는 컨셉으로 제작됐다. 지원 서류 작성 팁 등을 얻을 수 있는 작년 채용 리뷰는 2주 남짓한 업로드 기간 동안 2500여 회, DAMG 기자·PD들의 브이로그 2편은 각각 1700여 회, 1600여 회 이상 조회수를 기록했다.



'온DA 레터' 카드 뉴스(왼쪽)와 현직자가 출연한 채용 안내 영상



동아미디어그룹은 앞으로도 창의적이고 열정적인 채용 지원자들의 목소리에 더욱 귀 기울일 예정이다.
경영전략실 인재경영팀 김선민 이지혜

400회 맞는 <서민갑부>&<나는 몸신이다>

희망과 알찬 정보 꾸준히 전하며 시청자들에게 인정 받아

채널A의 대표 장수 프로그램 <서민갑부>와 <나는 몸신이다>가 400회를 맞는다. 두 프로그램은 지난 8년 간 꿈과 감동을 전하는 콘텐츠로 시청자들에게 꾸준한 사랑을 받았다.

<서민갑부>는 그간 평범한 이웃들의 기적 같은 성공스토리를 소개해 왔다. 4500원 짜리 븐펜으로 창업해 연 매출 4억5000만 원을 달성한 캘리그라피 편, 노숙자였다가 5년 만에 20억 원을 모은 당구대 삼겹살 편 등은 시청자들에게 '나도 할 수 있다'는 희망을 전했다. 방송통신심의위원회 '이달의 좋은 프로그램' 상, 소상공인연합회 선정 '올해의 보도대상' 등 을 받으며 콘텐츠의 진정성을 인정 받았다.

9월 10일 400회 특집을 맞아 필리핀으로 향한 <서민갑부>는 벚꽃 삼겹살, 순두부찌개 등 70여 가지 한식으로 연매출 35억 원을 일군 정세정 씨를 만난다. 15년 전 남편의 도박 빚 때문에 쫓기듯 필리핀으로 향한 정 씨는 여행 가이드 등 온갖 일을 하며 빚을 갚았다. 이후 사업 초기 어려움을 극복하고 한식의 현지화를 이뤄낸 정 씨의 성공 비결을 전한다.

<서민갑부>는 희망이 필요한 소상공인들을 위한 특별 기획도 준비 중이다. <서민갑부: 골목의 제왕> 3부작을 오는 10월 말부터 방송할 예정이다. 제작진은 "코로나19, 인플레이션 등으로 위축된 골목상권에 활력을 불어 넣기 위한 기획"이라고



400회 녹화를 마치고 기념 사진을 촬영한 <나는 몸신이다> 출연진(왼쪽)과 400회 특집 <서민갑부> 한 장면



설명했다.

400회를 맞는 채널A 대표 건강 프로그램 <나는 몸신이다>는 유용한 건강 노하우와 질병을 이겨낸 평범한 '몸신'들을 통해 정보와 감동을 전달해 왔다. 특히 배우 엄앵란 씨가 프로그램 녹화 도중 유방암 진단을 받은 일화는 유명하다. 엄 씨는 이

후 유방암 극복 과정을 담담하게 공개하면 서 많은 여성들에게 희망을 주기도 했다.

<나는 몸신이다>는 9월 8일 400회 특집으로 '우리는 100세, 청춘 전국 장수 자랑대회'를 마련했다. 98세 최고령 라이더를 비롯해, 최고령 트로트 가수 등 92세 ~103세 사이 노인들이 나와 장수 비결을

공개한다. 제작진은 "앞으로도 정확하고 알찬 건강 정보를 제공해 꾸준히 시청자 곁을 지켜나가겠다"고 밝혔다.

'디지털 퀄리티 저널리즘' 전수 나선 히어로콘텐츠팀

지난해 <환생> 시리즈를 보도한 동아일보 히어로콘텐츠팀 2기가 삼성언론재단 유튜브에 출연해 동아일보의 디지털 보도 스토리를 전한다. <환생>팀의 이야기는 총 6회 분량으로 제작돼 8월 29일부터 매주 2편씩 총 3주에 걸쳐 공개된다.

<환생>팀은 지난 5월 삼성언론재단으로부터 재단이 운영하는 유튜브 콘텐츠 'SPF CLASS'에 출연해 달라는 제의를 받았다. 'SPF CLASS'는 삼성언론재단이

현직 언론인과 예비 언론인 교육을 위해 만든 콘텐츠로, <환생>팀은 언론계·취재팀·기자들에 해당 콘텐츠의 첫 출연진으로 섭외됐다.

삼성언론재단은 "환생 시리즈가 언론계에 많은 영향을 준 것으로 안다"며 "국내 언론계와 다른 기자들에게 도움이 될 만한 노하우를 전해달라"고 취지를 설명했다. <환생>팀 역시 '디지털에서의 퀄리티 저널리즘 구현'이라는 히어로콘텐츠 뜻을 더 넓

히 공유하고자 흔쾌히 제작에 임했다.

본격적인 촬영은 7월 양재동의 한 스튜디오에서 5시간에 걸쳐 이뤄졌다. 많은 스텝과 카메라에 어색해하던 기자들도 뒤로 갈수록 편안히 촬영에 임했다는 후문. 영상은 구성작가의 질의에 취재팀이 돌아가며 답하는 인터뷰 방식으로 구성됐다. 영상은 △동아일보 '히어로콘텐츠팀'은? △'히어로콘텐츠팀' 2기 <환생>팀의 탄생 △<환생> 프로젝트의 시작 △<환생> 취



김은지 기자, 임우선 팀장, 이운태 기자(왼쪽부터)가 삼성언론재단 유튜브에 출연해 제작 노하우를 전달하고 있다.

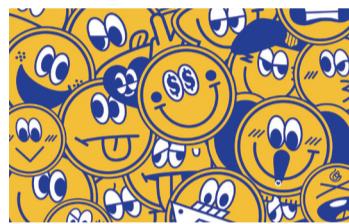
재 과정 △<환생>을 세상에 내보내며 △<환생> 그 이후 등 총 6개의 에피소드로 제작됐다. <환생>팀의 'SPF CLASS'는 삼성언론재단 유튜브와 홈페이지, 페이스북에

서 확인할 수 있다. 삼성언론재단 인스타그램에서는 60초 릴스 형태로 배포된다.

경영전략실 경영총괄팀 임우선

DAMG 수상소식

<스마일 이즈 굿>, K-디자인어워드 골드 위너 수상



채널A 개국 10주년 기념 통합 브랜딩 <스마일 이즈 굿(Smile is good)>이 'K-디자인어워드 2022' 커뮤니케이션 부문에서 골드 위너를 수상했다. 아시아 3대 디자인상으로 꼽히는 시상식에서 전체 출품작 중 3%만이 누릴 수 있는 쾌거를 이룬 것이다.

<스마일 이즈 굿>은 채널A 10주년을 맞아 함께해 온 시청자, 코로나19로 지친 시청자들에게 웃음을 선사하겠다는 메시지를 전달하기 위해 기획

됐다. 우주를 유영하다가 지구에 불시착한 스마일이 고향 별로 돌아가기 위해 스마일 에너지를 모은다는 세계관을 바탕으로 스마일은 방송, SNS, 광화문 오픈 스튜디오 옆 조형물 등 다양한 매체로 등장했다.

프로젝트를 담당한 채널A B&C 관계자는 "스마일을 채널A만의 캐릭터로 인지할 수 있도록 시각적 경쟁력을 갖추기 위해 노력했다"며 "향후 스마일 캐릭터를 다양한 방법으로 확장해 나갈 계획"이라고 밝혔다. 또, "이번 수상은 유관 부서와의 끊임없는 소통과 신뢰를 바탕으로 함께 이뤄낸 성과라서 더욱 값지다"고 밝혔다.

채널A B&C 비주얼브랜딩팀 유지상

편집국 황형준 차장 대한변협 우수언론인상



편집국 사회부 황형준 차장(법조팀장·사진)이 8월 29일 서울 중구 을지로 롯데호텔에서 열린 '2022년 대한변호사협회 변호사대회'에서 대한변협(회장 이종엽)이 수여하는 '우수언론인상'을 수상했다. 대한변협은 법치주의의 여론 형성에 기여하고 권력과 사회 부조리를 향한 비판과 견제 역할에 충실했던 공로로 황 차장을 수상자로 선정했다.

DAMG 행사소식

동아뮤지컬콩쿠르



대한민국 뮤지컬계를 이끌어갈 스타 발굴을 위해 문을 연 '동아뮤지컬콩쿠르'가 제6회 대회를 성황리에 마무리했다. 8월 8일 서울 서초구 서울교대에서 열린 시상식에서는 총 45명이 수상의 기쁨을 안았다.

동아뮤지컬콩쿠르는 참가자들에게 실질적으로 발전하는 기회를 주고자 1회부터 실제 채점표와 개별 심사평 등을 공개하고 있다.

동아핀테크·재테크쇼



'2022 동아재테크·핀테크쇼'가 '금리 인상기, 달라지는 재테크 전략'을 주제로 서울 강남구 코엑스에서 8월 19, 20일 이틀간 개최됐다. 코로나19 이후 3년 만에 대면으로 열린 행사다.

이번 행사에서는 재테크 고수들의 투자 노하우와 최신 금융 서비스, 핀테크 기술 등을 한자리에서 볼 수 있었다. 덕분에 1만3000여 명이 다녀가며 뜨거운 열기를 입증했다.

직장인에게 공감 받는 DBR '직장인 금쪽이'

"재택근무 후 사무실에 복귀하라는 회사의 방침을 전달했을 뿐인데 팀에서 공공의 적이 됐습니다."(A팀장)

"사무실에서는 능률이 떨어지는데 굳이 출근을 해야 하는지 모르겠어요."(B사원)

코로나19 이후 사무실 복귀에 대한 팀장과 사원의 동상이몽. 이에 대해 전문가들은 <금쪽같은 내새끼> 오은영 박사처럼 솔루션을 처방한다.

"팀장님과 같은 리더가 변화관리자로서 중간다리 역할을 잘해주는 것이 매우 중요합니다. 지시를 전달했을 뿐이라는 말씀은 팀장으로서 책임을 다하지는 않

은 것처럼 보입니다. 팀원 분은 조직에 마음과 입, 귀를 열어보시는 게 어떨까요? 주니어 때와 달리 조직의 핵심 인재로 성장해 나가기 위해서는 사람들과의 관계 속에서 단계별로 필요한 행동적 역량을 개발할 필요가 있습니다."

DBR(동아비즈니스리뷰) 7월호 '직장인 금쪽이' 코너에 실린 내용이다.

'직장인 금쪽이'는 DBR이 올해 3월부터 시작한 신규 코너. 코로나 블루(우울감), MZ 세대와 기존 세대 간 갈등 등 모든 기업이 직면하고 있는 다양한 문제 해결을 위해 경영인들의 리더십과

지혜가 필요하다는 생각에서 코너가 만들어졌다. 독자들이 매일, QR 코드 등을 통해 직장에서의 고민 사연을 보내면 다양한 전문가들이 나서 솔루션을 제안한다.

'직장인 금쪽이'는 직장인들의 큰 공감을 얻고 있다. DBR은 물론 인터비즈 블로그에도 연재되는데 공감 버튼이 세 자릿 수에 이를 때가 많다. 댓글을 통한 독자들의 교류도 활발하다. 상사의 가스라이팅에 괴로워하는 직장인의 사연에는 '비슷한 피해를 보았던지라 많이 도움이 되는 글이다', '자신도 모르게 가스라이팅을 해서 남에게 상처주는 일 이 없어야 한다' 등 댓글이 달렸다.



DBR은 앞으로 '직장인 금쪽이'를 유튜브용 요약 영상, 기업 교육용 프리미엄 영상 등으로 재가공해 개인과 기업 독자들에게 제공할 예정이다. 직장인 정신 건강을 지원하는 신규 사업도 추진할 계획이다.

미래전략연구소 X1팀 이규열

'MZ 감성 물씬' 금쪽이 티셔츠 판매



<금쪽같은 내새끼>의 화제성을 MZ세대 감성으로 풀어낸 티셔츠 4종이 9월 출시된다. 프로그램의 고정 팬층은 물론 디자인 제품에 관심이 많은 젊은 세대 사이에서 인기를 누릴 것으로 기대된다.

이번에 출시되는 4종 티셔츠 디자인은 모두 지난 7월 콘텐츠사업 본부 미디어커머스팀이 주최한 '금쪽족족 티셔츠 콘테스트'의 최종 당선작이다. 당시 콘테스트에는 44종의 디자인이 출품됐고, 내부 심사와 SNS 반응 취합해 수상작이 결정된 바 있다.

1위를 차지한 작품은 <금쪽 유니버스-러브에너지>로, 강렬한 3D 그래픽을 활용해 흑족이의 등장과 금쪽 유니버스의 완성을 효과적으로 구현했다는 평을 받았다.

콘텐츠사업본부 미디어커머스팀 고형석

New face 새 식구를 소개합니다 이름 / 부서 ① 입사 후 포부 ② 요즘 관심사 ③ 최종 직장



한애란 / 동아일보
편집국 경제부



정창호 / 동아일보
경영지원국 시설관리팀



정수민 / 채널A
편성전략본부
C-밸류업팀



김용현 / 채널A
전략기획본부
사업전략팀

① '행복한 기자'가 되는 것이 꿈입니다. 선후배, 동료들에게 긍정의 에너지와 활력을 전하는 조직원이 되겠습니다.

② 꽃과 나무를 키우는 식집사이자 물고기와 새우를 기르는 물생활려입니다. 생물의 탄생과 성장을 바라보는 것이 큰 즐거움이자 관심사입니다.

③ 중앙일보

① 9.11 테러시 모건스탠리의 럭스스콜라는 3000여 명의 목숨을 구하고, 모건스탠리는 정상적으로 업무를 개시하였습니다. 위기 관리능력과 사명감을 발휘하여 기능연속성을 유지하겠습니다.

② 내가 근무하게 될 동아일보는 어떤회사이고 특징이 있는지에 대해 알아보고 있습니다. 또한 서울에서 생활하게 되어 새로운 도시에서의 생활에 관심이 많습니다.

③ 공군(대령)

① 인턴에서 신입 사원이 되기까지 채널A에서 배운 것도 소중한 경험도 많았습니다! 채널A를 덕질하는 이 마음 잊지 않고 채널A 콘텐츠의 가치를 높여나가는 데에 노력하겠습니다.)
② #국내여행 / 10년 지기 친구들과 최근 군산을 다녀왔는데요! 국내에도 김단이 절로 나오는 힐링 장소가 많더라고요! 드라이브하며 힐링하기에 좋은 국내 여행지를 많이 다니고 싶습니다.)
③ YG엔터테인먼트

① 고객과 사회의 행복을 선도하는 채널A. 협업에 개신 선배님들과 친밀하게 협업하여 다양한 채널A 콘텐츠를 만들어 나가겠습니다.

② #운동 / 꾸준히 운동한 지 2년! 퇴근하고 헬스장에 가는것은 조금 지치지만, 함께 운동할 수 있는 분이 계시면 배워보고 싶습니다!

③ KBS미디어