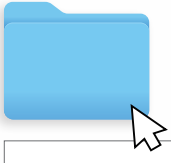
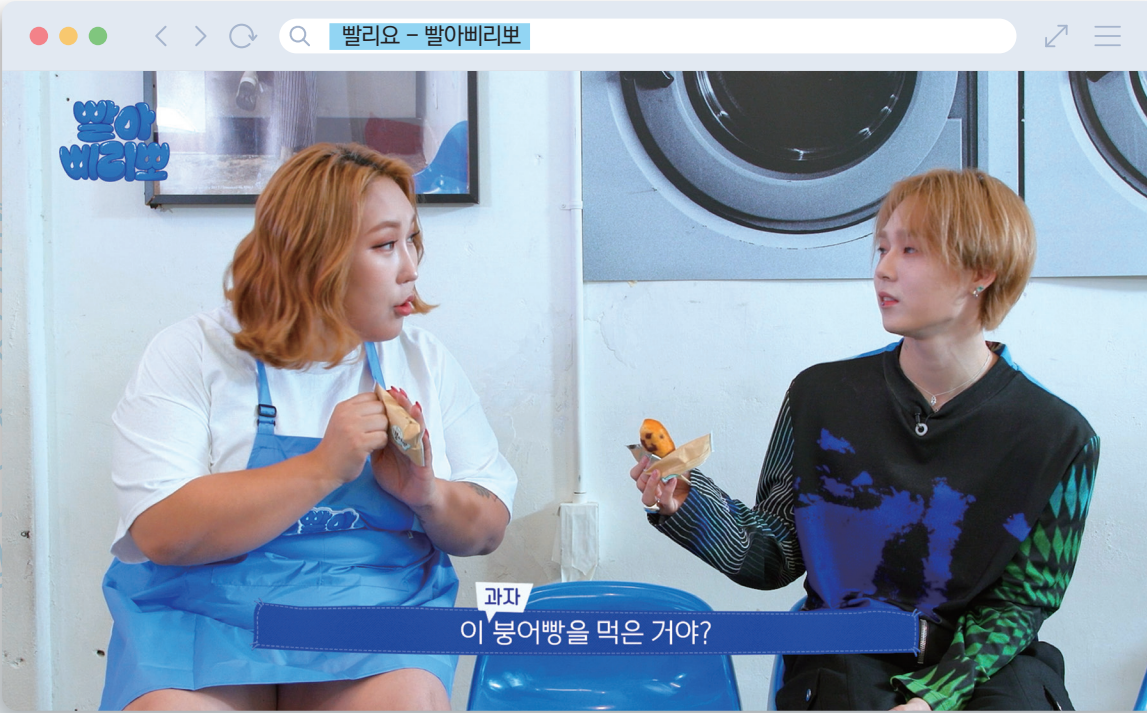


동우

동아미디어그룹 사내보 東友



동아미디어그룹(DAMG)의 디지털 오리지널 콘텐츠가 더욱 풍성해지고 있다. 구성원들의 전문성과 재밌는 아이디어, 적극적인 외부 협업으로 한 단계 업그레이드 된 콘텐츠들이 마련된 것. 개방적 협업을 즐기는 젊은 직원들과 시사이슈 일타강사로 나선 뉴스 앵커, 선을 넘나드는 신문기자들이 만들 어낸 콘텐츠 라인업에 기대가 커지고 있다.



〈빨아빠리보〉MC 풍자(왼쪽)가 가수 이던과 토크를 진행한 1화



동정민 뉴스A 앵커가 〈동맹과 뉴스터디〉에서 성남FC 후원금 의혹 사건을 설명하는 모습



이지훈 기자(왼쪽)와 김재희 기자(오른쪽)가 가수 겸 화가 김완선과 인터뷰 하는 모습

더욱 다채로워진 DAMG 디지털 콘텐츠

예능, 시사이슈, 인터뷰 넘나들며 콘텐츠 지평 확대

DAMG

DIGITAL ORIGINAL CONTENTS



“이미지 세탁해드려요” 〈빨아빠리보〉

본격 연예인 이미지 세탁용 프로그램이 났다. 은밀하게, 은연중에 하는 세탁이 아니다. 대놓고 한다. 단, 제대로 탈탈 털리고 나서야 세탁 기회가 주어진다.

전에 없던 컨셉트를 담은 오리지널 웹예능 콘텐츠 〈빨아빠리보〉가 채널A 신규 유튜브 채널 ‘빨리요’에 10월 4일 공개됐다. 프로그램 제목만 들으면 ‘술먹방’인가 싶지만 아니다. 〈빨아빠리보〉는 연예인들이 기존에 가진 이미지를 세탁하고 새로운 이미지를 얻어가는 토크 프로그램이다.

게스트들은 자신에게 씌워진 이미지가 담긴 옷을 입고 프로그램이 진행되는 세탁소를 찾아온다. 이어 이미지가 만들어진 특정사건의 뒷배기와 자기 별명에 대한 속마음을 허심탄화하게 풀어낸다. 세탁소 주인인 MC가 게스트의 이야기에 설득되면 가지고 온 옷을 깨끗이 세탁해 순백의 티셔츠로 바꿔주고, 게스트는 이 흰 티를 들고 깨끗한 이미지와 함께 돌아갈 수 있다. 실패하면? 어렵도 없다. 게스트로 찾아왔다고 해서 모든 이미지를 세탁해주는 건 아니라는 말씀.

경영전략실 X-스페이스팀 김상하

MC는 요즘 디지털 콘텐츠 세계에서 가장 핫한 인물 중 한 명인 풍자가 맡았다. 엄청난 입담을 자랑하는 풍자는 매 회차마다 게스트들을 탈탈 털리듯 ‘탈탈 털고’ 있다는 후문이다.

1회 게스트로는 가수 이던이 출연했다. 이던은 병약한 이미지를 세탁하고 ‘힘순진(힘을 숨긴 진짜)’ 이미지를 얻기 위해 찾았다. 별명이 ‘마지막 인쇄 상’, ‘금방 죽을 것 같은데 장수할 상’, ‘현아의 키링남(Key-ring+男)’으로 불릴 정도로 ‘병약미’의 대명사로 꼽히기 때문.

이던 편을 시작으로 〈빨아빠리보〉에는 바꾸고 싶은 고정 이미지를 가진 연예인들이 차례로 찾아올 예정이다. 제작진은 “연예인이 직접 자기 이미지를 해명하는 장면에서 억울해 하거나 본인이 문제를 더 키우는 게 웃음 포인트”라고 전했다. 그간 알려지지 않은 게스트들의 진솔한 이야기나 은밀한 취미 또한 공개되며 시청자의 흥미를 자극할 예정이다.

시사이슈 쏙쏙 이해시켜 주는 〈동맹과 뉴스터디〉

뉴스A 동정민 앵커가 분필을 들고 일타강사가 됐다.

9월 24일부터 채널A뉴스 유튜브 채널에서 〈동맹과 뉴스터디(동정민 앵커와 뉴스터디)〉가 시작됐다. 슬로건은 ‘알고는 싶은데 공부하기는 귀찮은 이슈 대신 풀어드립니다’로 정했다. 1회 이준석 성상납 의혹 편, 2회 이재명 변호사비 대납 의혹 두 편은 수십만 회의 조회수를 기록했다.

두 편 모두 댓글이 천 개 넘게 달렸다. ‘매일 뉴스 보면서 ‘저 이슈가 뭐였더라’

답답했었는데 시원하게 이해됐다’는 반응이 많았다. ‘정치적 성향이 뚜렷한 채널 대신 중립적인 앵커가 사실 위주로 이슈를 정리해주시니 유익하다’는 댓글도 이어졌다.

이 코너의 핵심은 팩트체크다. 메인뉴스 앵커가 진행하는 만큼 잘못된 팩트를 전달할 경우 뉴스 신뢰에도 타격을 줄 수 있기 때문. 해당 부서와 수차례 팩트 체크하는 작업을 거친다.

또 유튜브 영상인 만큼 직관적으로 쉽

보도본부 편집부 동정민

투잡을 꿈꾼다면 영상 확인! 〈복수자들(Ms. Double)〉

“목표는 탈 편집국... 아니 투잡!”

이렇게 외치며 각계각층의 두 개 이상 직업을 가진 이들을 찾아낸 기자가 있다. 동아미디어그룹 유튜브 콘텐츠 〈복수자들(Ms. Double)〉의 진행자 동아일보 문화부 이지훈, 김재희 기자가 그 주인공. 이들 두 MC의 목표는 ‘복수자들’의 노하우를 ‘워라워(Work-Life-Work)’로 자아실현을 꿈꾸는 MZ들에게 전하는 것이다.

이들은 콘텐츠 제목을 가제였던 〈선을 넘는 기자들〉에서 〈복수자들〉로 최종 확정했다. 첫 인터뷰 대상은 ‘내 영혼 바람 되어’를 작곡한 김효근 이화여대 교수 겸 작곡가. 프리다 칼로 그림을 그려 화제가 된 김완선 가수 겸 화가, 정예원 한의사 겸 밴드 기타리스트 등도 만난다.

앞서 9월 동아미디어그룹 사옥 내 엘리베이터에는 ‘탈 편집국’을 외치는 티저 영

상이 공개된 바 있다. 김 기자는 “회사 한가운데서 ‘탈 편집국’을 외치다니 무슨 생각이나, ‘채취 아직 퇴사 안 했냐’는 말을 많이 들었다”며 웃었다.

〈복수자들〉 첫 편은 10월 말 동아미디어그룹 기자들의 유튜브 채널 ‘기웃기웃’에 공개될 예정이다.

경영전략실 디스튜디오알파팀 여현교

“답은 현장에”…파리 특파원 엘리자베스 여왕 장례식 취재기

협업으로 신방 동시 제작 급박한 일정 성공적으로 소화



9월 9일(현지시간) 영국 런던 버킹엄궁 앞에 엘리자베스 2세 여왕을 추모하려는 시민들이 모여들었다. 작은 사진은 조은아 파리특파원.

한국의 추석 연휴가 시작된 9월 9일 새벽. 칠후 같은 어둠 속에 프랑스 파리에서 영국 런던으로 향하는 유로스타 첫 기차를 탔다. 이른 새벽 첫 차였지만 차에 오르는 인파가 상당히 많았다. 특히 촬영 장비를 짊어지고 대기하는 이들이 눈에 많이 띄었다. 프랑스, 스페인 등 유럽 곳곳에서 모여든 기자들이었다. 세계의 이목이 런던에 집중됐다는 사실이 새삼 실감났다. 8일 서거한 영국 엘리자베스 2세 여왕의 영향력은 실로 세계적이었다. 19일 장

례식까지 약 열흘 간의 애도기간 동안 각국의 사람들은 런던에 모여 여왕을 추억하고 그리워했다. 이들은 실권도 없는 상징적 존재였던 여왕을 왜 이토록 기리는 것일까.

현장의 말에 답이 있다

도착했을 때 런던은 이미 거대한 장례식장 같았다. 기차가 달은 세인트 팬크라스역엔 여왕의 서거를 알리는 신문이 쌓여 있었고 대형 전광판에는 여왕을 추모하는 사진이 걸려 있었다. 모든 버스정류

장은 물론이고 도심의 레스토랑과 서점들도 검은 바탕의 여왕 사진을 내걸었다. 추모객들은 여왕 관을 직접 마주하려 밤을 새고 비를 맞으며 줄을 섰다. 관을 보기까지 한 때 최장 24시간이 걸렸지만 기다리는 이들의 절반 이상이 중장년층으로 보였다. 서구에서는 보기 힘든 집단적 애도가 낯설게 느껴질 정도였다. 대체 이유가 뭘까. 그 답은 평범한 사람들의 이야기 속에 있었다. 젊은 청년들은 “여왕을 좋아했든 싫어했든 열심히 일한 분의 마지막 길을

직접 찾아와 지켜보고 인사하는 게 예의”라고 했다. 오락가락하는 정치인들과 달리 여왕은 곳을 떠나 줄을 떠나 늘 한결같아 힘이 됐다는 말도 많았다. 한편으로는 영국인들의 말 속에서 불안감과 아쉬움도 느껴졌다. 이들은 화려했던 대영제국의 상징 같던 여왕이 떠난 뒤 자부심 높은 역사가 잊혀질까 두려워하는 듯했다. 현장의 말은 기사에 힘이 됐다. 이들의 말은 본보 여러 기사의 1면 톱 제목으로 담겼다. 뉴스는 사람에게서 나온단 사실이 새삼 실감났다. 대부분 외신 속보를 요약해 담은 다른 기사들과도 차별화할 수 있었다.

팀워크로 만든 신방 동시 제작

파리 특파원은 다른 지역과 달리 혼자서 신문과 방송을 같은 날 동시 제작해야 한다. 양쪽 발제를 동시에 한 뒤 방송 원고를 먼저 마감해 서울로 넘기고 데스크가 이뤄지는 동안 신문 기사를 마감하는 식이다. 세계의 관심이 몰린 여왕 장례 기간에는 문자 그대로 눈코 뜰 새조차 없었다. 신문 기사를 마감할 즈음 방송 원고 데스크가 끝나면 정신없이 녹음을 하고 다시 현장으로 뛰쳐나가 방송 녹음과 묶을 스탠드업을 찍었다. 급박한 제작 일정 속에 힘이 된 건 내근자들과의 팀워크였다. 현장에서 방송용

스탠드업을 하고 인터뷰를 하는 사이, 신아형 홍정수 동아일보 국제부 기자가 실시간으로 외신 속보를 번역해 공유해줬다. 덕분에 신문기사엔 여왕의 장례 예배를 집전한 대주교의 발언과 사원에 올려 퍼진 찬송가의 가사, 외빈들의 동향이 더 구체적이고 생생하게 반영됐다. 방송기사엔 권갑국 김재혁 채널A 외교안보국제부 기자가 캐처 역할을 해준 덕분에 장례식의 하이라이트가 박진감있게 편집됐다. 현장에서 녹음하느라 울리고 발음이 뭉개진 오디오 역시 내근자들 덕에 수정할 수 있었다. 영국인들이 여왕을 추모하며 연대감을 느끼는 동안 기자는 내근자들과의 팀워크에서 연대를 느꼈다. 외신 기자들과의 교류도 인상적이었다. 경험많은 유럽 기자들은 수많은 군중과 경호 인력 속에서 핵심 현장을 잡는 노하우를 잘 알고 있었다. 영국, 프랑스 기자들은 서로의 고충을 이해한다는 듯 취재 질의에 친절하게 아는 정보를 공유해줬다. 덕분에 여왕의 관을 보려는 추모객들이 밤샘 중이던 템스강변 다리 아래를 찾을 수 있었다. 평소 외신기자클럽 등을 통해 네트워크를 다질 필요를 느낀 순간이었다. 장례식 종료와 함께 밀도 높은 취재가 끝나니 마치 가까운 친지의 상을 치르고 난 기분이었다. ‘세기의 장례식’을 현장에서 지키며 기자로서 더 성장할 수 있었다.

편집국 국제부 조은아

해외 언론계도 주목한 히어로콘텐츠

이샘물 디지털이노베이션 팀장 스페인 사라고사에서 사례 발표



9월 29일 세계신문협회(WAN-IFRA) 총회에서 이샘물 디지털이노베이션 팀장이 좌담을 진행하고 있다.

“동아일보는 올해로 102년 된 한국의 전국 일간지입니다. 거기선 어떤 일들이 진행되고 있는지 공유해주시겠어요?”

9월 29일 스페인 사라고사. 제73회 세계신문협회(WAN-IFRA) 세계뉴스미디어총회에서 리즈 코빈 유럽 방송조합(EBU) 부

국장이 발언권을 넘기며 말했다. 전 세계 각국에서 온 언론인들의 시선이 동아에 모이는 순간이었다. 필자는 28~30일 진행된 이번 총회에서 유일한 한국 언론의 발표자였다. 총회의 주요 프로그램인 세계에디터서밋 일환으로 진행된 세션의 주제는 ‘퀄리티 저널리즘.’ 양질의 저널리즘을 실천하기 위해 남다른 투자와 독특한 실험을 진행해온 동아일보 히어로콘텐츠팀의 여정을 공유하기 위해 연단에 올랐다. 동아일보는 2020년 히어로팀을 출범시켜 디지털 저널리즘의 품격을 높이는 한편, 기자들의 역량과 자부심을 높이고 있다. 히어로팀은 시간에 구애받지 않고 원하는 깊이에 이를 때까지 취재하며, 보도 주제와 형식 또한 자유롭게 정한다. 장비든 협업이든, 퀄리티를 높이기 위해 추가로 필요한 자원이 있다면 회사에서 최대한 제공한다. 이 정도의 파격적인 시스템으로 ‘역작 배출을 독려하는 모델’은

세계적으로도 보기 드물다. 글로벌 무대에서 경험을 나누게 된 배경이다. 발표에서는 그간 히어로팀 구성원들이 어떤 방향성과 고민을 바탕으로 기사를 제작해 왔는지 소개했다. 소재·주제 선정 시엔 ‘히어로팀이여야만 보도할 수 있는 것’인가를 고민하고, 제작 과정에서는 ‘시간을 더 투자하면 품질이 높아지는가’를 자문한 뒤 ‘그렇다’는 대답이 나오면 항상 시간을 더 투자한다는 것이다. 보도 형식에서도 틀을 벗어나기 위해 참신한 스토리텔링 방식을 고안하고, 제작 과정을 투명하게 해설하며 독자의 신뢰를 높인다는 점도 짚었다. 발표가 끝난 뒤 참석자들은 “환상적이다”, “감동적인 스토리”라며 뜨거운 반응을 보였다. 스페인의 대학에서 저널리즘을 가르치는 교수는 따로 찾아와 “수업에서 케이스 스터디로 소개하겠다”고 말했다. “많이 배웠다”며 이메일을 보내온 언론인도 있었다. 발표 당시 전한 내용은 소셜미디어에서 공유되기도 했다. 이를테면

“독자들은 기사가 언제 보도됐는지는 기억하지 않고, 그것이 타월했는지만 기억한다”, “말하기보다는 결과로 보여주라”와 같은 문구였다. 세계신문협회 총회는 전 세계 신문사와 미디어 분야 중역들이 대거 모이는 연례행사다. 코로나19 이후 3년 만에 오프라인으로 열린 이번 행사엔 80여개 국에서 1000명 이상이 참석했다. 한국에서도 임채청 동아일보 발행인(한국신문협회 회장) 등 신문사 발행인단을 포함해 20여 명이 참석했다. 본보의 발표를 통해 동아일보와 히어로콘텐츠의 브랜드가 세계적으로 더욱 널리 알려지게 됐다. 히어로팀은 매번 경계를 뛰어넘는 시도로 저변을 확장해왔다. 앞으로도 히어로팀이 끊임없는 도전과 실험으로 진정한 저널리즘의 가치를 보여주고, 디지털을 통해 세계로 더 멀리 뻗어나가기를 기원해본다.

경영전략실 디지털이노베이션팀 이샘물

“갓생 노하우 공유합니다”

‘워라밸(일과 삶의 균형)’을 넘어 일과 삶을 동시에 즐기는 ‘워라블(일과 삶의 혼합(Work-Life Blending))’ 재미에 푹 빠진 기자들이 늘고 있다. 이들은 취재 과정에서 쌓은 경험을 응용해 시나리오나 책을 쓴다. 또 코딩을 배워 콘텐츠 제작을 하는가 하면 이른 새벽 기상하는 ‘미라클 모닝’으로 생산성을 높인다. 일상에서 ‘꽃한’ 일들로 ‘갓생’을 사는 것. 갓생은 신을 뜻하는 ‘갓’과 ‘인생’을 합친 신조어로 부지런하고 충만한 삶을 뜻한다. 이런 동아일보 기자들의 노하우가 ‘DAMG 갓생스쿨’에서 공개됐다. 갓생스쿨은 일상의 소소한 경험과 정보, 노하우

를 공유하는 ‘기자들에 의한, 기자들을 위한 어른학교’다. 갓생스쿨 1기는 7월부터 9월까지 줌 회의 방식으로 5번 열렸다. 동아미디어그룹 기자 11명이 강사로 나서 동료들과 ‘워라블’ 실천 노하우를 공유하고 참석자들과 질의응답을 나누는 방식이다. 첫 번째 에피소드는 동아일보 편집국 디지털뉴스팀 권기범 기자가 진행한 ‘MZ는 부캐·브랜드를 만드는 기자들’. 권 기자는 고려사이버대 융합정보대학원에서 코딩을 공부하며 석사 학위를 받았다. 2015년 유행하던 ‘워드 클라우드’를 이용해 기사를 써보고 싶다는 생각에서 시작한 코딩 공부가 이제는 파이썬, R 등의 프로그

래밍 언어 공부로 확장됐다. 두 번째 주자인 채널A 보도본부 경제산업부 염희진 차장은 워킹맘이 유일하게 자유로운 시간 새벽 5시에 일어나는 ‘미라클 모닝’을 실천하고 이를 ‘갓생사는 엄마들’이라는 제목의 책으로 엮어낸 경험담을 공유했다. 정책사회부 조건희 기자는 연세대 보건대학원 석사 과정 중에 공부한 내용을 취재와 발제로 연결한 경험을, 문화부 김재희 기자는 영어 번역 자격증을 취득한 경험을 나눴다. ‘낯발밤공-밤에 학교가는 기자들’편을 수강한 사회부 이청아 기자는 “대학원 진학 관련 궁금증이 있었는데 검색으로 찾아 볼 수 없는 정보를 얻었다”며 “강의를 계기로 강사 선배에게 따로 연락해 많은 조언을 받을 수 있었다”

갓생스쿨 프로그램

주제	강사
‘Mz=부캐’ 브랜드 만드는 기자들	편집국 문화부 김재희 기자 디지털뉴스팀 권기범 기자
워킹맘 기자들의 갓생살이	보도본부 경제산업부 염희진 차장 편집국 뉴스룸지원팀 이서현 팀장
‘낯발밤공’ 밤에 학교가는 기자들	편집국 문화부 이지훈 기자 정책사회부 조건희 기자
좋아하는 걸 뉴스레터로 만드는 기자들	편집국 국제부 김민 기자 문화부 김태연 기자
-덕질이 ‘원소스 멀티유즈가 되기까지’ -출입처는 떠난다 책은 넘는다	편집국 스포츠부 강홍구 기자 노동조합 신무경 사무국장 사회부 신희철 기자

고 말했다. 갓생스쿨 개강 후 편집국 뉴스룸지원팀에는 다양한 활동으로 갓생을 사는 사우들에 대한 제보가 이어지고 있다. 편집국

은 더 풍성한 프로그램으로 ‘갓생스쿨 시즌2’를 확대할 계획이다.

편집국 뉴스룸지원팀 이서현

레전드들의 씨름 한 판 〈천하제일장사〉 첫 방송

치열한 자존심 대결과 진정성 넘치는 훈련으로
짜릿한 쾌감과 감동 선사

추성훈과 양준혁이 살바를 메고 모래판 위에서 만났다. 격투와 야구를 대표하는 두 레전드 대결에 보는 이들의 입이 떡하고 벌어진다. 초반 탐색전이지만 한 치 양보 없는 팽팽한 승부. 승자는 과연 누구일까? 10월 10일 월요일 오후 9시 10분 첫 방송하는 〈천하제일장사〉에서 확인할 수 있다.

〈천하제일장사〉는 각 종목 대표 최강자들이 모여 씨름으로 한판승부를 펼치는 서바이벌 예능이다. 18명이 6팀으로 나뉘어 탐색전, 예선 라운드, 본선 토너먼트를 거치며 최종 우승자를 가린다. ‘격투 기계 레전드’ 추성훈을 앞세운 격투팀, 애틀란타 올림픽 은메달리스트 김민수 등이 참가한 유도팀, ‘양신’ 양준혁이 이끄는 야구팀, 문경은·우지원 등 레전드가 가세한 농구팀, 양치승 관장이 이끄는 머슴팀, ‘헬스보이’ 이승윤이 나서는 개그팀 등이다. MC 이경규, 배성재는 거침없는 입담으로 재미를 더할 전망이다.

처음 씨름을 가볍게 생각했던 출연자

들은 촬영을 거듭하며 당황했다고 한다. 제작진은 “출연자들이 씨름을 단순히 힘의 종목이라고만 생각하다가 녹화를 거듭하며 보기보다 어려운 종목임을 몸소 체감 중”이라고 전했다. 체구가 작은 출연자가 체중이 두 배나 나가는 출연자를 상대로 이변을 일으키는 등 예측할 수 없는 승부가 펼쳐졌다는 후문. 승리를 향한 지옥훈련이 펼쳐지며 촬영 현장의 긴장감은 점점 더 커지고 있다.

〈천하제일장사〉 티저 영상이 공개된 뒤 시청자들은 기대감을 드러냈다. ‘기다리고 기다리던 서바이벌 프로그램이다’, ‘야구선수들의 씨름 실력이 궁금하다’는 반응이 많다. 제작진은 “각 종목 최고라는 자부심을 지닌 18인의 선수들이 진정성 넘치는 훈련과 자존심을 건 씨름 대결을 통해 시청자들에게 짜릿한 쾌감과 감동을 선사할 것”이라고 전했다.

제작본부 2CP 임정규

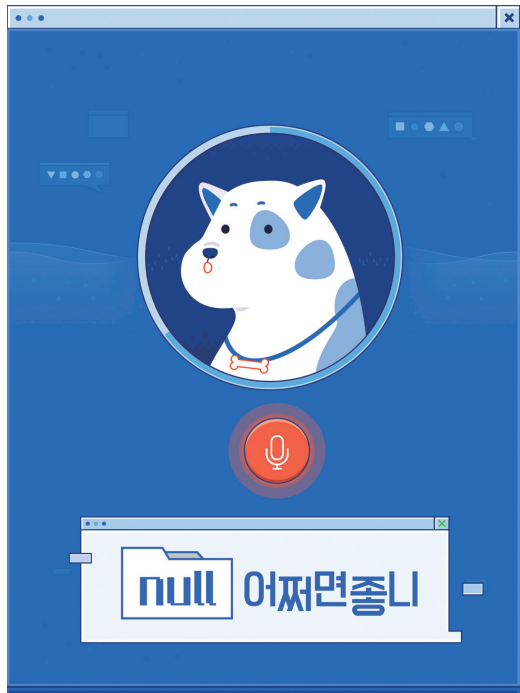


〈천하제일장사〉는 6개 분야 레전드들과 이경규, 배성재 등 재치있는 MC들의 출연으로 시청자들의 기대를 한 몸에 받고 있다.



코믹 캠퍼스 드라마 〈null 어쩌면 좋니〉 공개

‘좌충우돌’ 스타트업 창업 도전기로 대학생 공감 불러 일으켜



〈왼쪽〉〈null 어쩌면 좋니〉 포스터
〈오른쪽〉〈null 어쩌면 좋니〉 출연 배우들. 왼쪽부터 한은수, 서동현, 김우경.

코믹 캠퍼스 드라마 〈null 어쩌면 좋니〉가 채널A 공식 유튜브 채널을 통해 공개됐다. 〈거짓말의 거짓말〉, 〈쇼윈도: 여왕의 집〉 등 채널A표 인기 드라마를 배출한 드라마플러스본부가 만든 첫 번째 웹드라마이다.

총 4화분으로 제작된 〈null 어쩌면 좋니〉는 개소리 번역 앱 스타트업 ‘독투미’ 안에서 벌어지는 좌충우돌 스토리를 다룬다. 경영의 ‘경’자도 모르는 공대생 나동현, 배우겸이 창업에 도전한다. 경영대 브레인 강혜미를 영입하지만 지분 문제로 갈등을 겪고, 회사를 인수하려는 투자자가 나타나는 등 창업 성공까지 위기를 겪는다.

〈null 어쩌면 좋니〉는 젊은 배우들의 조합으로 시청자들에게 신선함을 안긴다. 나동현 역을 연기한 서동현은 연극 무대에서 활약한 배우로 웹드라마 첫 출연이다. 배우겸 역의 김우경은 단편 영화 등에서 활약하며 연기력을 한껏 인정받았다. 〈null 어쩌면 좋니〉를 통해 데뷔한 신예 배우 한은수는 자신감 넘치고 엉뚱 발랄한 강혜미 역을 200% 소화했다는 평가를 받는다. 특히 개소리 번역 앱 성능 테스트를 위해 개 짖는 소리를 따라하는 연기는 시청자들에게 큰 웃음을 준다.

〈null 어쩌면 좋니〉는 Z세대를 겨냥한 콘텐츠이다. 스타트업 창업을 다루지만

동업자와의 갈등은 대학교 조별 과제의 갈등, 지분 갈등 에피소드는 20대의 보편적인 경제 문제를 자연스럽게 연상시키면서 공감을 불러일으킨다. 한 회당 길이를 약 15분으로 제작해 숏폼, 미드폼 콘텐츠를 즐기는 젊은 세대의 취향에 맞췄다.

〈null 어쩌면 좋니〉를 본 시청자들은 ‘배우들의 조합이 신선하다’, ‘시즌 2를 제작해 달라’ 등 호평 댓글을 달았다. 〈null 어쩌면 좋니〉는 유튜브 채널 ‘채널A 캔버스’에서 전편을 감상할 수 있다.

드라마플러스본부 드라마플러스2팀
김용만 권예림

채널A SNS 계정 속속 오픈

트위터·인스타그램 활용해 젊은 세대 소통 강화

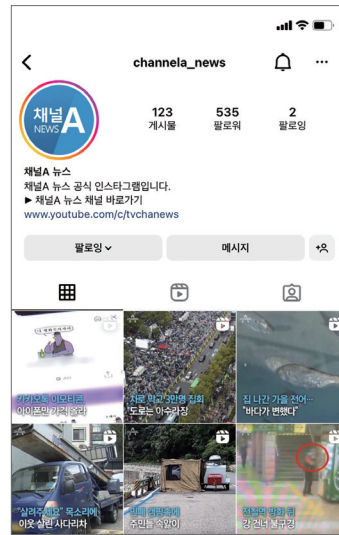


채널A가 잇따라 공식 소셜네트워크서비스(SNS) 계정을 오픈하며 젊은 시청자들에게 다가가고 있다.

채널A는 9월 19일 트위터 계정@ChannelA_joah을 열었다. 봇을 든 곰솔머리의 ‘밥쪽이’ 캐릭터가 방문자를 맞이한다. 밥쪽이는 채널A 대표 마스크트 금쪽이와 ‘어때요, 참 쉽죠?’로 국내에 잘 알려진 미국 유명 화가 밥 로스를 패러디한 캐릭터다.

트위터는 타 SNS 대비 MZ세대의 영상 콘텐츠 경험 공유가 압도적으로 높다. 방송 콘텐츠를 시청한 뒤 트위터에서 후기를 공유하고, 자발적으로 2차 창작물을 확산시키는 게 MZ세대의 트위터 활용법이다.

편성전략본부 C-밸류업팀은 채널A 트위터 계정에 각종 밈(MEME) 콘텐츠를 공개하고 맞팔로우 이벤트를 진행해 채널A 콘텐츠의 화제성을 꾸준히



히 높일 계획이다.

채널A 뉴스 인스타그램 계정(@channela_news)도 9월 1일 오픈했다. 유튜브, 페이스북, 카카오톡에 이어 뉴스를 유통하는 소셜미디어 채널을 추가한 것이다.

특히 인스타그램의 주 이용층은 10대~30대 여성이다. 보도본부 디지털뉴스팀은 앞으로 인스타그램 계정을 통해 뉴스A 화제 리포트를 인스타그램 포맷이나 숏폼으로 공개할 예정이다.

시청자들의 호응은 뜨겁다. 서상희 기자의 리포트를 숏폼으로 제작한 〈‘힙남도급’ 강풍 직접 맞아봤더니〉는 업로드 하루 만에 조회수 1만 회를 넘어섰다.

편성전략본부 C-밸류업팀 정수민
보도본부 디지털뉴스팀 구가인

2022 사원확장 캠페인 ‘같이, 가치’ 진행

캠페인 참여하면 소외 가구에
기부도 진행



동아일보 마케팅본부가 10월 1일부터 12월 31일까지 동아미디어그룹 사원을 대상으로 사원확장 재연결 캠페인을 진행한다. 올해 캠페인 구호는 ‘같이, 가치’로 정했다. 단순한 사원확장을 넘어 소외된 이웃에게 따뜻함을 전한다는 의미를 담고 있다. 이런 취지에 맞게 마케팅본부는 캠페인에 참여한 임직원 1명 당 연탄 10장을 ‘밥상 공동체복지재단’을 통해 소외된 이웃에게 기부한다. 지난해에도 소외 계층 가구에게 연탄 1만1530장을 기부한 바 있다. 이번 사원확장 캠페인은 사원들의 적극적인 참여를 독려하기 위해 시상 기준은 낮추고, 상품은 푸짐하게 늘렸다. 확장실적 우수상과 관리실적 우수상 구간을 확대해서 시상의 혜택을 더 넓힌 것.

확장실적 우수상은 대상 1명(250부 이상)에게 시상금 300만 원을, 금상 2명(200부 이상)은 200만 원, 은상 3명(150부 이상)은 100만 원, 동상 4명(100부 이상)은 50만 원씩을 지급한다. 실적은 신규와 재연결 부수를 합해 계산한다. 관리실적 우수시상은 시상 기준을 낮추고 5등급으로 차등했다. 50부 이상 시 갤럭시워치5, 30부 이상 시 공기청정기 또는 갤럭시워치4, 20부 이상 시 외장하드 또는 JBL FLIP6 블루투스 스피커, 10부 이상 시 JBL 무선 이어폰, 5부 이상 시 JBL GO3 블루투스 스피커를 목표 달성 사원에게 시상한다. 실적은 신규, 재연결, 유지 부수까지 모두 합해 계산한다. 동아일보 100주년(2020년 4월 1일) 이후

입사한 직원들을 대상으로 특별한 이벤트도 마련했다. 이들 중 5부 이상 신규 확장하는 사원을 매월 5명을 추첨해 갤럭시워치5, JBL무선 헤드폰, 하만카돈 블루투스 스피커 등을 시상할 계획이며 이외에도 다양한 이벤트를 준비하고 있다. 또한 이번 캠페인을 시작하며 채널A B&C가 디자인하고 마케팅본부가 제작한 자석출터를 전 사원에게 기념품으로 전달했다. 사원확장 캠페인에 대한 자세한 내용은 지니어스 홈페이지 공지사항을 참고하면 된다. 관련 문의 및 독자서비스와 관련된 민원 사항은 마케팅본부(1577-7546)로 연락하면 된다.

마케팅본부 마케팅총괄팀 손수영



김수진 뉴스디자인팀 차장 개인전

김수진 편집국 뉴스디자인팀 차장이 개인전 ‘안녕, 마음씨!’를 9월 21~26일 서울 종로구 인사아트센터에서 열었다. 2012년에 이어 10년 만에 두 번째로 연 개인전이다. ‘오은영의 부모마음 아이마음’, ‘포도나무 아래서’ 등 동아일보 오피니언 면에 게재했던 그림들을 중심으로 모두

30점을 선보였다. 김 차장은 “오늘의 이 그림이 따뜻한 위안이 되길 바라며 나의 마음 조각들을 건넸다”고 개인전의 의미를 설명했다. 전시에서는 밤하늘 별을 품에 안은 이를 형상화한 ‘나의 우주’, 밤거리에 홀로 선 사람을 비추는 달빛을 담은 ‘달 등대’ 등이 관람객과 만났다.



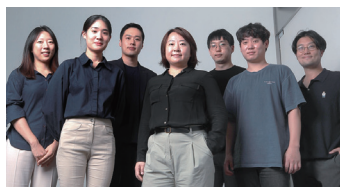
DAMG 수상소식

이진영 논설위원
최은희여기자상



이진영 동아일보 논설위원(사진)이 제39회 최은희여기자상 수상자로 선정됐다. 최은희여기자상 심사위원회는 9월 14일 “이진영 논설위원은 여성·문화·환경·교육·복지·미디어 분야를 심층적으로 분석해 사회 구조적 문제를 새로운 시각으로 다뤄 왔다. ‘현장칼럼’ ‘수요인터뷰’를 통해 체험적 칼럼의 영역을 개척했다”고 밝혔다. 최은희여기자상은 일제강점기 조선일보 기자였던 최은희 기자(1904~1984)가 기탁한 기금으로 1984년 제정됐다.

히어로팀 4기
노근리평화상 언론상



노근리국제평화재단은 ‘공존: 그들과 우리가 되려면’ 시리즈를 보도한 동아일보 히어로콘텐츠팀 4기(이세생 신하철 김재희 위은지 남건우 양희성 송은석 김충민 기자)를 제15회 노근리평화상 언론상 신문부문 수상자로 선정했다고 9월 22일 밝혔다. 공존 시리즈는 안산의 한 초등학교 사례 등을 바탕으로 이주민 문제를 아이들의 시선에서 다뤘다. 신선한 방식으로 이주민 문제를 심층적으로 드러냈다는 평가를 받는다.

DAMG 행사소식

2022 공주백제마라톤



동아일보 2022 공주백제마라톤이 9월 18일 성공적으로 개최됐다. 공주시와 동아일보, 스포츠동아가 공동주최하는 공주백제마라톤은 3년 만에 제 모습으로 치러졌다. 코로나 19로 2020년에는 열리지 않았고 2021년에는 비대면 언택트 레이스로 치러졌기 때문이다. 공주백제마라톤은 42.195km 풀코스와 하프코스, 10km 단축 마라톤, 5km 건강 달리기 등 4개 부문으로 나눠 진행됐다. 2003년 시작한 이 대회는 매년 7000여 명이 참가하는 중부권 대표 마스터스 마라톤 대회로 자리 잡았다.

2022 서울 트레일 온 런



동아일보와 한국도시가스협회가 공동 주최한 ‘2022 서울 트레일 온 런’이 9월 24일 개최됐다. 청와대 분수광장을 출발해 경복궁, 한양도성길, 북악산, 인왕산 등 초가를 서울 명품 산길을 걷고 달린 이번 대회는 30km, 10km, 온라인 등 3개 부문으로 열렸다. 대회 수익금은 장애인 재활과 자립을 돕는 푸르메재단에 기부될 예정이다.



하트시그널 일본판 현지에서 화제



채널A의 간판 예능 프로그램 <하트시그널>의 일본판 <HEARTSIGNAL JAPAN(하트시그널 재팬)>이 현지에서 큰 화제다.

올해 8월 일본 OTT 플랫폼 ABEMA(아베마)를 통해 리메이크돼 공개된 <하트시그널 재팬>은 공개 일주일 만에

아베마의 주말 조회수 1위와 누적 시청 횟수 약 30만 뷰를 기록했다. 9월 셋째주까지도 연애 리얼리티 부문 3위 등에 오르며 화제를 이어나가는 중이다. 채널A는 지난해 11월 TBS GLOWDIA와 일본전역 <하트시그널> 포맷 계약을 맺은 바 있다.

<하트시그널 재팬>은 한국 남자와 일본 여자가 서울에 위치한 ‘시그널하우스’에 입주한 뒤 설렘과 사랑의 감정을 키워 커플이 되어가는 과정을 그리고 있다. 한국 올 로케이션으로 제작되며 서울의 데이트 명소나 한류 드라마 촬영지를 풍성하게 담아내 일본 시청자들의 눈길을 사로잡고 있다는 후문이다.

<하트시그널 재팬> OST인 TXT(투모로우바이투게더)의 노래 ‘기미자나미 다레 카노 아이시카타(君じゃない誰かの愛し方)’는 발매와 동시에 일본 내 음원차트 1위를 석립해 <하트시그널 재팬>의 열풍에 힘을 보태고 있다.

<하트시그널>은 2018년 중국 Tencent(텐센트)와도 포맷 계약을 맺었으며, 현재는 중국판 하트시그널인 <심동적신호(心動的信号)> 시즌 5가 제작되어 방송 중이다. 새로운 화차가 공개될 때마다 중국 SNS에서 화제가 되며 방송 속 제품, 의상까지 관심을 받고 있다.

콘텐츠사업본부 콘텐츠세일즈팀 강혜빈

New face

새 식구를 소개합니다

이름 / 부서 ① 입사 후 포부 ② 요즘 관심사



김도현 / 채널A
경영전략실

① 늘 밝은 에너지로 사람들에게 신나고 재미있는 꿈을 선사하는 CD가 되겠습니다!
② 요즘 향수 수집에 관심이 생겼습니다. 계절에 맞게 향수를 뿌리는 걸 좋아하는데, 가을을 맞아 향수를 구매했습니다! 얼른 가을이 왔으면 좋겠습니다!><



서이영 / 채널A
경영전략실

① 채널A의 CD로서 프라이드를 갖고 대중의 마음을 움직이는 가장 자연스럽고 가장 자유로운 콘텐츠를 만들고 싶습니다.
② 2022년이 약 100일 정도 남은 사점이라는 글을 보았습니다. 올해가 가기 전 새로운 목표와 다짐을 설정하려고 합니다.



윤나형 / 채널A
경영전략실

① 이전에 본 적 없던 새로운 스타일의 콘텐츠들을 보여드리겠습니다
② 최근 하스타투스라는 귀여운 물고기를 잔뜩 봉달해왔습니다. 이 녀석들의 반식에 관심이 많은데 어떻게 천적이 많아서 그런지 전혀 알을 붙이고 있지 않네요 그래서 구피와 그 외 물고기(랜덤) 필요하신 분 연락주시면 몇 마리 드리겠습니다!

동아미디어그룹 사내보 제274호 | 2022년 10월 11일 화요일

발행인 김재호 | 편집위원 임보미(편집국) 조윤경(미래전략연구소)
이원탁(AD본부) 손수영(마케팅본부) 문영현(문화사업본부) 이진걸(경영지원국)
남형주(재경국) 최화정(편성전략본부) 남상호(콘텐츠플러스센터) 허욱(보도본부)
유정균(전략기획본부) 김혜성(콘텐츠사업본부) 박동엽(경영지원본부)
박세연(동아E&D) 오혜정(채널A비즈니스) (편제순)
제작 경영총괄팀(구내 0879) | 서울 종로구 청계천로1가 동아미디어센터