

동아미디어그룹 사내보 東友

2면

동아일보·채널A 취재진,
 '통곡의 땅' 튀르키예에 가다

3면

찾아가는 출장세탁소로 돌아온다!
 〈빨아빠리보〉시즌2

4면

중동도 주목한 K-콘텐츠…
 채널A <강철부대> 등 화제

본궤도 오른 DAMG 새 성장엔진 '드림캔버스 스튜디오'

용인 동백지구에 2400평대 규모 드라마 세트장…내년 3월 완공 목표



동아미디어그룹의 첫 드라마 세트장 건립이 2월 착공과 함께 본궤도에 올랐다. 경기 용인 동백지구에 위치할 세트장은 600평대 세트장 4개동으로 총 2400평대 규모로 조성될 예정이다. 김재호 동아일보·채널A 사장은 올해 신년사에서 드라마 세트장에 대해 “동아미디어그룹의 다양한 영상 콘텐츠 제작을 위한 침대 인프라로 자리잡을 것”이라고 설명했다. 동아미디어그룹의 새로운 성장엔진이 될 드라마 세트장은 1년여 공사를 거쳐 내년 3월경 완성될 예정이다.

최적의 제작 환경 '드림캔버스 스튜디오'

건축에 돌입한 이번 드라마 세트장의 이름은 내부 공모를 통해 정해졌다. 2월 15일부터 21일까지 일주일 간 진행된 이름 공모에는 뜨거운 호응 속에 임직원 126명이 참여했다. 이를 통해 제안된 총 164개의 이름 가운데 채널A 각 본부의 의견과 평가 등을 반영해 ‘드림캔버스 스튜디오’가 최종 이름으로 결정됐다. 채널A의 슬로건인 ‘꿈을 담는 캔버스’를 실현하는 꿈과 창조의 공간이란 뜻을 담은 것. ‘드림캔버스 스튜디오’의 영문명(dreamcanvas studio)을 활용해 홈페이지도 구축할 예정이다. 당선작을 만든 동아닷컴 개발팀 김지호 대리는 상품권 100만 원을 선물로 받게 됐다.

‘드림캔버스 스튜디오’는 입지와 설비 면에서 타월한 경쟁력을 지녔다는 평가다. 드림캔버스 스튜디오가 위치할 곳은 용인시 기흥구 중동 일대로, 경부고

속도로와 영동고속도로가 교차하는 신갈 IC에서 직선으로 채 5km가 되지 않는다. 강남 도심과 지방에서의 이동이 모두 편리하고 경전철 이용까지 가능하다. 국내의 드라마 세트장은 대부분 파주, 연천 등 임야에 자리하고 있어 스탭들의 편의시설 이용이 어려운 데 반해 ‘드림캔버스 스튜디오’는 택지지구 내에 있어 식당은 물론 커피숍 등도 가깝다.

세트장 규격은 가로 31m, 세로 43m로 드라마 촬영에 최적화했다. 오디션 프로그램 등 대형 세트장이 필요한 경우에는 그에 맞게 대응할 수 있다. 다양한 평형의 출연자 대기실을 비롯해 샤워실, 회의실, 의상·분장실, 창고 시설과 2층 외부 테라스 휴게 공간도 별도로 갖출 예정이다. 향후 확장현실(XR) 스튜디오 등 스마트 스튜디오로의 전환도 가능하도록 준비해 활용도를 높였다.

언제든 사용 가능한 세트장이 구축되는 만큼 앞으로 채널A는 보다 안정적으로 제작 계획을 수립할 수 있게 됐다. 이전에는 드라마 제작 시 용인, 연천 등의 외부 세트장을 쓰거나 수도권을 넘어 충청권 세트장을 임차하기도 했다. ‘드림캔버스 스튜디오’는 채널A 제작이 없거나 미사용 세트장이 생기면 외부 제작사들도 사용할 수 있게 해 추가적인 임대 수익도 창출해 나갈 예정이다.

코로나19와 인플레이션 이겨내고 결실

한편 ‘드림캔버스 스튜디오’가 착공에 이르기까지는 우여곡절이 적지 않았다. 무엇보다 누구도 예상치 못한 코로나19가 터지면서 전체적인 상황과 일정 계획이 완전히 바뀌었다. 코로나19가 주춤하면서는 우크라이나 전쟁 발발로 원자재가 급등했고, 인플레이션에 금리인상까지 더해지며 다시 고려하고 전략을 짜야하는 요소들이 크게 늘었다.

하지만 대외 변수로 착공이 지연되는 동안 착공 계획은 더 단단해졌다. 동아일보와 채널A가 함께 참여한 세트장 건설 태스크포스(TF)팀은 드라마 시장 변화 추이를 분석하고 경쟁 세트장 수십 곳을 견학하며 설계부터 재점검해 각각의 계획을 업그레이드할 수 있었다.

현재 ‘드림캔버스 스튜디오’는 2월 20일 용인시의 착공 승인을 받아 현장사무소를 개설하고 토목공사를 진행 중이다. 3월에는 건설사 현장근무자와 본사 실무자들이 함께 참여하는 안전기원제도 예정돼 있다. TF팀은 공사가 진행되는 1년 동안 세트장 구축의 전 과정을 철저히 관리감독할 예정이다. 건축, 설계, 전기, 소방 등 모든 부문에 전문 자격을 소지한 본사 인력들이 분야별 감독책임자로 투입된다. 또 공사기간 동안 채널A 내외부 수요를 면밀히 파악해 준공과 동시에 세트장이 공백 없이 운영될 수 있게 할 방침이다.

2월 착공한 동아미디어그룹의 첫 드라마 세트장 ‘드림캔버스 스튜디오’의 조감도. 경기 용인시 기흥구에 위치한 ‘드림캔버스 스튜디오’에는 가로 31m, 세로 43m 규격의 세트장 4개동이 들어설 예정이다.

경영지원국 자산관리팀 선성현



동아일보·채널A 취재진, '통곡의 땅' 튀르키예에 가다

강성휘 카이로 특파원과 김재혁 보도본부 외교안보국제부 기자, 신방 협업 통해 현장 참상 생생히 전달

① 2월 9일(현지 시간) 튀르키예 남동부 아디야만 초입의 한 지진 구조 현장 모습. 8층짜리 거주지 건물 붕괴 현장에서 구조작업을 벌이고 있는 이들 대부분은 일반 주민들이다. ② 김재혁 보도본부 외교안보국제부 기자 ③ 강성휘 카이로 특파원

2월 6일 새벽(현지 시간) 규모 7.8의 대지진이 튀르키예 동남부와 시리아 서북부를 강타했다. 5만 명 넘는 사망자가 발생한 비극의 현장을 취재한 동아일보와 채널A 취재진의 취재기를 전한다.

출국

—2월 7일. 서울. 김재혁 보도본부 외교안보국제부 기자

튀르키예에서 처참한 지진이 발생한 다음날인 2월 7일, 해외 현장 취재 급파가 결정됐다. 나는 제대로 짐을 꾸릴 시간도 없이 곧바로 7일 밤 비행기에 몸을 실었다. 막상 취재에 지원했지만 해외 재난 취재는 처음이라 막막한 기분이었다. 현지 도착 후 진양지 키흐라만 마라슈와 가지 안데프까지는 어떻게 가야할지, 피해가 막심한 현지인들에게 어떤 질문을 할 수 있을지, 우리 팀의 안전은 어떻게 지켜야 할지 눈 앞이 깜깜했다. 다행히 함께 취재에 나선 이호영, 김찬우 영상취재 선배들의 경험과 조언을 바탕으로 안전한 동선을 짜 나갔다.

—2월 7일. 카이로. 강성휘 동아일보·채널A 카이로 특파원

2월 7일(현지 시간) 나는 카이로 국제공항으로 가고 있었다. 튀르키예로 가라는 지시를 받은지 4시간 만이었다. 등에 짊어진 짐이라곤 노트북과 여벌 속옷을 넣은

22리터짜리 배낭 하나가 전부. 급하게 공항을 향해 달리고 있었지만 어디서 어떻게 취재를 시작해야 할지 알 수 없었다.

현장

① 재혁

튀르키예 땅을 밟자마자 처음 마주한 건 공항 전광판에 띠 있는 검은 추모 리본이었다. 엄숙함도 잠시, 공항은 각국에서 온 취재진과 구조인력들로 정신이 없었다. 우리도 도착과 동시에 분주하게 중계 준비에 나섰다. 시간이 촉박했지만 내근 자들의 전폭적인 지원과 꼼꼼한 취재 뒷받침 덕에 현장의 참상을 전할 수 있었다. 우리는 각국에서 보내온 기부품이 모이는 현장으로 이동했다. 우리를 향해 현지인들은 '와줘서 진심으로 고맙다'며 시간대마다 차이(차)와 수프를 건넸다. 멀리 서 온 타국 취재진을 향한 진심어린 배려가 느껴졌다. '형제의 나라'라는 말이 와닿는 순간이었다. 이후 진양지에 접근하기 위해 항공편으로 디아르바크르로 향했다.

② 성휘

이스탄불까진 급히 도착했다. 하지만 그 뒤론 말 그대로 '깜깜'이었다. 지진 피해 지역인 카라만마라슈나 하타이로 가는 교통편은 모두 취소돼 있었다. 이스탄불행 비행기 탑승 전 예매한 16시간 짜리 아나나행 심야버스도 마찬가지였다.

그 때 한국에서 채널A 취재진이 온다는 소식을 접했다. 여행사를 통해 카라만마라슈 외곽 디아르바크르에 숙소를 잡는데 성공했다고 했다. 차량도 섭외해 둔 상태였다. 김재혁 기자는 지진 피해지역 지도를 꿰고 '마치 경기도 도시를 빛듯' 현지 지명을 말하고 있었다. 그들이 있는 곳으로 가야했다. 가까스로 디아르바크르 행 항공권을 구해 몸을 실었다.

디아르바크르에 도착한 건 9일 새벽 1시. 카이로를 나선지 36시간 만이었다. 숙소 바로 뒤에는 외신에서만 보던 지진 붕괴 건물이 있었다. 나중에 발견한 사실이지만 숙소 1층 내벽에도 여려 군데 깊고 긴 금이 나있었다. 짐도 풀지 않은 채 바로 현장으로 향했다.

함께

② 재혁

디아르바크르에서 반가운 강성휘 선배와 합류했다. 강 선배가 합류한 후로는 장소 선정부터 어떤 취재를 해나가야 할지, 돌발 변수에는 어떻게 대처해야 할지 네 명이 한 마음으로 고심했다. 신문과 방송의 작업 방식과 마감 시간은 천지 차이지만 신방경업의 팀워크를 몸소 느낀 경험이었다. 타지에서의 '맨땅에 헤딩'이라는 경험을 공유하며 우리는 어느새 서로를 의지하고 있었다.

수백 킬로미터를 더 달려 도착한 도시,

아디야만은 그야말로 처참했다. 어떤 안전 장비도 없이 양동이와 두 손에 의존해 건물 잔해를 파는 사람들, 이곳은 흡사 전쟁의 참상을 담은 영화 '피아니스트' 속 모습 그대로였다. 마치 융단 폭격을 맞은 듯 도시 전체가 잿빛이었다.

현장 중계를 하며 가족과 친구, 그리고 이웃을 잃은 그들의 슬픔을 어떻게 담아야 할지 매번 고민했다. 우리의 진심을 알아주는 이재민들은 거북할 수도 있는 취재 요청에 흔쾌히 응해줬다. 그들 덕분에 현장의 참상을 날 것 그대로의 슬픔, 그리고 슬픔이 분노로 변하는 모습을 고스란히 전할 수 있었다.

③ 성휘

현장에 도착하자 마자 눈앞에는 8층짜리 건물 두 동이 폭삭 무너져 있었다. 구조작업이 한창이었다. 도착 한 시간 전에도 시신이 수습됐다고 했다. "이제부터 시작이구나" 실감이 났다.

출발 당시 막막했던 마음과는 달리 현장에 도착하자 모든 게 선명해졌다. 들어야 할 것, 보아야 할 것, 기록하고 전해야

할 것이 너무나 많았다. 취재 대상이 대부분 유가족이나 구조대원들이었기 때문에 조심하고 또 긴장해야 했다. 극한의 상황에서 정신적, 육체적 고통을 젊어진 이들의 '선'을 넘어선 안됐다. 인터뷰 중 한 무리의 청년들은 "왜 튀르키예(터키)를 육보이냐"며 인터뷰에 응한 유가족을 막아서기도 했다. 모든 것이 처참하고 혼란스러운 상황이었다.

현장에서의 닷새 동안 가장 어려웠던 건 기자로서의 일과 사람으로의 마음을 조율하는 것이었다. 기자이기에 취재를 하고 기사를 써야하기도 했지만, 동시에 모든 걸 제쳐두고 잔혹한 참상 앞의 이들을 돋고 싶기도 했다.

취재 그 후

② 재혁

보급물자도 넉넉치 않은 피난 캠프에서 어린 소녀가 미소와 함께 건넸던 컵누들이 떠오른다. 보도를 위해 현장을 찾는 취재진들의 끝없는 행렬, 그리고 갈수록 늘어나는 구조 인력과 도움의 손길을 보며 언론이 지향하는 '우리'의 목표는 결국 하나라는 걸 다시금 깨닫게 됐다.

② 성휘

재난 현장에서 함께한 채널A 팀으로부터 많은 걸 배웠다. 신문기자로서 보지 못한 현장의 단면이나 스케치 장면을 포착하는데 많은 보탬이 됐다.

서울에 있는 국제부 선후배, 동료들에게 깊은 고마움을 느꼈다. 다급히 보낸 메모와 보고, 사진들을 지면용으로 멋지게 다듬어주고 지진 피해 속보를 꾸준히 공유해줬다. 데스크 선배들을 통해 발제와 기사가 환골탈태됐다.

배낭 하나로 일주일을 보냈다. 그리고 여전히 지진이 나는 꿈을꾼다. 살아남은 이들은 오죽할까. 그 곳의 모든 이들에게 하루 빨리 평안이 깃들길 바란다.

편집국 국제부 강성휘
보도본부 외교안보국제부 김재혁

동아일보와 채널A가 최근 지진 피해를 입은 튀르키예·시리아 이재민들을 위해 2월 27일 대한적십자사에 각각 5000만 원씩 총 1억 원의 성금을 기부했다. 동아일보는 1999년 터키(현 튀르키예) 대지진 때도 터키대사관에 5000만 원을 전달하고 독자·임직원 성금 모금 캠페인을 벌인 바 있다.

파리 특파원 '전쟁 1년' 우크라이나 취재기

아시아 언론 중 첫 우크라이나 영부인 인터뷰 성사

"엄마, 어디 가?"

2월 초 우크라이나 출장을 앞두고 짐을 싸자 열 살인 첫째가 재차 물었다. 남편과 조용히 우크라이나 출장을 상의한 걸 엿들었을까. 난 아이가 불안하지 않게 "폴란드에 출장 다녀올게"라고 말할 수밖에 없었다. "폴란드 과자 많이 사 와"라는 아이를 꼭 안아주고 심란한 마음으로 2월 9일(현지 시간) 프랑스 파리를 떠났다.

우크라이나 전쟁 1년을 맞는 2월 24일을 앞두고 신문과 방송으로 현장을 보도하기 위해 파리에서 폴란드 크라쿠프를 거쳐 국경도시 프셰미실로 이동했다. 이곳에서 키이우행 기차에 올라 10시간가

랑스 유럽연합(EU)의 수장들과 만나는 모 습이 연일 외신에 등장할 정도로 바빴다. 게다가 아시아 언론과는 인터뷰 경험이 없었다.

이런 점을 고려해 전략적으로 신문과 방송, 온라인으로 동시 보도를 할 수 있다는 점을 강조했다. 전쟁의 부당함을 효과적이고 널리 알릴 수 있다는 취지였다. 여성 대 여성으로서 젤렌스카 여사와 개인적이고 진실된 대화를 할 수 있다고 설명했다.

비서진은 특히 신문·방송 동시 보도의 효과에 관심을 보였다. 그러면서도 확답 없이 예상 질문을 보내보라고 했다. '질문을 보고 인터뷰 여부를 결정하겠다'는 암묵적인 메시지로 느껴졌다. 기급적 여사가 진술하고 개인적인 이야기를 할 수 있는 질문들을 담았다. 독자와 시청자들이 여사와 인간적인 공감을 형성하면 멀게만 느껴질 수 있는 전쟁의 부당함에 더 집중

할 수 있다고 봤다.

질문을 받아본 비서는 "다른 언론과는 다른, 뻔하지 않은 인터뷰를 만들어보자"고 응답했지만 인터뷰 직전까지 끊임없는 '밀당'을 해야 했다. 인터뷰 전날까지 구체적인 장소와 방식을 얘기 하지 않아 언제든 취소될 수 있다는 느낌을 받았다. 지면과 방송을 통해 보도된 젤렌스카 여사는 온화하고 호의적이지만 이 장면을 만나기까지 물 밑에서는 철저하고 까다로운 비서진들과 치열한 신경전을 거쳐야 했다. 그들은 전시의 선전 전략과 언론 활용에 노련한 전문가들이었다.

빡빡한 요구 속에 인터뷰가 엎어질 위기들을 넘기며 힘들긴 했지만 보람은 어느 때보다도 컸다. 우크라이나 대통령실은 인터뷰 이후 방송 영상을 대통령실 홈페이지에 게재했다. 우리 보도가 아시아 언론으로선 처음으로 영국 BBC, 미국 ABC 등과 나란히 현지 대통령실을 통해



우크라이나 대통령실이 2월 19일(현지 시간) 홈페이지에 공개한 우크라이나 영부인 올레나 젤렌스카 여사(오른쪽)와 조은아 파리 특파원의 사진.

홍보된 셈이다. 우리에 대한 신뢰와 인지도를 입증할 수 있는 보도인만큼, 앞으로 이를 기반삼아 더 굵직한 인터뷰도 성사해낼 수 있겠다는 자신감이 들었다.

편집국 국제부 조은아

찾아가는 출장세탁소로 돌아온다! 〈빨아빠리보〉시즌2

다나카, 시즌2 MC 낙점…4월 4일 공개

3월 7일 22화를 마지막으로 첫 번째 시즌을 마무리한 채널A의 대표 웨이네 〈빨아빠리보〉가 시즌2로 새롭게 돌아온다. 지난해 10월부터 매주 화요일 저녁 7시 채널A 유튜브 채널 '빨리요'를 통해 공개 돼 온 〈빨아빠리보〉는 '연예인의 이미지를 세탁해준다'는 참신한 콘셉트로 화제를 낳으며 큰 인기를 끌어왔다.

〈빨아빠리보〉는 경영전략실 X-스페이스팀이 자체적으로 콘텐츠 기획부터 제작, 언론 홍보, 마케팅, 간접광고(PPL) 영업에 이르기까지 전 과정에 도전한 실험이었다. 이들은 기획 회의에서 다양한 아이디어를 쏟아내며 '코인 세탁소에서 진행하는 최초의 예능', '각종 믿과 짤을 섞은 '이미지 세

탁' 프로그램'이란 콘셉트를 탄생시켰다.

이후 장소 섭외, 촬영팀 구성은 물론 편집, 홍보, 비즈니스 파트너 발굴까지 모두 자체적으로 개척했다. 과정마다 어려움이 없지 않았지만 X-스페이스팀 특유의 젊은 감각과 균형으로 매력적인 콘텐츠를 완성해 냈다. 우리 안에서 자체적으로 추진한 프로젝트인 만큼 '여기서 본 듯한 콘셉트'가 아닌, 오리지널리티와 차별성이 살아있는 프로그램을 만들 수 있었다. 〈빨아빠리보〉가 첫 회 업로드와 동시에 20만 조회수를 돌파하며 '제대로 터진' 비결이다.

〈빨아빠리보〉의 콘텐츠 파워가 입소문을 타면서 시장에서의 러브콜도 늘어났

다. 보다 자유로운 디지털 공간에서 다양한 PPL을 통해 '잘 만든 콘텐츠'의 사업적 가치 또한 확인했다. CD들 차원에서 빠르게 의사결정이 가능한 구조다보니 더 가볍고 속도감 있게 사업의 밀도를 끌어올릴 수 있었다. CD주도의 이러한 방식이야 말로 새로운 콘텐츠와 수익가치를 만들 수 있는 모델이라고 보고 더 발전시켜 나갈 예정이다.

〈빨아빠리보〉에서 연예인 게스트들은 대중이 보는 자신의 이미지 가운데 맘에 들지 않는 이미지가 적힌 티셔츠를 들고 세탁소를 방문한다. 시즌1 진행을 맡은 풍자의 거침 없는 입담 속에 MC의 공격과 게스트의 변명, 변신을 위한 노력과 해명이 뒤섞이는 가운데 웃음이 터진다.

시즌1에서는 병약미가 고민인 이던부터 악플이 고민인 하승진, 대식이 신기루 등이 찾아와 이미지 세탁을 시도했다. 적재, 에이티즈, 스테이씨 등 가수들도 컴백 전 새로운 곡을 알리기 위해 방문했다. 유튜브 대세인 서준맘과 엄지렐라도 부캐(부캐릭터)의 고민을 들고 세탁소를 찾았다. 이 중 신기루 편은 53만 조회수를 돌파하



〈빨아빠리보〉시즌1 제작현장과
최고 조회수를 기록한 에피소드 5편의
유튜브 대문이미지.

며 화제가 됐다. 솔직한 토크와 빵빵 터지는 웃음 버튼에 힘입어 시즌1의 총 조회수는 3000만 회를 돌파했다.

더욱 새롭게 업그레이드 된 〈빨아빠리보〉 시즌2는 오는 4월 4일 공개된다. 요즘 최고의 대세로 떠오른 다나카(김경욱)가 시즌2의 MC를 맡는다. 시즌1과 달리 시즌2는 세탁소 밖에서 이미지 세탁에 도전할 예정이다. 길거리로 나가 직접 시민들의 이야기를 듣고 고객이 있는 곳을 방문해 고민을 나누는 것. 이른바 '출장 세탁소'가 컨셉이다. 토크물에서 로드물로 변

경된 만큼 다양한 사람들과 이야기하는 재미가 더해질 전망이다. 새로운 MC 다나카는 김경욱, 김건욱 등으로 본캐와 부캐를 넘나들며 웃음을 전할 예정이다.

X-스페이스팀은 "팀에서 처음으로 도전한 월예능이 많은 이들의 사랑을 받아 기쁘다"며 "시즌2에도 재밌는 고민을 싣고 웃음을 전할 것"이라고 말했다. 시즌2는 시즌1과 마찬가지로 매주 화요일 저녁 7시에 업로드될 예정이다.

경영전략실 X-스페이스팀 김상하

유튜브 '채널A 뉴스' 구독자수 200만 돌파 CHANNEL

디지털 전용 콘텐츠 성장세 두드러져



'채널A 뉴스'의 유튜브 구독자 수가 지난달 4일 200만 명을 돌파했다. 2012년 5월 채널을 개설한 지 10년 8개월여 만이다.

최근 '채널A 뉴스' 채널의 구독자 수는 갈수록 가파르게 증가하고 있다. 개설 후 구독자 100만 명을 넘는 데 까지는 8년 5개월이 걸렸지만 100만 명에서 200만 명으로 성장하는데 걸린 기간은 2년 3개월로 크게 단축됐다.

현재 '채널A 뉴스'의 구독자 수는 202만 명으로 종합편성채널 가운데 2위다. 영상 1개당 조회수는 약 3만 8000여 회로, 종편과 지상파, 보도 전문채널 등 9개 주요 방송사 유튜브 뉴스 채널 가운데 2위를 달리고 있다.

'채널A 뉴스'의 주력 콘텐츠는 방송 뉴스지만 지난해부터는 디지털 전용 콘텐츠의 성장세가 두드러지고 있다. 지난해 새로 시작한 〈동양과 뉴

스터디〉를 비롯해 〈숏토리〉, 〈건강 알고리즘〉, 〈쇼츠〉 등이 호조를 보이며 2022년 디지털 전용 콘텐츠 조회수는 전년에 비해 8배 이상 증가했다.

보도본부는 '채널A 뉴스'의 성장세를 이어가기 위해 구독자들이 관심을 가질 만한 현장 생중계 및 유튜브 라이브 방송을 늘릴 계획이다. 또 기존 영상 가운데 시청자들이 주목했거나 다시 봐도 유용한 영상은 재편집을 통해 유튜브 라이브 스트리밍으로 구독자들에게 제공할 예정이다. 취재 현장에서 벌어지는 생생한 장면은 각 부서가 쇼츠로 제작해 빠르게 전달하려 한다. 이와 함께 이어폰 없이 보는 자막 뉴스, 특정 이슈를 묶은 주제별 영상 등으로 디지털 콘텐츠의 범위를 넓혀갈 계획이다.

보도본부 디지털뉴스부 유덕영

동아 유튜브 콘텐츠 〈중립기어〉 〈복수자들〉 시즌2로 새 출발

매주 화 오전 9시 30분 〈중립기어〉 라이브…수·금 오후 4시 〈복수자들〉 공개



위 사진은 〈중립기어〉에 출연한 이승현 편집국 부국장(왼쪽)과 장하얀 편집국 사회부 기자의 모습. 오른쪽 사진은 〈복수자들〉을 진행 중인 김재희(왼쪽), 이지훈(오른쪽) 기자의 모습.



새로운 옷으로 갈아입은 동아일보의 유튜브 오리지널 콘텐츠들이 2월 공개됐다. 시사 라이브 〈중립기어〉와 복수(複數)의 직업을 가진 이들을 소개하는 〈복수자들(Ms. Double)〉이 그 주인공.

2월 14일 첫 방송한 〈중립기어〉 시즌2는 내용과 출연진이 모두 한층 업그레이드됐다. 〈중립기어〉라는 이름에 걸맞게 정확한 팩트 체크와 깊이 있는 인사이트는 유지하되, 포맷은 완전히 바꿨다.

먼저 1부에서는 편집국 사회부 장하얀 기자와 디프런티어센터 권기범 기자가 '일타 브리핑', '뛰뛰 이슈' 등 코너를 통해 한 주 간의 중요 이슈를 알

기 쉽게 설명해준다. 앞으로 출연자 범위를 확대해 이슈 별로 담당 기자도 출연시킬 계획이다. 2부는 현직 부국장을 이 출연해 현안에 대한 깊이 있는 이야기를 전한다. 시즌1부터 출연한 이승현 박용 신석호 부국장 외에 정원수 부국장도 시즌2에 새로 합류했다. 1부와 2부로 구성된 〈중립기어〉 시즌2는 매주 화요일 오전 9시 30분부터 약 90분간 라이브로 펼쳐진다.

2월 8일 시즌2를 시작한 〈복수자들〉도 순항 중이다. 시즌2는 '복수'를 연상케 하는 세트와 소품으로 콘셉트를 강화해 출연자들의 '이중 직업'에 대해서

도 더욱 세밀하게 들여다보고 있다. MC는 시즌1처럼 동아일보 김재희, 이지훈 기자가 맡았다. 이비인후과 의사 겸 웹소설가 이낙준, 농업인으로 변신한 배우 황석정 등이 게스트로 출연했다. 이들은 앞으로도 '부캐(부캐릭터)'를 가진 '본캐(본캐릭터)'들을 계속 찾아나설 예정이다. 〈복수자들〉은 유튜브 채널 '기웃기웃'을 통해 매주 수, 금 오후 4시에 공개된다. 관련 기사는 매주 토요일 오후 3시 동아닷컴을 통해 볼 수 있다.

편집국 디프런티어센터 신준모

중동도 주목한 K-콘텐츠…채널A <강철부대> 등 화제

이세형 정책기획팀장, 한국 언론 유일 사우디 미디어 포럼 참가

“아이언 스쿼드(Iron Squad·강철부대의 영문 명칭)는 정말 매력적인 콘텐츠 같습니다. 시즌3는 언제 방영될 예정인가요?”

“대중음악과 드라마뿐 아니라 음식, 뷰티, 건강, 교육 관련 K콘텐츠도 해외 시장, 특히 중동에서 큰 인기를 누릴 수 있을 것 같습니다.”

2월 20일 오후 3시(현지 시간) 사우디아라비아 수도 리야드에서 열린 <제2회 사우디 미디어 포럼(Saudi Media Forum 2)>. 필자의 발표를 들은 현지 K콘텐츠 팬들과 미디어 전문가들의 질문이 쏟아졌다.

필자는 2월 20, 21일 진행된 사우디 미디어 포럼에 참가한 유일한 한국인 발표자였다. 2019년 12월 첫 개최된 이 포

럼은 다양한 개혁·개방 조치를 취하며 비석유 분야 경쟁력 키우기에 나서고 있는 사우디가 자국의 미디어 기업과 콘텐츠 산업 육성을 위해 만든 국제 행사다.

필자는 이날 ‘K콘텐츠의 수출 트렌드와 한국 미디어 기업들의 전략’을 주제로 발표에 나섰다. 채널A를 중심으로 한국 방송사들의 해외 시장 진출에 대한 관심, 전략, 성과에 대해 짚었다. 가장 많은 관심을 받은 채널A 프로그램은 <강철부대>였다. 최근 인기를 끌고 있는 ‘피지컬 대결’을 주 내용으로 다루고 올해 시즌3가 나올 예정이란 점에 전문가와 일반인 모두 관심을 보였다.

지난해 채널A가 <쇼윈도: 여왕의 집>

포맷을 튀르키예 제작사에 수출해 현지 버전으로 리메이크된 점도 많은 이들이 주목했다. 튀르키예는 중동과 중앙아시아의 콘텐츠 허브로 꼽히는 나라다. <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>를 소개하면서는 “수학이나 영어 공부를 주제로 한 교육 관련 예능 콘텐츠도 준비 중”이라고 말하자 “공부를 주제로 재미있는 콘텐츠를 만든다는 접근이 신선하다”는 반응이 나왔다.

필자가 “한국 콘텐츠, 특히 채널A의 많은 콘텐츠에는 중동 문화에서 중요하게 생각하는 가치인 가족사랑, 어른공경, 낭만적인 로맨스 스토리, 권선징악이 자연스럽게 녹아있다”고 설명하자 발표장에 선 웃음이 터져 나오기도 했다.



이세형 경영전략실 정책기획팀장(아래 사진)이 2월 20일(현지 시간) 사우디아라비아 수도 리야드에서 열린 <제2회 사우디 미디어 포럼>에서 동아일보와 채널A를 소개하고 있다. 위 사진은 포럼이 열린 행정장 모습.

아시아·태평양 지역의 방송 산업 발전을 위해 1977년 설립된 국제기구 아시아 태평양방송개발기구(AIBD)의 필로미나 나나프로가슴 사무총장은 별도 미팅을 요청해 본사 콘텐츠와 한국 방송사들에 대한 여러 질문을 던졌다. 나나프로가슴 사무총장은 “한국의 유명 방송사로 한창 성

장 중인 채널A의 주요 콘텐츠와 해외시장에 대한 관심을 알게 된 게 큰 소득”이라며 “채널A 콘텐츠가 매력적으로 느껴지고, 앞으로 교류할 기회가 많아졌으면 좋겠다”고 말했다.

경영전략실 정책기획팀 이세형

마케팅본부 사랑의 연탄 나눔 자원봉사



2월 3일 서울 서대문구 개미마을에서 진행한 사랑의 연탄 나눔 봉사활동에 참여한 마케팅본부 임직원과 독자센터 사장들

동아일보 임직원들이 2월 3일 서울 서대문 개미마을에서 ‘사랑의 연탄 나눔’ 봉사활동을 진행했다. 동아일보 사원과 수도권 독자센터 사장 등 40여 명으로 구성된 봉사단이 소외계층 가구에 2000장의 연탄을 직접 전달했다.

이날 봉사활동은 동아미디어그룹 임직원들이 기부한 1만2530장의 연탄 가운데 일부를 직접 전달한 것이다. 앞서 마케팅본부는 사원확장 캠페인을 통해 동아미디어그룹 임직원이 확장에 참여할 때마다 1인당 10장의 연탄을 밤상공동체 연탄은행에 기부했다. 올해는 1253명의 임직원이 확장에 참여했다. 전년보다 사원확장

캠페인 참여가 활발해지면서 연탄 기부규모도 1000장 더 늘었다.

지난해 10월 1일부터 12월 말까지 진행한 ‘같이, 가치’ 사원확장 재연결 캠페인은 사원의 98.7%가 참여해 역대 최고 실적을 기록했다. 이를 통해 총 3만7000여 부가 확장됐다.

우수 확장 실적자에 대한 시상식은 2월 8일 미디어센터 CC큐브에서 열렸다. 대상부터 동상까지 총 10명이 상을 수상했다. 마케팅본부는 올 하반기에도 신규 확장 캠페인을 진행할 예정이다.

마케팅본부 전략파트 김지현

신간소개

<혹시 MBTI가 어떻게 되세요?> <두 번째 원고>

경영전략실 임현석 기자



경영전략실 디지털이노베이션팀 임현석 기자가 연달아 두 권의 단편 소설집(공저)을 발간했다. 임 기자는 지난해 1월 조선일보 신춘문예에 단편소설 부문에 당선돼 소설가로 등단했다.

<혹시 MBTI가 어떻게 되세요?>(2022

년 12월 출간)는 성격유형지표 MBTI를 주제로 소설가 6명이 쓴 단편소설집이다. 임 기자는 유명 유튜버를 꿈꾸는 대학원 동기를 따라 점을 보려 다니는 INTP 유형 대학원생 이야기 ‘주말에는 보통 사람’을 썼다. MBTI가 각광받는 이유를 현대 사회의 ‘기초 대화 템플릿’이라는 시선으로 해석했다.

<두 번째 원고>(2023년 1월 출간)는 지난해 주요 신문 신춘문예에서 당선된 작가 5명의 신간 소설 선집이다. 임 기자는 ‘알리바이 성립에 도움이 되는 현대문학 강의’에서 교수 자리를 놓고 후배와 경쟁하는 비전임 강사의 뒤틀린 심리를 그렸다.

유연수 / 동아일보
AD본부

이태형 / 동아일보
AD본부

이재만 / 동아일보
경영지원국

① 모든 일에 책임감을 갖고 적극적인 자세로 일하겠습니다.

② 뷰파인더 속 세상을 담는 것에 관심이 많습니다.

밴드나 인디음악 디깅하는 것도 좋아합니다.

③ 머니투데이

① 저는 입사하여 막내라면 당연히 거쳐야 하는 일부터 차근차근 배워 내공을 쌓는 모습을 보여드리겠습니다. 그러기 위해서 팀장님을 비롯해 팀원들의 업무 지시를 잘 따르며 동아일보사에 적합한 인재가 되기 위해 노력하겠습니다.

② 조금 늦게 알았지만 챗GPT로 뭘 할 수 있을지 계속 서치하고 있습니다. 블로그를 운영해보기 위하여 챗GPT를 이용하여 블로그 게시물을 작성하는 친구들에게 조언을 얻고 있으며 조만간 운영할 계획입니다.

① 제가 입사한 부서에서 업무를 수행하면서 저만의 가이드라인을 만들어 업무체계를 구축해나가고 싶습니다.

② 최근 타로에 관심이 많습니다. 타로를 통해 사람의 심리를 빨리 파악하는 능력을 기르고 있습니다.

설진주 / 채널A
경영지원본부

좌영길 / 채널A
보도본부

이준성 / 채널A
보도본부

① 2010년 기자일을 시작했고, 법조에서만 취재해왔습니다. 방송은 처음이지만 한 분야를 오래 취재한 경험으로 기여할 곳이 있을 거라 생각합니다.

② 진영논리가 나뉘고, 기자 개인이 공격받는 일이 많아졌습니다. 일을 잘하는 것도 중요하지만 어떻게 해야 틸없이 주어진 일을 오래 유지할 수 있는가에 대한 고민도 하고 있습니다.

③ 헤럴드경제

① 3년간 통신사에서 일하며 기사를 빠르고 정확하게 쓰는 데 온힘을 쏟았습니다. 이런 어떻게 잘 전달할지를 고민하겠습니다. 처음 해보는 방송인이라 걱정도 되지만 많이 배우겠습니다. 잘 부탁 드립니다.

② 등산에 관심이 생겨 장비를 하나둘 모으는 취미도 생겼고, 최근엔 주말에 LP바나 청음실 같은 곳을 찾아 고음질의 음악을 듣고도 있습니다.

③ 뉴스1