동우

발행인 김재호 | **편집위원** 유근형(편집국) 장재웅(미래전략연구소)
임희조(AD본부) 손수영(마케팅본부) 김승현(문화사업본부) 강흠민(경영지원국)
남형주(재경국) 송수하(편성전략본부) 신호영(스튜디오D) 구가인(보도본부)
이민종(전략기획본부) 강혜빈(콘텐츠사업본부) 박동엽(경영지원본부)
김도윤(동아E&D) 최종범(채널A비앤씨) (편제순)
제작 경영총괄팀(구내 0824) | 서울 종로구 청계천로1 동아미디어센터

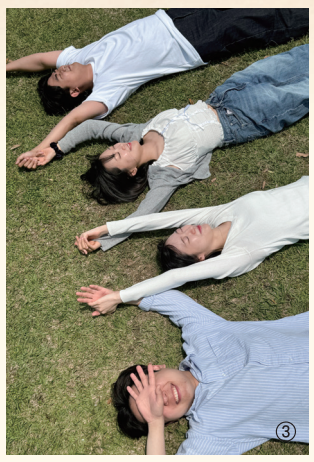
2025년 6월 23일 월요일

vol. 306

동아미디어그룹 사내보 東友 | 2면 6·3대선에도 돋보인 DAMG 콘텐츠 | 3면 '뇌섹' 연예인과 석학들이 만난 '브레인 아카데미', 지식 재미 다 잡았다 | 4면 신문박물관, K-POP 역사와 현대미술 조명하는 '아이돌로그래피' 전시 개최

Go Back To 2023! 제주에서 되새긴 2년 차 주니어들의 '초심'

2023년 하반기 입사자 24명, 2박 3일 리부트 캠프 참여…각자 경험 공유하며 새로운 성장 다짐



① 리부트 캠프 참가자들이 5월 30일 제주 서귀포시의 아크마을 숙소 앞 정원에서 향수를 만드는 색채 조향 체험을 한 뒤 기념 촬영을 하고 있다. ②, ③ 29일 참가자들이 조별 공통 키워드를 정해 인증샷을 찍는 과제를 수행하고 있다.
④ 29일 제주 올레시장을 찾은 참가자들이 '인생네컷'을 함께 찍으며 추억을 남기고 있다. ⑤ 캠프 마지막 날 워크숍에서 서로에게 응원이 될 선물을 올레시장에서 구매해 주고받은 뒤 기념 촬영을 하고 있다.

따스한 봄바람이 불던 5월 28일 오후 제주국제공항 앞. 동아미디어그룹(DAMG) 2년 차 신입 사원 24명이 설렘 가득한 표정으로 단체 버스에 탑승했다. 자리에는 "Welcome! 업무 현장에서 잠시 벗어나 놓치고 있던 가치들을 돌아보고 재충전하기 바랍니다"라는 문구가 적힌 웰컴푸드가 이들을 반겼다. 이들은 2023년 하반기 입사한 2년 차 신입 기자, PD, CD로 구성된 24명의 주니어 사원으로 DAMG 리부트 캠프 참석을 위해 약 1년 반 만에 다시 한자리에 모였다.

2022년부터 시작해 올해 6회 차를 맞이한 리부트 캠프는 5월 28일부터 30일까지 2박 3일간 제주 서귀포시 일대에서 열렸다. 'Go Back to 2023'을 주제로 입사 당시 초심을 되새기며 앞으로의 성장 방향을 탐색하고, 제주에서 마음을 '리부트'하는 소중한 시간으로 채워졌다.

진솔한 이야기로 하나 된 '고백 챌린지'

24명의 사원은 총 6개 조로 나뉘어 본격적인 활동을 시작했다. 워크숍 일정 중 가장 반응이 좋았던 시간은 동기들의 진솔한 이야기를 들을 수 있었던 'Go Back(고백) 챌린지'였다. 캠프 참가 전 참가자들은 입사 당시부터 현재까지 경험을 돌아본 뒤 목표를 정리하는 사전 과제를 수행했다. 이를 위해 사내 선배들을 직접 만나 인터뷰하며 다양한 조언을 구하는 시간을 가졌다.

사전 과제를 토대로 워크숍 발표 시간에는 자신의 이야기를 '고백'하듯 솔직하게 자신의 이야기를 나눴다. 스튜디오E 2CP 신한철 PD는 본인의 경험을 토대로 "PD란 선을 잘 넘나드는 사람"이라는 자신만의 철학을 공유했고, 편집국 정책사회부 박경민 기자는 "펜의 무게를 아는 기자가 되자"는 초심을 실현하는 과정을 설득력 있게 풀어냈다. 경영전략실 강문영 CD는 '크리에이티브 디렉터'라는 직무의 정체성을 찾아가는 과정을 설명해 동기들로부터 큰 호응을 얻었다. 이어 참가자들은 야외에서 사전 과제를 하며 느낀 생각들을 공유하며 서로의 공통점을 찾아가는 시간을 가졌다. 제주 바다를 배경으로 조별 공통 키워드를 정해 인증샷을 찍는 과제를 수행했고, 서로에게 '페어링'이 되자는 의미로 〈하트페어링〉 단체 사진 포스터를 패러디하는 등 통통 튀고 재치 있는 사진들을 남겼다.

또 진솔한 이야기를 통해 느낀 점을 토대로 서로에게 응원이 될 선물을 구매하는 '올레 시장 마니또 챌린지'도 진행했다. 참가자들은 시장에서 다른 조 동기들과 자유롭게 어울리며 짝꿍을 위한 선물을 정성스럽게 골랐고, 다음 날 워크숍에서 직접 작성한 손편지와 함께 선물을 전달했다. 동기를 응원하는 마음을 전하고 동시에 응원받는 경험을 통해 '우리'가 하나로 연결되어 있음을 느끼는 시간이었다.

"다시 쓰는 동우지, 새로운 시작을 향해"

이번 캠프에서는 제주 레몬으로 담금주의 일종인 리몬첼로를 만드는 체험과 제주에서 느낀 점을 자신만의 해석을 담아 향수를 만드는 색채 조향 체험을 진행했다. 특히 정성스레 만든 리몬첼로는 개봉하기까지 2주간의 숙성 과정이 필요해 서울로 돌아와서도 리부트 캠프의 여운을 지속시키는 특별한 선물이 됐다.

캠프의 마지막은 '다시 쓰는 동우지' 활동으로 채워졌다. 참가자들은 입사 당시 포부를 밝힌 본인의 동우지 글을 보며 앞으로의 성장 포부를 새롭게 정리했다. 캠프는 종료되지만 24명의 참가자가 앞으로 동아미디어그룹에서 펼쳐 나갈 찬란한 여정은 새롭게 시작된다는 의미를 공유하며 2025년 상반기 리부트 캠프가 마무리됐다.

김재호 동아일보·채널A 회장은 올해도 2, 3일 차 캠프 일정을 함께하며 참가자들을 만나 체험과 소통의 시간을 공유했다. 참가자들과 조향 체험 등을 함께한 김 회장은 "앞으로의 여정에 행운이 가득하길 바란다"는 응원의 메시지를 전했다.

경영지원국 인재문화팀 남경희

6·3 대선에서도 돋보인 동아미디어그룹의 차별화된 콘텐츠

지면-방송-디지털 통한 입체적 보도로 유권자 관심 집중

①

김혜경 "현장 그렇게 몰라" 李에 전달… "배우자도 당연히 검증 대상"
②

③

① 일민미술관 옥상에 설치된 커브드 전광판을 활용한 개표 방송.

② 동아일보가 대선 후보 배우자의 삶을 들여다본 '대선후보 배우자 리포트' 지면.

③ 대선 당일 진행된 동아일보 유튜브 '정치를 부탁해' 특별 라이브 방송.

계엄과 탄핵 국면에 이어 제21대 대통령 선거에서도 동아미디어그룹의 취재 역량이 빛을 발했다. 동아일보와 채널A, 동아닷컴, 채널A 뉴스비전, 채널A B&C 등 동아미디어그룹의 계열사들은 그동안 축적된 협업 노하우를 바탕으로 차별화 된 대선 콘텐츠를 선보였다. 특히 이번 대선에서는 지면과 방송은 물론이고 디지털에서도 동아미디어그룹만의 고품격 콘텐츠를 전달했다.

지면과 디지털에서 빛난 동아일보

동아일보는 각 대선 후보의 인생 역정을 2회에 걸쳐 심층 진단하는 '대선후보 리포트'를 보도했다. 짧은 선거 운동 기간이라는 특성상 대선 후보의 세세한 정보가 잘 알려지지 않는 상황에서 각 후보들의 성장 배경과 주변인들의 생생한 목소리를 담아 독자들에게 입체적인 정보를 전했다. 여기에 더해 '대선후보 배우자 리포트' 역시 화제를 모았다. 대통령 본인 뿐만 아니라 영부인의 활동도 중요하다는 점에서 착안해 각 후보 배우자의 삶을 들여다 본 것. 특히 '대선후보 리포트'와 '대선후보 배우자 리포트'는 지면으로 보도된 뒤 4편의 영상으로 재탄생해 유권자들을 만났다.

정책 선거 역시 동아일보가 집중한 분야였다. '대선후보에게 묻는다' 시리즈에서는 한미 통상 협상 전략, 0%대 경제성장률을 개선하기 위한 경제 정책, 4강 외교 복안 등 각 후보들의 공약집에 자세히 담기지 않은 핵심 정책 비전을 비교 분석했다. 또 '6·3대선 공약 검증' 시리즈는 건보재정, 부동산, 첨단산업, 방위비 등 세부 정책을 비교 분석해 유권자들에게 판단의 근거들을 세심하게 제시했다. 문병기 정치부장은 "조기 대선 국면에서 후보자 본인과 가족, 국정 운영 구상 등 다층적인 검증에 초점을 맞췄다"고 말했다.

동아일보의 취재력은 디지털 콘텐츠에서도 발휘됐다. 편집국 디지털랩은 6·3 대선 당일 동아일보 유튜브 채널을 통해 '정치를 부탁해 대선 특별 라이브' 방송을 2시간 가량 진행했다. 각 당의 대선 전략 총평과 뒷이야기, 향후 정국 전망 등을 깊이 있고 유쾌하게 분석해 시청자들에게 호평받았다. 강유현 디지털랩장은 "4월 탄핵 선고 특별 라이브에 이어 대선 특별 라이브까지 마치며 주요 이슈에 라이브 방송으로 대응할 수 있는 역량을 입증했다"고 말했다.

한 단계 진화된 채널A 선거방송

채널A는 탄핵 선고 이후 발 빠르게 〈대한민국 대통령을 말하다〉 특집 토론을 마련해 유권자들의 올바른 선택을 도왔다. 또 각 당의 대선 후보 경선 과정에서도 채널A는 '일대일 맞수 토론회'라는 새로운 형식을 선보여 정치권에서도 큰 화제가 됐다.

여기에 더해 채널A 보도본부는 공식 선거 운동 기간에는 유권자들에게 각 후보들의 실시간 움직임을 빠르게 전달하기 위해 현장 중계를 대폭 확대했다. 대선 주자들의 의미 있는 발언과 재미있는 장면, 토론 하이라이트 등을 〈대선현장〉이란 새 포맷으로 제작해 인기를 얻었다.

대선 당일에는 기술력과 전달력이 한층 더 진화된 선거 방송을 선보이며 차별화된 역량을 선보였다. 채널A의 선거 방송은 일민미술관 옥상에 설치된 커브드 전광판을 통해 실시간으로 시민들에게 전달됐고, 투표와 개표 상황을 입체감 있게 선보인 영상은 시민들의 시선을 사로 잡았다.

타 방송사와 차별화되는 직관적인 그래픽과 몰입감 넘치는 영상을 구현하는데 보도본부는 공을 들였다. 투표 마감과 직후 채널A 예측조사 발표를 앞두고 1분 간 방송된 카운트다운 영상은 단연 백미였다. 비상계엄 선포부터 탄핵 선고와 대선 투표까지의 과정을 완성도 높은 그래픽으로 담아냈다. 또 선거 방송에서는 광화문 동아미디어센터 외벽에 설치될 예정인 초대형 디지털 사이니지를 그래픽으로 구현해 후보들이 화면에서 튀어나오는 듯한 연출을 선보였다. 채널A만의 독창적인 그래픽과 영상은 채널A 뉴스비전, 채널A B&C, 채널A 미디어텍 등은 물론 동아일보 편집국, AD본부와 동아닷컴 등 동아미디어그룹 내 다양한 부서들의 협업으로 이뤄졌다.

편집국 뉴스룸기획팀 유근형
보도본부 선거방송기획TF 손영일

역대 최단 시간 마감된 하반기 동아 마라톤

공주·경주마라톤 등 4개 대회 모두 조기 마감… 2026 서울마라톤도 벌써 뜨거운 열기

2025 하반기 마라톤 대회 일자 안내

- 9월 27일(토) **리스펙트런**
- 9월 28일(일) **공주백제마라톤**
- 10월 12일(일) **서울레이스**
- 10월 18일(토) **경주국제마라톤**

2025년 하반기에 열리는 4개 동아 마라톤 대회가 모두 역대 최단 시간에 마감됐다. 앞서 3월 역대 최대 규모로 열린 서울마라톤의 뜨거운 열기가 이어지며 하반기에도 '마라톤은 동아'라는 명성이 한층 더 공고해질 것으로 보인다.

3일 오후 7시 동아일보 마라톤 플랫폼 '동마클럽'에서 진행된 공주백제마라톤(9월 28일)과 경주국제마라톤(10월 18일) 선착순 참가 접수는 모두 30분 만에 끝이 났다. 지난해 2개 대회는 접수 마감까지 2주 이상 걸렸다. 하지만 올해는 참가 규모가 공주마라톤(1만명·1만2000명)과 경주마라톤(1만2000명·1만5000명) 모두 늘어났는데도 마감은 더 빨라졌다. 서울 도심을 달리는 하프마라톤 대회인 서울레이스(10월 12일)는 4일 하프코스, 5일 11K 코스 접수를 시작했다. 서울레이스도 참가자들의 참가 신청이 줄을 이으면서 하프코스는 3분 만에, 11K 코스는 1분 만에 마감됐다. 제복 근무자와 함께 달리는 리스펙트런(9월 27일)도 3일 참가 접수를 시작해 지난해 대비 두 배 넘는 인원이 몰리며 조기 마감됐다.

동아 마라톤을 향한 뜨거운 열기는 해를 넘겨서도 지속될 가능성이 커졌다. 내년 3월 15일 열리는 2026 서울마라톤 겸 제96회 동아마라톤도 9일부터 나흘 간 7개 그룹으로 나눠 풀코스 접수를 받았고, 모두 조기 마감됐다. 서울마라톤은 접수 시작과 함께 참가자들이 몰리면서 서버가 다운되는 경우도 있었지만 올해부터는 원활한 참가 신청을 위해 제출한 개인 기록에 따라 그룹을 나눠 접수를 받았다. 또 직장인들의 참가 신청을 돕기 위해 신청 시간 역시 오후 7시로 늦췄고, 마라톤 커뮤니티에서는 서울마라톤 신청에 대해 "최적의 접수 방식"이라는 호평이 줄을 이었다. 문화사업본부 스포츠기획팀 안중산 팀장은 "마라톤의 인기가 갈수록 높아지며 러너들이 마라톤 대회 주최사가 어디인지, 운영을 잘 하는지 '브랜드'를 꼼꼼히 따지며 신청하는 경향이 커졌다"며 "동아 마라톤의 브랜드 가치를 더욱 강화해 나가겠다"고 했다.

문화사업본부 스포츠기획팀 김승현

‘뇌섹’ 연예인과 석학들이 만난 ‘브레인 아카데미’, 지식 재미 다 잡았다

매회 등장하는 최고 석학들도 화제

① 지난달 29일 첫 방송을 시작한 ‘브레인 아카데미’는 석학들이 낸 퀴즈를 연예계 대표 브레인들이 맞히는 지식 충전 퀴즈쇼다. ② ‘브레인 아카데미’에 출연한 ‘심리 석학’ 김경일 아주대 심리학과 교수. ③ 첫 방송에서는 ‘건축 석학’ 유현준 홍익대 교수가 함께하는 건축 퀴즈 대결을 펼쳤다.

새롭게 출격한 채널A의 지식 충전 퀴즈쇼 〈브레인 아카데미〉가 남다른 포맷으로 시청자들의 시선을 사로잡고 있다. 지난달 29일 시작한 채널A 브레인 아카데미는 대한민국 최고의 석학들이 출제하는 고품격 퀴즈를 연예계 대표 브레인들이 모여 풀며 ‘지식 메달’ 획득에 도전하는 지식 예능 버라이어티다. 연예계 대표 브레인 6인으로는 방송인 전현무와 황제성, 배우 하석진, 이상엽, 윤소희, 그리고 과학 유튜버인 궤도가 출연한다.

13일 방송된 브레인 아카데미 3회에서는 ‘과학 마스터’인 김상욱 경희대 교수가 출연해 다양한 과학 분야 퀴즈를 냈다. “화성은 왜 붉은색일까?”라는 천문학 문제에서부터, 갈릴레오가 지동설을 공식 철회하고 받은 형벌, 마리 퀴리의 주기율표 빈칸을 채우는 문제 등 신선하고 재미있는 퀴즈가 이어졌다. 6명의 출연자들은 저마다 다양한 추측과 근거를 앞세워 정답을 맞혔고, 김 교수 역시 감탄과 극찬을 이어갔다. 그 결과 이날 방송에서는 6명의 출연자가 모든 문제의 정답을 맞혀 3회 만에 처음으로 ‘지식 메달’을 따냈다. 출연자들이 “함께 녹화를 2년가량 한 것 같다”고 할 정도로 회를 거듭할수록 끈끈해지는 브레인들의 관계도 관전 포인트다.

방송 직후 브레인 아카데미의 공식 SNS와 유튜브에서는 “역시 알아야 제대로 보인다”, “너무 무겁지 않고 흥미롭게 푼 방송이라 성인은 물론 아이들이 보기에도 유익할 것 같다”는 시청자들의 뜨거운 반응이 이어졌다. 브레인 아카데미를 이끌고 있는 스튜디오E 1CP의 문영석 PD는 “연예계 대표 브레인으로서 자존심을 걸고 대한민국 대표 석학이 제출하는 퀴즈를 풀어가는 6인 방의 팀 플레이를 기대하셔도 좋다”고 했다.

매회 새롭게 등장하는 석학들의 면면도 화제다. 첫 방송에서는 ‘건축 석학’인 유현준 홍익대학교 교수와 함께 첫 퀴즈 대결을 벌였고, 2회에서는 ‘심리 석학’이자 유튜브 누적 조회수가 1억 뷰를 훌쩍 넘긴 대한민국 대표 심리 전문가 김경일 교수가 출연했다.

특히 심리 퀴즈 편에서는 심리학에서의 ‘어둠의 삼각형’인 나르시시즘, 마키아벨리즘, 사이코패스에 관한 이야기가 화제가 됐다. 출연자인 하석진 배우는 “우리 모두에게 ‘어둠의 삼각형’ 성향이 모두 있지 않냐”고 했고, 김 교수는 “양심이 있기 때문에 그렇게 말할 수 있는 것”이라고 호응했다. 이어 김 교수가 제시한 ‘사이코패스 체크리스트 20문항’ 중 1번 항목이 무엇인지를 묻는 질문이 나왔다. 이에 하석진 배우는 “사이코패스 역할을 두 번 해봤다”며 “친절한 말투!”라고 외쳐, 정답인 ‘유창한 말솜씨’와 근접한 답변으로 정답을 인정받았다.

또 4회에는 ‘대한민국 정치학 1인자’로 꼽히는 김지윤 박사가 ‘정치 마스터’로 등판하는 등 국내 최고의 석학들이 연이어 출연할 예정이다. 회차를 거듭할수록 출연자들의 지식 대결과 마스터의 명쾌한 해설이 시청자들의 시선을 잡고 있는 브레인 아카데미는 매주 목요일 오후 10시 방송된다.

편성전략본부 C-밸류업팀 송수하

채널A ‘LED 스튜디오’ 오픈… 디지털 콘텐츠 업그레이드 무대

대형 LED 월 통한 가변형 구조로 효율성 극대화

① 스튜디오에 설치된 LED 3개면은 두 번 꺾어지는 구조다. 검정커튼은 전동레일로 부착돼 다양한 분위기를 조성할 수 있다.
② LED 3개면으로 조성한 광화문 일대의 모습.
③ ‘정치시그널’ 등 채널A의 디지털 전용 콘텐츠들은 21층 LED 전용 스튜디오에서 라이브 및 녹화가 이루어지고 있다.

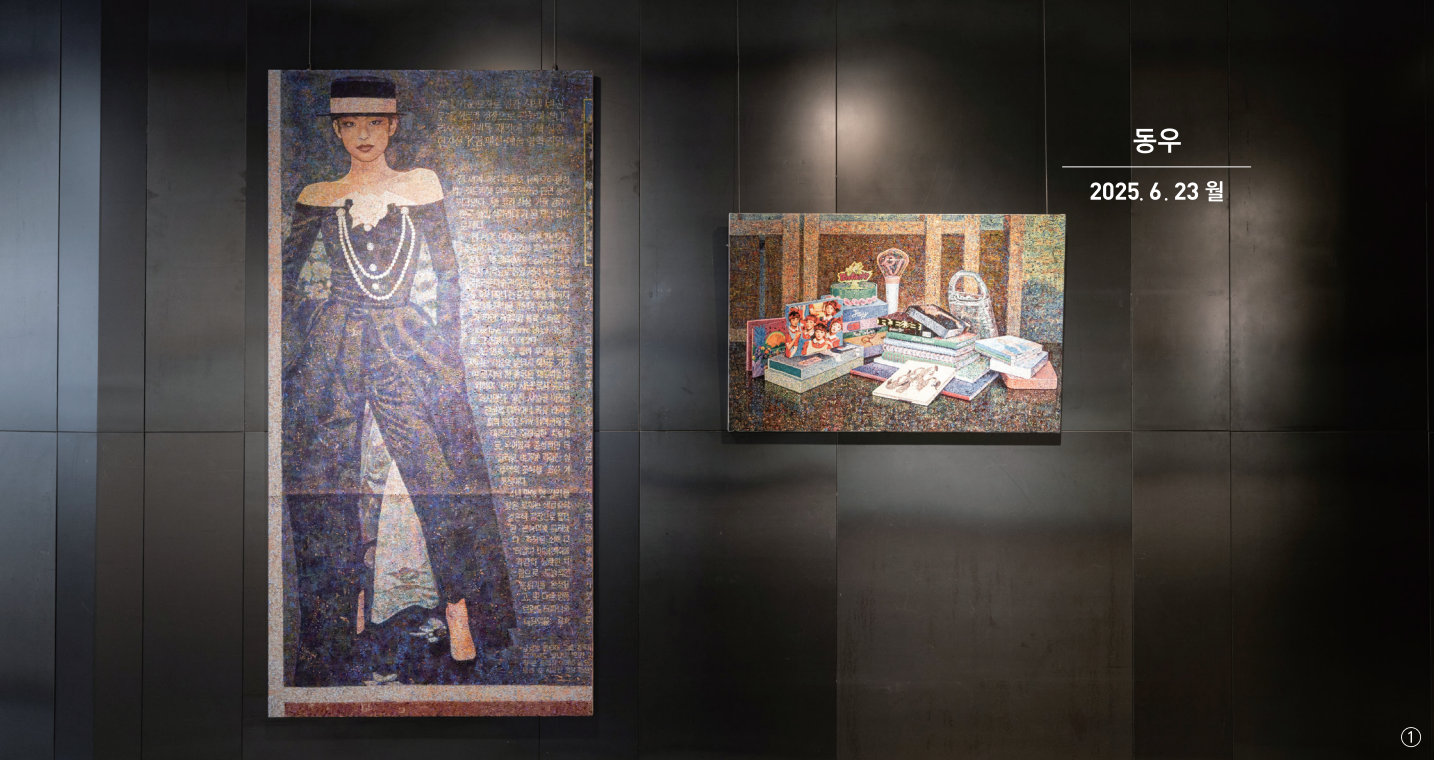
동아미디어그룹의 디지털 전용 LED스튜디오가 5월 광화문 동아미디어센터 21층에 새롭게 마련됐다. 광화문, 충정로, 상암 등 동아미디어그룹의 공간에 디지털 콘텐츠만을 위한 전용 LED 스튜디오가 들어선 것은 최초다.

새롭게 조성된 21층 스튜디오는 대형 LED 활용을 염두에 두고 조성됐다. 스튜디오 왼쪽에는 두 번 꺾어지는 LED 세 개 면이, 오른쪽에는 일직선 흰 벽이 세워졌다. 흰 벽에는 전동레일을 부착한 검정 커튼을 조성해 LED 배경과 흰 벽, 검정 커튼까지 3가지 구조가 가능한 가변형 구조로 마련됐다. 다양한 컨셉의 디지털 콘텐츠 제작을 수행해야 하는 만큼 효율성을 극대화하기 위한 설계다. LED 월의 활용도는 훨씬 더 크다. 국회의사당 배경은 물론 광화문 배경, 청계천부터 한강 둔치, 캠핑장 등 여러 배경이 가능하다. 별도의 세트 공사 없이도 LED 배경을 바꾸고 소품을 활용하면 다양한 분위기를 연출할 수 있도록 했다. 프로그램의 촬영 컨셉이나 목적에 따라 빠르게 변할 수 있는 다목적 스튜디오인 셈이다.

새 스튜디오에서 진행된 채널A 디지털 전용 콘텐츠 〈정치시그널〉 출연자들은 광화문이 한눈에 내려다보이는 배경에 “뷰가 너무나 훌륭하다”고 입을 모았다. 새롭게 조성된 스튜디오에서는 월~목 오전 8시 라디오쇼 정치시그널 라이브를 진행하고, 흰 벽을 배경으로 〈김진의 더 라방〉을 스트리밍 한다. 또 〈경제시그널〉, 〈동앵과 뉴스터디〉, 〈국회의사담x앵커스〉 등 채널A의 다양한 디지털 콘텐츠 녹화도 이곳에서 이뤄질 예정이다.

LED 스튜디오 활용도를 높이기 위해 채널A 보도본부 디지털랩은 다양한 시도를 준비하고 있다. 정치시그널에서는 주요 이슈 인물이 스튜디오에 출연하지 못하는 상황이 생기더라도 LED 화면을 통해 화상 전화 연결을 할 수 있는 기술적 준비를 마쳤다. 황진선 디지털랩 라이브팀 팀장은 “콘텐츠 특성에 맞게 새로운 시도를 계속하며 더욱 풍부하고 완성도 높은 연출을 선보일 것”이라고 했다.

보도본부 디지털랩 이현수



①

②

① 스포츠동아 지면 속 '블랙핑크 제니'를 그린 대형 아크릴 회화. ② '에스파'의 군무를 본뜬 나무조각 작품.

신문박물관, K-POP 역사와 현대미술 조명하는 '아이돌로그래피' 전시 개최

DAMG 아카이브 등 토대로 K-POP 조망

6월 5일부터 29일까지 신문박물관에서 K-POP을 주제로 한 이채로운 전시가 진행된다. 문화체육관광부의 후원으로 일민미술관, 채널A, 한국국제문화교류진흥원이 함께 주최한 이번 전시의 제목은 '아이돌로그래피: 프레시움에서 읽는 K-POP with MyK FESTA'. 이미 글로벌 문화현상으로 자리잡은 K-POP을 음악장르에 국한하지 않고 미디어 역사의 맥락과 현대미술의 관점에서 바라보는 전시다.

'아이돌로그래피(Idolography)'는 대중문화의 상징적 존재인 '아이돌(Idol)'과 접미사 '-그래피(-graphy)'를 결합한 용어로, K-POP을 다양한 각도에서 조명하고 그 문화적 의미를 탐구하고자 하는 기획 의도를 담았다. 전시는 한국 대중음악사 면면을 보여주는 신문 지면을 비롯해 동아방송(DBS)의 음악방송 자료 등 아카이브 자료를 총망라했다. 김혜원, 노상호, 박광수, 이동훈, 이플리 등 젊은 현대미술가 5인의 작품을 만나볼 수 있다. 스포츠동아 지면 속 '블랙핑크 제니'를 그린 대형 아크릴 회화(김혜원), '에스파'의 군무를 본뜬 나무조각(이동훈) 등의 작품을 통해 아이돌 서사를 바라보는 미술가의 시선을 포착한다. 또 '원조 한류스타' 정훈희를 소환해 1970년대 음악방송 육성 녹음과 정훈희의 히트곡에서 영감을 받은 자수작품(이플리) 등을 선보이기도 한다. 다양한 작품을 둘러보다 보면 신문과 방송이 K-POP의 태동 및 발전에 끼친 영향을 되짚어볼 수 있고 미디어와 미술, 팬덤문화가 서로 유기적으로 얽힌 K-POP 생태계를 한눈에 조망할 수 있다.

이번 전시는 동아미디어그룹의 다양한 조직이 참여해 이뤄졌다. 채널A 전략기획본부가 K-POP과 현대미술의 콜라보를 주제로 한 다큐멘터리 및 연관 전시, 채널A 예능 프로그램 〈4인용 식탁〉을 통한 홍보 등을 제안하며 프로젝트가 시작됐다. 매년 6월 대규모 한류 행사를 추진해온 문체부도 뜻을 보탰고 신문박물관의 소장품 연구 역량과 일민미술관의 전시 노하우를 결합해 협력이 이뤄졌다. 정훈희가 〈4인용 식탁〉에 출연해 K-POP의 어제와 오늘, 그리고 이번 전시에 대한 이야기를 나누는 방송 클립(6월 16일 방영) 일부도 전시장에서 상영될 예정이다. 전략기획본부 비즈니스기획1팀 조천우 차장은 "채널A와 신문박물관의 첫 협업 사례로, 앞으로도 의미 있는 프로젝트로 계속 이어질 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

신문박물관 장해림

'동아일보 콘텐츠는 지금이 제철'…대학 축제에서 만나는 동아일보

5월 홍익대·고려대 축제에서 '티꾸(티셔츠 꾸미기)' 등 이벤트 마련

5월 14일 축제 기간을 맞아 홍익대 서울캠퍼스에 마련된 동아일보 부스가 '티쿠(티셔츠 꾸미기)' 등 다양한 이벤트를 즐기는 대학생들로 북적이고 있다.

동아일보가 축제의 계절인 5월을 맞아 젊은 세대가 직접 참여하는 다양한 브랜드 마케팅 활동을 진행했다. 홍익대 서울캠퍼스(5월 14일)와 고려대 안암캠퍼스(5월 21일) 등 각 대학의 축제 현장을 찾아 동아일보 부스를 마련하고 다양한 이벤트를 진행했다.

'제철코어'를 콘셉트로 한 이번 부스는 '동아일보 콘텐츠는 지금이 제철이다'를 주제로 참여형 이벤트가 중심이 됐다. 제철코어는 핵심을 뜻하는 '코어(Core)'에 '제철'이 합쳐진 신조어로, 계절에 맞는 분위기나 감성을 소비하는 트렌드를 뜻한다.

부스를 찾은 대학생들은 '티꾸(티셔츠 꾸미기)'와 '파꾸(파우치 꾸미기)' 이벤트에 참여해 자신만의 이미지를 티셔츠나 파우치에 프린팅해 기념 굿즈를 만들었다. 이벤트에는 수박, 초당 옥수수 등 제철 음식과 결합한 23종의 동아일보 브랜드 밈(Meme) 이미지가 마련됐다.

이번 동아일보 부스에는 이틀 동안 400여 명이 넘는 학생들이 방문했다. 부스에서는 일민미술관 멤버십, 밀리의서재, 월라 등 구독상품과 제휴한 동아일보 구독 패키지와 동아일보 마케팅본부의 인스타그램 매거진 '몰댄룩' 홍보도 진행했다. 이번 행사를 기획한 마케팅본부 MX팀 김석호 팀장은 "별도의 모객 활동 없이도 많은 대학생들의 자발적인 참여가 이뤄졌다"며 "앞으로도 젊은 세대에 집중한 홍보 콘텐츠를 강화해 나갈 것"이라고 밝혔다.

마케팅본부 MX팀 박성범

'DAMG AI 마스터 클래스', 교육 대상 확대

기초·심화 과정 구분, '콘텐츠 생성 AI 교육' 신설

5월 23일 광화문 본사에서 진행된 '콘텐츠 생성 AI 교육' 현장. 이미지 동영상 관련 실무자들을 위한 이론 및 실습 강의가 진행됐다.

챗GPT 등 AI 서비스의 효율적인 활용법을 배울 수 있는 'DAMG AI 마스터 클래스'의 강의실이 한층 더 넓어졌다.

동아일보 인재문화팀은 지난해 하반기 동아일보와 채널A를 대상으로 처음 시행한 'DAMG AI 마스터 클래스'의 교육 대상을 올해부터 계열사로 확대했다. 지난해에는 동아일보와 채널A에서 총 80명이 수업에 참여한데 이어 올해 상반기 교육엔 동아일보·채널A뿐만 아니라 동아닷컴, 동아사이언스, 동아미디어엔, 채널A B&C, 채널A 미디어텍 등에서 총 193명이 참여한다.

교육 프로그램도 다양해졌다. 지난해에는 '데이터 분석 및 업무 자동화'란 공통 주제로 수업을 진행했지만, 올해는 '업무 효율화 AI 교육'을 '기초 과정'과 '심화 과정'으로 구분했다. 기초 과정은 AI 활용에 관심이 있는 수강자 대상으로 총 1일 7시간 동안 '이론 40%+실습 60%'의 비중으로 진행하는 단체 교육이다. 심화 과정은 AI 기초 지식을 갖춘 구성원을 조별로 나눈 뒤 실습 비중을 80%까지 높인 것이 특징이다. 이미지, 동영상, 그래픽 관련 실무자들을 위한 '콘텐츠 생성 AI 교육'도 올해 신설됐다. 동아일보 인재문화팀 남경희 매니저는 "심화 과정 참석자는 전문 강사의 개별 지도를 받으며 AI 챗봇, 데이터 수집 자동화 등 본인 업무에 필요한 AI 결과물을 만들게 된다"며 "사원들이 AI 활용 능력을 실질적으로 높일 수 있는 교육이 되도록 노력하고 있다"고 했다.

경영전략실 경영총괄팀 신희철

New face 새 식구를 소개합니다

이름 / 부서

① 입사 후 포부
② 요즘 관심사
③ 최종 직장

박승민 / **채널A**
스튜디오E

① 선후배들의 노하우를 빠르게 흡수하겠습니다. 그리고 글로벌 시장에도 확장 가능한 콘텐츠 기획에 관심이 많아, 새로운 형식과 소재를 탐색하고 제안하는 데 적극적으로 나서겠습니다.
② 요즘은 유튜브 숏츠와 틱톡에서 떠오르는 밈과 유행어를 관찰하는 게 취미입니다. 시청자들이 어떤 방식으로 웃음을 소비하는지를 분석하고, 프로그램에 어떻게 녹일지 연구중입니다.
③ 싸이클론스튜디오

오은선 / **채널A**
보도본부

① 다양한 분들과 재밌게 지내고 싶습니다. 일도 물론 중요하지만, 회사생활의 재미는 또 다른 곳에 있을 수 있다고 생각합니다. 즐기다보면 일도 더 잘할 수 있지 않을까요?
② 저는 요가를 좋아합니다. 3년간 안 되던 '머리서기' 동작을 처음 해냈을 때 성취감을 잊을 수 없습니다. 어떻게 하면 더 어려운 동작을 잘 해낼 수 있을지 늘 관심을 갖고 있습니다.
③ 파이낸셜뉴스, 조선비즈