

동아미디어그룹 사내보 東友	2면	여성 스포츠 버라이어티 '야구여왕', 11월 출격 '개와 늑대의 시간' 첫방부터 화제	3면	'트럼피디아' '테크챗' 등 전문성 담은 동아일보 디지털 콘텐츠 확대	4면	'모네에서 앤디워홀까지' 서울 전시, 관람객 10만 명 돌파하며 흥행 피날레
----------------	----	--	----	---	----	---

셀럽이 먼저 찾는 여성동아 디지털 매거진



mmm 엠엠엠
@mmm_mag_official

make me more = mmm
나를 더 나답게 만드는 모든 것 ✨
실시간 트렌드와 정보를 공유합니다

✉ mmm.mag.official@gmail.com



9월, 론칭 2년 맞아 홈페이지 오픈 콘텐츠-비즈니스 모두 업그레이드

출판국 여성동아팀은 2023년 9월 인스타그램 매거진 'MMM'(@mmm_mag_official)을 선보였다. 당시 창간 90주년을 맞은 여성동아가 디지털 매거진을 통해 또 한번의 변신에 나선 것. 2년이 지난 지금, 'MMM' 채널의 팔로워는 50만에 육박하고 있고, 게시물의 월 조회수는 2200만을 넘어섰다. MMM이 이용자들이 먼저 찾는 SNS 채널로 성장한 데엔 3가지 전략이 맞아 떨어졌다.

정교하게 설정한 '이용자 페르소나' 전략

첫 번째는 '이용자 페르소나'를 명확하게 설정한 것이다. 여성동아팀은 MMM의 성공을 위해서는 무엇보다 명확한 타겟 설정이 필요하다고 판단했다. 이에 따라 디지털 매거진 론칭 전 철저한 시장 조사를 통해 '패션, 뷰티 등 다양한 콘텐츠를 디지털 매거진에 녹여내기 위해선 트렌드에 민감하고 자신에 대한 투자를 아끼지 않으면서 구매력까지 갖춘 '27세 사회 초년생 여성'을 정밀하게 겨냥하는 것이 적합하다"고 결론 내렸다.

MMM이라는 이름 역시 이 페르소나 설정의 연장선상에서 만들어졌다. 'Make Me More'의 줄임말인 MMM은 '나를 더 나답게 만드는 모든 것'을 의미한다. 의도는 적중했다. 현재 MMM 채널 팔로워의 약 68%가 여성이고, 74.2%는 18~34세다. 채널의 콘텐츠, 운영 등 모든 전략을 이 '이용자 페르소나'를 중심으로 두고 실행한 덕분이다.

여기에 '속도'를 최우선 가치로 정했다. 월간, 주간 단위로 발행되는 레거시 매거진과 다르게 디지털 매거진의 생명은 속도라고 판단했기 때문이다. 인스타그램뿐만 아니라 X(옛 트위터), 틱톡 등 각종 SNS에서 화제가 되는 내용을 빠른 감각으로 짚어내 공감을 불러일으키는 콘텐츠로 제작하는 데 중점을 뒀다.

속도가 아무리 빨라도 '재미'가 없는 콘텐츠엔 팔로워가 반응하지 않는다. MMM의 크리에이터들은 "재미를 극대화하는 기자들의 참신한 아이디어가 더해져야만 조회수가 늘어난다"는 목표를 공유했다.

- ① 여성동아팀은 온라인 커뮤니티, SNS 등에서 젊은 이용자들이 관심을 보이는 최신 밈(Meme)을 빠르게 확인해 관련 콘텐츠를 MMM 채널에 올리고 있다.
- ② 인턴기자는 패션 브랜드 팝업 스토어에서 만난 셀럽들에게 직접 쓴 편지를 전달하는 등 재미 있는 취재로 콘텐츠의 높은 조회수를 이끌었다.
- ③ MMM 채널 콘텐츠엔 아티스트, 스포츠 스타 등 많은 셀럽이 수시로 참여하고 있다.

'재미'를 결정하는 데에는 팀장, 팀원, 인턴의 구분도 없었다. 최근 한 패션 브랜드 행사에 일본인 댄서 코카가 참석했다. 현장 취재를 맡은 인턴기자는 직접 쓴 편지를 코카에게 전달하고, 그 반응을 날 것 그대로 영상에 담았다. 곧바로 MMM에 게시된 해당 영상의 조회수는 폭발했다.

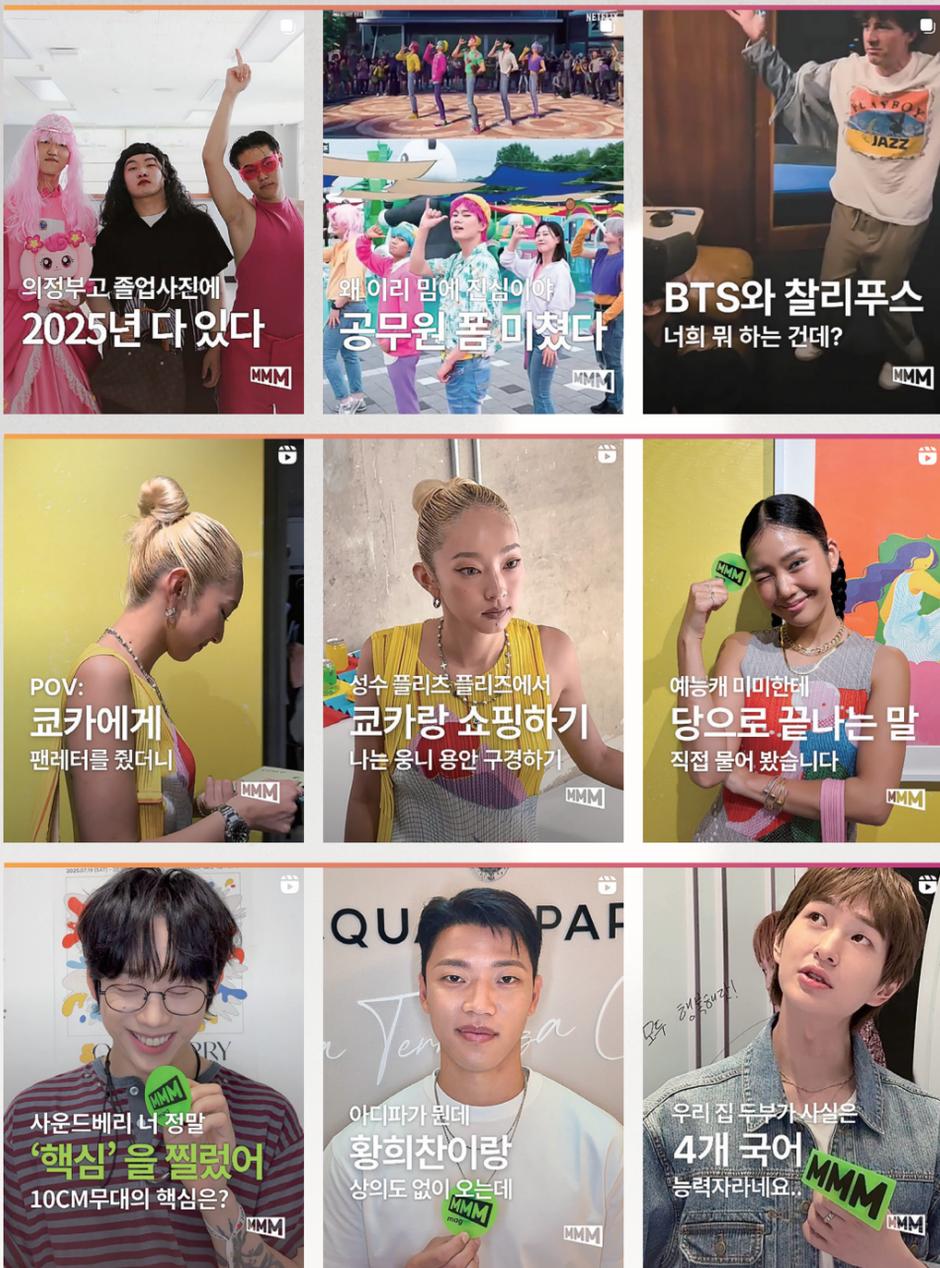
여전히 현장이 답이다

MMM 도약의 마지막 퍼즐은 현장성이었다. 디지털을 무대로 한 매거진이지만, 더 큰 비즈니스의 기회를 찾기 위해 오프라인에서 부딪치는 길을 선택했다. MMM 채널의 팔로워 수가 5만을 넘어섰을 때부터 여성동아팀은 매체 소개서를 만들어 각 브랜드 담당자를 직접 만나 전달하고 홍보했다. 패션, 뷰티 브랜드와 광고 대행사 등에 얼마나 많은 이메일을 보냈는지에 대해 여성동아팀은 "다 셀 수도 없다. 수백 통이 넘는다"고 답했다.

현장을 중시하는 가장 기본적인 영업 노하우에 디지털 매거진에 특화된 운영 전략이 맞물리면서 이제는 유력 브랜드와 홍보 대행사가 먼저 MMM의 문을 두드린다. 팔로워의 증가, 노출 브랜드의 확대가 시너지를 내기 시작했고 일반 이용자들은 물론 셀럽들도 움직였다. MMM의 댓글창을 살펴보다 보면 지드래곤, NCT 도영, 세븐틴 부승관, 자이언티, 로이킴 등 셀럽들이 직접 단 댓글을 확인할 수 있다.

론칭 이후 2년 동안 괄목할 만한 성과를 이뤄낸 MMM은 또 한 번 새로운 도전에 나선다. 인스타그램에서 한발 더 나아가 전용 홈페이지를 9월 공개할 예정이다. 홈페이지에는 인스타그램에 게시된 콘텐츠는 물론 다양한 형태의 인터뷰와 셀럽 화보 등을 선보인다. 김유림 여성동아팀장은 "SNS와 달리 MMM의 자체 홈페이지에서는 분량과 형식의 제한이 없는 만큼 더 다양한 콘텐츠를 선보일 수 있다"며 "론칭 2주년을 맞아 콘텐츠의 질은 물론 영향력과 비즈니스 측면에서도 더 높게 도약하는 것이 목표"라고 했다.

출판국 여성동아팀 김유림
경영전략실 경영총괄팀 지민규



- ①
- ②
- ③



동우
2025. 8. 25 월



① 채널A 신규 리얼리티 예능 '개와 늑대의 시간' 포스터.
② '1기 늑대전'으로 등장한 프렌치 불도그.
③ '야구여왕' 감독으로 합류한 추신수. 그는 SSG랜더스 구단주 보좌역 겸 육성 총괄을 맡고 있다.
④ '야구여왕' 단장을 맡게 된 국민 골프 영웅 박세리.

여성 스포츠 버라이어티 '야구여왕', 11월 출격 '개와 늑대의 시간' 첫방부터 화제

1000만. 국민 스포츠인 야구 팬과 가족만큼이나 소중한 존재인 반려견을 키우는 인구를 공통적으로 관통하는 숫자다. 이토록 많은 야구팬과 반려견 가족은 물론 일반 시청자들의 눈길까지 붙잡는 채널A의 프로그램들이 2025년 하반기 연이어 선을 보인다.

여성 스포츠 버라이어티 '야구여왕'

8월 방송계는 물론 야구계에서는 채널A의 신규 프로그램 '야구여왕'이 화제에 올랐다. 지난해 1000만 관중을 돌파한 프로야구의 인기로 인해 여성 스포츠 서사라는 특수성까지 더해진 '야구여왕'에 대한 기대감이 커지고 있는 것.

'야구여왕'은 각자 다른 종목에서 활약했던 여성 선수들이 야구에 도전하는 스포츠 버라이어티다. '야구는 남성들의 스포츠'라는 암묵적인 인식을 멋지게 깨트리고, 땀과 눈물이 담긴 날 것 그대로의 스토리를 담아낼 예정이다.

코칭스태프를 비롯한 지원단 역시 레전

드 스포츠 스타들로 꾸려졌다. '야구여왕'의 감독은 프로야구 SSG랜더스의 구단주 보좌역 겸 육성 총괄을 맡고 있는 추신수가 맡는다. 메이저리그 출신으로 국가대표는 물론 한미 프로야구에서도 큰 족적을 남긴 추신수는 "단순한 예능 출연을 넘어 여성 야구 저변 확대라는 메시지에 공감해 참여를 결정했다"고 했다. 추신수가 은퇴 이후 방송에 고정 출연하는 건 '야구여왕'이 처음이다.

감독이 그라운드의 총사령관이라면, 단장은 구단의 모든 운영을 책임진다. 이 막중한 단장 자리는 국민 골프 영웅 박세리가 나선다. 골프 선수로 눈부신 업적을 이뤄냈던 박세리는 2016년 리우올림픽 당시 여자 골프 국가대표팀 감독을 맡아 금메달을 따내는 등 지도자로서도 탁월한 능력을 선보인 바 있다. '야구여왕' 제작진은 "말 그대로 '리빙 레전드'인 박세리는 단장을 맡아 특유의 카리스마와 리더십으로 팀을 이끌어 나갈 것으로 기대한다"고 말했다.

'야구여왕'의 연출은 '강철부대' 시리즈

최초로 여성 출연자가 중심이 된 '강철부대W'를 이끌었던 스튜디오E 1CP의 신재호 PD가 맡는다. '강철부대W'를 통해 최정예 여군들의 생존과 승부, 그리고 투지와 우정을 다채롭게 선보였던 신 PD는 이제 야구를 무대로 여성들의 뜨거운 땀방울을 담아낼 예정이다.

신 PD는 "국내에는 50여 개의 사회인 여자 야구단과 국가대표팀이 있지만, 그 존재와 열정을 아는 사람은 많지 않다. 하지만 무한한 애정으로 야구에 임하는 여자 야구 선수들의 모습에서 큰 감명을 받았다"고 말했다. 이어 "역경 속에서도 주저 없이 뛰어드는 인간의 모습을 담고 싶다"며 "낮은 관심속에서도 자신만의 서사를 쌓아가고 있는 여자 야구 선수들의 열정과 처음 야구를 접하는 출연자들이 만나 발생할 시너지를 기대해달라"고 덧붙였다.

'야구여왕'은 다양한 종목 출신의 선수 선발을 거쳐 국가대표급 코칭 스태프들이 이끄는 뜨거운 담금질로 여름을 보내고 있다. 여성 스포츠 서사의 새 지평을 열 '야구여왕'은 11월 시청자들과 만난다.

"역시 개통령" 강형욱이 선보이는 솔루션

강형욱의 방송 복귀작 '개와 늑대의 시간'은 5일 첫 방송 이후 호응을 얻고 있다. 첫 회 주인공인 '늑대 1호'는 겉보기엔 귀여운 프렌치 불도그지만, 다른 반려견은 물론 보호자까지 자주 무는 공격성을 보였다. '김제 허극상견'으로 불린 이 반려견은 순간적으로 폭발하는 돌발 행동을 보였지만 보호자는 "엄마보다 반려견이 더 소중한하다", "반려견을 위해서라면 함께 온 남자친구와도 헤어질 수 있다"고 말해 스튜디오를 놀라게 했다. 그러나 일상 관찰 결과 마음 여린 보호자는 훈육을 힘들어했고, 과도한 스킨십을 반복하는 모습이 포착됐다. 이에 강형욱은 "감정을 숨기고 뻔뻔해져야 한다"며 생활습관과 관계 설정에 대한 집중 코칭을 시작했다.

이어진 2회에서는 강형욱과 MC들이 직접 보호자의 주거지를 방문해 고강도 훈련을 이어갔다. 새로운 관계를 만들기 위한 솔루션이 진행될수록 긴장감은 더욱 고조됐다. 강형욱은 반려견 행동은 물

론 보호자의 태도와 생활 습관까지도 함께 교정했다. "보호자가 변해야 반려견도 변한다"는 프로그램의 철학이 담긴 처방이다. 이런 노력 끝에 반려견의 거친 행동을 제어하는 데는 성공했지만, 지속적인 변화는 보호자의 몫. 시청자들 역시 "반려인과 반려견이 모두 행복해졌으면 한다"는 응원을 보냈다.

'개와 늑대의 시간'을 이끄는 스튜디오E 1CP의 한지인 PD는 "방송에 등장하는 보호자들은 작은 생명에 대해 누구보다 강한 책임감을 가진 분들이다. 반려견과 끝까지 함께하려는 의지를 가진 모든 반려인들에게 희망을 전달하고, 동시에 따뜻한 응원까지 담을 수 있는 프로그램이 되도록 노력하겠다"고 말했다. 이어 "사람의 입장에서 이해하지 못했던 반려견의 마음이 밝혀지고, 문제가 해소되는 과정을 보며 시청자분들이 즐겁고 속 시원한 쾌감을 느끼셨으면 한다"고 덧붙였다.

편성전략본부 C-밸류업팀 정수민
경영전략실 경영총괄팀 정자영

채널A 심층취재팀 본격 가동... '추적' '현장카메라'로 끝까지 파헤친다



보도본부 기획취재팀은 지난달부터 심층취재 시리즈 '추적'과 현장성을 살린 '현장카메라'를 보도하고 있다. 특히 송채은 정책사회부 기자가 취재한 현장카메라 '뽕뽕한 부정승차 현장', '계곡 불법 영업 현장' 편은 각각 유튜브 조회수 200만 회, 100만 회를 단시간에 돌파했다.

7월부터 채널A 보도본부 정책사회부에는 심층취재를 위한 기획팀이 새롭게 마련됐다. 기획팀 소속 기자는 총 8명. 조영민 차장의 지휘 아래 서창우 기자가 현장 반장을 맡고 1년차부터 8년차까지 다양한 연차들이 뛰고 있다. 긴 호흡을 가지고 의문이 남는 사건과 이슈를 끝까지 파헤쳐 보고, 새로운 시도로 생생한 현장을 시청자들에게 전하자는 취지로 기획팀이 탄생했다.

기획팀은 <추적>과 <현장카메라>, 두 개의 코너를 통해 시청자들을 만나고 있

다. 심층취재 시리즈인 '추적'은 사건의 이면을 깊숙이 들여다보는데 중점을 두고 있다. '추적'은 한 산후조리원의 집단 결핵 감염 문제를 고발하는 것으로 서막을 열었다. 신생아가 결핵에 무더기로 감염된 것에 이어 감염 가능성이 있는 일부 신생아에 대한 조치가 부족했다는 사실을 보도했고, 이후 보건당국이 지침을 보완하는 변화를 이끌어냈다.

기자들이 사회 곳곳을 훑으며 아이টে

적 착취물분 아니라 집 현관 비밀번호와 부모 사진, 연락처를 볼 수 있다는 '박제방' 취재는 제보로 시작했다. '박제방' 보도 이후 경찰도 본격적인 수사를 시작했고, 기획팀 역시 끝까지 실체를 추적할 예정이다.

또 다른 코너인 '현장카메라'는 영상에 방점을 뒀다. 각종 현장을 날 것 그대로 담기 위해 기자들도 현장 깊숙이 다가간다. 기자가 수영복을 입은 채 물총까지 들며 손님을 가장해 계곡 불법 영업 현장을 취재한 아이টে

는 조회수를 기록했다. "기자가 발로 뛰어 정보를 제공하는 뉴스" 등의 댓글도 1만 1000개를 넘어섰다.

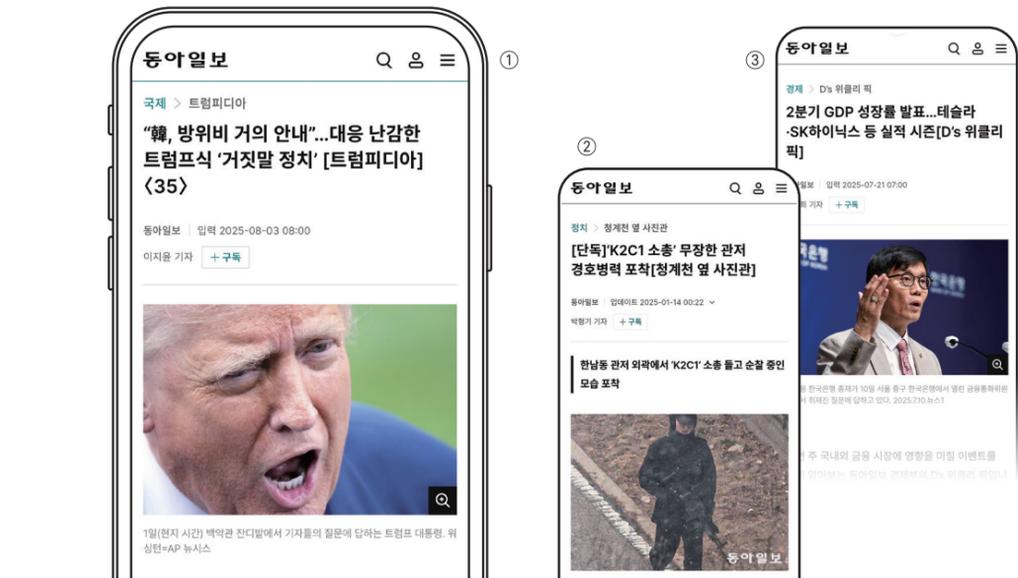
지하철 부정승차 단속에 취재 기자와 카메라 기자가 동행한 '뽕뽕한 부정승차 현장'은 123만 회가 넘는 조회수를 기록했다. 두 기사 모두 기획팀의 막내인 송채은 기자의 리포트로, 송 기자는 부정승차 단속 현장을 역무원들과 함께 달리며 취재했다. 또 울릉도 일부 가게들의 바가지 상술이 논란이 되자 기획팀 최다함 기자는 5박 6일 동안 울릉도에 머물며 현

지 상인과 주민, 공무원들의 다양한 목소리를 '현장카메라' 코너에 담아냈다.

기획팀의 리포트 횟수가 늘어나면서 "추적" 코너에서 다뤄줄 수 없네요", "현장카메라"를 보고 연락한다"는 시청자들의 제보도 계속되고 있다. 이런 반응을 보며 기획팀 기자들도 힘을 얻고 있지만, 아직 갈 길이 멀다. 사건과 현장을 더 깊게 파고들기 위해 오늘도 기획팀 기자들은 달리고 있다.

보도본부 정책사회부 서창우

‘트럼피디아’ ‘테크챗’ 등 전문성 담은 동아일보 디지털 콘텐츠 확대



① 3일 편집국 국제부의 디지털 전용 콘텐츠 ‘트럼피디아’ 코너 캡처 화면.
 ② 사진부 기자들이 사진 속 뒷이야기를 풀어내는 ‘청계천 옆 사진관’ 콘텐츠 화면.
 ③ 3월부터 경제부가 연재 중인 국내외 금융시장 이벤트를 살펴보는 ‘D’s 위클리 픽’의 기사 캡처.
 ④ 4월 정치 뉴스레터 ‘셀럼’이 주최한 강연 연사로 나선 국제부 이지윤 기자가 도널드 트럼프 미국 대통령의 소셜미디어 전략에 대해 강연하고 있다.

동아일보 편집국 현장 기자들이 주도하는 디지털 전용 콘텐츠가 전문성을 앞세워 영역을 넓혀가고 있다. 국제부가 매주 선보이는 <트럼피디아>는 고정 독자층을 확보하며 인기 코너로 자리 잡았고, 경제 산업 분야의 다양한 디지털 콘텐츠도 독자들과 만나고 있다.

트럼프 심층 해부하는 <트럼피디아>

도널드 트럼프 미국 대통령과 주변 인물, 주요 사건을 다루는 국제부의 트럼피디아는 1월 트럼프 행정부 출범에 맞춰 시작해 40회를 향해 가고 있다. 트럼피디아는 트럼프 대통령의 파격적인 언행을 보여 드는 “대체 왜?”라는 의문을 해소해주는 취지

에서 시작됐다. 코너의 이름도 “트럼프 대통령과 관련된 모든 것을 설명한다”는 의미에서 ‘사전’을 뜻하는 접미사 ‘피디아’를 붙여 지었다.

디지털 콘텐츠인 ‘트럼피디아’는 약 4000자 분량의 ‘롱폼’ 형식을 채택했다. 낱설고 딱딱할 수 있는 미국 정치, 사회, 경제 이슈를 트럼프 대통령과 백악관 참모들의 언행과 인물 스토리를 통해 쉽고 자세하게 풀어내며 고정 독자층을 확보했다. “트럼프 정부의 정책 동향 분석 기사 중 단연 돋보인다”는 호평을 담은 독자들의 이메일도 늘어나고 있다.

트럼피디아의 주역인 이지윤 기자는 “트럼프 대통령과 주변 사람들의 머릿속을 들여다보겠다는 각오로 연설 영상, SNS, 인

터뷰, 저서 등을 원문 그대로 살펴보고 있다”며 “지면 기사 마감을 하며 눈에 띄었던 자료를 일단 스크랩 한 뒤 이를 선별, 가공해 트럼피디아에 담아 내고 있다”고 전했다. 미국의 외교 정책, 한미 방위비 분담금 등 뜨겁고 복잡한 이슈들을 깊이 있게 다루는 트럼피디아는 매주 일요일 오전 독자들을 만난다.

디지털 콘텐츠와 지면 제작 시너지

여기에 현장 기자들의 전문성을 살린 디지털 전용 콘텐츠 라인업도 계속 확대 중이다. 2일부터 산업1부는 IT, 과학, 우주, 바이오 분야 주목할 만한 기술과 트렌드, 기업을 소개하는 디지털 전용 콘텐츠 <테크

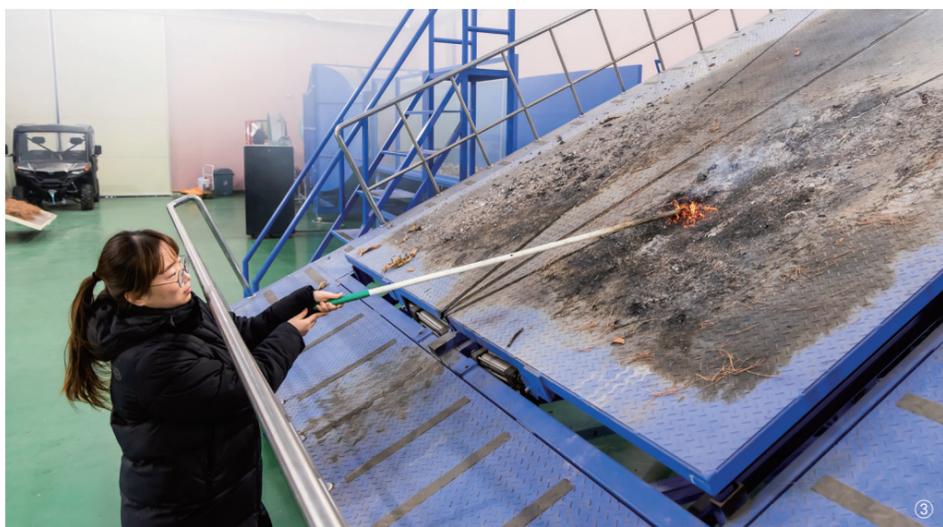
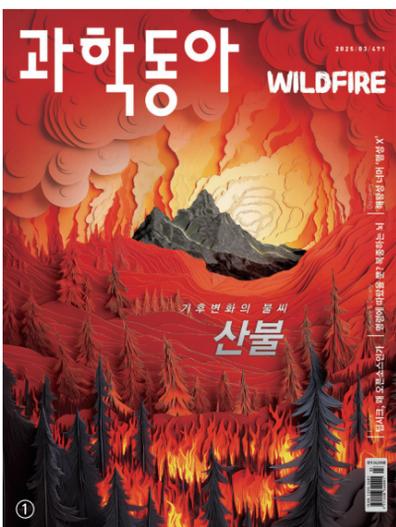
챗>을 시작했다. 세상을 놀라게 한 아이디어부터 창업자의 고민까지 다양하고 재미난 테크 업계의 이야기를 다룬다. 이에 앞서 경제부는 국내외 금융시장에 영향을 미칠 수 있는 이벤트를 미리 살펴보는 <D’s 위클리 픽>을 3월부터 매주 월요일 오전마다 선보이고 있다.

사진부의 <청계천 옆 사진관>은 탄핵 등 정치적 격변기의 중요 순간들을 단독 포착하고, 사진 속 뒷이야기를 온라인 콘텐츠로 상세히 풀어내 인기를 끌고 있다. 윤석열 전 대통령의 탄핵 당시 관저 입구에서 대통령 경호처 요원이 맨 배낭이 ‘소총 가방’이었던 점을 다양한 사진과 함께 풀어 쓴 기사가 대표적이다.

이렇게 다양한 디지털 전용 콘텐츠는 온·오프라인 시너지로 이어지고 있다. ‘트럼피디아’를 통해 정리해 둔 다양한 내용들이 관세 전쟁처럼 장기간 이어지는 이슈를 다루는 지면 기사에도 도움이 되는 식이다. 국제부는 1, 2월 ‘트럼피디아’에 연재했던 트럼프 정부의 관세 정책, 미국 관세의 역사 등을 활용해 지면 기사에 깊이를 더했다. 편집국 강유현 디지털편집장은 “디지털 전용 콘텐츠는 특정 주제를 다양한 시각에서 심층적으로 풀어내기 때문에 현장 기자의 전문성을 높이고, 지면 기사에도 시너지를 낼 수 있다”고 말했다.

편집국 국제부 이지윤
 경영전략실 경영총괄팀 구득교

동아사이언스, 지난해 ‘극한 호우’ 이어 올해 ‘산불의 시대’ 주제로 2년 연속 과학취재상



① 과학동아 2025년 3월호 표지. ② 김미래 동아사이언스 과학동아팀 기자가 상반기 과학취재상 시상식에서 수상소감을 남기고 있다. ③ 김소연 동아사이언스 과학동아팀 기자가 2월 7일 국립산림과학원의 국가산불실험센터에서 산불 실증 실험을 진행하고 있다.

과학동아 3월호 특집 주제는 1월 미국 캘리포니아 남부에서 대형 산불이 발생한 직후 결정됐다. 이 산불로 29명이 목숨을 잃었고, 피해 규모는 최대 361조 원에 달했다. 국내 산림 전문가들은 “캘리포니아 산불은 결코 남의 일이 아니다”며 “기후 변화로 인해 한반도 역시 계절을 가리지 않는 ‘산불 연중화’ 시대에 들어설 수 있다”고 경고했다.

여기에 산불 위험 기간이 본격적으로 시작되는 3월을 앞두고 과학동아는 ‘기후 변화의 불씨, 과학이 잡는다. 산불의 시대’ 특집을 통해 재난 발생 전 과학이 어떤 방

식으로 대응할 수 있는지를 심층적으로 조명했다. 국내 최장수 과학잡지인 과학동아는 과학적 팩트에 기반한 깊이 있는 보도가 강점이다. 이번 산불 취재에서도 과학동아의 기자들은 각자의 영역에서 과학적 접근과 현장성을 결합했다.

김태희 기자는 기후 위기로 인해 앞으로 산불이 얼마나 자주, 또 얼마나 크게 일어날 수 있는지를 시각화된 데이터로 보여주는 데 공을 들였다. 김소연 기자는 국가산불실험센터에서 연구자와 함께 산불 실증 실험을 진행하며 산불 자연제의 효과와 최신 산불 대응 기술 등을 취재했

다. 김미래 기자는 과거 큰 산불로 피해를 입었던 강원도 강릉과 고성 현장을 찾아 산불이 휩쓸고 지나간 자리를 인간은 어떻게 다시 회복하고 살아가는지를 집중해서 들여다봤다.

특집호가 발행된 3월, 경북 일대에는 사상 최악의 대형 산불이 발생했다. 과학동아의 특집도 큰 주목을 끌었지만, 취재진의 마음은 오히려 무거웠다. 함께 취재했던 산불 연구자들은 뜨거운 현장에서 화마와 사투를 벌이고 있었고 주변 동료와 가족, 지인 중에도 피해자가 많았다. 기후 재난의 위협을 피부로 느끼는 순간

이었다. 이번 특집은 한국과학기자협회가 수여하는 ‘2025년 상반기 과학취재상’을 수상했다. 지난해 과학동아 6월호의 ‘한반도 극한호우 대책 총정리’로 같은 상을 받은 데 이어 2년 연속 수상이다. 과학자 등 전문가 7인으로 구성된 심사위원회는 “실증 실험과 피해 복원 현장 취재를 통해 대한민국에서 산불 연중화가 나타날 수 있는 위험성을 진단하고, 논쟁이 있는 산불 대책의 쟁점을 팩트체크해 국민의 삶과 연계한 다각적 해결책을 제시했다”며 선정 이유를 밝혔다.

과학동아 취재진은 2년 연속 수상의 기쁨보다는 “앞으로도 계속 세상에 도움이 되는 보도를 해야겠다”는 책임감을 더 크게 느꼈다. 산불 특집 취재 당시 임신 7개월째였던 김미래 기자는 “몸은 무거웠지만, 앞으로 이 세상을 살아갈 아이를 생각하며 기사가 조금이나마 더 나은 미래에 보탬이 되길 바라는 마음으로 현장을 다녔다”고 말했다. 과학이 미래를 바꿀 수 있다는 믿음으로, 동아사이언스는 앞으로도 심층 보도를 이어갈 예정이다.

동아사이언스 과학동아팀 김소연



전국을 순회한 영화전 '모네에서 앤디워홀까지'는 누적 관람객 30만 명을 돌파하는 기록을 세웠다. 실제 세종문화회관 전시장에는 가족 단위와 직장인은 물론 미술 애호가까지, 전시를 찾은 관람객들로 평일에도 붐볐다.

‘모네에서 앤디워홀까지’ 서울 전시, 관람객 10만 명 돌파하며 흥행 피날레 경주·부산·제주 거쳐 서울까지... 누적 관람객 30만 명 돌파

경주와 부산, 제주를 거쳐 서울에 상륙한 영화전 <모네에서 앤디워홀까지>가 서울에서만 10만 명 이상의 관객을 동원하며 흥행에 성공했다. 동아일보와 세종문화회관, 가우디움어소시에이츠가 공동 주최한 이번 서울 전시는 5월 16일 개막한 이후 관람객의 발길이 꾸준히 이어졌다. 이번 전시는 지난해 12월 경주예술의전당을 시작으로 부산문화회관, 제주현대미술관을 거쳐 서울세종문화회관까지 이어진 18

개월 간의 전국 순회 프로젝트다. 지금까지 누적 관람객 30만 명을 돌파했다. 한국 상업 전시가 전국적으로 큰 호응을 얻으며 흥행에 성공한 것은 전례를 찾아보기 힘든 일이다.

모네에서 앤디워홀까지 전시는 요하네스버그 아트 갤러리가 소장한 명화 143점을 한 자리에서 만날 수 있어 가족 단위는 물론 직장인과 미술 애호가들의 큰 사랑을 받았다. 주말마다 세종문화회관 미술관 앞

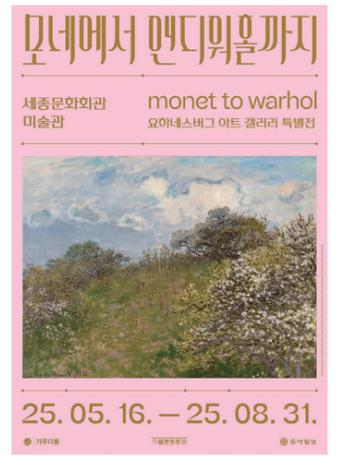
에는 긴 줄이 이어졌고, 평일에도 도슨트 해설을 들으려는 관람객들로 전시장이 북적였다. 또 지방에서 시작한 이번 전시는 지역 순회 과정에서 쌓인 입소문이 서울 전 시까지 이어진 것도 흥행의 비결로 꼽힌다.

이번 전시의 흥행에는 동아미디어그룹 내 다양한 조직들의 협력도 한 몫 했다. 동아일보 뿐만 아니라 동아닷컴, 인터비즈 등의 플랫폼을 활용해 홍보에 나섰고 미디어 솔루션본부와 미래전략연구소는 관람객

맞춤형 프로그램을 선보이는 데 힘을 보탤다. 이를 통해 VIP 고객 대상 이벤트, 프라이빗 도슨트 프로그램 '녹턴' 등이 성공적으로 운영됐다.

모네에서 앤디워홀까지 서울 전시는 8월 31일까지 이어진다. 이후 작품들은 11월 남아프리카공화국 G20 정상회의 특별 전시를 위해 귀환할 예정이다.

문화사업본부 문화기획팀 김민서



동아·서울국제음악콩쿠르에 ‘김순남 작곡상·특별상’ 만든다

‘동아방송 출신’ 김세원 성우 1억5000만 원 기탁



서울 종로구 동아미디어센터에서 11일 열린 기탁식에 김재호 동아일보·채널A 회장(오른쪽)과 김세원 성우(전 EBS 이사장)가 기탁서를 들고 기념 촬영을 하고 있다.

1970년대 동아방송 라디오 프로그램 <밤의 플랫폼>을 진행했던 김세원 성우(전 EBS 이사장)가 동아음악콩쿠르와 서울국제음악콩쿠르에 총 1억 5000만 원을 기탁했다. 기탁금으로 김세원 성우의 아버지인 작곡가 김순남 선생(1917~1983)을 기리기 위한 상이 신설된다.

동아음악콩쿠르는 김세원 성우의 뜻에 따라 올해 10월부터 2년마다 작곡 부문 1위를 대상으로 '김순남 작곡상'을 시상하고 상금 1000만 원을 지급한다. 또 서울국제음악콩쿠르는 내년부터 3년마다 한국 가곡을 가장 뛰어나게 해석한 성악 부문 참가자에게 '김순남 특별상'을 수여하기로 했다. 특별상 상금은 5000달러다. 11일

동아미디어센터에서 열린 기탁식에 참석한 김세원 성우는 "최고의 역사와 권위를 가진 콩쿠르에 부친의 이름을 붙인 상을 제정할 수 있어서 뭉뚱이 기쁘다"고 했다.

김순남 선생은 일제강점기 경성사범학교와 도쿄음악대학을 졸업한 뒤 광복 후엔 서양 현대 음악을 국내에 소개해 한국 현대 음악의 선구자로 꼽힌다. 특히 시인 김소월의 시에 곡을 붙인 대표 가곡 '산유화'와 '진달래꽃' 등을 남겼다. 김세원 성우는 "상 제정을 계기로 더 많은 사람들이 아버지의 곡을 듣고, 연주하는 계기가 되길 희망한다"고 말했다.

문화사업본부 문화기획팀 정우연

New face 새 식구를 소개합니다

이름 / 부서
① 입사 후 포부 ② 요즘 관심사 ③ 최종 직장



이은희 / 채널A
경영지원본부

- ① 구 매관리팀으로 입사하게 되어 매우 행복합니다.
관심과 애정을 가지고 리스크 없이 잘 처리하는 팀원이 되겠습니다. 잘 부탁드립니다!
- ② 평소 아이스크림을 좋아하는데, 최근에 '사랑에 빠진 딸기' 맛이 재출시되어 굉장히 기쁩니다. 조만간 먹으러 갈 예정입니다. 딸기&초코 좋아하신다면 이 맛을 추천드립니다!



정소현 / 동아일보
편집국

- ① 성실함과 책임감을 바탕으로 주어진 업무에 빠르게 적응하고 팀원들과 협력하여 회사의 지속적인 성장과 발전에 기여하는 구성원이 되겠습니다.
- ② 최근에 독서에 관심을 가져 사고력을 키우려고 하고 있습니다. 소설책을 많이 읽고 특히 SF소설에 관심이 많아졌습니다.
- ③ 영남일보

“매주 목요일 저녁 함께 뛰어요” 7979 서울 러닝크루 인기

동아일보와 서울시가 운영하는 '7979 서울 러닝크루' 참가자가 넉 달(4~7월) 만에 2500명을 넘어서며 인기를 끌고 있다.

2022년 처음 시작된 7979 서울 러닝크루는 4월부터 10월까지 매주 목요일 오후 7~9시에 서울 도심을 달리는 프로그램으로 청계광장, 반포한강공원, 여의도공원을 중심으로 3개 권역에서 진행된다. '오후 7시부터 9시까지 친구와 달린다'는 뜻의 7979 서울 러닝크루는 동아클럽 홈페이지에서 참가 신청을 할 수 있고, 현장에서 즉석 참여도 가능하다. 첫해인 2022년에는 약 400명이 참

가했으며 ▲2023년 2700명 ▲2024년 4700명 등으로 참가 인원이 늘어나고 있다. 올해는 지속적인 폭염과 잦은 폭우에도 불구하고 지난해 못지 않은 인기를 얻고 있다.

동아일보와 서울시는 참가자들의 건강 보호를 위해 2022년부터 '의료페이서'를 3개 권역에 배치하고 있다. 응급 구조사 또는 간호사 자격을 갖춘 러너들이 참가자들과 함께 달리며 이상 징후를 살피고 필요시 즉각 조치를 한다. 러닝 방법과 코스 안내 등을 담당하는 '일반페이서'도 현장에서 함께 뛰었다.

10월 30일까지 이어지는 7979 서울



동아일보가 서울시와 함께 운영하는 '7979 서울 러닝크루' 참가자들이 경복궁 광화문 앞을 함께 달리고 있다.

러닝크루 소식은 공식 인스타그램 계정에서 확인할 수 있다. 매주 권역별로 달라지는 코스 정보를 미리 확인하고, 본인 원하는 코스를 선택할 수 있다. 참

가비는 무료이며, 서울 도심을 달리고 싶은 사람이라면 누구나 참여할 수 있다.

문화사업본부 스포츠기획팀 김승현

