

동아미디어그룹 사내보 東友	2면	동아마라톤, 참가자 만족도 높이는 'Full 케어' 프로그램 마련	3면	300회 맞은 '동영상 뉴스터디', 누적 조회수 1억 4천만 회 돌파	4면	AI 등 활용한 홈페이지 자체 제작 성과 동아닷컴-경영전략실, 디지털 분야 새 도전
----------------	----	--------------------------------------	----	--	----	---

세계로 뻗는 K-농업의 힘!

2025 FARM SHOW

역대 최대 350개 부스 참가...K푸드 세계화 사례 보여준 'K-농업관', 스타셰프 요리 등 체험 콘텐츠 확대



① 8월 29일부터 사흘간 서울 서초구 aT센터에서 열린 2025 에이팜쇼 부스가 관람객으로 북적이고 있다. ② 농협 전시관에서 관람객이 청년농부 사관학교 졸업생들이 만든 가공 식품을 둘러보고 있다. ③ 지역 농산물을 활용한 '한국의 맛' 프로젝트를 진행한 한국맥도날드 부스 모습. ④ 정호영 셰프가 국내산 오리고기와 인삼을 이용해 요리를 하고 있다. 이 요리는 100명의 참석자에게 제공됐다. 사진=편집국 사진부 홍진환·장승운

올해 12회째를 맞은 '2025 A FARM SHOW(에이팜 쇼)-창농·귀농 고향사랑 박람회'가 8월 31일 성황리에 막을 내렸다. 이번 박람회는 'K-농업의 힘, 우리가 키웁니다'를 주제로 수입 농산물 시장 개방 압력으로 어려움을 겪고 있는 농촌 경제를 응원하고 K-농업의 경쟁력을 알리기 위해 마련됐다. 동아일보와 채널A 주최로 8월 29일부터 사흘간 서울 서초구 aT센터에서 열린 에이팜쇼는 전국 지방자치단체(지자체)와 공공기관, 기업, 대학 등 부스 350개가 들어서며 역대 최대 규모로 치러졌다.

첫선 보인 '힘내라! K-농업관'

올해 첫선을 보인 '힘내라! K-농업관'은 우리 특산물로 만든 햄버거와 한류 열풍 속 최대 수출 실적을 낸 쌀 가공식품 등 K푸드의 세계화 사례를 생생하게 전달했다. 한국맥도날드, 팜한농, CJ프레시웨이, 신세계푸드 등 다양한 기업들이 K-농업관에 부스를 꾸렸다. 한국쌀가공식품협회가 준비한 종합홍보관 '라이스쇼'에서는 국내 쌀 산업의 현재와 미래가 소개됐다.

특히 지역 농산물을 적극 활용해 '한국의 맛' 프로젝

트를 진행한 한국맥도날드 부스가 큰 인기를 끌었다. 한국맥도날드는 '익산 고구마 모짜렐라 버거' 등 지역 특산물을 활용한 햄버거를 매년 선보이며 지역 농가와 상생을 실천하고 있다. 기업 섭외를 담당하던 동아일보 AD본부 고경철 부장은 "한국의 맛을 홍보하는 한국맥도날드가 농촌 상생을 강조하는 에이팜쇼 취지와 부합한다고 판단해 처음 부스를 마련했다"고 설명했다.

관람객들은 K-농업관에서 최근 북미 시장을 강타한 냉동 감밥과 떡볶이는 물론, 떡과 전통주 등 다양한 쌀 가공식품을 직접 맛보고 체험할 수 있었다. 지난해에 이어 올해도 행사장을 방문한 장명호 씨(40)는 "인터넷에서만 보던 K푸드의 인기를 직접 접하니 상상 이상"이라며 "내년에는 어떤 전사가 나올지 벌써 기대된다"고 했다.

'선배 농부'들이 전하는 귀농 이야기

박람회에서는 '선배 농부'들의 값진 노하우를 들을 수 있는 '오픈 농(農)탁(Talk) 청년농 귀농이야기' 강연회가 인기를 끌었다. 첫날 연사로는 양봉 유튜버로 106만 구독자를 보유한 유튜브 '프응TV' 김국연 대표가

나서 소셜미디어를 활용한 창농 비법을 공유했다. 벨기에 출신 방송인 줄리안 쿤타르트 씨는 농촌 유학의 가치와 필요성을 설명했다.

59개 지자체가 참여한 '희망정보관'에는 귀농·귀촌을 탐색하는 관람객들의 발길이 이어졌다. 충청남도농업기술원장은 올해 광역 단위 통합 홍보관을 최초로 선보였고, 전라북도농업기술원은 자체 설명회를 열고 각종 혜택을 홍보했다. 몇몇 부스에서는 지역 명물을 직접 만드는 체험이 진행됐다.

청년 농부들의 아이디어가 담긴 농산물을 직접 구매할 수 있는 부스도 설치됐다. 농협 전시관에서는 청년 창농인으로 구성된 '청년농부 사관학교' 졸업생 12명이 관람객들에게 직접 기른 농산물을 홍보했다. 경남 거창에서 직접 기른 딸기로 잼을 만들어 온 '필농' 대표 이건희 씨(33)는 "연고 없는 지역으로 귀농해 유통 판로 하나 구하기 어려운 청년 농부에게 에이팜쇼는 최고의 기회"라고 말했다.

스타셰프 요리 등 체험 콘텐츠 확대

올해 박람회는 부스 수가 지난해보다 13% 늘어난

350개로 역대 최대 규모를 기록했다. 특히 기본 부스보다 규모가 큰 독립 부스는 94개로 지난해(42개)보다 2배 이상으로 늘어나 풍성한 볼거리를 제공했다. 그간 에이팜쇼 개최 경험을 바탕으로 AD본부, 미디어솔루션본부, 편집국, 채널A 보도본부 등 동아미디어그룹의 다양한 조직들이 나서 이벤트 기획, 참여사 섭외, 홍보 등에 축적된 노하우를 적극 활용한 덕분이다.

또 올해 행사에서는 어린이 등 다양한 연령대가 함께 즐기는 체험형 콘텐츠도 큰 호응을 얻었다. 인기 요리사인 정호영 셰프는 마지막 날 이벤트로 직접 국내산 오리고기와 인삼을 이용한 요리를 100명에게 제공했다. 우리 쌀 반죽으로 떡과 마카롱을 만들고, 누룩으로 빵을 만드는 원데이클래스는 가족 단위 관람객들의 발길이 이어졌다. 에이팜쇼 기획을 담당하던 동아일보 미디어솔루션본부 윤정우 과장은 "올해 행사는 폭염·폭우로 어려움을 겪은 K-농업에 대한 국민 관심을 높이는 데 중점을 뒀다"며 "내년에도 다양한 연령대가 함께 즐기는 축제가 되도록 준비해 나가겠다"고 밝혔다.



동아마라톤 '풀(Full) 케어' 프로그램

- 셔틀버스 패키지 출시**
공주 왕복 버스 마련, 경주마라톤 우등버스 패키지 출시
- 쉐이크아웃런 확대**
공주마라톤 이어 서울레이스, 경주마라톤도 진행
- 대회 병목 현상 완화**
서울레이스, 공주, 경주마라톤도 기록별 출발그룹 분류
- 대회장별 지원 강화**
공주마라톤 더위 대비, 경주마라톤 먹거리 다양화

◀ 동아마라톤 인스타그램 계정에서 공개된 이미지, 쉐이크아웃런 확대와 셔틀버스 패키지 판매에 참가자들은 '기대된다' '셔틀버스 좋아' 등의 댓글로 호응했다.

동아마라톤, 참가자 만족도 높이는 '풀(Full) 케어' 프로그램 마련

공주-경주 마라톤에 '셔틀버스 패키지' 첫 출시

동아일보 문화사업본부는 9월 28일과 10월 18일 열리는 공주백제마라톤과 경주국제마라톤을 위한 '셔틀버스 패키지'를 올해 새롭게 선보였다. 대회 참가자를 대상으로 한 사전 조사 결과 "서울에서 출발하는 셔틀버스를 이용하고 싶다"는 응답이 두 대회를 합쳐 3000여 명에 육박했기 때문이다.

문화사업본부는 우선 공주 마라톤 대회를 위해 44인승 대형 버스 20대를 섭외했다. 잠실, 사당, 신도림에서 각각 출발하는 이 상품은 출시 3일 만에 모두 매진됐다. 문화사업본부의 예상을 뛰어넘는 열기였다. 여기에 "44인승도 좋지만 비용이 더 들더라도 우등고속급 버스를 이용하고 싶다"는 참가자들의 의견도 줄을 이었다. 이에 따라 문화사업본부는 10월 열

리는 경주 마라톤에는 우등고속급 버스를 갖춘 패키지를 선보일 예정이다. 문화사업본부 스포츠기획팀 안중산 팀장은 "서울마라톤과 공주, 경주 마라톤을 모두 뒀을 수 있는 '런 저니(run journey)' 신청자가 지난해 850명에서 올해 4200명으로 크게 늘어났기 때문"이라며 "참가자들의 다양한 수요를 겨냥한 맞춤형 서비스를 지속적으로 선보이고 있다"고 말했다.

문화사업본부가 참가자 만족도를 위한 서비스를 늘려가는 건 참가자들의 눈높이도 계속 높아지고 있기 때문이다. 동아마라톤을 향한 러너들의 뜨거운 열기를 계속 이어가기 위해 문화사업본부는 대회 전, 중간, 후로 나눠 참가자들을 세심하게 배려하는 '풀(Full) 케어' 프로그램을 마련했다.

우선 대회 전부터 참가자들의 기대감을 높이는 행사 규모를 확대했다. 대회 전 몸을 가볍게 털며(Shake out) 5km 내외를 달리는 '쉐이크아웃런'을 확대한 것. 지난해 공주 마라톤에서 '알밤런'이란 이름으로 시작한 쉐이크아웃런을 올해 서울레이스와 경주 마라톤에서도 진행한다.

서울레이스 쉐이크아웃런은 9월 20일부터 매주 토요일 오전과 오후 각각 25명을 모집해 대회 코스를 둘러보는 방식으로 진행된다. 채널A '강철부대3' 출연자인 홍범석 전 소방관, 높이뛰기 국가대표 우상혁 선수 등 러닝 인플루언서들도 참가해 대회 열기를 높일 예정이다. 경주 마라톤에서는 쉐이크아웃런 완주자들에게 경주 전통 간식인 '황남빵'을 제공한다. 대회 중에는 참가자들이 병목 현상 없

이 쾌적하게 달릴 수 있는 장치를 마련했다. 그동안 서울 마라톤에서만 개인별 최고 기록에 따라 출발 그룹을 분류했는데, 올해 서울레이스와 공주, 경주 마라톤에서도 속도가 빠른 참가자들이 먼저 출발하도록 했다. 문화사업본부는 "이렇게 하면 속도가 상대적으로 느린 참가자들이 빠른 이들의 코스를 막는 현상을 예방할 수 있다"고 설명했다.

대회장별 특성을 고려한 세심한 지원도 강화했다. 공주 마라톤은 낮 기온이 여전히 높은 9월에 치러지는 만큼 코스 곳곳에 쿨링포그, 살수차, 시원한 생수와 물을 마련할 예정이다. 또 풀코스과 하프코스 참가자 비중이 80%에 달하는 경주 마라톤에서는 에너지 보충을 위한 간식을 다양화했다. 지난해엔 15, 25, 35km 지점

에서 초코파이와 바나나를 반복 제공했지만, 올해는 각각 경주 찰보리빵, 초코파이와 바나나, 경주 황남빵을 준다.

문화사업본부는 가을 동아마라톤의 시작을 알리는 트레일러닝 대회 '서울 100K'에서도 변화를 시도했다. 출발지를 서울시청광장에서 광화문광장으로 바꾸며 주목도를 높이고, 참가 규모도 3000명으로 지난해보다 1000명 늘렸다. 고기정 문화사업본부장은 "대회 규모가 어느 때보다 커졌지만 동아마라톤의 명성에 걸맞은 철저한 운영으로 안전사고는 0%, 참가자 만족도는 100%를 목표로 뛰겠다"고 했다.

문화사업본부 스포츠기획팀 김승현
경영전략실 경영총괄팀 신희철

DBR '2026 핵심 비즈니스 키워드' 공개... 다음달 '비즈니스 트렌드 인사이트쇼' 개최

2026 Trend Keyword

- 해게모닉 코퍼레이션, 코리아 피크아웃, 스마일노믹스, 인스피리언스 팀팩터
- 워크포스 생태계, AI 네이티브 익스피리언스, 테크노내셔널리즘, DIFM (Do It For Me), 갈등 지능
- 하이퍼 인텔리전트 퍼포머, 포터블 멀티로컬리티, 차이나 인사이트 2.0

TIME	PROGRAM	SPEAKERS	행사 개요
10:00 - 10:30	해게모닉 코퍼레이션	문정민 고려대 경영대학 교수	일시 2025년 10월 15일 (수) 10:00 - 17:30
10:30 - 11:00	인스피리언스 팀팩터	송수진 고려대 글로벌비즈니스대학 교수	
11:00 - 11:30	스마일노믹스	이준상 동국대 경영학과 교수	장소 삼성동 슈피겐홀 (서울시 강남구 봉은사로 446 B2)
11:30 - 12:00	갈등 지능	강영희 인피니티프린트 대표	
12:00 - 13:00	점심		장기비 15만원 (VAT 별도) (온/오프라인 동시진행)
13:00 - 13:30	하이퍼 인텔리전트 퍼포머	권기범 East Texas A&M대 교수	
13:30 - 14:00	워크포스 생태계	이재형 영지글로벌(MGRV) CHRO	참가신청 & 자세히 보기
14:00 - 14:30	DIFM (Do-It-For-Me)	박재홍 아카데미에듀 대표	
14:30 - 15:00	테크노내셔널리즘	이재훈 작가	기타 문의 02-361-1528 / dbredu@donga.com
15:00 - 15:20	휴식		
15:20 - 15:50	AI 네이티브 익스피리언스	장진규 현대네트웍스 이사	QR 코드
15:50 - 16:20	차이나 인사이트 2.0	천서형 LG경영연구원 연구위원	
16:20 - 16:50	포터블 멀티로컬리티	강보의 연세대 커뮤니케이션연구소 전문연구원	2026 비즈니스 트렌드 인사이트쇼에서는 각 분야의 전문가들이 연단에 올라, DBR이 뽑은 내년도 핵심 비즈니스 키워드에 대한 깊이 있는 인사이트를 공유할 예정이다.
16:50 - 17:20	코리아 피크아웃	배정희 베인앤드컴퍼니, 노코리아 파트너	
17:20 - 17:30	Wrap-up		

2026 비즈니스 트렌드 인사이트쇼에서는 각 분야의 전문가들이 연단에 올라, DBR이 뽑은 내년도 핵심 비즈니스 키워드에 대한 깊이 있는 인사이트를 공유할 예정이다.

동아일보 미래전략연구소가 내년도 비즈니스 환경을 전망하는 12개의 핵심 키워드를 담은 <동아비즈니스리뷰(DBR) 9월 1호-'2026 Business Trend Insight'>를 발간했다. 특히 이런 내용을 독자들에게 전달하는 '비즈니스 트렌드 인사이트쇼'도 10월 개최할 예정이다.

비즈니스 트렌드 인사이트는 DBR 취재진이 매년 국내외 석학과 업계 전문가 100명과 함께 선별한 내년도 핵심 비즈니스 키워드 12개를 발표하는 특집호로, 지난해부터 발간됐다. 불확실한 환경을 헤쳐 나갈 단서와 변화의 신호를 사전에 포착해 기업들의 미래를 대비하는 일종의 '경영지도'인 것.

특히 올해는 시로 인해 기업의 조직도가 변화하고, 이에 따라 인재 경영의 패러다임이 바뀔 것이라 관측이 제기됐다. 시와 함께 사고하고 학습하며 문제 해결력을 비약적으로 끌어올린 '초고지능형 성과자(Hyper-intelligent performer)'가 등장할 것이라는 의견이 대표적이다. 이 밖에도 전략 마케팅·거시경제 등 경영 전반에 걸쳐 달

라진 트렌드를 압축한 핵심 키워드들이 소개됐다.

미래연은 독자들과의 접점을 넓히기 위해 DBR 발간과 더불어 전문가들이 직접 무대에 올라 핵심 키워드를 설명하는 '비즈니스 트렌드 인사이트쇼'도 준비했다. 10월 15일 서울 강남구 슈피겐홀에서 온오프라인으로 동시에 진행되는 행사에는 문정민 고려대 경영대학 교수, 권기범 East Texas A&M대 교수, 장진규 컴패노이드랩스 의장, 배정희 베인앤드컴퍼니코리아 파트너, 천서형 LG경영연구원 연구위원 등이 연사로 나선다. 연사들의 강연과 질의 응답을 통해 변화의 물결 속에서 실질적인 해법을 찾을 수 있는 전문가들의 깊이 있는 인사이트가 실시간으로 공유될 예정이다. 여기에 미래연은 이번 특집호를 단행본으로도 발간할 계획이다. 단행본은 DBR 홈페이지를 통해 판매하고, 12월에 열리는 동아비즈니스포럼 등에서도 활용할 예정이다.

미래전략연구소 X1팀 김윤진



2022년 9월 첫 방송된 '동맹과 뉴스터디'는 300회와 함께 론칭 3주년을 앞두고 있다. 지난 8월 30일 300회 특집에서는 다양한 이벤트와 함께 동정민 앵커가 시청자 박진아 씨와 영상통화를 하는 코너도 선보였다.



박진아: 더 잘할 수는 없으실 것 같은데요!

300회 맞은 '동맹과 뉴스터디', 누적 조회수 1억 4천만 회 돌파

"늘 진실만 전달해 믿음이 간다" 계속되는 시청자 성원

얼마 전, 대통령실 핵심 인사를 한 행사장에서 만났다. 일면식도 없는 사이. 그러나 인사를 채 건네기도 전에 그가 먼저 반갑게 다가왔다. "어떻게 그렇게 대통령실 상황을 잘 알아요? 저 유튜브 다 봐요." <동맹과 뉴스터디> 이야기였다.

또 다른 일화. 야당의 유력 정치인이 정치부 후배 기자에게 휴대전화 캡처 이미지를 보내왔다. 매주 토요일과 일요일 오후 3시에 업로드되는 동맹과 뉴스터디 시간에 늦지 않으려고 알람까지 맞춘 부인의 휴대전화 화면이었다. 이 정치인은 "아내가 동맹과 뉴스터디 '짤팬'이라 영상을 처음부터 끝까지 다 보고 나에게 1시간씩 설명해 줍니다. 그래서 이제 저도 다 보는데, 박사 논문 수준입니다"라고 했다. 최근 한 달 사이

에 벌어진 일이다. 동맹과 뉴스터디가 8월 30일 300회를 맞았다. 2022년 9월 첫 방송부터 차곡차곡 쌓아 올린 건 1억 4천만여 회의 조회수, 그리고 신뢰였다. 지금까지 동맹과 뉴스터디는 단 한 번도 정보도 요청이나 항의를 받은 적이 없다. "좋은 일 아니냐"고 할 수도 있겠지만, 제작진은 매년 잘못된 정보를 전달해서는 안 된다는 두려움 속에 방송을 준비한다. 언제나 팩트를 기반으로 치우침 없이 전한다는 원칙을 지키기 위해 끝없이 노력한다.

이 점을 시청자들이 먼저 알아줬다. 300회 특집 방송에서 앵커와의 영상 통화를 신청한 시청자 박진아 씨는 "지난해 12월 계엄을 중립적으로 설명해 줬 그때부터 동맹

과 뉴스터디를 챙겨보기 시작했다"고 말했다. 실제로 동맹과 뉴스터디 유튜브 채널 댓글에 가장 많이 등장하는 단어는 중립, 공정, 정확이다.

시청자들의 신뢰 속에 300회를 맞을 수 있었던 건 여러 사람들의 도움 덕분이다. 보도본부 사회부는 판결문과 공소장을 입수해 건네주고, 어렵고 복잡한 내용을 다룬 원고를 군말 없이 감수해 준다. 정치부는 국회에서만 구할 수 있는 여러 자료들을 수집해 준다. 팩트의 원석을 건네주는 동맹과 뉴스터디의 숨은 공신들이다.

여기에 동맹과 뉴스터디의 핵심 인물은 디지털팩의 박현아, 신민철 PD다. 팩트와 주장이 섞인 예민한 이슈들의 내용을 정확히 알고 있어야 칠판에 붙일 자석을 만

들 수 있다. 한 회 방송에 쓰이는 수십 개의 자석을 직접 만드는 두 PD들은 이제 팩트와 핵심을 누구보다 잘 꿰뚫는다. 그야말로 '척하면 척'. 별다른 말 없이 원고를 건네기만 해도 완벽한 방송 준비가 되어 있다.

앵커를 포함한 제작진은 300회를 앞두고 '뭘 바꿔볼까'라는 고민에 빠졌다. 더 화려하게 영상을 넣어볼까? 싱크도 넣어볼까? 술한 회의를 거듭한 끝에 우리의 결론은 '오리지널리티' 강화였다. 첫 회부터 지금까지 함께하고 있는 황진선 디지털팩 라이브팅장은 "동맹과 뉴스터디만의 고유한 포맷이 이미 확고히 자리 잡았다고 판단했다"며 "녹화 장소를 동아미디어센터 21층 스튜디오로 옮겨 새롭게 설치된 대형 LED를 활용해 화면의 단조로움을 줄이고, 사

진이나 키워드 등을 크게 띄워 더욱 직관적이고 생생한 시청각 자료를 제공하겠다"고 각오를 다졌다. 여기에 일방적인 강의가 아니라 '시청자와 함께 공부한다'는 콘셉트도 강화하기로 했다. 질문에 답하고, 큰 그림을 그려주되 디테일은 한층 더 강화할 예정이다.

8월 30일, 채널A 디지털 전용 콘텐츠 최초로 300회 특집 방송이 시작되자 첫 번째 댓글이 달렸다. "늘 진실만 전달해 주셔서 믿음이 갑니다. 앞으로도 꼭 3000회까지."

진실의 무게를 알기에, 동맹과 뉴스터디팀은 오늘도 두려운 마음을 안고 400회를 향해 간다.

보도본부 정치부 동정민

편집국, 퀄리티 저널리즘 실현한 '킬러 팩트' 사례 뉴스레터로 공유

공수처, '軍 블랙리스트' 이어 '軍 댓글공작 의혹' 수사

"방첩사, 사이버사령관 성향 등 수집 댓글공작 유도했을 가능성 의심"

군 블랙리스트 의혹을 수사 중인 고위공직자범죄수사처(공수처)가 군 댓글 공작 의혹도 수사에 착수한 것으로 확인됐다. 공수처는 국군방첩사령부(방첩사)가 사이버사령관 후보군을 블랙리스트로 관리하면서 댓글 공작을 유도했을 가능성을 염두에 두고 수사를 확대하고 있다.

5일 별조제에 따르면 공수처는 최근 방첩사 관계자로부터 "사이버사령관에 대한 정치 성향, 개인정보 등 신원 검증을 진행했다"는 취지의 진술

을 확보한 것으로 알려졌다. 공수처는 지난해 12월과 올 1월 비상계엄 수사를 위해 방첩사를 압수수색했다 전국 장성들에 대한 신상정보와 정치 성향 등을 수집해 운영한 블랙리스트를 발견하고 수사에 착수했다. 이후 방첩사 관계자를 조사해 이 같은 진술을 받은 뒤 방첩사를 추가로 압수수색했다. 압수처 대상엔 사이버사령관 관련 블랙리스트 문건도 포함됐다고 한다.

공수처는 방첩사가 사이버사령관 블랙리스트를 운영한 목적이 댓글 공작을 염두에 둔 것인지 살펴볼 방침이다. 방첩사가 장교와 코드가 맞는 사람일 사이버사령관으로 앉히고 댓글 공작을 유도했을 가능성이 있다는 게 공수처의 판단이다.

대법원인정도 아담이던 올 1월 국회 국정조사 특위에서 사이버사가 계엄 전후 국민을 대상으로 심리전을 시도하려 했다는 의혹을 제기한 바 있다. 방첩사의 전신인 국군기무사령부와 사이버사령부는 이명박 정부 시절 댓글 공작을 벌인 혐의가 드러나 사령관과 간부 등이 체포를 받은 바 있다.

공수처는 사이버사령관 블랙리스트가 윤석열 전 대통령에게도 보고됐는지 확인할 방침이다. 여인행 전 국군방첩사령관은 군 블랙리스트 문건을 검증한 전 국방부 장관이 대통령경호처장이던 시절부터 직접 보고한 것으로 알려졌다.

구민기 koo@donga.com 최미송 기자 >12면에 관련기사

"발품과 인맥을 총동원해 얻은 결실"

송유근 기자 사회부

"장원에서 명 서방 찾기는 지난해 9월 30일 대후 중 전화를 받으며 시작했습니다. 명태군이 잠적하기 전에 인터뷰해라. 전희의 '아마'는 명료했습니다. 공장 짐을 싸서 창원행 기자에 몸을 실었습니다. 마침 그날 아침 검찰이 압수수색을 진행했기에 명 씨 집 주소는 금방 확보할 수 있었습니다."



편집국 뉴스기획팀의 인력 개발 뉴스레터에 소개된 사회부 법조팀 송유근 기자의 취재 후기.

동아일보 편집국은 15일 큰 반향을 일으킨 '킬러 팩트'를 발굴해 보도한 기사의 취재 후기 5건을 뉴스레터로 제작해 공유했다. 올해 편집국 주요 목표 중 하나인 '퀄리티 저널리즘 실현'을 위해 모범 사례를 알리려는 취지다.

이번 뉴스레터에서는 편집국 표창을 수상한 5편이 대상이 됐다. 팩트 발굴 경쟁이 치열한 법조 분야에서 2편이 뽑혔다. 대통령실 공천 개입 의혹 등의 핵심 인물인 명태

균 씨를 최초로 인터뷰한 법조팀 송유근 기자는 현장에서 포기하지 않는 취재로 해답을 찾았다. 잠적한 명 씨 집 앞에서 '뽀치기'를 이어가다가, 명 씨가 재활 치료를 위해 주기적으로 병원에 다닌다는 것을 확인하면서 직접 만날 수 있는 실마리를 발견했다.

고위공직자범죄수사처의 국군 방첩사령부 '블랙리스트' 수사 착수 등 공수처와 검찰의 비상계엄 수사 내용을 단독 보도해 특종상을 받은 사회부 법조팀은 취재 과정에

서 얻은 노하우를 뉴스레터를 통해 공유했다. '취재원과 신뢰'를 핵심으로 꼽은 법조팀 구민기 기자는 "제보를 즉시 기사화하지 않고 추가로 팩트를 확인하며 천천히 신뢰를 쌓아간 것이 결실로 이어졌다"고 했다.

히어로콘텐츠 취재팀의 노하우도 공개했다. <누락>을 보도한 히어로스쿼드 9기 팀장 구득고 기자는 국토교통부의 과거 보도자료 내용 중 '민간 아파트 427곳 중 부실시공은 0건'이라는 한 줄의 내용을 다시

처음부터 파헤친 것을 킬러 팩트 발굴 비결로 꼽았다. 자료의 작은 조각이라도 쉽게 넘기면 안된다는 의미다. 10기의 <크랙> 보도는 서울시가 공개하지 않은 '싱크홀 안전지도'를 직접 제작해 공개한 점이 화제였다. 10기 취재팀장 임보미 기자는 "꼼꼼히 직접 취재한 팩트의 조각을 모아 검증한 뒤 안전 지도를 공개할 수 있었다"고 했다.

사진부 전영환 기자는 지난 겨울 한파 속 35일간의 뽀치기 끝에 서울 용산구 한

남동 관저에 머무르던 윤석열 전 대통령의 모습을 단독 포착했다. 전 기자는 "사진 기자에게 두 번의 기회는 없다"며 "어떠한 상황이 있어도 끝까지 카메라를 들고 있을 때만 행운이 찾아온다"고 강조했다. 편집국은 앞으로도 킬러 팩트 취재 후기를 뉴스룸기획팀의 인력 개발 뉴스레터 '알로하(ALOHA)'를 통해 공유할 예정이다.

편집국 뉴스기획팀 김호경

룩스 웹사이트는 반응형 웹으로 제작되어 PC, 노트북, 태블릿, 모바일 등 다양한 디바이스에서 최적화된 화면이 구현된다.

AI 등 활용한 홈페이지 자체 제작 성과 동아닷컴-경영전략실, 디지털 분야 새 도전

국내 최대 규모 디지털 사이니지 '룩스(LUUX)'의 홍보 사이트(https://luux.kr)가 15일 문을 열었다. 본격 가동에 앞서 룩스의 다양한 모습을 널리 알리겠다는 의도다.

룩스 홍보 사이트에서는 룩스의 특징과 다양한 이미지를 손쉽게 확인할 수 있다. 특히 직관적인 접근성을 갖춘 반응형 UI/UX를 구현했고, 다양한 디바이스 형태에 따라 최적화된 사용자 경험을 제공할 수 있도록 했다. 해외 광고까지 염두에 두고 한글과 영어 버전의 제안서도 내려 받을 수 있도록 했다.

룩스 홍보 사이트는 동아닷컴 디자인팀이 로고 디자인부터 기획, 디자인, 개발, 호스팅까지 전 과정을 자체적으로 수행했다. 전문 개발 인력에게 사이트 제작을 의뢰할 수도 있었지만, 동아닷컴 디자인팀은 자체 역량을 끌어올리고 다양한 아이디어

를 빠르고 효과적으로 구현하기 위해 직접 사이트를 제작하기로 했다. 동아닷컴 디자인팀은 자체적으로 마련한 홈페이지 시안을 바탕으로 협업 툴인 Figma를 비롯해 AI 생성툴 Runway, VEO3, Midjourney를 활용해 영상 콘텐츠까지 갖춘 홈페이지를 구축했다. AI 등 기술의 발전을 활용해 업무 영역 확장에 나선 것. 홈페이지 디자인을 담당할 임재경 대리는 "평면적인 그래픽에 인터랙션 효과를 적용해 생동감을 구현했다"며 "팀원들과의 활발한 소통이 방향성 구체화에 큰 힘이 됐다"고 말했다. 퍼블리싱을 맡은 김하나 대리는 "자체 개발을 택한 덕분에 여러 가지를 자유롭게 테스트할 수 있었다"며 "모션 중심의 사이트인 룩스 홈페이지에서 사용자들은 새로운 감각을 경험할 수 있을 것"이라고 했다. 경영전략실 시넥스트팀 역시 인턴 채

시넥스트팀은 자체 제작한 채용 홈페이지를 통해 크리에이티브 디렉터(CD) 인턴을 선발하고 있다.



용 과정에서 자체 홈페이지를 통한 선발이라는 새로운 시도에 나섰다. 시넥스트팀은 룩스의 콘텐츠 기획 등을 담당할 크리에이티브 디렉터(CD) 인턴을 선발하면서 '우리는 콘텐츠를 다르게 바라보는 팀입니다. 지금, 시넥스트는 새로운 시선을 찾고 있어요'라는 메시지를 담은 홈페이지를 자체 제작했다. 노코딩 웹사이트 빌더 Framer로 3일 만에 채용 페이지를

완성했다. 시넥스트팀은 기자 출신 팀장을 중심으로 디자이너, 편집PD, ND(개발자)로 구성된 애자일 조직. 1월 '스포트라이트'로 출범해 7월 정식 팀으로 전환됐고, 디지털 사이니지를 활용한 컬처 이벤트와 팬덤 플랫폼 기획을 이어가고 있다. 이번 채용은 '팀 고유의 색깔을 보여주는 동시에 팀과 가장 잘 맞는 인재'를 직접 뽑

는 목표로 시작했다. 다양화하는 또 다른 시도인 셈이다. 시넥스트팀은 새롭게 선발한 인턴들과 함께 동아미디어그룹의 새로운 성장 동력을 발굴하고, 최신 트렌드에 맞는 다양한 콘텐츠를 선보일 예정이다.

동아닷컴 디자인팀 이현정
경영전략실 시넥스트팀 박정서

동아일보 대학생 서포터즈 'D.A.다이버 2기' 출범

동아일보의 대학생 서포터즈 'D.A.다이버' 2기 12명이 8월 29일 동아미디어센터에서 발대식을 갖고 활동을 시작했다.

올해 D.A.다이버 2기 모집엔 521명이 지원했다. 43:1의 경쟁률을 기록하며 지난해 1기 경쟁률(32:1)을 넘어섰다. 서포터즈는 11월 28일까지 ▲물댄룩(마케팅

본부 인스타그램 계정) 콘텐츠 제작 ▲동아일보 '제철뉴스' 굿즈 마케팅 ▲디지털 사이니지 룩스(LUUX) 홍보 콘텐츠 기획 등 다양한 활동에 참여한다. 마케팅본부는 서포터즈와 함께하는 신문박물관과 일민미술관 견학 프로그램을 진행할 예정이다. 박규민 서포터(경희대 3학년)는 "물댄룩 인스

타그램 채널에서 또래 대학생들이 공감할 수 있는 콘텐츠를 만들고 싶다"며 "이를 통해 대학생들이 동아일보와 더 가까워질 수 있도록 연결고리 역할을 하고 싶다"고 포부를 밝혔다.

마케팅본부 MX팀 김호준



8월 29일 열린 D.A.다이버 2기 발대식에 참여한 대학생 서포터즈

New face

새 식구를 소개합니다

이름 / 부서 ① 입사 후 포부 ② 요즘 관심사 ③ 최종 직장



김은강 / 동아일보 편집국

- ① 마흔넷, 드디어 동아일보의 '신인생'이 되었습니다. 입사는 늦었지만 호기심과 열정만큼은 여전히 신입답다고 자부합니다. 가볍게 웃을 수 있는 동료, 무겁게 믿을 수 있는 동료로 자리매김하겠습니다.
- ② 시와 함께하는 신문의 시대 두려움보다는 호기심이 큼니다. 기술을 잘 활용하는 편집기자가 돼, 시와 경쟁하지 않고 동료로 재배려합니다.
- ③ 서울경제신문



봉주연 / 동아일보 편집국

- ① 편집기자는 강변에 한쪽 다리를 올리고 쉬고 있는 새 같기도 합니다. 그러다 물고기 한 마리가 보일 때 '탁' 하고 낚아채는데, 그 한 번의 '사냥'을 위해 모든 에너지를 쓰는 직업이라고 생각합니다. 이제껏 제가 쌓아온 경력은, 동아일보에서 펼칠 '사냥'을 위해 쉬어온 시간일 뿐이었습니다. 열심히, 잘 하겠습니다.
- ② 집 앞에 바로 안양천이 있는 동네로 이사하면서 자전거를 열심히 타고 있습니다. 달리는 10분 이상 뛰기도 힘든데, 자전거는 사방으로 달리는 풍경을 구경하느라 1시간을 타도 기분입니다.
- ③ 한국일보



오유진 / 동아일보 미래전략연구소

- ① 성장하고자 하는 의지를 잃지 않고 값진 첫 걸음을 만들어 나가겠습니다. 밝은 마음으로 책임감과 함께 맡은 바에 임하는 알찬 일원이 되겠습니다!
- ② 음악을 좋아하기에 열정이 가득한 공연과 페스티벌을 즐깁니다. 서로 다른 사람들이 음악 안에서 하나가 되고, 가지각색의 추억을 간직하는 순간이 굉장한 에너지가 됩니다.)



임채빈 / 동아일보 AD본부

- ① Njut av resan! 배우의 여정을 즐기는 신입사원이 되었습니다. 늘 열린 마음으로 소통하며 동료와 함께 성장하겠습니다. 긍정적인 에너지로 조직에 활력을 더하겠습니다.
- ② 세상의 귀여운 모든 것들을 좋아합니다. 귀여움에는 행복 에너지가 응축되어 있다고 믿는데, 그중에서도 판다와 헬로키티를 가장 좋아합니다. 보고만 있어도 미소가 지어지는 순간을 소중히 여깁니다.



김호준 / 동아일보 마케팅본부

- ① 취준생 시절 읽곤 했던 동우에서 신입사원으로서 인사드리게 되어 기쁩니다. 동아일보의 콘텐츠가 더 많은 사람에게 닿을 수 있게 하는 마케터가 되도록 하겠습니다.
- ② 미술관, 카페 등 새로운 공간에 가는 것을 좋아합니다. 최근 비가 많이 왔던 날에도 한 현대미술관을 다녀왔는데 좋은 기억으로 남아 있습니다. 조만간 일민미술관과 신문박물관도 방문해보려 합니다.



정소미 / 동아일보 마케팅본부

- ① 면접 당시 탄탄한 출기가 있는 사람이 되고 싶다고 말씀드렸던 기억이 납니다. 디지털 산업 생태계의 최전선에 있다고 보아도 무방한 동아일보 팀에서 열심히 배우고 성장하고 싶습니다.
- ② 저속노화 식단, 헬스, SF소설, 고전문학에 관심이 많습니다. 헬스는 주로 웨이트를 선호하는데, 유산소도 좋아하는 만큼 동호회가 있다면 다양한 운동을 함께 즐기고 싶습니다!



최정우 / 동아일보 마케팅본부

- ① MZ를 겨냥한 제철 콘텐츠를 수확해 동아일보의 브랜드 이미지에 트렌디함을 한 방울 더하겠습니다. '동아일보 재밌는 거 많이 해내'라는 반응과 함께 트렌드 리더에 언급되는 그날까지!
- ② 최근 들어서는 지도 앱에 찜찜이 모아둔 미술관, 카페, 식당 등 다양한 공간들을 더욱 열심히 도장깨기하고 있습니다. 노출 플레이스 추천은 언제나 환영입니다!



김지아 / 동아일보 문화사업본부

- ① 동: 동아일보, 꿈의 회사에 합류했습니다. 아: 아낌없는 열정과 창의로 보답하겠습니다. 알: 일상의 스포츠를 사회와 있는 기획으로 보: 보석처럼 빛나는 브랜드 가치를 만들겠습니다.
- ② 제 관심사는 러닝입니다. 러닝은 다른 운동에 비해 좋아하는 만큼 몸이 따라 주지 않아 열심히 연습하고 있습니다. 언젠가는 제 바킷리스트인 풀코스 완주까지 달성하고 싶습니다.



이영훈 / 동아일보 문화사업본부

- ① 안녕하십니까. 신입사원 이영훈입니다. 열심히 배우고 빠르게 적응하여 팀과 회사의 목표 달성에 기여하겠습니다. 긍정적인 마음가짐으로 묵묵하게 일하겠습니다.
- ② 어릴 때부터 응원하던 야구팀의 포스트시즌 진출을 기대하며 집과 야구장에서 열심히 응원하고 있습니다. 그리고 숨어있는 오래된 맛집들을 탐방하는 것을 좋아합니다.



윤지원 / 동아일보 미디어솔루션본부

- ① 안주하지 않고 계속해서 성장 가능성을 모색하며 발전하겠습니다. 동아일보의 Sales&PR 직무자로서 든든한 동료이자 추진력이 되겠습니다.
- ② 다양한 스포츠를 즐기는 것이 취미입니다. 요즘 야구를 보는 것은 물론 직접 도전하는 것에 관심이 생겼습니다. 번트가 아닌 스윙으로 시원하게 공을 날려보고자 합니다.



김지현 / 동아일보 경영지원국

- ① 동아일보에서 새로운 시작을 하게 되어 기쁩니다. 조직과 구성원의 성장을 위해 항상 고민하고 소통하겠습니다. 빠르게 배우고, 적응하며 동아일보의 든든한 구성원이 되겠습니다.
- ② 요즘 영화를 자주 감상하고 있습니다. 특히 최근에 자동차 레이싱 영화를 정말 재밌게 봤는데, 실제 대회 영상이나 관련 다큐를 찾아보는 지경에 이르렀습니다!



박은지 / 동아일보 경영지원국

- ① 첫 시작을 동아일보에서 하게 되어 기쁩니다. 지금의 초심을 잃지 않고 열심히 배워나가 좋은 인사담당자가 되고 싶습니다. 입사 첫 해 안에 최대한 많은 분들과 5마디 이상 대화해보겠다는 소소한 목표도 세웠습니다.
- ② 맛집과 카페 탐방을 좋아합니다. 광화문 근처에 저장해둔 맛집들을 차례로 방문해보고 싶습니다.



송연진 / 동아일보 경영지원국

- ① 한 사람이 하늘을 가리키면 아무도 보지 않지만, 다수가 가리키면 바라보게 됩니다. 인사담당자로서 구성원의 목소리를 모아 동아일보가 하나의 방향으로 나아가는데 기여하겠습니다.
- ② 운전면허를 취득하고자 합니다. 이동 범위를 더 넓혀서 다양한 사람과 만나고, 경험을 쌓는 것이 제 목표이자 최근 관심사입니다.



윤연연 / 동아일보 경영지원국

- ① 일의 동기를 잃지 않는 구성원이 되겠습니다. 어떤 일이든 마음가짐에 따라 의미가 달라진다고 믿습니다. 작은 일에서도 가치를 찾으려 하며, 동아일보의 성장과 변화로 만들어가겠습니다.
- ② 건강하고 맛있는 디저트 가게를 수집하고 있습니다. 최근에는 휘낭시에와 스킨에 폭 빠져있는데, 광화문 근처에 구공과자 맛집들이 많은 것 같아 기대가 됩니다!



신효정 / 동아일보 재경국

- ① 하루하루 성실하게 맡은 바 최선을 다하겠습니다. 매일의 노력을 모아 성숙한 모습으로 성장하겠습니다.
- ② 건강한 삶에 관심이 많습니다. 균형 잡힌 몸과 마음이 주는 에너지로 더 나은 하루를 살아가고자 합니다.



고재원 / 채널A 스튜디오E

- ① 즐겁게 일하고 싶습니다. 만드는 사람이 즐거워야 재밌는 콘텐츠가 만들어지지 않을까요? 함께 일하는 분들과 좋은 시너지를 낼 수 있게 최선을 다하겠습니다.
- ② 요즘은 사진에 관심이 많습니다. 구도와 색감에 따라 같은 장면도 전혀 다르게 보이는 게 사진의 매력인 것 같습니다. 쉬는 날이면 여기저기 돌아다니며 사진을 찍곤 합니다.
- ③ 찻떡 패밀리



나우진 / 채널A 스튜디오E

- ① 좋은 콘텐츠로 시청자와 가까워지며 작은 부분에도 의미를 담는 PD가 되어 회사와 함께 성장하겠습니다.
- ② 시와 미디어 기술이 방송에 어떤 변화를 줄지 관심 있게 보고, 새로운 콘텐츠를 찾아보며 재미있게 즐기고 있습니다.
- ③ 더와이엔비



이정우 / 채널A 스튜디오E

- ① 프리랜서로 지낸 세월 동안 느낀 점들을 앞으로 프로그램 제작함에 있어 최대한 발휘할 것입니다. 부족한 점이 많더라도 일을 시작했을 때의 열정으로 발전하는 PD가 되겠습니다.
- ② 다양한 플랫폼에서 제작하는 프로그램들과, 해외 유튜브 크리에이터들의 제작방향을 주로 관심 있어 합니다. 그리고 프로그램에 적용시켜 공감대를 이끌어내는 것이 최대 관심사입니다.
- ③ 찻떡 패밀리