

동아미디어그룹 사내보 東友	2면	“물덴룩에 나갈래요” 막내들이 운영하는 ‘선택받는’ 인스타 매거진	3면	글로벌 OTT 흥행에 팬덤 확장까지 시청자 매료시킨 채널A 드라마·예능	4면	클래스도 멤버십도 흥행 동아마라톤, 팬덤과 함께 달린다
----------------	----	---	----	--	----	-----------------------------------

“실패를 두려워하지 말자... 새로운 것들에 과감하게 도전”

동아미디어그룹 스타트업 2026 사흘간 개최... 김재호 회장, 도전과 실행의 중요성 강조



1월 27~29일 동아미디어센터에서 열린 동아미디어그룹 ‘스타트업 2026’ 현장. 사흘 간의 스타트업에서 계열사 대표 및 동아일보, 채널A 실·국·본부장들이 새해 경영 목표를 발표했고, 김재호 회장은 도전과 실행의 중요성을 강조했다. 사진=편집국 사진부 김재명 송은석

“돌이켜 보면 언제나 쉬운 시기는 없었고, 변화를 따라가기만 해서 시장의 선택을 받기가 점점 더 어려워지고 있습니다. 외부 환경을 탓하기보다 시대를 읽는 전략을 바탕으로 한발 앞선 도전에 나서야 합니다.”

김재호 동아일보·채널A 회장은 1월 27일부터 29일까지 동아미디어센터 20층 CC큐브에서 열린 ‘스타트업 2026’에서 ‘도전’의 중요성을 강조했다. 김 회장은 “실패하지 않으면 성공도 할 수 없다”며 “항상 기존의 방식에 안주하지 않고 새로운 것들을 과감하게 도전해 달라”고 당부했다.

올해 스타트업은 1월 27일 동아미디어그룹 계열사, 28일 동아일보, 29일 채널A 순으로 진행됐다. 스타트업에서 각 계열사 대표 및 실·국·본부장들은 ▲깊이와 신뢰로 다져진 뉴스 ▲콘텐츠 팬덤 기반 비즈니스 다각화 ▲경계를 초월한 가치 확장이라는 올해 3대 경영방침을 토대로 세운 새해 경영 목표를 발표하며 도전 의지를 드러냈다.

깊이와 신뢰로 다져진 뉴스

동아일보 편집국은 6·3 지방선거를 앞두고 콘텐츠 초격차를 구현하기 위해 독자 참여형 검증 보도 ‘D-체크’를 가동한다. 독자들의 궁금증을 기자들이 정확한 팩트 체크를 통해 검증하는 소통형 방식을 추진할 계획이다. 디지털에서는 정치·경제·사회·국제 등 이슈 특화 콘텐츠를 강화하고, 플랫폼은 지면·모바일·인터넷·사이니지 등으로 특화해 독자 경험을 확장하는 ‘뉴스 루프’ 구축을 목표로 제시했다.

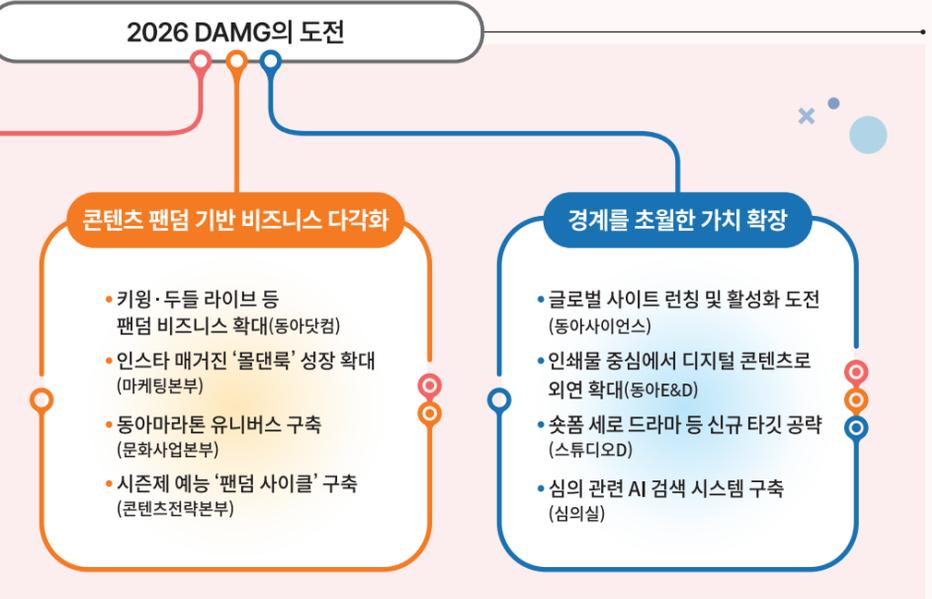
채널A 보도본부는 사실과 현장에 기반한 심층 탐사 보도를 강화하겠다고 밝혔다. 심층 탐사 보도는 국내 뿐 아니라 다양한 글로벌 이슈로 취재 영역을 확대한다. 최근 늘어나는 허위 정보의 위험 요소들을 사전 차단하기 위한 관리 체계도 강화한다. 취재 부서와 편집, 프로그램 담당자 등이 협업해 외신 소셜네트워크

서비스(SNS)와 영상, 사진 등의 검증 체계를 마련할 계획이다.

동아일보 논설위원실은 선거 보도의 핵심인 공정성과 객관성 확보에 주력하고, 단편적 현상을 넘어 경제·사회 정책 등 국가 어젠다를 짚어 주는 차별화된 관점을 제시한다는 구상이다. 또 논설위원의 칼럼 등을 인공지능(AI)을 활용해 오디오로 5~7분간 읽어주는 파일럿 프로젝트를 진행한다.

콘텐츠 팬덤 기반 비즈니스 다각화

채널A 편성전략본부에서 조직 개편한 콘텐츠전략 본부는 강력한 팬덤 세계관과 비즈니스 생태계를 구축해 채널A 콘텐츠의 시장 가치를 높이겠다는 목표를 세웠다. 이를 위해 신규 팬덤 유입(방송 개시) → 진성 팬덤 화(방송 중) → 팬덤 후속 관리(방송 후) → 휴면 기간 팬 호



출(방송 전)로 이어지는 ‘팬덤 사이클’ 구축을 제시했다.

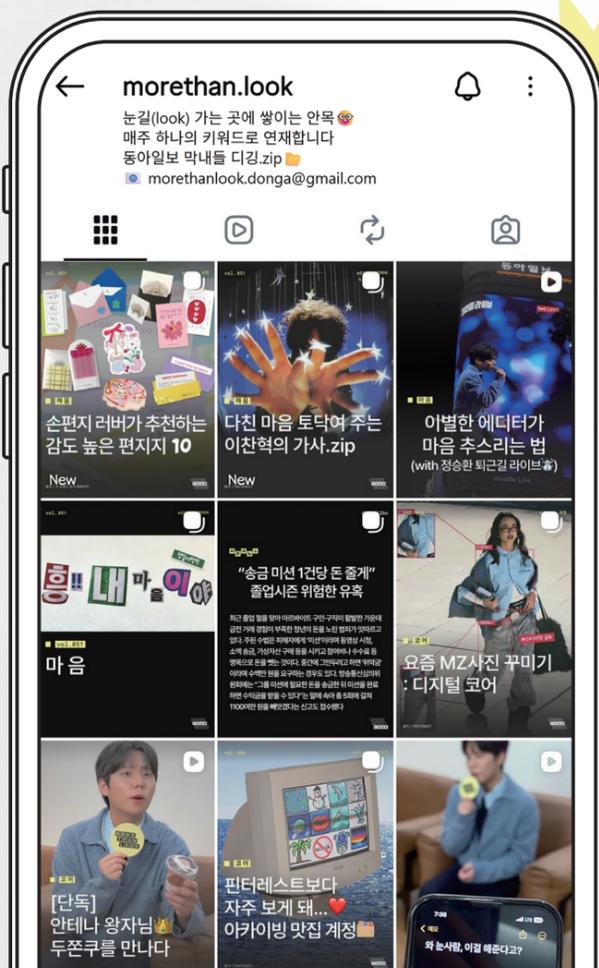
채널A 스튜디오는 지속 가능한 팬덤을 만드는 프로그램으로 올해 라인업을 꾸렸다. ▲로맨틱 코미디 드라마 <아기가 생겼어요> ▲프리미엄 연애 리얼리티 <하트시그널5> ▲몰입형 스포츠 예능 <아구여왕2> ▲리얼 입시 솔루션 예능 <티쳐스3> ▲신규 음악 예능 파일럿 등으로 강력한 팬덤을 모을 예정이다. 채널A 스튜디오는 4년간 꾸준히 사랑받은 스테디 예능 <신랑수업>을 리런칭하고, 인기 콘텐츠 <천일야사>를 <역사 속으로, 타임슬립>으로 리브랜딩한다.

동아닷컴은 국내 최대 규모의 미디어사이니지 ‘룩스(LUX)’와 연계한 ‘팬덤 유니버스’를 형성하는 데 주력한다. 팬덤 기반 플랫폼인 ‘키링’과 도심 속 라이브 콘서트 ‘두들 라이브’가 중심이 돼 팬덤 비즈니스를 본격화할 계획이다.

경계를 초월한 가치 확장

동아사이언스는 국내 시장을 넘어 글로벌 시장 진출에 적극 도전하고, 스포츠동아는 스포츠 이벤트를 위한 허브로 외연을 확장한다.

동아비엔엠은 신규 비즈니스 모델 발굴에 주력하고, 동아E&D는 인세물 중심에서 디지털 연계형 콘텐츠 제안을 확대할 계획이다. 동아이지에듀는 시사원정대·글픽을 주력 상품으로 집중 육성하고, 인터비즈는 팬덤 기반 커뮤니티 ‘탐장 클럽’의 신사업 다각화를 추진한다. 사흘간 열린 스타트업에서 김 회장은 “실행의 중요성을 여러 차례 강조했다. 김 회장은 “우리의 콘텐츠와 서비스가 더 크고 새로운 가치를 만들 수 있도록 발표한 계획들을 과감하게 실행에 옮겨주시기를 바란다”고 당부했다.



MORE THAN LOOK

“몰덴룩에 나갈래요”... 막내들이 운영하는 ‘선택받는’ 인스타 매거진

“몰덴룩, 그거 동아일보 거죠? 저 몰덴룩 좋아해요.”

가수 정승환의 ‘퇴근길 라이브’ 협의를 위해 올해 1월 경영전략실 시넥스팀과 정승환의 소속사 안테나(Antenna)가 만난 자리. 홍보 채널을 논의하던 중 안테나 관계자가 먼저 꺼낸 이야기다.

시넥스팀은 동아일보 인터뷰 기사, 채널A 뉴스 출연 등을 포함한 다양한 홍보 패키지를 안테나 측에 제안했다.

여러 선택지 가운데 안테나가 고른 홍보 채널은 동아일보 마케팅본부 MX팀이 운영하는 인스타그램 매거진 ‘몰덴룩’이었다. 2024년 4월 첫발을 댄 몰덴룩이 약 2년 만에 ‘선택받는’ 인스타 매거진으로 자리 잡은 것이다.

독서와 글쓰기 열풍 속 ‘텍스트 힙’에 주목 Z세대 겨냥해 호응

차별화 전략으로 팔로워 증가

몰덴룩은 ‘동아일보 막내들이 운영하는 계정’이라는 정체성을 전면에 내세운다. 막내들의 회사 생활을 엿볼 수 있는 숏폼 콘텐츠를 통해 동아일보의 각종 행사와 프로젝트도 자연스럽게 소개하고 있다. MX팀은 지난해 1월 몰덴룩의 브랜드

과 콘텐츠 연재 방식, 디자인을 전면 개편했다. 인스타그램 매거진 시장이 포화 상태에 접어들면서 차별화 전략이 필요하다는 판단에서다.

MX팀이 주목한 키워드는 두 가지였다. 첫째는 ‘텍스트 힙(Text Hip)’. 독서와 글쓰기 열풍 속에서 신문 속 문장을 스크랩하는 콘텐츠 등을 선보였다. ‘동아일보 막내들이 몰래 스크랩한 신문 속 문장들’에서는 동아일보 칼럼에 등장한 인상적인 문장들을 소개했다. 새해에는 ‘신문에서 찾은 올해를 살게 할 문장들’ 콘텐츠도 선보였다. 텍스트를 감각적으로 소비하는 Z세대 취향을 겨냥해 호응을 얻었다.

또 하나는 ‘디깅(Digging) 소비’ 트렌드다. 관심 있는 영역에 깊이 파고드는 행

위가 소비로 이어지는 흐름에 주목했다. 마음, 코어, 고민 등 한 주제 하나의 키워드를 선정해 에디터들이 각자의 시선으로 콘텐츠를 만들고 있다. 개편 이후 팔로워 수가 꾸준히 증가해 2월 12일 기준 6만96명을 기록했다.

오프라인 팝업도 화제

몰덴룩은 1월 15~21일 서울 용산구 HDC아파트몰 ‘도파민 스테이션’에서 브랜드 팝업을 열며 오프라인으로 외연을 확장했다. 이번 팝업은 HDC아파트몰 측이 먼저 제안했다. 마케팅본부가 지난해 여름 출시한 공식 굿즈 ‘체철뉴스 티셔츠’를 보고 협업을 요청한 것이다.

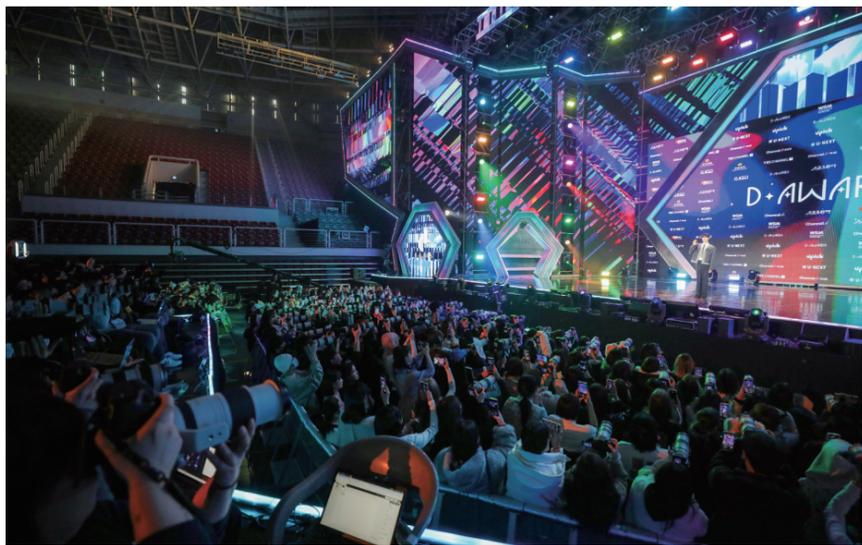
팝업 현장에서는 다양한 프로그램이

진행됐다. 동아일보 인사팀과 함께한 ‘취준생 무물(Q&A) 버스킹’은 참가자 사전 모집이 3시간 만에 마감될 정도로 호응이 컸다. 태어난 날의 동아일보 1면을 포스터로 제작해 주는 ‘생일신문 포스터’는 방문객들에게 특별한 경험을 선사했다. 팝업 이후 인스타그램과 엑스(X) 등 SNS에는 “요즘 감성”이라는 반응이 이어졌다.

올해 몰덴룩은 다양한 브랜드와의 협업을 시도할 예정이다. 3월 초에는 글로벌 코스메틱 브랜드 LUSH와의 협업이 예정돼 있다. 동아일보만의 정체성을 담은 새로운 굿즈 출시도 준비 중이다.

마케팅본부 MX팀 이희재

K팝 팬들로 가득... ‘제2회 디 어워즈’ 성공적 피날레



2월 11일 서울 성북구 고려대 화정체육관에서 열린 제2회 디 어워즈(D AWARDS) 객석이 전 세계에서 모인 K팝 팬들로 가득 차 있다.



제2회 디 어워즈에서 6관왕을 차지하며 최다 수상을 기록한 그룹 엔하이픈.

스포츠동아가 주최한 K팝 시상식 ‘제2회 디 어워즈(D AWARDS)’가 2월 11일 서울 성북구 고려대 화정체육관에서 글로벌 K팝 팬들의 뜨거운 성원 속에 성황리에 막을 내렸다. 디 어워즈는 채널A 플러스를 통해 생중계됐고, 채널A에서도 중계됐다. 시상식이 시작되기 전부터 화정체육

관 일대는 K팝 팬들로 인산인해를 이뤘다. 영어와 중국어, 일본어, 스페인어 등 다양한 언어가 곳곳에서 들려오면서 글로벌 행사임을 실감케 했다. ‘최애 아티스트’를 응원하는 각양각색의 응원봉과 팻말도 현장의 열기를 더했다. 특히 스포츠동아 공식 SNS 계정인 ‘스타일디’(instagram.com/

styled_news)를 통해 실시간으로 공개된 직캠 영상은 글로벌 팬들 사이에서 폭발적인 반응을 이끌어냈다. 디 어워즈는 시상식 당일부터 이틀 동안 엑스(X) 트렌드 검색 순위 1위를 차지했다.

시상식의 무개감을 더하는 특별한 초대도 이어졌다. 채널A 토일드라마 <아기가

생겼어요>의 주역인 최진혁, 오연서, 홍중현, 김다솜이 시상자로 나서 자리를 빛냈다. 스포츠 예능 <야구여왕> 핵심 멤버들이 야시간게임 핸드볼 금메달리스트 김은아와 ‘테니스 여제’ 송아도 시상자로 출연했다.

이번 시상식 최다 수상의 영광은 6관왕을 차지한 그룹 엔하이픈에게 돌아갔다.

보이넥스트도어와 제로베이스원, NCT 워시도 4관왕을 차지했다. 올해 신설된 대상 ‘디 어워즈 글로벌’은 북미 등 글로벌 시장에서 큰 성장세를 보인 피원하모니가 수상했다.

스포츠동아 엔터테인먼트 허민영



드라마 '아기가 생겼어요'는 경쾌한 분위기와 몰입도 높은 스토리 전개로 글로벌 OTT에서 긍정적인 반응을 얻고 있다.



누적조회수
1500만+



'야구여왕' 공식 유튜브 채널에서는 '훈련일지', '비하인드' 등 선수들이 노력하는 과정과 팀워크, 케미를 확인할 수 있다.

글로벌 OTT 흥행에 팬덤 확장까지... 시청자 매료시킨 채널A 드라마·예능

'아기가 생겼어요' 글로벌 OTT 주요 성과

글로벌 OTT 플랫폼 Rakuten Viki

- 방영 2주차 시청자 수 기준
- 미주·유럽·오세아니아·동남아시아 지역 주간 1위
- 미국, 브라질, 프랑스, 아랍에미리트, 태국, 필리핀, 싱가포르 등 총 87개국 2주 연속 1위
- 중동·인도 지역 Top 5 유지

일본 OTT 플랫폼 U-NEXT

- 한류 드라마 1위

대만 OTT 플랫폼 Friday Video

- 전체 콘텐츠 5위
- 드라마 부문 2위

Netflix(KR)

- 대한민국 TOP 10 시리즈 최고 5위
- 방송 기간 내 TOP 10 유지

Channel A

채널A 콘텐츠가 방송의 경계를 허물고 글로벌 OTT와 디지털 플랫폼에서 강력한 존재감을 드러내고 있다. 시청자들 또한 단순한 소비자를 넘어 콘텐츠 제작에 참여하고 공유하는 능동적인 팬덤 문화를 주도하고 있다.

글로벌 OTT 시청자 수 주간 1위

채널A 토일드라마 <아기가 생겼어요>는 국내를 넘어 해외 OTT에서 글로벌 시청자들의 주목을 받고 있다.

글로벌 OTT 플랫폼 라쿠텐 비키(Rakuten Viki)에서 방영 2주 차 기준 미주·유럽·오세아니아·동남아시아 지역에서 시청자 수 기준 주간 1위를 기록했다. 중동과 인도 지역에서도 Top 5를 유지하고 있다. 미국, 브라질, 프랑스, 아랍에미리트, 태국, 필리핀, 싱가포르 등 총 87개국에서 2주 연속 시청자 수 1위를 기

록하며 글로벌 흥행 저력을 보여줬다.

아시아 시장에서도 '아기가 생겼어요'의 인기는 뜨겁다. 일본 대표 OTT 플랫폼 유넥스트(U-NEXT)에서 전체 한류 드라마 가운데 1위를 차지했다. 다만 OTT 프라이데이 비디오(Friday Video)에서는 1월 한 달간 전체 콘텐츠 5위, 드라마 부문 2위에 오르며 현지 시청자들을 사로잡았다. 이러한 글로벌 기세는 국내로도 이어져, 넷플릭스 '오늘 대한민국의 TOP 10 시리즈'에 방영 내내 이름을 올리고 있다.

콘텐츠전략본부 민정호 콘텐츠세일즈 팀장은 "로맨틱 코미디 장르 특유의 경쾌한 분위기와 몰입도 높은 스토리 전개가 해외 젊은 시청자들의 관심을 끌고 있다"며 "각 캐릭터의 팬덤 확산과 함께 글로벌 OTT 전반에서 상위 랭킹을 유지하고 있다"고 전했다.

응원에서 참여로...팬덤의 힘

시즌 후반부를 향해 달려가고 있는 <야구여왕>은 팬들과의 소통을 중심에 둔 다양한 디지털 프로모션을 선보이고 있다.

지난해 12월 개설된 '야구여왕' 공식 유튜브 채널은 쇼츠를 포함한 누적 조회수가 1월 31일 기준 1500만 회를 기록했다. '야구여왕' 유튜브 채널은 경기 하이라이트 뿐 아니라 '훈련일지', '미방분', '비하인드', '같이 보기' 등 방송에서 미처 담지 못한 이야기를 중심으로 콘텐츠를 업로드하고 있다. TV 본방송이 경기의 긴장감을 생생하게 담아낸다면, 유튜브 채널은 그 이면의 이야기를 조명한다. 승리를 향한 선수들의 치열한 노력과 끈끈한 팀워크, 그리고 그들 사이의 유쾌한 케미스트리까지 모두 확인할 수 있다.

특히 1시간 30분에 달하는 '훈련일지' 콘텐츠는 가공되지 않은 '날 것'의 매력으

로 팬들을 사로잡았다. 업로드 직후 1000개의 댓글이 쏟아졌다. 김은아 선수의 공식 경기 1호 홈런 영상은 조회수 44만 회를 돌파하며 뜨거운 반응을 이끌어냈다. 여기에 송아, 아야카 등 주요 선수들의 활약상이 주목받으며, 팀 전체를 향한 응원을 넘어 개별 캐릭터에 열광하는 강력한 팬덤이 형성되고 있다.

선수 응원가 가사를 공모한 '블랙퀸즈 응원가 작사 이벤트'는 팬들이 콘텐츠 제작 과정에 직접 참여하는 팬 주도형 디지털 프로모션으로 주목받았다. 팬들의 아이디어를 바탕으로 제작된 시 응원가 콘텐츠의 조회수는 34만 회에 이른다. '야구여왕'은 앞으로도 팬들과의 적극적인 소통을 이어가며, 다양한 시도를 통해 '야구여왕'만의 차별화된 팬덤 콘텐츠를 만들어 갈 예정이다.

콘텐츠전략본부 콘텐츠밸류업팀 정수민

퇴근길에 만나는 작은 콘서트... "룩스로 즐겨요"

2월 6일 퇴근길 라이브, 안테나 뮤직 정승환과 콜라보

지난해 11월 강승윤과 함께했던 'CITY LIVE' 이후 다시 찾아온 겨울 끝자락, 광화문에 깊은 울림을 주는 감성 발라드 무대가 펼쳐졌다. 이번 공연은 동아미디어 그룹이 새롭게 선보이는 공연 시리즈 '퇴근길 라이브'의 첫 번째 문을 여는 자리로, 국내 최대 미디어 사이니지 룩스(LUUX)와 감성 음악의 아이콘 안테나(Antenna)가 손을 잡고 도심 속 작은 콘서트를 선보였다.

광화문을 감성으로 물들이다

2월 6일 저녁, 영하 13도의 강추위에도 광화문 사거리는 정승환의 호소력 짙은 목소리로 채워지며, 지나가던 시민들의 발걸음을 붙잡았다. 이날 무대에서 정승환은 대표곡 '너였다면'으로 시작해 겨울의 정취를 담은 히트곡 '눈사람'까지 선보이며 현장 분위기를 따뜻하게 녹였다.

공연이 진행되는 동안 광화문 일대는 거대한 공연장으로 탈바꿈했다. 3000m² 규모의 룩스를 통해 송출되는 라이브 영상은 압도적인 크기와 선명도로 시민들에게 몰입감을 선사했다. 시민들은 스마트폰을



동아미디어센터 오픈 스튜디오에서 열린 가수 정승환의 '퇴근길 라이브' 콘서트가 룩스를 통해 라이브로 송출됐다.

들어 공연 모습을 촬영하거나 가만히 눈을 감고 음악을 감상하며 각자의 방식으로 퇴근길의 여유를 즐겼다.

이번 '퇴근길 라이브'는 콘텐츠를 통해

시민들과 새로운 관계를 만들어가는 '팬덤 기반 비즈니스 다각화'를 현장에서 구현해냈다. 단순한 광고 매체를 넘어 일상적인 공간을 팬덤 경험의 장으로 확장한 것이다.

DAMG 정교한 협업 돋보여

이번 공연은 그룹 내 여러 조직의 정교한 협업을 통해 탄생했다. 행사의 메인 연출은 경영전략실 시넥스팀의 이시은

PD가 맡아 룩스라는 거대한 스크린에 최적화된 공연 미장센을 그려냈다. 스튜디오 D 전경남 PD는 부조종실에서 안정적인 생중계를 지원했다.

채널A 미디어텍은 오픈스튜디오를 공연장처럼 느낄 수 있도록 촬영·음향 시스템을 구축했고, 뉴스비전은 생생한 현장 그림을 담아냈다. 동아닷컴 테크본부는 룩스 송출 시스템을 안정적으로 관리했다. 뉴스엔콘텐츠본부 엔터인사이드팀은 안테나와의 아티스트 섭외 협조를, 비디오X팀은 촬영 현장 지원을 맡아 힘을 보탰다.

이번 퇴근길 라이브는 룩스가 단순한 전광판이 아니라, 기술과 예술이 결합하여 시민들에게 정서적 위로를 건네는 '미디어 플랫폼'임을 다시 한번 증명했다. 시넥스팀은 이번 시리즈의 첫 성공을 발판 삼아, 앞으로도 다양한 아티스트와의 협업을 통해 룩스만의 차별화된 콘텐츠 가치를 확장해 나갈 계획이다.

경영전략실 시넥스팀 박정서



클래스도 멤버십도 흥행... 동아마라톤, 팬덤과 함께 달린다

대회 준비 과정, 3대 1 경쟁률 기록... 멤버십은 7분 만에 '완판'

'2026 서울마라톤 겸 제96회 동아마라톤' 개최를 앞두고 러너들의 관심이 뜨겁다. 대회를 준비하는 사전 클래스는 3대 1이 넘는 경쟁률을 기록했고, '2026 동아마라톤 멤버십'은 모집 시작 7분 만에 마감되며 동아마라톤 팬덤의 저력을 보여줬다.

'마스터스 코칭' 새로운 모델 제시

동아마라톤을 앞두고 운영되는 '이병도 클래스'는 서울마라톤 풀코스 완주와 기록 단축을 목표로 하는 러너들을 위한 프로그램이다. 올해는 동아마라톤 최연소 Sub-3(풀코스 3시간 이내 완주) 기록을 보유한

마스터스 출신 이병도 코치가 8주간 집중 지도를 맡았다. 모집 정원 60명에 224명이 지원해 높은 관심을 보여줬다. 엘리트 선수가 아닌 일반인 마스터스 출신 코치가 강사로 나선 점도 눈길을 끌었다. 엘리트 중심이던 러닝 교육 시장에 '마스터스 코칭'이라는 새로운 모델을 제시했다는 평가다.

동아마라톤 신청자를 대상으로 한 '2026 동아마라톤 멤버십'은 모집 시작 7분 만에 마감되며 동마 팬덤의 힘을 다시 한번 보여줬다. 선착순 4000명을 모집한 이번 멤버십은 ▲2026 공주백제마라톤·경주국제마라톤 참가권 ▲2027 동아마라

톤 우선 신청권 ▲'2026 동마러너즈' 기념 메달 증정 등으로 구성됐다. 이번 흥행은 지난해 공주·경주마라톤에서 처음 운영한 '멤버십 존'의 좋은 반응이 입소문을 타면서 이어진 결과로 보인다. 멤버십 회원 전용 물품 보관소와 탈의실, 특별 간식, 포토존 등 러너들의 편의를 높인 세심한 운영이 만족도를 끌어올렸던 것. 문화사업본부 스포츠기획팀 안중산 팀장은 "오는 3월 15일 열리는 2026 서울마라톤이 모든 러너에게 최고의 경험이 될 수 있도록 만반의 준비를 다하겠다"고 밝혔다.

문화사업본부 스포츠기획팀 김승현

동아마라톤 사전 준비 과정인 '이병도 클래스'는 풀코스를 대비하기 위한 8주 집중 과정이다. 매주 토요일 오전 진행 중이며 동아마라톤 일주일 전인 3월 7일 마지막 수업이 예정되어 있다.

사옥 노트 만들고 변천사 감상까지... '동아일보 사옥 99년, 열어보기'



'동아일보 사옥 99년, 열어보기' 프로그램 참가자들이 동아일보 사옥 역사에 대한 설명을 듣고 있다.

동아일보 사옥 준공 100년을 앞두고 열린 두 달여 간의 프로그램이 성공적으로 마무리됐다.

지난 2025년 12월 4일부터 2026년 2월 15일까지 신문박물관 6층 미디어라운지에서 열린 <동아일보 사옥 99년, 열어보기>는 단순 전시를 넘어 교육과 체험 활동을 통해 사옥의 건축적 가치와 변천사를 폭넓게 조망할 수 있도록 구성됐다.

특히 '나만의 사옥 노트'를 만드는 신문제작 체험은 관람객들에게 동아일보 사옥의 역사적 의미를 되새기게 했다. 1926년 준공 당시 모습부터 해방 이후

여러 차례 증축을 거쳐 현재까지 이어진 사옥의 변천을 살펴보고, 그중 기억하고 싶은 사옥 모습을 담아 신문 노트를 만들어 보는 경험을 제공했다.

또 동아일보 사옥 곳곳을 살피며 지난 99년의 흔적을 찾아 기록하는 답사 프로그램은, 동아일보 사옥의 문화유산적 가치를 재조명하는 시간이었다. 르네상스 양식으로 설계된 동아일보 사옥은 현재 서울특별시 유형문화유산으로 지정돼 있으며, 광화문 사거리 중심부에 자리한 상징적인 언론 건축물로 평가받고 있다.

신문박물관 배윤주

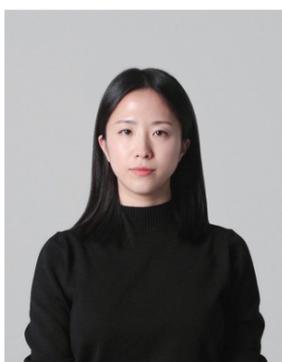
수상 소식

히어로콘텐츠팀 '헌트' 이달의 기자상 수상



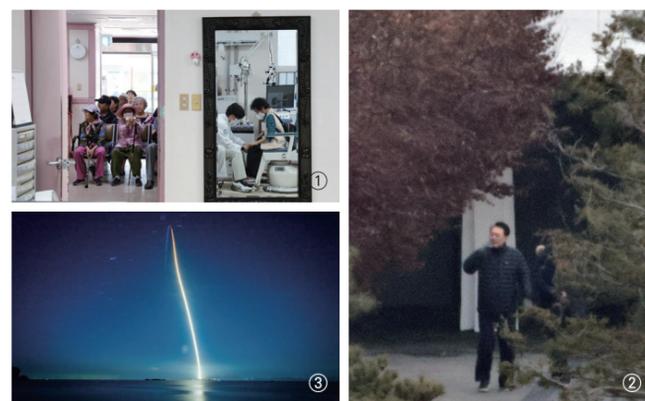
동아일보 히어로콘텐츠팀(이상한 전해진 박경민 최효정 김재희 박형기 봉주연 박초희 기자)의 '헌트: 차매너니 사냥' 시리즈가 1월 29일 한국기자협회 제424회 이달의 기자상을 수상했다. 히어로콘텐츠팀은 172조 원에 달하는 치매 노인 자산을 노린 범죄 실태와 제도적 허점을 6개월간 파헤쳤다.

편집국 사회부 송혜미 기자 우수 법조언론인상 수상



동아일보 편집국 사회부 송혜미 기자가 1월 26일 열린 서울지방변호사회 정기총회에서 우수 법조언론인상을 받았다. 서울변회는 "정론직필의 언론인 사명에 충실함으로써 법치주의 확산과 법률문화 창달에 크게 기여했다"며 송 기자 등 8명을 수상자로 선정했다.

편집국 사진부 홍진환 차장 한국보도사진전 피쳐 부문 우수상 수상



동아일보 편집국 사진부 홍진환 차장이 '인구 44% 노인인데 전문의 1명뿐'으로 2월 2일 한국사진기자협회의 제62회 한국보도사진전 피쳐 부문 우수상을 수상했다. 전영한 부장은 '한남동 관저 산책하는尹'으로

로 뉴스 부문 가작을 받았다. 홍 차장은 같은 사진으로, 박형기 기자는 '밤하늘 가른 민간 우주시대 신호탄'으로 1월 15일 한국사진기자협회의 2025년 4분기 이달의 보도사진상을 수상했다.