

|                |    |                                        |    |                                         |    |                                              |
|----------------|----|----------------------------------------|----|-----------------------------------------|----|----------------------------------------------|
| 동아미디어그룹 사내보 東友 | 2면 | 지방선거 보도도 역시 DAMG<br>'AI+LUUX'로 눈길 사로잡아 | 3면 | '야구여왕2' 7월 9일 첫 방송<br>채널A 하반기 콘텐츠 본격 가동 | 4면 | D Stage·굿즈·한성준상까지<br>동아무용콩쿠르 '콘텐츠형 공연'으로 탈바꿈 |
|                |    |                                        |    |                                         |    |                                              |

# 뉴스를 넘어 문화 콘텐츠 허브로 진화하는 ‘오픈스튜디오’

룩스와 결합해 ‘팬덤 비즈니스’의 새 장 열어



① 아이돌 그룹 제로베이스원이 출연한 ‘룩스데이지’를 관람하기 위해 오픈스튜디오 앞에 모여든 팬들과 시민들. ② 오픈스튜디오에서 진행된 ‘룩스데이지’ 현장이 룩스를 통해 실시간 중계되고 있는 모습. ③, ④, ⑤ 오픈스튜디오 내에서 진행된 가수 정승환의 ‘퇴근길 라이브’, 제로베이스원의 ‘룩스데이지’, 아이돌 그룹 오마이걸 멤버 효정의 ‘퇴근길 라이브’ 모습(사진 왼쪽부터)

광화문의 랜드마크인 동아미디어센터 1층의 오픈 스튜디오가 새로운 도전에 나섰다. 뉴스가 진행되는 공간을 넘어 아티스트와 팬덤이 함께 호흡하는 ‘문화 콘텐츠 허브’로 진화하고 있는 것이다. 오픈스튜디오에서 진행된 콘텐츠가 미디어 사이니지 ‘룩스(LUUX)’를 통해 실시간으로 송출되면서, 새로운 방식의 콘텐츠 경험을 제공하고 있다.

**오픈스튜디오에서 아이돌 공연**

주말을 앞둔 5월 29일 금요일 저녁, 조금 전까지 채널A 메인뉴스 〈뉴스 A〉가 진행되던 오픈스튜디오가 아이돌 그룹 오마이걸 멤버 효정의 공연장으로 변신했다.

효정의 ‘퇴근길 라이브’ 공연 소식을 듣고 찾아온 약 700명의 팬들이 오픈스튜디오 앞을 가득 메웠다. 팬들은 응원봉을 흔들며 무대를 지켜보고, 효정의 모습을 한 장면이라도 더 담기 위해 휴대전화를 높이 들어 올렸다. 효정이 “여러분 항상 너무 너무 고생 많다”고 말하자 현장은 팬들의 환호성으로 가득 찼다. 신나는 음악 소리에 퇴근길 직장인들과 외국인 관광

객들도 발걸음을 멈추고 공연을 즐겼다. 현장의 생생한 모습은 룩스를 통해 실시간으로 중계됐다. 아티스트와 팬이 가까운 거리에서 교감하고 그 장면을 더 많은 사람들이 함께 즐기는 새로운 콘텐츠 경험이 눈앞에 펼쳐진 것이다.

5월 22일 경영전략실 클라우드온팀과 지니뮤직이 공동 기획한 실시간 스트리밍 토크쇼 ‘룩스데이지’에 출연한 아이돌 그룹 제로베이스원도 오픈스튜디오에서 신곡 소개와 앨범 제작 비하인드 스토리를 전하며, 팬들과 실시간으로 소통했다. 이 장면 역시 룩스를 통해 생중계되면서 현장을 찾은 팬들은 물론, 광화문을 오가는 시민들의 눈길을 사로잡았다.

지난 2월 가수 정승환의 ‘퇴근길 라이브’를 시작으로, 오픈스튜디오와 룩스가 선보인 새로운 문화 콘텐츠는 이제 엔터테인먼트 업계의 주목을 한몸에 받고 있다. 실제 효정의 ‘퇴근길 라이브’ 공연은 소속사에서 먼저 협업을 제안해 성사됐다. 경영전략실 시넥스트팀 이시는 PD는 “소속사 측에서 ‘퇴근길 라이브’라는 컨셉이 좋고, 공연 현장이 바로 룩스로 중계된다는 점이 매우 인상적이라 욕심이 났다고 했다”고 전했다.

**현장감 넘치는 관람 위해 선팅지 교체**

서울의 중심, 광화문역 바로 앞이라는 입지적 강점은 오픈스튜디오가 다양한 문화 콘텐츠 플랫폼으로 확장할 수 있었던 핵심 원동력이다. 여기에 개방성도 한몫을 했다. 일반적인 방송 스튜디오는 외부와 분리돼 있지만, 오픈스튜디오는 유리창 하나를 사이에 두고 방송 현장을 가까이에서 접할 수 있다. 특히 룩스와 결합할 경우, 무대의 현장성과 확장성을 동시에 확보할 수 있다. 이런 강점에 주목해 시넥스트팀은 오픈스튜디오를 아티스트와 팬덤, 시민들이 함께 콘텐츠를 경험하는 새로운 공간으로 발전시키는 방안을 구상하게 됐다.

오픈스튜디오는 팬들이 문화 공연을 더욱 현장감 넘치게 관람할 수 있도록 스튜디오 외부 선팅지도 교체했다. 기존 선팅지는 뉴스 방송 환경에는 적합했지만, 밖에서 내부가 잘 보이지 않아 팬들이 아티스트와 교감하는 데 한계가 있었다. 하지만 내부가 보다 선명하게 보일 수 있도록 밝은 선팅지를 적용하면서 팬들은 공연과 토크 현장을 더욱 현장감 넘치게 관람할 수 있게 됐다.

이 과정에서 보도본부는 오픈스튜디오의 활용 범위를 넓힌다는 취지에 공감해, 뉴스 제작에 차질이 없는 범위 내에서 앵커 동선 등을 일부 조정하며 힘을 보탰다.

오픈스튜디오가 팬덤 경험의 장으로 확장되는 과정에서, 그룹 내 여러 조직의 긴밀한 협업도 빛을 발했다. 채널A 미디어텍은 룩스 중계를 담당했고 뉴스비전은 현장의 생동감을 영상으로 담아냈다. 동아닷컴 테크본부는 룩스 송출이 안정적으로 이뤄지도록 관리했고, 시넥스트팀은 룩스에 최적화된 공연 미장센을 만들어 냈다.

‘더 투명한 보도’를 내세우며 시청자들을 만나는 뉴스 공간이 이제는 아티스트와 팬덤이 만나고, 현장과 디지털을 연결하는 무대로 활용되고 있다. ‘문화 콘텐츠 허브’로 자리매김하며 광화문에 새로운 활력을 불어넣고 있는 오픈스튜디오가 앞으로 어떤 모습으로 변화해 갈지 주목된다.



## 지방선거 보도도 역시 DAMG... ‘AI+LUUX’로 눈길 사로잡아

이번 6·3 지방선거에서도 동아미디어그룹의 독보적인 취재와 보도 역량이 여실히 빛을 발했다. ‘룩스(LUUX)’를 활용한 그래픽 포맷부터 생성형 AI를 활용한 새로운 시도까지, 차별화된 선거 콘텐츠로 시청자와 독자들의 눈길을 사로잡았다. 신문 지면의 깊이 있는 분석부터 방송의 생생한 현장감, 디지털 플랫폼의 신속함까지 아우르며 매체를 넘나드는 압도적인 콘텐츠의 힘을 보여준 것이다.

### 채널A, 룩스를 활용한 개표 방송

개표가 한창이던 지난 3일 오후, 광화문 동아미디어센터 외벽의 룩스에서 엘리베이터 문이 열렸다. 곧이어 생성형 AI로 구현된 득표 1위 후보가 등장했다. 일민 사이니지

에는 전국 격전지 7곳의 1·2위 후보가 화면 밖으로 튀어나와 광화문·청계광장 시민들의 시선을 끌었다.

룩스를 개표방송에 전면 활용한 것은 그룹사 간 협업의 결과였다. 동아일보 AD본부와 동아닷컴 테크·비즈니스본부는 수차례 테스트와 리허설을 거쳐 그래픽 송출을 완성했고, 미디어텍은 기술 지원으로 방송 운영을 뒷받침했다. 뉴스비전은 카운트다운 영상과 드론 촬영을 담당했다. 채널A B&C는 후보자의 정치 사진을 3D 영상으로 구현했다. 개표방송에 생성형 AI를 도입한 이번 시도는 선거방송의 새로운 가능성을 보여줬다는 평가를 받았다. 보도본부의 방송 역량도 주목받았다. 채널A 앵커 7명이 총출동해 시사각각 변하는 개표 상황을 생

생하게 전달했다. 투표 마감 직전 일부 지역에서 발생한 투표지 부족 사태라는 돌발 상황에서도 개표방송의 기본을 지키며 신속한 속보 체제를 유지했다. 예정 시간을 훌쩍 넘긴 16시간 장시간 편성 속에서도 앵커와 기자들이 흔들림 없이 현장을 이끌었다.

콘텐츠·플랫폼·기술이 결합된 채널A 선거방송은 종편 4개 사 가운데 시청률 상위 10개 프로그램 중 4개를 차지하며 시청자의 높은 관심을 이끌어냈다. 개표가 한창이던 오후 7시 40분부터 3시간 가까이 진행된 ‘나의 선택 2부’는 평균 시청률 1.458%, 분당 최고 시청률 2.1%를 기록했다.

**동아일보, 유튜브 100분 특별라이브**  
편집국 디지털랩은 6·3 지방선거 당일 동

아일보 유튜브 채널에서 <정치를 부탁해> 100분 특별 라이브를 진행했다. 주요 지역별 판세를 분석하고 선거 결과가 여야 당내 구도와 향후 정국에 미칠 파장을 입체적으로 짚었다.

정치부 여당 반장인 조동주 기자가 앵커로 나서 진행하며 선거 기간 축적한 취재 내용을 풀어냈다. 여야를 아우른 패널들이 각 진영의 예상 성적표를 분석했다. 특별 라이브는 세부적으로 ▲선거판을 뒤집은 결정적 장면 ▲격전지 파이널 유세 점검 ▲투표율로 읽는 민심 ▲여론조사 흐름을 기반으로 한 ‘몇 대 몇’ 족집게 예측 ▲선거 이후 정국 전망 순으로 약 100분간 이어졌다. 제작진은 서울, 부산, 대구 등 주요 격전지별 대진표와 여론조사 지지를 추이, 이

전 지방선거 결과 등을 지도 형태로 사전 제작해 방송의 완성도를 높였다. 라이브와 하이라이트 클립, 숏폼 등을 합산한 조회수는 22만여 회로 집계됐다.

정치부는 선거기간 동안 정책선거를 위한 공약 검증 보도에 집중했다. ‘여야 후보에게 묻다’ 시리즈와 한국지방자치학회와 중앙선거관리위원회 공동 기획인 ‘시도지사 후보 정책공약 분석’ 시리즈를 각각 3회 출고했다. 정책공약 분석 시리즈는 스마트(SMART) 분석과 페르소나(사회적 자아) 평가를 통해 과학적인 분석을 했다는 평가를 받았다.

**보도본부 선거방송기획TF 유주은**  
**편집국 뉴스룸기획팀 김호경**

## 도심 속 건강 축제 ‘2026 서울헬스쇼’ 성황리 개최

6월 9일부터 11일까지 사흘간 진행... 투게더런부터 헬스케어까지 다양한 콘텐츠 선보여



① 9일 서울 중구 서울광장에서 열린 2026 서울헬스쇼에서 열린 투게더런 행사에서 참가자들이 트레드밀 위를 달리고 있다. ② 단체 줄넘기 경기에서 참가자들이 호흡을 맞춰 뛰고 있다.

동아일보와 채널A가 주최한 ‘2026 서울헬스쇼-도심 속 건강축제’가 6월 9일부터 11일까지 사흘간 서울광장에서 시민들의 큰 호응을 받으며 개최됐다. 올해로 4회째를 맞은 서울헬스쇼는 참가자들이 직접 참여해 걷고 뛰는 헬스·웰니스 콘텐츠를 강화해 총 8만157명의 시민을 모집했다. 이는 역대 최대 규모로, 지난해보다 8000여 명 늘어난 수치다.

### 역대 최대 8만 명 참가

올해 서울헬스쇼를 대표한 프로그램은

시민 참여형 러닝 이벤트 ‘투게더런(Together Run)’이었다. 투게더런은 서울광장에 설치된 트레드밀에서 시민들이 함께 걷고 뛰며 목표 거리를 완주하는 프로그램으로, 동아일보가 강점을 지닌 러닝 콘텐츠를 접목해 기획했다. 홈트레이닝 기기 전문 기업 스포틀러는 투게더런 행사 취지에 공감해 무상으로 트레드밀을 지원하고 현장 운영에도 참여했다.

사흘간 투게더런에는 총 1327명이 참여했다. 배우 권오중 씨가 개막식에서 시민들과 함께 첫 러닝에 나서며 행사의 시작

을 알렸고, 이후 사흘 동안 남녀노소 누구나 자유롭게 참여할 수 있도록 운영됐다. 첫날에만 누적 거리 871.8km를 달성한 데 이어 둘째 날 1002.2km를 더해 3일째엔 총 거리 2000km를 달성했다.

AD본부 전략사업팀 이대우 차장은 “앞으로도 시민들이 자연스럽게 건강한 생활습관을 경험할 수 있는 참여형 콘텐츠를 지속적으로 선보일 계획”이라고 말했다.

### 최신 헬스케어 기술 체험

이번 행사에는 의료기관과 제약·헬스케

어 기업, 금융사 등 37개 기업·기관이 참여했다. 행사장에 마련된 총 54개의 부스에서 건강검진과 운동 체험부터 웰니스 제품 전시, 건강 상담까지 다채로운 프로그램을 만나볼 수 있었다.

특히 한국당뇨협회 부스의 레이저 채혈 혈당 측정기가 큰 주목을 받았다. 기존 혈당 측정기처럼 바늘로 손끝을 찌르지 않고 레이저를 활용해 채혈하는 방식으로, 체험에 참여한 시민들로부터 통증 부담이 적다는 평가를 받았다.

이밖에도 서울광장 곳곳에서는 시민들

이 직접 참여할 수 있는 다양한 운동 프로그램이 진행됐다.

경쾌한 음악과 함께 자전거 페달을 밟으며 신체 운동을 병행하는 재키스피닝은 지난해에 이어 올해도 인기 프로그램으로 꼽혔다. 섀넌요가, 서플댄스, 단체줄넘기, 줌바댄스, 핏합(fitpop) 등 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 프로그램들이 3일간 이어지며 서울광장을 거대한 야외 운동장으로 만들었다.

**AD본부 전략사업팀 이석호**

# ‘야구여왕2’ 7월 9일 첫 방송… 채널A 하반기 콘텐츠 본격 가동

7월 개편으로 목·금 편성 재정비… 신작 예능 순차 투입

채널A가 더 다채로워진 콘텐츠로 2026년 하반기 시청자들을 찾아간다. 큰 사랑을 받았던 대표 IP의 귀환을 시작으로 채널A만의 색깔을 담은 콘텐츠들이 하반기 프라임 타임을 채울 예정이다. 장르와 포맷의 다양성을 넓혀 시청자와의 접점을 넓히고 콘텐츠 경쟁력을 강화하겠다는 구상이다.

## 시즌2로 돌아온 야구여왕

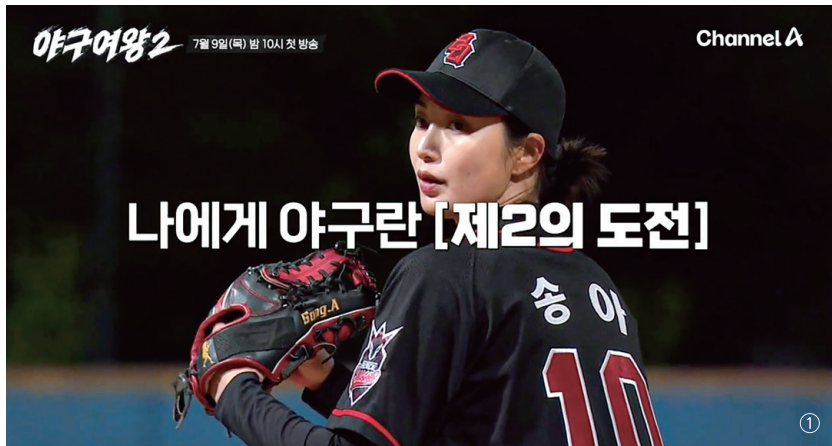
7월 9일 밤 10시 <야구여왕>의 두 번째 이야기가 시작된다. 지난해 시즌1을 통해 ‘여성 스포츠 예능’의 새로운 바람을 일으킨 ‘야구여왕’은 새로운 출연진의 합류로 시즌1과는 또 다른 재미를 선사하며 매주 목요일 밤을 책임진다.

시즌2 티저 영상은 공개 일주일 만에 유튜브 조회수 20만 회, 댓글 700여 개를 돌파하며 높은 화제성을 보여줬다.

시청자들은 ‘나에게 야구여왕이란, 인생 예능’, ‘드디어 내 도파민 야구여왕이 돌아온다’, ‘벌써 꿀잼 예약’, ‘시즌2 선발 치열하겠다’ 등 뜨거운 반응을 보이며 본 방송에 대한 기대감을 드러냈다.

제작진은 시즌1과 시즌2 사이 공백기에도 ‘훈련 일지’ 콘텐츠를 꾸준히 공개하며 출연진들이 실제로 훈련하고 성장하는 과정을 선보여 왔다.

유튜브를 통해 공개된 ‘야구여왕 훈련 일지’는 총 425만이 넘는 조회수를 기록했다. 이를 통해 ‘진짜로 야구를 배우고 성장하는 팀’이라는 리얼리티를 팬들에게 자연스럽게 각인시켰고, 관련 영상 역시 호응을 얻고 있다.



훈련 일지를 접한 시청자들은 ‘훈련 영상도 훈훈하고 재밌다’, ‘드디어 내 밥친구 왔다’, ‘트라이아웃도 기대된다’, ‘다들 다치지 말고 시즌2도 화이팅’ 등의 반응을 남겼다.

지난 5월 30일, 공식 유니폼 구매자를 대상으로 진행한 ‘블랙퀸즈 경기 직관 이벤트’도 성공적으로 마무리되며 새로운 팬덤 형성에 대한 기대감을 높였다. 공식 유니폼과 볼캡 등 관련 굿즈는 현재까지

500개 이상 판매됐다.

특히 좋아하는 선수의 이름을 마킹한 유니폼을 중심으로 구매가 이어지고 있다. 직관 이벤트와 연계한 현장 판매 및 온라인 판매를 통해 프로그램 출연 선수에 대한 팬들의 관심을 이끌어내고 있다.

**금요일은 ‘신랑수업2’… 7월 신작도 첫선**  
그동안 목요일 밤 시청자를 찾아가던 <신랑수업2>는 7월 3일부터 금요일 밤으

|           |                     |
|-----------|---------------------|
| 야구여왕2     | 7월 9일 목요일 밤 10시 첫방송 |
| 신랑수업2     | 7월 3일 금요일 밤 9시 방송   |
| 타임슬립 천일야사 | 7월 첫 방송             |



로 이동하며 확실한 팬덤층 확보에 나선다. ‘신랑수업2’를 통해 탄생한 ‘성소 커플 (김성수·박소연)’은 방송 초기부터 탄탄한 팬덤을 구축하며 큰 화제를 모았다.

김요한·이주연 커플의 데이트 영상이 인스타그램 최고 조회수 313만 회를 기록하는 등 화제성이 꾸준히 상승하고 있다. 앞으로도 출연진의 일상과 러브스토리를 중심으로 금요일 밤에 새로운 활력을 불어넣을 예정이다.

새로운 역사 스토리 예능 <타임슬립 천일야사>도 7월 론칭을 준비 중이다. 정사의 이면에 숨겨진 이야기를, 야사를 통해 파헤친다. 실사 촬영과 AI 제작 기술을 결합한 국내 최초의 ‘하이브리드 AI 드라마 타이즈 예능’으로, 배우 지진희가 프리젠티터로 참여해 과거와 현재를 넘나드는 스토리텔링을 보여줄 예정이다.

콘텐츠전략본부 콘텐츠밸류업팀 송수하

## 번거로운 보안 패치 끝!… “안랩 EPP로 한 번에 해결하세요”

### 안랩 EPP란?

보안 취약점을 보완하고 악성코드 감염을 차단하는 보안솔루션

### 안랩 EPP 주요 기능

#### 간편한 보안 패치 업데이트

“윈도우 등 보안 업데이트를 **제때 안내** 받을 수 있어요.”

#### V3 정기 자동 검사

“백신 V3가 정해진 시간에 **자동으로** 검사를 진행해요.”

#### 문제 발생 시 신속 지원

“등록된 사용자 정보를 통해 **신속한 기술 지원**이 가능해요.”

동아미디어그룹(DAMG)이 임직원의 안전하고 편리한 PC 업무 환경을 위해 통합보안솔루션 ‘안랩 EPP(Endpoint Protection Platform)’를 도입해 운영한다. 안랩 EPP는 데스크톱과 노트북 등 PC의 보안 취약점을 점검하고 악성코드 감염을 예방하는 보안솔루션이다. 보안 패치 업데이트와 V3 검사 등 기본적인 보안 관리를 지원해, 직접 챙겨야 하는 PC 보안 관리의 번거로

움을 줄여줄 것으로 기대된다.

## 보안 위험 선제적으로 예방

안랩 EPP의 가장 큰 장점은 보안 취약점 관리의 자동화다. 윈도우 운영 체제와 주요 업무용 소프트웨어의 보안 업데이트 현황을 실시간 파악해 주며, 클릭 한 번으로 자동 설치를 돕는다. 이를 통해 보안 패치 누락으로 발생할 수 있는 보안 위험

을 선제적으로 예방할 수 있다.

백신 프로그램인 V3의 정기 검사 기능도 제공된다. 사용자가 별도로 신경 쓰지 않아도 지정된 시간에 백그라운드 자동 검사가 실행돼 악성코드 감염 여부를 상시 확인할 수 있다. 업무 시간 중 불필요한 방해로 최소화하면서도 안정적인 보안 상태를 유지할 수 있다.

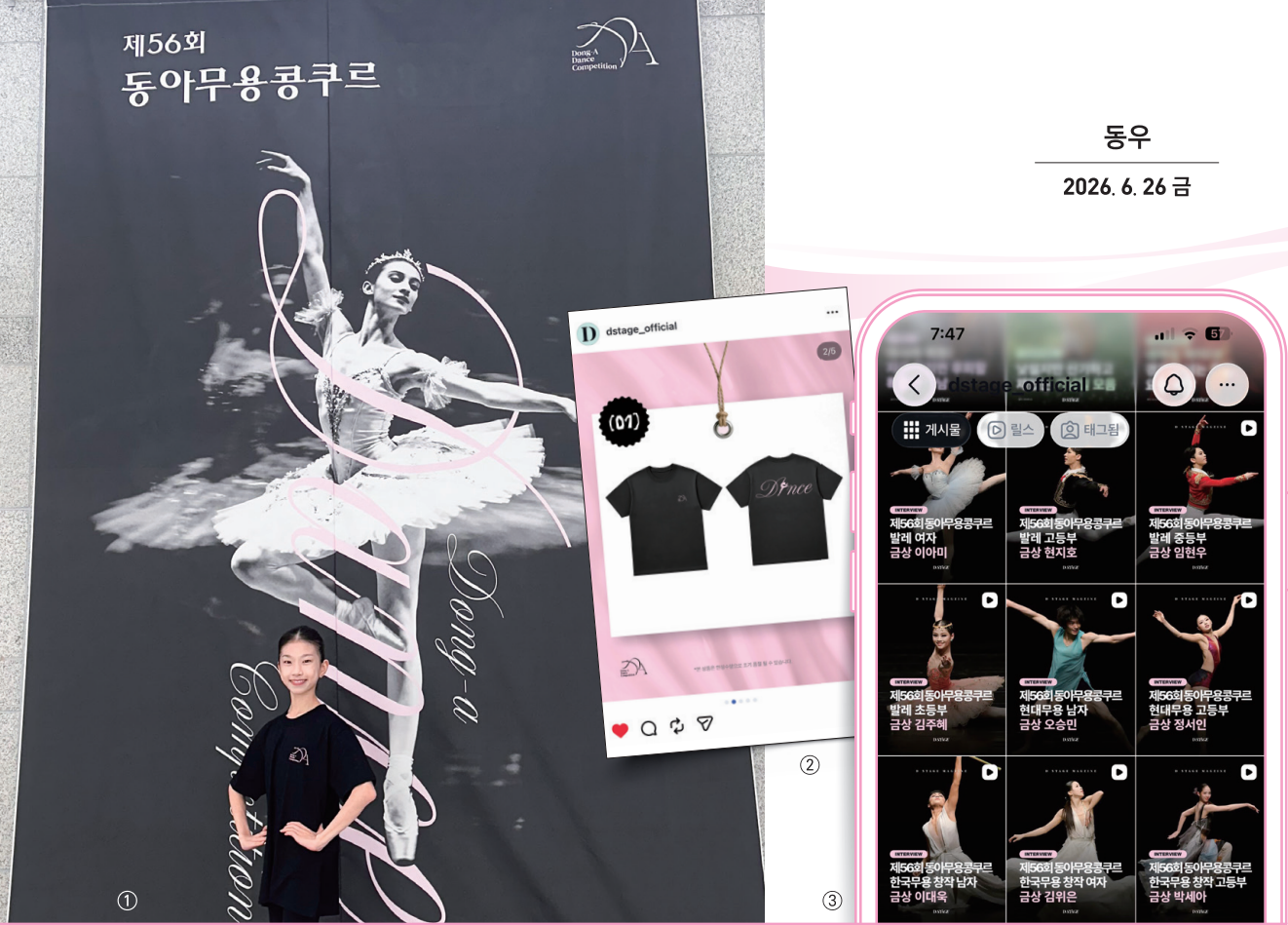
아울러 사용자 정보 기반의 신속한 대

응 체계도 강화된다. 안랩 EPP 설치 후 사용자 정보를 등록해 두면, 향후 보안 이슈나 장애가 발생 시 해당 PC를 신속하게 식별해 맞춤형 기술 지원을 받을 수 있다. 전사 임직원은 지니어스 등 각 사 그룹웨어 게시판에 게시된 설치 안내를 참고해 안랩 EPP 설치와 사용자 정보 등록을 완료할 수 있다. 설치 대상은 회사에서 지급한 데스크톱과 노트북이다. 이미 안랩

EPP가 설치된 사용자는 재설치할 필요 없이 사용자 정보 등록만 진행하면 된다.

설치 과정에서 문의 사항이나 오류가 발생할 경우 동아닷컴 Biz테크팀(02-360-0396) 또는 동아미디어엔 인프라운영팀(02-2020-2734)으로 연락하면 즉시 지원받을 수 있다.

동아닷컴 Biz테크팀 남정우



① 제56회 동아무용콩쿠르 참가자가 기념 촬영을 하고 있다. ② 동아무용콩쿠르 최초로 제작된 공식 기념 티셔츠 굿즈. ③ 동아일보의 무용·국악·음악·뮤지컬 콩쿠르 통합 인스타그램 채널인 'D Stage' 화면.

## D Stage·굿즈·한성준상까지... 동아무용콩쿠르 '콘텐츠형 공연'으로 탈바꿈

국내 최고 권위의 무용 경연인 제56회 동아무용콩쿠르가 무대 안팎에서 다양한 변화를 시도하며 성황리에 막을 내렸다.

### 통합홍보 채널 전면 개편

올해 대회는 전국 각지에서 총 518명의 무용인재가 예선에 참가했다. 치열한 경쟁을 거쳐 선발된 78명이 5월 12일 세종문화회관 대극장에서 열린 본선 무대에 올라 수준 높은 경연을 펼쳤다. 참가자들은 한국무용, 발레, 현대무용 각 부문에서 뛰어난 기량과 예술성을 선보이며 차세대 무용계를 이끌어갈 가능성을 입증했다.

특히 올해는 동아일보의 무용·국악·음악·뮤지컬 콩쿠르를 아우르는 통합 홍보 인스타그램 채널인 'D Stage(@dstage\_official)'를 전면 개편해 운영한 점이 눈길을 끌었다. 기존에는 콩쿠르별로 각각 인스타그램 홍

보를 진행했는데, 올해부터는 특정 콩쿠르에 국한되지 않고 D Stage에서 통합해 동아일보의 예술 경연 브랜드들을 소개하게 된 것. D Stage에서는 대회 준비 과정에서 예선·본선 현장, 참가자 인터뷰, 수상 소식 등 다양한 콘텐츠를 선보였다. 대회 기간 팔로워 수는 1000명 넘게 증가하며 디지털 플랫폼을 통한 대중 소통의 가능성을 확인했다.

### 굿즈 완판되며 높은 호응

브랜드 사업에서도 의미 있는 첫걸음을 내디뎠다. 동아무용콩쿠르 역사상 처음으로 공식 기념 티셔츠 굿즈를 제작·판매했고, 준비된 물량이 모두 판매되는 호응을 얻었다. 문화사업본부 정우연 문화기획팀장은 "대회 후에도 기억에 남는 굿즈를 갖고 싶다는 참가자들의 문의를 접하며 기획

을 시작했다"며 "동아무용콩쿠르가 단순한 경연대회를 넘어 문화예술 브랜드로서의 성장 가능성과 확장성을 확인한 계기가 됐다"고 말했다. 또한 올해는 100여 종의 전통춤을 집대성한 전통무용의 선구자 한성준 선생(1874~1941)의 뜻을 기리는 '한성준상'이 새롭게 신설돼 의미를 더했다. 한성준상은 우수한 무용 인재들에게 새로운 동기와 기회를 제공하는 한편, 우리 전통춤의 가치와 정신을 계승하는 데에도 기여할 것으로 기대된다.

1964년 창설 이후 국내 무용계의 대표 등용문 역할을 해온 동아무용콩쿠르는 앞으로도 우수한 무용 인재 발굴과 지원을 통해 한국 무용 예술 발전에 기여해 나갈 계획이다.

문화사업본부 문화기획팀 이선나

## 하반기 3대 마라톤까지 이어지는 동마 열풍



지난해 9월 열린 2025 공주백제마라톤 참가자들이 힘차게 달려나가고 있다.

'동마' 열풍이 식을 줄 모르고 있다. 동아일보가 주최·주관하는 하반기 3대 대회인 서울레이스, 공주백제마라톤, 경주국제마라톤이 잇달아 흥행에 성공하며 전국 러너들의 관심을 끌어모으고 있다. 수도권은 물론 전국 각지에서 참가자가 몰리면서 동아마라톤 브랜드의 저변이 빠르게 확대되는 모습이다.

### 서울레이스 '동마 입문 대회' 역할

10월 11일 열리는 서울레이스는 총 1만2000명 규모로 개최된다. 하프 코스 8500명, 11km 코스 3500명을 모집했는데 접수 시작과 동시에 참가 신청이 폭주했다. 하프 코스는 5분 만에, 11km 코스는 2분 만에 마감되며 높은 인기를 실감케 했다. 특히 참가자 중 26%는 동아일보가 주최하는 마라톤 대회에 처음 참가하는 신규 러너다. 서울레이스가 '동마 입문 대회'로서의 역할을 톡톡히 하고 있는 셈이다.

동마 열기는 하반기 지방 대회로도

이어지고 있다. 9월 20일 개최되는 공주백제마라톤에는 1만2000명이, 10월 17일 열리는 경주국제마라톤에는 2만 명이 참가 신청을 마쳤다. 두 대회 모두 수도권 참가자 비중이 크게 늘었다. 공주백제마라톤의 수도권 참가자 비율은 지난해 45.9%에서 올해 49.9%로 상승했고, 경주국제마라톤 역시 34.3%에서 38.9%로 높아졌다. 개최지 인근 지역을 넘어 전국 단위 대회로 성장하고 있음을 보여주는 대목이다.

올 하반기 대회에선 장거리 참가자 수가 늘어난 점이 특징이다. 경주국제마라톤은 전체 참가자의 절반 이상인 1만285명이 풀코스를 선택했고, 공주백제마라톤 역시 32.195km와 풀코스 참가자가 6400여 명에 달한다. 러닝을 일상적인 취미를 넘어 도전과 성취의 문화로 즐기는 참가자들이 늘어난 데 따른 결과다.

문화사업본부 스포츠기획팀 안중산

### 수상 소식

#### 보도본부 이준성 기자, 이달의 기자상 수상

채널A 보도본부 정치부 이준성 기자가 한국기자협회가 선정하는 제428회 이달의 기자상을 수상했다. 이 기사는 지난해 11월 김관영 전북지사가 현지 시군의원 등 20여

명에게 식당에서 현금을 건네는 CCTV 영상을 단독 보도했다. 협회 측은 "지방선거 후보 검증 보도의 도화선이 되었다는 점에서 의미가 크다"고 평가했다.

#### 편집국 김재희 기자, SABEW 최우수 비즈니스 보도상 수상

동아일보 편집국 디지털랩 김재희 기자가 미국 경제비즈니스 저널리즘 협회(SABEW)가 수여하는 '최우수 비즈니스 보도상(Best in Business Awards)' 학생 매체 보도 부문 수상

자로 선정됐다. 김 기사는 미국 현지 연수 중 미국 철도 인프라의 안전 문제를 다룬 탐사보도물 '오프 더 레일스(Off the Rails)'로 수상의 영예를 안았다.

### 특파원 소식

#### 성시은 베이징 특파원 현지 부임



보도본부 성시은 차장이 신임 베이징 특파원으로 부임해 7월 10일부터 업무를 시작한다. 임기는 3년이다.

#### 곽도영, 백승우 뉴욕 특파원 현지 부임



미국 뉴욕을 담당할 새 특파원인 편집국 곽도영 기자와 보도본부 백승우 기사가 7월 부임해 업무를 시작한다. 임기는 1년이다.

### New face

#### 새 식구를 소개합니다

이름 / 부서 ① 입사 후 포부 ② 요즘 관심사 ③ 최종 직장



김윤정 / 동아일보  
출판국

① 기자 일에 대한 애정으로 공대에서 여기까지 왔습니다. 이 마음 잃지 않고 꾸준히 노력해서 저만의 색으로 일조하겠습니다.  
② 새 취미를 만들고 싶어 어릴 때 잠깐 배웠던 수영을 다시 해보려고 합니다. 부상자가 많은 엘리트윈스가 육성과 원나우 두 마리 토끼를 다 잡을 방법이 무엇인지에도 관심 많습니다.



박승현 / 동아일보  
출판국

① 신문과 시사지는 바늘과 실 같은 관계라고 생각합니다. 조금 더 긴 호흡으로 깊이를 더하는 기사를 쓰겠습니다. 제너럴리스트이면서도 전문성을 놓지 않는 기자가 되겠습니다.  
② 다양한 사회 균열에서 오는 갈등에 관심이 많습니다. 추구가 취미라 스포츠 소식에 관심이 많고, 무라카미 하루키의 '대엽 감는 새 연대기'를 읽고 있습니다.



양열매 / 동아일보  
출판국

① MMM만의 콘텐츠 경쟁력과 브랜드 가치를 강화해 동아미디어그룹을 대표하는 디지털 매체로 성장시키는 데 기여하고 싶습니다.  
② 동네 마실용으로 자전거를 다시 타고 다니면서, 다양한 자전거 용품에 관심이 생겼습니다.  
③ 위시빈



박은애 / 동아일보  
미래전략연구소

① 투자업계에서 일하며 스타트업이 만들어가는 다양한 혁신을 가까이에서 지켜봤습니다. 새로운 시각으로 독자들에게 비즈니스 인사이트를 전달하고자 노력하겠습니다.  
② 독서 세포를 깨우고자 세계문학전집 독파를 목표로 고전 읽기에 관심을 두고 있습니다.  
③ 블루포인트파트너스



이태희 / 동아일보  
미래전략연구소

① DBR·HBR의 깊이 있는 경영 지식이 더 많은 사람에게 닿을 수 있도록, 마케팅으로 그 자리를 놓고 싶습니다. 콘텐츠의 가치를 세상에 제대로 전파하는 마케터가 되겠습니다.  
② AI 시대에도 결국 사람의 마음을 움직이는 것은 좋은 콘텐츠라는 믿음으로, 브랜드와 독자를 잇는 새로운 마케팅 접점을 탐구하고 있습니다.  
③ 이노션에스