

동아미디어그룹 사내보 東友	2면	실무진에게 듣는 생생한 경험담 '2024 인사이트데이'	3면	첫 신방 협업으로 탄생한 히어로콘텐츠 <미아>	4면	새 단장 마친 동아일보 전광판
----------------	----	-----------------------------------	----	------------------------------	----	---------------------

## “현장에서 새롭게 만드는 최고의 가치로 빛나는 DAMG”

동아미디어그룹 2024년 시무식 개최...2023년 활약한 대표사원 16명과 신입사원 16명 등 참석



동아미디어그룹 임직원들이 1월 2일 시무식에 참석해 기념 촬영을 하고 있다. 이날 시무식에는 김재호 동아일보·채널A 회장 등 임원진과 2023년 활약한 대표 사원들, 신입 사원 대표들이 함께 참석했다. 사진=편집국 사진부 양희성

“동아미디어그룹 모든 구성원들이 우리의 뉴스와 콘텐츠의 근원인 ‘현장 속으로’ 뛰어 들어가는 한 해가 되어야겠습니다.”

김재호 동아일보·채널A 회장은 1월 2일 광화문 동아미디어센터 20층 CC큐브에서 열린 2024년 동아미디어그룹 시무식에서 “하늘로 솟구치는 용의 기운처럼 우리 모두 높이 날아오르는 한 해가 되기를 바란다”라며 이렇게 말했다.

### 기본과 현장을 토대로 차별화된 가치를

김 회장은 지난해 동아미디어그룹 구성원들의 노력에 대한 고마움을 표하며 신년사를 시작했다. 김 회장은 “시장의 단절 등 어려운 환경 속에서도 흔들림 없이 동아의 길을 걸을 수 있었던 것은 사업 및 영업 분야에서 의미 있는 성과를 만들어 낸 여러분들의 덕분”이라고 밝혔다.

이어 2024년 한 해를 더욱 빛내기 위한 3대 경영방침을 제시했다. 첫 번째 경영방침은 ‘기본을 지키며 현장을 최우선으로’였다. 보도와 제작, 영업 등 모든 분야에서 기본과 현장을 토대로 차별화된 가치를 만드는 동아미디어그룹이 되자는 것. 김 회장은 “취재원과 출연진과 고객과 시청자와 시장이 있는 최전선에서 현장과 부딪히며 우리만의 감각과 치열함으로 동아미디어그룹의 가치를 만들어 내는 조직이 될 수 있도록 하자”고 주문했다.

두 번째 경영방침은 ‘분명한 1등 콘텐츠와 서비스’였다. 김 회장은 “각자 가장 잘할 수 있고 1등이 될 수 있는 뉴스와 플랫폼과 콘텐츠와 상품을 만들자”라며 “그것을 만드는 이유와 목표를 분명히 해주기 바란다”고 당부했다. 특히 “순위를 따지지도 않고, 보여주는 사람이 몇 명인지에 대해서 애써 눈 감고 ‘열심히 일했다’며 스스로를 위로하지 말기 바란다”고 강조했다.

마지막 경영방침 메시지는 ‘가치 있는 모든 것을

다시, 달리 만들어보자’를 제시했다. 더 큰 도약을 위해 모든 것을 새롭게 다시 설정하자는 의미다. 김 회장은 “중요한 것일수록 다시 생각해 보고, 달리 만들어 보는 것이 우리의 일상이 되어야 한다”라며 “동아 가족 모두가 스스로를 리엔지니어링하는 변화 전문가로서 거듭나달라”고 했다.

### DAMG의 도전은 계속 된다...채널A 리브랜딩 본격화

김 회장은 이날 시무식에서 지난해 동아미디어그룹 구성원들이 일군 성과도 언급했다. 특히 디지털 분야의 혁신을 높게 평가했다. 김 회장은 “동아일보가 국내 언론사 최초로 시작한 디지털 콘텐츠 편성표는 뉴스 소비 방식을 확장시켜 미디어 업계의 표준을 제시했다”며 “채널A 보도본부는 <동행과 뉴스터디>에 이어 <김진의 데라방>, <정치시그널> 등을 잇따라 선보이며 디지털 시사 분야의 강자로 자리매김했다”고 말했다.

또 김 회장은 “동아미디어그룹 곳곳에서 중요한 가치를 새롭게 세우고자 하는 움직임이 시작됐다”며 2024년 신설된 DX본부와 미러클럽 등을 조명했다. DX본부는 동아만의 새로운 디지털 뉴스 콘텐츠 경험을 준비하고 있고, 미러클럽은 그룹 구성원들의 역량 강화를 이끔 예정이다. 이어 김 회장은 “세상이 우리의 멋진 모습을 제대로 알게 하겠다”는 목표를 갖고 채널A 리브랜딩 작업이 본격화되며 보도정보시스템도 업그레이드 될 것”이라고 했다.

올해 시무식에는 지난 한 해 다양한 성과를 만들어 낸 DAMG 대표 사원 16명과 신입사원 16명 등이 참여했다. 이날 시무식이 열린 CC큐브에는 지난해 11월 여성동아 창간 90주년 기념 전시회에서 선보였던 여성동아 표지화 작품 9점도 전시됐다.

경영전략실 경영총괄팀 권오혁

### 2024 DAMG POINT

기본을 지키며 현장을 최우선으로

분명한 1등 콘텐츠와 서비스

가치 있는 모든 것을 다시, 달리 만들어보자

## 2024년 동아미디어그룹 3대 경영방침

김재호 동아일보·채널A 회장은 1월 2일 신년사에서 2024년 동아미디어그룹 구성원들이 실천해 나갈 세 가지 다짐을 밝혔다. 올해 동아미디어그룹의 지향점이 될 3대 경영방침의 의미를 짚어본다.

### 기본을 지키며 현장을 최우선으로

기술이 발달하고 트렌드가 급변하는 상황에서도 콘텐츠 기업인 동아미디어그룹에게 기본과 현장의 가치는 결코 변하지 않는다. 이에 따라 올해 첫 번째 경영방침은 동아미디어그룹 구성원 모두 현장과 기본을 토대로 우리만의 가치를 높이자는 의미에서 정해졌다.

뉴스는 팩트와 현장에 충실해야 하고 프로그램은 매력과 진심을 담아야 한다. 비즈니스 역시 고객이 있는 곳을 찾아가 수요를 읽고 시장을 직접 눈으로 확인해야 한다. 동아미디어그룹의 보도, 제작, 사업 모두 현장을 기반으로 뻗어나가야 한다는 취지다. 또 기자, PD, 실무 직원들은 물론이고 각 조직의 리더들도 ‘현장 속으로’ 향해야 한다. 기본은 우리가 ‘해야 하는 것’을 바르게 하고, ‘하면 안 되는 것’을 하지 않는 것에서 출발한다.

### 분명한 1등 콘텐츠와 서비스

두 번째 경영방침은 2024년에 ‘성공의

DNA’가 동아미디어그룹 구석구석에 뿌리내리자는 취지를 담았다. 성취와 성공의 경험을 계속 쌓아가 더 큰 무대에서 가장 빛나는 조직이 되어야 한다는 의미다.

최고의 자리에 올라서기 위해서는 내가 만든 상품과 서비스가 소비자들에게 가장 먼저 선택될 수 있도록 업무의 효율성을 높이는 것에서 시작해야 한다. 이 과정을 통해 각 구성원과 조직은 새로운 기회를 여는 실마리를 발견할 수 있고, 작은 성공이 더 큰 성공으로 이어지는 경험을 체득할 수 있다. 동아미디어그룹 곳곳에서 쌓인 이런 노하우들은 우리가 더 넓고 다양한 분야에서 활약하는 힘이 될 것이다.

### 가치 있는 모든 것을 다시, 달리 만들어보자

빠르게 변하는 시장 환경 속에서 현재에 머물러서는 더 큰 도약을 이룰 수 없다. 달라진 시장 환경과 니즈에 맞춰 조직 또한 유연하게 대응할 수 있어야 한다. 그 시작은 우리 내부의 가치를 다시 들여다보는 것이다. 가치를 창출하는 모든 업무 프로세스를 재정의, 재수립, 재설정 하는 과정을 통해 동아미디어그룹의 각 조직은 현장에 보다 더 충실할 수 있고, 과감한 시도에 나설 수 있는 역량을 확보할 수 있다.

경영전략실 경영총괄팀 정하니



1월 4일 광화문 동아미디어센터 20층 CC큐브에서 열린 인사이드 데이에 경영진 및 각 국·실·본부장 30명이 참석해 발표를 경청하고 있다. 사진=편집국 사진부 송은석

## 실무진에게 듣는 생생한 경험담 ‘2024 인사이드 데이’

김재호 회장 등 경영 간부 30명 참석

1월 4일 광화문 동아미디어센터 20층 CC큐브에서 동아미디어그룹의 첫 '인사이드 데이'가 열렸다. 이번 행사는 새해 경영 계획을 수립하는 경영진 및 각 국·실·본부장들에게 현장 일선에서 뛰고 있는 팀장 및 실무 책임자들의 생생한 경험담을 바탕으로 다양한 영감을 전달하자는 취지에서 마련됐다.

채널A의 편성 및 콘텐츠 전략을 짜는 정자영 편성전략본부 콘텐츠전략팀장과 그룹

에서 각각 디지털 전략 수립, 디지털 신사업에 맡고 있는 경영전략실 이샘물 디지털이노베이션팀장과 김상하 X-스페이스팀장, <하트시그널>을 연출한 박철환 스튜디오E PD가 첫 번째 인사이드 데이의 무대에 섰다. 김재호 동아일보·채널A 회장을 비롯한 서른 명의 경영 간부들은 80여 분 동안 이어진 네 사람의 발표를 경청했다.

행사의 문을 연 정자영 팀장은 달라진 콘텐츠 소비 습관 등 올해의 미디어 트렌드를

7개의 키워드로 소개했다. 정 팀장은 "OTT의 영향력이 커지고 있지만 여전히 TV 콘텐츠가 강세를 보이고 있다"며 우리만의 웰메이드 콘텐츠를 강조했다. 또 <하트시그널4> 종영 이후 '현커(현실 커플)'들의 리얼 뒷이야기를 담은 <애프터시그널>등을 예로 들며 "날 것 그대로의 콘텐츠를 좋아하는 트렌드는 계속될 것"이라고 했다.

이어 발표에 나선 이샘물 팀장은 디지털 미디어 생태계를 집중 조명했다. 이 팀장은 "뉴스가 고유의 독보적 영역이 아닌 여러 콘텐츠 중 하나로 존재하는 현실"이라며 "언론사가 압도적 경쟁 우위에 있다고 안주해선 안 된다"고 강조했다. 그러면서 "우리의 플랫폼에 사람들이 더 오래 머물게 하고 충성 구독자를 확보해야 한다"며 동아미디어 그룹 뉴스 플랫폼의 방향을 제시했다.

이 팀장은 올해 신설된 DX본부와 함께

그룹 내 시너지를 끌어올려 새로운 디지털 경험을 선사하겠다는 포부도 밝혔다.

기획, 제작, 광고, 마케팅 등 디지털 비즈니스의 모든 과정을 수행했던 김상하 팀장은 자신의 생생한 경험담을 풀어놓았고, 참석자들의 집중도도 한껏 높아졌다. 김 팀장은 20대 팀장인 본인을 비롯해 1~2년 차의 젊은 사원들로 구성된 X-스페이스팀이 디지털 전용 콘텐츠 <발아버리보>를 시즌2까지 진행하며 체득한 화제성을 높이는 비결, 영업 이익 극대화 방법 등을 공유했다.

마지막으로 <하트시그널> 제작진의 수장인 박철환 PD는 '디렉터 사용법'을 주제로 발표했다. 기획 단계부터 현장 총괄, 편집과 마무리까지, 하나의 프로그램을 위해 디렉터가 쏟는 공력과 지향점에 대한 박 PD의 진솔한 발표에 참석자들은 연신 고개를 끄덕였다.

스스로 '채널A가 발굴하고 키운 공채 2기 11년 차 디렉터'라고 소개한 박 PD는 "평균 연령 30대의 젊은 디렉터 그룹이 지금까지 채널A의 주목할 만한 훌륭한 IP들을 많이 만들어왔다"며 "기획력을 꾸준히 갈고 닦으면 향후 3년, 동아미디어그룹에 더 큰 콘텐츠 전성기가 올 것"이라고 말했다.

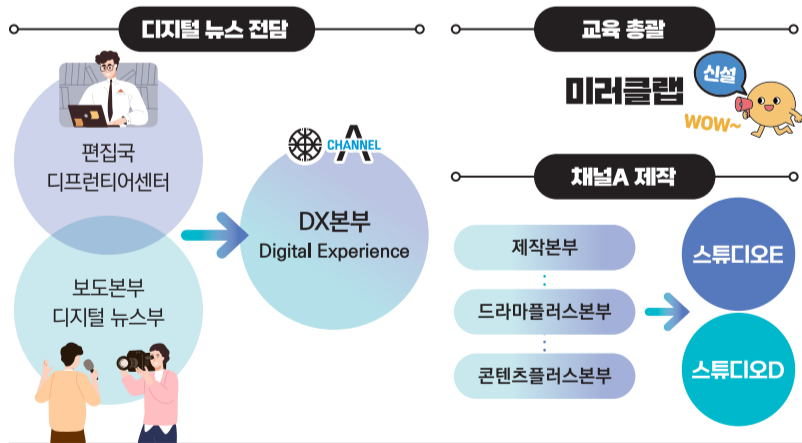
발표가 끝난 뒤 참석자들 사이에서는 "그간 여러 외부 전문가들이 했던 강의보다 우리 팀장, 실무자들의 발표가 훨씬 더 훌륭했다"는 반응이 나왔다. AD본부 등에서는 발표자들에게 "우리 조직에서 다시 한번 강의를 해달라"고 요청했다.

인사이드 데이는 다양한 영감을 전할 현장 팀장 및 실무 책임자들과 함께 올해 계속 진행될 예정이다.

경영전략실 경영총괄팀 정하니

## DAMG 디지털 뉴스 조직 통합한 'DX 본부' 신설

미러클랩, DAMG 구성원 역량 강화 위한 교육 총괄



동아미디어그룹은 2024년을 맞아 더 큰 도약과 새로운 성장 동력 확보를 위한 조직 개편을 단행했다.

우선 이번 개편에 따라 편집국과 보도본부 내 디지털 뉴스 전담 조직은 DX(Digital Experience) 본부로 통합됐다. DX본부는 DAMG의 디지털 역량을 하나로 모아 이용자들에게 새로운 디지털 경험을 제공한다. 히어로콘텐츠는 물론 디지털 콘텐츠 편성표를 기반으로 한 탄

탄한 레귤러 콘텐츠를 제작한 편집국의 경험과 보도본부가 축적한 유튜브 성공 노하우를 더해 더 큰 시너지를 내기 위한 개편이다. DX본부는 디지털 콘텐츠와 플랫폼, SNS 계정 등 전 영역에 걸친 리뉴얼 작업도 준비 중이다.

새로 신설된 미러클랩은 구성원들의 업무 역량 강화를 위한 교육 업무를 총괄한다. 기자 직군의 경우 인턴 기자부터 주니어, 시니어 기자에 이르기까지 단계별로 필요한 교육 프로그램을 만들고 구성원의 수요에 맞는 강사를 그룹 안팎에서 섭외할 계획이다. 미러클랩은 신문과 방송 전 분야에 걸쳐 공동, 부서별, 소규모 맞춤형 교육 등으로

나뉘어 준비하고 있다.

영업 부서들도 디지털 트랜스포메이션에 초점을 둔 조직개편에 나섰다. 마케팅본부에는 MX(Marketing Transformation)팀이 신설됐고 AD본부 내 디지털 사업파트는 디지털 사업팀으로 확대 개편됐다.

또 채널A의 제작 기능은 스튜디오E(전 제작본부)와 스튜디오D(전 드라마플러스본부)로 재편됐다. 장르와 플랫폼에 구애받지 않고 각 스튜디오가 독자적인 완전체로 활동하며 채널A의 제작 역량을 더 끌어올리기 위한 움직임이다.

경영전략실 경영총괄팀 권오혁

## 국내 언론사 최초 생성형 AI 챗봇 '에스크비즈(AskBiz)' 개발

DBR과 경영·경제학 교재 학습한 자체 경량 언어모델 이용...  
이르면 1월 공개

동아일보 미래전략연구소가 국내 언론사 최초로 생성형 인공지능(AI) 챗봇 '에스크비즈(AskBiz)' 개발을 완료했다. 에스크비즈는 이르면 1월 동아비즈니스리뷰(DBR) 홈페이지 등을 통해 공개될 예정이다.

에스크비즈는 DBR 기사와 박영사의 경영학, 경제학 교재 11종을 학습한 AI 챗봇이다. 경영, 경제 관련 질문에 전문적인 답변을 내놓는다는 점이 시중 챗봇과의 차이점이다. 한국언론진흥재단의

'2023년 디지털 미디어 서비스 개발 지원 사업'을 통해 개발비 1억 원을 지원받았다. 챗봇 개발은 빅데이터 전문기업 (주)빅스타와 공동으로 진행했다.

에스크비즈를 통해 경영, 경제 관련 질문을 던지면 답변과 함께 연관된 기사 링크 5개가 동시에 노출된다. 이용자는 관련 기사를 읽고 답변에 생성형 AI의 문제점으로 꼽히는 '할루시네이션(환각)'이 있는지 여부를 확인할 수 있다. 시중 챗봇들이 답변 출처를 밝히지 않아 신뢰성 확보에 실패하고 있다는 점을 보완하기 위한 조치다. 또 DBR 기사는 웹상에서 무

료로 제공되지 않기 때문에 관련 기사를 확인하는 과정에서 유료 결제 등을 통해 수익성을 확보할 수 있다.

에스크비즈는 오픈AI와 같은 빅테크 기업의 API가 아닌 동아일보만의 자체 경량 언어모델(LLM)을 이용해 챗봇을 구축했다는 점에서 AI 업계의 주목을 받고 있다. 빅테크 기업의 API를 사용하면 개발이 쉽지만 운영비 부담이 있다. 또 자체 언어모델(LLM) 구축을 통해 빅테크 기업에 대한 기술 종속 문제도 극복했다.

미래전략연구소 사업전략팀 김현지



경제·경영 전문 AI 챗봇 '에스크비즈' 데모 페이지.

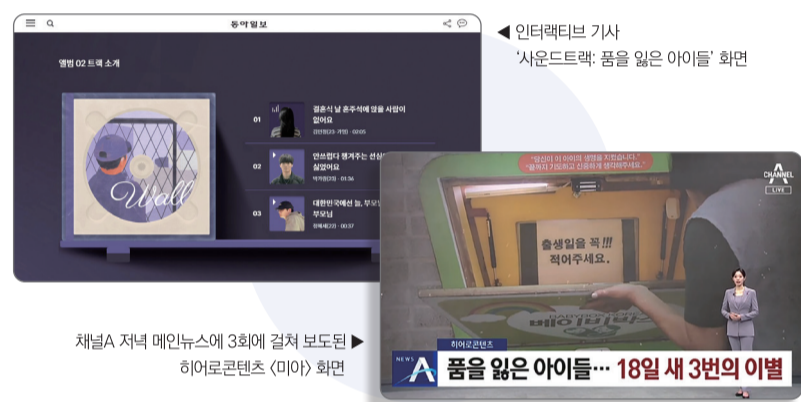


왼쪽부터  
히어로콘텐츠 7기 팀원인  
편집국 이승우 기자, 임희래 ND, 홍진환,  
홍정수(팀장), 위은지, 조유라 기자,  
여하은 UX/UI 디자이너, 임상아 ND, 보도본부 조민기 기자.

# 첫 신방 협업으로 탄생한 히어로콘텐츠 <미아>

### 히어로콘텐츠팀 7기 취재 후기...

### “우리 사회는 모든 아이를 환영하고 있는가”라는 질문 던져



경기 수원시의 한 아파트 냉방고에서 출생신고조차 되지 않은 영아가 숨진 채 발견된 지 한 달, 온 국민이 아직 충격에 빠져있었던 지난해 7월 초에 7기 히어로콘텐츠팀이 출범했다. 7기는 여러모로 히어로콘텐츠

팀의 안착을 상징하는 기수였다. 우선 '히어로스쿼드'라는 정규조직으로 첫 편성된 만큼, 6개월이란 고정된 제작 기간을 확보했다. 또 히어로콘텐츠팀 사상 최초로 채널A 기자가 합류해 공식적인 신방 협업을 시도

했다는 점이 무엇보다 큰 차이점이었다.

### 처음 시도한 공식 '신방 협업'

12월 18일부터 24일까지 보도된 <미아: 품을 잃은 아이들>은 여러 측면에서 신문과 방송의 협업 덕분에 탄생할 수 있었던 시리즈다. '출생 미신고 아동' 사태 속에서 선택한 유가·방임 아동이라는 주제는 '사람의 삶을 인상적인 그림으로 담을 수 있는 소재'라는 측면을 고려한 것이었다. 최종 타이틀에 포함돼 전체 화차에 일관성을 준 '꿈'이라는 컷도 "어려운 한자어보다는 말하기에 편안하고 직관적인 우리말을 찾아보자"라는 고민 끝에 등장했다.

물론 첫 협업이 쉽지만은 않았다. 범피해자인 아이들은 섭외부터 어려웠고, 얼굴을 공개하는 것은 사실상 불가능했다. 팀 내에서도 "비주위 측면에서는 역대 최고 난이도"라는 우려가 쏟아졌다. 하지만 회의를 거듭하며 '아무리 어려워 보이더라도, 아이들의 시선에서 모든 것을 다시 생각한다면 시청자와 독자 모두에게 울림을 줄 수 있을 것'이라는 공감대가 생겨났다. 신문과 방송은 취재 방식부터 달랐지만, 현장은 동일했다. 우선

취재를 시작하고 추후에 방향성을 잡아가는 신문의 내러티브 취재 방식과 '뽕뽕한 '아미'를 먼저 설계하는 방송의 제작 방식을 동시에 만족시켜야 했다. 3주간 이어진 '베이비박스' 상주, 한 사람을 세 번이고 네 번이고 찾아가는 진득한 현장 인터뷰... 모든 현장에서 취재진은 사진과 영상 '투 트랙'으로 기록을 남겼다. 취재기자는 적어도 2명이 현장을 관찰한다는 원칙에 사진기자, 영상기자, 오디오맨, 기관 관계자까지 합하면 한 공간에 10명 넘게 들어가는 일도 부지기수였다.

### '인권'과 '감동'을 모두 지키기 위해

신문 기사와 디지털 콘텐츠 퀄리티를 끌어올리기 위한 노력도 쉬지 않았다. 이를 가능케 한 것은 전례 없이 방대하고 체계적이었던 사내 교육이었다. 1기부터 6기까지 히어로콘텐츠팀이 축적한 취재·제작 노하우는 물론, 회사 안팎 '글 잘 쓰는 사람들'의 스토리텔링 강의 등 다양한 분야의 특강은 히어로콘텐츠팀의 성과가 가시적으로 누적되고 있음을 실감한 계기였다.

디지털 콘텐츠 제작엔 디프런티어센터(현 DX본부) 알파팀의 역량이 총동원됐다. 이번

시리즈에서는 보도에 활용할 사진과 영상이 아주 풍부하지는 않았지만 기획자와 디자이너, 개발자들은 난관을 '목소리'로 돌파했다. 그동안은 시각화에 중점을 뒀지만, 이번에는 청각적 요소를 전면에 내세우는 실험을 감행한 것. 인터랙티브 1화 '그 아이들이 버려진 곳'은 독자가 유기 아동을 찾는 과정에 아기 울음소리를 결합해 충격을 더했고, 2화 '사운드트랙: 품을 잃은 아이들'은 아동과 청년들의 육성으로 몰입감을 극대화했다.

<미아> 시리즈는 크리스마스를 앞두고 신문, 방송, 디지털 인터랙티브로 동시 보도됐다. 저출산 쇼크 속에 "아이를 더 낳아라"라는 구호를 반복하는 대신, "우리 사회는 모든 아이를 환영하고 있는가"라는 목직한 질문을 던졌다. 수많은 독자가 먹먹함에 함께 울고, 앞으로 이어질 사연 속 주인공들의 인생에 응원을 보내며 호응했다. 7기에 걸쳐 쌓인 동아미디어그룹의 '히어로 레거시'가 올해부터 히어로콘텐츠 시즌2의 문을 여는 8기부터 아니라 더 많은 사내 구성원들에게 긍정적인 동기 부여로 작용하기를 기대한다.

편집국 국제부 홍정수

## DAMG 수상소식

다뤄 정부의 응급의료 체계 개편과 필수 의료 확충 대책, 의대 정원 등 정책 변화를 이끌 어냈다. 취재 기자와 기획자, 개발자, 디자이너가 머리를 맞대고 만든 '강남에 응급실이 없었다', '그들이 구급차를 탔던 날' 등 3건의 인터랙티브 기사도 큰 주목을 받았다. 관훈언론상 심사위원회는 <표류>의 선정 이유에 대해 "응급차 동승 취재로 생생한 응급 의료 현장을 장기간 심층적으로 다룬 점을 높게 평가했다"고 밝혔다. 이번 수상으로 동아일보 히어로콘텐츠는 3년 연속으로 관훈언론상을 수상했다. 앞서 2021년 <환생: 삶을 나는 사람들>과 2022년 <신화, 그리고 남겨진 사람들> 시리즈가 관훈언론상(저널리즘 혁신 부문)을 연속 수상했다.

### 남시욱 화정평화재단 이사장, 제1회 자랑스런 편집인상



남시욱 화정평화재단 이사장이 12월 12일 한국신문편집인협회가 수여하는 '제1회 자랑스런 편집인상' 수상자로 선정됐다. 남 이사장은 1987년 동아일보 편집국장 재직 시 박종철 고문치사 사건의 전모를 끝까지 보도하는 등 언론자유 수호 및 협회 발전에 기여한 공로를 인정받았다.

### 동아일보 김순덕 고문, 미디어 알바트로스상



김순덕 동아일보 고문이 12월 20일 서울 중구 한국프레스센터에서 열린 '2023 미디어 알바트로스상' 시상식에서 신문 부문을 수상했다. '미디어 알바트로스상'은 미디어 연대가 언론 각 부문에서 중요한 역할을 수행한 언론인을 선정해 주는 상이다.

### 채널A 김승훈 CP 어린이안전대상 감사패



김승훈 채널A 스튜디오E 2CP가 12월 29일 행정안전부가 주관한 제13회 어린이안전대상에서 감사패를 수상했다. 김 CP는 <금쪽같은 내 새끼>를 통해 부모를 도와 아이의 위험 행동을 개선하고, 가정이나 학교에서의 안전사고 예방에 기여한 점을 인정받았다.

### 채널A 김진 앵커, 바른말 보도상·분중문화상 수상



김진 채널A 앵커가 12월 13일 시단법인 한국방송인동우회가 수여하는 '바른말 보도상'을 수상했다. <김진의 돌직구쇼>에서 올바른 보도를 하고 바른말을 사용한 점을 인정받았다. 김 앵커는 또 12월 23일 인류애실천분중문화재단이 주최한 분중문화상에서 언론문화상을 수상했다.

## 히어로콘텐츠 6기 <표류>, 2023년 관훈언론상 수상



동아일보 히어로콘텐츠 <표류: 생사의 경계를 떠돌다>를 보도한 히어로콘텐츠 6기팀(왼쪽부터 이지윤 위은지 이상현 송혜미 조건희 기자)이 지난해 12월 28일 서울 중구 한국프레스센터

에서 열린 제41회 관훈언론상 시상식에서 관훈언론상(사회변화 부문)을 수상했다. 히어로콘텐츠 6기팀은 위급한 환자가 제대로 치료받지 못하는 국내 응급의료 실태를

## 채널A B&C Design iT Award 2023 골드프라이즈 수상



왼쪽부터 채널A B&C 브랜드부문 미디어브랜딩팀 최종범 과장, 유지상 부부장, 브랜드디자인팀 오혜정 팀장, 조은현 매니저, 김신규 선임.

채널A B&C가 지난해 11월 23일 'GLOBAL DESIGN iT AWARD 2023'에서 '드림캔버스 스튜디오'와 <강철부대>로 각각 골드 프라이즈를 수상했다.

동아미디어그룹의 드라마 세트장인 '드림캔버스 스튜디오'는 '꿈을 실현하는 공간'을 브랜드 아이덴티티로 삼아 '캔버스'를 핵심 비주얼 모티프로 설정했다. 캔버스가 겁

겹이 쌓여 완성된 6각형의 형상은 꿈과 콘텐츠가 쌓여가는 스튜디오의 공간을 시각화 하였다.

<강철부대>는 군인이 가져야 할 핵심 가치들을 4개의 분절된 방패 심벌로 개발해 '형상적 아이덴티티를 직관적이고 독창적으로 구축했다'는 평가를 받았다. 유지상 채널A B&C 브랜드부문장은 "앞으로도 차별화된 디자인 경쟁력을 바탕으로 계속 도전하겠다"고 밝혔다.

# 새 단장 마친 동아일보 전광판

## 전광판 면적 2배 커지고 곡선형 화면으로 입체감 높여

30년 동안 서울 광화문의 랜드마크로 꼽혀온 동아일보 광화문 전광판이 새로운 모습으로 재탄생했다. 전광판 크기가 기존 대비 2배로 커지고 화면도 한층 선명해졌다. 입체감을 주는 3차원(3D) 광고 송출도 가능해지면서 더 다양한 광고와 콘텐츠를 선보일 수 있게 됐다.

새로운 광화문 전광판은 1년 9개월의 준비 끝에 지난해 12월 11일 가동했다. 전광판 면적은 302.5㎡로 기존 전광판(174.8㎡)의 약 2배다. 전광판 길이는 정면(서쪽 방향)이 가로 23m·세로 9.9m, 측면(북쪽 방향)이 가로 7.56m·세로 9.9m로 늘었다. 특히 측면 전광판 면적이 기존 대비 2배 이상으로 커지면서 광화문광장에서 동아일보 전광판을 생생하게 볼 수 있게 됐다. 새 전광판은 LG

전자에서 생산한 최신 발광다이오드(LED) 소재를 사용해 4K 영상을 구현할 수 있다.

새 광화문 전광판은 최근 유행하는 곡선형(커브드-curved) 전광판으로 제작됐다. 곡선형 전광판은 보는 방향에 따라 입체감이 생기는 아나몰픽(anamorphic) 기법의 광고를 송출할 수 있다. 이를 활용하면 광화문을 오가는 시민들이 전광판에 송출되는 광고 캐릭터가 앞으로 튀어 오르는 것처럼 느끼는 등 새로운 광고 체험을 할 수 있다. 현재 프랑스 루이비통모에에네시스(LVMH) 그룹 산하 럭셔리 브랜드인 로에베가 새 광화문 전광판에 송출할 3D 광고를 제작하고 있으며 3월 첫 선을 보일 예정이다.

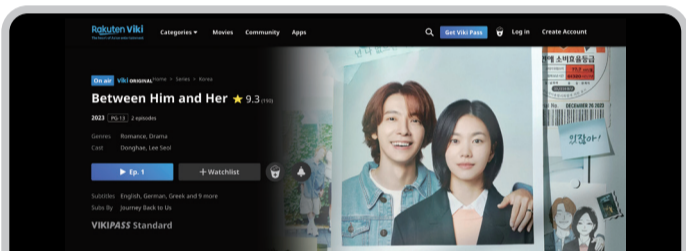
AD본부 디지털사업팀 박재영



서울 종로구 일민미술관 위에 새로 설치된 동아일보 전광판 모습. 새 전광판의 면적은 기존 전광판(우측 상단 사진)보다 약 2배 커졌고 화질도 더 선명해졌다. 사진=편집국 사진부 변영욱

## 드라마 <남과여> 해외 판매 호조

### 일본·미주·유럽·동남아 등지에서 서비스



12월 26일 첫 방송된 채널A 드라마 <남과여>가 해외에서 성황리에 서비스되고 있다. 네이버웹툰 평점 1위를 기록한 웹툰을 원작으로 한 <남과여>는 방영 전부터 선(先) 판매가 성사됐다. <남과여>는 일본권역에서 가장 먼저 수출계약이 진행됐다. 일본 최대 통신사 NTT도코모가 론칭한 OTT 플랫폼 'Lemino(레미노)'에서 동시 방영되고 있으며, 향후에는 TV 방영과 다른 OTT플랫폼

서비스도 계획하고 있다. 미주와 유럽을 비롯해 오세아니아, 중동, 인도에서는 글로벌 OTT플랫폼 'Rakuten Viki(라쿠텐 비키)'를 통해 만나볼 수 있다. <남과여>는 첫 방송 이후 라쿠텐 비키 유저 평점 9.3점(10점 만점)을 기록하며 현지 시청자들에게 좋은 반응을 얻고 있다.

동남아에서는 'K-PLUS(케이플러스)' 채널에서 <남과여>를 시청할 수 있다. 필리핀,

인도네시아, 말레이시아, 브루나이에서 시청할 수 있으며, 이외 다른 권역에도 추가 판매를 진행해 세계 각지에서 더 많은 시청자와 만날 예정이다. 청춘들의 파란만장한 성장 스토리와 현실 연애를 다룬 <남과여>는 1월 26일부터 시간을 변경해 매주 금요일 밤 11시 10분에 방영된다.

콘텐츠사업본부 콘텐츠세일즈팀 강해빈

### 특파원 소식

#### 워싱턴 새 특파원 부임



최주현 신임 워싱턴 특파원(사진)이 1월 1일 현지에 부임했다. 동아일보 채널A 특파원을 겸하는 최 특파원은 이은후 특파원과 임무를 교대했다. 임기는 1년이다.

### 신간소개

#### <포스트 윤석열: 한동훈에서 김관영까지> 편집국 황형준 차장



지난해 1~7월 동아일보 디지털 콘텐츠로 연재됐던 시리즈 '황형준의 법정모독'이 단행본 <포스트 윤석열: 한동훈에서 김관영까지>로 출간됐다. 편집국 황형준 차장이 연재했던 시리즈는 동아닷컴과 네이버, 다음 등에서 누적 조회 수 550만 회 이상을 기록했다.

책에 등장하는 인물들은 2024년 국회의원선거는 물론 2027년 대통령선거까지 영향을 미칠 유력 인사들이다. 황 차장은 10년 넘게 기록한 꼼꼼한 취재 메모를 바탕으로 윤석열 대통령과 국민의힘 한동훈 비상대책위원장, 이낙연 전 국무총리 등 정치인들의 다채롭고 새로운 이면을 풀어냈다.

### New face

#### 새 식구를 소개합니다

이름 / 부서

- ① 입사 후 포부
- ② 요즘 관심사
- ③ 최종 직장



노연주 / 동아일보  
경영전략실

- ① 안녕하세요. 노연주입니다. 제가 가장 좋아하는 것은 노력하는 것입니다. 부족한 점이 있으면 확실하게 채우고 넘어가겠습니다. 주인의식을 갖고 업무에 임하면서 동아일보의 성장에 도움이 될 수 있도록 항상 노력하겠습니다.
- ② 수영 2개월차에 접어들어 수련이입니다. 꾸준히 열심히 해서 점점 마스터가 되고 싶습니다. 그리고 야구경기 관람하는 것을 좋아합니다.



김상욱 / 채널A  
경영지원본부

- ① 안녕하십니까! 이번에 채널A 재무회계팀으로 입사한 신입사원 김상욱입니다. 처음 입사해 부족한 점이 많겠지만 빠르게 한 사람의 몫을 해낼 수 있는 사원이 되도록 최선을 다하겠습니다!
- ② 최근에는 일엔비 음악에 관심이 많습니다. 한국 가수로 THAMA(따마)의 신규 앨범과 해외 가수인 'NO GUIDANCE'의 'Is it a Crime?'에 빠져 있습니다.



남동균 / 동아일보  
마케팅본부

- ① 조직 생활에 빨리 적응하여, 새로운 업무 스킬과 회사에서 추진하는 프로젝트나 사업에 참여하여 배우고 싶은 포부가 있습니다. 10년~20년 뒤 신입사원 및 후배들에게 훌륭한 멘토가 되어 서로의 장점들을 공유하는 것이 꿈입니다.
- ② 요즘 가장 큰 관심사는 골프와 주식 관련 재테크입니다. 골프는 함께 하는 사람의 본성과 매너를 알 수 있고, 타인과의 경쟁보다는 자신을 통제하는 스포츠라 흥미롭습니다. 주식은 경제 관련 뉴스를 더 자주 볼 수 있는 기회가 생겼고, 다양한 산업군의 흐름에 생각해 보고 있습니다.
- ③ 중앙일보 M&P



박도현 / 동아일보  
경영지원국

- ① 안녕하세요. 박도현입니다. 동아미디어그룹의 일원이 돼 기쁩니다. 입사 후 업무에 신속히 적응해 주어진 역할에 성실히 임하며, 매사 긍정적인 자세로 협력하는 사원이 되겠습니다.
- ② 스트레스를 해소하고 체력을 키우기 위해 꾸준히 헬스와 축구를 하고 있습니다. 최근엔 요리에 관심이 생겨 여러 음식을 만드는 데 도전하고 있습니다.



김정은 / 채널A  
경영지원본부

- ① 온 마음을 담아 좋아했던 콘텐츠를 지낸 채널A의 구성원이 되어 감사한 마음입니다. 겸손한 마음으로 차근차근 배워 나가겠습니다.
- ② 2024년에는 내적 성장에 보다 집중하고자 합니다. 그래서 최근부터 회고 일기와 감사 노트를 꾸준히 기록하려고 노력하고 있습니다. :-)



박선 / 동아일보  
마케팅본부

- ① 간절히 꿈꾸던 동아일보사에 입사하게 되어 너무나도 기쁩니다. 동아의 가족으로 받아 주셔서 감사하며, 신입의 자세로 열심히 보고 배우며 조직에 빠르게 적응하겠습니다.
- ② 올해 들어 체중감량을 위해 러닝에 취미를 붙이기 시작했습니다. 아직까지 초보수준이지만 마라톤 풀코스 완주를 목표로 잡고 꾸준히 연습하고자 합니다.
- ③ 중앙일보 M&P



남경희 / 동아일보  
경영지원국

- ① 조직의 이상과 구성원의 마음을 모두 챙기는 HR 담당자가 되겠습니다. 익숙함에 타협하지 않는 자세로 모든 임직원들이 보람차게 일하고 성장할 수 있는 동아일보를 만들어가겠습니다.
- ② 새로 배우기 시작한 테니스에 재미를 붙이고 있습니다. 동아일보에 테니스 동호회가 있다면 꼭 참여하고 싶습니다! 연락주세요. :)



최수빈 / 채널A  
경영지원본부

- ① 함께 일하고 싶은 사람이 되는 것이 꿈입니다. 어떤 일이든 항상 긍정적이고 책임감 있게 임하겠습니다. 잘 부탁드립니다!
- ② 올해부터 새로운 운동을 배우고 싶어서 찾아보고 있습니다. 좋은 운동이 있으면 추천 부탁드립니다!



박성범 / 동아일보  
마케팅본부

- ① 103년, 굳건한 기반 위에 제 삶의 한 기둥도 세우기 시작합니다. 동아미디어그룹 발전의 나날에서 역사에 안주하지도 부끄럽지도 않은 책임과 활약을 다해하겠습니다.
- ② 소홀했던 '독근'에 관심이 많아졌습니다. 웨이팅보다 요가, 발레를 배웠고 취준 시기는 '멘탈'을 배웠기에 근육이 손실되었습니다. 연말을 맞아 독근을 결심합니다.



이수진 / 동아일보  
경영지원국

- ① 새로운 도전은 두렵지만 항상 성장하는 발판이 됩니다. 모두가 즐겁게 성장할 수 있는 환경을 위해 하루하루 성실하게 임하겠습니다.
- ② 새해를 맞아 평소 품었던 독서에 집중하고자 책을 구입했습니다. 부디 연말까지 관심사가 이어졌으면 좋겠습니다. :)
- ③ 샌드박스네트워크



황정아 / 채널A  
경영지원본부

- ① 항상 적극적으로 배우려는 자세로 임하며 팀과 회사에 기여할 수 있는 인재가 되었습니다. 앞으로 잘 부탁드립니다!
- ② 힙합 음악을 듣는 것과 영화 보는 것을 좋아합니다. 집에서 보는 것 보다는 직접 영화관에 방문하는 것을 선호하는 편입니다!