동우

발행인 김재호 | **편집위원** 이호재(편집국) 임현석(DX본부) 장재웅(미래전략연구소)
이원탁(AD본부) 손수영(마케팅본부) 김승현(문화사업본부) 이홍규(경영지원국)
남형주(재경국) 최화정(편성전략본부) 채성일(스튜디오D) 김민지(보도본부)
정규현(전략기획본부) 강혜빈(콘텐츠사업본부) 박동엽(경영지원본부)
김도윤(동아E&D) 오혜정(채널A비앤씨) (편제순)
제작 경영총괄팀(구내 0822) | 서울 종로구 청계천로1 동아미디어센터

2024년 3월 18일 월요일

vol. 291

동아미디어그룹 사내보 東友 | 2면 ‘선거 보도 강자’ DAMG 총선 보도, 현장성·심층성 모두 잡는다 | 3면 〈성적을 부탁해 티처스〉 종영… 시즌2에서 콘텐츠 유니버스 더 확장된다 | 4면 동아일보·채널A 5월 기자협회 풋살대회 첫 출전

DAMG 첫 드라마 세트장 ‘드림캔버스 스튜디오’ 완공

3500평 부지에 최첨단 인프라 갖춘 4개 세트장…광화문, 충정로, 상암 사옥 이은 네 번째 콘텐츠 생산 거점으로

① 경기 용인시 기흥구에 위치한 드림캔버스 스튜디오의 모습. 세트장에는 분장실, 의상실, 회의실, 대기실 등 부대시설과 함께 조명, 카메라 등 장비를 거치하는 스마트 전동형 배튼이 설치돼 있다. ② 드림캔버스 스튜디오는 3500평대 부지에 600평대 세트장 4개 동으로 구성됐다. ③ 2월 27일 드림캔버스 스튜디오 준공식에 참여한 동아미디어그룹 임직원들. 사진=편집국 사진부 양회성·박형기

“이제 동아미디어그룹은 광화문, 충정로, 상암에 이어 용인에서 또 하나의 콘텐츠 생산 거점을 갖추게 됐습니다. 꿈과 창조의 공간에서 여러분의 역량을 마음껏 발휘해 주시기 바랍니다.”(김재호 동아일보·채널A 회장)

동아미디어그룹의 첫 드라마 세트장인 ‘드림캔버스 스튜디오’가 2월 27일 문을 열었다. 경기 용인시 기흥구 내 3500평 부지에 600평대 세트장 총 4개 동으로 조성됐다. 세트장 내에는 촬영장뿐만 아니라 분장실, 의상실과 회의실, 대기실 등을 갖춰 콘텐츠 촬영에 최적화했다. 드림캔버스 스튜디오라는 이름은 채널A 슬로건인 ‘꿈을 담는 캔버스’를 실현하는 꿈과 창조의 공간이라는 뜻이다. 드림캔버스 스튜디오의 완공으로 동아미디어그룹은 광화문, 충정로, 상암 사옥에 이은 네 번째 콘텐츠 생산 거점을 갖추게 됐다. 김 회장은 이날 준공식 기념사에서 “드림캔버스 스튜디오는 드라마와 영화, 예능을 모두 아우르는 콘텐츠 제작 허브가 될 것”이라며 “최적의 제작 환경을 갖춘 스튜디오에서 탄생한 독창적인 콘텐츠로 동아미디어그룹의 새로운 가치를 만들어 나가겠다”고 밝혔다.

최적의 제작 환경 갖춘 ‘드림캔버스 스튜디오’

드림캔버스 스튜디오에는 기존 드라마 세트장과는 차별화된 설비가 설치돼 있다. 세트장별로 26개씩 마련된 스마트 전동형 배튼(바텐)이 대표적이다. 이진걸 경영지원국 자산관리팀장은 “천장과 연결된 배튼은 조명, 카메라 등 다양한 장비를 거치하는 공간으로 일괄 제어는 물론이고 개별 제어가 가능하도록 작동 시스템이 마련됐다”고 설명했다. 또 오디션 프로그램 등 대형 세트장이 필요한 경우에는 그에 맞게 대응할 수 있도록 설계했다. 향후 버추얼 스튜디오로 전환이 가능하도록 기초 공사를 해뒀고, 전기 용량도 최대로 확보했다.

드림캔버스 스튜디오의 또 다른 강점은 접근성이다. 국내 드라마 세트장은 대부분 경기 파주, 연천 등에 있어 도심 접근성이 현저하게 떨어진다. 하지만 드림캔버스 스튜디오는 서울 강남역에서 직선거리 29km로 가깝고, 경부·영동고속도로에서 5분 안에 접근할 수 있다. 지하철·버스 정류장에서 도보 10분 이내에 있어 대중교통 접근 역시 가능하다. 또 용인 동백지구 안에 위치해 콘텐츠 제작 인력들이 식당, 카페, 편의점 등 주변 상업 시설을 편안하게 이용할 수 있다. 드림캔버스 스튜디오는 채널A뿐만 아니라 외부 제작사들도 콘텐츠를 만들 수 있도록 임대할 예정이다.

DAMG 콘텐츠 제작 인프라 업그레이드

드림캔버스 스튜디오의 완성으로 동아미디어그룹의 콘텐츠 제작 인프라도 한 단계 업그레이드됐다. 연중 사용 가능한 자체 세트장이 구축된 만큼 채널A는 보다 안정적으로 제작 계획을 수립할 수 있게 됐다. 여기에 외부 임대를 통한 추가 수익 창출도 기대된다.

드림캔버스 스튜디오는 동아미디어그룹이 2019년 구상을 시작한 지 5년 만에 맺은 결실이다. 동아일보와 채널A는 최적의 제작 환경을 만들기 위해 보미건설, 비오엠건축사사무소 등과 함께 태스크포스(TF)팀을 구성했다. TF팀은 경기 파주, 연천, 남양주 등 여러 드라마 세트장을 견학하며 세트장을 설계해 나갔다. 코로나19와 우크라이나 전쟁 발발 등 대내외적 변수를 극복하고 2023년 2월 착공해 1년 만에 무사히 공사를 마쳤다. 또 드림캔버스 스튜디오의 비주얼 브랜딩은 아시아 최대 디자인 어워드인 ‘아시아 디자인 프라이즈 2024’의 대상에 해당하는 그랜드 프라이즈를 수상하는 성과도 거뒀다. 비주얼 브랜딩을 담당한 채널A B&C는 꿈과 창의성을 의미하는 ‘캔버스’는 무대를 상징하는 마름모 형태로 시각화하고 캔버스가 겹겹이 쌓인 공간의 형상을 로고의 핵심 비주얼 모티프로 활용했다.

경영전략실 경영총괄팀 권오혁

‘선거 보도 강자’ DAMG 총선 보도, 현장성·심층성 모두 잡는다

생생한 격전지 현장 르포부터 민심 향방을 짚는 여론조사 분석까지…후보 과거 모습과 MBTI 다룬 숏폼 콘텐츠도 선보여

총선을 50일 앞둔 2월 20일, 보도본부 정치부에서 준비한 채널A 〈뉴스A〉의 새 코너 ‘더스팟 254’가 첫 선을 보였다. ‘더스팟 254’는 지역구 254곳 중 가장 치열하기로 손꼽히는 격전지를 기자가 직접 찾아 샅샅이 파헤치는 코너이다.

첫 격전지로 전국에서 여야 대진표가 가장 먼저 확정된 서울 광진을 지역구를 조명했다. 지난 총선과 대선, 그리고 2022년 서울시장 선거 당시 득표율을 동별로 세분화해 지역 표심이 어떻게 움직였는지, 승패를 좌우할 핵심 표밭은 어딘지 그래픽으로 한눈에 볼 수 있게 구현했다. 3분가량의 리포트에 사전 조사와 취재를 통한 깊이 있는 분석과 알짜 정보를 압축해 선거를 앞두고 쏟아지는 기존 격전지 르포들과 차별화를 꾀했다. 각 후보들의 유세 현장에 기자가 동행해 후보들 간 견제하는 생생한 발언을 담고 지역 일대를 비추는 드론샷으로 주목도를 높인 것도 특징이다.

보도본부는 선거 보도의 강자라는 타이틀을 지키기 위해 〈뉴스A〉를 새로운 코너와 총선 기획으로 꽉 채웠다. ‘진짜 정치’는 총선을 앞두고 벌어지는 정치권의 막전막후를 다룬다. 오랜 시간 각 정당을 출입한 데스크급 기자들이 출연해 쉽게 취재하기 어려운 각 당의 진짜 속내를 파고든다. 선거가 가까워지며 쏟아지는 각종 여론조사 속 진짜 여론은 무엇인지 맥을 짚는 코너도 생겼다. ‘여론 아는기자’는 각종 여론조사들을 취합, 분석해 현재 추세는 물론 언제 여론이 뒤집혔고 그날 무슨 일이 있었는지 상세하게 분석한다. 이 밖에 후보들이 낸 공약이 정말 실효성 있는 건지 분석하는 ‘체크맨’, 유세 현장에서 벌어지는 생생한 소식을 전하는 ‘마크맨’ 등으로 현장성과 심층성을 모두 잡았다.

편집국도 ‘총선 LIVE’, ‘공약 팩트체크’ 등 다채로운 총선 기획으로 동아일보의 저력을 선보이고 있다. ‘총선 LIVE’는 전국 254개 지역구 중 치열한 접전이 벌어지고 있는 지역들을 찾아가 현장 민심을 생생하게 전하는 현장 르포다. 첫 격전지로는 야당의 공천 갈등이 극명하게 표출된 인천 부평을, 경기 안산 상록갑 지역을 찾았다. 또 각 당과 후보가 내세운 주요 공약 내용과 실현 가능성을 쉽고 날카롭게 검증하는 ‘공약 팩트체크’, 동아일보만의 맞춤형 지역구 여론조사로 민심 향방을 짚어보는 ‘격전지 여론조사’ 등을 통해 더 깊이 있는 선거 정보를 제공하고 있다. 동아일보는 총선을 앞두고 무분별한 허위정보를 걸러내기 위해 엄격한 기준의 ‘온라인 보도준칙’과 ‘팩트체크 지표’도 신설했다.

DX본부 역시 다양한 현장 영상과 색다른 정보를 활용한 디지털 콘텐츠를 연이어 선보이고 있다. 주요 공약을 쉽게 요약해주는 ‘당후루’, 유세 현장을 생생하게 전하는 ‘총선 숏폼’ 등을 동아일보 유튜브와 동아닷컴을 통해 제공한다. 채널A 유튜브에서는 동아일보 사진 자료를 활용해 격전지를 소개하는 ‘2024 총선이야’, 후보들의 과거 모습과 성향 분석을 담은 숏폼 ‘총선 리즈시절’과 ‘총선 MBTI’ 등을 만날 수 있다.

동아닷컴은 후보자 신상부터 역대 선거 결과까지 ‘총선의 모든 것’을 담은 총선 사이트를 오픈한다. 전국 지도에서 지역구만 클릭하면 원하는 정보와 선거 당일 투개표 상황 등을 쉽게 확인할 수 있다.

경영전략실 경영총괄팀 정하니
경영전략실 경영총괄팀 권오혁

DAMG 구성원을 위한 맞춤형 교육, 미러클랩과 함께 해요

2월 16~26일 수습기자 대상 코어 클래스 진행…4월 교육 코칭 전용 공간 마련

‘방송 A to Z’ 교육에 참여한 채널A 수습기자들이 2월 21일 서울 종로구 동아미디어센터에서 21층 스튜디오 부조정실 참관을 하고 있다.

천현길 충북경찰청 형사기동대장이 2월 26일 서울 종로구 동아미디어센터에서 동아미디어그룹 기자들을 대상으로 ‘취재원이 말하는 출입처 현장’ 강의를 하고 있다.

“한 청소년이 ‘당근마켓’에서 중고폰 사기를 당했습니다. 여성청소년과? 수사과? 어느 과 담당일까요?”

갑자기 튀어나온 강사의 질문에 수습기자들은 고개를 갸웃거렸다. 2월 26일 동아일보·채널A 수습기자를 위한 코어클래스 ‘취재원이 말하는 출입처 현장’ 강의 시간. 브런치에서 연재 중인 〈슬기로운 형사생활〉 작가로 유명한 천현길 충북경찰청 형사기동대장이 강사로 나서 기자들의 궁금증을 풀어줬다.

취재 현장에서 도움이 되는 정보들로 가득한 강의 내용에 대해 수습기자들은 연신 고개를 끄덕였다. 천 대장의 강의에 대해 수습기자들은 “수습 전에 들었으면 더 좋았을 것 같을 만큼 명강의였다”, “경찰의 속마음, 경찰 공략법을 알 수 있었다”고 평가했다.

동아미디어그룹 구성원의 역량 강화를 위해 신설된 미러클랩이 코어클래스를 시작으로 본격 가동됐다. 미러클랩은 2월 16~26일 지난해 입사한 동아일보와 채널A의 수습기자를 대상으로 현장 취재 능력 향상을 위한 ‘코어 클래스’를 진행했다. 강의는 편집국과 보도본부 특성을 고려한 ‘맞춤형’과 수습기자에게 꼭 필요한 ‘공통형’으로 모두 11차례 실시됐다.

천 대장 등 외부 강사 뿐만 아니라 편집국, 보도본부, DX본부, 미러클랩, 뉴스비전 등 다양한 동아미디어그룹 구성원들이 코어클래스 강사로 나서 수습기자들을 만났다. 선배들이 현업에서 쌓은 노하우를 수습기자들에게 생생하게 전달하는 자리가 만들어진 것. 자연히 수습기자들은 동아일보의 지면 제작과 채널A의 보도에 대한 전 과정을 익힐 수 있었다.

하승희 편집국 편집부 차장은 ‘발제부터 마감까지 14층에 무슨 일이’라는 강의를 통해 지면 제작의 전 과정을 전달했고, 한정연 미러클랩 부장은 ‘방송 발제에서 메인 뉴스까지’ 강의를 통해 숨 가쁘게 움직이는 보도본부의 하루를 수습기자들에게 보여줬다. 또 유근형 편집국 뉴스룸기획팀장이 3회에 걸쳐 진행한 ‘빨간펜 기사 첨삭’은 수습기자들로부터 “기사 작성에 대한 감을 제대로 잡을 수 있었다”는 평가를 받았다. 천상철 보도본부 부본부장, 배혜림 보도본부 편집1부 차장, 최명일 뉴스비전 보도제작팀장이 강사로 나선 ‘방송 A to Z’ 강의도 수습기자들의 집중력을 한껏 끌어올렸다.

기사 발제 및 마감, 방송 뉴스 제작, 뉴스 영상 및 사진 촬영, 디지털 콘텐츠 작성, 뉴스 그래픽 등 기자 업무의 전 과정을 조명한 강의들에 수습기자들의 호평이 이어졌다. 보도본부의 한 수습기자는 “코어클래스 없이 수습을 마쳤다면 첫 기사가 잡힌 날 무척 당황했을 것 같다”라며 “실제 방송 제작, 취재에 투입되는 상황을 미리 겪어볼 수 있었던 좋은 기회였다”고 했다. 미러클랩은 코어클래스에 대한 수습기자들의 다채로운 피드백을 바탕으로 더 업그레이드 된 교육을 준비할 예정이다.

한편 미러클랩은 4월 광화문 동아미디어센터 3층에 기자들을 위한 역량 강화 공간을 새롭게 마련한다. 취재 역량 강화와 방송 실무를 익힐 수 있는 공간이 새롭게 선보이는 것. 2020년 오픈 이후 동아미디어그룹 구성원들의 큰 사랑을 받아온 〈The3〉는 한 달 여의 공사를 통해 ‘실습 랩’과 ‘코칭 룸’ 등을 새롭게 갖추고 다시 문을 열 예정이다.

미러클랩 서상희

〈성적을 부탁해 티처스〉 종영…시즌2에서 콘텐츠 유니버스 더 확장된다

“스스로의 기록을 깨는 것이 PD의 숙명”

스튜디오E 김승훈 CP와 윤혜지 PD가 〈티처스〉 캐릭터인 공부기와 독기 인형을 들고 포즈를 취하고 있다. 사진=편집국 사진부 최혁중

〈금쪽같은 내 새끼〉 제작진의 또 하나의 야심작, 〈성적을 부탁해 티처스〉가 2월 4일 첫 시즌을 성공적으로 마무리했다. 〈티처스〉만의 탄탄한 팬덤을 구축했고, 학부모가 뽑은 교육브랜드 대상도 받았다. 숨 돌릴 틈 없이 시즌2 준비로 바쁜 스튜디오E 김승훈 CP와 윤혜지 PD를 만났다.

우선, 시즌1을 잘 마친 소감이 궁금하다.

김승훈 CP 주말 저녁이 경쟁이 치열하고 벽이 높은 시간대이지만 도전해 봤다. 〈금쪽같은 내 새끼〉를 본 엄마들이 졸업하고 〈티처스〉에 유입됐으면 좋겠다고 생각했는데 10대 학생들까지 〈티처스〉를 봐줬다는 것에 대해 감사한 마음이다. 10대가 TV 앞에 앉기란 정말 어려운 구조이지 않나.

윤혜지 PD 사실 프로그램 중에는 매 회차를 잘 마무리하는 데 집중하느라 다른 것을 느낄 마음의 여력이 없었다. 시즌1이 잘 끝나고 나니 반응들이 보인다. 열심히 한 보람이 있구나.

에듀 솔루션이라는 프로그램을 만들 생각은 어떻게 하게 되었나.

● 두 아이를 키우고 있는데, 〈금쪽같은 내 새끼〉는 주변 엄마들과 육아를 얘기하다 시작됐다면 아이들이 크면서 자연스럽게 교육에 대한 이야기로 옮겨 가게 됐다. 좋은 기획은 내가 지금 경험하거나 고민하는 진짜 이야기들에서 나온다. 인생과 동떨어진 게 아니다. 이번에도 학부모의 입장에서 갖는 궁금증을 해소시켜 주자는 생각에서 〈티처스〉를 기획했다.

사교육을 강조하게 되는 것 아닌가 고민되는 지점도 있었을 것 같다.

● 선생님들을 만나고 그런 염려를 지울 수 있었다. 사실 출연료가 필요하지도, 강의를 홍보해야 하는 분들도 아니다. 그래서 더 진정성이 드러난 것 같다. 선생님들 스스로 일정을 쪼개 학생들을 만나고 줌으로라도 수업하고, 여행 중에도 영상 통화해서 격려하고 이런 것들은 다 진심 없이 할 수 없다. 꾸며내는 건 시청자들도 다 안다. 그 과정을 제작진 모두 눈으로 봤기 때문에 내 새끼도 아닌데 성적표 나오는 날 쫄리고 결과를 보고 엄청난 감동으로 다가오는 것이다.

어려운 점은 없었나.

● 레귤러 프로그램은 시청자 반응과 지표를 보면서 방향을 잡을 수 있는데 〈티처스〉는 시즌제이다 보니 3분의 1이 사전제작이었다. 기본적으로 큰 틀을 바꿀 수 없는 구조인 것이다. 저도, 팀도 욕심이 많아서 분량을 정말 많이 확보해놨고 내용들을 촘촘하게 다 찍어 놨다. 그래서 우리가 맞다고 믿고 갈 수 있었다.

〈금쪽같은 내 새끼〉 제작진이 만든 프로그램인 만큼 금쪽이 IP를 떠올리지 않을 수 없다. 육아에서 교육까지 콘텐츠가 확장된 느낌이다. 그런 것도 염두에 뒀나.

● 아무래도 그렇다. 처음에 너무 많은 것을 잡으려고 하면 하나도 못 잡고 끝나기 십상이다. 뾰족한 모서리로 시작해서 넓혀가자는 생각이었다. 우리를 믿어주는 탄탄한 팬층과 함께 육아에서 교육으로 끌고 가니까 더 수월할 수 있었다. 내가 만든 것을 보는 사람들이 넓어지고 콘텐츠가 닿는 시장이 커지면서 제작진의 시선도 넓어지는 느낌을 받았다.

시즌2에서 달라지는 부분이 있다면.

● 공부라는 틀 안에서 재수생이나 N수생, 만학도까지 넓힐 수 있다고 생각한다. 과목도 추가된다. 국어, 과탐, 사탐 선생님들을 만나고 있다.

윤혜지 PD는 메인PD로서 입봉작이었는데.

● 김승훈 CP님 같은 경력이 많은 선배랑 같이 입봉을 한다는 것 자체가 어떻게 보면 맨몸으로 가는 게 아니고 우산 하나 얹고 갈 수 있는 거여서 축복받았다고 생각했다.

뒤이어 입봉하게 될 주니어 PD들에게 해줄 조언은.

● 주니어때는 잘하기가 쉬운데 올라갈수록 그 위치에서 잘하는 게 너무 어렵다. 메인PD는 판단을 해야 한다. 판단을 잘 하려면 정말 많은 고민과 궁리와 공부를 해야 한다는 것을 깨달았다. 입봉을 앞둔 후배들은 내가 지금 메인PD라는 생각으로 시뮬레이션을 많이 해봤으면 좋겠다.

김승훈 CP의 조언도 궁금하다.

입봉 당시가 기억나는가.

● 입봉 때는 컷을 어떻게 넘겼나도 기억 안 날 정도로 눈앞에 것도 잘 안 보이고 챙길 게 한두 가지가 아니다. 그럴수록 내가 처음 프로그램에 대해 했던 고민 한 가지를 봐야 한다. 시청률이 잘 안 나오면 귀가 열리고 흔들리기 마련이다. 대장이 되니까 내가 흔들리면 너무 많은 사람들이 흔들린다. 고집을 부리라는 건 아니지만 내가 갈 길을 자꾸 보려고 하는 것, 그 얘기를 꼭 해주고 싶다. 귀는 열더라도 판단은 내가 하는 것이고 주변이 아닌, 내 스스로의 기록을 깨야 한다. 외로운 길이지만 그건 PD의 숙명이기도 하다.

〈티처스〉는 올여름 더 다양한 출연진들과 스펙트럼을 넓혀 돌아온다.

경영전략실 경영총괄팀 정하니

X-스페이스팀, 교육부 〈늘봄학교〉 광고 제작

워킹맘의 마음 담아 광고 메시지 효과적으로 전달

서울 종로구 일민미술관 위에 설치된 동아일보 전광판에 늘봄학교 광고가 흘러나오고 있다.

‘늘봄하길 잘했다’

아이가 이미 잠든 시간, 늦게 퇴근한 엄마가 딸의 그림 일기장을 보며 나지막이 말한다. 일기장엔 수업을 마치고 학교에서 쿠킹클래스, 로봇만들기, 축구 교실 등을 들은 아이가 다양한 꿈을 키워나가는 내용이 담겼다.

교육부가 올해부터 초등학생 1학년을 대상으로 전국 2700여 개 초등학교에 도입한 늘봄학교를 소재로 한 광고이다. 늘봄학교 덕에 안심하고 일할 수 있는 워킹맘의 마음을 담은 이 광고는 경영전략실 X-스페이스팀에서 만들었다. 부모가 일하는 동안 아이는 ‘늘봄학교’를 통해 성장한다는 내용을 엄마의 입장에서 ‘늘봄하길 잘했다’라는 키워드로 효과적으로 전달한다. ‘늘봄학교’에 대한 관심이 높아지고 있는 만큼 이 광고는 동아미디어그룹의 광화문 전광판은 물론 KTX 열차와 역 등 곳곳에서 송출되고 있다. 그동안 웹예능과 숏폼 등 디지털 콘텐츠를 제작하며 쌓은 노하우를 바탕으로 이번 광고를 제작한 X-스페이스팀은 앞으로도 디지털콘텐츠를 넘어 다양한 분야로 영역을 확장해 나갈 계획이다.

경영전략실 X-스페이스팀 김상하

교육용 AI 스피커, ‘금쪽이 스피커’ 출시

아이들이 금쪽이 스피커를 사용해 대화하는 모습

채널A 예능 프로그램 〈금쪽같은 내 새끼〉의 마스코트인 코끼리 캐릭터 ‘금쪽이’가 교육용 AI 스피커 ‘금쪽이 스피커’로 재탄생했다.

AI스피커 전문 기업 아이오테드에서 제작한 ‘금쪽이 스피커’는 챗GPT 기반의 AI 스피커를 금쪽이 인형 내부에 부착한 형태로, 아이와 친근하게 대화하는 〈금쪽같은 내 새끼〉 속 금쪽이의 모습에서 착안해 만들어졌다.

‘금쪽이 스피커’는 연동된 앱을 통해 AI와의 대화뿐만 아니라 학교 교과목, 스피치, 영어동화 등 다양한 교육 콘텐츠를 경험할 수 있는 신개념 교구로 현재 50여 개 학교와 교육부 디지털 새싹캠프 등 교육 현장에서 활용되고 있다. 지난달 와디즈를 통해 시장에 첫 선을 보였으며, 4월 네이버 스마트스토어를 통해 정식 론칭할 예정이다.

‘금쪽이’ 스피커를 시작으로 추후 ‘흑쪽이’, ‘금쪽이 엄마’ 버전 AI 스피커도 출시될 예정이다. 제작사는 프로그램 속 아이와의 속마음 토크를 구현한 상담 기능 ‘금쪽이모드’도 7월 출시를 목표로 개발 중에 있다.

AI 분야에서의 첫 협업을 진행한 미디어커머스팀은 “앞으로도 시청자가 다양한 영역에서 채널A IP를 경험할 수 있도록 IP라이선스 사업 범위를 확대해 나갈 계획”이라고 했다.

콘텐츠사업본부 미디어커머스팀 고형석

동우

2024. 3. 18. 월

동아일보·채널A 5월 기자협회 풋살대회 첫 출전
'7회 우승' 동아·'다크호스' 채널A 축구팀 훈련 개시

男 축구팀-女 풋살팀, 각각 5월 11일과 25일 첫 경기

① 2월 26일 서울 청구역 인근 풋살장에서 훈련을 마친 채널A 'FC에이스' 선수들. ② 3월 7일 서울 효창공원 축구장에서 남자 축구팀과 합동 훈련 중인 동아일보 'FC도발' 선수들.

동아일보와 채널A의 첫 여성 풋살팀이 출범했다. 양 팀은 올해 5월 25일부터 시작되는 한국기자협회 주최 여성회원 풋살대회에 출전한다.

동아일보 풋살팀의 이름은 'FC도발'이다. '어떤 경기에서든 상대방을 도발하자'는 의미다. 평소 구기종목에 관심이 있던 여기자들을 중심으로 조직된 FC도발은 올해 기자협회 풋살대회 출전을 통해 입지를 다지고 향후 추가 회원 모집에 나선다는 계획이다. 창단 멤버로 김수연, 김수현, 김윤이, 서지원, 소설희, 유채연(주장), 이수연, 이채완, 최원영 기자 등 9명이 이름을 올렸다. 1월 6일 첫 연습을 가진 'FC도발'은 매주 목요일 오전 동아일보 축구단 정기연습에 참가해 기초체력을 끌어올리고 기본 패스 연습 등을 진행하고 있다.

채널A에도 기자협회 풋살대회 출전을 위한 풋살팀 'FC에이스'가 구성됐다. 채널A의 A를 활용해 풋살장의 에이스가 되겠다는 의미를 담았다. 강보인, 곽민경, 김승희(주장), 박자은, 박지혜, 백승연, 송정현, 유주은, 전민영 기자 등 9명이 참여했다. 동아일보와 채널A 풋살팀에는 2019년 입사한 젊은 기자들이 다수 참여했다. 코로나19 사태로 내부 구성원 간의 교류가 줄었던 만큼 운동을 통해 함께 어울릴 수 있는 풋살팀에 대한 젊은 기자들의 관심이 컸기 때문이다. 양사 풋살팀은 2월 17일 시작으로 매주 월요일 밤 합동 훈련을 진행하고 있다. 함께 기본기를 다지고 실전과 같은 미니 게임을 하며 대회 준비에 매진 중이다. 동아일보와 채널A는 5월 25일 각각 뉴데일리, 문화일보와 첫 경기를 치른다.

동아일보와 채널A 축구팀도 5월 기자협회 대회를 앞두고 3월부터 본격적인 훈련에 돌입했다. 지난해 대회 우승을 비롯해 총 7차례 우승을 차지한 강호 동아일보 축구팀은 5월 11일 문화일보-JTBC 경기의 승자와 첫 경기를 치른다. 탄탄한 실력을 갖춘 젊은 기자들이 대거 포진한 채널A도 대한경제와의 첫 경기를 시작으로 상위권 도약의 시동을 걸 예정이다.

동아일보 풋살팀(편집국 정치부) 유채연
채널A 풋살팀(보도본부 정책사회부) 김승희

새롭게 단장한 동아일보 독자정보실

2월 26일 서울 서대문구 동아일보 충정로 사옥 1층에 문을 연 독자정보실 입구

동아일보 독자정보실(DONG-A Communication Center)이 2월 26일 서울 서대문구 충정로 사옥 1층으로 옮겨 새롭게 문을 열었다. 독자정보실에서는 동아일보가 발행하는 신문과 잡지 기사, 사진 자료의 열람 및 복사가 가능하다. 신문은 1920년 창간호부터 현재까지 마이크로필름 리더기를 사용해 무료로 지면을 열람할 수 있다. 본사에서 발행하는 잡지(신동아, 여성동아, 주간동아) 기사도 쉽게 찾아볼 수 있고 보도사진 검색도 가능하다. 최근 발간된 신문은 별도로 보관해 방문 독자에게 판매하고 있다. 동아일보 기사와 사진을 이용하려면 사용처와 용도, 기간에 따른 저작물 사용료를 지불하고 사용할 수 있다. 기사에 대한 정보를 찾거나 자료 열람 복사를 원하면 전화와 e메일로 신청할 수 있으며 방문 또는 우편으로도 가능하다.

지식서비스센터 박미정

마케팅본부 동행도시락 나눔 자원봉사

마케팅본부 임직원과 이필형 동대문구청장(오른쪽에서 네 번째), 노인일자리 근로자들이 2월 15일 서울 동대문구 용신동 주민센터 앞에서 '동행도시락' 봉사활동을 진행했다.

동아일보 임직원들이 '동행도시락' 나눔 봉사활동을 진행했다. 마케팅본부는 지난해 사원확장 캠페인에 참여한 동아미디어그룹 직원 수에 맞춰 1337개의 동행도시락을 기부했고 이 중 일부를 이필형 동대문구청장과 동아일보사 직원들, 노인일자리사업 배달어르신들이 동대문구 취약계층 어르신들에게 전달했다.

지난해 10월부터 12월까지 진행한 '같이, 가치 나누다' 사원확장 캠페인은 99.7%의 참여율로 역대 최고 실적을 기록했고, 이를 통해 3만 7000여 부가 확장됐다. 우수확장 실적자에 대한 시상식은 1월 30일 동아미디어센터 CC큐브에서 열렸다. 개인부문은 10명, 단체부문은 국·실 3곳과 계열사 1곳이 수상했다. 마케팅본부는 올 하반기에도 사원확장 캠페인을 진행할 예정이다.

마케팅본부 전략기획파트 이성철

특파원 소식

편집국 임우선 차장

보도본부 조아라 기자

편집국 임우선 차장과 보도본부 외교안보국제부 조아라 기자가 미국 뉴욕을 담당할 새로운 해외 특파원으로 선발됐다. 이번에 선발된 차기 특파원들의 임기는 1년으로 올해 7월 부임 예정이다. 동아미디어그룹은 뉴스 콘텐츠 강화를 위해 뉴욕 특파원을 기존 1명에서 2명으로 확대했다.

New face 새 식구를 소개합니다

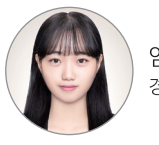
이름 / 부서
① 입사 후 포부
② 요즘 관심사
③ 최종 직장

이세진 / **채널A**
보도본부

① 빠르게 적응해 채널A에 꼭 필요한 기자가 되겠습니다!
② 건강하게 먹기, 그리고 바쁜 일상 중에 짬내서 할 수 있는 운동에 관심이 많습니다.
③ 헤럴드경제

이장환 / **채널A**
전략기획본부

① 안녕하십니까. 전략기획본부 M사업기획팀에 입사하게 된 이장환입니다. 간절히 원했던 회사에 입사하게 된 만큼 최선을 다해 열심히 하겠습니다!
② 스포츠에 대한 관심이 높습니다. 특히, 축구에 대한 관심과 애정이 많아 주로 즐기면서 시청하고 있습니다. 건강을 위해 꾸준히 축구를 취미생활로 해나가는 중입니다!



임유진 / **채널A**
경영지원본부

① 제가 부족한 점이 많겠지만 성실하게 노력하면서 채워나가고 맡은 일 외에도 적극적으로 임하면서 조직에 기여할 수 있는 사원이 되겠습니다.
② 최근 발레에 관심이 생겼습니다. 발레 영상을 보면 우아한 동작들이 신기하고 또, 동작에서 감정이 다 느껴져서 더 빠져들게 되었습니다.

DAMG 수상소식

왼쪽부터 보도본부 정치부 유승진·조민기·안보겸·조영민·최수연 기자

보도본부 정치부, 한국기자협회 이달의 기자상

보도본부 정치부 조영민, 유승진, 안보겸, 최수연, 조민기 기자가 2월 29일 한국기자협회 선정 취재보도 부문 이달의 기자상을 수상했다. 채널A는 지난 1월 대통령실과 여당 측 주류 인사가 국민의힘 한동훈 비대위원장과 비공개 회동을 갖고 한 위원장의 사퇴를 요구했다는 내용을 단독 보도했다.

왼쪽부터 DX본부 전략팀 임상아·임희래 ND, 위은지 기자

히어로콘텐츠 〈표류〉, 디지털 저널리즘혁신대상 특별상

동아일보 히어로콘텐츠팀의 '표류-생사의 경계에서 떠돌다' 시리즈가 제1회 디지털 저널리즘혁신대상 디지털 콘텐츠 부문 특별상을 수상했다. 시상을 주관한 한국온라인신문협회는 "독자의 공감을 극대화하는 인터랙티브 기사와 도전적 실험을 통해 만들어낸 수작"이라고 선정 이유를 밝혔다.

편집국 사회부 김자현 기자

편집국 김자현 기자, 대한변협 우수언론인상

편집국 사회부 김자현 기자가 2월 26일 대한변호사협회가 수여하는 우수언론인상을 받았다. 김 기자는 장기간 공석이던 사법부 수장에 조희대 후보가 유력하다는 단독 보도에 기여했고, 소년범 급증 관련 단독 보도를 통해 제도 개선점을 지적했다.

채널A 〈지구는 엄마다2-밤하늘 구하기〉 포스터

〈지구는 엄마다2〉, 방심위 '2023 올해의 좋은 프로그램'

채널A 프라임 다큐 '지구는 엄마다2-밤하늘 구하기'가 2월 21일 방송통신심의위원회 올해의 좋은 프로그램 뉴미디어 부문을 수상했다. 빛 공해가 심각한 현대 사회에서 세계 각지의 별이 가득한 밤하늘과 다양한 볼거리를 담아 좋은 평가를 받았다.