

# 東友

【社是】

민족의 표현기관으로 자임함  
민주주의를 지지함  
문화주의를 제창함

2018년 7월 2일 월요일  
제223호

발행인

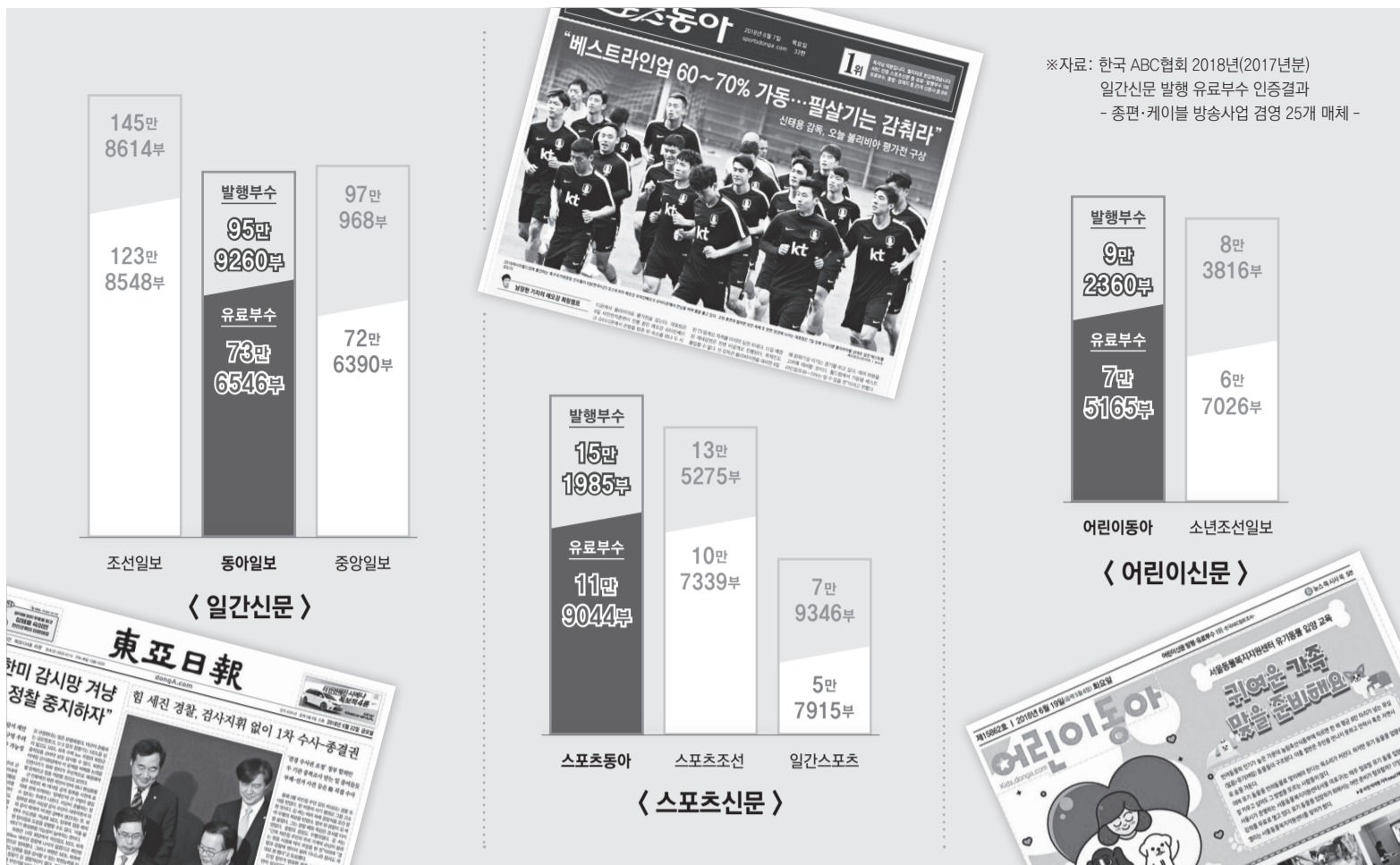
김재호

편집위원

- 권해정(동아PDS)
- 김민지(동아E&D)
- 김석호(마케팅본부)
- 김영환(AD본부)
- 김중석(채널A 보도본부)
- 구희인(출판국)
- 남형주(재경국)
- 박형순(동아에드넷)
- 빈지훈(동아MD)
- 양형모(스포츠동아)
- 유성열(편집국)
- 이정애(동아사이언스)
- 이종원(문화사업본부)
- 정기성(동아닷컴)
- 정소림(경영지원국)
- 조현성(동아프린테크)
- 최한나(미래전략연구소)

(가나다순)

제작 : 경영총괄팀(구내 0636)



한국ABC협회 '2018년(2017년분) 일간신문 발행 및 유료부수 인증결과'에서 동아미디어그룹 일간지들이 거둔 성과. 동아일보, 스포츠동아, 어린이동아는 독자들이 믿고 찾는 '가치 있는 신문'으로 계속 성장하고 있다.

## 뜸직한 동아일보... 유료부수 더 늘었다

### ABC인증 2위, 양강체제 굳혀 스포츠동아는 스포츠지 1위 어린이동아도 2년 연속 1위

동아미디어그룹 일간지의 위상이 한층 더 확고해졌다. 동아일보는 대한민국 신문 시장이 '동아-조선' 양강 구도임을 다시 한번 각인했고, 스포츠동아와 어린이동아는 정상에 차지했다.

한국ABC협회가 6월 4일 발표한 '2018년(2017년분) 일간신문 발행 및 유료부수 인증결과'에 따르면 동아일보(73만6546부)는 유료부수에서 조선일보(123만8548부)에 이어 2년 연속 2위를 차지했다. 중앙일보(72만6390부)는 지난해에 이어 올해도 3위에 머물렀다. 스포츠동아(11만9044부)는 스포츠신문 시장에서 1위에 올랐으며 스포츠조선(10만7339부)과 중앙일보 계열 일간스포츠(5만7915부)는 각각 2위와 3위에 그쳤다. 또 어린이신문 부문에서는 어린이동아(7만5165부)가 1위, 소

년조선일보(6만7026부)가 2위였다. 이번 인증 심사는 종합편성채널 또는 케이블TV를 겸영하고 있는 일간신문 25개사를 대상으로 진행됐다. 유료부수는 발행부수 가운데 정기구독자, 가판 등 실제 판매된 부수로 집계한다.

#### 가치 있는 신문, 동아일보

이번 ABC협회의 인증 결과에 따르면 동아일보의 유료부수는 전년보다 7132부 늘어 3위인 중앙일보와의 격차는 더 커졌고 조선일보와의 격차는 좁혀졌다. 조선일보와의 유료부수 격차는 5년 연속 줄고 있다.

독자들이 가정에서 동아일보를 구독하거나 가판에서 직접 동아일보를 구입한 부수는 중앙일보보다 12만부 가량 더 많으며 이는 지난해(9만부)보다 3만부 더 증가했다. 동아일보를 믿고 직접 찾아오는 '적극적인 독자'가 그만큼 늘었다는 의미로 풀이된다.

2년 연속 고무적인 결과가 나온 데는 동아미디어그룹 조직원들의 일치된 노력이 있었기에 가능했다. 편집국은 지난해 '청년이라 죄송합니다' '학교 안

어린이집'과 같은 명품 콘텐츠를 생산했고, 그래픽과 일러스트를 융합한 과감한 편집 시도로 차별화된 지면을 선보였다.

마케팅본부 역시 적극적으로 신규 독자를 발굴했고, 독자와 최접점에 있는 독자센터 관리에 각별히 공을 들였다. 또 전 조직원들이 참여한 사원 확장 및 재연결 캠페인도 큰 힘이 됐다.

#### '클린페이퍼'의 힘, 스포츠동아

스포츠동아는 지난해 유료부수 2위에서 올해 1위로 올라섰다. 스포츠동아는 국내에서 발행되고 있는 스포츠신문 중 유일하게 성인광고가 없는 '클린페이퍼'다. 이는 독자들에게 스포츠동아가 '온 가족이 함께 보는 건전한 스포츠신문'으로 인정받는 원동력이 되었다.

또 스트레이트 기사의 비중은 줄이고 기획물, 인터뷰 기사 등을 늘려 '읽는 재미'에 '보는 맛'을 더했다. 스포츠연예 경제 분야에서 화제가 되는 이슈를 깊이 있게 분석해 주목도가 높은 면에 집중 배치한 점도 1위 탈환의 요인이다. 특히 '루키 인터뷰' '베테랑 토크'

'이야기가 있는 마을' 등의 연재 코너가 인기를 끌었다.

#### 1등 어린이신문, 어린이동아

어린이동아는 지난해에 이어 2년 연속 가장 많이 보는 어린이신문으로 기록됐다. 어린이동아는 뉴스를 전달하는 신문에서 나아가, 어린이 독자가 뉴스에 대한 생각을 정리하고 신문 위에 직접 펼쳐보는 워크북 신문으로 진화하고 있다.

'오늘의 뉴스'가 실린 지면에는 자신이 읽은 시사 뉴스를 낱말퍼즐, 알쏭달쏭 퀴즈 코너 등을 통해 다시 한번 확인하고 정리할 수 있도록 꾸몄다. 어려운 뉴스를 어린이 눈높이에 맞춰 해설하는 '뉴스 꼭 시사 쑥' 코너는 대화체로 이슈를 설명하며 논술과 토론 실력을 키울 수 있게 돕는다. 인공지능, 드론, 빅데이터 등 최신 지식과 정보를 만화도 그린 '학습 만화'도 어린이동아의 인기 비결이다.

동아일보가 유료부수에서의 성과를 발판 삼아 여론영향력을 확대하고, 수익성 측면에서도 긍정적 결과를 만들어 내기를 기대한다. 마케팅본부 지원팀 신도규 스포츠동아 뉴미디어전략팀 양형모

## 채널A, 스트리트 패션브랜드 '비토우(Be.T.ow)' 널리 알려주세요

### 실용감각 앞세워 젊은 세대 겨냥... 임직원은 30% 할인 젊은 아티스트와 협업, 새로운 문화 창조 파트너 역할

채널A가 스트리트 패션 브랜드 '비토우(Be.T.ow)'를 6월 11일 론칭했다. 비토우는 20대 중반에서 30대 초반 남성이 메인 타깃이지만 오버핏과 스트리트 패션을 즐기는 여성에게도 충분히 어필할 수 있는 유니섹스 브랜드이다.

스트리트 패션은 10,20대를 기반으로 성장했지만 최근에는 패션에 관심이 많은 30,40대까지 확산되는 추세다. 국내에서도 스트리트 패션 브랜드를 취급하는 온·오프라인 편집숍이 지속적으로 증가하는 등 시장이 날이 커지고 있다.

채널A 콘텐츠사업팀은 이러한 시장 트렌드를 채널A 인기예능 프로그램(나

만 믿고 따라와, 도시어부)의 슬로건과 접목시켜 새로운 스트리트 패션 브랜드 비토우를 탄생시켰다.

실제 비토우라는 브랜드명은 도시어부의 슬로건인 'Believe me, Trust me, Follow me'의 철자를 조합해 만들었다. 브랜드를 통해 스트리트 패션과 라이프스타일의 방향을 제시하겠다는 의지를 담은 표현이다. 이와 함께 채널A는 단지 패션브랜드를 론칭하는데 그치지 않고 다양한 분야의 젊은 아티스트와 협업해 그들을 후원하고 새로운 문화 도약의 발판을 마련하는 파트너로서의 역할도 할 계획이다.

비토우가 올 여름을 겨냥해 첫 출시



스트리트 패션 브랜드 '비토우'의 티셔츠와 캠프 캡을 착용한 모델.

한 '빌리브' 라인은 티셔츠부터 팬츠, 캠프 캡, 삭스 등 다양한 라인업을 갖추고 있다. 로고와 레터링 등 타이포그래피를 활용하는 디자인과 빛을 반사하는 리플렉티브 소재를 사용해 세련되고 트렌디한 느낌을 살렸다. 향후 스트리트 컬처 분야 아티스트들과의 콜라보레이션으로 제작하는 '트러스트' 라인과 다양한 아이디어의 실험을 보여주는 '팔로우'

라인도 순차적으로 출시할 예정이다. 비토우 전 제품은 채널A의 미디어 커머스 쇼핑몰 '오티티닷컴'(shop-ott.com)과 패션 전문 온라인 편집숍 '무신사'(store.musinsa.com)에서 만나볼 수 있다. 동아미디어그룹 임직원은 오티티닷컴을 통해 구매하면 30% 할인받을 수 있다.

경영전략실 콘텐츠사업팀 이시경

우리의 매일이 달라지면  
우리의 가치가 올라갑니다.

ABC 유료부수 인증과 TV 화제성 조사에서 동아일보와 채널A 예능프로그램이 큰 성과를 이뤘습니다. 좋은 콘텐츠와 정확한 타기팅, 효과적인 마케팅을 위해 함께 노력한 결과입니다. 전세계 미디어기업들의 치열한 생존투쟁의 현장, 국제뉴스미디어협회(INMA) 총회에 다녀왔습니다. 채널A의 스트리트 패션 브랜드 '비토우(Be.T.ow)'의 '대박'을 기원합니다.

## 東亞日報

서울 종로구 청계천로 1 동아일보사

# 예술영화까지... 채널A 편성, 다양한 시청자의 꿈 담는다

‘미라클 벨리에’ 등 잔잔한 작품 방영 ‘씨네프리즘’ 론칭  
어린이 타깃 교육 프로그램과 심층 다큐도 선보여  
천일야사, 여성 주인공 편을 재편집... ‘여인천하’ 눈길

다양한 시청자의 꿈과 희망을 담기 위한 채널A의 노력이 본격화되고 있다. 다채롭고 균형을 갖춘 장르 편성을 통해 방송의 품격을 높여나가고 있는 것이다.

### 독립·예술영화 ‘씨네프리즘’ 론칭

채널A는 6월 2일부터 매주 토요일 밤 12시에 작품성이 뛰어난 국내외 영화를 시청자들에게 소개하는 ‘씨네프리즘’을 방영하고 있다. ‘씨네프리즘’에선 다양한 시청자들의 관심을 반영하기 위해 어린이와 청소년, 여성, 노인, 장애인, 이주민 등 소수자 관련 작품이 소개된다. 특히 국내외 영화제 수상작이지만 평소 접하기 어려운 국내의 독립·예술 영화들이 다수 포함돼 있다.

6월 23일 방영된 ‘미라클 벨리에’는 2014년 개봉해 프랑스에서 흥행에 성공한 작품이다. 세자르 영화제에서 작품상, 각본상 등 6개 부문 후보에 올랐고, 주연을 맡은 배우 겸 가수 루안 에메라는 신인 여우상을 받았다. 6월 2일 방영된 ‘다시 태어나도 우리’는 문창용·전진 감독이 연출한 다큐멘터리 영화로, 전생을 기억하는 아홉 살 소년 ‘양뚜’와 그의 유일한 버팀목이 되어주는 스승 ‘우르간’의 동행을 히말라야의 절경과 함께 담았다. ‘2018 들꽃영화상 다큐멘터리 감독상’ ‘제 67회 베를린 국제영화제 제너레이션 대상’을 받으며 작품성을 인정받았다.

채널A는 앞으로도 작품성과 감동을 함께 갖춘 영화, 삶에 지친 관객들에게 위안을 주는 작품들을 찾아 편성할 계획이다.

66  
〈씨네프리즘〉 통해  
국내의 독립 예술영화 방영

### 어린이 위한 다양한 프로그램 편성

어린이 시청자들을 대상으로 한 다양한 프로그램을 편성하는데도 채널A가 앞장서고 있다. 채널A는 실질적으로 어린이 시청자들이 시청가능한 평일 오전 7시 시간대에 ‘터닝메카드W시리즈’ ‘헬로카봇 시즌5’ 등 애니메이션들을 방영해 왔다.

어린이 프로그램의 질적 향상을 위해 어린이를 위한 교육 프로그램도 편성하고 있다. 평일 오전 7시 시간대에 일반 애니메이션과 번갈아 방송되고 있는 ‘속담이 야호’는 대표적인 EBS 교육 프로그램 중 하나로, 어린이들이 흥겨운 국악장단과 속담송을 통해 자연스럽게 우리 속담과 친해지도록 돕는다.

채널A는 앞으로도 방송의 공적 책임을 다하기 위해 어린이 시청시간대에 수준 높은 어린이 프로그램 편성을 지속해 나갈 계획이다.

### 완성도 높은 심층다큐 〈채널A스페셜〉

채널A는 자연, 예술, 문화 등 다양한 주제의 완성도 높은 다큐멘터리를 소개하는 심층 다큐 프로그램인 ‘채널A스페셜’을 꾸준히 편성하고 있다.



채널A는 다채롭고 균형을 갖춘 장르 편성으로 다양한 시청자의 꿈과 희망을 담고 있다. ‘씨네프리즘’에서 방영된 프랑스 에릭 라르티고 감독의 성장 영화 ‘미라클 벨리에’(①). 평일 오전 7시 시간대에 일반 애니메이션과 번갈아 방송되고 있는 어린이 프로그램 ‘속담이 야호’(②). 여성들이 주인공이었던 편을 재편집한 ‘천일야사 여인천하’(③).

〈채널A스페셜-이지사이언스〉는 어렵게만 생각하던 과학의 세계를 쉽게 풀이해 주는데 초점을 맞췄다. ‘얼음을 전 자랜지에 돌린다면 녹을까’ ‘흑설탕은 유통기한이 없을까’ 등 실생활에서 만날 수 있는 의문들을 바탕으로 각종 실험, 전문가 인터뷰 등을 통해 궁금증을

해소해준다. 이밖에도 〈채널A스페셜-녹색의꿈〉 〈채널A스페셜-문명〉 등 다양한 주제의 다큐멘터리를 방영해 다양한 시청자들의 선택폭을 넓히고 있다. 그밖에 2016년부터 방송을 시작해 꾸준히 사랑을 받아온 〈천일야사〉는 최근

여성들이 주인공이었던 편을 재편집한 ‘천일야사 여인천하’를 선보였다. 역사 속에서 주체적으로 활동해온 여성들의 이야기를 부각시킨 것으로, 여성 시청자들로부터 큰 호응을 얻고 있다.

편성본부 콘텐츠편성전략팀 윤송이  
편성본부 콘텐츠편성전략팀 이한나

## “초심 지켜 잘 만드니 시즌2도 대성공” 하트시그널 열기, 해외서도 후끈

국내 ‘비드라마 부문’ 화제성 1위, 동영상클립 재생 1위  
미국 ‘드라마피버’에서 방영... 일본-중국서도 인기몰이

6월 15일 시그널 하우스 입주자들의 마지막 선택이 공개되고, 최종 커플이 탄생하면서 ‘하트시그널 시즌2’가 화려한 막을 내렸다. ‘하트시그널 시즌2’는 온라인 화제성과 조회수 등에서 놀라운 기록을 세우며 ‘국민 썸 예능’의 왕좌를 굳건히 지켰다. ‘하트시그널 시즌2’의 인기몰이는 국내뿐만 아니라 해외에서도 이어지고 있다.

### 올 상반기 최고의 화제작

〈하트시그널 시즌2〉는 올 상반기 최고의 화제작으로 평가 받고 있다. TV 화제성 조사전문기관인 굿데이터코퍼레이션에 따르면 하트시그널은 6월 1주 차까지 9주 동안 비드라마 부문 화제성 1위 자리를 지켰다.

프로그램 뿐 아니라 출연자들의 화제성도 남다르다. 오영주, 김현우, 임현주, 김도균 등 출연자 7명 중 6명이 비드라마 부문 화제성 10위권에 진입했으며 6월 1주차에는 오영주와 김현우가 1, 2위에 각각 오르기도 했다. 연예인을 제치고 한 프로그램의 일반인 출연자가 1, 2

위에 오른 건 매우 이례적이다. 최근 오영주와 정재호는 한 화장품 회사의 광고 모델로 선정되는 등 종방 후에도 이들에 대한 관심이 여전히 뜨겁다.

〈하트시그널 시즌2〉의 인기는 온라인 트래픽 수치로도 확인된다. 네이버, 다음 등 SMR(스마트미디어랩) 집계에 따르면 ‘하트시그널 시즌2’는 4회차만에 284만 조회수를 기록하며 시즌1의 최고 조회수인 246만을 넘어섰다.

특히 8회가 방송된 5월 첫째 주에는 777만 조회수를 기록하며 역대 최고 조회수를 경신했다. 또 지난 5월 온라인 영상 클립 총 누적 조회수 2461만1390건을 기록하며 5월 동영상 재생 순위 1위에 올랐다.

### 해외에서도 인기 시그널

〈하트시그널 시즌2〉의 인기 시그널은 국내를 넘어 해외시장에서도 포착되고 있다. ‘하트시그널 시즌2’는 미국 온라인 동영상 플랫폼 드라마피버(DramaFever)를 통해 미국 현지시간으로 매주 화요일에 영어, 스페인어, 포



〈하트시그널 시즌2〉는 3월 20일(현지시간)부터 미국 온라인 동영상 플랫폼 드라마피버(DramaFever)를 통해 미국 전역에 매주 화요일 공개됐다. 〈하트시그널 시즌2〉는 60만 건 이상의 조회수를 올리며 드라마피버가 제공하는 연애리얼리티 프로그램 중 최고 조회수를 기록했다.

르투갈어 자막과 함께 공개됐다. 드라마 피버는 북미와 남미, 유럽, 오세아니아 지역에 VOD 서비스를 제공하는 플랫폼이다. 해외 현지 반응은 뜨거웠다. ‘하트시그널 시즌2’는 60만 건 이상의 조회수를 올리며 드라마피버가 제공하는 연애리얼리티 프로그램 중 최고 조회수를 기록했다.

이런 결과에 놀란 듯 드라마피버는 자사 홈페이지에 ‘하트시그널2가 한국에서 최고의 연애 예능으로 꼽히는 이유’라는 제목의 글을 신기도 했다. 이 글에서는 ‘하트시그널2’의 인기 요인으로 ‘스리얼리티’와 ‘드라마적인 요소’를 갖춘 점, ‘리얼리티 프로그램’과 ‘드라마적인 요소’를 갖춘 점, ‘스리얼리티 하우스’ 입주자들의 복잡 미묘한 러브라인, ‘스리얼리티’를 추구할 때의

흥미로움 등을 꼽았다. ‘하트시그널 시즌2’는 드라마피버뿐 아니라 일본 아베마 TV와도 계약을 맺은 상태다. 중국과 인도네시아에서도 구매품의 문의가 이어지고 있어 국내를 넘어 ‘글로벌 썸 예능’의 자리에 오를 것으로 기대된다. 편성본부 콘텐츠편성전략팀 노수아  
경영전략실 미디어플랫폼팀 최윤석

# “경쟁의 경계 무너져... 독자-시청자를 기다리지 말고 찾아가라”

## 국제뉴스미디어협회 세계총회서 ‘위기속 기회’ 모색 전혀 다른 분야와 협업 통한 타기팅 딜리버리 절실

미국 도미노피자는 스스로를 음식업체가 아닌 기술업체로 규정한다. 피자 주문과 배달 현황을 다양한 플랫폼에서 확인할 수 있는 추적기(Pizza Tracker)를 꾸준히 업그레이드하고, 음식업체 중 최초로 드론을 이용한 배달과 아마존 알렉사를 통한 주문을 실현했다. 가상비서와 자연어처리 기술에 집중 투자했고, 최근에는 ‘인공지능(AI) 퍼스트’ 전략을 추구한다. 조직 관리부터 소비자 분석까지 모든 것을 할 수 있는 첨단기업이 됐다.

미국 뉴욕 메트로폴리탄박물관은 노래 가사와 소장 작품을 결합한 영상 스트리밍 앱 ‘힙합 프로젝트’를 만들고, 힙합 춤꾼들이 중세 갑옷을 입고 댄스배틀을 하는 ‘라이브 아트’를 기획해 화제를 모았다. 자신들의 경쟁자는 다른 미술관이 아닌 빅플릭스와 ‘캔디크러쉬 사가’(모바일 게임)라고 했다.

### “미디어의 경쟁자는 미디어가 아니다”

6월 3-5일 미국 워싱턴에서 열린 국제뉴스미디어협회(INMA) 2018년 세계총회에서는 미디어 기업들이 새로운 정체성을 정립해야한다는 주문이 이어졌다.

디지털 비즈니스 전문가인 데이빗 로저스 미국 컬럼비아 경영대학원 교수는 킴오프 강연에서 도미노피자와 메트로폴리탄의 예를 들면서 “호텔들이 플랫폼 업체(에어비앤비)와 경쟁하듯이 미디어 회사도 전혀 다른 분야들과 경쟁하고 협업해야 한다”고 말했다.

이는 경영학자의 교과서적인 지적이 아니었다. 총회에 참석한 47개국 언론

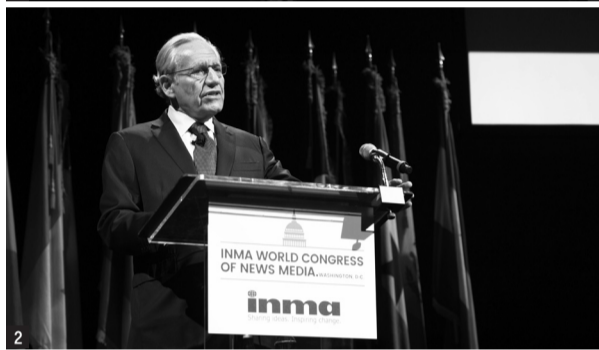
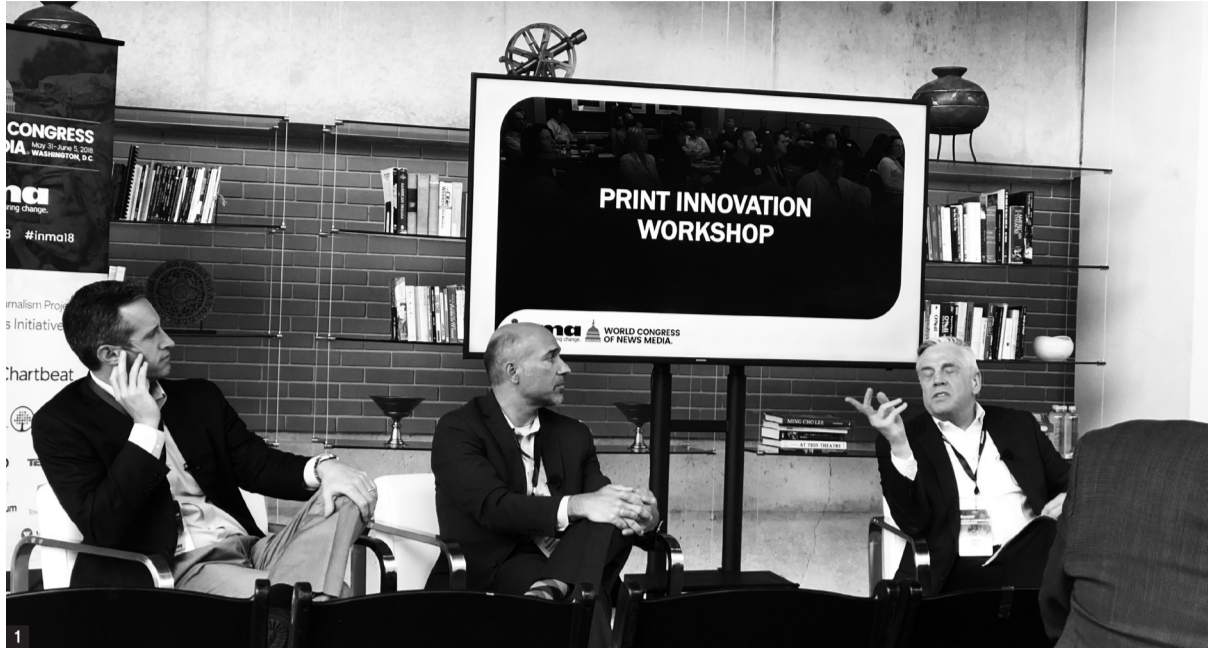
종사자 500여 명 사이에서도 혁신의 방향에 대한 이야기가 끊이지 않았다. 미디어의 경쟁자가 미디어만이 아니라는 고민은 언론사의 형태와 규모를 가리지 않았다. 취재와 보도라는 본연의 역할을 유지하면서, 이를 새로운 형태와 다양한 플랫폼으로 변주하기 위한 고심의 장이었다.

### 독자를 기다리는 시대는 종료

강연자나 토론 참석자들은 공통적으로 “독자를 기다리지 말고 찾아가라”고 말했다. 이는 콘텐츠와 플랫폼 모두에 해당하는 얘기다.

미국 NBC 방송은 스냅챗에서 ‘스테이 튠(Stay Tuned)’ 서비스를 통해 기존 뉴스와 전혀 다른 2분짜리 뉴스 브리핑 영상을 매일 두 번 올린다. 앤드류 스프링어(Andrew Springer) 책임 프로듀서는 “NBC 메인뉴스 시청자는 평균 55세지만 스테이 튠 독자의 75%는 25살 이하”라며 “우리는 다른 뉴스를 듣고 다른 곳을 찾아가서 새로운 사람들을 얻었다”고 말했다.

워싱턴포스트도 제프 베조스 아마존 대표가 인수한 이후 기술 투자를 늘리고 뉴미디어를 적극 활용하고 있다. 미국 인기 커뮤니티 ‘레딧’에 언론사 최초로 입성한데 이어 10대가 주류인 게임 방송 플랫폼 ‘트위치’까지 진출했다. 소셜 미디어 담당자 진 박(Jean Park)은 “신문과 뉴스를 안보는 어린 친구들이 모여 있는 곳으로 찾아가서 어릴 때부터 워싱턴포스트를 친숙하고 믿게 만드는 것이 전략”이라고 전했다.



세계의 미디어 전문가들이 6월 3-5일(현지시간) 미국 워싱턴에서 열린 '2018 국제뉴스미디어협회(INMA) 세계총회'에서 토론을 하고 있다(①). 워터게이트 사건을 특종보도했던 미국 워싱턴포스트 밥 우드워드 기자의 연설 모습(②). INMA 세계총회 강연을 집중해서 듣고 있는 청중들(③).

### 데이터를 통한 타기팅 딜리버리

미디어 경영자들은 특히 데이터의 중요성을 강조했다. 사용자 특성 및 반응에 대한 분석을 통해 탄생한 맞춤형 콘텐츠와 서비스가 늘고 있기 때문이다.

스웨덴의 미트미디어(MittMedia)는 독자 분석 결과 ‘집이 잘 팔리는 이유’를 다른 기사를 가장 많이 읽는다는 점을

발견했고, 부동산 기사 자동 작성 시스템 ‘Homeowner’s Bot’을 개발했다. 로빈 고빅(Robin Govik) 디지털 수석은 “최신 부동산 거래 기사 1만 건을 4개월간 집중적으로 작성한 결과 온라인 유료 구독자가 급증했다”고 전했다.

취재 데이터를 활용해 광섬유 사업을 시작한 뉴질랜드의 스텠프(Stuff), 광고

주 정보를 기반으로 마케팅 솔루션을 개발한 미국 가넷(Gannett)도 미디어 기업의 새로운 가능성을 보여줬다. 여기저기에 같은 콘텐츠를 관행적으로 뿌리는 것이 아니라, 독자의 특징과 수요에 맞춘 타기팅 딜리버리와 성과 분석이 중요해지는 이유다.

워싱턴=경영전략실 미디어플랫폼팀 김희균

## 해양수산 일자리 안내부터 귀어-귀촌 정보까지...

### 2018 Sea FARM SHOW 해양수산·양식·식품박람회 개최

“해양생물을 이해하는 좋은 기회였습니다. 맛있는 음식도 먹으니 너무 좋았어요.”

경기 파주시에서 아버지와 함께 온 소윤호 군(11)은 ‘2018 Sea Farm Show-해양수산·양식·식품 박람회’에 참가한 소감을 이렇게 말했다.

동아일보와 채널A, 해양수산부가 ‘바다가 미래다’라는 주제로 6월 15-17일 경기 고양시 킨텍스에서 개최한 이번 박람회는 사흘간 2만여 명의 관람객들이

모여 대성황을 이뤘다. 올해로 3회째를 맞는 이 행사는 국내 최대규모의 해양수산 박람회이다. 해를 거듭할수록 중장년층뿐만 아니라 다양한 연령층으로부터 사랑을 받고 있다. 올해는 예년에 비해 어린 자녀를 데리고 온 젊은 부부, 양식업이나 귀어에 관심을 갖는 청년층의 방문이 두드러졌다.

해양수산·양식·식품 분야에서 취업 및 창업 기회를 확대해 일자리를 제공하

겠다는 동아미디어그룹의 의지는 올해도 단연 빛이 났다.

미래양식기술관, 지자체관, 먹거리체험관, 해양레저스포츠관으로 구성된 전시장에 공공기관과 기업, 지자체 등 70곳이 124개 부스를 열어 해양수산 분야 산업과 일자리, 귀어·귀촌 정보를 제공하도록 했다.

올해 처음 선보인 해양레저스포츠관에는 바다낚시에 속 빠진 ‘도시어부’들의 발길이 이어졌다. 채널A의 인기 예능 프로그램 <나만 믿고 따라와, 도시어부>의 흥행 덕분에 바다낚시에 대한 일반인들의 관심이 날로 높아지고 있는 상황이다. 세계낚시리거(FLW)가 연 바다낚시 기술에 대한 강연도 폭발적 인기를 끌었다.

6월 17일 오후에 열린 참다람어 해체쇼는 사흘간 진행된 이벤트 중 가장 많은 관람객이 몰렸다. 200여 명의 관람객이 한꺼번에 몰리면서 일부 관람객은 서서 봤을 정도다. 쇼가 끝난 뒤 이어진 참다람어 시식 행사 때는 긴 줄을 서서 기다려야 했지만 관람객들은 스마트폰으로 사진을 찍으며 마냥 즐거워 했다.

편집국 산업2부 주어진

## 동아일보 창간호 - 일장기말소사건 지면 ‘동아정신 상징’, 광화문에도 분산 보관

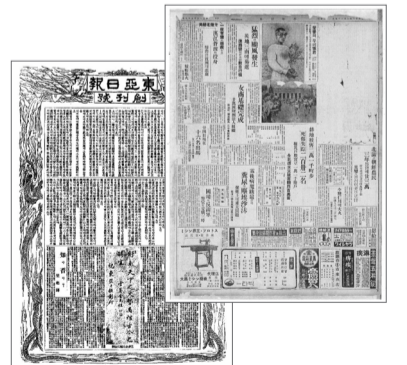
### 안산서고 보관본 중 1부씩, 안전보존 위해 옮겨

동아일보 98년 역사의 시작인 창간호와 일제시대 항일운동의 표상인 일장기말소사건 지면이 광화문으로 왔다. 지식서비스센터는 6월 20일 창간호(1920년 4월 1일자)와 일장기말소사건 지면(1936년 8월 25일자) 1부씩을 안산서고에서 광화문 신문박물관 수장고로 옮겼다.

2009년 3월 국가기록원이 민간 신문으로는 처음으로 ‘국가중요기록물’로 지정한 창간호와 일장기말소사건 지면은 황변이나 바스라짐 등 훼손을 예방하기 위해 특수 보존 처리를 받았다. 보존용 필름에 봉합 처리된 지면들은 지금까지 안산서고에 각 3부씩 보관돼 있었다.

2004년 만들어진 안산서고는 창간호를 비롯한 동아일보 지면은 물론 동아일보가 발간한 각종 잡지 원본과 동아방송(DBS) 녹음자료, 기사스크랩 등이 보관돼 있다.

이번에 지면 1부씩을 광화문으로 이전한 것은 동아일보의 귀중한 사료를 보다 안전하게 분산 보존하기 위해서



1920년 4월 1일자 창간호(왼쪽 아래)와 1936년 8월 25일자 일장기말소사건 지면.

다. 조선시대에도 만일의 사태에 대비해 조선왕조실록 등 중요 사료는 여러 부를 만들어 각기 다른 지역의 사고(史庫)에 나눠 보관했다.

2000년에 개관한 신문박물관 수장고는 항온항습 설비와 철저한 출입통제로 안전하게 보관하는데 최적의 장소다. 다만, 신문박물관은 수장고에 있는 창간호와 일장기말소사건 지면 원본은 전시하지 않고 사본을 전시하고 있다. 지식서비스센터 콘텐츠팀장 구미애



6월 15-17일 경기 고양시 킨텍스에서 열린 '2018 Sea Farm Show-해양수산·양식·식품 박람회'에선 유치원생과 초등학생을 대상으로 하는 '바다 사랑 그림 그리기 대회'도 열렸다. 그림 대회에 참석한 어린이들이 자신의 그림을 들고 환한 미소를 짓고 있다.

# “동아의 미래 우리가 책임지겠습니다”

## 동아일보-채널A 수습-경력 입사자



### 새 식구를 소개합니다

#### 이름 / 부서

- ① 출생연도      ② 최종 직장/학교      ③ 입사 후 포부      ④ 요즘 관심사



**박광일** / 동아일보  
편집국 사회부 대구경북취재본부

- ① 1985년
- ② 영남일보
- ③ 항상 동아일보 기자가 되는 것을 꿈꿔왔습니다. 앞으로 동아일보라는 이름이 부끄럽지 않은 참된 기자가 되고 싶습니다.
- ④ 어떻게 하면 더 참신한 아이디어를 발굴하고, 꼼꼼하게 취재하고, 깊이 있는 기사를 쓸 수 있을 지가 가장 큰 관심사입니다.



**윤다빈** / 동아일보  
편집국 사회부

- ① 1989년
- ② 뉴시스
- ③ 기자로서 기본기를 탄탄하게 다지고 싶습니다. 가려져 있는 팩트를 발굴하고 이를 기사화해 지면에 활기를 불어넣겠습니다. 사회 트렌드를 선도하고, 구조적인 문제를 짚는 기획기사도 많이 써보고자 합니다.
- ④ 월드컵과 한국 축구, 채용 비리, 남성 혐오 현상, 소득 양극화



**박효목** / 동아일보  
편집국 정치부

- ① 1990년
- ② 문화일보
- ③ 동아일보의 오랜 역사와 전통에 누가 되지 않도록 자부심을 갖고 열심히 하겠습니다. 정당팀 말집 기자로서 훌륭한 선배들 밑에서 열심히 배우며 열근 성장하겠습니다.
- ④ 여행을 자주 다닙니다. 나만의 장소를 찾아 커피를 마시며 여유를 즐길 때면 일상 속에서 쌓였던 스트레스가 풀리는 기분이 듭니다.



**고도예** / 동아일보  
편집국 사회부

- ① 1991년
- ② 헤럴드경제
- ③ 디테일까지 정확한 기사를 쓰고 싶습니다. 정확한 기사를 쓰는 기자만이 온라인 시대 독자의 선택을 받을 수 있다고 생각합니다. 꼼꼼히 확인하고 기사 쓰겠습니다.
- ④ 건강식품에 관심이 많습니다. 마중, 밀크씨슬을 복용 중인데 6개월이 되면 효과가 나타난다고 합니다. 기회가 된다면 6개월 뒤에 후기 알려드리겠습니다.



**홍석호** / 동아일보  
편집국 사회부

- ① 1990년
- ② 국민일보
- ③ 우선 빠르게 적응하는 것이 목표입니다. 원래부터 이 자리에 있었던 것처럼 신속하게 적응해 지면에 기여하고 싶습니다. 앞으로도 배움의 자세로 나아가겠습니다.
- ④ 새로운 환경에 적응하고, 처음 만난 사람들과 친해지는 것이 가장 큰 관심사입니다. 꾸준히 할 수 있는 운동이나 취미를 가져야겠다는 생각도 있습니다.



**김충민** / 동아일보  
편집국 뉴디자인팀

- ① 1985년
- ② 조선일보
- ③ 지난 7년간 사건사고, 인체, 과학 그래픽을 전담했습니다. 현재에 안주하지 않고 스스로 공부하고 발전하는 그래픽 기자가 되겠습니다.
- ④ VR 산업의 성장으로 실시간 렌더링 기술에 관심이 많습니다. 시간이 있다면 유니티, 언리얼 엔진 등 게임엔진을 공부해서 실무에 적용도 해보고 싶습니다.



**고재석** / 동아일보  
출판국 신동아팀

- ① 1986년
- ② 시사저널
- ③ 다시 처음부터 사회생활을 시작하는 기분입니다. 신입사원의 마음으로 일하고 새로운 100년 후에도 이름이 남을 멋진 미디어 회사의 일원으로 자리매김하겠습니다.
- ④ 이웃의 살림살이에 시선을 건네고자 노력하고 있습니다. 경제현상에 인문사회학적인 감수성을 곁들이는 취재기사, 정해진 관점에 얽매이지 않는 경제기사를 쓰겠습니다.



**정명우** / 동아일보  
미래전략연구소 경영교육팀

- ① 1979년
- ② 헤럴드
- ③ 면접 때 자신 있게 말씀드렸던 사업전략을 보여드릴 차례라고 생각합니다. 경영교육팀이 동아일보에서 가장 뛰어난 부서로 발전할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.
- ④ 11개월 밖에 되지 않은 딸이 가장 큰 관심사입니다. 아이가 있어서 더욱 힘이 나고 행복하다는 것을 곧 결혼을 앞둔 많은 분들께 알려드리고 싶습니다.



**김현중** / 동아일보  
경영지원국 시설관리팀

- ① 1988년
- ② 동우유니온
- ③ 동아일보 건물 내의 장비만큼은 모르는 게 없는 사람이 되는 것이 목표입니다. 그래서 어떤 일이든 처리할 수 있고, 또 믿고 맡길 수 있는 인재가 되고 싶습니다.
- ④ 자격증에 관심이 많습니다. 열심히 노력해서 만든 결과물을 눈으로 직접 볼 수 있다는 게 참 기분 좋은 일인 거 같습니다. 특히 소방관련 자격증에 관심이 있습니다.



**김미영** / 채널A  
경영전략실 콘텐츠사업팀

- ① 1993년
- ② 한동대 언론정보문화학부
- ③ 학교에서 배우고 익힌 능력을 잘 활용해서 채널A가 추진하는 다양한 사업에 도움이 될 수 있는 사원이 되도록 하겠습니다.
- ④ 유튜브로 영상을 보는 것이 큰 즐거움입니다. 퇴근 후 유튜브로 '이승국쇼'를 보면 스트레스 해소가 제대로 됩니다.

### 간 기능 향상시키는 '간(肝) 편한 밥상'



간은 우리 몸으로 흡수되는 독소를 해독하는 작용을 하기 때문에 간 기능이 저하되면 해독 기능도 떨어져 몸 안에 독소가 쌓이게 됩니다. 이번 '몸신'에서는 간 해독 효과가 큰 가지를 이용해 '가지 고추 볶어찜' 만드는 법을 소개합니다. 가지는 브로콜리나 시금치보다 항암 효과가 2배 높고, 안토시아닌 성분이 활성산소를 제거해 간 해독에 도움을 줍니다.

먼저 가지 500g, 아삭이 고추 300g, 북어포, 멸치육수, 양념장을 준비합니다. 가지는 꼭지를 제거한 후 길게 4등분, 아삭이 고추는 꼭지를 제거한 후 길게 2등분을 합니다. 길게 썬 가지와 고추를 달군 그릴 팬에 갈색 빛이 날 때까지 앞뒤로 구워줍니다. 간장 6큰술, 다진 마늘 3큰술, 식초 2큰술, 들기름 3큰술, 고춧가루 1큰술, 꿀 2큰술, 청주 2큰술을 넣고 양념을 만듭니다. 냄비에 고추, 북어, 가지 순으로 썰어 올린 후 멸치 육수 400ml와 양념장을 부어서 끓여주면 '가지 고추 볶어찜'이 완성됩니다.

편성본부 콘텐츠편집전략팀 김정석



① 큰 가지 5개, 아삭이 고추 300g, 북어포, 멸치육수 400ml, 양념 재료를 준비합니다.



② 가지는 꼭지를 제거한 후 길게 4등분, 아삭이 고추는 꼭지를 제거한 후 길게 2등분 해 달군 그릴 팬에 구워줍니다.



③ 냄비에 고추, 북어, 가지 순으로 썰어 올린 후 멸치 육수와 양념장을 부어서 끓여줍니다. 국물이 반 정도로 줄면 불을 꺼줍니다.



④ 접시에 북어머리와 몸통을 놓고 그 위에 다진 쪽파를 뿌려줍니다.

### 뷰티 꿀팁 전수 <박시연의 멋 좀 아는 언니>

#### 채널A플러스가 선보이는 뷰티프로그램

채널A플러스가 최초로 선보이는 뷰티 프로그램 <박시연의 멋 좀 아는 언니>가 매주 목요일 밤 9시 20분에 시청자들을 찾아온다.

<박시연의 멋 좀 아는 언니>는 패션, 메이크업 분야의 트렌드를 짚어보고 시청자들이 실생활에서 활용할 수 있는 뷰티 꿀팁을 전수하는 '뷰티 쇼'다. 배우 박시연과 방송인 김새롬, 걸그룹 '엘리스'의 소희, 신예 트로트 가수 류원정이 공동 MC로 호흡을 맞춘다.

6월 14일 첫 방송에서는 4명의 MC가 평소 본인들이 사용하는 파우치를 공개해 눈길을 끌었다. 또 MC들의 평소 생활을 관찰하는 초밀착 셀프 카메라 코너 '셀피타임'에서는 박시연의 MC 준비 과정이 공개됐다. '메이크업 앤 업'은 뷰티 메이크업 대결을 통해 전문가에게 화제의 메이크업을 배우보는 코너로, 매회 조금씩 메이크업 실력을 키워나가는 MC들의 성장기를 확인할 수 있다.

전략기획본부 채널A플러스트팀 김형구



채널A플러스 뷰티 프로그램 <박시연의 멋 좀 아는 언니> 공동 MC를 맡은 신예 트로트 가수 류원정, 배우 박시연, 방송인 김새롬, 걸그룹 '엘리스'의 소희(왼쪽부터).