

정확성·독창성 모두 살린 채널A 개표방송

채널A표 예측 시스템, 득표율 차이까지 정밀하게 예측... '알파'로 개표 상황 정확하게 분석



채널A 오픈스튜디오의 대형 LED 화면을 통해 개표상황을 한 눈에 알기 쉽게 전달했다.



'예측봇' 알파는 정확성·신속성 면에서 타 방송사의 개표방송을 압도했다.



현장 중계를 통해 개표 상황을 시청자들에게 생동감있게 전달했다.

채널A가 9일 치러진 제20대 대통령 선거에서 자체적으로 개발한 대선 결과 예측 시스템을 통해 누구보다 빠르고 정확한 대선 개표방송을 선보여 시청자들의 호평을 받았다. 채널A는 이날 진행한 선거방송(나의 선택 2022)에서 채널A만의 새로운 선거결과 여론조사 시스템 및 개표 결과 예측봇 '알파'를 공개했다. 채널A의 예상치는 실제 대선 결과에 거의 근접해 시청자들의 높은 관심과 인정을 받았다. 채널A의 선거방송이 형식과 내용 모두에서 기존보다 크게 진화했다는 평가가 나온다.

투표 당일이었던 9일 오후 7시 30분경 채널A에서는 채널A가 독자적으로 진행한 대선 예측 결과가 공개됐다. 채널A는 이번 대선에서 지상파 3사의 출구조사 결과를 인용하는 대신 별도의 조사를

통해 국민의힘 윤석열 후보(47.6%)가 민주당 이재명 후보(46.6%)보다 1%p 앞설 것이란 예측을 내놓았다. 실제 대선은 이 결과와 각각 약 1%p 차이만을 보이며 윤 후보 득표 48.56%, 이 후보 득표 47.83%의 초박빙 접전으로 막을 내렸다. 두 후보간 득표 격차에 대한 전망치(1%p) 역시 실제 득표차(0.73%p)와 거의 근접해 지상파 3사(0.6%p) 못지 않은 정확성을 보여줬다. 반면, 이날 JTBC는 자체 출구조사 결과가 이 후보 48.4%, 윤 후보 47.7%로 빛나간 예측을 내놔 논란이 됐다.

개표가 시작되면서부터는 채널A의 개표 결과 예측봇인 '알파'가 개표 추이에 맞춰 당선 확률을 빠르게 계산했다. 개표 방송이 시작된지 약 6시간 만인 10일 새벽 0시 40분경 '알파'는 윤 후보의 우세를 점치기 시작했다. 새벽 2시에는 윤 후보의 당

선 확률이 74.7%로 이 후보를 압도한다고 분석했다. 지상파가 새벽 2시 13분 당선 유력을 점친 것보다 10분 이상 빨랐다.

채널A의 대선결과 여론조사 예측이 정확했던 이유 중 하나로는 기존 여론조사와 다른 이른바 '오(五)고초려' 조사가 꼽힌다. 사전투표 직후인 5일부터 나흘 동안 같은 사람에게 최대 5번 반복 조사해 응답을 얻어낸 것. 조사는 조사전문회사 리서치앤리서치를 통해 중앙선거위가 제공한 12만 개 휴대전화 안심번호로 전화하는 방식으로 이뤄졌다. 세 번의 전화에도 응답하지 않던 '샤이 이재명'들이 네 번째, 다섯 번째 전화에서 자신의 지지 후보를 밝히면서 예측의 정확성이 높아졌다. 채널A는 정확한 예측을 위해 투표 현장도 정밀하게 지켜봤다.

'알파'가 시간대별로 계산한 당선 확

률 예측 수치는 시원한 크기의 오픈스튜디오 LED를 통해 효과적으로 노출됐다. 진행자는 직접 화면을 손으로 짚으며 시청자들이 현재 개표 상황을 쉽고 빠르게 이해할 수 있도록 도왔다.

김승련 선거방송TF팀 팀장은 "선거방송에서 보다 독창적이고 완성도 높은 시스템을 만들어 내려했다"며 "이를 위해 자체적으로 예측 조사를 진행하고 예측봇 '알파'를 개발했다"고 전했다. 지난해 동정민 뉴스A 앵커는 "선거보도는 워니워니해도 당선 가능성을 숫자로 보여주는 것"이라며 자체 시스템 개발 논의에 불을 지폈다. 이후 이용한 선거방송TF팀 차장이 자문교수단 구성, 파트너 여론조사 회사 발굴 등 시작부터 실무를 꼼꼼히 행했다. 김세진 뉴스비전 PD는 '알파'의 증강현실(AR) 구현 실무를 맡아 시각적

완성도를 크게 높였다. <나의 선택 2022>에는 입담 좋은 다양한 여야 패널들이 섭외돼 프로그램을 더욱 맛깔나게 만들었다. 채널A는 △후보와 가까운 캠프 요직자 △개표 분석이 가능한 경륜가 △방송에 익숙한 정치 패널 등 다양한 인물을 올 1월부터 일찌감치 공들여 섭외했다. 덕분에 여야 모두에서 경륜이 비슷한 나경원 전 국민의힘 의원(4선), 안민석 더불어민주당 의원(6선) 등을 섭외할 수 있었다. 두 대선의원은 개표가 막바지로 치달을수록 더욱 열띤 분석을 내놓으며 시청자들의 눈과 귀를 사로잡았다.

선거방송기획TF팀은 이번 선거에서 축적된 노하우를 바탕으로 6월 지방선거 등 차후 개표방송을 더욱 발전시킬 계획이다.

경영전략실 경영총괄팀 강병규

'윙스' 최종 우승의 주인공은 <신(神)스틸러>

정규현 전략기획본부 과장의 <신(神)스틸러>, 치열한 경쟁률을 뚫고 우승

동아미디어그룹의 전사 콘텐츠페스티벌 WINGS(이하 '윙스')가 3월 3일 파이널라운드를 끝으로 막을 내렸다. 윙스에는 무려 280개의 기획안이 제출돼 콘텐츠에 대한 동아미디어그룹 구성원들의 뜨거운 열정을 실감케했다. 치열한 경쟁률을 뚫고 최종 우승을 차지한 콘텐츠는 정규현 전략기획본부 사업기획팀 과장의 <신(神)스틸러>였다.

윙스의 최종 우승자를 뽑는 파이널라운드에는 그룹 모든 직원에게 유튜브로 생중계됐다. 이날 그간 베일에 쌓여있던 톱3

콘텐츠 제출자의 정체도 공개됐다. <대물쇼>는 염정원 보도본부 외교안보국제부 기자, <일타강사>는 전성원 제작본부 3CP PD, 그리고 <신(神)스틸러>는 정과장이었다. 이들은 10분 쯤 주어진 파이널라운드 기획안 발표 동안 원고를 보지 않고 아이디어를 술술 설명했다. 차별화 포인트, 대중성 여부 등 심사위원들의 날카로운 질문에 이어 생중계를 지켜본 직원들의 라이브 질문이 쏟아졌지만 막힘없이 대답했다.

이 가운데 정 과장의 <신(神)스틸러>가

가장 높은 점수를 받아 우승했다. 상금은 777만 원이다. 정 과장은 "항상 채널A 콘텐츠가 대박을 내는 데 앞장서고 싶다고 얘기했는데 현실이 된 것 같아 기쁘다"며 "윙스는 여러분의 콘텐츠를 지지해줄 꿈같은 프로젝트"라고 말했다. 김재호 동아일보-채널A 대표이사는 "콘텐츠로 꿈을 꾸는 사람들이 이렇게 많구나" 느낄 수 있었다. 윙스가 동아미디어그룹 콘텐츠에 날개를 달아줄 진심으로 바란다"고 밝혔다.

경영전략실 경영총괄팀 강병규



김재호 동아일보-채널A 대표이사, 우승자 정규현 과장, 윙스 파이널라운드 톱3와 심사위원단 등이 기념 촬영을 하고 있다.

보도마다 화제... '탁월한 콘텐츠' 저력 빛나는 히어로콘텐츠

디지털콘텐츠 역량도 탄탄히 쌓여...ND(뉴스룸 디벨로퍼) 첫 채용

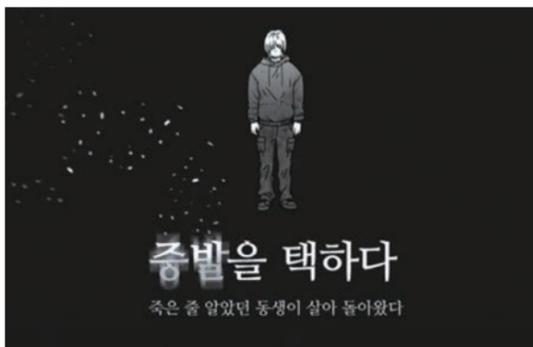
동아일보 히어로콘텐츠팀이 다시 한번 외부 언론상을 수상하며 '탁월한 콘텐츠'의 저력을 보여줬다. 수상이라는 눈에 보이는 성과보다 보도 제작 부문 전반에 깊이 있는 디지털 콘텐츠 역량이 쌓인 데 더 큰 의미가 있다는 평가가 나온다.

한국기자협회는 제377회 이달의기자상 기획보도 부문-통신부문 수상작으로 <공존: 그들과 우리가 되려면>(이하 '공존') 시리즈를 선정했다고 지난달 19일 밝혔다. <공존>은 동아일보 히어로콘텐츠팀 4기팀(팀장 이세생 팀원 신희철 김재희 위은지 남건우 양희성 송은석 한우신 김충민 기자)의 결과물이다. <공존>은 이주민과의 공존이 피할 수 없는 미래인 한국에서 '그들이 우리가 되는 법'을 고민한 수작이다.

동아일보 창간 100주년을 맞아 출범한 히어로콘텐츠팀은 깊이 있는 취재에 멀티미디어 스토리텔링 형식을 더한 기사로 매 보도마다 독자와 언론계의 큰 주목을 받았다. 2020년 <증발: 사라진 사람들> 시리즈를 보도한 1기는 이달의 기자상과 한국디지털저널리즘어워드 대상을 수상했다. 2기의 <환생: 삶을 나눈 사람들> 시리즈는 이듬해 관공언론상, 한국디지털저널리즘어워드 대상, 보건복지부 장관 표창 등 다수의 상을 수상했다.

3기의 <99℃: 한국산 아이돌> 시리즈가 보도된 뒤에는 이를 인상 깊게 본 일본 아시아신문이 취재팀의 취재 과정을 심층 인터뷰하기도 했다. 일본 독자들을 위한 케이팝 기사를 준비할 예정이라고 한다.

히어로콘텐츠팀은 가시적 성과에 연연하지 않고 더욱 도전적이고 창의적인 자세로 탁월한 콘텐츠의 길을 개척할 예정이다. 1~4기를 거치며 쌓인 노하우 역시 체계적으로 다음 기수에 전수될 수 있도록 콘텐츠 제작 프로세스에 반영했다.



히어로콘텐츠 1~4기 시리즈 <증발> <환생> <99℃> <공존>

히어로콘텐츠팀의 파일럿 보도들

먼저 동아일보의 멀티미디어 기사 플랫폼인 '디오리지널'에는 지면 제약으로 시도하기 어려웠던 새로운 문법의 기사를 만들어 보도할 예정이다. 1~4기의 경우 시리즈의 모든 회차를 멀티미디어 스토리텔링 기사로 제작했고 동시에 지면에도 보도했다. 하지만 앞으로는 지면용 회차 구분에 구애받지 않고, 디지털화에 가장 적합한 내용 위주로 혁신적인 포맷을 구성할 방침이다.

디지털 기사 제작(개발) 인력도 보강했다. <공존>의 디지털 기사를 제작한 경영전략실 디지털이노베이션팀의 임상아 인턴 개발자는 지난달 동아일보의 첫 뉴스룸 디벨로퍼(ND)로 정식 입사했다. ND는 동아일보, 채널A 등 동아미디어그룹의 디

지탈 플랫폼에서 몰입감과 전달력을 극대화한 새로운 형식의 뉴스 포맷을 개발하는 업무를 맡는다. 임 ND는 "독자들에게 더 깊은 여운과 새로움을 전달할 수 있는 콘텐츠를 만들겠다"는 포부를 밝혔다. 디지털 기사의 전반적인 디자인을 담당할 인턴 UI/UX 디자이너도 이달부터 같은 팀에서 근무를 시작했다.

고품질의 영상 콘텐츠를 제작하기 위해 경영전략실 디지털콜라팀의 CD(Creative Director)도 히어로콘텐츠팀에 힘을 보탠다. 취재팀이 선정한 보도 아이템을 토대로 별개의 독립적인 영상물을 기획하고 제작하게 되는 것.

이처럼 다양한 분야의 전문가들이 지면, 디지털, 영상 등 각 형식에 알맞은 콘텐

츠를 제작해 독자들에게 다양한 읽을거리, 볼거리를 제공할 계획이다.

취재기자 4, 5명이 약 4개월을 준비해 보도하는 히어로콘텐츠팀 같은 중장기 프로젝트 외에 소규모 프로젝트도 진행할 예정이다. 지난해 12월 강은지 콘텐츠기획본부 기자와 제작한 <동행: 그렇게 같이 살기로 했다> 시리즈를 모델로 삼아 취재기자 1, 2명과 협업해 멀티미디어 스토리텔링 기사를 제작하는 방안을 검토 중이다. 또 'DA콘텐츠워크숍'을 통해 새로운 형식의 기사를 연구해온 기자들과 팀을 꾸려 데이터 저널리즘 보도 등 새로운 시도를 할 계획이다.

경영전략실 디지털이노베이션팀 위은지



제377회 이달의 기자상 수상 모습. 왼쪽부터 위은지, 김재희, 남건우, 이세생, 신희철 기자



전 사원에 코로나 안심박스 배부

확진자에게 6만 원 상당 배달앱 쿠폰도 지급

동아미디어그룹이 전 사원들에게 유사시 활용할 수 있는 '코로나 안심박스(DAMG Safety Box)'를 만들어 배부했다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) '오미크론 변이' 유행이 당초 예상보다 더욱 빠르게 확산하는 가운데 사원들에게 실질적인 도움을 주고 응원의 마음을 전하려는 뜻을 담았다.

코로나 안심박스는 장기간의 재택근무로 지쳤거나 급작스런 재택치료 상황에서 당황했을 사원들을 위한 의약품, 방역용품, 생활용품 등으로 구성됐다. 의약품은 △해열제 △증상합감기약 △진해거담제(침침가래약) △항알러지제 4종을 담았고, 방역용품은 △손소독제 △살균소독제 △KF94마스크 등이 담겼다. 생활용품은 앞서 코로나19를 경험한 사원들의 조언을 반영해 목을 따뜻하게 하고 간편한 식사에 도움을 줄 수 있는 것으로 마련했다. △티세트 △초콜릿 △호울스 △달고나 캔 등을 비롯해 △강철부대보글이 △소시지 등이 담겼다.

단기간에 전 사원에게 배포할 2700개의 안심박스를 마련하는 건 쉽지 않은 일이었다. 담당자들 사이에서는 "흡사 '공수작전'을 벌이는 듯 하다"는 말이 나올 정도로 안심박스 안에 들어갈 제품 물량 확보에 전력을 다했다.

채널A 경영지원본부 관계자는 "정부가 대책치료 키트를 60세 이상 집중관리군 환자에게 지급한다는 방침이었기 때문에 그보다 젊은 우리 사원들이 쓸 수 있는 치료제를 확보하는 데 가장 공을 들였다"며 "추운 날씨에 이 약국, 저 약국으로 발품을 팔고 인맥을 총 동원하는 등 노력한 끝에 5일 만에 목표 수량을 채울 수 있었다"고 말했다.

미디어커머steam과 채널A비엔씨도 안심박스 제작에 힘을 보탰다. 이들은 김재호 동아일보-채널A 사장의 응원카드 뒷면 디자인에 동아일보의 1925년 12월 10일자 기사 '일반이 소홀히 녀치는 감기에 대하여'를 적용해 재치있고 의미 있는 레트로풍 카드를 만들어냈다. 이



사원들에게 배부된 '코로나 안심박스'

기사는 조선 민중들을 위한 감기 방역 정보를 담은 기사다. 미디어커머steam의 제안으로 강철부대보글이, 강철부대마스크도 박스 안에 담겼다.

김 사장은 카드 메시지를 통해 "긴 싸움을 이겨내 온 동아가족들을 위해 마

음을 담은 응원의 물품을 준비했다"며 "어떤 상황에서도 위기에 대비하고 서로를 배려한다면 웃으며 함께 나아갈 수 있다"고 격려했다.

한편, 동아미디어그룹은 사원이 확진됐을 경우 대책 치료를 하며 간편하게

끼니를 해결할 수 있도록 6만 원 상당의 배달앱 쿠폰을 지급하고 있다.

경영지원본부 총무팀 이홍규
경영지원본부 총무팀 임재성

‘국민 엄마’ 고두심과 함께 떠나는 여행, <고두심이 좋아서> 첫 방송

친아들 배우 김정환에 이어 한고은·윤은혜·이계인 등 화려한 출연진도 눈길

<엄마의 여행, 고두심이 좋아서>(이하 ‘고두심이 좋아서’)가 3월 13일 오후 7시 50분 첫 방송한다. 50년차 배우 고두심이 처음으로 단독 진행하는 여행 다큐멘터리다.

<고두심이 좋아서>는 누구보다 자유와 힐링이 필요한 엄마들의 로망을 충족시켜 줄 여행이야기다. 제작진은 고두심이 철저히 엄마의 감성으로 즐기는 여정이 될 수 있도록 여행지 선정에도 공을 들였다. 엄마의 숨은 소녀 감성을 일깨워줄 아름다운 꽃밭, 비경 속 휴식을 취할 수 있는 숨은 여행지, 여성들이 선호하는 볼거리와 체험거리가 가득한 핫플레이스 등을 둘러본다. 특별한 인생 스토리와 기술을 가진 다양한 분야의 장인들과의 만남도

준비돼 있다. 고두심은 이들과 함께 각자가 살아온 인생에 대한 교감을 나누며 감동 뿐만 아니라 진한 깨달음을 시청자들에게 선사할 예정이다.

고두심은 “연기하고 아이들 키우느라 나 역시 여행을 자주 할 수 없었기에 이번 프로그램을 시작하면서 여느 엄마들처럼 설레고 들뜬 마음”이라며 “아직도 가족 돌보느라, 생계를 꾸리느라 여행 한 번 할 수 없었던 엄마들에게 방송을 통해 잠깐이나마 힐링을 선사하고 싶다”고 ‘국민 엄마’의 포부를 밝혔다.

<고두심이 좋아서>에는 고두심의 연기 인생 50년 간 아들, 딸, 친구 배역 등으로 인연을 맺은 동료 배우들도 합류한다. 회

차별 스페셜 여행 친구로 한고은, 윤은혜, 이계인 등 화려한 배우 라인업이 대기 중이다. 고두심은 매회 새로운 여행 친구와 전국 각지를 함께 여행하며 인생사와 가족에 대한 생각, 가치관, 음식 철학까지 다양한 이야기를 풀어낼 예정이다.

첫 회에서는 친아들인 배우 김정환과 생애 처음으로 단둘이 제주 여행을 떠난다. 제주도는 고두심의 고향이기도 하다. 제주 현무암의 수 많은 구멍들이 엄마들의 마음에 새겨진 상처 같다는 고두심. 고두심은 아들 김정환과 어머니자 연기 선배로서 속 깊은 얘기를 나누고 위안을 받는다.

콘텐츠플러스센터 크리에이션1팀 배한수 차장



고두심은 <고두심이 좋아서>에서 고향 제주도를 비롯한 대표적인 여행지를 돌며 힐링을 선사한다.

범죄 다큐 스릴러 <블랙>, 순조로운 첫 발

사형수 자필 편지 공개로 화제 이끌어



<블랙>에서는 예리한 관찰력의 장진 감독, 연기파 배우 최귀화, 국내 1호 프로파일러 권일웅(왼쪽부터)이 함께 범죄자의 심리를 다각도로 분석한다.

채널A 범죄 다큐 스릴러 <블랙: 악마를 보았다>(이하 ‘블랙’)가 2월 23일 첫 방송했다.

<블랙> 1회는 황금장 여관 살인사건을 다뤘다. 1994년 범인 성낙주가 황금장 여관 주인인 동거녀와 딸을 살해하고 시신을 훼손한 뒤 암매장한 사건이다. 이날 방송에서는 성낙주가 제작진에게 직접 쓴 편지 7통이 공개돼 관심을 모았다. 성낙주는 편지에서 “당장 집을 나가 달라는 말에 이성을 잃고 위스키를 마신채 화를 키워 범행을 저질렀다”고 범행을 정당화했다. 성낙주는 제작진에게 영치금을 부탁하기도 해 시청자들을 경악케 했다.

2회에서는 고유정의 근황이 알려져 화제를 모았다. 국내 1호 프로파일러 권일웅은 “식사도 잘하고 재소자들과도 관계 유지를 잘하며 지내고 있다고 한다”며 “그 정도의 수감 생활

이면 20년 정도 지나 가석방을 신청하지 않을까 싶다”고 내다봤다.

<블랙>은 단순한 흥미유주 범죄 다큐를 넘어 프로파일러 권일웅을 중심으로 범죄 예방을 위한 심층 분석을 해 나갈 계획이다. 권일웅은 “사건을 되새기면서 그런 사건이 되풀이되지 않도록 범죄의 실체에 접근하는 게 중요하다”며 “시청자들과 함께 범죄를 예방할 수 있는 눈을 키우는 것이 목표”라고 밝혔다.

제작진은 전국 교도소에 수감 중인 사형수 30여 명에게 직접 편지를 보냈고, 다수로부터 답장을 받은 것으로 전해졌다. 그 내용은 방송을 통해 하나씩 공개될 예정이다.

<블랙>은 매주 수요일 밤 10시 50분에 방송된다.

드라마플러스본부 드라마플러스1팀 김경훈

지구인 ‘레벨 업’ 시켜줄 토크쇼, <지구인 더 하우스>

트렌드·습관·건강 종합 진단해 해결책 제시

채널A <지구인 더 하우스>가 3월 15일 오후 8시 10분 첫 방송한다. 코로나19 확산 등으로 전 세계가 위기에 놓인 지금, 사회 트렌드를 살펴보고 우리가 지구와 공생하며 건강까지 챙길 수 있는 방법을 찾아본다.

<지구인 더 하우스>는 생각환경, 생활환경, 신체환경으로 나눠 스타의 일상생활을 진단하고 대안을 제시한다. 세 가지 환경은 각각 트렌드, 일상습관, 건강을 의미한다. 스타와 요즘 트렌드를 이야기하며 해안을 찾아내고, 스타의 일상습관을 조명해 지구와 공생하는 방법을 제시한다. 결국에는 스타의 잘못된 습관을 찾아내 수년 안에 선고될 미래 질병까지 예측해 예방하는 방법을 다룬다.

MC로는 명품 연기로 사랑받는 배우 유선이 나선다. 화려한 입담의 뮤지컬 배우 홍지민이 패널로 출연해 유선과 찰떡 호흡을 맞춘다. 생각환경, 생활환경, 신체환경을 진단할 전문가들도 함께 한다. 오랜 시간 진출한 강연으로 사랑받고 있는 소통전문가 김창욱이 생각환경을, 세계자연기금(WWF) 홍보대사이자 대표 ‘뇌섹남’ 타일러 라



<지구인 더 하우스>에서는 MC 유선과 패널 홍지민, 김창욱 타일러 최경희 등 전문가가 함께 게스트를 진단한다.

쉬가 생활환경을, 그리고 가정의학과 전문의 최경희가 신체환경을 책임진다. 첫방송 게스트는 걸그룹 AOA 출신 초아다. 초아는 캠핑을 통해 집과 또 다른 거주지를 두고 생활하는 듀얼 라이프를 즐긴다. 캠핑카를 살 정도로 캠핑에 푹 빠진 초아의 리얼 캠핑기 속에서 전문가들은 초아의 잘못된 일상 습관들도 잡아낸다. DNA 검사, 환경호르몬 검사 등을 통해 충격적인 초아의

건강상태도 밝혀진다. 당황한 초아와 함께 전문가들은 초아가 지구와 함께 건강하게 살기 위한 해법을 제시한다. <지구인 더 하우스>는 업사이클링 등 사회적 환경 트렌드와 함께 스타들의 일상을 다루며 시청자들의 흥미와 공감을 이끌어낼 계획이다. <지구인 더 하우스>는 매주 화요일 오후 8시 10분에 방송된다.

콘텐츠플러스센터 크리에이션2팀 이수호

‘월화드라마 여왕’ <쇼윈도>, 해외 진출 순항

채널A 역대 최고 시청률(10.3%, 유료가 쿼)을 기록하고, 월화드라마 1위 자리를 차지한 <쇼윈도: 여왕의 집>(이하 ‘쇼윈도’)이 본격적인 해외 시장 공략에 나선다.

<쇼윈도>는 동남아 최대 OTT 플랫폼 ‘뷰(Viu)’와 손잡고 동남아 시장에 본격적으로 뛰어 들었다. 동남아 16개국을 대상으로 서비스하는 ‘뷰’와 함께 싱가포르를 비롯해 인도네시아, 말레이시아 등 추가 권역 서비스도 협의 중이다. <쇼윈도>는 필리핀 TV채널 ‘GMA’에서도 방

영을 앞두고 있다.

<쇼윈도>의 뜨거운 인기는 이미 여러 나라에서 평점으로 증명되고 있다. 미주유럽의 OTT 플랫폼 ‘비키(Viki)’와 대만의 OTT 플랫폼 ‘프라이데이(friDay)’에서는 각각 평점 9.1점(10점 만점)과 4.6점(5점 만점)을 얻어 해외 시청자들의 높은 호응을 받았다. 이들 지역에서는 이미 <쇼윈도>의 국내 방영 전 프로그램이 선 판매돼 국내 본방송 기간 동안 동시 방영된 바 있다.

국내 종편사 최초로 드라마 리메이크 계약을 체결한 <거짓말의 거짓말>에 이어 <쇼윈도> 리메이크권도 판매되면서 채널A의 드라마 IP 가능성도 재확인됐다. <쇼윈도>는 터키 방송 제작사 ‘메드야피(Medyapim)’와 리메이크 계약을 체결했다. <거짓말의 거짓말> 리메이크 버전은 올해 상반기 터키 ‘스타TV(StarTV)’에서 방영될 예정이다.

콘텐츠사입본부 콘텐츠세일즈팀 강혜빈

선을넘는
기자들

미술 뉴스레터로 독자 사로잡은 김민 기자

뉴스레터 <영감 한 스푼>, 대화같은 해설로 업계와 미술애호가들에게 화제



편집국 국제부 김민 기자

#1. 2018년 1월 휴가지는 영국 런던이었다. 런던을 선택한 이유는 단 하나. 손꼽아 기다렸던 전시회가 열리고 있었기 때문이었다. '블랙 피카소'라는 찬사를 받는 미국 화가 장미셸 바스키아(1960-1988) 전시회를 접하는 건 한국에선 쉽지 않은 일이었다. 시킨 사람은 아무도 없었지만 휴가에서 본 전시회를 기사로 출고했다.

#2. 매 주말이면 전시회 두세 곳을 찾는다. 속으로는 한 주에 한 곳으로 만족하고자 다짐하지만, 발걸음을 옮기다보면 으레 여러 곳이다. 그래도 성이 차지 않을 땐 취재 중 알게 된 작가들의 작업실로 향한다.

이쯤 되면 '덕업일치'를 실현한 것일까, 개인 시간까지 할애해 동아일보 지면과 디지털 공간을 빛내고 있는 국제부 김민 기자 얘기다. 김 기자는 그림에 대한 전

문성을 바탕으로 올해 1월 1일부터 뉴스레터(영감 한 스푼)를 선보이며 그림 전문 뉴스 콘텐츠에 새바람을 불어넣고 있다. <영감 한 스푼>에 담긴 탁월하고 친절한 설명이 미술 업계와 그림 애호가들 사이에서 시나브로 화제를 불러 모으고 있는 것. 국제부 전입 전 3년반 동안 문화부에서 미술 분야를 담당했던 김 기자는 출입처가 바뀐 이후에도 국내 미술전시관을 누비며 경계를 뛰어넘는 전문성을 유감없이 발휘하고 있다.

김 기자는 <영감 한 스푼>에 대해 "창의성의 방식을 다루는 콘텐츠"라고 설명했다. 그는 "많은 분들이 창의적인 생각을 하고 싶을 때 전시회를 간다고 하지만 마냥 그림을 본다"고 해서 영감이 샘솟는 것은 아닐 것"이라며 "작가가 어떤 과

정으로 창의성을 얻어 작품을 구현했는지 설명해 독자들에게 영감을 얻는 방식에 대한 팁을 주고 싶었다"고 말했다.

김 기자는 대학원에서 미술사학을 공부했다. '팁을 주고 싶다'고 말할 수 있는 배경이다. 그는 "학계에서는 작품이 '좋다, 안 좋다'를 '이 작품이 역사에 남을 만한 것인가'에 따라 구분하는데, 미술사를 관통하는 객관적 잣대로 나름의 논리를 들어 설명하고 있다"고 말했다.

<영감 한 스푼>은 국내에서 열리는 전시회의 그림들을 소재로 삼는다. 세계의 명화를 설명할 수도 있지만, 독자들이 직접 전시회에서 작가들의 창의성을 마주하길 바라기 때문이다. 그는 "뉴스레터를 읽은 독자 중 일부는 본인 나름의 감상평을 정리해 보내오기도 한다"며 "정보를 일방

적으로 전달하는 것이 아닌 함께 의견을 공유하며 소통한다는 느낌을 받고 있다"고 말했다.

김 기자는 뉴스레터를 선보이면서 자신이 가진 전문성을 더 많은 디지털 콘텐츠로 확장하겠다는 새로운 목표를 갖게 됐다. 경험이 쌓일수록 디지털 문법에 익숙해지고, 다양한 지원을 해주는 동료들 덕분에 자신감을 얻었기 때문이다. 그는 "기회가 된다면 솜뭉치 지식콘텐츠처럼 '영감 한 스푼'도 영상으로 잘 편집해 유튜브에서 선보이고 싶다"며 "다른 편집국 동료들도 좋아하는 분야가 있다면 과감하게 디지털콘텐츠로 도전해봤으면 좋겠다"고 말했다.

경영전략실 경영총괄팀 김준일

인기몰이 중인 '금쪽 핫도그'

<금쪽같은 내 새끼>가 정통 소시지 브랜드 잔손빌과 협력해 만든 '금쪽 핫도그' 2종이 인기몰이 중이다. '체다우유 금쪽핫도그'와 '모짜야채 금쪽핫도그'에 대한 재구매 후기가 쏟아지고 있는 것.



콘텐츠사업본부 미디어커머steam을 통해 대량 구매 문의도 가능하다.

콘텐츠사업본부 미디어커머steam 김슬기

'체다우유 금쪽핫도그'는 체다치즈를 가득 넣어 고소한 맛과 쫄깃한 식감이 제대로 살아있다. '모짜야채 금쪽핫도그'는 야채와 함께 부드럽고 짭조름한 모짜렐라 치즈가 입안 가득 들어찬다. 핫도그 스틱은 끝을 뾰족하지 않게 만들어 아이들의 안전까지 생각했다.

두 핫도그의 가격은 각각 15개 기준 22,900원으로 채널A 공식 커머스몰 '샵오티티닷컴'에서 살 수 있다. 채널A

마케팅본부 연탄기부 자원 봉사



지난달 11일 서울 서대문구 홍제동 개미마을에서 '사랑의 연탄 나눔'을 위해 한자리에 모인 마케팅본부 임직원과 독자센터 사정들

동아일보 임직원들이 '사랑의 연탄나눔' 봉사활동을 진행했다. 마케팅본부는 지난해 하반기 사원확장 캠페인에 참여한 동아미디어그룹 임직원 1153명의 이름으로 연탄 1만1530장(1인당 10장)을 밥상공동체 연탄은행을 통해 소외계층

에 기부했다. 이 중 2000장은 마케팅본부 사원과 독자센터 사정 등 34명으로 구성된 봉사단이 2월 11일 오후 서울 서대문구 홍제동 개미마을의 소외계층에 직접 전달했다. 이번 기부는 사회적 책임(CSR)의 일환

으로 진행됐다. 지난해 10월부터 12월 까지 동아미디어그룹 전 사원을 대상으로 한 '가치나눔' 확장 캠페인은 '소외된 이웃에게 따뜻함을 전하는 캠페인'이라는 슬로건 아래 진행된 바 있다.

앞서 2월 9일 동아일보는 우수 확장 실적자 시상식을 열었다. 개인 부문에서 9명, 단체부문에서 국·실 3곳과 계열사 1곳이 수상했다. 다만 사회적 거리두기를 위해 개인부문 수상자 4명만 시상식에 참석했다. 시상식에 참여하지 못한 다른 수상자들 및 관리우수상 수상자 173명에게는 별도로 상금과 감사인사를 전했다. 마케팅본부는 올 하반기에도 재연결 캠페인을 진행할 예정이다.

마케팅본부 기획파트 김지현

▼ New face

새 식구를 소개합니다

- 이름 / 부서
- ① 입사 후 포부
- ② 요즘 관심사
- ③ 최종 직장



손소영 / 동아일보
미래전략연구소

- ① 코로나19로 빠르게 변해가는 시대의 흐름과 다수의 입찰사업을 담당할 경험을 토대로 동아일보사 DBR교육컨벤션 팀에서 진행되는 프로젝트에 적극 활용하여 성과 달성에 기여하겠습니다.
- ② 최근 건강한 일상 만들기에 관심을 가지고 있습니다. 건강한 식습관과 적절한 운동은 업무를 효율적으로 진행할 수 있기 때문에 개인에게 적합한 루틴을 찾는 것은 중요하다고 생각합니다.
- ③ (주)디노마드



임상아 / 동아일보
경영전략실

- ① 이야기에 기술을 더해 더 많은 사람들에게 재미와 감동을 주고 싶습니다. 앞으로 다양한 시도를 하며 참신한 콘텐츠들을 만들겠습니다.
- ② 올림픽을 열심히 챙겨보고 있습니다. 멋진 경기를 보여주는 선수들을 보면 가슴이 뭉클해집니다. 지금은 유튜브 시청 기록이 올림픽 관련 영상들로 가득 채워졌습니다.



김주영 / 동아일보
재경국

- ① 신입사원으로서 해당 직무에 대한 업무를 숙지하고 모르는 것에 대해 적극적으로 배우려는 태도를 가지겠습니다. 저의 역량을 발휘하여 동아일보의 재무적 건전성의 유지를 위해 힘쓰겠습니다.
- ② 투자에 관심이 생겨 주식 관련 유튜브 영상들을 보았습니다. 여러 영상을 보며 미국 주식과 ETF에 대해 관심이 생겼습니다. 또한 요즘 일본 음악을 자주 들으면서 일본어에 관심이 생겼고 기초 일본어를 배우고 있습니다.



김다예 / 채널A
경영전략실

- ① 저만의 색과 문법을 가진, 이상하고 독특한 콘텐츠를 만드는 CD가 되겠습니다.
- ② 최근 유기준이었던 강아지를 입양하여, 아기 강아지 육아에 정신이 없습니다. 강아지 이빨에 구멍 난 양말을 신고 출근해도 이해해 주세요!



김하연 / 채널A
경영전략실

- ① 안녕하세요 이번에 입사한 김하연 CD입니다:) 신입의 열정과 패기를 가지고 크레이티브한 콘텐츠를 만들겠습니다! 앞으로 잘 지켜봐주세요 :)
- ② 게임에 관심이 많아서 게임 방송, 유튜브를 챙겨보고 합니다. 제 일상의 유일한 낙이랄까요!! 아 그리고 먹을 거도 좋아해서 맛집 자주 찾아 다닙니다ㅎㅎ 저한테 맛집 물어보시면 추천 해드릴게요~!
- ③ JTBC studio



송유라 / 채널A
경영전략실

- ① 채널A와 대중의 접점을 크리에이티브하게 풀어가는 CD가 되겠습니다.
- ② 최근 처음으로 여행을 혼자 다녀왔습니다. 그 뒤로 혼자 하면 좋은 것들을 찾아보고 있습니다.
- ③ 카카오



손인애 / 채널A
보도본부

- ① 함께 일하고 싶은 동료가 되도록 노력하겠습니다.
- ② 아간등산
- ③ 뉴스1



박성민 / 채널A
경영지원본부

- ① 합격했던 순간의 기쁨을 잊지 않고 언제나 책임감과 끈기를 가지고 업무에 임하겠습니다.
- ② 최근에 운동에 관심을 가지게 되었고, 헬스장을 다니고 있습니다. 건강을 위해 열심히 노력하고 있습니다.
- ③ 대한주택건설협회

