

프로스포츠 여성선수 37% “성폭력 피해”

응답자 4.3% “최근 1년 피해 입어” 주위에 알리지 않은 피해자 70%나 가해자 중엔 코칭스태프·선배 많아 소속단체 내 상담창구 설치 19%뿐

문화체육관광부 실태조사 결과 프로스포츠 관련 여성 종사자 중 37.3%가 성폭력 피해 경험이 있다고 응답했다.

문체부는 26일 ‘프로스포츠 성폭력 실태조사’ 결과를 발표했다. 한국프로스포츠협회와 함께 진행한 이번 조사는 축구, 야구, 농구, 배구, 골프 등 5개 종목 종사자

8035명을 대상으로 진행됐다. 설문 응답자는 선수 638명, 코칭스태프 112명 등 총 927명이었다.

성폭력 예방 정책을 위해 처음 시행된 이번 조사에서 여성 중 37.3%, 남성 중에서는 5.8%가 성폭력 피해 경험을 털어냈다.

‘최근 1년간 성폭력 피해 경험이 있다’는 항목에는 전체 응답자 중 4.3%(여성 응답자 중 11.9%, 남성 응답자 중 1.5%), 선수의 경우에는 4.9%(여성 응답자 중 11.3%, 남성 응답자 중 1.7%)가 ‘있다’고 답했다.

예상보다 성폭력 피해 경험자가 많았지만 ‘내부 또는 외부 기관에 신고했다’는 답

변은 피해 경험 응답자 중 4.4%에 불과했다. ‘동료 및 지도자에 알렸다’는 응답은 29.4%였다. 69.5%는 주위에 알리지 않은 것으로 나타났다.

성폭력 가해자를 묻는 질문에 선수의 경우 코칭스태프가 가장 많았고(35.9%), 그다음은 선배 선수(34.4%)였다. 가해 장소는 회식자리(50.2%), 훈련장(46.1%) 순서로 높았다.

‘성폭력 사건 발생 시 처리 규정이나 지침이 마련되어 있다’고 응답한 사람은 28.8%였다. 또한 최근 1년간 ‘성폭력 예방 교육을 받았다’는 응답은 응답자 중 63.1%였으며, 교육이 ‘성폭력 예방에 도움

이 됐다’는 응답은 93.0%였다. 그러나 ‘소속 단체 내 성폭력 고충처리기구(상담창구 등)가 있다’고 답한 사람은 19.0%에 불과했다.

문체부는 이번 조사결과를 바탕으로 각 프로협회·연맹의 상벌 규정을 개정하고 성폭력 가해자의 영구제명을 추진하는 등 후속 대책을 마련할 계획이다. 또 성폭력 은폐를 시도한 구단·지도자에 대한 처벌 규정 신설을 권고키로 했다. 아울러 ‘프로스포츠 성폭력 피해자 지원센터(가칭)’를 신설해 신고 접수부터 민·형사 소송, 성폭력 피해자 상담, 심리치료 등도 지원할 예정이다.

이경호 기자 rush@donga.com

방시혁 빅히트엔터테인먼트 대표, 서울대 학위수여식서 축사

내가 왜 떴게?

두 달 더? 약속해줘



●BTS 지민, ‘약속’ 또 상위권 : 방탄소년단 지민의 첫 자작곡 ‘약속’의 인기는 사그라들 기미가 보이지 않는다. 26일 현재 ‘약속’은 사운드클라우드 톱50 상위권을 유지 중이다. 지난해 12월31일 자정에 발표되었으니 2개월 가까이 인기몰이를 하고 있다. 공개된 지 24시간 만에 전 세계적으로 850만번 이상 스트리밍됐는데, 이는 이 부문 세계 신기록이기도 하다. 이와 장기 집권 시작한 거, 두 달 더 쿨? 약속해줘.

그 머리가 부럽습니다



●한혜진, 빨간 머리 : 제작발표회에 모습을 드러낸 톱모델 한혜진. 어깨 밑으로 늘어진 긴 머리가 빨갱다. 최근 이탈리아 밀라노에서 화보 촬영을 하느라 빨갱게 염색을 했다고 한다. 한혜진은 “혹시 샴푸 CF가 들어올까 싶어서 검은 머리를 오래 유지하고 있었는데 물 건너간 거 같다. 이번엔 염색약에 도전해볼까 한다”며 너스레를 떨기도. 빨간 머리보다 그렇게 해도 안 빠지는 머리가 더욱 부럽군요.

그들이 입으면 다르다



몬스타엑스

●몬스타엑스, 교복모델 : 그룹 몬스타엑스가 학생복 전문 브랜드의 전속모델이 됐다는 소식. 공개된 화보에서 몬스타엑스는 다양한 디자인의 교복을 입고 순수하면서도 편안한 분위기를 선보였다. “스타들이 주로 발탁되는 교복광고에 함께 할 수 있게 돼 기쁘고 영광스럽다”라는 예쁜 말도 남겼다. 그들이 입으니 확실히 멋있군요. 이 나이 먹고 교복 다시 입어보고 싶은 마음이 든 건 처음이네.

“오늘의 나를 만든 에너지는 분노”

적당히 타협치 않은 결과물이 BTS 여러분이 싸워야 세상이 변화한다 일상의 싸움꾼 돼 보는 것도 괜찮아

“오늘의 저를 만든 에너지의 근원은 화(火), 분노였습니다. 분노는 여전히 현재진행형입니다.”

방탄소년단을 글로벌 그룹으로 성장시킨 방시혁(47) 빅히트엔터테인먼트 대표가 그 근원에서 “분노가 ‘8할’을 차지했다”고 말해 눈길을 모았다. 방 대표는 26일 오후 서울대 관악캠퍼스 종합체육관에서 열린 제73회 전기 학위수여식에서 축사자로 나서 ‘분노의 힘’을 강조했다. 부조리와 몰상식에 대해 절대 참지 말고 “분노하라”는 이야기다.

서울대 미학과 출신인 방 대표는 오세정 서울대 총장의 추천과 설득으로 이날 축사자로 나섰다. 대중문화계 인사가 서울대 졸업식 축사를 맡은 것은 그가 처음이다. 앞서 2013년 이수만 SM엔터테인먼트 회장이 입학식에서 축사를 했다.

1991년 서울대에 입학한 방 대표는 재학 중이던 1994년 유재하 음악경연대회에서 수상하며 가요계에 발을 들였다. 이후 JYP엔터테인먼트에서 일하다 독립해 2005년 빅히트를 설립했다. 방탄소년단이 미국 빌보드에서 연속 1위를 차지하며 서구시장까지 점령하면서 이들을 키워낸 방 대표도 ‘최고의 프로듀서’라는 평가 속에 ‘뉴 파워 제너레이션’과 ‘인터내셔널 파워 플레이스’ 등 빌보드로부터 세계 음악시장을 움직이는 ‘글로벌 리더’로 꼽혀 주목받고 있다. 그가 서울대 졸업식 축사자로 나선 배경이다.

이날 방탄소년단의 히트곡 ‘DNA’를 배경 음악 삼아 단상에 오른 방 대표는 “오늘의 빅히트가 있기까지 걸어온 길을 돌아보니 분명



방시혁 빅히트엔터테인먼트 대표가 26일 서울대 제73회 전기 학위수여식에서 축사를 맡아 후배들에게 “내 성장의 원동력은 분노”라며 “분노의 힘을 강조했다. 방 대표는 1991년 서울대 미학과에 입학해 1997년에 졸업했다. 사진제공 | 서울대학교

하게 떠오르는 이미지는 바로 ‘분노하는 방시혁’이었다”고 말했다. 이어 “적당히 일하는 ‘무사안일’에 분노했고, 최고의 콘텐츠를 만들어야 한다는 소명으로 타협 없이 하루하루가 마지막인 것처럼 달려왔다”고 밝혔다. 또 “음악산업이 처한 상황이 상식적이지 않아 분노했고 불행했다”면서 “산업 종사자들이 정당한 평가와 온당한 처우를 받을 수 있도록 화내고, 싸워나갈 것”이라고 강조했다.

졸업생들에 대한 조언도 잊지 않았다. 그는 “사회에 나가면 부조리와 몰상식이 존재할 것”이라며 “여러분도 분노하고, 부조리에 맞서 싸우라”고 당부했다. “그랬다 문제가 해결된다. 그래야 이 사회가 변화한다”고 재차 강조한 그는 “모든 것은 여러분 스스로에게 달려 있음을 기억해주셨으면 한다. 소소한 일상의 싸움꾼이 돼 보는 것도 나쁘지 않을 것”이라고 덧붙였다.

이정연 기자 anjoy@donga.com



KBO는 2019년부터 2023년까지 5년간 총 1100억 원의 뉴미디어 중계권 계약을 앞두고 있다. 리그 산업화의 초석이 될 수 있는 큰 성과다. 그러나 리그 경쟁력이 뒷받침 되지 않는다면 풍요의 시대는 곧 끝날지도 모른다. 스포츠동아 DB

‘황금알 낳는 거위’ 뉴미디어 중계권 시장 2024년을 위해 KBO에 필요한 개혁 과제



취재파일

이경호 기자 rush@donga.com

25일 경쟁입찰 5년 1100억 원 KBO, 콘텐츠 직접유통 플랜도

#메이저리그는 2018시즌 종료 후 두 가지 계약을 맺었다. 정확한 액수는 공개하지 않았지만 미국 언론은 지상파 방송사인 폭스가 2021년부터 2028년까지 8년간 총 51억 달러, 한화 약 5조7681억 원에 중계권 계약을 맺었다고 전했다. TBS, ESPN 등 다른 전국규모 네트워크와도 추가 협상을 앞두고 있다.

또 다른 것은 온라인 스트리밍 DAZN과 맺은 3년 3억 달러 계약이다. DAZN은 디지털 플랫폼에서 메이저리그 하이라이트 영상을 제공한다. 이 대가로 3년간 약 3387억 원을 지급한다.

메이저리그는 이미 2000년 뉴미디어 시장을 주목했다. 연간 7000만 명 안팎의 관중을 기록하고, 전통적인 미디어에서 전문화된 액수의 중계권 수입을 올리고 있었지만 30개 구단이 힘을 모아 콘텐츠 생산, 유통을 직접 하며 티켓 예매, 온라인 상품 판매를 함께 구축했다. MLB닷컴은 이제 황금알 낳는 거위로 변신했다.

#KBO는 2015년 지상파3사 컨소시엄과 2019년까지 연간 360억 원의 중계권 계약을 맺었다. 경쟁 종목인 K리그의 5배가 넘는 수준이었다. 그러나 같은 기간 뉴미디어 분야의 수입은

기대만큼 높지 않았다. 시장 전체 성장 속도가 예상보다 훨씬 빨랐다. 대신 시장을 정확하게 분석한 판매 대행사는 고공행진을 계속한 리그의 인기와 함께 막대한 수입을 올릴 수 있었다.

#25일 끝난 뉴미디어 중계권 경쟁 입찰에서 통신·포털 컨소시엄은 5년간 총액 1100억 원을 써냈다. 연평균 220억 원이다. 통신·포털이 1000억 원을 뛰어넘는 중계권을 제안한 배경에는 온라인 스트리밍 등 뉴미디어 시장의 급성장에 대한 기대가 반영됐다. 넷플릭스로 대변되는 해외업체의 공세에 대한 대비도 담겨져 있다.

그러나 5년 뒤에 KBO는 또 한번 뉴미디어 시장에서 웃을 수 있을까? KBO는 메이저리그를 모델로 직접 뉴미디어 시장에서 콘텐츠 유통 등을 검토하고 있다. 중계권 사업자를 선정하든, 직접 판매하던 광장한 속도도 발전을 거듭할 것으로 보이는 뉴미디어 시장은 그토록 바라는 자생력을 갖춘 구단과 리그의 토양이 될 수 있다.

하지만 콘텐츠가 경쟁력을 잃는 순간 모든 것은 신기루처럼 사라질 수 있다. 사실 대부분 아마추어 종목은 오히려 방송중계 제작비를 내고 스포츠채널에 편성되고 있다. 일부 프로 종목도 방송사에 돈을 내고 중계편성을 확보한다. 경쟁력을 잃는 순간 시장은 차갑게 외면한다. 산업화에 다가갈수록 추락의 위험성은 높아진다. 리그평준화에 실패하고 구단과 선수가 팬들의 신뢰를 잃어 간다면 5년 뒤 참담한 계약서에 사인 할 수밖에 없다. 호황일 때 일수록 개혁은 더 절실하다. 스포츠부 기자

유진한 기자의 카툰

haja1787@donga.com



GD...승리...구설 빅뱅'