

코로나19 이후의 '글로벌 스포츠 시스템' 그리고 창응력(creactability)



이원재

국민대학교 스포츠산업레저학과 부교수
스포츠경영학 전공
'창응력', '글로벌 스포츠 시스템'에 관심
wjlee@kookmin.ac.kr

코로나19는 국제스포츠계에 무엇을 남길 것인가?

이를 알아내기 위해서는 먼저 국제스포츠계의 구조와 작동원리를 쉽고 간단하게 파악하는 것이 필요하며, 한 가지 방법은 스포츠 이벤트를 '플랫폼 비즈니스'로 이해하는 것에서 출발한다.

스포츠 이벤트와 플랫폼 비즈니스

플랫폼 비즈니스는 백화점의 운영방식을 통해 쉽게 설명될 수 있다. 백화점은 다양한 브랜드들을 입점시켜서, 백화점을 방문한 고객들이 각 브랜드들의 상품을 구매하도록 함으로써 발생한 매출에서 수수료 또는 임대료 등을 취하는 운영방식이다. 즉, 백화점이라는 플랫폼의 운영자(platformer)가 입점 브랜드(공급

platformee¹⁾)와 고객(수요 platformee) 사이의 교환을 관리하는 방식이다. 사실, 백화점의 상품들은 백화점의 것이 아니라 각 입점 브랜드들의 것들이고, 근무하는 대부분의 판매 인력들도 입점 업주들이 고용한다. 결국, 백화점의 소유주는 수요와 공급이 만나는 플랫폼을 중심으로 사업을 전개하는 것이다. 이를 도식화하면 그림1과 같다.

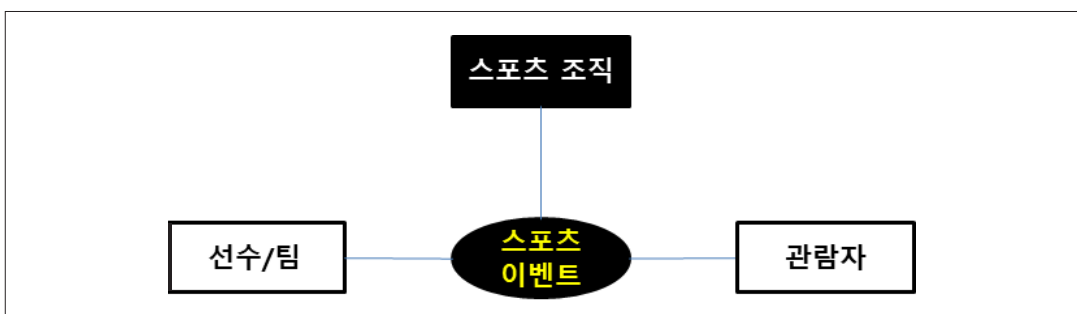


[그림1] 백화점의 플랫폼 비즈니스 구조

출처: 이원재 외(2017). 글로벌 스포츠 시스템: 인간의 확장, 북마크

미국의 GAF A, 즉 구글(Google), 애플(Apple), 페이스북(Facebook), 아마존(Amazon)은 2020년 5월 현재 모두 전 세계 시가총액 상위 10위권 내에 포진하고 있는 플랫폼 기업이다. 그리고 BATH, 즉 바이두(Baidu), 알리바바(Alibaba), 텐센트(Tencent), 화웨이(Huawei)는 GAF A에 비견되는 중국 플랫폼 기업들로 주목을 받고 있다.

백화점 운영방식에서도 살펴봤듯이 플랫폼 비즈니스는 GAF A나 BATH 등 최신 IT기업들의 전유물이 아니며, 특히 ‘스포츠 이벤트’야말로 고대 그리스의 올림픽²⁾에서부터 이어져 내려온 플랫폼 비즈니스의 전형이라고 할 수 있다. 아래의 그림2는 스포츠 이벤트에 내재한 플랫폼 비즈니스의 기초 구조를 보여준다.



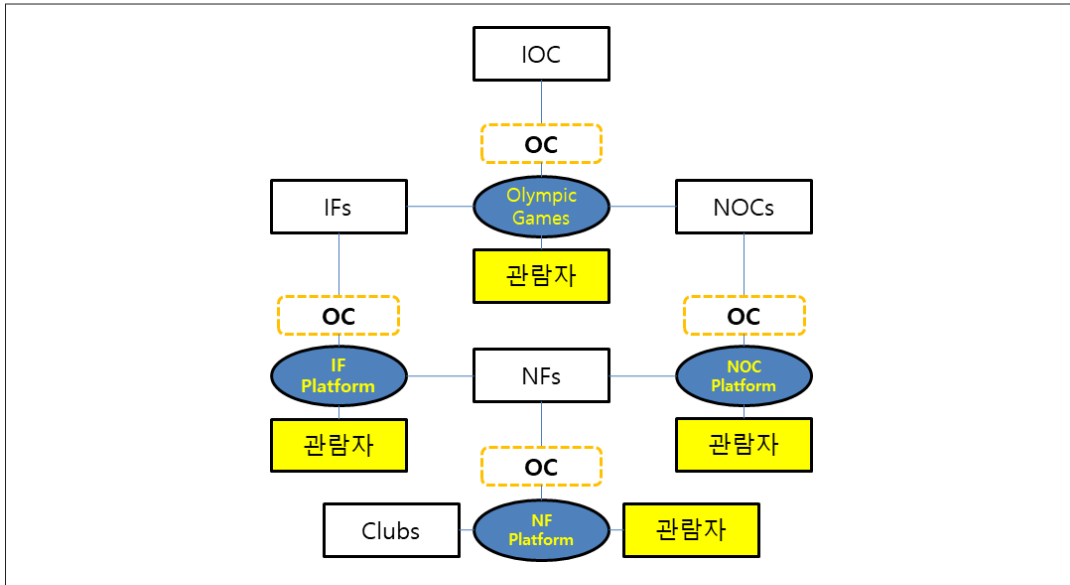
[그림2] 스포츠 이벤트의 플랫폼 비즈니스 기초 구조

출처: 이원재 외(2017). 글로벌 스포츠 시스템: 인간의 확장, 북마크

1) platformee라는 용어는 “글로벌 스포츠 시스템: 인간의 확장”에서 처음 소개된 신조어이다.
2) 피타고라스는 올림픽에 참여하는 3개의 집단을 선수, 관람객, 상인으로 구분한 바 있다.

글로벌 스포츠 시스템

그림2의 기초 구조를 올림픽을 중심으로 전 지구적으로 확장하면 아래의 그림3과 같다.



[그림3] 글로벌 스포츠 시스템

<출처> 이원재 외(2017). 글로벌 스포츠 시스템: 인간의 확장, 북마크

IOC는 국제올림픽위원회(International Olympic Committee)를, IF는 국제경기연맹(International sport Federation)을, NOC는 국가올림픽위원회(National Olympic Committee)를, NF는 국가경기연맹(National sport Federation)을, OC는 대회조직위원회(Organizing Committee)를 의미한다.

그림3의 최하단에 있는 NF Platform은 대한축구협회 등의 NF가 주최하는 대회들을, 그 위쪽 좌측의 IF Platform은 FIFA가 주최하는 월드컵 등의 대회들을, 그 우측의 NOC Platform은 한국의 NOC인 대한체육회가 주최하는 전국체육대회 등으로 이해할 수 있다. 최상단의 플랫폼은 IOC가 주최하는 올림픽이며, 각 종목의 관리는 IF들이, 참가하는 선수들의 관리는 NOC가 제공하고, 올림픽 플랫폼에서 발생하는 관람 가치는 관람자가 경기장에서 또는 매체를 통해서 소비한다. 각 플랫폼들 바로 위에 위치한 OC들은 플랫폼을 직접적으로 운영하는 한시적인 조직들이다.

결국 전 세계의 스포츠계는 각 조직들을 뼈대로, 그리고 각 스포츠 이벤트 플랫폼을 관절로 하는 거대한 생명체 또는 생태계, 즉 ‘글로벌 스포츠 시스템’을 이루고 있는 것으로 이해할 수 있다. 지면이 한정된 관계로, 더 자세한 설명을 원하는 독자들은 ‘글로벌 스포츠 시스템: 인간의 확장’을 참조하기 바란다.

IOC 위원장의 전망

현재 코로나19 이후 국제스포츠계의 미래를 파악하기 위해서는 시스템의 정점에 위치한 올림픽 플랫폼을 소유하는 IOC의 생각을 읽어내는 것이 중요하다. 올림픽의 정책이 어떻게 정해지느냐에 따라 IFs, NOCs, NFs, OCs들과 그들의 플랫폼에 변화가 뒤따르기 때문이다. 이미 도쿄올림픽조직위는 피해가 가시화되었고, IF들도 비상 대책을 속속 발표하고 있으며, NOC 및 NF들은 각국 정부의 지원이 시급한 상황이다.

지난 4월 29일 토마스 바흐 IOC위원장은 홈페이지를 통해 코로나 이후의 전망을 크게 3가지 영역으로 나누어 제시한 바 있으며, 주요 내용을 요약하면 다음과 같다.

1. 사회적 영역

‘공중 보건’ 및 ‘사회 결속’과 관련된 스포츠의 역할이 재조명될 것

IT기술에 기반을 둔 비대면 또는 대면을 최소화하는 스포츠 이벤트 개최 방식의 도입이 필요할 것

2. 경제적 영역

경제적 위기로 인한 각국 정부 예산의 재분배와 그로 인해 스포츠 관련 예산이 변화될 것

특히, 스포츠 이벤트 개최에서의 현명한 비용 편성의 필요성이 대두될 것

3. 정치적 영역

코로나로 인한 봉쇄 정책이 국가주의와 보호무역주의를 진전시켜 결국 국제적인 대립으로 이어질 수 있을 것
이러한 상황 속에서 연대, 평화, 존중 등의 올림픽 가치가 보다 강조되어야 할 것

바흐 위원장은 3대 영역의 전망과 아울러서 현 상황을 타개하기 위하여 ‘결속(unity)’과 ‘창의성(creativity)’을 강조하였으며, 필자는 특히 ‘창의성’에 주목하였다.

창응력(creactability)

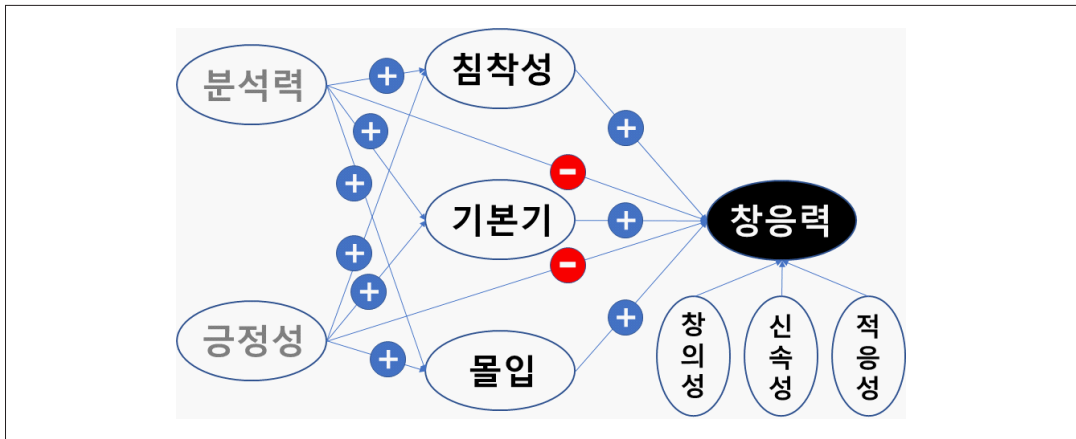
창의성은 학문, 예술, 경영, 교육 등 다양한 영역에서 다루어 지지만, 스포츠 경기 상황에서도 대단히 중요한 개념이다. 다른 영역에서의 창의성과는 달리 스포츠 영역에서는 비교적 짧은 시간의 맥락 속에서 창의성을 발휘해야 한다는 것이 가장 큰 차이점이라고 할 수 있다. 물론, 재즈 뮤지션의 경우도, 즉흥연주(improvisation)라는 형식으로 즉시적인 창의성을 발휘해야 하지만, ‘경쟁’의 유무라는 또 다른 차원에서 재즈와 스포츠의 창의성은 서로 다르다. 즉, 재즈라고 하는 예술 영역에서는 창의성 자체가 ‘목적’의 성격이 강하지만, 스포츠에서는 창의성이 ‘수단’으로서의 의미가 강하며 결국 경쟁에서 이기는 것에 발휘되어야 한다.

이러한 맥락에서 ‘창응력(creactability³⁾)’ 즉, ‘창의성을 바탕으로, 주어진 상황에 시의적절히 대응하는 능력’이라는 개념에 주목할 필요가 있다.

창응력이 발휘되는 상황은 스포츠에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 상대의 예측을 뛰어넘어 드리블하는 축구 공격수 그리고 이를 막아내려는 수비수, 9회말 2사 만루에서 투수와 타자의 모습 등이 바로 그것이다. 어찌면 창응력이 없는 스포츠 경기 상황을 떠올리는 것이 오히려 더 어려울 수도 있다.

필자는 2020년 초에 발간한 논문을 통해, 재즈 피아니스트, 즉흥 연극인, 즉흥 무용가, 프리스타일 래퍼 그리고 축구, 태권도, 배드민턴, 핸드볼 전문가 및 스포츠 방송 PD, 스포츠 캐스터, 토크쇼 진행자 등 총 11명의 전문가들과 델파이 연구방법을 통해 창응력의 개념과 선행변인들의 구조를 밝혀내고, K리그 축구 선수 241명을 대상으로 양적인 검증을 완료하였다.

그 결과 창응력은 ‘신속성’, ‘창의성’, ‘적응성’ 등 3가지 하위개념으로 구성되고, 창응력을 향상하기 위해서는 먼저 ‘침착성’, ‘기본기’, ‘몰입’이 필요하며, 그에 앞서 ‘분석력’과 ‘긍정성’이 필요하다는 것을 밝혀냈다. 이를 도식화하면 그림4와 같다.



[그림4] 창응력의 개념과 선행변인들과의 구조
출처: 이원재, 강준호, 김소희(2020). 창응력(creactability)의 개념과 선행변인: 스포츠경기 상황을 중심으로, 한국스포츠산업경영학회지, 25(1), 14-42.

과거보다 훨씬 빨라진 변화 속에서 각종 위기를 수시로 겪고 있는 현대 사회의 기업 또는 정부를 포함한 각종 조직들에게도 이제는 운동선수 또는 스포츠팀의 창응력이 요구되고 있으며, 창응력은 다양한 조직 장면에서 유연성과 현장대응능력을 강조하는 애자일(Agile) 개념과도 상통한다.

코로나19가 창궐하고 있는 지금, 글로벌 스포츠 시스템의 각 구성원들, 즉 IOC, IFs, NOCs, NFs, OCs

3) creativity와 react를 결합하여 creact라는 동사를 만들고, 이에 -able을 붙여 creactable이라는 형용사를 만들고, 다시 -ability를 붙여서 creactability라는 명사를 만들었다.

등도 대응력을 발휘해야 할 시점이다.

창응력의 선행변인 5가지, 즉 침착성, 기본기, 몰입, 그리고 분석력과 긍정성에 기반하여 시사점을 제시하여 보고자 한다. 지면 관계상 각 구성원 맞춤형 처방까지 제시하기는 어려워 간단한 개요를 설명하는 수준에 머물러야 함에 양해가 필요하며, 더 많은 아이디어를 원하는 독자들은 해당 논문⁴⁾을 읽어 보기를 권한다.

먼저 ‘침착한 대응’이다. 위기 상황일수록 차분하게 침착성을 유지하며 시행착오를 줄이고 넓고 먼 시야를 확보해야 한다.

두 번째는 ‘기본기’다. 안정된 체계가 구축되어 있지 않다면 위기에 흔들리기 쉽다. 늦었다고 생각할 때가 가장 빠를 때라는 말을 상기하면서 기본적인 사항들을 잘 챙기는 것이 중요하다.

세 번째는 ‘상황 몰입’이다. 위기 상황일수록 한정된 자원을 중요한 곳에 집중하고 몰입해야 한다.

네 번째로 ‘철저한 분석’이 수반되어야 한다. 다만 철저한 분석을 이유로 의사결정의 속도가 늦춰지도록 방치하는 것은 경계해야 한다.

마지막 다섯 번째는 ‘긍정성 유지’다. 인간을 포함한 동물들은 위험한 상황에서는 도망가거나 싸우는 등의 단순한 선택지에 집중하는 경향이 있으므로, 긍정성을 유지함으로써 다양하고 창의적인 대안들을 확보해야 한다. 하지만, 상황에 맞지 않는 지나친 낙관으로 흐르지 않도록 주의해야 한다.

이제는 더 이상 창응력이 선수들만의 전유물이어서는 안된다. 글로벌 스포츠 시스템 안에 존재하는 각 조직들은 경기장에서 선수들이 발휘해 왔던 창응력을 조직 내부 깊숙이 장착해야 한다. 변화하지 않으면, 교체당한다(Change or be changed).

‘사회적 거리두기’와 ‘물리적 거리두기’ 그리고 스포츠

지난 3월, WHO는 ‘사회적 거리두기(social distancing)’라는 용어를 ‘물리적 거리두기(physical distancing)’로 바꿔야 한다고 밝혔다.

이렇게 어려운 상황일수록 물리적 거리는 두되, 사회적 거리는 오히려 좁혀야 할 것이다. 이번 코로나 사태로 인해서 스포츠가 큰 타격을 받은 이유는 스포츠가 사회적 거리를 좁히는데 탁월한 기능을 내재하기 때문일 것이다. 스포츠는 인간의 어떠한 발명품보다도 사람을 모으는데 탁월하다. 마라톤에 참여하기 위해 구름같이 모여든 사람들이나, 올림픽을 보기 위해 경기장 또는 TV 앞에 모인 전 세계인구를 떠올려 보라.

치료제와 백신이 등장하게 되면, 코로나19 사태는 급격하게 정리될 수 있을 것이다. 코로나가 지나간 자리 곳곳에 스포츠가 빠곡히 자리 잡아 인류의 역사에서 그 어느 때보다도 강력한 사회적 결속을 바탕으로 행복을 만끽하는 시대가 곧 오기를 바란다. 하지만, 그러한 시대는 가만히 기다리기만해서는 오지 않을 수 있다. 피터 드러커의 말처럼, 미래를 예측하는 최고의 방법은 미래를 창출해 내는 것임을 상기할 필요가 있다.

4) 이원재, 강준호, 김소희(2020). 창응력(creactability)의 개념과 선행변인: 스포츠경기 상황을 중심으로, 한국스포츠산업경영학회지, 25(1), 14-42.