



오정희

연세대학교 스포츠응용산업학과 강사
스포츠응용산업학 전공
스포츠산업, 스포츠마케팅,
스포츠 ICT에 관심
sbaby69@hanmail.net

ICT 기반 참여스포츠, 낯섦과 익숙함이 공존하는 스포츠

융합의 시대, 변화하는 일상

‘오늘 뭐하지?’ 휴일 아침이면 누구나 한번쯤은 생각해본 질문이다. 그러나 이 질문에 대한 답을 찾기 위한 사람들의 행동은 변화되었다. 과거 동네 놀이터에서 삼삼오오 모여 놀았던 어린아이들은 컴퓨터 앞에 앉거나 자신의 스마트폰을 통해 온라인 세상에 접속한다. 어른들 역시 스마트폰을 들고 SNS에 접속한다. 함께 있어도 온라인으로 대화하는 세상. 기술의 발전에 의해 변화된 우리의 삶이다.

‘무슨 스포츠 활동을 해볼까?’ 과거에는 이 질문에 대한 답을 찾기 위해 스포츠 시설과 동호회를 찾아보고 방문하여 희망하는 스포츠 프로그램을 신청하였다. 그러나 오늘날에는 SNS 혹은 인터넷 검색창을 통해 관련 내용을 검색하고 원한다면 바로 참여를 신청하는 것도 가능하다. 인터넷과 모바일이 우리의 삶에 자리 잡기 시작하면서, 온라인 세상은 더 이상 우리에게 낯선 공간이 아니다. 개개인이 사이버 세상을 받아들이는 속도에 차이는 있지만, 온라인 공간에 대한 거부감은 점차 사라져 가고 있다.

스포츠산업에서도 4차 산업혁명 시대를 맞아 가장 중심적인 역할을



출처: 국민체육진흥공단

하고 있는 ICT 기술과의 융합을 통해 많은 변화가 일어나고 있다. 새로운 형태의 스포츠 상품 및 서비스들이 생겨나고 있으며, 새롭게 창출된 스포츠 상품과 서비스는 기존 스포츠 소비자 및 잠재 스포츠 소비자들에게 기존의 스포츠에서는 경험할 수 없었던 색다른 매력을 선사하고 있다. 낯섦과 익숙함이 공존하는 새로운 형태의 스포츠, 본 글에서는 융·복합의 시대 속에서 ICT 기술과 스포츠와의 만남을 통해 탄생된 ICT 기반 참여스포츠가 가져온 스포츠산업의 변화와 변화하지 않는 스포츠의 본질에 대해 살펴보고자 한다.

변화하는 스포츠 환경

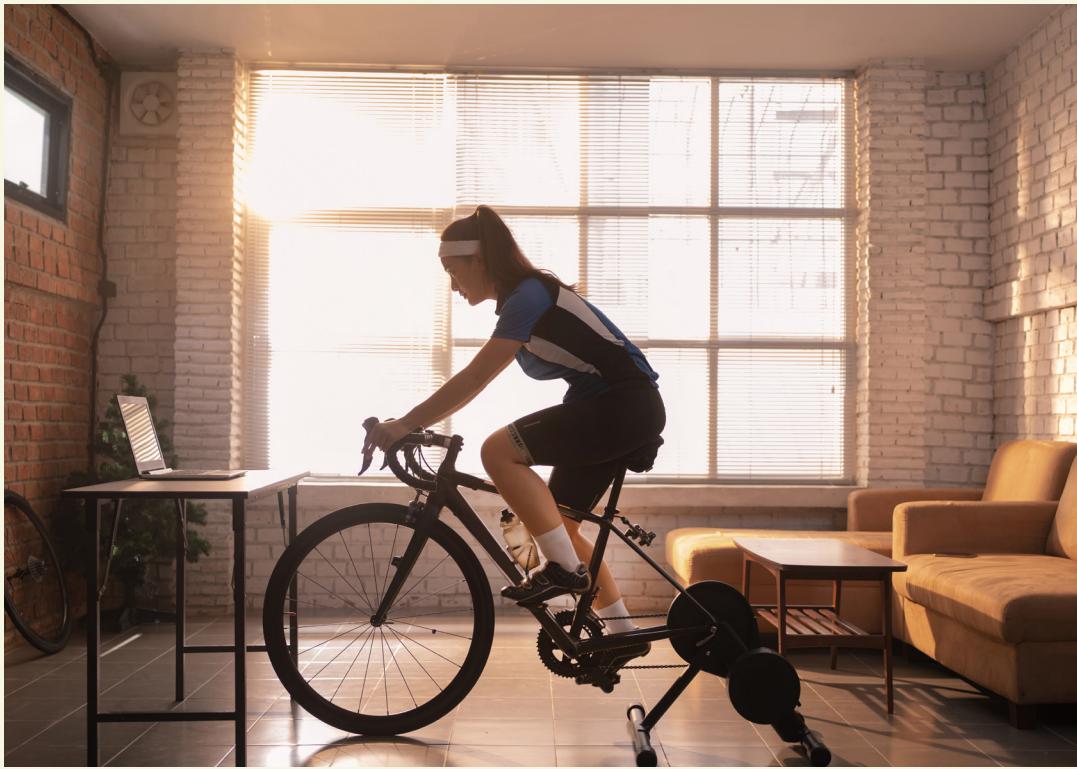
스포츠산업은 공간입지 중시형 산업으로서 스포츠 활동을 위한 공간이 필수적이다. 각 종목별 특성에 맞는 시설이 필요하기 때문에 스포츠 활동을 위해 학교는 운동장이나 강당을, 생활스포츠는 공공체육시설 또는 민간체육시설을, 엘리트 스포츠는 종목별 전용 경기장을 갖추고 있다. 또한 스포츠산업은 소비자가 스포츠에 참여하기 위해 자신의 시간을 소비하는 시간 소비형 산업이다. 이처럼 스포츠산업은 현장감 넘치는 현장 중심 산업으로 발전해 왔다. 그러나 코로나19 사태를 기점으로 소비자들의 꾸준한 스



출처: 국민체육진흥공단

포츠 활동 욕구가 온라인 스포츠 활동에 대한 소비자들의 인식을 변화시키기에 이르렀고, 오락적 요소로 인해 게임 형태로 주목받아 온 ICT 기반 참여스포츠가 게임이 아닌 스포츠 활동으로 주목받게 되었다.

스크린 스포츠로 대표되는 ICT 기반 참여스포츠는 ICT 기술과 스포츠가 융합한 새로운 형태의 참여스포츠이다. 스크린 스포츠는 가상현실 기술을 통해 소비자에게 실제 스포츠와 유사한 운동효과를 제공한다. 스크린 골프를 포함하여 스크린 야구, 축구, 승마, 사격, 클라이밍 등 다양한 종목의 스크린 스포츠가 존재하고, 많은 사람들이 스크린 스포츠를 통해 쉽게 접하기 힘든 종목들을 경험하고 있다. 특히 대면이 어려운 팬데믹 상황에서 랜선 상의 실시간 스포츠 활동이 가능한 ICT 기반 참여스포츠는 새로운 트렌드로써 그 필요성이 증가하고 있다. 상대적으로 시·공간적 제약 없이 경험이 가능하며, 직접적인 만남 없이도 함께 운동하는 효과를 얻을 수 있는 ICT 기반 참여스포츠가 삶의 성취와 건강한 가치를 찾는 스포츠 소비자들의 욕구에 부합한 것이다. 코로나19로 인한 건강 증진 및 면역력 강화에 대한 관심 증가, 자기 관리에 투철한 MZ(밀레니얼+Z세대)의 세대적 특성, 관련 기기 및 플랫폼 시장의 성장, 재택근무와 집콕 생활의 증가가 불러일으킨 홈트레이닝 열풍 역시 ICT 기반 참여스포츠의 확대에 기여하였



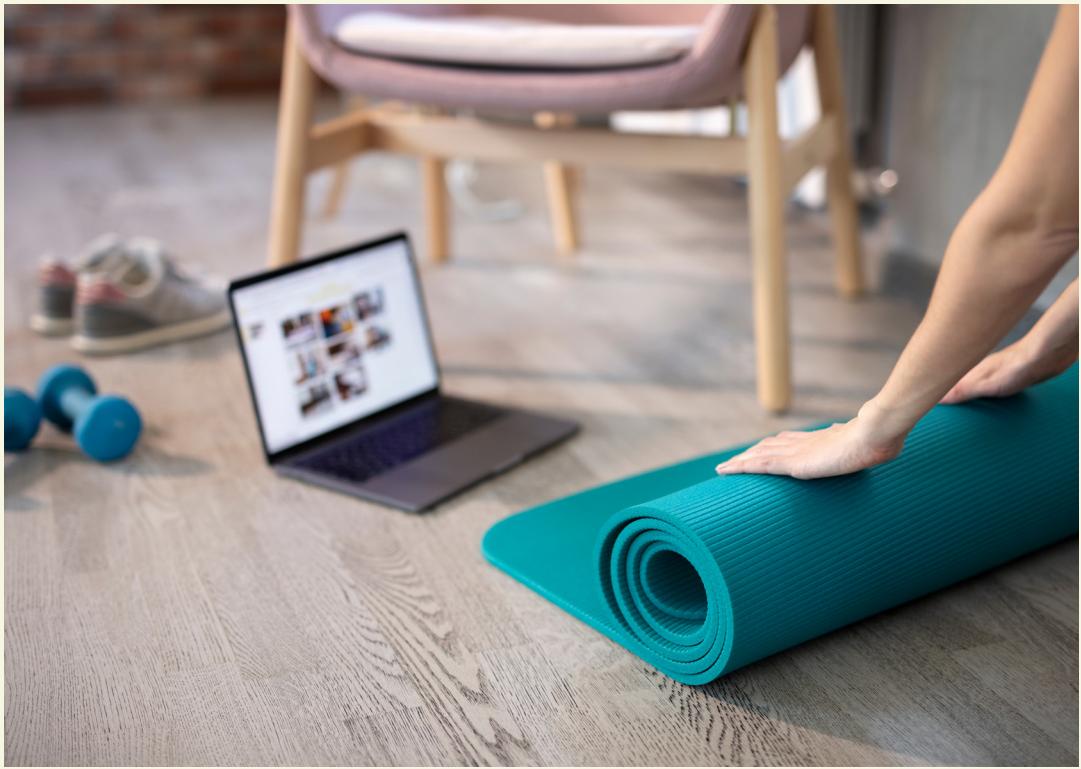
출처: shutterstock

다¹⁾. 단순히 영상 시청을 통한 홈트레이닝이 아닌, 실내 운동기기 및 동작을 통해 온라인에서 개최되는 경기에 자신의 가상 아바타가 참여를 하고, 다양한 웨어러블 디바이스를 통해 가상 재택 스포츠 대회에 참가하는 것이다. 이와 같이 4차 산업 핵심기술과 스포츠가 융합된 형태로 더욱 다양한 스포츠 디지털 콘텐츠 소비가 앞으로의 트렌드로 자리 잡을 것으로 기대된다.

변화하지 않는 스포츠

ICT 기반 참여스포츠는 기존 스포츠와 어떻게 구분될 수 있을까? ICT 기반 참여스포츠와 기존 스포츠는 완전히 다른 산업으로 볼 수 있을까? ICT 기술이 가지는 특성으로 인해 ICT 기반 참여스포츠를 처음 접하는 소비자들은 기존 스포츠와 ICT 기반 참여스포츠는 완전히 다르다고 생각할 수 있다. 그러나 ICT 기반 참여스포츠는 기존의 스포츠와 동일한 산업으로 분류되고 있다. 이는 기존 스포츠와 ICT 기반 참여스포츠가 가지는 공통적인 성질 때문이다.

1) 김난도 외(2020). 트렌드 코리아 2021. 서울: 미래의창.



출처: shutterstock

ICT 기반 참여스포츠는 기존 스포츠와 같이 그 역할과 분류로 볼 때 스포츠에 해당한다. ICT 기술과의 융합을 통해 기술적 특성을 지니고 있기는 하지만 신기술과 편리함만을 강조하고자 탄생된 것은 아니라는 것이다. 스포츠는 신체 능력 발달, 건강한 정신 발달, 사회관계 속 유대감의 형성과 발달에 도움을 주며, 실제 해당 능력의 발전을 위한 역할을 한다. ICT 기반 참여스포츠 역시 본질적으로 스포츠이기 때문에 기존 스포츠가 가지는 이러한 역할을 공통적으로 수행한다. 물론, 기존 스포츠에 참여하는 것과 같이 대면하여 소통하는 것보다는 그 정도의 차이가 존재할 수 있다. 하지만 상대적으로 기존 스포츠가 가지는 시·공간적 제약, 경제적 제약과 같은 여러 제약 요인으로부터 상대적으로 자유롭다. 각자의 장·단점이 존재하는 것이다. 이는 기존 스포츠와 뉴스포츠와의 관계에서도 확인할 수 있다.

뉴스포츠는 기존에 대중적으로 즐기고 있는 스포츠를 안전하게 변형하거나 새로 결합해 만든 스포츠이다. 일반적으로 올림픽이나 국제경기에서 행해지고 있는 메이저 스포츠인 축구, 야구, 농구 등의 스포츠가 아닌 모든 국민이 쉽게 체험할 수 있도록 변형되거나 새로 결합된 스포츠를 말한다. 기존의 스포츠와 뉴스포츠 간에는 분명한 차이가 존재한다. 그러나 ‘뉴스포츠는 스포츠인가?’라는 질문에는 모두가 ‘그렇다’라고 답할 것이다. 스포츠의 형태는 변화했지만 스포츠가 가지는 본질은 변하지 않았기 때문이다. ICT 기반 참



출처: shutterstock

여스포츠 역시 마찬가지이다. 신기술과의 융합을 통해 소비자들이 스포츠 활동에 참여하는 환경은 변화했지만 ICT 기반 참여스포츠가 지니고 있는 스포츠의 본질은 변화하지 않았다. 뉴 스포츠가 종목의 전문성에서 오는 진입장벽을 낮추기 위해 스포츠와 스포츠 간의 결합이 이루어진 형태라면, ICT 기반 참여스포츠는 시·공간적, 경제적 진입장벽을 낮추기 위해 분야가 다른 산업군 간의 융합으로 이루어진 스포츠인 것이다.

우리는 이미 수많은 변화와 적응을 거치며 진화하고 있는 중이다. 오랜 시간 서서히 적응하며 변화하기도 하고, 코로나19 사태와 같이 예상치 못한 재난으로 갑작스러운 변화에 적응해나가기도 한다. 스포츠산업 및 환경 역시 수많은 변화를 겪으면서 진화하고 있는 중이다. 인터넷의 발전이 사람들의 삶을 변화시킨 것과 같이 과학기술의 발전은 신기술과 스포츠의 융합을 통해 새로운 형태의 스포츠를 탄생시켰다. 환경의 변화, 기술의 발전, 세대적 특성의 변화 등 소비자들의 니즈에 따라 스포츠 역시 진화하는 것이다. 그러나 어떤 형태의 스포츠라 하더라도 스포츠가 가지는 본질은 기존 스포츠와 동일하다. ICT 기반 참여스포츠가 낯설면서도 익숙한 것은 ICT 기술이 주는 새로움에 대한 낯섦과 스포츠가 주는 익숙함이 공존하기 때문이다. 따라서 ICT 기반 참여스포츠가 스포츠의 본질을 잊지 않는다면 기술과의 융합을 통해 소비자들에게 낯섦과 익숙함이 공존하는 매력적인 스포츠로 환영받을 것이다.