

세계성, 공시성, 그리고 특수성: 남북한 2032 공동올림픽 개최의 의미



유상건

상명대학교 일반대학원 스포츠ICT융합과 교수
스포츠 커뮤니케이션/매니지먼트 전공
미디어와 저널리즘, 콘텐츠에 관심
sangkeon@gmail.com

미디어 학자이자 비평가인 기틀린(Gitlin)¹⁾은 ‘전 세계가 지켜보고 있다’는 책을 통해 거대한 미디어 조직이 반전운동이나 반핵운동을 무시, 왜곡, 조작, 선택, 강조를 통해 어떻게 ‘의도된’ 보도를 하는지 설명했다. 요즘에도 여전히 미디어를 통한 ‘사실과 진실’의 구분이 우리 사회의 주요 사회적 논제임을 생각한다면, ‘역사는 반복될 뿐 전진하지는 않는다’는 탄식이 나올 만하다. 그러나 시카고 거리에서 1968년 처음 외쳤던 이 구호의 의미는 초고화질이 장착된 오늘날의 스마트 폰으로 인해 확장, 강화됐다. 권력 기관이 위로부터 아래를 감시하는 서베이런스(surveillance)시대에서 아래로부터 위를 감시하는 것이 가능해진 ‘수베이런스(sousveillance)’ 시대²⁾가 도래했기 때문이다. 물론 이 새로운 시대는 감시와 함께 홍보의 기능도 의미하

1) Gitlin, T. (2003). The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left, with a new preface. LA: University of California Press.

2) 구체적인 내용은 ‘글로벌 미디어 스포츠: 흐름, 형태 그리고 미래(Global Media Sport: Flows, forms, and futures, 2017, 명인문화사)’ 참조

기 때문에 ‘전 세계가 낱알이 지켜보고 있고 영향 받는다’고 표현할만하다. 이는 올림픽과 같은 거대한 국가적 차원의 이벤트가 세계적인 이벤트로 받아들여질 가능성이 더욱 커지면서 동시에 특정 국가의 의도와 목적을 관찰시킬 수 있게 됐음을 의미한다. 물론 그 반대의 경우도 마찬가지다. 이벤트를 개최하는 국가가 결코 원하지 않았던 결과가 나타날 기회도 그만큼 많아졌음을 뜻한다. 그럼에도 불구하고 올림픽 같은 거대한 스포츠 이벤트는 국가와 민족과 사회를 알릴 수 있는 ‘실현의 장’이라 할 수 있다.

이 글을 쓰는 시점인 지금도 남한과 북한의 관계는 여전히 정치적, 경제적, 문화적, 그리고 스포츠적으로도 기로에 놓여 있다. 북한의 GP가 폭파되고 남북을 열차로 연결하기 위한 공동 조사가 진행될 예정이지만 말이다. 그래서 지금 먼 미래의 일로만 느껴지는 2032년 하계 올림픽 공동 개최를 지금 논의하는 것은 추상적이고 원론적이지만 희망이 섞인 전망일 수밖에 없다.

하계 올림픽 공동개최의 세계성과 공시성

올림픽은 흔히 메가 스포츠 이벤트로 불린다. 그러나 올림픽 특히 하계 올림픽은 단순히 메가 이벤트로만 불리우기에는 아쉬움이 남는다. 전 세계에서 열리는 수많은 이벤트를 분류한 연구에 따르면 우리가 공동으로 개최하려는 하계 올림픽은 메가를 넘어선 기가 이벤트임이 분명하다. 뮐러³⁾에 따르면 전 세계에서 벌어지는 거대한 이벤트—월드컵, 동계올림픽, 아시안 게임, 엑스포 등—은 관람객(visitor attractiveness), 미디어 노출(mediated reach), 비용(cost), 개최지의 변화에 미치는 영향(transformation) 등으로 분류될 수 있다. (표 1 참조)

Size	Visitor attractiveness <i>Number of tickets sold</i>	Mediated reach <i>Value of broadcast rights</i>	Cost <i>Total cost</i>	Transformation <i>Capital investment</i>
XXL (3 points)	>3 million	>USD 2 billion	>USD 10 billion	>USD 10 billion
XL (2 points)	>1 million	>USD 1 billion	>USD 5 billion	>USD 5 billion
L (1 point)	>.5 million	>USD .1 billion	>USD 1 billion	>USD 1 billion
Giga-event		11–12 points total		
Mega-event		7–10 points total		
Major event		1–6 points total		

[표 1] 크기에 따른 이벤트 분류 매트릭스 (Müller, 2015)

이벤트의 성격과 매력도에 따라 관람객의 수는 차이 날 수 밖에 없는데 당연히 미디어의 관심도 이벤트 별로 다르게 나타난다. 특히 관람객은 미디어의 보도 방향에 직·간접적으로 영향을 받는 것으로 볼 수 있다. 긍정적인 반응과 ‘놓칠 수 없는 이벤트’라는 이미지가 미디어에 의해 형성될 수 있기 때문이다. 위 두개의 범주가 결과로 나타나는 수치라면 비용은 불가피하게 치러야할 대가다. 교통망, 경기장을 구축하고 조직위 등을 운영하는데 드는 비용인데 이는 대회 운영 예산과 관련해 논란을 낳는 지점이기는 하다. 평창 동

3) Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definition and sizes, Leisure Studies, 34, 627–642.

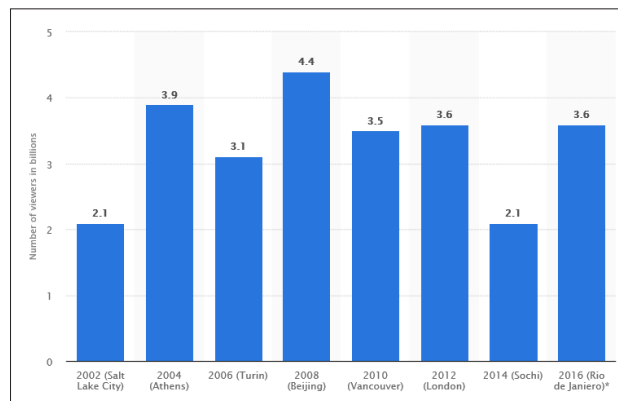
계올림픽의 예를 들면, 전체 예산이 14조원을 넘느냐 아니면 2조원 중반대로 보느냐는 합의되지 않은 관점의 차이로 생각한다. 개최지에 미치는 장기적, 단기적 영향에 대한 평가는 ‘지역의 재탄생’을 가져오느냐에 달려있다. 평창 올림픽에 대한 부정적인 평가가 있다면 그동안 산 넘고 물 건너야 당도할 수 있는 강원도를 “단 두시간만에 도착할 수 있는 지역”이라는 명제 앞에 무력화 되지 않을까 싶다. 어쨌든 뮐러의 분석에 따르면 기가의 세계에 들어 선 유일한 이벤트는 하계 올림픽이다. (표2 참조)

Event	Location	Visitor attractiveness	Mediated reach	Cost	Transformation	TOTAL	Class
Olympic Summer Games	London 2012	3	3	3	2	11	Giga
Euro	Ukraine/Poland 2012	2	2	3	3	10	Mega
Football World Cup	South Africa 2010	3	3	2	2	10	Mega
Expo	Shanghai 2010	3	0	3	3	9	Mega
Asian Games	Guangzhou 2010	2	0	3	3	8	Mega
Olympic Winter Games	Vancouver 2010	2	2	2	1	7	Mega
Commonwealth Games	Delhi 2010	2	0	2	2	6	Major
Universiade	Kazan 2013	1	0	2	2	5	Major
Pan American Games	Guadalajara 2011	1	0	0	0	1	Major
APEC Summit	Vladivostok 2012	0	0	3	3	6	Major
European Capital of Culture	Liverpool 2008	3	0	0	2	5	Major
Rugby World Cup	New Zealand 2011	2	2e	0	0	4	Major
Super Bowl	New Orleans 2013	0	1	0	0	1	Major

[표 2] 사이즈에 따른 이벤트 분류 (Müller, 2015, e는 추정)

더군다나 세계 스포츠 시장에서 막강한 영향력을 점점 더 확장해가는 e스포츠의 합류 가능성을 고려하면 하계 올림픽은 전무후무한 ‘기가 스포츠 이벤트’다. 골드만삭스의 발표에 따르면 이미 2억7,600 만 명의 시청자가 있는 e스포츠는 전통적인 프로 스포츠인 NFL(2억7,000만 명), NBA(2억 3100만 명), MLB(1억 1,400만 명)를 뛰어 넘어섰다. e스포츠는 이미 자카르타-팔렘방 아시안 게임에서 시범 종목으로 채택됐는데 국제올림픽위원회(IOC) 입장에서는 대단히 매력적인 종목이다. 세계에서 가장 비즈니스적으로 성공한 조직인 IOC는 ‘조직은 반드시 끊임없이 확장하려 한다’는 생리에 충실하다. 비대화된 올림픽의 규모와 과도한 비용으로 유치 희망국이 줄어들어 골머리를 앓고 있는 IOC 입장에서 e스포츠는 매력적이다. 예단할 수는 없지만 인기와 흥행요소를 고려하면 e스포츠의 올림픽 등장 가능성을 배제할 필요는 없다. 팬의 확장성이라는 측면에서 e스포츠를 외면하기 어려운 것이 사실이고 어쨌든 이는 올림픽의 세계성을 높일 것이다.

올림픽은 많은 사람이 동시에 같은 장



[표 3] 동· 하계 올림픽 텔레비전 시청자수

4) <https://www.statista.com/statistics/287966/olympic-games-tv-viewership-worldwide/>

면을 본다는 점에서도 특별하다. 올림픽 시청자는 대회에 따라 다르지만, 리우올림픽의 경우 세계 인구가 73억 명인 점을 고려하면 인구의 절반이 지켜봤다 해도 무리는 아니다(참고로 평창 동계올림픽을 중계한 NBC의 미국 내 텔레비전 시청자수는 소치올림픽에 비해 7% 줄었지만 OTT, VOD 등을 포함하면 얘기가 달라진다. 리우올림픽만 해도 런던올림픽에 비해 21%나 텔레비전 시청자가 줄었지만 1억 명이 텔레비전 이외의 미디어로 올림픽을 즐겨 결과적으로 시청자가 29% 늘어난 것으로 조사됐다⁵⁾). 물론 이는 텔레비전 시청자만을 계산한 것이며 모바일과 인터넷, 케이블, 디지털 스트리밍 서비스 등 올림픽 뉴스에 접근할 수 있는 다양한 미디어 플랫폼을 고려하면 시청자수는 훨씬 더 증가한다. 현재 예상대로라면 2030년의 세계 인구는 86억 명에 달할 것으로 추정된다. 플랫폼의 진화를 고려하면 ‘올림픽의 공시성’이 갖는 의미는 더욱 커질 것이다. 하나의 이벤트로 동시에 세계 인구 대부분의 눈과 귀를 사로잡을 수 있다는 사실만으로도 올림픽은 한반도에 중요하다.

남북 공동올림픽 개최의 특수성

공동올림픽을 개최한다면 방문자들의 개인적인 체험(personal experience)가 중요하다. 우리는 특정 국가를 방문했을 때 각자가 겪는 경험에 따라 인상이 결정되고 그에 따라 그 나라의 국민성과 경제적 수준을 물론 문화적인 수준까지 판단한다. 그러나 보다 더 중요한 것은 파급력이 큰 미디어의 보도 방향(frame)이다. 미디어는 고약한 성격을 갖고 있다. 언제나 자신들의 입맛에 맞게끔 사안을 해석하고 자료를 활용하기 때문이다. 미디어의 불가측성을 전제로 하더라도 우리의 내러티브 전략은 무엇이 될 것인가 지금부터 차근차근 확실히 정립할 필요가 있다. 세계 유일의 분단국가로 우리가 처해 있는 특수한 상황은 확실한 차별성을 보여줄 수 있다. 평화와 함께 통일은 우리만이 내세울 수 있는 내러티브의 축이다. 올림픽은, 특히 개·폐막식 행사는 압축적으로 우리의 의도와 진정성을 보여줄 수 있는 기회다. 올림픽은 ‘거대한 프로모션 기회이자 관심을 독점할 수 있는 세일즈 행사 기간’이다⁶⁾. 우리의 평화에 대한 열망과 분단을 넘어 통일로 가고자 하는 의지를 보여줄 수 있는 장이란 뜻이다.

사실 우리는 평화축진과 통일의 초석을 다지기 위해 스포츠를 활용한 다각적인 노력을 끊임없이 지속해 왔다. 그 노력은 단일팀 구성, 개별 종목의 교류, 올림픽 공동입장 그리고 올림픽 공동개최의 형태로 진행돼 왔다. 단일팀 구성의 역사는 1960년대 까지 거슬러 올라간다. 실패로 끝났지만 1964년 도쿄올림픽 때도 단일팀 구성을 위해 노력했다. 결실은 1991년 세계탁구선수권 대회와 세계청소년축구대회에서 맺어졌는데 우승과 8강이라는 성과를 거뒀다. 기억에도 생생한 평창동계올림픽에서는 여자 아이스하키 팀이 단일팀을 구성했고 지난 아시안게임에서는 여자농구와 조정, 카누에서 성공했다. 1972년에는 남북체육공동성명 이후 축구와 농구 종목에서 교류가 진행됐는데 1990년 남북통일축구와 1999년의 남북노동자축구대

5) <http://www.sportspromedia.com/analysis/pyeongchang2018-olympic-broadcast-ratings-total-video>

6) <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2017&no=253049>

회, 통일농구대회가 대표적이다. 남북 공동입장의 쾌거는 2000년 시드니올림픽을 시작으로 2007년 장춘동계아시안게임에 이어 2018년 평창동계올림픽으로 이어졌다. 또한 1990년 북경아시안게임과 2002년 부산아시안게임, 2003년 대구하계유니버시아드 대회의 공동응원 모습은 2018년에도 재현돼 많은 화제와 감동을 준 점도 특기할 만하다. 공동올림픽 개최를 위한 노력도 88 서울올림픽 때 진행된 바 있다. 당시에는 전 세계 대부분의 국가가 참가했지만 개최 종목 배정 문제(북한은 8개 종목 요구, 남한은 4개 주장)으로 공동개최에 실패했다. 결과적으로 가장 가까운 곳에 있는 나라가 가장 먼 국가가 된 셈이었다. 때로는 미약했지만 중단 없는 노력이 있었음을 부인할 수 없다. 이 과정에서 남북한이 갖는 특수성은 세계인들의 우려와 함께 관심의 중심에 놓였던 것이 사실이다. 올림픽은 우리가 처한 상황을 이해시키고 우리의 의지를 과시하며 노력에 걸맞는 추동력을 얻을 수 있는 드문 기회다.

남북 공동올림픽개최의 실현을 위하여

지난 4월 한국을 방문한 데이비드 로우(David Rowe) 교수와 만나절을 함께 보낼 수 있었다. 스포츠의 세계화 논의에 가장 앞선 학자이기에 설레는 일이었다. 우리는 그날 오후 선비 복장으로 경복궁을 거닐며 한국의 전통을 만끽했다(매우 저렴한 가격에 한복을 입고 기분전환 할 수 있었지만 비위생적인 한복 보관 방법과 탈의실 상태가 썩 유쾌하지는 않았다). 그는 하루 전 한국스포츠미디어학회가 주최한 세미나에서 평창동계올림픽의 의의에 대해 발표했다. 올림픽에 대한 집단적 인식은 언제나 단순하고 이 과정에서 주최국의 노력과 의도는 무시되기 마련이다. 예를 들어 1972년의 뮌헨올림픽은 ‘테러 올림픽’으로, 1976년의 몬트리올올림픽은 ‘빛더미 올림픽’으로 각인돼 있다. 1980년의 모스크바 올림픽과 4년 후 열린 LA 올림픽은 ‘보이콧 올림픽’에 불과하다. 아테네에서 열린 2004년 올림픽과 2016년 리우 올림픽은 ‘가난과 불평등한 올림픽’으로 남아 있다. 88 서울 올림픽? “약물 올림픽”이라는 것이 그의 평가다.⁷⁾ 내심 ‘평화올림픽’이라는 답을 기대하며 평창올림픽이 사람들에게 어떻게 기억될지 물었다. 그는 “정치적 교착을 해결한 올림픽”이라 답했다. 바라건대 14년 후 남북 공동 올림픽이 한반도에서 열린다면 반드시 ‘평화와 통일의 올림픽’이 되어야 한다. 그리고 이를 통해 한민족의 힘과 의지를 보여주는 기회로 활용되기 바란다. 물론 종착점에 도달하기 까지는 많은 내외부의 역풍이 있을 것이다. 특히 남북한의 교류, 특히 스포츠 교류조차 거부하는 내부의 세력이 있다면 단호하게 이를 거부해야 한다. 스포츠 교류의 정치적 성과에 회의적인 시선이 있다면 그 의도를 분쇄해야 한다. 미래는 걱정할 필요가 없다. 미리 재단하거나 예측할 필요도 없다. 왜냐하면 미래는 만들어 나가면 되기 때문이다. 남북한의 올림픽공동개최의 경우가 꼭 그렇지 않을까?

7) Rowe, D. (2018). The worlds that are watching: Media, politics, diplomacy, and the 2018 PyeongChang Winter Olympics. *Communication and Sport*, 6(4), 1–20.



경복궁 인근에서 기념 촬영한 필자와 데이비드 로우 교수