

웹에서의 스포츠 문자중계를 위한 인포메이션 디자인

Information Design for Sport Datacast on Web

강성중

한양대학교, 디자인대학, 영상디자인 전공

Kang, Sung Joong

College of Design, Hanyang University

• Key words: Sports, Information Design, Datacast

1. 서론

현대 사회에서 중요한 여가로 잡은 스포츠는 디지털화로 엔터테인먼트가 더욱 정밀하게 기획될수록, 각본이 존재하지 않는 이유로 그 인기는 더욱 증가할 것으로 예측된다. 스포츠와 미디어는 상호 밀접한 관계를 가지고 발전하여 왔으며, 인터넷은 디지털 방식의 정보 제공과 접근 그리고 새로운 유형의 인터랙션 경험이라는 측면에서 스포츠 비즈니스에서 그 중요성이 증대되고 있다. 본 연구에서는 사회적으로 수요가 늘고 있는 인터넷 실시간 스포츠 중계의 여러 방식을 기술적 관점에서 비교하고, 인터넷 기반에서의 스포츠 콘텐츠와 관련 비즈니스를 분석한다. 한국과 미국의 프로 야구 문자중계 사례를 통해 정보 디자인의 관점에서 각각의 특성과 장단점을 비교하고, 스포츠 콘텐츠의 사회·문화적 차이점을 살핀다.

2. 스포츠와 미디어

2-1. 스포츠 미디어의 발전

관객이 스스로를 참가자로 여기고 자신의 희망과 꿈, 열망을 실현시킬 수 있는 미디어가 바로 스포츠이다. TV 프로그램, 연극, 영화 등은 관객을 위해 특정한 상황을 이끌어내기 위해 철저하게 계획되어야 한다. 스포츠에서의 경쟁은 이와는 크게 다르게, 극본 없이 진행되면서도 다른 엔터테인먼트보다 실제 삶에 가깝다. 오늘날 스포츠의 위상은 미디어의 확대에 의한 것이다. 신문, 방송, 특히 TV는 스포츠에 대한 인간의 관심을 확대시켰으며, 스포츠를 오락과 문화 산업의 한 부분으로 변화시켰다. 공중파 방송에서 전문 채널, 케이블, 유료 채널 그리고 디지털 미디어 등 새로운 유형의 미디어가 등장함에 따라 일상생활에 다른 형태로 스포츠가 더욱 깊숙이 자리 잡게 되었다.

2-2. 인터넷 기반의 방송

인터넷 방송은 동영상에 기반을 멀티미디어 서비스뿐만 아니라, 문자, 소리 등 정보의 모든 형태로 전달할 수 있으며, 제공되는 정보 형태에 따라 다음과 같이 크게 세 부분으로 나눌 수 있다.

① 데이터캐스트(datacast)와 워드캐스트(wordcast)

문자 위주로 정보를 보내는 방식으로 뉴스, 일기 예보, 교통 안내, 증권 소식, 스포츠 경기 안내 등을 인터넷을 통해 전달 받는다. 용량이 적은 문자 위주로 정보가 구성되어, 인터넷 흐름의 체증 속에서도 비교적 원활하게 정보를 전달할 수 있는 수단이다. 모바일, PDA에 쉽게 적용할 수 있는 방송방식이다.

② 오디오캐스트(audiocast)

음성 정보를 내보내는 서비스로, 이미지를 포함한 동영상 서비스보다는 대중성과 상업성 측면에서 유리하다. 인터넷 방송의 대표적 기술인 스트리밍(streaming)이 오디오캐스트에 본격적으로 사용되었다. 오디오캐스트는 정보의 전송량이 많지 않고 기술적 제한이 적어, 인터넷 음악 방송, 선교, 교육 등이 활용되고 있다.

③ 비디오캐스트(vidocast)와 애니캐스트(anicast)

소리, 문자, 동영상 등이 혼합된 멀티미디어 서비스가 가능한 인터넷 방송의 완성으로, 일반 방송에서부터 화상회의를 이용한 교육이나 비즈니스까지 인터넷 방송 서비스의 다양화를 가져오고 있다. 원활한 비디오캐스트 서비스를 위해서는 광대한 용량을 지닌 동영상을 압축할 수 있는 기술, 이를 전송할 수 있는 초고속 네트워크가 요구되며, 다양한 콘텐츠 제작에도 많은 비용과 시간이 투입된다.

3. 스포츠 관련 콘텐츠와 인터넷

3-1. 인터넷 기반의 스포츠 비즈니스

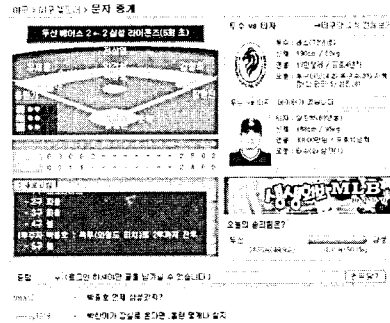
인터넷에서 스포츠 관련 정보와 상품들이 성공할 수 있는 조건은 스포츠와 인터넷 사용자간에 연계성에 있다. 스포츠와 인터넷 사용자가 10~30대 학생과 직장인이 중심을 이루고 남성이 위주가 된다는 점에서 동일한 사용자 층을 형성하고 있다. 인터넷에서 점차 스포츠에 대한 관심이 폭증하고 있으며, 인터넷 사용 목적이 정보 검색으로부터 엔터테인먼트로 이동한다는 점에서 스포츠는 수익을 발생시킬 수 있는 중요한 콘텐츠라 할 수 있다. 사람들은 스포츠에 대해 빠른 실시간 정보 전달을 원한다. 진행 중인 경기의 현재 득점 상황, 동시에 열리고 있는 경기들의 상황, 자기가 선호하는 팀 또는 선수의 상세 정보 등을 원하는데, 이러한 실시간 맞춤 정보 제공은 인터넷에서만 가능하다. 2000년 기준 인터넷을 위시한 온라인에서 이루어지고 있는 스포츠 콘텐츠는 [표 3-1]과 같으며, 국내 선수들이 외국 유명 리그의 진출이 증가하면서 공중파 또는 케이블 방송이 지원하지 못하는 스포츠 뉴스와 문자중계 등 관련 콘텐츠에 대한 수요는 크게 증가할 것으로 예측된다.

[표 3-1] 국내 온라인 스포츠사이트 유형(2000년 기준)

분류	서비스 내용	비율
정보 제공형	스포츠 뉴스, 경기 결과 및 소식	25
상품 판매형	스포츠 용품, 레저 상품 등 판매	19
홍보 제공형	스포츠 배팅, 복권 게임, 이벤트	19
동호회	스포츠 애호가들의 모임	19
교육	사이버 공간에서의 스포츠 교육	13
중계방송형	인터넷으로 보는 스포츠 중계방송	6

3-2. 인터넷을 이용한 스포츠 중계

인터넷을 통한 스포츠는 매체 소비자가 사용자로 높은 수준의 상호대화성(interactivity), 시간적 제한을 받지 않는 비동시성(asynchrony), 소프트웨어를 활용한 기능성(functionality), 그리고 연결성(connectivity)을 갖추고 있어 이전과 다른 유형의 정보 접근과 경기 관람이 가능하다. 이런 특성은 정보의 가공 영역이 넓은 문자중계에서 쉽게 찾을 수 있다.

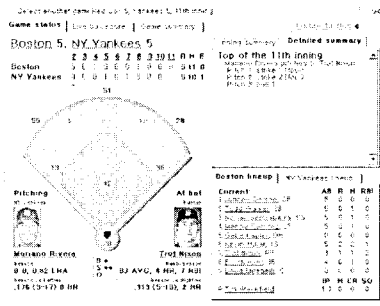


4. 사례 비교

스포츠는 지역에 따라 인기 종목과 리그 등의 차이가 있으며, 스포츠를 즐기는 사람들의 라이프스타일, 문화 등에 크게 영향을 받는다. 인터넷을 통한 스포츠의 향유는 사회·문화적인 특성과 더불어 네트워크 등의 인프라스트럭처도 큰 영향을 받는다. 본 연구에서는 미국의 ESPN 사이트와 한국의 포털 사이트인 NAVER의 실시간 야구 경기 문자중계의 비교를 통해 각각의 특성, 문화적 차이, 그리고 정보 디자인으로서 접근 방식을 살핀다.

4-1. ESPN.COM

디즈니 소유의 스포츠 전문 채널 ESPN는 인터넷 사이트 이용률에서 경쟁 채널들이 개설한 사이트에 비해 높은 점유율을 점하고 있다. 주요 경기 단체와 밀접한 관계를 구축하고 있으며, nba.com, nfl.com 등을 하부 사이트로 두고 있어 확실한 콘텐츠 자료를 확보하고 있다. ESPN 사이트는 야구, 농구, 미식축구, 골프 등의 인기 스포츠뿐만 아니라, 테니스 등 다양한 스포츠 종목들을 다루고 있다. 진행 중인 경기는 문자중계(datacast)로 경기의 상황을 인터넷 이용자에게 전달해주며, 더 많은 인터랙티비티와 정보를 원하는 사용자에게는 프리미엄 서비스를 유료로 제공하고 있다. 풍부한 데이터를 바탕으로 다양한 관점으로 정보를 제시하며, 사용자의 선택할 수 있는 항목도 많은 편이다.



4-2. NAVER.COM

포털사이트인 네이버는 뉴스와 동일한 위계로 스포츠 섹션과 하부 사이트가 마련되어 있으며, 2004년 4월 현재 야구, MBL, 축구, 해외축구, 농구 모두 5개의 메인 페이지로 구성되어 있다. 포털 사이트 특성상 뉴스 중심으로 콘텐츠가 구성되어 있으며, 진행 중인 경기는 문자중계로 경기 상황을 알려준다. ESPN.COM과 비교하여 가장 큰 차이는 경기 상황과 더불어 사용자들이 자신의 의견을 개진할 수 있다는 점이다. 특정 장면이나 선수에 대한 쟁점이 등장하면, 경기와 별개로 또 다른 논쟁이 벌어지고 경기 외적인 사용자의 경험을 창출한다.

4-3. ESPN.COM vs. NAVER.COM

스포츠는 과학이라고 불릴 정도로 수많은 데이터가 존재하며, 이를 분석하고 이에 근거하여 경기를 예측할 수 있는 정보를 제공함으로써 관람자의 참여도를 높일 수 있다. ESPN.COM과 NAVER.COM의 문자 방송은 야구 경기 진행 상황을 이해하는데 필요한 정보를 유사한 방식으로 제공하고 있다. ESPN의 경우 오랜 시간 축적된 데이터와 이를 정보로 표현하는 방식에 앞서있다. 이는 스포츠 전문 채널로서 가진 전문성과 정보 시각화의 노하우의 결과로 보인다. 그러나 사용자와의 상호대화성이라는 측면에서는 NAVER.COM과 비교하여 수동적이라 할 수 있다. 반면 NAVER.COM은 정보 자체가 주는 풍족함과 입체성은 떨어지지만 사용자가 참여할 수 있는 공간을 제공함으로써 상호대화성은 훨씬 높다. 이는 웹사이트 사용에 있어 커뮤니티 구성, 메신저 사용 등과 같은 사회성을 중시하는 한국 사용자의 특성이 반영된 것으로 보인다.

[표 4-1] ESPN.COM과 NAVER.COM 문자중계의 정보 비교

항목	ESPN.COM	NAVER.COM
제공 정보	경기상황, 요약, 선수 정보	경기상황, 요약, 선수 정보
정보의 심도	팀, 선수의 상세 정보, 경기 분석	상세정보와 분석정보 미약
사용자 참여	수동적 정보 수용만 가능	경기 게시판, 승리팀 투표
정보 시각화	선수 이름 대신 번호 사용 경기 상황에 정보 통합	선수 이름으로 표시 경기 상황과 선수 정보 분리

5. 결론

인터넷은 스포츠 콘텐츠를 상호대화성과 멀티미디어 특성에 기초하여 더욱 확대, 재생산할 수 있는 미디어이다. 인터넷을 통해 동영상을 포함한 멀티미디어로 경기를 중계할 수 있지만, 현실적으로 모든 경기를 중계할 수 없는 상황에서 문자중계는 현장감은 떨어지지만 정보 접근이 용이하고, 좁은 대역에서 흐름의 끊임없이 경기 상황을 알 수 있어 앞으로도 널리 사용되는 방식이 될 것이다. 축적된 데이터와 이를 시각화하는 방식에 따라 문자중계 내용과 정보 밀도가 달라질 수 있으며, 게시판과 경기 예측과 같은 사용자 참여의 공간을 마련함으로써 다른 유형의 경험을 제공할 수 있으며, 이는 사회문화적 요인과의 일정한 상관관계를 가진다.

참고문헌

- 앨 리버만, 조운장 譯, 엔터테인먼트 마케팅 혁명, 아침이슬, 2003
- 최영, 인터넷 방송, 커뮤니케이션즈 북스, 1999
- 송해룡, 디지털 커뮤니케이션과 스포츠 콘텐츠, 커뮤니케이션즈 북스, 2001