

# TV콘텐츠로서의 한국프로야구 가치분석

## An Analysis on the Value of Korea Professional Baseball as TV Contents

정지규  
서울대학교

Ji-Gyu Chung(sodhgq76@snu.ac.kr)

### 요약

본 연구는 시청률을 활용하여, TV콘텐츠로서 한국프로야구의 위상이 어떠한지를 분석해 보고자 하였다. 이를 위해 다른 장르의 TV콘텐츠에 대한 한국프로야구의 상대적인 위상을 시청률을 통해 알아보았다. 본 연구를 위해 2010년도 케이블TV채널 전체의 시청률에 대해 분당 시청률을 확보해 분석하였으며, 케이블 TV의 장르별, 채널별 시청률을 비교 분석한 결과는 다음과 같다. 총 11개 장르에서 가장 높은 시청률을 기록한 장르는 드라마였으며, 예능, 영화, 어린이, 뉴스/보도, 스포츠, 음악 등의 순이었다. 가장 높은 시청률을 기록한 채널들은 드라마와 예능 채널들로 장르나 채널 수준에서 스포츠는 높은 순위를 기록하지 못했다. 하지만, 한국프로야구를 중계하는 시간대만을 별도로 나누어 분석한 결과 장르와 채널 수준 모두에서 한국프로야구가 가장 높은 시청률을 기록하였으며, 통계적으로 유의미하였다. 즉, 케이블TV 해당 시간대에서 한국프로야구가 가장 가치 있는 콘텐츠라고 할 수 있다.

■ 중심어 : | 한국프로야구 | 시청률 | TV콘텐츠 |

### Abstract

This study analyzed the status of Korean professional baseball as TV contents utilizing ratings. For the purpose of the study, Korea professional baseball's relative status to other genres though ratings is investigated. For this study, ratings per minute for the whole cable TV channel viewer ratings in 2010 were analyzed, and the following is the result of comparing and analyzing ratings per genre and channel of cable TV. Among 11 genres, drama showed the highest rating, and entertainment, movies, kids, news/reports, sports, music, etc followed. Drama and entertaining channels showed the highest ratings and sports did not show any high ranking. However, when analyzing times for broadcasting Korean professional baseball separately, Korean professional baseball in both genre and channel showed the highest ratings and it was significant statistically. Thus, it is considered that Korean professional baseball is the most valuable contents for the related cable TV times.

■ keyword : | KPB | Ratings | TV Contents |

## 1. 서론

한국프로야구는 1982년 출범 이후 꾸준한 관중증가

를 기록하며 국내 프로스포츠시장을 선도해왔다. 2000년대 초반 미디어 환경의 변화와 메이저리그 야구를 비롯한 다양한 스포츠콘텐츠의 유입으로 일

접수일자 : 2014년 02월 27일

수정일자 : 2014년 04월 10일

심사완료일 : 2014년 04월 14일

교신저자 : 정지규, e-mail : sodhgq76@snu.ac.kr

시적인 하향세를 기록하기도 하였으나, 경기력 향상을 위해 집중 투자한 결과, 프로야구 전반의 수준이 향상되면서 2008년 베이징올림픽 우승, 2009년 월드베이스볼클래식 준우승 등 각종 국제대회에서 우수한 성적을 거두었다. 이로 인해 2012년에는 715만명의 입장 관중을 기록하며, 국내프로스포츠 입장관중 최고기록을 갱신하였다[1]. 한국프로야구의 위상은 입장관중뿐 만 아니라, 다른 분야에서도 국내 프로스포츠 중 가장 우위에 있는 것으로 밝혀졌으며, 여론조사 전문기관의 조사 결과에서도 가장 선호하는 프로스포츠 종목 1위를 기록했다[2]. 또한, 국내언론에 노출된 방송 및 신문 빈도에서도 한국프로야구는 1위를 차지하였으며, 케이블TV 스포츠전문채널 편성비중에서도 1995년 케이블TV 서비스 출범이후 줄곧 1위를 차지하였다[3].

하지만, 한국프로야구라는 TV콘텐츠의 위상과 가치를 단순 선호도나 노출 빈도를 통해서만 평가하는 데는 한계가 있다. 노출 빈도나 선호도는 특정 시점에서의 현상을 기술할 수 있으나, 일정 기간 동안에 나타나는 지속적인 현상에 대해서 설명하는 데에는 한계가 있기 때문이다. 특히 특정 TV콘텐츠가 일정한 기간 동안 다른 TV콘텐츠들에 비해 어느 정도의 영향력이 있는지를 확인함에 있어서는 더욱 그러하다. 이를 확인하기 위해서는 해당 논제에 대한 과학적인 접근, 즉, 통계기법의 활용이 필요하다. 따라서 본 연구에서는 한국프로야구의 TV콘텐츠 가치를 확인하기 위해 다른 장르와 채널의 TV콘텐츠들과 시청률을 통계기법을 활용하여 비교 분석하였다.

이를 위해 먼저 장르별, 채널별로 시청률의 차이가 유의미하게 나타나는지를 확인해 보았으며, 다음으로 프로야구 경기가 중계될 때, 다른 장르와 채널들과의 시청률을 비교하여, 통계적으로 유의미한지를 분석하였다.

만약 각각의 장르나 채널별로 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 확인된다면, 해당 장르나 채널은 다른 장르나 채널에 비해 미디어콘텐츠로서의 가치가 있다고 말할 수 있으며, 그 결과가 통계적으로 무의미하다면, 특정 채널 및 장르 간에는 우위가 없다고

할 수 있다. 이를 통해 궁극적으로 '한국프로야구' 중계라는 단일 콘텐츠가 연간으로 봤을 때 다른 콘텐츠에 비해 어떠한 위상을 갖는지도 파악할 수 있을 것이다.

## 2. 선행 연구

한국프로야구는 인기 스포츠 콘텐츠로서 오랜 세월 동안 주목받아왔고, 프로야구와 관련된 다양한 연구 또한 진행되어왔다. 한국프로야구에 대한 대표적인 연구들은 마케팅, 특히 스폰서십 효과와 관련된 연구들로 주로 기업PR적 관점에 초점이 맞추어져 있었으며[4][5], 이와 함께 관람요인과 만족도 그리고 소비자 관점에서의 연구들도 활발히 진행되어 왔다[6-9]. 이 밖에도 다른 사회과학 분야들과 통섭되어서도 여러 연구가 진행되어 왔는데, 선수권리[10][11], 기록[12], 사회현상 접목[13][14] 등의 연구들이 있어 왔다. 하지만, 한국프로야구를 주제로 한 다양한 학문적 연구에도 불구하고, 미디어 관점에서 한국프로야구의 가치를 총괄적으로 분석하는 연구는 상대적으로 부족했다. 시청결정요인이나, 시청만족에 관한 연구가 일부 있긴 하였으나, 대부분 인구통계학적 변인들만을 설명변인으로 사용한다던가, 특정 시청계층만을 조사 대상으로 하였다[15].

그러나 미디어 관점에서 스포츠를 분석하는 연구는 매우 중요하며, 또 필요한 영역이다. 왜냐하면, 한국프로야구를 비롯해 프로스포츠가 대중적으로 큰 인기를 얻게 된 데에는 미디어를 통한 저변 확대가 큰 역할을 하였고, 미디어를 통한 매출은 프로스포츠에 있어서 매우 중요한 수입원으로 자리 잡았기 때문이다[16]. 한국프로야구는 미디어를 통해 다양한 수익을 발생시키고 있는데, 일차적수입원인 지상파 및 케이블 TV중계권은 2011년 기준, 총 160억원 정도의 매출이 발생하였으며, 인터넷이나 IP-TV 등 이차적인 중계수익을 포함하면, 총 중계권료 수익은 200억원 이상인 것으로 추산되고 있다[17]. 중계권을 통한 매출이 아직은 프로스포츠의 전통적 수입원인 경기관람을 통한 매출에는 미치지 못하는 수준이나, 경기관람에 다양한 제경비가 발생한다는 점을 고려할 때,

구단입장에서 별도의 경비가 발생하지 않은 중계권 수익의 가치는 더 크다고 평가 할 수 있다[18]. 게다가 한국프로야구 중계권료는 대중적인 인기 상승과 더불어 지속적으로 상승하고 있다. 중계권료 상승 현상은 비단 한국프로야구 중계권에만 해당되는 현상은 아닌데, 축구월드컵의 경우, 2010년 남아공 월드컵의 TV중계권료는 27억 달러로 2006년 독일월드컵의 TV중계권료인 20억 달러보다 30% 증가하였다. 특히, FIFA는 미국의 주관방송사들과 2010년과 2014년 2개 대회를 묶어 중계권료로 4억2500만 달러에 계약하여, 단일 중계권료 최고 계약액을 갱신하였다. 올림픽 역시 마찬가지인데, 올림픽을 주관하는 IOC의 수입 가운데 TV중계권이 차지하는 비중은 80% 이상이며, 월드컵과 마찬가지로 하계대회 기준으로 한 TV중계권료는 25억 달러를 상회하고 있다[19]. TV중계권료의 가치 상승은 월드컵이나 올림픽과 같은 메가스포츠이벤트에 국한된 게 아닌데, 미국 FOX TV는 미식축구 중계를 위해 지난 2006년부터 2013년까지 8년간 57억6000만 달러를 지불했으며, 메이저리그야구를 방송하기 위해 2007년부터 2013년까지 7년간 18억 달러, 북미자동차경주의 경우 2007년부터 2014년까지 8년간 17억6000만 달러를 지불하였다[20]. 즉, 프로스포츠를 위시한 현대스포츠에서 중계권 수입은 해당 스포츠콘텐츠 공급자에게 매우 중요한 수입원이 되었다[21]. 게다가 IT를 비롯한 과학기술의 발달로 인해, TV외에 인터넷과 모바일 기기 등 영상을 기반으로 한 다양한 매체들이 등장하고 있고, 이에 따른 중계권 수익이 별도로 발생하고 있다. 이렇듯 스포츠중계권의 중요성을 감안할 때, 각종 스포츠이벤트들의 미디어 가치를 밝히기 위한 연구가 심층적이고, 총괄적으로 이루어져야 하며, 이는 국내대표적인 스포츠콘텐츠인 한국프로야구도 마찬가지이다.

TV콘텐츠의 미디어 가치를 밝히기 위한 연구는 수용자인 시청자의 행동 변화와 반응에 관한 연구에서부터 프로그램 편성[22] 그리고 시청률에 대한 측정까지 그 동안 여러 분야에서 진행되어 왔다. 하지만, 프로스포츠에서 가장 중요한 수익모델로서의 미디어적 가치에 관한 연구는 상대적으로 적었다. 미디어의

수익창출과 관련해서는 얼마나 많은 시청자들이 해당 콘텐츠를 보느냐가 중요하고 또한 어떠한 설명 요인들이 해당 시청자로 하여금 해당 콘텐츠를 보게 만드느냐를 아는 것이 필요하다. 이것을 설명하는 지표가 시청률이다. 시청률은 스포츠콘텐츠를 중계하는 방송사 입장에서 볼 때, 광고수익과 직결되는 요소인데, 현재KBS, MBC, SBS 등 지상파 채널들은 한국방송광고공사(KOBACO)를 통해 광고를 수주하고 있으며, 한국방송광고공사는 2000년부터 GS판매방식(global standard sales system)을 도입하여 실시하고 있다[23]. GS판매방식은 그 이전의 단방향적이고, 고정적이었던 광고단가 책정시스템에서 벗어나 시청률과 시장의 수급사항을 적극 반영하는 방식이다. 케이블TV채널의 경우, 방송광고의 수주가 광고주와 방송사간에 직접적인 거래활동을 통해 이루어지고 있으며, 이전 프로그램이나 시간대의 시청률이 절대적 기준으로 작용하고 있다[24]. 즉 시청률은 프로그램의 광고 수익과 매우 밀접한 관련이 있는 기준이다. 프로야구의 경우, 경기의 사전정보가 다른 스포츠콘텐츠들에 비해 매우 풍부하며, 정규경기532경기 중, 연간 95%이상 경기가 중계된다는 점에서 연구가치가 높다고 할 수 있다[3]. 뿐만 아니라 경기 중에 벌어지는 다양한 상황에 대한 정보를 계량화하기 용이하기 때문에 시청률을 중심으로 한 미디어가치를 밝히는데 적합하다. 한국프로야구에 대한 미디어 가치 분은 전체 시즌중계권 및 경기 중의 방송광고에 대한 가치를 측정하는 중요한 논거가 될 수 있으며, 나아가 다른 스포츠콘텐츠와 장르들의 미디어 연구에 중요한 시사점을 제공해 줄 수 있다는 점에서도 가치가 있다.

## II. 연구방법

본 연구를 위해 시청률 조사전문기관인 TNmS의 분당시청률 자료를 수집하였다. 조사기간은 2010년 1월 1일부터 2010년 12월 31일까지로 하였으며, 조사대상은 해당기간 서비스 중인 전체 케이블TV 채널

108개 전수를 대상으로 하였다. 대부분의 케이블 TV 채널들이 24시간 종일 방송을 하고 있다는 점을 감안하여, 모든 시간대의 분당 시청률 자료를 확보하였는데, 개별 프로그램 시청률이 아닌, 분당 시청률을 활용한 것은 프로그램 단위 외에 각 채널간 및 채널내 기간별, 시간대별로 시청률을 분석하기 위함이며, 이로 인해 개별 프로그램 시청률을 활용했을 때 보다 정확한 비교 분석이 가능하였기 때문이다.

표 1. 표본의 특성

표본	특성
방송채널	108개 케이블TV 채널
조사기간	2010년 1월 ~ 12월
기준	분당시청률
장르시청률	해당 장르별 상위3개 채널합

연구를 위한 대상채널과 조사시간대는 각 장르별, 채널별로 조사기간 동안의 모든 대상의 분당시청률을 수집하였다. 장르의 경우, 각각의 장르에 해당하는 채널수가 다르다는 점을 고려하여, 장르별 연간 평균 시청률 상위 3개 채널의 합을 비교 기준으로 하였다. 채널 비교의 경우, 조사기간 동안 평균 시청률이 높았던 상위 10개 채널을 비교 분석하였으며, 이를 위해 스포츠채널 3개가 포함 된 상위 20개 채널을 먼저 추출하였다.

또한, 프로야구 중계 시간대와 비중계 시간대 그리고, 프로야구 시즌과 비시즌간의 시청률 비교 분석을 위해 프로야구 중계가 이루어진 날의 해당 시간대의 시청률만을 별도로 조사하여, 그 시간의 평균시청률을 계산하였으며, 프로야구 중계와 다른 장르의 콘텐츠들 간의 비교를 위해 동일시간대 다른 채널들의 평균시청률을 계산하였다. 또한, 스포츠채널 내에서의 프로야구 시청률의 수준을 알아보기 위해 프로야구 비시즌 동안의 동일한 시간대와비중계시간대의 시청률 자료를 수집하였다.

수집된 각 채널별 분당 시청률의 자료처리는 SPSS 18.0 for windows 통계패키지를 이용하여 분석하였다. 특히, 스포츠채널 내에서 프로야구가 중계되었을 때와 중계되지 않았을 때, 즉 다른 스포츠콘

텐츠가 방송되고 있을 때의 시청률 차이가 있는지를 확인하기위해 독립t 검정테스트를 활용하여 두 집단 간의 평균차가 있는지를 알아보았다.

### III. 연구결과

연구문제의 해결을 위해 2010년 전체 케이블TV 채널 108개의 1년간 분당 시청률을 수집, 활용하였으며, 장르별, 채널별로 비교했을 때 유의미한차이가 있는지를 분석해 본 결과 특정 장르와 채널이 다른 채널들에 비해 통계적으로 유의미한 차이가 있음을 확인하였다. 또한 특정 콘텐츠(한국프로야구)를 동일 시간대 다른 채널들의 시청률과 비교해 봄으로서 해당 콘텐츠의 케이블TV내 위상을 확인 볼 수 있었다.

표 2. 케이블TV 장르별 순위

순위	장르	시청률	표준편차	F값
1	드라마	2.743	0.2630	4.392
2	예능	1.528	0.0127	
3	영화	1.359	0.2593	
4	어린이	1.232	0.2600	
5	뉴스/보도	1.131	0.3362	
6	스포츠	1.069	0.3138	
7	음악	0.401	0.1998	
8	오락/취미	0.326	0.0806	
9	패션/여성	0.320	0.0577	
10	종교	0.271	0.0559	
11	교육/공공	0.162	0.0474	

[표 2]는 케이블TV 각 장르별로 1년간의 평균시청률 값을 일원변량분산분석(one-way ANOVA)한 결과이다. 각 장르별 시청률 값은 해당 장르 상위 3개 채널의 시청률 값의 합으로 정의하였다. 각 장르별로 시청률을 비교한 결과 드라마가 가장 높았으며, 예능, 영화, 어린이, 뉴스/보도, 스포츠, 음악, 오락/취미, 패션/여성, 종교, 교육/공공 순이었다. 케이블TV 내 총 11개 장르의 시청률 값은 모두일원변량분산분석(one-way ANOVA) 결과 모두 유의확률 0.05%에서 유의미한 것으로 판명되었으며, 가장 높은 장르인 드라마의 시청률이 2.743%, 스포츠는 1.069%, 가장 낮은 장르인 교육/공공은 0.162%이었다.

표 3. 케이블TV 채널별 순위

순위	채널	시청률	표준편차	F값
1	MBC드라마	1.004	0.156	3.172
2	SBS플러스	0.909	0.121	
3	KBS DRAMA	0.838	0.105	
4	YTN	0.602	0.208	
5	tvN	0.604	0.144	
6	투니버스	0.601	0.137	
7	OCN	0.528	0.133	
8	CGV	0.520	0.117	
9	MBC에브리	0.469	0.089	
10	KBS JOY	0.456	0.076	
11	스포츠채널	0.356	0.104	

[표 3]는 케이블TV 각 채널별로 1년간의 평균시청률 값을 일원변량분산분석(one-way ANOVA)한 결과이며, 케이블TV 총 108개 채널 중 상위 10개 채널의 1년간 평균시청률을 나타내고 있다. 시청률을 비교한 결과, MBC드라마, SBS플러스, KBS드라마 등 지상파 방송 MBC, SBS, KBS의 드라마 채널들이 상위 1~3위를 기록하였으며, 예능 및 영화 채널들이 상위 10개 채널에 포함되었다. 스포츠전문 3개 채널은 10위권 밖이었으며, 모두 상위 20위 내에는 포함되었다. 케이블 TV 상위 10개 채널과 스포츠채널의 평균 시청률은 모두 일원변량분산분석(one-way ANOVA) 결과 유의확률 0.05%에서 유의미한 것으로 판명되었으며, 가장 높은 장르인 MBC드라마의 시청률은 1.004%이었으며, 3개 스포츠채널의 평균시청률은 0.356%이었다.

한국프로야구중계가 다른 TV콘텐츠들과 비교해볼 때, 시청률 측면에서 유의미한 차이가 있는가를 확인하기위해서 다음의 두 가지 방법으로 접근 하였다.

첫 번째로는 스포츠전문 3개 채널에서 프로야구가 중계된 해당 날짜들의 해당시간대와 다른 케이블TV 장르들과의 평균시청률 값을 비교해 보았다. 또한, 전체 108개 케이블TV 채널 중 상위 10개 채널들의 평균시청률 값을 역시 스포츠전문 채널에서 프로야구가 중계된 해당 날짜들의 해당시간대와 다른 케이블TV 장르들과의 평균시청률 값을 비교해 보았다.

두 번째로는 스포츠전문 케이블채널 내에서 프로야구 시즌 중 프로야구가 중계된 해당 날짜들의 해당 시간대와 다른 시간대와의 평균 시청률을 비교해 보았

다. 또한 프로야구 비시즌 중 프로야구가 중계시간대와 프로야구 비중계시간대와의 평균 시청률을 비교해 보았다. 이를 위해서 두 집단 간의 평균차를 확인할 수 있는 독립t-검정테스트를 활용 하였다. 위의 두 값을 비교함으로써 스포츠전문 케이블채널에서 프로야구 콘텐츠의 위상을 확인할 수 있었다.

[표 4]는 프로야구가 중계된 해당 날짜의 해당시간대에서 케이블TV 장르별 평균시청률을 비교하고 있다. 프로야구가 중계된 날짜 총 157일의 해당시간대 장르별 시청률을 비교한 결과, [표 2]와 다른 결과가 나타났다. 각 장르별로 시청률을 비교한 결과, [표 2]에서 전체 11개 장르에서 6번째였던 스포츠 장르가 가장 높았다. 스포츠를 제외하고는, 드라마, 예능, 영화, 어린이, 뉴스/보도, 스포츠, 음악, 오락/취미, 패션/여성, 종교, 교육/공공 순으로 [표 2]와 결과가 동일하였으며, 유의확률 0.05%에서 유의미한 것으로 판명되었다.

표 4. 프로야구중계시 케이블TV 장르별 순위

순위	장르	시청률	표준편차	F값
1	스포츠	3.725	1.262	8.165
2	드라마	2.748	0.434	
3	어린이	2.199	0.512	
4	예능	1.731	0.407	
5	영화	1.245	0.299	
6	뉴스/보도	0.938	0.451	
7	오락/취미	0.442	0.442	
8	음악	0.382	0.381	
9	종교	0.215	0.214	
10	패션/여성	0.272	0.271	
11	교육/공공	0.177	0.176	

특히, 스포츠장르의 시청률은 3.725%로, 기존에 가장 높았던 드라마의 평균시청률이 2.748%보다도0.98%나 높았다. 나머지 장르의 평균시청률은 기존 결과와 다소 차이는 있었으나, 그 순서는 거의 동일하였다.

[표 5]는 프로야구가 중계된 해당 날짜의 해당시간대에서 케이블TV 채널별 평균시청률을 비교 하고 있다. 프로야구가 중계된 날짜 총 157일의 해당시간대 채널별 평균시청률을 비교한 결과, [표 3]과는 다른 결과가 나타났다. 각 채널별로 시청률을 비교한 결과, [표 3]에서 상위 10개 채널 내에 들지 못했던 스포

츠3개 채널의 평균시청률 값이 전체에서 가장 높았다. 나머지 채널들은 모두 기존 연구결과와 같은 순서로 동일한 결과를 나타냈으며, 모두 유의확률 0.05%에서 유의미한 것으로 판명되었다.

표 5. 프로야구중계시 케이블TV 채널별 순위

순위	채널	시청률	표준편차	F값
1	스포츠채널	1.242	0.420	3.173
2	투니버스	1.076	0.321	
3	MBC드라마	1.013	0.286	
4	SBS플러스	0.931	0.255	
5	KBS DRAMA	0.812	0.252	
6	tvN	0.712	0.241	
7	YTN	0.522	0.347	
8	KBS JOY	0.515	0.163	
9	MBC에브리	0.506	0.197	
10	CGV	0.492	0.163	
11	OCN	0.480	0.163	

스포츠 3개 채널의 평균시청률은 1.242%로, [표 3]에서 가장 높았던 MBC드라마의 평균시청률이 1.004%보다도 0.2% 이상 높았다. 나머지 채널의 시청률은 기존의 결과와 다소 차이가 있었으나, 모두 통계적으로 유의미하였다.

표 6. 프로야구시즌 중, 중계시간대와 비중계시간대간의 스포츠채널내 시청률 비교

구분	시청률	표준편차	표준오차
중계 시간대	3.724	1.262	0.100
비중계 시간대	0.906	0.245	0.196

구분	등분산 검정		평균의 동일성에 대한 t-검정				
	F값	유의 확률	t값	자유도	유의 확률	평균차	표준 오차
등분산 가정됨	68.794	0	21.22	311	0.0001	2.421	0.1142
등분산 가정안됨			21.26	237.49	0.0001	2.421	0.1142

[표 6]은 스포츠전문 3개 케이블TV채널 내에서 프로야구가 중계된 해당 날짜들의 해당 시간대와 다른 시간대와의 평균시청률을 비교한 표이다. 중계시간대의 스포츠전문 3개 케이블TV 채널의 합산한 값의 평균 시청률은 3.724%이며, 비중계시간대 0.906%로 측정되었다. 중계시간대의 시청률이 비중계시간대의 시

청률 보다 약 4배 더 높았으며, 유의확률 0.001%에서 유의미한 것으로 나타났다.

표 7. 프로야구비시즌 중, 중계시간대와 비중계시간대간의 스포츠채널내 시청률 비교

구분	시청률	표준편차	표준오차
중계 시간대	1.199	0.668	0.531
비중계 시간대	0.819	0.215	0.017

구분	등분산 검정		평균의 동일성에 대한 t-검정				
	F값	유의확률	t값	자유도	유의확률	평균차	표준오차
등분산 가정됨	20.616	0	8.53	310	0.0001	0.4792	0.5621
등분산 가정안됨			8.53	188.7	0.0001	0.4792	0.5621

[표 7]은 스포츠전문 3개 케이블TV채널 내에서 프로야구 비시즌 중, 프로야구가 중계시간대와 프로야구 비중계시간대의 시청률을 비교한 표이다. 중계시간대의 스포츠전문 3개 케이블TV채널의 합산한 값의 평균시청률은 1.199%이며, 비시즌 중 프로야구 비중계시간대와 동일한 시간대의 평균시청률은 0.819%로 측정되었다. 중계시간대의 시청률이 비중계시간대의 시청률 보다 약 1.4배 높았으며, 유의확률 0.001%에서 유의미한 것으로 나타났다.

#### IV. 결론

본 연구는 다른 TV콘텐츠 들과 비교해 볼 때, 한국프로야구의 위상이 어떠한지를 시청률을 통해 알아보고자 하였다. 이를 위해 먼저, 조사 대상인 케이블TV채널의 장르별, 채널별 일반적인 시청률 현황에 대해 분석해 보았으며, 그 다음으로 스포츠전문 케이블TV채널에서 한국프로야구를 중계했을 때의 시청률을 분석해 보았고, 마지막으로 스포츠전문 케이블TV채널 내에서의 한국프로야구 콘텐츠의 가치에 대해서 확인해 보았다. 이에 대한 결론은 다음과 같다.

첫째, 케이블TV 각각의 장르는 시청률에서 유의미한 차이가 있었다. 일평균 시청률을 기준으로 한층 11개의 장르의 시청률은 일정한 순서로 나열되었으며,

이는 통계적으로 유의미하였다. 즉, 조사기간 동안 시청자들이 선호한 장르와 그 순서가 어떤 하였는지에 대해 논하는 것이 가능하였다. 2010년에 케이블TV 채널 시청자들은 드라마를 가장 선호하였으며, 예능, 영화, 어린이 등이 상위 선호 장르로 나타났다. 반면, 교육, 종교와 같은 장르는 하위권을 형성했다. 본 연구의 주요 대상인 스포츠의 경우, 전체 6위로서 전체 11개 장르 중 평균 수준이었다. 선호 장르의 경우, 조사 방법 등에 따라 차이가 발생할 수 있으므로 케이블TV 장르 순위를 보편화하기에는 무리가 있었다. 하지만, 적어도 조사기간 중의 선호 장르와 그 순위가 어떠한지는 알 수 있었다.

또, 장르뿐만 아니라 선호 채널 상위 10개에 대한 시청률들 간에도 유의미한 시청률 차이가 있었다. 스포츠전문 채널들의 시청률 순위가 20위권 내였음을 감안하여, 분석대상 채널을 전체 108개 중 20개 채널로 한정하였다. 이 결과 시청자들이 선호하는 채널에 대한 일반화가 가능하였으며, 장르와 마찬가지로, MBC 드라마, KBS드라마, SBS플러스 등 드라마 채널들이 1~3위를 기록한 것을 비롯 대체적으로 선호 장르와 일치하는 결과를 보여 주었다.

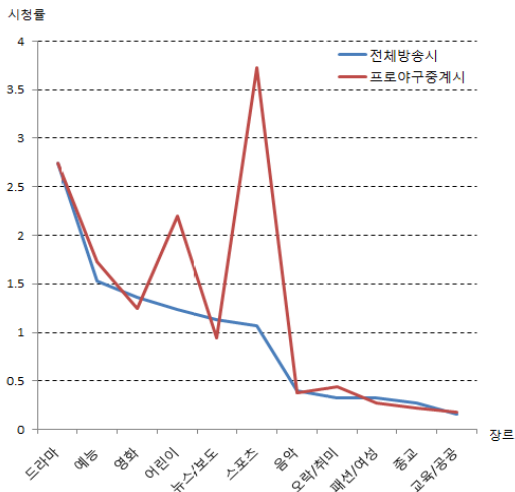


그림 1. 전체방송시간대 및 프로야구중계시 케이블TV 장르 별 평균시청률 비교

둘째, 스포츠전문 채널에서 한국프로야구를 중계했

을 때와 동일한 시간대의 다른 콘텐츠들을 시청률을 기준으로 비교해 보았을 때, 해당 시간대 스포츠전문 채널의 시청률 상승효과가 강하게 발생하는 것을 확인할 수 있었다. 이는 [그림 1][그림 2]에서 볼 수 있듯이, 장르와 채널 두 가지 수준에서 모두 동일하게 나타났다. 장르에 있어서 일일 평균시청률 기준으로 6위였던 스포츠 장르가 해당 시간대에서 압도적으로 1위를 차지하였고, 채널 수준에서도 스포츠전문 3개 채널이 해당 시간대에서 1~3위를 기록하였다. 프로야구 중계시간은 평일의 경우 오후 6시 30분, 주말의 경우 오후 2시 또는 5시로 모두 방송광고 편성 기준으로 프라임 시간대이었다. 즉, 해당 시간대에서 시청률이 상승하고 다른 장르나 채널에 비해 우위를 점했다는 점은 방송사의 수익에도 상당한 도움을 준다고 해석할 수 있다.

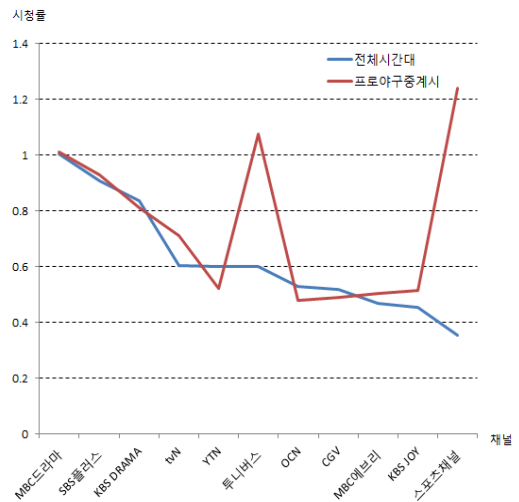


그림 2. 전체방송시간대 및 프로야구중계시 케이블TV 주요 채널 평균시청률 비교

셋째, 스포츠전문 케이블TV 채널에서 한국프로야구를 중계했을 때와 중계하지 않은 시간대의 다른 콘텐츠들과 시청률을 기준으로 비교해 보았을 때, 해당 시간대 스포츠전문 케이블TV 채널의 시청률 상승효과가 매우 높은 것을 확인할 수 있었다. 이러한 결과는 한국프로야구 비시즌 중의 중계시간대와 비교

해 보았을 때에도 마찬가지로였으며, 구체적으로는 다음의 두 가지 측면으로 설명될 수 있다.

첫째는 중계시간대와 비중계시간대간의 격차가 매우 크다. 앞에서 언급한 것과 같이 한국프로야구중계의 주요 시간대는 방송광고 집행 기준, 프라임 시간대로 다른 시간대에 비해 시청률이 높은 것은 다른 장르나 채널에서도 동일하게 관측되는 현상이며, 이는 기존연구에서도 동일하게 나타난다. 하지만, 그 차이가 크다는 점을 고려해야 한다. 한국프로야구 시즌 중, 중계시간대가 비중계시간대에 비해 시청률이 4배 이상 높았던 반면, 비시즌 중, 프로야구와 동일한 중계시간대와 비중계시간대의 시청률은 약 1.5배 정도였다. 즉, 한국프로야구 시즌 중의 중계시간대의 시청률이 비시즌에 비해 절대적으로나 상대적으로 월등하게 높았으며, 이는 스포츠전문 케이블TV채널에서 한국프로야구가 차지하는 비중이 매우 높다는 점을 함의하고 있다.

이상을 종합해 보면, 시청률 측면에서 보았을 때, 케이블TV 콘텐츠로서 한국프로야구의 가치가, 매우 높다는 점을 알 수 있었다. 이러한 결과는 장르나 개별 채널의 시청률 모두에서 공통적이었다. 또한, 1년간 전체 케이블 채널의 분당시청률을 전수 조사하여 검증했다는 점에서 의의가 있다.

물론 한국프로야구보다 더 높은 시청률을 기록하는 케이블TV콘텐츠도 있었다. 음악전문 케이블채널인 Mnet의 오디션프로그램인 "슈퍼스타K" 같은 프로그램이 그런 예이다. 하지만, 방송 시간대, 방송주기, 방송시간이 다르다는 점을 고려해야 한다. 일반적인 TV콘텐츠들은 주 1회 편성 프로그램의 경우, 편당 방송시간이 2시간내외이며, 매일 편성프로그램의 경우, 1시간내외였다. 하지만, 한국프로야구는 연간 150일 이상 주 6회 이상 매일 방송되고 일회 평균 방송시간은 3시간 7분으로 매일 편성 프로그램 대비 3배, 주1회 편성 프로그램 대비 2~3배 정도의 길다. 이러한 특성을 고려할 때, 한국프로야구는 일일 편성 프로그램으로 분류되고 비교되어야 하며, 일일 편성 프로그램으로 볼 때는 다른 콘텐츠들에 비해 절대적으로 높은 시청률을 기록하는 콘텐츠라고 할 수 있다

이와 같은 연구결과를 통해 얻게 된 학문적 시사점을 살펴보면 다음과 같다. 본 연구는 한국프로야구가 국내케이블TV 채널에서 다른 장르 및 다른 스포츠 콘텐츠와 비교할 때 위상이 높다는 점을 시청률 관점에서 확인하였다. TV콘텐츠와 관련된 기존의 연구들은 시청자들의 시청선호도에 대해 서베이를 통해 주로 확인하였다[25][26]. 실제 시청에 대한 척도인 시청률을 활용한 연구는 자료 확보의 어려움으로 인해 활발히 이루어지지 못했으며, 시청률 조사기관의 발표 자료에 의존하였다. 하지만, 본 연구에서는 한국프로야구에 대한 미디어콘텐츠 가치를 분석하기 이전의 기초 조사로서, 케이블TV 채널 전체의 1년간 시청률을 전수 조사하여 기존 연구들의 단점을 보완하였다. 이를 토대로 한국프로야구 중계방송시간대만을 별도로 조사함으로써 실질적인 시청률 비교 분석이 가능하였는데, 한국프로야구의 중계방송은 중계방송시간대에서 다른 케이블TV 장르와 개별 채널에서 모두 1위를 기록하였고, 통계적으로도 유의미하였다. 이는 스포츠전문채널이 평균시청률로 봤을 때는 전체 장르나 채널에서 최상위권이 아니라는 점을 고려할 때, 한국프로야구가 상당한 콘텐츠 영향력이 있다고 해석할 수 있겠다.

또한 한국프로야구는 스포츠전문채널 내에서도 매우 중요한 '킬러콘텐츠'로서의 역할을 하고 있는 것으로 검증되었다. 한국프로야구시즌과 비시즌의 동일 시간대 시청률을 비교해 보았을 때, 시즌 중 시청률이 비시즌 중에 비해 3배 높았다. 이러한 비교 기법과 통계적 검증은 프로야구뿐만 아니라 특정 TV콘텐츠의 가치를 확인할 수 있는 방법을 제시 했다는 점에서 의의가 있다. 즉, 본 연구에서 활용된 기법을 통해 단순히 시청률의 높고 낮음을 비교하여 순위를 매기는 시청률 조사기관의 분석 방식에서 벗어나 특정한 콘텐츠가 다른 콘텐츠에 비해 구체적으로 어느 정도의 위치에 있고, 그것이 통계적으로 유의미한지 무의미한지를 판단할 수 있다. 또, 차후 시계열 기법을 도입할 경우, 개별 콘텐츠의 시청률 추이를 보다 명확하게 분석할 수 있으며, 이를 통해 해당 콘텐츠가 방송국이나 광고주의 입장에서 어느 정도의 투자 가치가 있는지도 정



량적으로 확인이 가능할 것으로 기대된다.

### 참고 문헌

- [1] KBO홍보팀, *한국프로야구연감*, 한국야구위원회, 2013
- [2] <http://www.trendmonitor.co.kr>
- [3] 이기호, *케이블채널 스포츠3사의 시청률 비교분석:KBSN SPORTS, MBC ESPN, SBS SPORTS의 프로야구 중계방송을 중심으로*, 중앙대학교 석사학위논문, 2008.
- [4] 김용만, “기업의 스포츠 스폰서십 참여 및 효과 평가 기준 분석”, *한국체육학회지*, 제30권, 제3호, pp.365-374, 2001.
- [5] 홍진배, “스포츠 팬이 프로 스포츠 팀에 인식하고 있는 신뢰도와 몰입도가 기업 스폰서십 평가에 미치는 영향”, *한국스포츠산업경영학회지*, 제13권, 제1호, pp.83-98, 2008.
- [6] 백승태, 조광민, 이광용, “프로야구 관중의 경기관람결정 요인과 재관람 의사와의 관계”, *한국스포츠산업경영학회지*, 제10권, 제2호, pp.127-138, 2005.
- [7] 신충식, 이승철, “프로야구 팬의 관여도와 팀동일시, 재관람의도 및 라이선싱제품 구매의도간의 인과관계”, *한국스포츠산업경영학회지*, 제11권, 제1호, pp.167-183, 2006.
- [8] 홍석표, 손승범, “프로야구 관람 소비자의 팀 충성도 발달과정 모형분석”, *한국스포츠산업경영학회지*, 제15권, 제6호, pp.83-96, 2010.
- [9] 김홍철, “프로스포츠 관람만족 및 관람몰입이 재관람의사에 미치는 영향”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제8권, 제7호, pp.216-223, 2008.
- [10] 장진수, “프로야구 선수계약에 관한 연구”, *스포츠와 법*, 제8권, pp.283-324, 2006.
- [11] 장재욱, “프로야구 선수계약에서의 불공정성 문제”, *스포츠와 법*, 제10권, 제3호, pp.381-411, 2007.
- [12] 최경호, “세이버 매트릭스 소개 및 통계적 측면의 한국프로야구 기록 분석”, *사회과학논집*, 제25권, 제1호, pp.129-139, 2009.
- [13] 임수원, 이근모, “영,호남팀 프로야구경기가 지역감정에 미치는 영향”, *한국스포츠사회학회지*, 제16권, 제1호, pp.73-92, 2003.
- [14] 김지선, 이근모, “한국프로야구 선수협회 활동의 마르크스주의적 이해”, *한국스포츠사회학회지*, 제24권, 제2호, pp.199-216, 2011
- [15] 최영환, “2008 베이징올림픽 시청률의 시청자 프로파일에 관한 연구”, *한국사회체육학회지*, 제39권, 제1호, pp.307-318, 2010.
- [16] H. A. Solberg, “The auctioning of TV sports rights,” *International Journal of Sport Finance*, Vol.11, 2006.
- [17] 이상인, *스포츠방송환경과 방송중계권의 변화 분석 및 미래 전망*, 국민대학교 석사학위논문, 2011.
- [18] 김현운, *프로야구 관람객의 관람동기와 확장제품 구매결정요인 및 구매태도와의 관계*, 국민대학교 석사학위논문, 2010.
- [19] <http://www.olympic.org/>
- [20] 홍유표, *미디어 환경 변화와 스포츠 중계권 갈등에 관한 연구*, 가천대학교 석사학위논문, 2009.
- [21] R. Fort, *Sports Economics*, Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2006.
- [22] 박보현, “2006년도 지상파TV 스포츠 중계방송 프로그램 편성 분석”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제8권, 제6호, pp.204-212, 2008.
- [23] 박원기, 김수영, “시청률 예측에 관한 연구”, *광고연구*, 제46호, pp.61-81, 2000.
- [24] 이동연, *지상파TV와 케이블TV의 미디어믹스를 통한 광고집행 효과 분석*, 연세대학교 석사학위논문, 2006.
- [25] 원형중, 신규리, “TV 스포츠수용자의 감각추구성파 스포츠 관여도가 시청선호도에 미치는 영향”, *한국스포츠사회학회지*, 제18권, 제3호, pp.355-371, 2005.
- [26] 이철성, *텔레비전 프로그램의 PPL에 대한 시청*

자 인식에 관한 연구 : 텔레비전 시청량, 선호 장르의 비교를 중심으로, 한양대학교 박사학위논문, 2008.

### 저자 소개

정지규(Ji-Gyu Chung)

정회원



- 2006년 : 서울대학교 체육교육과 (체육학 석사)
- 2011년 : Northwestern University(법학석사)
- 2012년 : 서울대학교 체육교육과 (체육학 박사)

<관심분야> : 스포츠미디어, 스포츠마케팅