

스포츠 관련 유튜브 채널 분석

이선희¹ · 곽정현^{2*}

Analysis of YouTube Channel Related to Sport

Lee, Sun-Hee¹ · Kwak, Jeong-Hyeon^{2*}

Abstract

Based on this research analysis on YouTube channels related to sports, found out which forms are most noticed in the sports scene and provided basic data for easy sports enjoyment, based on the research's need and purpose, the following conclusions were obtained. First, the top spots on the sports-related YouTube channel are the Physical Gallery, followed by the Black Health Channel, the Danizo Fitness Channel, everything in Korean football on KFA TV, and the Pro-Dongne Baseball. Second, if you look at the contents of the top sports channel, there are some sports related channels that mainly involve exercising properly. Third, YouTube's ranking shows that the sports-related YouTube channel is 191st in the physical gallery and 10,019th in the world rankings. Fourth, the highest number of hits/subscribers in video analysis was Pro-Dongne Baseball's PDB, while the channels with the highest number of likes/views and comments/views were in the black health. Hate/View count shows up as Monster Gym training.

Key words: Sport, YouTube, Media Platform

* muyein@gachon.ac.kr

1. 경희대학교(Kyung Hee University)/겸임교수

2. 가천대학교(Gachon University)/교수

I. 서론

20세기 최고의 발명품이라 불리는 것 중에는 컴퓨터와 인터넷이 포함되어 있다. 이러한 발명은 삶을 풍요롭게 해준 긍정적인 측면과 인류 파멸의 수단이라는 부정적 측면을 함께 지니고 있었다(중앙일보, 2002).

1946년 애니악이라는 거대한 기계로 시작한 컴퓨터는(김중훈, 김종진, 2013) 시간이 흐를수록 점차 크기가 감소하였고, 이는 휴대용 전화기의 성장과 함께 스마트폰이라는 손에 쥐고 다닐 정도의 크기로 발전해 왔다. 특히 인터넷의 보급과 더불어 급격하게 발전해 오면서 이제는 전 세계, 남녀노소 누구나 쉽게 작은 스마트폰을 통하여 다양한 정보를 수비고 빠르게 수집하고, 공유할 수 있게 되었다. 최근에는 SNS(Social Network Service)가 발전하면서 일반적인 정보전달에서 벗어나 타인들과의 관계형성을 통해 인적 네트워크를 구축하고 정보 공유 및 커뮤니케이션을 지원해주고 있다(정세봄, 조광민, 정유미, 2011).

이러한 인터넷을 활용한 커뮤니케이션 중 최근 주목을 받고 큰 역할을 담당하는 플랫폼이 유튜브이다. 유튜브는 인터넷 속도와 모바일 디바이스 성능 향상에 따라 온라인 동영상 시청자들이 증가하게 되면서 인기가 급상승하게 된 것이다.

유튜브는 쌍방향 커뮤니케이션이 가능한 인터넷 동영상 플랫폼으로 세계 최대의 동영상 플랫폼이기도 하다. 특히 젊은 층들의 유튜브 이용은 기하급수적으로 늘어나고 있으며, 2018년 교육부에서 조사한 초등학교의 장래희망에서 '유튜브 크리에이터'가 5위를 차지할 정도로 큰 영향을 미치고 있다(이진경, 김근영, 2019).

유튜브의 가장 큰 특징은 누구나 쉽게 영상을 업

로드하고, 이를 공유할 수 있다는데 있다. 특히 최근 편리하게 사용되고 있는 스마트폰 카메라의 발전으로 언제 어디서나 촬영이 가능하고, 이를 쉽게 공유할 수 있다는 점이 유튜브의 빠른 발전을 가져오고 있다(정세봄, 원도연, 장영진, 2016).

유튜브는 다양한 분야에서 활용되고 있는데 이는 스포츠 현장에서도 마찬가지이다. 스포츠는 그 자체가 사람 사이의 커뮤니케이션을 메시지로 하는 미디어라 볼 수 있으며, 이는 다른 미디어와 결합하여 대중문화를 이끌어가고 스포츠 문화를 발전시켜 나아간다(곽정현, 이선희, 2015; 임변장, 1998).

스포츠의 발전에 있어서 큰 역할을 담당하고 있는 미디어는 전통적인 미디어에서부터 출발하여 뉴미디어로, 그리고 최근에는 소셜미디어에 이르기까지 다양한 미디어 플랫폼 위에서 스포츠가 노출되고 있다(정호진, 이원미, 2016). 특히 소셜 미디어는 쌍방향 커뮤니케이션이 가능하여 이용자들의 상호작용 속에 생산과 소비가 동시에 이루어진다(남상백, 배정섭, 2019; 박병언 및 임규건, 2015).

유튜브에서 '스포츠'를 입력하면 스포츠 경기의 중계는 물론 스포츠를 활용한 다양한 형태(교육, 마케팅, 시사) 등을 볼 수 있으며, 유튜브를 통해 잠재적 스포츠 고객을 스포츠 현장으로 이끌어내고 있다.

그러나 이렇듯 스포츠의 다양한 분야에서 활용되는 유튜브에 대한 연구로는 정세봄, 원도연, 장영진(2016)의 무용영상콘텐츠의 정보서비스 이용에 대한 상호작용성 인식과 이용지속의도에 관한 연구나, 조정형, 김영재(2019)의 SNS에 나타나는 여가활동과 미세먼지에 대한 키워드 토픽 분석, 남상백, 배정섭(2019)의 프로스포츠 구단 공식 유튜브 채널에 대한 시청동기, 팀 동일시, 시청태도, 시청

만족 및 관람의도 간의 구조적 관계 등이 있지만, 전반적인 스포츠 관련 유튜브를 분석한 연구는 아직 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구는 스포츠와 관련된 유튜브 채널에 대하여 조사, 분석을 통해 스포츠 현장에서 가장 주목받는 형태가 무엇인지를 확인함으로써 현재 스포츠를 즐기는 사람은 물론, 향후 스포츠를 즐기고자 하는 사람들이 쉽게 스포츠를 즐길 수 있는 기초자료를 제공하는데 연구의 필요성 및 목적을 두었다.

II. 연구방법

1. 연구대상

이 연구의 목적을 달성하기 위하여 유튜브에서 제공되는 스포츠 채널을 분석대상으로 선정하였으며, 범위는 국내의 스포츠 분야의 채널이 모두 포함하였다. 채널선정은 www.cchart.xyz 사이트에서 제공하는 유튜브 구독자 수에 따른 순위를 참고하여 2020년 2월 17일 기준으로 상위 랭킹 10위권의

채널을 선정하였다.

www.cchart.xyz 사이트는 유튜브의 구독자 수를 제공하는 사이트로 객관성이 확보되었으며, 객선영(2018)의 논문과 김민경(2019)의 연구에서 사용된 바 있기에 수집사이트로 선정하였다.

2. 자료처리

선정된 상위 10위의 스포츠 채널을 대상으로 유튜브 구독자 및 조회수 분석, 유튜브 랭킹 분석, 동영상 분석을 실시하였다. 먼저 구독자, 조회수, 랭킹은 각 유튜브 채널에 접속하여 유튜브에서 제공하는 객관적 수치를 통해 분석하였으며, 동영상 분석도 마찬가지로 방법으로 좋아요, 댓글, 싫어요 등의 수치를 분석하였다. 또한 각 유튜브에서 제공되는 콘텐츠 내용을 분석하였다.

III. 결 과

1. 스포츠관련 유튜브 채널 구독자, 조회수 분석

〈표 1〉은 구독자, 조회수, 평균조회수, 동영상수

표 1. 스포츠 관련 유튜브 채널 구독자, 조회수 분석

랭킹	채널명	가입일	구독자	조회수	평균조회수	동영상
1	피지컬갤러리	2017.06.17	149만	1,64억	44,54만	434
2	흑자헬스SurplusHealth	2016.05.22	25,6만	3395,72만	22,88만	108
3	DannyJoe Fitness대니조 피트니스	2018.05.04	25,3만	2009,69만	8,06만	225
4	KFATV_한국축구의 모든 것	2014.04.08	24,4만	1,24억	1,78만	7083
5	프로동네야구 PDB	2012.05.11	24,3만	2,42억	27,78만	1447
6	이스타TV	2016.04.16	24,3만	1,16억	10,83만	1148
7	박승현	2015.02.14	18,2만	3252,36만	21,27만	119
8	거제폭격기[GP sports TV]	2015.11.08	18만	1,04억	1,53만	2054
9	MONSTERZYM TRAINING 몬스터짐 트레이닝	2016.09.18	17,2만	2133,74만	7,06만	213
10	3분 운동과학	2018.03.26	14,5만	1159,08만	13,01만	66

의 분석표이다. 스포츠 채널 중 2020년 2월17일 기준 1위 채널은 피지컬갤러리 채널이며 가입일은 2017년 6월이며, 구독자 149만명이며, 조회수 1.64억회, 평균조회수 44.54만회, 동영상 434개인 것으로 나타났다. 2위 채널은 흑자헬스SurplusHealth 채널로 2016년 5월에 가입하여 25.6만명의 구독자를 보유한다. 조회수는 3395.72만회, 평균조회수 22.88만회, 동영상 108개인 것으로 나타났다. 3위 채널은 DannyJoe Fitness대니조 피트니스 채널로 2018년 5월 가입하여 25.3만명의 구독자, 조회수 2009.69만회, 평균조회수 8.06만회, 동영상 225개로 나타났다. 다음은 4위 채널이다. 채널명은 KFATV_한국축구의 모든 것이며 가입일은 2014년 4월, 24.4만명의 구독자를 보유한다. 조회수는 1.24억회, 평균조회수 1.78만회, 동영상 7083개로 나타났다. 5위 채널은 프로동네야구 PDB로 2012년 5월 가입하여 24.3만명의 구독자를 보유하고 있으며, 조회수 2.42억회, 평균조회수 27.78만회, 동영상 1447개로 나타났다. 6위는 이스타TV 채널이다. 이 채널의 가입일은 2016년 4월이며, 구독자 24.3만명, 조회수 1.16억회, 평균조회수 10.83만회, 동영상 1148개로 나타났다. 7위 채널은 박승현 채널로 가입일은 2015년 2월이고, 구독자 18.2만명, 조회수 3252.36만회, 평균조회수 21.27만회, 동영상 119개로 나타났으며, 8위 채널은 거제폭격기[GP sports TV]로 가입일은 2015년 2월이고, 구독자 18만명, 조회수 1.04억회, 평균조회수 1.53만회, 동영상 2054개로 나타났다. 9위 채널은 MONSTERZYM TRAINING 몬스터짐 트레이닝 채널로 가입일 2016년 9월이고, 구독자 17.2만명, 조회수 2133.74만회, 평균조회수 7.06만회, 동영상 213개로 나타났다. 마지막으로 10위 채널은 3분 운동과학 채널이고 가입일 2018년 3월, 구독자 14.5만명이며, 조회수

1159.08만회, 평균조회수 13.01만회, 동영상 66개로 나타났다.

2. 스포츠 상위 채널의 콘텐츠 분석

〈표 2〉는 스포츠 상위 채널의 콘텐츠 분석이다. 앞서 제시한 상위 10개 채널이 선정된 후 각 채널이 제공하고 있는 콘텐츠가 무엇인지 살펴보았다. 1위 채널인 피지컬갤러리는 시각장애인인 뽀빠이 아저씨(유튜버)가 일상에서 흔히 겪게 되는 다양한 통증의 원인에 대해서 설명해 주고 적절한 운동방법으로 해결책을 제시해주는 채널이다.

2위 채널인 흑자헬스SurplusHealth는 헬스장에서 웨이트 트레이닝 방법과 식이요법, 몸 만드는 방법에 대해 사실적으로 안내해주는 채널이다.

3위 채널인 DannyJoe Fitness대니조 피트니스는 주로 헬스장과 다양한 장소에서 운동하는 방법을 상세히 알려주는 채널이다. 4위 채널인 KFATV_한국축구의 모든 것은 축구 채널로 축구경기 안내, 하이라이트 영상, 여자 축구 등 축구에 전반적인 내용들을 다루는 채널이다. 5위 채널은 프로동네야구 PDB로 야구채널이다. 투구하는 방법, 사회인 야구, 선수출신 선수들에게 야구의 자세를 배우는 등 흥미로운 요소를 제공하는 채널이다. 6위 채널은 이스타TV로 축구해설가의 중계중심 채널이다. 7위 채널은 박승현이며, 트레이닝 방법을 제공하는 채널로 주로 근육보조제와 관련한 내용을 담고 있는 채널이다. 8위 채널은 거제폭격기[GP sports TV]로 유도, 주짓수, 씨름 등 실천 무도에 관한 콘텐츠를 제공하는 채널이다. 9위 채널은 몬스터짐 트레이닝은 웨이트트레이닝 방법에 대한 콘텐츠를 제공하는 채널이다. 마지막으로 10위의 채널인 3분 운동과학은 운동에 대해 이론적 지식을 전달해 주는 채널이다.

표 2. 스포츠 상위 유튜브 채널의 콘텐츠 분석

랭킹	채널명	내용
1	피지컬갤러리	뽀빠이 아저씨의 '피지컬갤러리' 유튜브 채널이다. '피지컬갤러리'는 일상에서 흔히 겪게 되는 다양한 통증의 원인과 해결책을 설명해준다
2	흑자헬스SurplusHealth	웨이트 트레이닝 방법에 관한 개인 채널
3	DannyJoe Fitness대니조 피트니스	헬스장과 다양한 장소에서 운동하는 방법을 상세히 알려주는 채널
4	KFATV_한국축구의 모든 것	축구 채널로 경기안내, 하이라이트 영상 등 다양한 콘텐츠를 제공
5	프로동네야구 PDB	야구 채널로 투구하는법, 사회인 야구에 대한 영상, 선수에게 야구 배우는 영상 등 다양한 콘텐츠를 제공
6	이스타TV	축구해설 이주현의 채널로 축구 중계, 게임 실황 중계로 축구 중계에 포커스를 맞춘 채널
7	박승현	트레이닝 방법을 제공하는 채널로 주로 근육보조제와 관련한 내용을 담고 있는 채널
8	거제폭격기[GP sports TV]	유도, 주짓수, 씨름 등 실천 무도에 관한 콘텐츠를 제공하는 채널
9	MONSTERZYM TRAINING 몬스터짐 트레이닝	웨이트트레이닝 방법에 대한 콘텐츠를 제공하는 채널
10	3분 운동과학	운동에 대한 이론적 지식 전달 채널

3. 유튜브 랭킹 분석

〈표 3〉은 유튜브 채널 분석이다. 1위 채널인 피지컬갤러리의 세계랭킹은 10,019위이며, 국가 랭킹으로는 191번째이며, 2위 채널인 흑자헬스SurplusHealth의 세계랭킹 순위는 81,526위이며, 국가랭킹은 1,666번째로 나타났다. 다음은 3위 채널인 DannyJoe Fitness대니조 피트니스는 세계랭킹 82,523

위이며 국가랭킹으로는 1,690번째이다. 4위 채널인 KFATV_한국축구의 모든 것은 세계랭킹 85,458위, 국가랭킹 1,751번째이며, 5위 채널 프로동네야구 PDB는 세계랭킹 86,026위, 국가랭킹 1,763번째로 나타났다. 6위 채널은 이스타TV는 세계랭킹 85,796위, 국가랭킹 1,757번째이며, 7위 채널 박승현 채널은 세계랭킹 112,424위, 국가랭킹 2,348번째로 나타났다. 8위 채널인 거제폭격기[GP sports TV]는 세계

표 3. 스포츠 유튜브 랭킹분석

랭킹	채널명	세계랭킹	국가랭킹	수익예측
1	피지컬갤러리	10,019th	191st	3598.64만
2	흑자헬스SurplusHealth	81,526th	1,666th	1113.2만
3	DannyJoe Fitness대니조 피트니스	82,523rd	1,690th	722.53만
4	KFATV_한국축구의 모든 것	85,458th	1,751st	489.06만
5	프로동네야구 PDB	86,026th	1,763rd	672.36만
6	이스타TV	85,796th	1,757th	2115.7만
7	박승현	112,424th	2,348th	254.29만
8	거제폭격기[GP sports TV]	113,771st	2,381st	187.19만
9	MONSTERZYM TRAINING 몬스터짐 트레이닝	118,418th	2,487th	261.63만
10	3분 운동과학	137,118th	2,891st	158.81만

랭킹 113,771위, 국가랭킹 2,381번째이며, 9위 채널인 MONSTERZYM TRAINING 몬스터짐 트레이닝은 세계랭킹 118,418위, 국가랭킹 2,487번째로 나타났다. 마지막으로 10위 채널인 3분 운동과학은 세계랭킹 137,118위, 국가랭킹 2,891번째로 나타났다.

4. 스포츠 관련 유튜브채널 동영상 분석

〈표 4〉는 동영상 분석이다. 동영상 분석은 랭킹 별 채널에 게시된 동영상의 조회수, 좋아요, 댓글, 싫어요의 수치를 분석하였다. 그 결과 랭킹 1위 채널인 피지컬갤러리는 조회수 22.60%, 좋아요 1.54%, 댓글 0.23%, 싫어요 0.03%로 나타났다. 2위 채널인 흑자헬스SurplusHealth는 조회수 94.10%, 좋아요 1.77%, 댓글 0.49%, 싫어요 0.08%로 나타났으며, 3위 채널인 DannyJoe Fitness대니조 피트니스는 조회수 23.57%, 좋아요 1.51%, 댓글 0.26%, 싫어요 0.04%로 나타났다. 다음은 4위 채널인 KFATV_한국축구의 모든 것은 조회수 10.89%, 좋아요 1.07%, 댓글 0.31%, 싫어요 0.05%로 나타났으며, 5위 채널인 프로동네야구 PDB는 조회수 149.11%, 좋아요 0.38%, 댓글 0.13%, 싫어요 0.02%로 나타났

다. 6위 채널인 이스타TV는 조회수 46.27%, 좋아요 1.61%, 댓글 0.40%, 싫어요 0.05%로 나타났으며, 7위 채널인 박승현 채널은 조회수 112.35%, 좋아요 1.74%, 댓글 0.39%, 싫어요 0.06%로 나타났다. 이어서 8위 채널인 거제폭격기[GP sports TV]는 조회수 25.46%, 좋아요 0.94%, 댓글 0.22%, 싫어요 0.04%로 나타났으며, 9위 채널인 MONSTERZYM TRAINING 몬스터짐 트레이닝은 조회수 60.35%, 좋아요 0.86%, 댓글 0.18%, 싫어요 0.12%로 나타났다. 마지막으로 10위 채널인 3분 운동과학은 조회수 89.41%, 좋아요 1.39%, 댓글 0.26%, 싫어요 0.05%로 나타났다.

마지막으로 6위 채널인 야생마TV 채널은 조회수 34.73%, 좋아요 0.98%, 댓글 0.23%, 싫어요 0.04%로 나타났다.

IV. 논 의

본 연구는 스포츠와 관련된 유튜브 채널에 관하여 조사, 분석을 통해 스포츠 현장에서 가장 주목받는 형태가 무엇인지를 확인하여 쉽게 스포츠를 즐길 수 있는 기초자료를 제공하는데 연구의 필요성

표 4. 동영상 분석

랭킹	채널명	조회수/구독자	좋아요/조회수	댓글/조회수	싫어요/조회수
1	피지컬갤러리	22.60%	1.54%	0.23%	0.03%
2	흑자헬스SurplusHealth	94.10%	1.77%	0.49%	0.08%
3	DannyJoe Fitness대니조 피트니스	23.57%	1.51%	0.26%	0.04%
4	KFATV_한국축구의 모든 것	10.89%	1.07%	0.31%	0.05%
5	프로동네야구 PDB	149.11%	0.38%	0.13%	0.02%
6	이스타TV	46.27%	1.61%	0.40%	0.05%
7	박승현	112.35%	1.74%	0.39%	0.06%
8	거제폭격기[GP sports TV]	25.46%	0.94%	0.22%	0.04%
9	MONSTERZYM TRAINING 몬스터짐 트레이닝	60.35%	0.86%	0.18%	0.12%
10	3분 운동과학	89.41%	1.39%	0.26%	0.05%

및 목적을 두고 연구를 진행한 결과를 토대로 다음과 같이 논의하고자 한다.

첫째, 유튜버는 스포츠를 소재로 다양하고 유용한 콘텐츠를 제공하고 있었다.

스포츠 관련 유튜브채널에서 1위는 피지컬갤러리이며, 흑자헬스채널, 대니조 피트니스 채널, KFA TV 한국축구의 모든 것, 프로동네야구 순으로 나타났다.

상위채널의 콘텐츠를 보면 1위부터 10위까지의 콘텐츠를 분석한 결과 특색있는 콘텐츠를 제공하고 있었다. 종목으로 분류하면 웨이트트레이닝이 4개의 채널이 웨이트트레이닝의 콘텐츠를 제공하고 있었는데 각 채널이 자신의 특성이 잘 살려 제공하고 있었다. 무조건적인 운동 방법 소개를 하는 것이 아니라 근육보조제, 약물투여에 관한 부작용에 대해서 설명하기도 하며, 다양한 장소에서 효율적으로 운동할 수 있는 내용을 소개하기도 하였다.

2개의 채널은 축구의 내용을 담고 있었고 그 중 한 채널은 각 경기의 하이라이트나, 여자 축구경기, 축구 중계에서 제공되지 않은 콘텐츠들, 그리고 세계적인 선수와의 만남 등 유튜브명에 맞게 축구에 관한 모든 것들에 대한 콘텐츠를 동영상으로 제공하였다.

다른 2개의 채널에서는 운동 역학적 원리와 이론적 지식을 전달하고 일상생활에서 활용할 수 있는 운동방법에 대해 효율적으로 제공하였다. 이와 같은 이유로 피지컬갤러리는 세계랭킹 순위에도 거론될 만큼 많은 인기 채널이다.

다음은 야구 콘텐츠를 제공하는 채널과 무도(유도, 주짓수, 씨름) 콘텐츠를 제공하는 채널로 유튜브를 시청하는 시청자가 궁금해 하고 흥미로워 할 만한 콘텐츠를 유익하고 재미있게 다루고 있었다.

유튜브는 기존 방송사와는 다르게 개인이 컨테

츠를 개발하여 불특정 다수의 시청자들에게 공유하는 방식으로 콘텐츠가 자유롭고 개방적이며, 다양한 콘텐츠를 제공할 수 있다.

이에 전문한 바와 같이 유튜브 채널이 특색있는 콘텐츠를 제공하는데, 이것은 유튜버들이 자신의 특성에 맞게, 또는 자신이 가장 잘 알고, 잘 할 수 있는 콘텐츠를 제공하기 때문이다.

둘째, 시청자의 니즈는 전문적이면서도 흥미로운 콘텐츠를 선호함과 더불어 시청 환경의 편의성을 선호하는 것으로 알 수 있었다. 이것은 변현진(2019)의 연구에서도 제시되었는데, 유튜브의 인기 요인으로 시간과 공간의 제약이 없으며 콘텐츠가 매우 다양하다는 것, 편리하게 검색할 수 있으며, 개인화 추천 기능, 그리고 남녀노소 누구나 전문적인 기술 없이도, 주변에서 쉽게 만날 수 있는 사람들이 주인공이 된다는 것이다(변현진, 2019).

시청자의 입장에서 살펴보면 흥미로운 콘텐츠도 선호하지만 전문적인 지식을 제공하는 콘텐츠도 선호한다는 것을 피지컬갤러리와 3분 운동과학 채널이 상위 10위 채널인 것을 보면 알 수 있다. 즉 전문적인 지식들을 이해하기 쉽고 재미있게 또한 글보다는 영상으로 제공해 주는 것을 선호하는 것이다. 뿐만 아니라 이러한 영상을 세계 어느 곳에서든 무료로 시청이 가능하고, 콘텐츠의 다양성으로 시청자들이 더욱 선호 하는 것으로 알 수 있다(변현진, 2018).

셋째, 유튜버와 시청자 간, 시청자와 시청자간의 소통이 가능하며, 시청자들이 영상을 시청하고 자신의 의견이나 소감 및 느낌 등을 자유롭게 표현할 수 있는 장으로의 역할을 하고 있는 것으로 알 수 있었다.

최근 스포츠 팬들은 수동적인 관람의 형태에서 능동적이고 적극적으로 스스로가 선택하고 스포츠

를 재구성하고 있다. 이는 뉴미디어를 통한 미디어 스포츠의 다양한 특성으로도 나타난다. 특히 인터넷 미디어의 발전에서 네트워크를 기반으로 한 소셜미디어를 통해 스포츠 경기를 관람할 수 있는 쌍방향 커뮤니케이션이 이루어지고 있는 형태로 변화되어 가고 있다(곽정현, 이선희, 2015).

유튜브라는 공간에서 이용자가 직접 영상을 제작, 또는 정리한 영상을 게재하고 타 이용자와의 공유를 통해 서로 소통하고 이용한다는 것(임연수, 2020)은 이러한 쌍방향 커뮤니케이션이 이루어진다는 것이다.

유튜브의 독특성은 유저 간의 협업적 생산이 가능하며, 이는 동영상 한편의 공동저자가 되기도 한다. 미디어가 우리의 경험을 구조화하고, 새롭게 재창조하는 문화콘텐츠이며, 미디어 콘텐츠의 생산과 수용이 1인방송의 형태로 재편되고 있다는 것은(주현식, 2019) 자신에 대한 표현력이 예전보다 한층 자유로워졌다는 것이다. 또한 소비자들이 공감할 수 있는 강한 메시지를 전파할 수 있는 바이럴 마케팅(Viral marketing)이 많은 광고비를 지불하지 않고서도 유튜브를 통해 이루어진다(이운형, 2016).

유튜브는 이미 제작된 콘텐츠의 유통만이 아닌 창의적인 콘텐츠를 제작, 확산시킬 수 있도록 도와주고 있으며, 이에 대하여 실시간 쌍방향 커뮤니케이션이 이루어진다.

스포츠 미디어 콘텐츠에서도 소셜 미디어를 통해 생산자-소비자 관계에도 변화가 있다(권순용, 유은혜, 2017). 스포츠의 현장에서 이제 우리는 일방적인 소통이 아닌 함께 소통하는 시대에 살고 있으며, 이는 유튜브라는 21세기의 새로운 문화 콘텐츠를 통해 한층 극대화되어 가고 있음을 느낄 수 있을 것이다.

V. 결론 및 제언

1. 결론

이 연구는 스포츠와 관련된 유튜브 채널에 관하여 조사, 분석을 통해 스포츠 현장에서 가장 주목받는 형태가 무엇인지를 확인하여 쉽게 스포츠를 즐길 수 있는 기초자료를 제공하는데 연구의 필요성 및 목적을 두고 연구를 진행한 결과를 토대로 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 스포츠 관련 유튜브채널에서 1위는 피지컬 갤러리이며, 흑자헬스채널, 대니조 피트니스 채널, KFA TV 한국축구의 모든 것, 프로동네야구 순으로 나타났다.

둘째, 스포츠 상위 채널의 내용을 보면 제대로 운동하는 법이 주를 이루고 있으며, 종목관련 채널도 일부 있었다.

셋째, 유튜브 랭킹을 보면 스포츠 관련 유튜브 채널은 가장 높은 순위인 피지컬 갤러리의 경우 국가랭킹으로는 191번째이고, 세계순위로는 10,019위로 나타났다.

넷째, 동영상 분석에서 조회수/구독자가 가장 높은 것은 프로동네야구 PDB였고, 좋아요/조회수와 댓글/조회수가 가장 높은 채널은 흑자헬스로 나타났다. 싫어/조회수는 몬스터짐 트레이닝으로 나타났다.

이렇듯 스포츠 관련 유튜브의 관심은 점차 증가하고 있으며, 특히 과거의 미디어가 일방적으로 단순하게 정보만을 전달해주는 형태였다면, 이제는 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 구조화된 네트워크 커뮤니케이션이 가능해졌다. 유튜브의 발달로 인해 스포츠 현장에서도 과거에는 수동적인 관람자의 형태였다면, 이제는 개인방송채널을 통해 스스로가 주인공

이 되는 형태로 변화, 발전해 가고 있다는 것이다.

2. 제언

이 연구를 통해 다음과 같이 제언하고자 한다.

첫째, 이 연구에서는 국내 스포츠 관련 유튜브 채널만을 분석하였는데 후속연구에서는 전 세계 스포츠 관련 유튜브 채널을 분석하여, 국내는 물론 세계의 스포츠 관련 유튜브의 추세를 파악해볼 필요가 있다.

둘째, 이 연구는 단순한 사례의 조사가 중심이었지만, 향후 연구에서는 각 채널의 특징을 보다 자세하게 조사함으로써 스포츠에 대한 고객의 니즈를 자세하게 알아볼 필요가 있다.

참고문헌

1. 광정현, 이선희(2015). 소통의 형태에 따른 스포츠 관람자의 변화. 한국체육과학회지, 제24권 제5호, 39-50.
2. 권순용, 유은혜(2017). 스포츠 스타의 소셜 미디어(social media) 소통방식에 대한 개념적 탐색. 한국소통학회 2017 봄철 정기학술대회, 19.
3. 김종훈, 김종진(2013). 컴퓨터 개론. 한빛아카데미.
4. 남상백, 배정섭(2019). 프로스포츠 구단 공식 유튜브채널에 대한 시청동기, 팀 동일시, 시청 태도, 시청만족 및 관람의도 간의 구조적 관계. 한국체육과학회지, 제28권 제6호, 671-685.
5. 변현진(2018). 유튜브 콘텐츠의 제작·이용 환경 특성과 인기 채널 분석 및 함의점 고찰. 조형미디어학, 제21권 제4호, 227-239.
6. 이운형(2016). 유튜브 온라인 동영상 광고 트렌드 분석. 한국디자인포럼, 제51권, 95-103.
7. 이진경, 김근영(2019). 초등학생의 유튜브 이용과 심리적 적응: 부모양육태도, 자아존중감, 학교생활 만족도의 매개효과. 한국산학기술학회 논문지, 제20권 제12호, 699-707.
8. 임연수(2020). 폭력 관련 유튜브 영상 콘텐츠의 구조적 변화 양상. 디지털콘텐츠학회 논문지, 제21권 제1호, 81-88.
9. 정새봄, 원도연, 장영진(2016). 무용영상콘텐츠의 정보서비스 이용에 대한 상호작용성 인식과 이용지속의도에 관한 연구-유튜브를 중심으로. 한국체육과학회지, 제55권 제3호, 349-363.
10. 정새봄, 조광민, 정유미(2011). 스포츠 구단의 Social Network Service(SNS)활동 관여도와 구단 이미지 및 태도, 구단 충성도와 구전의도에 대한 관계. 한국스포츠산업경영학회지, 제16권 제4호, 61-75.
11. 정호진, 이원미(2016). 미디어 플랫폼 위에 보여지는 비인기 스포츠로써 동계 올림픽 썰매 스포츠: 뉴스 네러티브의 이데올로기적 주제. 한국스포츠사회학회지, 제29권 제3호, 153-170.
12. 조정형, 김영재(2019). SNS에 나타나는 여가활동과 미세먼지에 대한 키워드 토픽 분석: 유튜브(Youtube)를 중심으로. 한국체육과학회지, 제58권 제6호, 301-309.
13. 주현식(2019). 네트워크화되는 '나'(me)-유튜브와 대화적 상상력. 문화와 융합, 제41권 제5호, 687-716.

논문투고일 : 2020. 02. 29

논문심사일 : 2020. 03. 29

심사완료일 : 2020. 03. 31