



스포츠와 미디어



스포츠 저널리즘과 성차별



스포츠미디어의 개념

- ❖ 미디어(media)-매개체, 어떤 것을 전달하는 물체나 수단
 - 일반적인 미디어-송신자와 수용자 간 정보전달 매체, 폭력행위, 금지약물복용, 부정 및 금지행위, 과도한 참가, 관중 폭력 등
 - 대중매체(매스미디어) - 불특정 다수의 대중 대상
 - 20세기 초 - 인쇄미디어, 전자미디어
- ❖ 미디어의 기능-이익창출, 문화-가치관 전파, 공익성, 유희성

스포츠미디어의 개념

❖ 스포츠미디어의 개념

- 개념 - 스포츠에 담긴 인간의 정서, 지식, 가치 등을 미디어를 통해 대중에게 전달하는 것



<스포츠 중계채널 - MBC SPORTS+>



<축구 매거진-베스트 일레븐>

스포츠미디어의 개념

❖ 스포츠미디어의 기능

정보기능

스포츠와 관련된 정보 제공

통합적 기능

공유할 수 있는 경험 제공

정의적 기능

즐거움, 흥미, 관심의 경험 제공

도피기능

새로운 경험 제공(대리만족)

스포츠미디어의 변화

연대	발전 및 변화
1885	<ul style="list-style-type: none"> • 신문에 정기적으로 스포츠 기사 게재
1920	<ul style="list-style-type: none"> • 라디오 중계방송
1950	<ul style="list-style-type: none"> • TV 대중화 초기 • 스포츠와 미디어 간 동반자적 관계 형성
1960	<ul style="list-style-type: none"> • 스포츠신문 보급 및 TV 대중화 • 스포츠와 미디어 간 공생관계 형성 • 1960년 로마올림픽경기를 외국으로 중계방송 • 1964년 도쿄올림픽 위성방송 중계
1970	<ul style="list-style-type: none"> • 기업의 스포츠 커뮤니케이션 전략 도입 • 스포츠 광고 출현
1980	<ul style="list-style-type: none"> • 새로운 영상문화 출현과 쇼 스포츠 개념 등장 • 스포츠 프로그램에 대한 방송사의 경영가치 중시 인식 형성
1990	<ul style="list-style-type: none"> • 미디어 간 스포츠중계권 경쟁 초기 • 스포츠 프로그램에 대한 방송사의 높아진 가치 형성
2000	<ul style="list-style-type: none"> • 사이버 스포츠산업 발전 • TV 중계 중심에서 인터넷, 모바일 등 다양한 미디어를 통한 중계 발달 • 프로스포츠 국제화 시대 도래

<스포츠미디어의 발전 및 변화>

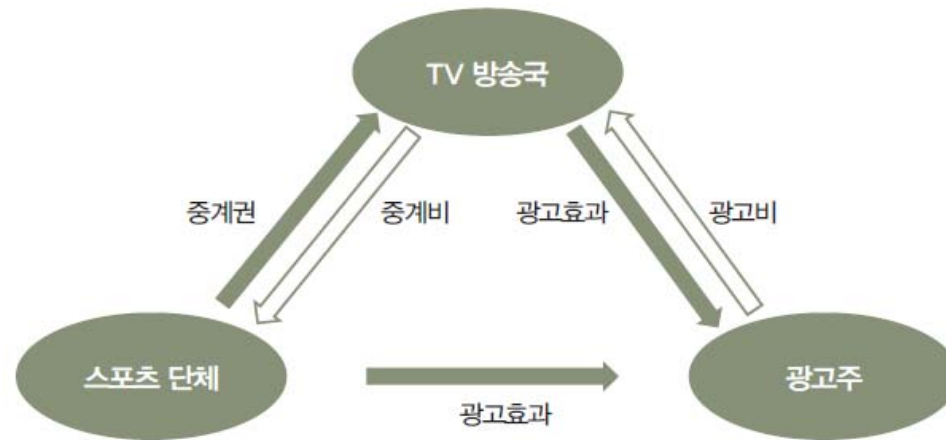
스포츠미디어 관련 주요 이슈

❖ 스포츠 메가 이벤트의 미디어 이벤트화

- 치열한 경쟁과 높은 가격에 거래 되는 방송권

ex) 2006 독일 월드컵 - 전 세계 약 7억 명 이상 시청

❖ 스포츠 방송 중계권



<TV와 스포츠 단체 및 광고주의 관계(정영남,2008)>

❖ 보편적 접근권 - “보편적 시청권”의 필요성 제기

스포츠미디어의 유형

- ❖ 인쇄미디어 – 신문, 잡지와 정기간행물
- ❖ 방송미디어 – 라디오, 텔레비전
- ❖ 뉴미디어 – 인터넷, 모바일 기기



<인쇄미디어>



<방송미디어>



<뉴미디어>

미디어와 스포츠 공생관계

TV의 우월적 공생관계

- 매체와 최초관계 → 1873년 5월 5일

Boston Gazette에서 발행한 신문

- Ex) 1984년 LA올림픽 조직위원장 peter

wiberos “ 올림픽에서 가장 필요한 것은 대규

모 경기장이 아니라 TV카메라를 놓을 수 있는

공간이다”

- 특성 : TV를 통한 국제스포츠이벤트 경기 시청

- 스포츠 경기 자체가 이득이 되는 프로그램

- 선수 → 배우

- 경기장 → 무대

- 대본 → 극적인 장면이 자연스럽게 연출

- 음향 → 관중의 열광적인 응원

미디어와 스포츠 공생관계

스포츠의 매체영향

- 
- 1) 단판 승부제
 - 2) 탁수게임
 - 3) 시간조정
 - 4) 경기일정확대
 - 5) 새로운 스포츠나 모의스포츠 경기
 - 6) 주요인기프로그램진흥
 - 7) 게임시작 시간을 변경
 - 8) 규칙변경
 - 9) 인기스포츠
 - 10) 투기전문가
 - 11) 상업방송을 위해 타임아웃을 정해 놓은 것.

미디어와 스포츠 공생관계

스포츠의 매체영향

- 공생관계로 인한 스포츠변화 -

유 목	내 용	
경기 규칙	축 구	하프타임 시간이 10분에서 15분으로 연장, sudden death 제도도입, 등과 가슴에 번호를 새기고 유니폼에 광고 삽입, 골키퍼에게 백패스 금지, 유럽축구연맹 골키퍼의 골 소지 시간 6초, 국제축구연맹 TV광고를 위해 경기의 4쿼터 분할과 작전타임제도 신설 방안 논의
	농 구	전 . 후반 제도가 4quarter 제도로 변형.
	배 구	볼의 컬러화(3원색), 공기압조절, Libero기용. 경기시간의 단축을 위해 Rally point 제도 도입.
	야 구	5회 이후 15분간 휴식 시간을 가짐, 광고방송을 위해 경기시작 시간을 매시 정각에서 약간씩 늦춤, 경기시간 단축을 위한 스트라이크 존 확대 및 투구 제한시간 단축 실시
	골 프	매치게임에서 타수게임으로 전환.
	유 도	경기복 색 구분(흰색 VS 파란색).
	탁 구	볼이 흰색에서 주황색으로 변형, 테이블이 초록색에서 하늘색으로 변형, 세트시간제한 제도도입(세트 당 15분), 11점 5세트 제도도입, TV화면을 위해 경기장의 카펫 색깔 조정
	테니스	볼의 색깔을 연두색에서 노란색으로 변형, 컬러 유니폼 착용
	태권도	컬러도복 공인 및 보호장비의 컬러화
	양 궁	올림픽 피타 라운드제 도입 : 두 명의 선수씩 대결하여 이기 선수끼리 결승에서 대결, 긴장과 흥미유발
	배드민턴	TV광고를 위해 3세트 15득점에서 5세트 7득점제도 개정 시도

미디어와 스포츠 공생관계

스포츠의 매체영향

- 공생관계로 인한 스포츠변화 -

유 목	내 용	
경기장	축 구	<ul style="list-style-type: none"> 경기장의 잔디에 페인트를 칠하거나 무늬를 넣어 TV에서 더욱 선명하게 보일 수 있도록 유도
	농 구	<ul style="list-style-type: none"> 경기장 바닥을 종전의 단색에서 다양한 색깔로 변경하고 홈팀의 로고 삽입 바스켓 위에 소형 카메라 설치하여 좀더 흥미 있는 장면 연출
	야 구	<ul style="list-style-type: none"> 내야의 흙을 갈색계통으로 바꿔 푸른 잔디와 조화 유도
	기 타	<ul style="list-style-type: none"> 각 경기장마다 TV중계시 자주 노출되는 장소에 광고판을 설치하여 간접적 효과 레슬링경기장의 매트 색깔을 컬러로 교체 배드민턴 코트에서 파울과 페어를 추진하기 위해 컬러 삽입
기술	<ul style="list-style-type: none"> 축구공 속에 7g의 마이크가 내장된 사운드 볼을 개발하여 볼 차는 소리를 실감나게 들을 수 있게 되었음. 권투글러브 속에 소형 마이크를 내장하여 가격하는 소리를 들을 수 있게 되었음. 육상 단거리 경기에서 주로 나타나는 판정시비를 없애고 시청자에게 정확한 판단을 제공하기 위해 판독 카메라를 개발하였음. 스케이트장 빙판 속에 마이크로폰을 설치하여 얼음 지치는 소리를 생생하게 들을 수 있게 되었음. 육상경기, 수영, 스피드 스케이트 경기 중계를 위해 이동식 카메라 개발. 양궁 과녁의 한가운데에 소형카메라 설치 아이스하키에서 TV상으로 찍이 야광처럼 보이게 하는 기술 테스트 중 	
경기단체	<ul style="list-style-type: none"> 국제올림픽위원회, 국제축구연맹 등은 올림픽과 월드컵 경기시에 TV중계권료를 협상하기 위한 별도의 조직장설 대한체육회나 한국야구위원회 등의 기구에 마케팅을 담당하는 부서를 신설 	

미디어와 스포츠 공생관계

올림픽 중계권 싸움이

- SBS 지상파 3사 공동 코리아풀(Korea Pool)을 통해 주요 국제 스포츠경기 중계권 확보의 관례를 꾀.
- 2010년 이후 하계, 동계올림픽 4개대회 중계권 확보
- 2010년, 2012년 3,300만달러(319억원)
- 2014년, 2016년 3,950만달러(382억원)
- 2002년 – 2008년 올림픽 보다 2배 인상

중계권 갈등 KBS,MBC VS SBS

- 뉴스로 SBS 난타한 KBS, MBC
- 중계권 잡아라 – 스포츠가 높은 광고 수익 등을 보장하는 킬러(killer)콘텐츠
- 독일 월드컵 토고전 15초 광고 MBC2545만 5000원, SBS 2506만 5000원, 같은 시간대 일반광고 요금 (800만 – 1200만원) 두배
- 붕어빵 편성 – 어디를 돌려도 축구만...

스포츠미디어의 특성

❖ 핫 매체 스포츠와 쿨 매체 스포츠

특성	핫 매체 스포츠	쿨 매체 스포츠
스포츠의 정의성	높다	낮다
스포츠 관람인의 감각 참여성	낮다	높다
스포츠 관람인의 감각 몰입성	낮다	높다
경기 진행 속도	낮다	높다
경기 진행 형태	단선형	복선형
스포츠 유형	정적 스포츠 개인 스포츠 기록 스포츠 공격과 수비가 구분된 팀 스포츠	동적 스포츠 팀 스포츠 득점 스포츠 공격과 수비가 구분되지 않는 스포츠
스포츠 종목	검도, 골프, 권투, 레슬링, 배드민턴, 볼링, 빙상, 사격, 수중발레, 사이클, 스키, 스케이트, 태권도, 승마, 씨름, 야구, 양궁, 역도, 요트, 유도 등	경마, 농구, 럭비, 배구, 자동차경주, 미식축구, 아이스하키, 하키, 축구, 핸드볼 등

<핫 스포츠와 쿨 스포츠의 특성 비교(임번장,2010)>

스포츠미디어의 특성

❖ 스포츠미디어의 소비 경험과 결과

- 스포츠미디어 소비가 대중에게 미치는 삶의 영향 논의
- 부모, 교사, 지도자 등이 스포츠미디어의 경험에 올바르게 관여할 때 스포츠미디어의 소비가 참여 스포츠로 이어질 수 있음



<스포츠 지도자의 관여>



<교사의 관여>

스포츠미디어의 특성

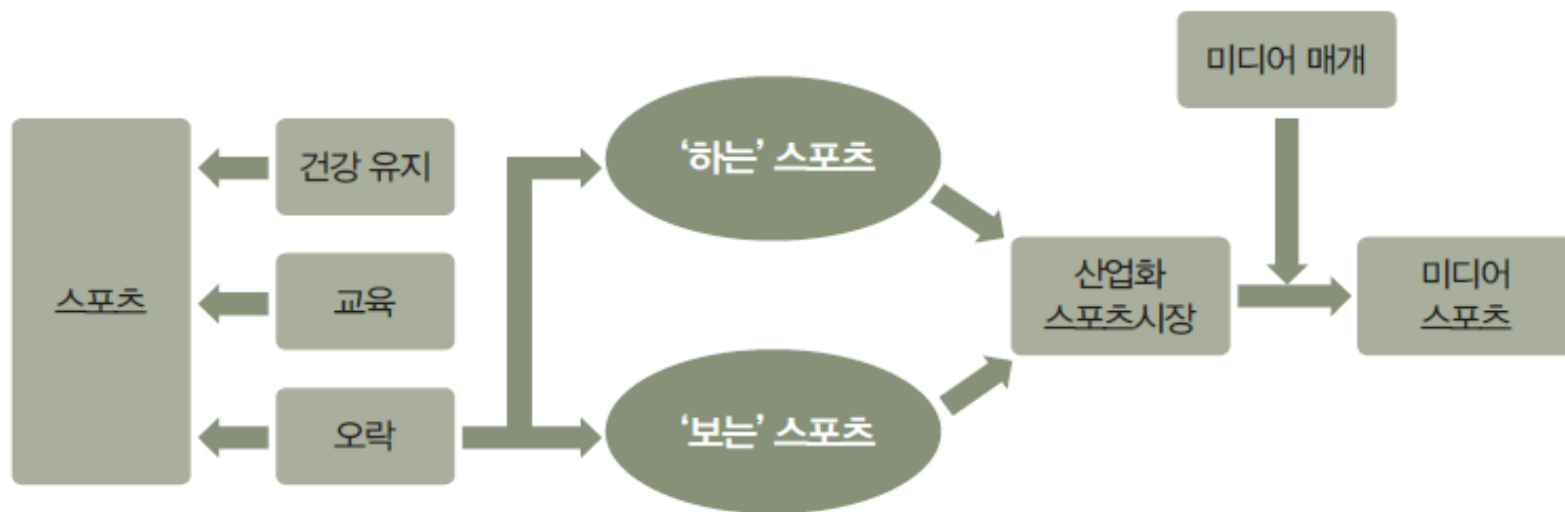
❖ 스포츠미디어별 특성

미디어	장점	단점
신문 및 인쇄매체	널리 보급되고 받아들여지는 소식원	<ul style="list-style-type: none"> • 비교적 분배 네트워크 필요 • 문자해독력이 문제 • 훈련된 생산요원 필요
	오락미디어로서 심리적으로 쉽게 수용	
	값싸게 생산 분배 가능	
	신속한 제작 기능	
	속보성	
	지역활동과 상호협동 기능	
라디오	가장 널리 전달되는 소식원	<ul style="list-style-type: none"> • 발전된 네트워크 요구 • 비시각적 미디어 • 훈련된 요원 필요
	수신기 가격 저렴	
	프로그램 제작비 저렴	
	오락미디어로서 수월한 심리적 수용	
	상상력 유발 기능	
텔레비전	널리 보여주는 소식원	<ul style="list-style-type: none"> • 매우 발전된 네트워크 요구 • 수신기 및 수신료 고가 • 프로그램 제작비 높음 • 훈련된 요원 필요
	대중적인 미디어	
	오락미디어로서 수월한 심리적 수용	
	시각적 미디어로 창조적인 생산 이용	

<미디어별 특성 비교(정영남,2008)>

스포츠미디어의 특성

❖ 스포츠미디어의 전개과정



<미디어스포츠의 개념 및 전개과정(김원제,2005)>

스포츠 저널리즘의 의미

❖ 저널리즘

과거

- 출판물을 통해 시사적인 정보를 대중에게 전달하는 활동



20세기

- 방송미디어를 통한 저널리즘의 개념 확장



최근

- 각종 미디어를 통해 이루어지는 모든 커뮤니케이션 활동

스포츠 저널리즘의 관련 쟁점

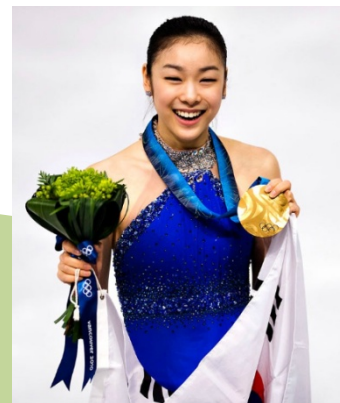
❖ 정확성, 공정성, 객관성의 결여

- 미디어 - 자극적인 정보위주의 콘텐츠 구성, 대중의 관심유도

❖ 개인 사생활 침해

- 대중의 호기심 자극 위한 흥미 위주의 기사

❖ 스포츠 선수의 상품화



<피겨 스케이팅 - 김연아>



<프로골퍼 - 안신애>

미디어가 스포츠에 미치는 영향

❖ 스포츠 인구 증가

- 스포츠 관람 인구의 증가 - 스포츠가 보급에 결정적 기여



<프로야구 관중 수 추이 - KBO,2013>

❖ 스포츠의 상품화

- 스포츠의 불균형 발전 초래 - 인기/비인기 스포츠
- 아마추어 정신의 퇴색 - 승부의 경쟁적 요소 극대화 노력

미디어가 스포츠에 미치는 영향

❖ 스포츠 규칙 변경

- 보다 많은 경제적 이익 위해 다양한 변화 요구
- Ex) 농구경기의 쿼터제, 배구경기의 랠리 포인트 제, 골프의 매치플레이



<프로농구>



<프로배구>



<골프>

미디어가 스포츠에 미치는 영향

❖ 스포츠 용구의 변화

- 시청자들의 경기적 재미 위해 용구의 색깔을 눈에 잘 띄게 변경



<유도 도복>



<탁구대와 탁구공>

미디어가 스포츠에 미치는 영향

❖ 경기 일정의 변경

- 시청률 - 광고료 수입에 직접적인 영향



<프로 배구 시청률 - 한국배구연맹(KOVO), 2014>

미디어가 스포츠에 미치는 영향

❖ 스포츠 기술의 발달 및 확산



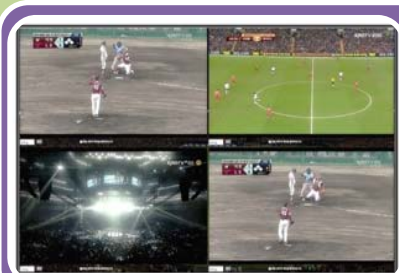
미디어의 발달

- 스포츠 기술의 발달 및 확산에 영향



텔레비전 중계

- 반복적 분석 가능한 미디어 자료 제공



스포츠 중계

- 여가 스포츠 참여자들에게 간접적 기술 습득의 기회 제공

스포츠가 미디어에 미치는 영향

❖ 미디어 콘텐츠 제공

- 스포츠를 수익성 콘텐츠로 인식 - 스포츠 소재의 영화, 만화



<슬램덩크 - 농구>



<우.생.순 - 핸드볼>

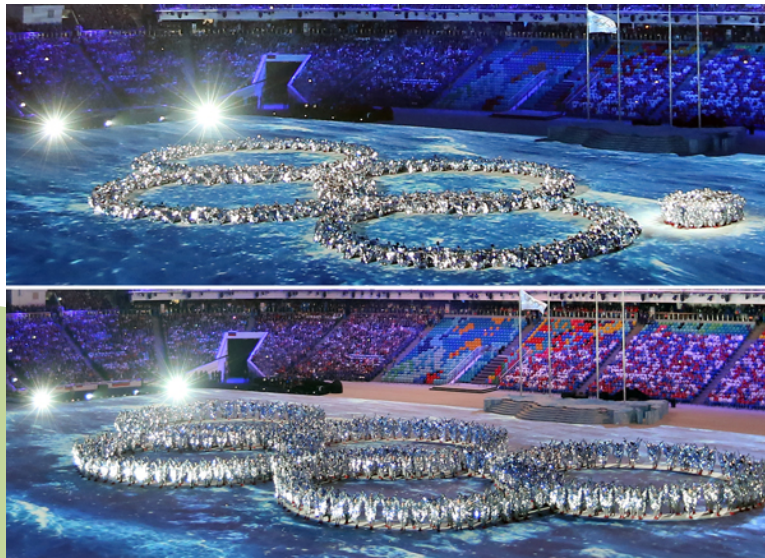


<국가대표 - 스키점프 >

스포츠가 미디어에 미치는 영향

❖ 미디어 보급의 확대

- 스포츠의 인기 상승 - 미디어를 통해 스포츠를 접함
- 미디어의 주요 소비자
- 스포츠 메가 이벤트 - 미디어의 확산에 촉매제 역할



<2014 소치 동계올림픽>



<2014 브라질 월드컵>

스포츠가 미디어에 미치는 영향

❖ 미디어 기술의 발전

- 다양한 방송 기법
- 스포츠 메가 이벤트 - 첨단 방송 장비의 발전에 영향



<초고속 모션 카메라>



<프로야구 중계 기법 - 피칭 캠>

스포츠미디어의 윤리적 문제

❖ 특정 인기스타 중심보도



❖ 승리지상주의

❖ 전문성 결여

- 스포츠 해설에서의 전문성 결여문제 - 비인기 종목
- 대중의 수준에 미치지 못함 - 인터넷등을 통한 대중의 수준증가

이데올로기의 전파

❖ 자본주의 이데올로기 강화

- 물질만능주의와 소비주의 전달 기능
- 스폰서 언급, 광고 노출 - 기업의 이익대변

❖ 젠더 이데올로기(성차별 이데올로기)

- 스포츠를 통해 여성에 대한 고정관념 강화
- 남성성 규정, 남성의 지배적 위치 확인 수단
- 여성선수의 외적인 요소에 초점

이데올로기의 전파

❖ 민족주의, 국가주의 이데올로기 강화

- 스포츠와 미디어의 결합 - 민족주의, 국가주의적 특성
Ex) 1936년 베를린올림픽 - 나치의 정치적 선전도구
- 스포츠 메가 이벤트 - 국가주의 이데올로기 강화의 수단



<1936년 베를린 올림픽>

이데올로기의 전파

❖ 영웅 이데올로기

스포츠영웅화를 통해 남성의
우수성 재현

금전적 가치와 명예 강조
- 스포츠가 신분상승의 수단

국가적인 성공과 연계시켜
민족의식, 동포애, 애국심 등 자극

소수의 스포츠 스타들을 부각
시켜 엘리트주의 문화 조장