

아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 선수 등장곡이  
시청자의 태도에 미치는 영향

Influence that Appearance Music for Players in Biased Pro Baseball  
Relay Broadcast of Afreeca TV has on Viewer Attitude

주저자

김 종 무 Kim, Jong-moo

단국대학교 커뮤니케이션학부 교수 | Professor, School of Communications, Dankook University  
isaac55@dankook.ac.kr

공동저자

임 정 엽 Lim, Jeong-yeop

단국대학교 커뮤니케이션학 박사과정 | Ph.d. Course. School of Communications, Dankook University  
drillerlim@gmail.com

|     |            |     |            |       |            |
|-----|------------|-----|------------|-------|------------|
| 투고일 | 2018.12.06 | 심사일 | 2019.01.16 | 게재확정일 | 2019.01.27 |
|-----|------------|-----|------------|-------|------------|

## 목 차

### 1. 서론

#### 1.1. 연구의 배경

#### 1.2. 연구의 구성

### 2. 이론적 논의와 연구 문제

#### 2.1. 아프리카TV

#### 2.2. 변수에 대한 논의와 연구가설

### 3. 연구 설계

#### 3.1. 연구 모형

#### 3.2. 연구 대상 및 자료 수집

#### 3.3. 자료 처리 방법

#### 3.4. 변인에 대한 조작적 정의 및 측정 항목

### 4. 연구 결과

#### 4.1. 표본의 특성

#### 4.2. 측정 척도의 평가

#### 4.3. 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

#### 4.4. 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석

#### 4.5. 측정변인의 상관계수 분석

#### 4.6. 연구문제 분석

### 5. 결론

### 참고문헌

### Keyword

아프리카 TV 야구 중계방송, 팀충성도, 팀동일시, 시청몰입, 시청만족, 등장 응원가

African TV Baseball Broadcasting, Team Loyalty, Team Identification, Audience Immersion, Audience Satisfaction, Appearance Cheering Song

## Abstract

This study analyzed what influence the appearance music for players in biased pro baseball relay broadcast of Afreeca TV has on viewers' team loyalty, team identification, immersion in viewing and satisfaction in viewing. To his end, questions distributed to 384 persons who actually viewed biased pro baseball relay broadcast of Afreeca TV were analyzed. First, analysis showed that appearance music for players had positive(+) influence on team loyalty, team identification, immersion in viewing, confirming that appearance music for players is the factor which influences viewers' attitude. Second, team loyalty had no significant influence on immersion in viewing and satisfaction in viewing. Third, while team identification had positive(+) influence on immersion in viewing, it did not have on satisfaction in viewing, which was opposite to the result of preceding study. Fourth, immersion in viewing had positive(+) influence on satisfaction in viewing, however. This study is meaningful in that it analyzed what attitude the viewers of biased broadcast of pro baseball managed by BJ in Afreeca TV, the Internet personal broadcast platform had. This study will be materials with which BJs managing biased pro baseball broadcast in AfreecaTV understand viewers' attitude.

## 논문요약

본 연구는 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 선수 등장곡이 시청자의 팀충성도, 팀동일시, 시청몰입과 시청만족에 어떠한 영향을 주는지를 분석하였다. 이를 위해 실제 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 시청하는 총 384명의 설문을 분석하였다. 분석 결과 첫째, 선수 등장곡은 팀충성도, 팀동일시, 시청몰입에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 선수 등장곡은 시청자의 태도에 영향을 주는 요인임을 확인 하였다. 둘째, 팀충성도는 시청몰입과 시청만족에 유의한 영향을 주지 않은 결과와 셋째, 팀동일시는 시청몰입에 정(+)의 영향을 주었으나 시청만족에는 유의한 영향을 주지 않은 결과는 기존의 선행 연구와 반대 의 결과를 보였다. 그러나 넷째, 시청몰입은 시청만족

에 정(+의 영향을 주었다. 본 연구는 인터넷 개인 방송 플랫폼인 아프리카TV에서 BJ가 진행하는 프로야구 편파 방송 시청자의 태도가 어떠한지를 분석함에 의미가 있으며, 추후 본 연구가 아프리카TV에서 프로야구 편파 방송을 진행하는 BJ들에게 시청자의 태도를 이해하는 자료가 될 것이다.

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경

소비자가 제품을 구매할 때 제품 자체보다 제품을 파는 장소나 특별한 분위기에 더 영향을 받기도 하는데 Milliman, R. A. (1986)은 제품을 파는 장소에서 나오는 배경음악도 분위기를 만드는 중요한 요인이라 하였다.<sup>1)</sup> 이러한 배경음악은 상품의 메시지와 이미지를 효과적으로 전달하는 수단으로 사용되며 궁극적으로 소비자들에게 제품에 대한 좋은 이미지를 만들어 제품을 구매하는 행위로 전이시키는 역할을 한다.<sup>2)</sup> 배경음악과 함께 소비자의 구매의도에 영향을 주는 소리인 징글(Jingle)은 광고에서 기업 브랜드나 상품명을 더욱 인상적으로 전달하기 위하여 특별히 제작된 소리나 짧은 구절의 멜로디를 지칭<sup>3)</sup>하는데 배경음악과 같이 광고 전체에 흐르는 음악이 아닌 특정 영역에 1-2초 정도의 짧은 소리를 통해 소비자들의 주의를 광고로 유도시켜 광고에 주목하게 만들어 광고효과를 증대시키는 역할을 담당한다.<sup>4)</sup> 이러한 징글은 프로 야구 응원가의 하나인 선수 등장곡<sup>5)</sup>과 유사한 면이 있다. 선수 등장곡은 응원가의 한 종류로 선수가 타석에 들어설 때에 선수들을 알리는 일종의 알림곡<sup>6)</sup>으로 선

수 개인의 정체성을 부여하고 자신이 응원하는 팀의 관객과 같이 응원가를 부르는 행위를 통해 관객이 선수를 지지한다는 일종의 응원 메시지를 담고 있다. 선수 등장곡은 선수의 특징을 담아 선수 개인별로 응원가가 있는데, 징글과 같이 쉽고 친숙한 멜로디에 짧은 문장 또는 단어를 반복적으로 사용하는 것이 특징이다.

프로야구에서 응원은 관객의 관람태도에 영향을 주기에 응원과 관련된 연구들이 많이 진행되고 있는데, 대표적으로 응원활동만족이 팀충성도에 긍정적인 영향(신승호, 손명재, 전찬수, 김도훈 2009)<sup>7)</sup>은 응원만족도는 팀충성도에 유의한 영향(김진국, 김도훈 2010)<sup>8)</sup>, 응원과 단장에 대한 만족도가 팀일체감에 긍정적 영향(조우정, 김애랑, 서정은 2012)<sup>9)</sup>과 같이 관객의 응원활동, 만족, 응원단장과 이벤트가 프로야구 관객의 태도에 미치는 영향을 분석하였다. 본 연구는 김종무<sup>10)</sup>의 후속 연구로 선행연구 결과와 프로야구 응원과 관련한 연구를 참고하여 선수 등장곡을 많이 사용하고 있는 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 시청하는 시청자를 대상으로 선수 등장곡이 시청자의 팀충성도, 팀동일시, 시청몰입에 어떠한 영향을 줄 것인지를 알아보려고 한다. 본 연구는 아프리카 TV라는 기존의 형식과 다른 포맷을 가진 프로야구 중계 방식에서 시청자의 태도와 BJ 속성 간에 관련성이 있는지를 구체적인 실험을 통해 분석함에 그 의의가 있다.

### 1.2. 연구의 구성

본 연구는 총 5장으로 1장에서는 서론 부분으로 연구의 목적과 연구의 구성을 서술하였다. 2장에서는 연구의 이론적 배경과 연구문제를 제시하였다. 3장에서는 연구 모형, 연구 대상, 자료 수집 및 변인에 대한 조작적 정의 및 측정 항목에 대해 서술하였다. 4장에서는 설문문

- 1) Milliman, R. A. (1986). The influence of background music on the behavior of restaurant patrons. *Journal of Consumer Research*, 13(2), 286-289. 김재영, & 유승엽. (2006). 광고배경음악 장르와 성별에 따른 경로모형 검증. *언론과학연구*, 6(1), p.47.(재인용)
- 2) 박재관. (1999). 라디오광고에서 관여도와 배경음악의 속성이 소비자 태도형성에 미치는 영향. *한국광고홍보학보*, 1(2), p.35.
- 3) 고영화 외 공저, 디자인 사전, 안그래픽스, 200, p.198.
- 4) Yalch, F. Richard. (1991). Memory in a Jingle Jungle: Music as a Mnemonic Device in Communicating Advertising Slogans. *Journal of Applied Psychology*. 76. pp.268-275.
- 5) 선수 등장곡은 선수 응원가, 타자 응원가 등으로 불리기도 한다.
- 6) 위키백과에서 “한국의 야구 응원문화”검색후 정리함. <https://ko.wikipedia.org>

- 7) 신승호, 손명재, 전찬수, 김도훈. (2009). 프로야구 관람객의 응원활동만족과 팀충성도, 재관람의사 및 구전의도의 관계. *한국체육학회지*, 48(4), pp.267-276.
- 8) 김진국, 김도훈. (2010). 프로야구 응원만족도와 팀충성도 및 재관람의사와의 관계. *한국체육학회지*, 49(6), pp.375-384.
- 9) 조우정, 김애랑, 서정은. (2012). 프로야구 관중의 응원만족도가 팀 일체감 및 재관람의도에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 21(1), pp.463-475.
- 10) 김종무. (2018). 아프리카 TV 프로야구 편파 중계방송 시청동기와 시청만족 관계 분석. *한국디자인문화학회지*, 24(4), pp.101-112.

분석하고 이를 정리 하였다. 5장에서는 결론을 서술하고 연구 결과를 정리하였다.

## 2. 이론적 논의와 연구 문제

### 2.1. 아프리카TV

아프리카TV(AfreecaTV)는 ‘Anybody can Freely Broadcast TV’의 약자로 BJ(Broadcasting Jockey)와 시청자간 실시간 소통이 가능하며, 사이버 머니인 '별풍선'을 통해 BJ를 후원하는 소셜 미디어 플랫폼이다.<sup>11)</sup> 아프리카 TV는 전통 매체에서 찾아볼 수 없는 게임, 보이는 라디오, 스포츠, 먹방 등 보다 다양한 주제와 새로운 형식의 콘텐츠를 BJ와 같이 상호작용을 하면서 시청할 수 있는 장점을 가지고 있다.<sup>12)</sup> 아프리카TV의 콘텐츠별 트랙픽 비중은 게임이 57%, 보이는 라디오가 26%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 스포츠 4%와 먹방이 3% 순으로<sup>13)</sup> 2017년 아프리카 TV 모바일 APP 누적 다운로드 수가 3,000만 이상이며, 월 평균 순 방문자수는 700만 명, 일 최고 채널수는 7,000개에 이른다.<sup>14)</sup>

### 2.2. 변수에 대한 논의와 연구가설

#### 2.2.1. 선수 등장곡과 연구가설

프로야구에서 응원 문화는 2000년대 초반 부터 시작되었다. 응원에는 응원단장, 치어리더, 경기장이벤트, 응원도구 그리고 응원가가 있다. 특히 응원가는 구단 응원곡과 선수 등장곡으로 구성되어 있다.<sup>15)</sup> 선수 등장곡은 선수가 타석에 들어설 때 선수들을 알리는 등장곡을 말한다. 삼성 라이온즈(Lions)의 이승엽 선수의 등장곡은 “천공의 성 라퓨타” OST인 너를 태우고를 사용하고 있는데, “( 짹 짹 ) 이! ( 짹 짹 ) 승! ( 짹 짹 ) 업! ( 짹 짹 ) 홈런! 아아아 이승엽 삼성의 이승엽, 아아아 이승엽 전설이 되어

라”를 선수가 타석에 등장할 때 부름으로서 관객이 선수를 지지한다는 것을 표현함과 동시에 같은 팀을 응원하는 관객과 팀동일감과 즐거움을 제공 받는다.

스포츠에서 관객의 응원만족이 팀충성도(신승호, 손명재, 전찬수, 김도훈 2009, 김진국, 김도훈 2010), 관람만족(조용찬, 남재준, 김중환 2013<sup>16)</sup>, 정승훈, 이정학, 김희정 2011<sup>17)</sup>), 구전의도(김용만 2012)<sup>18)</sup>, 팀동일시(조우정, 김애랑, 서정은 2012)등 응원활동에 대한 다양한 변수들이 결합된 연구들이 진행되고 있으나, 응원활동에서 중요한 응원가와 관련한 직접적인 연구들은 매우 제한적으로 진행되고 있다. 특히 선수 등장곡이 야구 응원활동에 중요한 부분을 차지함에도 불구하고 선수 등장곡과 팬의 태도와의 관계 연구는 더욱 부족한 상황이다. 선수 응원가는 경기 응원의 일부분으로 광고에서 배경음악과 유사한 면을 보이는데, 배경음악이 광고효과(황인석, 원유진 2006<sup>19)</sup>, 김현정, 박병호 2014<sup>20)</sup>), 브랜드 인식(최일도 2008<sup>21)</sup>)에 긍정적인 영향을 제공한다고 하였다. 이러한 맥락에서 프로야구 경기 응원의 일부분인 선수 등장곡에 대한 팬의 태도가 어떻게 변하는지를 알아보는 것은 중요하다고 본다. 이에 본 연구는 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 선수 등장곡이 시청자의 팀충성도, 팀동일시, 시청몰입에 어떠한 영향을 줄 것인지를 알아보고자 다음과 같은 연구가설을 제시 하였다.

[연구가설 1] 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 선수 등장곡은 팀충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

11) 위키백과 “아프리카TV” 검색후 내용을 정리함.  
<https://ko.wikipedia.org>에서

12) 김설예, 유은, 정재민. (2016). 인터넷 개인방송의 이용동기와 사회적 시청 요인이 지속이용과 지불의사에 미치는 영향. 문화경제연구, 19(3), p.59.

13) 신영Consumer팀. (2018). “아프리카 TV”, Vol.9, p.5.

14) 임정엽, 김중무. (2018). 아프리카 TV 전략시뮬레이션 게임 BJ 속성에 따른 시청자 태도 분석-시청만족도, 충성도, 시청의도, 시청태도 중심으로. 커뮤니케이션 디자인학연구, 62, p.109.

15) 위키백과에서 “한국의 야구 응원문화”검색후 정리함.  
<https://ko.wikipedia.org>

16) 조용찬, 남재준, 김중환. (2013). 프로스포츠 관람계약요인과 응원활동, 응원몰입 및 관람만족 관계 검증. 한국사회체육학회지, 52(1), pp.75-95.

17) 정승훈, 이정학, 김희정. (2011). 2010 남아공월드컵 거리응원 참여자의 관람동기가 응원태도, 관람만족 및 미래 소비행동에 미치는 영향. 한국스포츠산업경영학회지, 16(3), pp.29-44.

18) 김용만. (2012). 프로야구 관중의 응원만족과 관람태도, 관람만족, 재관람의도 및 구전의도와와의 관계. 한국스포츠산업경영학회지, 17(2), pp.35-49.

19) 황인석, 원유진. (2006). TV 홈쇼핑 광고에서 배경음악이 광고효과에 미치는 영향. 마케팅연구, 21(3), pp.47-67.

20) 김현정, 박병호. (2014). 배경음악 (BGM) 이 광고효과에 영향을 미칠 때. 한국 HCI 학회 학술대회, pp.1229-1232.

21) 최일도. (2008). 광고 배경음악에 의한 브랜드 인식의 유형과 형태에 대한 분석 연구. 한국광고홍보학보, 10(3), pp.373-403.

[연구가설 2] 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 선수 등장곡은 팀동일시에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[연구가설 3] 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 선수 등장곡은 시청몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2.2.2. 팀충성도와 연구가설

팀충성도는 팬이 자신이 좋아하는 팀에 대한 관심과 애착의 느낌을 불러일으키며 팀의 승패에 관계없이 그 팀을 선호하며 관람에 대한 지속적인 욕구를 뜻한다.<sup>22)</sup> 이러한 충성도는 경기관람에 만족감을 제공하고 이러한 만족감은 추후 경기를 재관람하는 욕구에 긍정적인 영향을 미친다.<sup>23)</sup> 신승호, 손명재, 전찬수, 김도훈(2009), 김종백, 하제현(2013)<sup>24)</sup>, 김범수, 김석일(2010)<sup>25)</sup>, 김용만(2010)<sup>26)</sup>의 연구에 따르면 관람만족이 팬의 충성도에 긍정적인 영향을 미치며, 공창빈, 남재준(2012), 조용찬, 남재준, 신충식(2010)<sup>27)</sup>은 팀에 대한 충성도가 관람만족에 긍정적인 영향을 준다고 하였다. 이렇듯 팀에 대한 충성도와 관람만족은 서로에 영향을 주는 것이다. 또한 이상철, 김남희, 서영호(2003)<sup>28)</sup>는 온라인 게임에 있어서 몰입과 중독, 만족, 그리고 충성도 간의 인과관계를 구조적으로 살펴본 결과 몰입만이 만족과 충성도에 영향을 주었다고 하였다. 천덕희, 전영상(2011)<sup>29)</sup>은 저가항공사의 e-서비스품질

에 대한 고객의 몰입은 충성도에 긍정적인 영향을 주었다고 하였으며, 손증균, 문영주, 이종호(2012)<sup>30)</sup> 또한 소셜커머스의 신뢰와 몰입이 충성도에 정(+)의 영향을 준다고 하였다. 이처럼 다양한 분야에서 몰입과 충성도간의 긍정적인 관계가 존재한다. 이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 팀충성도가 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송 시청 몰입과 시청만족에 어떠한 영향을 줄 것인지를 알아보고자 다음과 같은 연구가설을 제시 하였다.

[연구가설 4] 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 팀충성도는 시청몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[연구가설 5] 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 팀충성도는 시청만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2.2.3. 팀동일시와 연구가설

스포츠에서 팀에 대한 동일시는 개인이 특정 팀에 대해 갖는 감정적, 심리적 결합을 의미한다.<sup>31)</sup> 팀동일시는 스포츠에서 팀과 팬사이에는 동일시 현상이 발생되는데, 이는 기업과 고객간의 관계에서 찾아보기 힘든 현상으로 스포츠 경기관람을 통해서 팬들에게 나타나는 심리적 반응을 의미한다.<sup>32)</sup> 실제로 자기가 응원하는 팀에 동일시 된 팬들은 자신이 응원하는 팀을 “우리 팀”이라 부르며, 만약 팀을 비난하면 마치 자신이 비난을 받는 듯한 느낌을 받을 뿐 아니라 대부분의 경우 이러한 감정을 평생에 걸쳐 이어가게 된다.<sup>33)</sup> 이처럼 팀동일시는 단순한 즐거움에서 보다 확장되며 이러한 과정을 매개로 팀에 대한 충성도로 발전해간다.<sup>34)</sup> 이

22) Funk, D. C., & Pastore, D. L. (2000). Equating Attitudes to Allegiance: The Usefulness of Selected Attitudinal Information in Segmenting Loyalty to Professional Sports Teams. *Sport Marketing Quarterly*, 9(4), pp.175-184.

23) 공창빈, 남재준. (2012). 프로야구 관중의 관람유인요인, 충성도 및 재관람의도간의 관계. *한국체육과학회지*, 21(1), pp.405-416.

24) 김종백, 하제현. (2013). 프로야구 관람자의 플로우경험이 탐색적행동, 관람만족, 팀충성도 및 재관람의도에 미치는 영향. *체육과학연구*, 24(1), pp.116-134.

25) 김범수, 김석일. (2010). 프로야구 관람동기, 관람만족, 팀 충성도 및 재관람의도의 관계. *한국사회체육학회지*, 42(1), pp.335-345.

26) 김용만. (2010). 프로축구 팀 속성이 관람만족, 팀동일시와 팀충성도에 미치는 영향. *한국스포츠산업경영학회지*, 15(1), pp.33-51.

27) 조용찬, 남재준, 신충식. (2010). 프로농구 관중의 관람만족 요인, 충성도 및 재구매의도간의 관계분석. *한국체육과학회지*, 19(2), pp.667-679.

28) 이상철, 김남희, 서영호. (2003). 온라인 게임에 있어서 몰입과 중독이 사용자 만족과 충성도에 미치는 영향. *경영학연구*, 32(5), pp.1479-1501.

29) 천덕희, 전영상. (2011). 저가항공사의 e-서비스품질이 고객

의 만족과 신뢰 및 몰입과 충성도에 미치는 영향 연구. *관광연구*, 26(3), pp.433-454.

30) 손증균, 문영주, 이종호. (2012). 소셜커머스 속성이 신뢰, 몰입과 충성도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 12(2), pp.265-275.

31) James, J. D., Kolbe, R. H., & Trail, G. T. (2002). Psychological connection to a new sport team: Building or maintaining the consumer base?. *Sport Marketing Quarterly*, 11(4).

32) Real, M. R., & Mechikoff, R. A. (1992). Deep fan: Mythic identification, technology, and advertising in spectator sports. *Sociology of Sport Journal*, 9(4), pp.323-339.

33) 최승년. (2016). 프로야구 구단 소셜네트워크서비스 특성과 경기요인이 팀 동일시에 미치는 영향. *e-비즈니스연구*, 17(6), p.5. 재인용

34) 최승년. (2016). 상계서, pp. 99-110.

러한 팬의 팀동일시는 스포츠 경기를 시청하는 시청자의 시청몰입과 시청만족에 영향을 줄 것으로 사료된다. 선행연구도 팀동일시가 몰입(김용만, 이준원, 김은정 2006)과 만족(강동호, 최영래 2012<sup>35</sup>); 김진표, 박성진, 김보겸, 공성배 2012<sup>36</sup>); 권오성, 김상국 2014<sup>37</sup>)에 영향을 준다고 하였다. 이에 본 연구에서는 팀동일시가 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송 시청몰입과 시청만족에 어떠한 영향을 줄 것인지를 알아보고자 다음과 같은 연구가설을 제시하였다.

[연구가설 6] 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 팀동일시는 시청몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[연구가설 7] 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 팀동일시는 시청만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### 2.2.4. 시청몰입과 연구가설

몰입은 어떤 행동을 함에 있어 주변 환경에 관심이 없을 정도로 지금 하고 있는 행동에 완전히 몰입된 상태로 특별한 보상 없이도 행동 자체가 즐겁고 그 행동으로 인해 시간이 지나가는 것을 인식하지 못하는 것이 특징이다.<sup>38</sup>) 스포츠 방송 시청에서의 몰입은 시청자들이 방송을 시청하고 있을 때 느끼는 의식 상태로 정의할 수 있다. 몰입은 다양한 스포츠 분야에서 연구가 진행되고 있는데, 스포츠 경기 시청 몰입과 관련한 선행연구는 공성배(2013)<sup>39</sup>, 고경진, 김중현(2012)<sup>40</sup>, 김양례(2009)<sup>41</sup>,

김진표, 박성진, 김보겸, 공성배(2012)연구가 있다. 이처럼 몰입은 스포츠 경기를 구성하고 있는 다양한 내적, 외적 요인들에 영향을 미친다. 특히 야구장에서 실제로 경기를 관람하는 관중의 경기 몰입이 경기 관람만족에 긍정적인 영향을 주었다는 김민철(2011)<sup>42</sup>, 권오성, 김상국(2014)의 연구를 바탕으로 아프리카 TV를 통해 프로야구 편파중계 방송을 시청하는 시청자의 시청몰입이 시청만족에 긍정적인 영향을 줄것이라 판단하고 다음과 같은 연구가설을 제시 하였다.

[연구가설 8] 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 시청몰입은 시청만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3. 연구 설계

#### 3.1. 연구 모형

본 연구는 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 선수 등장곡이 팬의 팀충성도, 팀동일시가 시청몰입 및 시청만족간의 관계 알아보는 연구로서 연구모형은 Fig. 1과 같다.

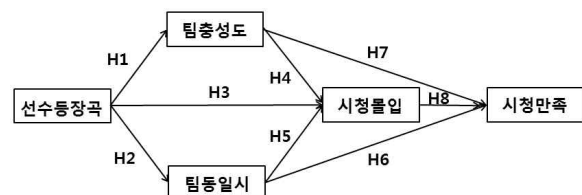


Fig 1. 연구 모형

#### 3.2. 연구 대상 및 자료 수집

본 연구는 2018년 9월 13일부터 30일까지 23일간 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송 중 선수 등장곡을 많이 사용하고 있는 의리캐스터(한화), 안준모(LG), 테디윤(KT), 서정민코치(롯데), 철이형(SK), 불방매이(삼성)BJ가 진행하는 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 시청하는 시청자를 대상으로 실시간으로 설문지를 배포하였고, 회수된 설문지 415부 중, 불성실한 응답을 한 31부를 제외한 총 384부를 분석에 사용하였다. 표본의 특성을 제외한 팀충성도, 팀동일시, 시청몰입, 시청만족 그리고

35) 강동호, 최영래. (2012). 프로야구 구단이미지, 팀동일시, 재관람의도 및 관람만족도의 구조관계 분석. 한국체육과학회지, 21(2), pp.599-612.

36) 김진표, 박성진, 김보겸, 공성배. (2012). 청소년들의 스포츠 TV 시청몰입이 시청만족 및 시청행동에 미치는 영향. 한국체육과학회지, 21(5), pp.197-206.

37) 권오성, 김상국. (2014). 프로야구 관중의 관람몰입과 관람열정, 관람만족, 재관람의도 및 행복감과의 관계. 한국체육과학회지, 53(4), pp.101-116.

38) 김중무. 인터넷 1인 게임 방송 BJ 속성이 시청자의 시청만족도에 미치는 영향-플로우 (FLOW) 경험을 매개변인으로. 디지털융복합연구, 16(7), p.360

39) 공성배. (2013). 씨름경기 중계방송 시청이 시청몰입과 시청행태에 미치는 영향. 대한무도학회지, 15(1), pp.1-12.

40) 고경진, 김중현. (2012). CATV 유럽프로축구 중계방송 진행자의 역할 특성에 따른 시청몰입과 시청만족에 관한 연구. 한국체육과학회지, 51(1), pp.207-218.

41) 김양례. (2009). TV 스포츠 방송 시청과 몰입이 스포츠스타 이미지에 미치는 영향. 한국여성체육학회지, 23(4), pp.81-91.

42) 김민철(2011) 프로야구 관중이 지각하는 플로우 (flow) 와 관람만족 및 재관람의도의 관계분석. 한국체육과학회지, 50(4), pp.213-223

선수응원가가에 관한 설문은 리커트 5점 척도로 “전혀 아니다”부터 “매우 그렇다”까지 구성하였다.

### 3.3. 자료 처리 방법

본 연구는 회수한 384부를 SPSS 23.0과 AMOS 23.0 프로그램을 사용하여 분석하였다. 대상자의 포본 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였고, 연구도구의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위하여 탐색적요인분석(EFA)과 확인적 요인분석(CFA)을 실시하였다. 또한 주요 변수들 간 영향관계 알아보기 위해 구조방정식모형분석(SEM)을 실시하였다.

### 3.4. 변인에 대한 조작적 정의 및 측정 항목

팀충성도는 “자신이 선호하는 팀에 대한 관심과 애착의 정도”라 하였다. 설문은 이소은, 김용만, 김세윤(2017)<sup>43)</sup>, 신경아, 황세희, 한미정(2014)<sup>44)</sup>, 송홍락, 유원용(2016)<sup>45)</sup>에서 사용한 설문을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

팀동일시는 “아프리카TV 프로야구 편파중계 방송 시청을 통해 내가 좋아하는 팀이 나의 일부 또는 팀의 일환이라고 인식하는 정도”를 뜻한다. 설문은 박재환(2013)<sup>46)</sup>, 김용만(2004)이 사용한 설문을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

시청몰입은 “아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 시청하는 동안 시간 감각과 주변 상황을 의식하지 못한 상태”로 설문은 권오성, 김상국(2014), 양영순, 이희찬(2015)<sup>47)</sup>이 사용한 설문을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

시청만족은 “아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 시청하면서 느끼는 만족에 대한 정도”

43) 이소은, 김용만, 김세윤. (2017). 프로야구 구단의 서비스품질과 고객지향성, 관람만족, 팀충성도 및 재관람의도의 구조적 관계. 한국체육학회지, 56(3), pp.305-320.

44) 신경아, 황세희, 한미정. (2014). 프로야구 팀 충성도의 행동적 효과에 대한 탐색적 연구. 광고연구, (101), pp.31-61.

45) 송홍락, & 유원용. (2016). 프로야구 팬의 팀동일시와 팀충성도가 모기업 제품 구매의도에 미치는 영향. 디지털융복합연구, 14(1), pp.445-452.

46) 박재환. (2013). 프로축구 팀의 사회적 책임활동이 팀 이미지, 팀 동일시, 관계품질 및 팀 충성도에 미치는 영향. 한국 웰니스학회지, 8(3), pp.99-109.

47) 양영순, 이희찬. (2015). 플로우(flow) 경험에 따른 소셜미디어의 상호작용성이 지속적 이용의도에 미치는 영향. 호텔경영학연구, 24(2), pp.99-119.

로 설문은 김종무(2017)<sup>48)</sup>, 이소은, 김용만, 김세윤(2017)이 사용한 설문을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

마지막으로 선수 등장곡은 “아프리카TV 프로야구 편파중계 방송중에 선수가 타석에 등장하면 나오는 개인 등장곡을 뜻하며” 설문은 정영열, 김수현, 김진국(2016)<sup>49)</sup>, 조우정, 김애랑, 서정은(2012)이 사용한 설문을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다. 본 연구에 사용된 변인들의 설문 내용은 Table 1과 같다.

[Table 2] 설문 내용 및 출처

| 변수     | 설문 내용 |                                                   |
|--------|-------|---------------------------------------------------|
| 팀 충성도  | TL1   | 내가 응원하는 팀의 경기를 직접 관람하거나 TV(인터넷)로 본다.              |
|        | TL2   | 내가 응원하는 팀의 구성원이 바뀌어도 계속 팬으로 남아 있을 것이다.            |
|        | TL3   | 내가 응원하는 팀의 성적과 관계없이 계속 응원 한다.                     |
| 팀 동일시  | TI1   | 내가 좋아하는 팀을 응원하는 것이 나에게겐 중요하다.                     |
|        | TI2   | 내가 좋아하는 팀의 열려한 팬이다                                |
|        | TI3   | 시즌 내내 내가 좋아하는 팀의 성적을 생각한다.                        |
|        | TI4   | 내가 좋아하는 팀의 팬인 것이 좋다.                              |
| 시청 몰입  | FO1   | 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 시청 하면 시간가는 줄 모른다.            |
|        | FO2   | 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 시청 하면 시간이 평소보다 빠르게 지나간 것 같다. |
|        | FO3   | 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 시청 하면 시간 흐름을 잊는 것 같았다.       |
| 시청 만족  | VS1   | 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송 시청에 대해서 전반적으로 만족한다            |
|        | VS2   | 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송 시청이 즐겁고 재미있다                  |
|        | VS3   | 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송 시청은 스트레스 해소에 도움이 된다           |
|        | VS4   | 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송 시청은 지루한 시간을 해소 시켜준다           |
| 선수 등장곡 | PS1   | 선수 등장곡은 경기 시청에 재미를 더해준다.                          |
|        | PS2   | 선수 등장곡은 스트레스를 해소시킨다.                              |
|        | PS3   | 선수 등장곡은 경기 시청에 활력을 제공한다.                          |
|        | PS4   | 선수 등장곡은 경기 응원에 즐거움을 더해준다.                         |

## 4. 연구 결과

### 4.1. 표본의 특성

표본의 특성은 Table 2와 같이 남성 324명

48) 김종무. (2017). 인터넷 라이브 방송 시청동기가 시청만족도와 지속시청의도에 미치는 영향 분석. 한국디자인문화학회지, 23(2), pp.141-152.

49) 정영열, 김수현, 김진국. (2016). 프로야구 관중의 사회·심리적 관전동기와 관전만족과의 관계에서 응원만족의 조절효과 분석 연구. 한국사회체육학회지, 64, pp.211-224.

(84.4%), 여성 60명(15.6%), 연령은 20대 172명(44.8%)로 20대 남성의 비중이 높게 나타났다. 직업은 학생 161명(41.9%), 프로야구 편파 중계방송 시청 태도는 ‘처음부터 끝까지 시청 한다’ 147명(38.3%), 아프리카 TV로 프로야구 시청 빈도는 일주일 5회 이상 204명(53.1%)의 해비 유저(Heavy User)로 나타났다.

[Table 3] 표본의 특성

| 내용                 | 구분                          | 빈도  | 퍼센트   |
|--------------------|-----------------------------|-----|-------|
| 성별                 | 남자                          | 324 | 84.4  |
|                    | 여자                          | 60  | 15.6  |
|                    | 전체                          | 384 | 100.0 |
| 연령                 | 15세 미만                      | 16  | 4.2   |
|                    | 16세-20세                     | 75  | 19.5  |
|                    | 21세-25세                     | 91  | 23.7  |
|                    | 26-30세                      | 81  | 21.1  |
|                    | 30-40세                      | 92  | 24.0  |
|                    | 40세이상                       | 29  | 7.6   |
|                    | 전체                          | 384 | 100.0 |
| 직업                 | 학생                          | 161 | 41.9  |
|                    | 회사원                         | 110 | 28.6  |
|                    | 자영업                         | 23  | 6.0   |
|                    | 기타                          | 90  | 23.4  |
|                    | 전체                          | 384 | 100.0 |
| 프로야구 편파 중계방송 시청 태도 | 처음부터 끝까지 시청 한다              | 147 | 38.3  |
|                    | 경기가 크게 이기거나 질 경우 시청을 중단한다   | 61  | 15.9  |
|                    | 다른 프로그램과 번갈아가면서 본다          | 46  | 12.0  |
|                    | 매번 다르다                      | 130 | 33.9  |
|                    | 전체                          | 384 | 100.0 |
|                    | 아프리카 TV로 프로야구 편파중계 방송 시청 빈도 |     |       |
|                    | 일주일 1-2회                    | 42  | 10.9  |
|                    | 일주일 3-4회                    | 138 | 35.9  |
|                    | 일주일 5회 이상                   | 204 | 53.1  |
|                    | 전체                          | 384 | 100.0 |

## 4.2. 측정 척도의 평가

본 연구에 사용된 항목에 대한 수렴여부를 탐색적 요인분석(Varimax)과 Cronbaha's  $\alpha$ 에 의한 신뢰도 분석을 하였고 타당성을 알아보기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다.

## 4.3. 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

연구의 측정변인인 팀 충성도, 팀 동일시, 시청몰입, 시청만족, 선수응원가에 대한 요인분석과 신뢰도(Cronbaha's  $\alpha$ ) 분석 결과는 Table 3과 같다. 본 연구에서는 고유값 1.00

이상과 요인 적재량 .600이상을 기준으로 하였으며, 기준에 미달한 변수는 제거하였으며 KMO-Bartlett 검정과 0.913로 통계적으로 유의한 타당도를 갖는 것으로 나타났다.

[Table 4] 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

| 요인  | Factors |        |        |        |        |      | Cronbaha's $\alpha$ |
|-----|---------|--------|--------|--------|--------|------|---------------------|
|     | 선수 등장곡  | 시청만족   | 팀동일시   | 시청몰입   | 팀충성도   | 공통성  |                     |
| PS4 | .878    | .135   | .212   | .147   | .147   | .878 | .919                |
| PS3 | .870    | .168   | .129   | .162   | .090   | .836 |                     |
| PS1 | .860    | .181   | .169   | .114   | .130   | .830 |                     |
| PS2 | .753    | .231   | .223   | .189   | .161   | .732 |                     |
| VS2 | .197    | .849   | .082   | .278   | .133   | .862 | .880                |
| VS1 | .187    | .846   | .087   | .168   | .106   | .798 |                     |
| VS3 | .177    | .689   | .220   | .398   | .028   | .713 |                     |
| VS4 | .207    | .662   | .168   | .397   | .125   | .682 |                     |
| TI1 | .199    | .073   | .777   | .149   | .203   | .712 | .843                |
| TI2 | .218    | .088   | .751   | .132   | .386   | .786 |                     |
| TI4 | .184    | .178   | .731   | .117   | .219   | .662 |                     |
| TI3 | .121    | .119   | .724   | .123   | .176   | .598 |                     |
| FO3 | .205    | .273   | .163   | .850   | .099   | .876 | .926                |
| FO1 | .169    | .346   | .132   | .841   | .107   | .712 |                     |
| FO2 | .178    | .341   | .173   | .808   | .062   | .835 |                     |
| TL1 | .146    | .077   | .177   | .158   | .804   | .729 | .816                |
| TL2 | .105    | .110   | .397   | .064   | .763   | .768 |                     |
| TL3 | .196    | .140   | .374   | .000   | .735   | .739 |                     |
| 고유값 | 3.290   | 2.890  | 2.861  | 2.699  | 2.182  |      |                     |
| %분산 | 18.279  | 16.053 | 15.894 | 14.997 | 12.120 |      |                     |

KMO=.913, Bartlett test  $\chi^2=4940.197(df=153, p<.000)$

## 4.4. 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석

본 연구의 주요 측정변인인 팀충성도, 팀동일시, 시청몰입, 시청만족, 선수 등장곡의 측정변수와 잠재변수의 관계를 확인하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석 결과에 앞서 측정모형의 적합도를 확인한 결과  $\chi^2=255.738(df=125, p=.000)$ , CMIN/DF=2.046, RMR=0.035, GFI=0.928, AGFI=0.901, NFI=.949로 양호하기 때문에 측정모형은 적합하다고 판단된다. 확인적 요인분석 결과 표준화된 요인부하량(Standardized Factor loading) 0.5 이상이기 때문에 개념 타당성(Construct Validity)은 확보되었으며 분산추출지수(AVE)는 0.5 이상으로 수렴 타당성도 확보되었다. 또한 각 개념의 신뢰도가 0.800 이상이어서 수렴타당성(Convergent Validity) 또는 내적 일관성(Internal Consistency)이 있으며 결과는 Table 4와 같다.

[Table 5] 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

| 잠재<br>요인                                                                                         | 관측<br>변수 | 비표<br>준화<br>계수 | 표준<br>화계<br>수 | S.E.  | C.R.   | A V<br>E | 개<br>념<br>신<br>뢰<br>도 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|---------------|-------|--------|----------|-----------------------|
| 선수<br>등장<br>곡                                                                                    | PCS4     | 1              | 0.931         |       |        | .777     | .933                  |
|                                                                                                  | PCS3     | 1.022          | 0.881         | 0.038 | 27.068 |          |                       |
|                                                                                                  | PCS2     | 1.035          | 0.791         | 0.049 | 21.292 |          |                       |
|                                                                                                  | PCS1     | 0.902          | 0.868         | 0.035 | 26.073 |          |                       |
| 시청<br>만족                                                                                         | VS4      | 1              | 0.790         |       |        | .721     | .912                  |
|                                                                                                  | VS3      | 1.223          | 0.792         | 0.073 | 16.722 |          |                       |
|                                                                                                  | VS2      | 1.011          | 0.892         | 0.052 | 19.281 |          |                       |
|                                                                                                  | VS1      | 0.986          | 0.798         | 0.058 | 16.895 |          |                       |
| 팀동<br>일시                                                                                         | TI4      | 1              | 0.723         |       |        | .642     | .876                  |
|                                                                                                  | TI3      | 0.952          | 0.644         | 0.079 | 12.043 |          |                       |
|                                                                                                  | TI2      | 1.207          | 0.896         | 0.073 | 16.426 |          |                       |
|                                                                                                  | TI1      | 1.117          | 0.783         | 0.076 | 14.647 |          |                       |
| 시청<br>몰입                                                                                         | FO3      | 1              | 0.896         |       |        | .792     | .919                  |
|                                                                                                  | FO2      | 0.892          | 0.880         | 0.036 | 24.981 |          |                       |
|                                                                                                  | FO1      | 0.934          | 0.921         | 0.034 | 27.278 |          |                       |
| 팀충<br>성도                                                                                         | TL3      | 1              | 0.815         |       |        | .741     | .895                  |
|                                                                                                  | TL2      | 0.942          | 0.837         | 0.056 | 16.826 |          |                       |
|                                                                                                  | TL1      | 0.811          | 0.674         | 0.061 | 13.383 |          |                       |
| CMIN/DF=2.046, RMR=0.035, GFI=0.928, AGFI=0.901,<br>NFI=.949, $\chi^2= 255.738$ , df=125, p=.000 |          |                |               |       |        |          |                       |

#### 4.5. 측정변인의 상관계수 분석

본 연구의 주요 측정변인인 팀 충성도, 팀 동일시, 시청몰입, 시청만족, 선수 등장곡에 대한 측정항목 간의 판별타당성을 검증하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 분석결과 Table 5와 같이, 모든 변수 간에는 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다( $p=.001$ ).

[Table 6] 상관관계 분석 및 판별타당성 결과

| 변수     | 평균     | 팀동일시    | 팀충성도    | 시청몰입    | 시청만족    | 선수 등장곡 |
|--------|--------|---------|---------|---------|---------|--------|
| 팀동일시   | 4.2943 | .777    |         |         |         |        |
| 팀충성도   | 4.5243 | .334*** | .721    |         |         |        |
| 시청몰입   | 3.8707 | .438*** | .600*** | .642    |         |        |
| 시청만족   | 4.1569 | .425*** | .387*** | .552*** | .792    |        |
| 선수 등장곡 | 4.2630 | .526*** | .451*** | .466*** | .511*** | .741   |

대각선은 분산추출지수(AVE)이며, 나머지 값은 상관계수를 제공한 값임

#### 4.6. 연구문제 분석

##### 4.6.1 연구문제 1 결과

본 연구는 아프리카TV 프로야구 편파중계 방

송에서 나오는 선수 등장곡이 팬의 팀 충성도, 팀 동일시가 시청몰입 및 시청만족간의 관계가 어떠한지를 알아보기 위해 구조방정식 모형을 분석하여 모형의 적합도를 추정하였다. 본 연구 검증에 앞서 연구 모형의 적합성을 검증한 결과  $\chi^2=18.928$ (df=1,  $p=.000$ ), CMIN=1.892, RMR=0.020, GFI=0.981, NFI=.974, IFI=.976, CFI=.975로 양호한 적합도를 나타냈으며, 가설 검정 결과는 Table 6과 같다.

첫째, 선수 등장곡이 팀충성도에 미치는 영향 [연구가설 1]을 검증한 결과, 표준화경로계수 .412( $p=.000$ )로 정(+)의 방향으로 유의한 영향을 주어 연구가설 1은 채택되었다.

둘째, 선수 등장곡이 팀동일시에 미치는 영향 [연구가설 2]을 검증한 결과, 표준화경로계수 .485( $p=.000$ )로 정(+)의 방향으로 유의한 영향을 주어 연구가설 2는 채택되었다.

셋째, 선수 등장곡이 시청몰입에 미치는 영향 [연구가설 3]을 검증한 결과, 표준화경로계수 .334( $p=.000$ )로 정(+)의 방향으로 유의한 영향을 주어 연구가설 3은 채택되었다.

넷째, 팀충성도가 시청몰입에 미치는 영향 [연구가설 4]을 검증한 결과, 표준화경로계수 .003( $p=.964$ )로 유의한 영향을 주지 않아 연구가설 4는 기각되었다.

다섯째, 팀충성도가 시청만족에 미치는 영향 [연구가설 5]을 검증한 결과, 표준화경로계수 .091( $p=.057$ )로 유의한 영향을 주지 않아 연구가설 5는 기각되었다. 그러나  $p<.01$  수준에서는 유의한 영향을 주었는데 이에 대한 영향력은 표준화경로계수 .091로 낮은 것을 확인할 수 있다.

여섯째, 팀동일시가 시청몰입에 미치는 영향 [연구가설 6]을 검증한 결과, 표준화경로계수 .334( $p=.000$ )로 정(+)의 방향으로 유의한 영향을 주어 연구가설 6은 채택되었다.

일곱째, 팀동일시가 시청만족에 미치는 영향 [연구가설 7]을 검증한 결과, 표준화경로계수 .089( $p=.076$ )로 유의한 영향을 주지 않아 연구가설 7은 기각되었다. 그러나  $p<.01$  수준에서는 유의한 영향을 주었는데 이에 대한 영향력은 표준화경로계수 .089로 낮은 것을 확인할 수 있다.

여덟째, 시청몰입이 시청만족에 미치는 영향 [연구가설 8]을 검증한 결과, 표준화경로계수 .697(p=.000)로 정(+)의 방향으로 유의한 영향을 주어 연구가설 8은 채택되었다.

[Table 7] 가설 검정 결과

| 가설 | 경로                 | 비표준화<br>경로<br>계수 | 표준<br>회경<br>로계<br>수 | S.E.  | C.R.   | P     | 가설<br>검증 |
|----|--------------------|------------------|---------------------|-------|--------|-------|----------|
| H1 | 선수등장곡<br>→<br>팀충성도 | 0.313            | 0.412               | 0.035 | 8.843  | ***   | 채택       |
| H2 | 선수등장곡<br>→<br>팀동일시 | 0.43             | 0.485               | 0.04  | 10.855 | ***   | 채택       |
| H3 | 선수등장곡<br>→<br>시청몰입 | 0.399            | 0.334               | 0.061 | 6.545  | ***   | 채택       |
| H4 | 팀충성<br>→<br>시청몰입   | 0.004            | 0.003               | 0.094 | 0.045  | 0.964 | 기각       |
| H5 | 팀충성<br>→<br>시청만족   | 0.11             | 0.091               | 0.058 | 1.906  | 0.057 | 기각       |
| H6 | 팀동일시<br>→<br>시청몰입  | 0.332            | 0.246               | 0.084 | 3.96   | ***   | 채택       |
| H7 | 팀동일시<br>→<br>시청만족  | 0.092            | 0.089               | 0.052 | 1.777  | 0.076 | 기각       |
| H8 | 시청몰입<br>→<br>시청만족  | 0.532            | 0.697               | 0.028 | 19.029 | ***   | 채택       |

CMIN=1.892, RMR=0.020, GFI=0.981, NFI=.974, IFI=.976, CFI=.975,  $\chi^2=18.928$ , df=1, p=.000),

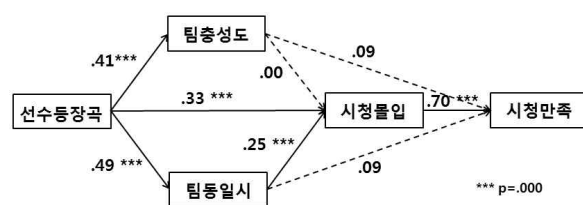


Fig 2. 연구 결과 모형

## 5. 결론

본 연구는 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송에서 나오는 선수 등장곡이 팬의 팀충성도, 팀동일시가 시청몰입 및 시청만족간의 관계 알아보는 연구로서 아프리카TV 프로야구 중계 방송을 시청하는 시청자의 총384부를 분석에 사용하였다.

분석 결과 첫째, 선수 등장곡은 팀충성도, 팀동일시, 시청몰입에 정(+)의 방향으로 유의한 영향을 주었다. 선수 등장곡이 팀충성도, 팀동일시, 시청몰입에 영향을 주었다는 것은 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 시청함에 있어 선수 등장곡이 중요하다는 것을 의미하며 이는 기존의 선행 연구인 응원만족이 팀충성도(신승호, 손명재, 전찬수, 김도훈 2009, 김진국, 김도훈, 2010), 관람만족(조용찬, 남재준, 김중환 2013, 정승훈, 이정학, 김희정 2011)의 팀동일시(조우정, 김애량, 서정은 2012)에 긍정적인 영향을 주었다는 선행연구와 유사한 결과를 보인 것이다. 그러나 둘째, 팀충성도는 시청몰입과 시청만족에 유의한 영향을 주지 않았다는 것은 내가 충성하는 팀의 경기 중계 방송을 시청하더라도 시청몰입과 시청만족에는 크게 영향을 주지 않는다는 것인데 이는 기존 선행 연구인 충성도가 높을수록 재방문의도가 높아지며, 충성도가 관람유도요인과 재관람의도간의 매개 역할을 한다는 공창빈, 남재준(2012)의 결과와 팀에 대한 충성도가 관람만족에 긍정적인 영향을 준다고 한 조용찬, 남재준, 신충식(2010)의 연구 결과와 다른 결과를 보인 것이다. 셋째, 팀동일시는 시청몰입에 정(+)의 방향으로 유의한 영향을 주었으나 시청만족에는 유의한 영향을 주지 않았다. 이는 기존의 선행 연구결과인 팬의 팀동일시는 스포츠 경기를 시청하는 시청자의 시청몰입에 영향을 준다는 김용만, 이준원, 김은정 2006의 연구와 유사한 결과를 보였으나 기존 대부분의 연구에서 팀동일시가 시청만족에 영향을 주었다는 강동호, 최영래 2012<sup>50)</sup>; 김진표, 박성진, 김보겸, 공성배 2012, 권오성, 김상국 2014의 선행 연구와 상반된 결과를 보여주고 있다. 이러한 결과로 볼 때, 프로야구 경기장에서 직접 경기를 관람하는 관중과 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 통해 야구 경기를 시청하는 방법에 따라 연구결과가 달라질 수 있음을 알 수 있다. 선행연구에 참여한 표본은 실제 경기장에서 야구경기를 관람하는 대상으로 설문한 것이기에 경기장이라는 특별한 공간에서 팀에

50) 강동호, 최영래. (2012). 프로야구 구단이미지, 팀동일시, 재관람의도 및 관람만족도의 구조관계 분석. 한국체육과학회지, 21(2), pp.599-612.

대한 충성도와 팀동일시가 높은 집단과 같이 응원하는 상황이기에 관객이 느끼는 관람몰입과 관람만족은 TV로 프로야구 중계 방송을 시청하는 시청자와 다르게 나타난 것으로 판단된다. 그러나 본 연구에 참여한 실험자들은 기존 전통적인 TV로 야구를 시청하는 시청자와 다른 특정 매체에서 특별한 목적을 가지고 같은 팀을 응원하는 아프리카TV 프로야구 편파중계 방송을 보는 상황에서 그리고 BJ, 다른 시청자와 지속적으로 채팅을 통해 자신의 의견과 응원을 교류하는 공간이 존재하는데도 팀충성도와 팀동일시가 시청몰입과 시청만족에 유의한 영향을 주지 못했다는 것은 흥미 있는 결과라 본다. 넷째, 시청몰입은 시청만족에 정(+)의 방향으로 유의한 영향을 주었다. 이러한 결과는 기존의 선행연구인 공성배(2013), 고경진, 김중현(2012)<sup>51)</sup>, 김양례(2009), 김진표, 박성진, 김보겸, 공성배(2012)의 연구 결과와 유사함을 보였다.

본 연구는 실제 프로야구 인터넷 편파 방송을 진행하는 BJ와 그 시청자를 대상으로 연구를 진행했다는 데 그 의미가 있으며, 후속 연구에서는 다양한 매체별 시청자의 태도를 측정하는 연구가 진행될 필요가 있을 것이다.

## 참고문헌

- 강동호, 최영래. (2012). 프로야구 구단이미지, 팀동일시, 재관람의도 및 관람만족도의 구조관계 분석. *한국체육과학회지*, 21(2), 599-612.
- 고경진, 김중현. (2012). CATV 유럽프로축구 중계방송 진행자의 역할 특성에 따른 시청몰입과 시청만족에 관한 연구. *한국체육과학회지*, 51(1), 207-218.
- 공성배. (2013). 씨름경기 중계방송 시청이 시청몰입과 시청행태에 미치는 영향. *대한무도학회지*, 15(1), 1-12.
- 공창빈, 남재준. (2012). 프로야구 관중의 관람유인요인, 충성도 및 재관람의도간의 관계. *한국체육과학회지*, 21(1), 405-416.
- 권오성, 김상국. (2014). 프로야구 관중의 관람몰입과 관람열정, 관람만족, 재관람의사 및 행복감과의 관계. *한국체육과학회지*, 53(4), 101-116.
- 김민철(2011) 프로야구 관람객이 지각하는 플로우(flow)와 관람만족 및 재관람의도의 관계분석. *한국체육과학회지*, 50(4), 213-223
- 김범수, 김석일. (2010). 프로야구 관람동기, 관람만족, 팀 충성도 및 재관람의도의 관계. *한국사회체육과학회지*, 42(1), 335-345.
- 김설예, 유은, 정재민. (2016). 인터넷 개인방송의 이용동기와 사회적 시청 요인이 지속이용과 지불의사에 미치는 영향. *문화경제연구*, 19(3), 57-84.
- 김양례. (2009). TV 스포츠 방송 시청과 몰입이 스포츠스타 이미지에 미치는 영향. *한국여성체육과학회지*, 23(4), 81-91.
- 김양례. (2009). TV 스포츠 방송 시청과 몰입이 스포츠스타 이미지에 미치는 영향. *한국여성체육과학회지*, 23(4), 81-91.
- 김용만, 이준원, 김은정. (2006). 스타플레이어의 속성이 관중의 구단에 대한 동일시, 몰입 및 충성도에 미치는 영향. *체육과학연구*, 17(1), 83-94.
- 김종무. (2017). 인터넷 라이브 방송 시청동기가 시청만족도와 지속시청의도에 미치는 영향 분석. *한국디자인문화학회지*, 23(2), 141-152.
- 김종무. 인터넷 1인 게임 방송 BJ 속성이 시청자의 시청만족도에 미치는 영향-플로우(FLOW) 경험을 매개변인으로. *디지털융복합연구*, 16(7), 357-367.
- 김종백, 하제현. (2013). 프로야구 관람자의 플로우경험이 탐색적행동, 관람만족, 팀충성도 및 재관람의도에 미치는 영향. *체육과학연구*, 24(1), 116-134.
- 김진국, 김도훈. (2010). 프로야구 응원만족도와 팀충성도 및 재관람의사와의 관계. *한국체육과학회지*, 49(6), 375-384.
- 김진표, 박성진, 김보겸, 공성배. (2012). 청소년들의 스포츠 TV 시청몰입이 시청만족 및 시청행동에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 21(5), 197-206.
- 김현정, 박병호. (2014). 배경음악(BGM)이 광고효과에 영향을 미칠 때. *한국 HCI 학회 학술대회*, 1229-1232.
- 박재관. (1999). 라디오광고에서 관여도와 배경음악의 속성이 소비자 태도형성에 미치는 영향. *한국광고홍보학회*, 1(2), p.35
- 손증균, 문영주, 이종호. (2012). 소셜커머스 속성이 신뢰, 몰입과 충성도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 12(2), 265-275.
- 송홍락, 유원용. (2016). 프로야구 팬의 팀동일시와 팀충성도가 모기업 제품 구매의도에 미치는 영향. *디지털융복합연구*, 14(1), 445-452.
- 신경아, 황세희, 한미정. (2014). 프로야구 팀

51) 고경진, 김중현. (2012). CATV 유럽프로축구 중계방송 진행자의 역할 특성에 따른 시청몰입과 시청만족에 관한 연구. *한국체육과학회지*, 51(1), 207-218.

- 충성도의 행동적 효과에 대한 탐색적 연구. *광고연구*, 101), 31-61.
- 신승호, 손명재, 전찬수, 김도훈. (2009). 프로야구 관람객의 응원활동만족과 팀충성도, 재관람의사 및 구전의도의 관계. *한국체육학회지*, 48(4), 267-276.
  - 신영Consumer팀. (2018). “아프리카 TV”, Vol.9, p.5,
  - 양영순, 이희찬. (2015). 플로우 (flow) 경험에 따른 소셜미디어의 상호작용성이 지속적 이용의도에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 24(2), 99-119.
  - 이상철, 김남희, 서영호. (2003). 온라인 게임에 있어서 몰입과 중독이 사용자 만족과 충성도에 미치는 영향. *경영학연구*, 32(5), 1479-1501.
  - 이소은, 김용만, 김세윤. (2017). 프로야구 구단의 서비스품질과 고객지향성, 관람만족, 팀충성도 및 재관람의도의 구조적 관계. *한국체육학회지*, 56(3), 305-320.
  - 임정엽, 김종무. (2018). 아프리카 TV 전략시물레이션 게임 BJ 속성에 따른 시청자 태도 분석-시청만족도, 충성도, 시청의도, 시청태도 중심으로. *커뮤니케이션 디자인학연구*, 62, p.109.
  - 정승훈, 이정학, 김희정. (2011). 2010 남아공월드컵 거리응원 참여자의 관람동기가 응원태도, 관람만족 및 미래 소비행동에 미치는 영향. *한국스포츠산업경영학회지*, 16(3), 29-44.
  - 정영열, 김수현, 김진국. (2016). 프로야구 관중의 사회·심리적 관전동기와 관전만족과의 관계에서 응원만족의 조절효과 분석 연구. *한국사회체육학회지*, 64, 211-224.
  - 조용찬, 남재준, 신충식. (2010). 프로농구 관중의 관람만족 요인, 충성도 및 재구매의도간의 관계분석. *한국체육과학회지*, 19(2), 667-679.
  - 조우정, 김애랑, 서정은. (2012). 프로야구 관중의 응원만족도가 팀 일체감 및 재관람의도에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 21(1), 463-475.
  - 천덕희, 전영상. (2011). 저가항공사의 e-서비스품질이 고객의 만족과 신뢰 및 몰입과 충성도에 미치는 영향 연구. *관광연구*, 26(3), 433-454.
  - 최승년. (2016). 프로야구 팬의 팀 동일시에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. *한국산학기술학회 논문지*, 17(1), 99-110.
  - 최일도. (2008). 광고 배경음악에 의한 브랜드 인식의 유형과 형태에 대한 분석 연구. *한국광고홍보학보*, 10(3), 373-403.
  - 황인석, 원유진. (2006). TV 홈쇼핑 광고에서 배경음악이 광고효과에 미치는 영향. *마케팅연구*, 21(3), 47-67.
  - Funk, D. C., Pastore, D. L. (2000). Equating Attitudes to Allegiance: The Usefulness of Selected Attitudinal Information in Segmenting Loyalty to Professional Sports Teams. *Sport Marketing Quarterly*, 9(4), 175-184.
  - James, J. D., Kolbe, R. H., Trail, G. T. (2002). Psychological connection to a new sport team: Building or maintaining the consumer base?. *Sport Marketing Quarterly*, 11(4).
  - Milliman, R. A. (1986). The influence of background music on the behavior of restaurant patrons. *Journal of Consumer Research*, 13(2), 286-289.
  - Real, M. R., & Mechikoff, R. A. (1992). Deep fan: Mythic identification, technology, and advertising in spectator sports. *Sociology of Sport Journal*, 9(4), 323-339.
  - Yalch, F. Richard.(1991). Memory in a Jingle Jungle: Music as a Mnemonic Device in Communicating Advertising Slogans. *Journal of Applied Psychology*. 76. pp.268-275.
  - 영화 외 공저, 디자인 사전, 안그라픽스.
  - 위키백과 <https://ko.wikipedia.org>

