

Original Article

A Study on the Community Contributions of Professional Sports Team by Analyzing the Relationship between Regional Identity, Sense of Community, and Team Identity

Ki-Tae Yim*

College of Creative Future Talent, Daejin University, Pocheon, Korea

Article Info

Received 2021.10.12.

Revised 2021.12.10.

Accepted 2021.12.20.

Correspondence*

Ki-Tae Yim

yimkt@daejin.ac.kr

Key Words

Regional identity,
Sense of community,
Team identity,
Community contributions

이 논문은 2018년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2018S1A5A2A01037497).

PURPOSE This study developed and tested a theoretical research model delineating the relationships between sports consumers' team identity and their response to regional identity, sense of community, and community contributions. **METHODS** To achieve the purpose of this study, a total of 1,196 spectators who attended professional baseball games were surveyed. For the data analysis, confirmatory factor analysis, convergent validity, discriminate validity, and composite reliability were performed to confirm the validity and reliability of the scale through AMOS 24.0. Research model and hypothesis testing were conducted using structural equation modeling, which used data from ten different professional baseball team area contexts. **RESULTS** The results provide empirical evidence of the positive influence of sports consumers' regional identity and sense of community on team identity toward community contributions in sporting event area contexts. **CONCLUSIONS** This study confirmed the role of regional identity and sense of community in building professional sports team identities and community contributions.

서론

2020년 1월 발생한 코로나19(COVID-19)의 확산에 따라 2020년 3월 11일 세계보건기구(WHO)는 코로나19의 팬데믹(세계적 대유행)을 선언하면서, 성장세에 있었던 대한민국 프로스포츠산업 시장을 크게 위축시키고 있다. 그러나 이러한 어려운 환경 속에서도 최근 여자프로배구 시흥률이 역대최고치를 달성하면서 신생구단 페퍼저축은행(AI PEPPERS)은 광주광역시를 연고지로 새 시즌을 맞이하게 되었고, 2020 도쿄 올림픽에서 보여준 여자배구팀의 국민적 공감과 감동은 위축되었던 프로스포츠 시장의 재성장을 위한 동력이 되고 있다. 더불어 그동안 수도권에 집중되어 있던 프로스포츠 시장에서 이번 신생팀 창단은 스포츠의 지역 균형발전을 도모할 수 있다는 점에서 매우 고무적인 결과로 해석되고 있다.

그러한 것이 이미 광주광역시와 지역주민들은 남자 프로배구(한국전력)팀 유치에 적극적이었으나 실패한 경험을 가지고 있기 때문이

다. 이와 관련하여 Lee와 Yim(2019)는 광주지역이 동계시즌 프로스포츠(농구, 배구)가 없는 행정지역으로 스포츠의 균형발전이 요구되고, 지역주민들이 프로스포츠 팀을 선호하는 이유 중 가장 높은 이유가 '지역 연고'로 확인됨으로써 농구와 배구 프로스포츠 유치가 타당하다는 자료를 제시하였다. 또한 지역 정체성이 높은 광주지역의 프로스포츠 유치는 스포츠와 지역 정체성의 긍정적인 관계를 바탕으로 지역사회 활성화에 큰 역할을 할 것이라고 주장 하였다.

이처럼 현대사회의 프로스포츠는 지역연고제를 지향하고 지역주민들이 스포츠이벤트에 참여하도록 하며, 이를 향유함으로써 정서적, 심미적 욕구충족은 물론 창의성과 혁신성을 함양하고, 정체성과 공동체 의식을 느낄 수 있는 기회를 제공한다. 따라서 스포츠이벤트는 필요에 의해 지방자치의 필수 요소로 정의되며, 지자체의 스포츠 수용성과 운영 요구는 이미 다양한 측면에서 인정되어(Kim et al., 2012), 지방차원에서 스포츠이벤트를 개최하기 위한 유치 정책을 지속적으로 수립하여 실행하고 있다(Yun, 2020).

한편, 국내 프로스포츠는 지역연고제를 마케팅과 관중수용에 유리하게 하기 위한 전략적 선택지로 활용하기도 한다. '2019 스포츠산업백서'에 따르면 지역연고제는 홈구장이 위치한 도시를 기반으로 하는 도시연고제를 의미하고 각 프로리그는 2천만 명이 거주

© This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

하고 있는 수도권과 광역도시(부산, 대구, 광주, 대전, 인천, 울산)를 중심으로 프로팀이 연고지를 두고 있다(Ministry of Culture Sports and Tourism, 2019).

이러한 맥락에서 Rhee 등(2009)은 프로스포츠에 있어 지역이라는 것은 중요한 의미를 지니며, 프로스포츠가 특정한 연고지역을 근거로 하기 때문에 스포츠 마케팅 측면에서도 특정지역이 마케팅 역량의 통합점이 되는 것이라고 주장한다. 따라서 그 지역을 연고로 하는 팀의 성패야말로 팀의 재정적 안정 및 성공을 위한 기반이라 할 수 있으며, 특히 특정지역에 거주하는 지역주민은 거주 지역에 대한 지역 정체성(regional identity)을 지니게 되고 지역 정체성은 지역을 연고로 하는 팀을 응원하게 되는 근간이 되고 있다(Kim & Yim, 2019).

그리고 지역연고 팀이나 선수의 경기력에 따라 지역 주민의 자부심을 간접적으로 향상시키는 역할 즉, BIRGing(Basking In Reflected Glory)과정으로 설명될 수 있는데(Cialdini et al., 1976; Irwin, Sutton & McCarthy, 2008), 예를 들어 기아타이거즈의 승리는 광주시민에게 자부심을, 롯데자이언츠의 승리는 부산 시민들의 자긍심을 향상시키는 직접적인 역할을 하게 되는데서 그 이유를 찾을 수 있다.

그리고 프로스포츠의 지역 연고제는 지역사회를 바탕으로 지역 사회의 지명도 특성을 구단의 공식 이름으로 사용하고, 지역사회의 대표성과 지역사회와의 상호관계성을 만들어 내는 이윤추구 스포츠 집단으로, 지속적으로 경기성적을 향상시키는 동력을 얻게 되고, 지역주민들은 지역이미지 개선을 위한 관심과 신뢰를 갖고 프로팀과의 유대감을 축적하여 지역사회 발전과 지역주민의 삶의 질 향상에 유익을 얻게 될 것으로 기대한다(Lee & Oh, 2017).

또한 지역 연고는 특정 팀이 그 지역의 대표성을 지니므로써 지역주민의 적극적 참여를 유도하고 지역 내의 공동체 의식과 유대감을 증진시키며, 지역사회의 상징적 표현이 될 수 있다(Anderson & Stone, 1981; Kwon & Kim, 2010; Sung & Kang, 2015). 뿐만 아니라 스포츠 참여와 사회적 자본(social capital)의 관계에 근거하여 스포츠가 사회적 응집과정에서 중요하며(Jeroen, Guy & Bart, 2004), 이러한 스포츠의 사회적 기능은 지역사회 간이나 국민 전체의 차원에서 지역 간 갈등해소와 국민통합 그리고 공동체 의식의 고양 등과 같은 바람직한 사회화의 매체로서 중요한 기능과 효과를 발휘할 수 있다. 그것은 스포츠가 집단 및 팀 간의 경쟁과 승패가 핵심적 본질이지만 상대방에 대한 배타적 우월주의를 조장하기보다는 선의의 경쟁을 통한 이해와 발전을 도모하는 긍정적 특성이 강하기 때문이다(Lee, 1998).

이와 같이 프로스포츠는 지역사회의 내·외적 수준에서 긍정적인 역할을 해오고 있으며, 지역사회에 중요한 기능과 효과를 발휘하고 있다. 그러나 프로스포츠 팀이 지역사회에 어떠한 기여를 했는지의 여부를 증명하는 일은 쉽지 않다. 더욱이 특정한 스포츠 팀과 그 주변에 존재하는 지역과의 관계는 명확하게 밝혀진 바가 없고(Heere & James, 2007), 국내의 경우도 스포츠와 지역과의 관계를 증명하고자 하는 연구들이 주요 관심의 대상이 되었다(Kim, 2005a; Kim, 2007; Kim & Park, 1998; Hong et al., 2011). 하지만 Heere와 James(2007)의 주장과 같이 현재까지도 프로스포츠 팀과 지역과의 관계를 종합적이고 명확하게 밝혀준 연구는 부족한 실정이다. 그러한 것이 프로야구만 하더라도 8개 지역을 연고로 10개 구단이 운영되고 있어, 각 지역의 문화특성과 차이를 반영하여

지역과의 관계를 종합적으로 분석하는 것은 어려운 현실이었다.

선행연구들은 프로스포츠 팀과 지역과의 관계를 밝혀내기 위하여 지역 정체성을 중심으로 관계들이 밝혀지고 있는데(Choi et al., 2010; Cui & Kim, 2011; Hwang & Kim, 2004; Lee & Yim, 2019; Park & Chang, 2009; Rhee et al., 2009), 이들은 스포츠와 지역 정체성의 관계를 논할 때는 일반적으로 사회정체성 이론(social identity theory)을 중심에 두고 있다. 즉, 자신이 어떤 사회적 집단(들)의 일원이라는 지식과 그러한 멤버십에 부여되는 가치와 정서적 의미로부터 생기는 개인의 자기 개념의 일부라는(Tajfel, 1978) 이론을 적용하고 있다.

사회정체성이론에 따르면 개인은 개인이 소속되어 있는 집단에서 그의 정체성을 찾는데, 정체성의 발현은 특정집단에 정체성을 지니고 있는 개인이 다른 집단의 사람에 대해 차이를 발견하면서 시작된다. 다시 말하면, 정체성의 발현은 '우리'와 '저들'을 구별하는 데에서 나타난다고 할 수 있다(Rhee et al., 2009). 이러한 차별 속에서 집단 내 구성원간에는 동일성이 나타나게 되며 집단의 사람들과의 차이점을 강조하게 되고, 스포츠 상황에서는 '우리팀'과 '다른팀'으로 집단을 구분 할 수 있다(Rhee et al., 2009; Tajfel & Turner, 1979).

그리고 Song(2011)은 스포츠의 상징화 및 동일화 기능을 강조하였는데, 상징화 기능은 스포츠선수 개인이나 팀의 우수한 성취는 그 선수 또는 그 팀이 속한 집단, 지역사회, 국가와 민족의 우수함을 상징한다는 논리에 바탕을 두며, 동일화 기능은 다수의 관중이 우수한 성취를 거둔 자국 출신 선수와 자기 자신을 동일시한다는 논리에 바탕을 두고 있다(Digel, 1988; Digel & Fornoff, 1989). 이와 같은 상징화 및 동일화를 통해 관중은 자신과 자신이 속한 집단에 대해 자부심을 갖게 되고, 이를 계기로 공동체 의식이 싹트고 강화되며, 이와 같은 의식의 생성 및 강화는 필연적으로 국가 또는 사회의 통합을 촉진시켜 줄 수 있다는 것이다(Song, 2011). 또한 각기 다른 지역에서 다른 스포츠가 사랑을 받는 이유는 특정 스포츠와 해당 지역이 정체성을 공유하기 때문이며(Heere & James, 2007), 스포츠팬들이 자신과 같은 정체성을 나누기 위한 장으로서 스포츠 경기장을 찾고, 자신의 정체성을 다른 사람들과 공유하는 매체가 바로 스포츠라는 것은 일반적인 사실로 인정하고 있기 때문이다(Anderson & Stone, 1981).

이처럼 스포츠의 특성과 사회적 배경에 따라 프로스포츠와 지역사회의 관계성은 학자들이나 지방자치단체들에 의해 관심의 초점이 되어 왔으며, 이를 통해 다양한 유·무형적인 기능들이 제시되어 왔다(Cho, 2003; Choi et al., 2010; Heere & James, 2007; Hwang & Kim, 2004; Kim, 2006; Lee & Kwon, 2019; Robinson & Trail, 2005; Ryoo, 2002; Shin, 2006; Warner & Dixon, 2011). 특히, Shin(2006)은 프로스포츠 팀과 지역사회와의 상호관계 연구를 통해 ①지역 정체성 인식, ②지역사회의 통합 및 사회적 교류, ③오락적 즐거움, ④문화적 의식 향상이라는 프로스포츠 구단의 무형적 기능들(intangible functions)을 제시하고 있다.

따라서 각 지역을 대표하는 프로스포츠 팀 운영은 지역사회에 유·무형적인 혜택을 제공함과 동시에 지역사회화의 매체로서 중요한 기능과 효과를 발휘할 수 있기 때문에 관련 연구들의 주요 관심의 대상이 되고 있다. 게다가 지역주민의 삶을 구성하는 가장 중요한 요소 중 하나인 지역사회 주민들의 의식(Kasarda & Janowitz, 1974)과 그 영향요인 등을 밝히는 노력은 공동체 의식의 개발과 직접적인 관련이 있기에 더 의미가 있다.

그러나 공동체의식의 강화가 궁극적으로 지역사회 환경과 구성원들의 건전한 발전을 초래하게 된다는 사실(Chavis & Wandersman, 1990)을 바탕으로, 지역 공동체 구성원들의 사회적 결속과 관련된 집합의식으로 정의되는 공동체의식(Glynn, 1981)을 프로스포츠와 결속시킨 연구는 양적으로나 질적으로 매우 부족한 현실이다. 그리고 지역적·문화적 차이를 보이는 프로스포츠 팀을 종합적으로 분석한 연구는 그 사례를 찾아보기 힘들 뿐만 아니라 최근까지 프로스포츠 팀과 지역사회의 관계를 분석한 연구들은 보편적인 논리 및 경험을 일반화하는데 한계점이 확인된다. 그리고 프로스포츠 팀이 지역사회에 미치는 영향뿐만 아니라 지역사회 특성이 프로스포츠 팀에 미치는 영향 관계가 양방향적인 의미에서 접근 및 분석되고 있어(Choi et al., 2010; Cui & Kim, 2011; Kim, 2006; Yim et al., 2011; Rhee et al., 2009), 프로스포츠 팀이 지역사회에 미치는 영향은 프로스포츠 종목과 지역적인 특성을 바탕으로 체계적인 분석이 선행되어야 할 필요성을 확인할 수 있다.

이렇게 지역을 대표하는 프로스포츠 팀을 중심으로 연구지의 지역 정체성, 공동체의식, 팀 정체성이라는 명제(proposition)를 설정하였다. 그리고 지역사회 기여도 즉, “스포츠관련 이벤트가 일정한 지리적 영역 안에 거주하면서 구성원 간에 사회적인 상호작용을 하고 심리적인 유대감을 갖으며, 공통적인 이해 방향으로 일치할 수 있는 사람들이 만든 사회적이며 지역적인 조직체 단위인 지역사회에 영향을 미치는 무형의 가치 정도”(Kim, 2005b)로서 국내 프로스포츠 종목들 중 지역과의 관계가 가장 대표적인 프로야구팀들이 지역사회 기여도에 어떠한 영향력을 미치는지 알아보하고자 하였다.

따라서 이 연구의 목적은 선행연구들의 한계점을 보완하고자 가장 먼저 지연연구제를 시작한 프로야구 10개 구단의 연구지전체를 대상으로 지역사회기여를 위한 프로스포츠 팀의 역할을 팀 정체성으로 접근하고 연구지의 지역 정체성과 공동체의식 그리고 지역사회와의 관계를 분석하는 것이다. 이러한 결과는 국내 프로스포츠 팀들이 지역사회에 기여할 수 있는 스포츠 지역 문화 프로파일을 도출하여 프로스포츠 마케팅을 위한 전략적 방향을 제시한다는 데 의미가 있으며, 또한 프로스포츠의 순기능적인 역할을 이해함과 동시에 프로스포츠 산업 경쟁력과 지역사회연계 강화를 위한 이론적 활용성을 높이는데 의미가 있을 것이다.

연구모형 및 가설

이 연구는 국내 프로야구 10개 구단을 대상으로 연구지역의 지역 정체성, 공동체의식 그리고 팀 정체성과의 관계 분석을 통한 프로스포츠 팀의 지역사회기여 정도를 알아보기 위하여 (Figure 1)과 같은 연구모형 및 가설을 설정하여 분석 하였다.

지역 정체성과 팀 정체성의 관계

지역사회에서 스포츠는 다양한 사람들을 하나로 모이게 하며, 분업화되고 획일화된 현대사회에서 개인과 개인을 그리고 집단과 집단을 통합시키는 기능을 담당하고 있다. 즉, 스포츠이벤트는 지역사회 내에서의 계급, 계층분화에 의해 이질화된 성원 상호의 커뮤니케이션 장으로서의 역할을 수행하고 있고, 특정 지역에 거주하는 지역민은 거주 지역에 대한 지역(사회)정체성을 지니게 되며 지역(사

회)정체성은 지역을 연고로 하는 팀을 응원하게 되는 근간이 된다 (Rhee et al., 2009). 또한 관련 연구들에서 팀 정체성을 향상시키기 위한 전략으로 지역관계 개선을 제시하고 있고(Sutton, McDonald, Milne & Cimperman, 1997), Kim(2011), Rhee 등(2009)의 연구에서는 지역 정체성과 팀 정체성의 관계가 제한적으로 확인됨에 따라 프로스포츠 팀 연고지역 주민들의 지역 정체성이 팀 정체성에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설(H1)을 설정하였다.

공동체의식과 팀 정체성의 관계

다음으로 공동체의식과 팀 정체성의 관계는 지역의 사회적 결속으로 형성되는 공동체의식이 지역을 대표하는 프로스포츠 팀의 정체성에 영향을 미칠 수 있는가이다. 프로스포츠를 대상으로 한 연구는 아니지만 공동체의식이 커뮤니티 동일시와 충성도 그리고 태도 등에 긍정적인 영향을 미친다는 관련 연구들(Park & Yu, 2003; Suh & Kim, 2003; Yang & Lee, 2013)을 바탕으로 한 개인이 소속집단의 특징을 공유하며, 집단이 하는 행동에 동참하는 현상으로서 연구지역 주민들의 공동체의식은 프로스포츠 팀에 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다. 또한 프로스포츠 팀에 대한 범주화, 중요성, 애착, 사회적 평가, 공유, 행동적 관여도와 같은 심리적 속성들이 팀 정체성의 형성 과정에 영향을 미치기 때문에 (Ashmore et al., 2004; Heere et al., 2011) 지역공동체의식의 심리적 속성들이 프로스포츠 팀 정체성에 긍정적인 영향을 줄 것이라는 가설(H2)을 설정하였다.

지역 정체성과 공동체의식의 관계

지역 정체성은 개인이 사회관계 속에서 갖게 되는 대상에 대한 의미 혹은 의식의 집합을 의미하는 개념으로 사람들과 공동체 사이의 강한 밀착을 의미하는, 공동체적 노력을 판단하는 포괄적인 기준

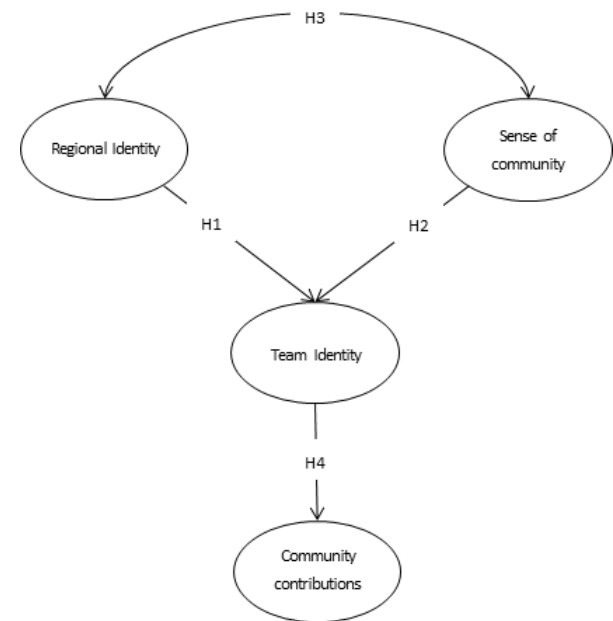


Fig 1. The proposed hypothetical model

인 공동체의식의 개념과 상관성이 높다고 할 수 있다. 즉, 높은 수준의 정체성이 지역의 공동체의식을 강하게 느끼게 할 수도 있으며, 반대로 공동체의식이 강할수록 지역 정체성이 강화 될 수 있는 것이다. 이러한 가정은 선행연구를 통해 직접적인 결과를 확인할 수는 없었지만 몰입과 동일시 그리고 만족도 등이 공동체의식에 영향을 미친다는 선행연구들(Jang & Kang, 2007; Yim et al., 2011)을 통해 그 상관성을 간접적으로 판단할 수 있었다. 따라서 이 연구에서는 개념적 논리들을 종합하여 지역 정체성과 공동체의식의 관계는 정적인 상관관계가 있을 것이라는 가설(H3)을 설정하였다.

팀 정체성과 지역사회 기여도의 관계

그동안 스포츠는 지역사회에 긍정적인 기여를 해왔다. 그 기여가 무형적이던, 유형적이던 그 관계는 많은 선행연구들(Cho, 2003; Kim, 2005a, 2011; Kim & Park, 1998; Hong et al., 2011; Ryoo, 2002; Shin, 2006)에서 확인된 만큼 팀 정체성 또한 지역사회 기여도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이다. 특히, Kim(2011)은 스포츠가 경제적, 환경적, 문화적, 도시홍보에 긍정적인 효과를 보이고 있음을 확인하였으며, 프로스포츠 팀이 단지 집단정체성의 표현대상으로 한정되는 것이 아니라 사회 또는 지역성, 민족성, 직업적, 성적특성과 같은 지역의 대표성을 지니는 상징성 역시 지니기 때문에 팀에 대한 정체성은 지역사회 기여도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 따라서 연구지 중심의 프로스포츠 팀 정체성이 지역사회 기여도에 영향을 미칠 것이라는 가설(H4)을 설정 할 수 있었다.

연구 방법

측정변인 구성

이 연구는 프로스포츠 산업 경쟁력과 지역사회연계 강화를 위한 기반으로 지역 정체성과 공동체의식 그리고 팀 정체성과 지역사회 기여도를 설정하고 문헌분석을 통한 측정개념을 이해하는 단계로서 관련 선행연구들(Davidson & Cotter, 1986; Glynn, 1981; Heere & James, 2007; Hwang & Kim, 2004; Jang & Kang, 2007; Kim & Kim, 1998; Lee & Kim, 2016; McMillan & Chavis, 1986; Nasar & Julian, 1995; Robinson & Trail, 2005; Song, 2011; Warner & Dixon, 2011)을 귀납적 방법(inductive method)으로 분석하여 타당성을 검증하였다.

사회 정체성이론에 논리적 근거를 두고 있는 지역 정체성은 자아이론(self theory)의 자아 정체성(self identity)에서 파생된 개념으로 정체성은 개인이 사회관계 속에서 갖게 되는 대상에 대한 의미 혹은 의식의 집합을 의미하며(Kang, 2003) 동일성(identification)과 개별성(individuality)의 두 가지 측면을 갖는다(Relph, 1976). 즉 정체성은 집단을 구성하는 구성원들 간에 공유되는 특징인 동일성이라는 측면과 다른 집단과 구별되는 특징인 개별성을 갖는다고 볼 수 있는 개념이다(Oh, 2008). 또한 지역 정체성은 다른 지역과 차별화되는 그 지역의 자기다움으로서 지역적 요소들에 기반하여 지역, 공동체, 그리고 개인을 하나로 만들어주는 연결고리이며(Bloom, 1990), 그 지역의 역사, 지형, 스포츠 등을 포괄하는 문화, 산업 등이 중요한 변수로 고려될 수 있는 매우 유동

적인 개념이다(Ball & Stobart, 1996).

이러한 지역 정체성은 다양한 학문분야에서 연구되어지고 있지만 연구지 중심의 프로스포츠 팀과 지역 정체성과의 관계를 분석한 연구는 부족한 실정이다. 그리고 연구지의 지역 정체성의 측정 또한 일부 지역으로 제한하는 부분적인 연구들만이 실시되고 있어 타당성 있는 측정과 분석이 필요한 현실이다.

실제로 한 개의 프로스포츠 팀과 지역(강원)을 대상으로 연구한 Park과 Chang(2009)는 프로스포츠 팀의 연구지역에 대한 지역 정체성 측정을 위하여 Puddifoot(1995)의 문항을 수정하고 보완하여 '지역 애착도', '지역 관여도', '지역 자긍심'으로 구성되는 측정문항을 사용하였다. 반면 두개의 프로스포츠 팀과 지역(전라도, 제주도)을 대상으로 그 관계를 연구한 Rhee 등(2009) 그리고 한 개의 프로스포츠 팀과 지역(부산)을 대상으로 연구한 Cui과 Kim(2011)은 Park(2002)이 개발한 지역사회정체성 척도를 특정 지역 명을 연구대상의 상황에 맞게 바꾸어 사용하고 있다. 이 척도는 '집단 존중감', '집단 동일시', '집단 범주화'라는 세 가지의 요인으로 구성되어 있다. 프로스포츠의 지역 연구제에 있어서 지역이라는 것이 특정한 도시를 중심으로 하고 있고 팀 들 간의 경쟁은 지역 간의 경쟁의 형태를 띠게 됨에 따라 지역 정체성은 프로스포츠가 운영되는 지역 간의 차이를 해석하기 위한 포괄적인 변인으로 활용되어야 한다.

한편, 공동체의식은 사람들과 공동체 사이의 강한 밀착을 의미하는, 공동체적 노력을 판단하는 포괄적 기준으로 지역사회 심리학(community psychology) 분야에서 중심적인 역할을 맡아오고 있다(Sagy, Stern & Krakover, 1996). 사회 심리학적 접근은 지역사회 공동체의식이 일정한 지역 내 주민들 간의 상호작용을 통하여 형성된다는 전제하에서 인간관계의 변화·발전 과정을 심리학적으로 분석함으로써 공동체의식의 형성과정을 파악하는 것이라고 할 수 있으며, 이는 곧 인간의 사회화 과정을 분석하는 것이라고 볼 수 있다.

이러한 공동체의식을 조작화 또는 행동 수준으로 기술하려는 노력은 Fessler(1952)의 연구를 시작으로, Glynn(1981)은 공동체의식과 관련하여 공동체의식과 생활 만족, 기능 수행 및 지역사회 특성 사이의 관계 조명을 위해 공동체의식과 관련한 행위 및 하위 개념을 조사하여 미국심리학회(APA)로부터 적합성을 심사받아 60개 항목의 공동체의식의 측정도구를 선정하고, 현재의 지역사회와 이상적인 지역사회 사이의 응답자의 불일치 점수를 측정하기 위하여 똑같은 항목을 중복하는 측정도구를 구성하였다. Nasar과 Julian(1995)은 Glynn(1981)의 공동체의식 측정도구에 대해서 사회적, 물리적 조건에 대한 판별력을 높이기 위해 척도를 수정하여 이웃의 공동체의식을 측정하기 위한 11개 항목의 척도로 구성하여 사용한 바 있다.

도시지역을 하나의 단위로 하는 공동체의식에 대해서는 17개의 항목으로 구성되는 측정도구를 개발된 바 있는데, 이는 특정 사회 집단과 도시 지역 내 사람들의 관계를 이해하는 데 관련되는 문헌들이 도구 구성을 위해 사용되었다(Davidson & Cotter, 1986). 최근에는 Rivas-Drake(2012)에 의해 심리적 공동체의식의 개념을 바탕으로 공동체의식과 자아존중감(self-esteem)의 관계 검증을 위한 Chavous(2005)의 13문항 척도가 사용된 바 있다.

이처럼 다양하게 논의되고 있는 공동체의식은 국내의 경우 Kim과 Kim(1998)의 연구에서 그 틀을 잡아가고 있는데, 이들은 공동체의식의 구성요소를 종합화하고 실증적 검증과정을 거쳐 지역사회 공동체의식을 충족감, 연대감, 소속감 및 상호영향의식, 정서적 친밀감으로 구성되는 것으로 조사하였으며, 국내 프로스포츠 환경

에서 사용되어지고 있다(Kim, 2006, Yim et al., 2011).

팀 정체성은 팀을 응원하는 팬의 집단에 대해 지니는 개인의 소속 감에서 비롯되거나 팀에 대해 개인이 지니는 심리적 연계에서 나타 난다(Funk & James, 2001). 스포츠 팀은 단지 집단정체성의 표현 대상으로 한정되는 것이 아니라 지역의 대표성을 지니는 상징성 역 시 가지는데 이러한 특성을 바탕으로 팀 정체성은 단일차원으로 구 성된 Trail과 James(2001)의 Team Identity Index(TII)가 대표적 으로 사용되고 있다.

그리고 연구모형의 결과변인으로 설정한 지역사회 기여도는 프로 구단의 운영을 통한 지역사회에 제공하는 다양한 형태의 혜택을 뜻 한다(Hong et al, 2011). 지역사회 기여도 측정변인으로는 Wann과 Branscombe(1993)이 프로스포츠 팀 연구지 주민을 대상으로 구단 정체성에 대한 관여의 정도를 연구하기 위하여 개발하고 Shin(1997) 이 프로스포츠 팀 지역연구지인 미네소타 주의 주민들을 대상으로 지 역사회 기여도를 연구하는데 사용한 ‘오락적 즐거움’, ‘심리적 만족 감’, ‘지역사회 자부심’, ‘사회적 교류감’으로 구성되는 척도가 주로 사용되어지고 있다(Hong et al, 2011; Kim, 2005b; Shin, 1997).

이처럼 본 연구의 목적을 바탕으로 지역 정체성, 공동체의식 그리고 팀 정체성과 지역사회 기여도 측정변인들을 설정하였다. 그리고 개념타당성 검증을 위하여 그동안 논의되어온 구성요소들을 종합 화하고, 내용타당성을 검증 하였다.

연구대상

이 연구는 국내 프로스포츠 소비자를 모집단으로 설정하고, 프로야 구 10개 구단 연구지의 홈구장을 방문한 관람소비자를 대상으로 조 사를 진행하였다. 조사 설계단계에서 질적인 자료 수집을 위해 연 구자가 한국야구위원회(KBO)와 연구목적의 업무체결을 진행한 후

Table 1. Sampling results

Team	Hometown	Sampling (n)	Valid sample(n)	Sample rate(%)
SK Wyverns	Incheon	174	152	87.4
DOOSAN Bears	Seoul	158	136	86.1
HANHWA Eagles	Daejeon	162	111	68.5
KIWOOM Heroes	Seoul	132	115	87.1
KIA Tigers	Gwangju	169	108	63.9
SAMSUNG Lions	Daegu	199	129	64.8
LOTTE Giants	Busan	151	109	72.2
LG Twins	Seoul	158	123	77.9
KT Wiz	Suwon	114	106	92.1
NC Dinos	Changwon	112	108	96.4
Total		1,529	1,196	78.2

KBO가 각 구단에 설문조사 협조공문을 발송하였으며, 10개 구단 의 승인과 담당자와의 세부 협의를 통해 연구자와 5명의 조사원들이 2019년 8월 4일부터 8월 25일까지 10개 구단의 9개 홈구장을 방문 하여 설문조사를 실시하였다. 표집방법은 비확률 표본추출법(non-probability sampling method) 중 편의표본추출법(convenience sampling method)을 활용하였으며, 각 구단 및 연고지별 150±50 부의 설문회수를 목표로 설정하고, 조사원들은 설문문항에 대한 설 명을 통해 자기평가기입법(self-administration method)으로 응답 하도록 하였다. 또한 적극적인 설문참여 유도를 위해 설문 완료한 대 상자들에게는 모두 소정의 사은품을 제공하였다.

그 결과 총 1,529부의 자료를 수집하였으며, 연구목적에 따라 각 구단의 연고지에 거주하지 않거나 불성실한 응답을 보인 333명의 자료를 제외한 1,196명(78.2%)의 자료를 최종 분석에 이용하였다. 각 구단(연고지)별 수집된 자료수와 최종 분석 비율은 <Table 1>과 같으며, 최종 분석에 사용되는 연구 참가자들의 인구통계학적 특성 은 <Table 2>와 같다.

조사도구

이 연구의 목적에 따라 관련 선행연구들의 귀납적 분석과 예비조 사를 통해 측정개념의 타당성을 검증한 후 조사도구로 사용하였다. 다차원요인으로 구성되어 있는 지역 정체성과 공동체의식 그리고 지역사회 기여도 측정변인들의 타당성 확보를 위하여 서울·경기 지 역주민 200명을 대상으로 예비조사(pilot study)를 실시하였으며, 각 하위요인간의 상관관계 분석 결과 유의한 상관이 확인되었고 ($p < .01$), 각 요인에 대한 신뢰도를 분석한 결과 모든 요인들의 내적 일관성 기준(>.7)을 확인할 수 있었다(Nunnally, 1978).

우선 사회정체성이론에 논리적 근거를 두고 있는 지역 정체성은 Park(2002)이 개발한 지역사회 정체성 척도를 바탕으로 Rhee 등 (2009)이 타당성 검증을 통해 사용한 지역 정체성척도를 사용하 였다. 이 척도는 ‘자존감(6)’, ‘동일시(5)’, ‘범주화(5)’의 세 가지 요

Table 2. Demographic characteristics of samples

Demographic information	N	Frequency(%)
Gender	Male	630 52.7
	Female	566 47.3
Age	>19	49 4.1
	20-29	419 35.0
	30-39	242 20.2
	40-49	313 26.2
	50<	173 14.5
Marital status	Single	658 55.0
	Married	538 45.0
Household income (KRW 1,000)	>2,000	198 16.6
	2,000-3,000	250 20.9
	3,000-4,000	222 18.6
	4,000-5,000	197 16.5
	5,000<	329 27.5

인으로 구성되어 있다. 공동체의식은 McMillan와 Chavis(1986)의 이론과 Glynn(1981), Davidson과 Cotter(1986), Nasar과 Julian(1995)의 도구를 종합화하고 실증적 검증과정을 거쳐 '충족감(5)', '연대감(3)', '소속감 및 상호영향의식(4)', '정서적 친밀감(3)'의 네 가지 요인으로 구성된 Kim과 Kim(1998)의 공동체의식 척도를 사용하였다. 팀 정체성 척도는 단일차원 3문항으로 구성된 Trail과 James(2001)의 Team Identity Index (TII)를 사용하였다.

프로스포츠의 지역사회 기여도에 관한 척도는 Wann과 Branscombe(1993)이 개발하고, Kim(2005b)이 국내 프로스포츠 환경에 적합한 설문 문항을 네 가지 요인으로 구성된 '오락적 즐거움(5)', '심리적 만족감(4)', '지역사회 자부심(4)', '사회적 교류감(3)'의 척도를 사용하였다.

이와 같은 지역 정체성, 공동체의식, 팀 정체성 그리고 지역사회 기여도 변인으로 구성된 측정 문항들은 조사를 실시하는 10개 구단과 지역 특성을 종합하여 스포츠경영학 전공 박사 3인과의 전문가 회의를 거쳐 내용과 구성에 대한 정합성, 적용 가능성과 같은 타당성을 검증한 후 '전혀 그렇지 않다(1)'에서 '매우 그렇다(5)'의 5단계 Likert 척도로 구성하고 각 문항에 대한 동의 정도를 측정하였다.

자료처리

수집된 자료는 SPSS 24.0과 AMOS 24.0을 이용하여 통계 처리하였다. 예비조사를 통해 확인된 각 측정 변인들의 잠재변수들(latent variables)과 측정변수들(observed variables)간의 관계 검증을 위한 확인적 요인분석(CFA: confirmatory factor analysis)을 실시하여 개념들의 다차원성을 검증하고, 각 개념들의 신뢰성을 평가하는 개념 신뢰도(construct reliability)와 수렴 타당도(convergent validity) 그리고 판별 타당도(discriminant validity) 평가를 실시하여 이 연구에서 설정한 변인들의 적합성을 검증하였다.

또한 다차원성이 확인된 잠재변수들은 개별 측정모형을 통해 타당성을 검증하고, 각 하위요인들은 부분비중합법(partial disaggregation

approach) (Bagozzi & Heatherton, 1994)으로 상위요인들의 측정변수로 활용하였다. 연구모형 검증을 위한 변수들의 관계는 구조방정식(SEM: structural equation modeling)분석을 실시하였다.

연구결과

조사도구의 타당성 분석

이 연구에서 설정한 변인들 중 다차원으로 구성된 '지역 정체성'과 '공동체의식' 그리고 '지역사회 기여도' 그리고 단일차원으로 설정되어 있는 '팀 정체성' 요인으로 구성된 측정모형의 타당성을 검증하기 위하여 우선 개별 잠재요인별로 측정모형의 타당성을 검증한 후 연구모형에 포함된 전체 잠재요인과 그 측정변수들을 대상으로 동시에 확인적요인분석(CFA)을 실시하여 타당성을 분석하였다. 적합지수는 Hu와 Bentler(1999)가 제시한 Comparative Fit Index (CFI), Tucker Lewis Index (TLI), Standardized Root Mean Square Residual (SRMR), Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)를 확인하였으며, 적합성 기준은 전통적으로 적용되는 CFI (>.90), TLI (>.90), RMSEA(<.08) 기준들(Bentler & Bonnett, 1980; Browne & Cudeck, 1992)과 Hu & Bentler(1999)의 CFI (>.95), TLI (>.95), RMSEA (<.06), SRMR (<.08) 기준을 종합적으로 적용하여 평가하였다.

1. 지역 정체성

자존감, 동일시, 범주화의 세가지 하위요인으로 구성되어 있는 지역 정체성의 확인적 요인분석 결과 <Table 3>과 같이 $\chi^2=938.50$ (df=101), SRMR=.03, RMSEA=.08, TLI=.94, CFI=.95로 측정모형의 적합성을 수용할 수 있었다. 그리고 각 요인들의 표준적재치가 .5이상으로 개념 타당성을 확보하였으며, 각 요인별 개념신뢰도(CR).7)와 평균분산추출(AVE).5)값을 확인한 결과 수렴 타당

Table 3. Confirmatory factor analysis of regional identity

Dimension	Items	Factor loading	t	C.R	AVE
Self-esteem	I feel more meaningful in life because of the fact that I am a local person.	0.778	-	.923	.667
	I consider myself a local person.	0.795	29.878		
	The fact that I'm a local is important to me.	0.850	32.537		
	I want to be born again as a local person.	0.756	28.067		
	I am proud to be a local.	0.881	34.085		
	The fact that I am a local reflects what I am.	0.835	31.798		
Identification	I feel like I'm being praised when someone praises this area.	0.785	-	.910	.668
	I identify with the people in this area.	0.855	33.181		
	I'm very interested in what local people think.	0.770	29.021		
	I always act like a local.	0.855	33.223		
	The people of this area set an example to me.	0.819	31.388		
Categorization	I want to be with the people of this area if I get to do something in the future.	0.839	-	.920	.697
	I have a greater attachment to people in this area than to other areas.	0.845	36.346		
	I trust people in this area more easily than people in other areas.	0.813	34.204		
	I want to work with people in this area more than in other areas.	0.869	38.135		
	I want to have a sense of solidarity with people in this area.	0.806	33.748		

성을 확인하였다(Fornell & Larcker, 1981). 판별 타당성을 검증하기 위하여 평균분산추출값이 요인들 간 상관계수의 제곱 즉, 결정계수(r^2)를 상회하는지의 여부를 통해 확인해본 결과 결정계수(.540~.691)가 일부 AVE값을 상회함에 따라 부분적으로 판별 타당성을 확보하였다(Fornell & Larcker, 1981).

2. 공동체의식

지역사회의 공동체의식은 충족감, 연대감, 소속감 및 상호영향의식, 정서적 친밀감의 네가지 하위요인으로 구성되어 있는데 <Table 4>와 같이 적합지수는 $\chi^2=767.29(df=84)$, SRMR=.06, RMSEA=.08, TLI=.93, CFI=.95로 적합성을 확인하였다. 그리고 각 요인들의 표준적재치가 .5이상이고, 수렴 타당성 확보를 위한 각 요인별 개념신뢰도(CR).7)와 평균분산추출(AVE).5)값을 확인하였다. 또한 AVE값이 결정계수(.401~.618)를 상회함에 따라 판별 타당성을 확인할 수 있었다(Fornell & Larcker, 1981).

3. 팀 정체성

팀 정체성은 단일요인으로 구성되어 있으며, 측정변수가 세계로 적합지수는 계산되지 않지만 <Table 5>와 같이 표준적재치가 .5이상으로 개념 타당성을 확보하였으며, 각 요인별 개념신뢰도(CR).7)와 평균분산추출(AVE).5)값을 확인한 결과 수렴 타당성을 확인하였다(Fornell & Larcker, 1981).

4. 지역사회 기여도

지역사회 기여도는 오락적 즐거움, 심리적 만족감, 지역사회 자부심, 사회적 교류감으로 구성되며, <Table 6>과 같이 확인적 요인분석 결과 적합지수는 $\chi^2=1356.77(df=98)$, SRMR=.05, RMSEA=.08, TLI=.93, CFI=.94로 확인되었다. 그리고 각 요인들의 표준적재치가 .5이상으로 개념 타당성을 확보하였으며, 각 요인별 개념신뢰도(CR).7)와 평균분산추출(AVE).5)값을 확인한 결과 수렴 타당성을 확인하였으며, AVE값이 결정계수(.438~.617)를 상회함에 따라 판별 타당성을 확인할 수 있었다(Fornell & Larcker, 1981).

Table 4. Confirmatory factor analysis of sense of community

Dimension	Items	Factor Loading	t	C.R	AVE
Satisfaction	Our community is fulfilling the needs of its people.	0.796	-	.899	.641
	If there is a problem here, residents work together to solve it.	0.824	31.653		
	The community is working for the residents.	0.842	32.546		
	People can rely on each other in this community.	0.848	32.862		
	It is beneficial because belong to this area.	0.680	24.852		
Solidarity	If the residents unite, any problems will be solved well.	0.667	-	.848	.654
	My heart aches when my neighbor suffers.	0.864	25.388		
	It's good for me if the neighborhood works out well.	0.878	25.630		
Belong	I feel like I'm a member of the community.	0.825	-	.896	.683
	There is a spirit or order unique to our community.	0.809	32.908		
	The community is having an important impact on me.	0.845	35.124		
	If I try, I will be able to contribute to the development of the community.	0.826	32.908		
Familiarity	I can find someone in the community who can talk right away.	0.833	-	.841	.639
	I rarely feel lonely here.	0.729	27.169		
	There are a lot of people in my community who really care about me.	0.832	31.987		

Table 5. Confirmatory factor analysis of team identity

Dimension	Items	Factor loading	t	C.R	AVE
Team identity	I consider myself to be a "real" fan of the team	0.828	-	.905	.761
	I would experience a loss if I had to stop being a fan of the team	0.866	35.774		
	Being a fan of the team is very important to me	0.920	37.468		

Table 6. Confirmatory factor analysis of community contributions

Dimension	Items	Factor loading	<i>t</i>	C.R	AVE
Community pride	I like to talk to others about my local team.	0.781	-	.909	.668
	My local team is a popular topic for people around me.	0.733	27.234		
	The team in my area is a big asset in my area.	0.862	33.439		
	I'm proud to have a team in my area.	0.875	34.097		
	I think my local team improves the local image.	0.827	31.696		
Social interaction	I feel connected with the locals when I watch the game of the team.	0.830	-	.910	.718
	I talk more than usual when I watch team games.	0.798	32.613		
	The team in my area plays an intermediate role in the community.	0.884	38.239		
	The team in my area helps to harmonize the community.	0.874	37.498		
Recreational pleasure	The team game in my area is an important part of my life.	0.887	-	.931	.770
	The team game in my area liberates me from my daily life.	0.886	44.795		
	The presence of a team in my area itself entertains me.	0.852	41.272		
	I am happy to have a team in my area.	0.885	44.759		
Psychological satisfaction	I'm proud if the team in my area plays well.	0.923	-	.959	.886
	I feel good when the team in my area wins.	0.957	63.931		
	The better the team's performance, the more pleasant it feels.	0.944	61.931		

Table 7. Result of confirmatory factor analysis

Construct	Items	Factor loading	<i>t</i>	C.R	AVE
Regional identity	1	.828	-	.914	.781
	2	.919	40.226		
	3	.901	39.138		
Sense of community	1	.797	-	.904	.702
	2	.830	32.630		
	3	.937	38.240		
	4	.779	29.991		
Team identity	1	.832	-	.905	.762
	2	.868	36.408		
	3	.916	38.637		
Community contributions	1	.916	-	.927	.760
	2	.870	45.025		
	3	.895	48.143		
	4	.802	37.888		

Table 8. Result of hypotheses testing

Path	Coefficient	<i>t</i>	<i>p</i>	Result
H1: Regional identity → Team identity	.201**	2.991	.003	Support
H2: Sense of community → Team identity	.303***	3.774	.000	Support
H3: Regional identity ↔ Sense of community	.385***	18.161	.000	Support
H4: Team identity → Community contributions	.685***	23.639	.000	Support

Note: *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$; $\chi^2 = 679.818$ (df=73), CFI=.96, TLI=.95, SRMR=.08, RMSEA=.08

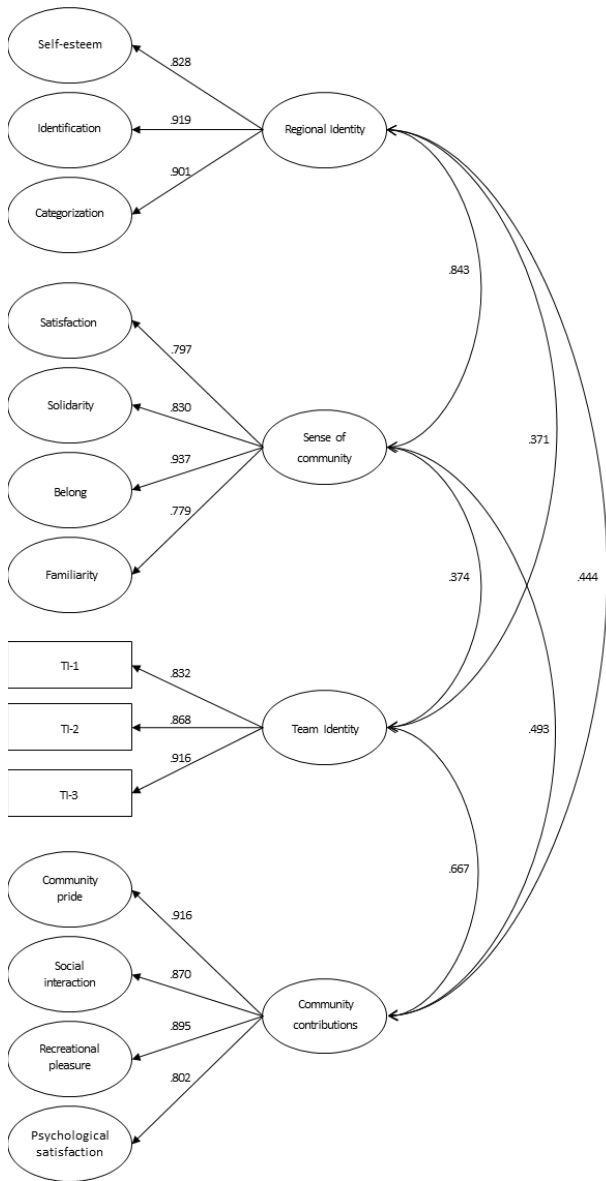


Fig 2. Measurement model

5. 측정모형 분석

개별요인으로 타당성이 검증된 지역 정체성, 공동체의식, 팀 정체성 그리고 지역사회 기여도의 전체 잠재요인들과 그 측정변수들을 대상으로 동시에 확인적요인분석(CFA)을 실시하였다, 이때 지역 정체성, 공동체의식, 지역사회 기여도는 부분비총합법으로 하위요인들을 측정변수로 활용하였다. 그 결과 <Table 7>와 <Figure 2>와 같이 적합지수 $\chi^2=563.104(df=71)$, SRMR=.03, RMSEA=.07, TLI=.96, CFI=.97를 확인하였다.

구조모형 및 가설 검증

이 연구에서 설정한 연구모형의 가설검증을 위한 구조모형 적합

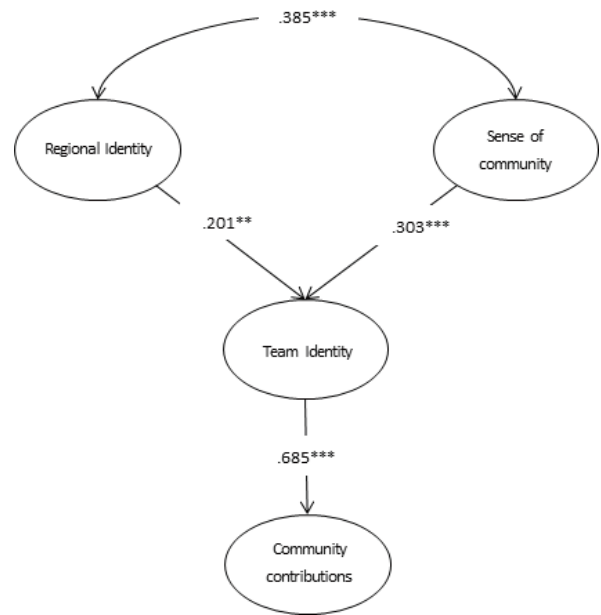


Fig 3. Structural equation modeling

도를 확인한 결과 $\chi^2=679.818(df=73)$, RMSEA=.08, SRMR=.08, TLI=.95, CFI=.96로 적합기준을 충족하는 것으로 확인되었다. 따라서 <Table 8>, <Figure 3>과 같이 가설 관계를 분석한 결과 지역 정체성은 팀 정체성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타남으로써 가설(H1)은 채택되었다($t=2.991, p<.01$). 그리고 공동체의식은 팀 정체성에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되어 가설(H2)은 채택되었다($t=3.774, p<.001$). 또한 지역 정체성과 공동체의식은 정적인 상관관계가 확인됨에 따라 가설(H3)이 확인 되었으며($t=18.161, p<.001$), 팀 정체성이 지역사회 기여도에 유의한 영향을 미침으로써 가설(H4) 또한 채택되었다($t=23.639, p<.001$).

논의

지역 연고제를 중심으로 운영되는 프로스포츠는 지역사회 구성원들과의 관계에 있어서도 중요한 역할을 하고 있을 뿐만 아니라, 지역사회에서 책임 있는 역할이 강조되고 있다. 따라서 국내 프로스포츠 팀들이 지역사회에 기여할 수 있는 스포츠 지역 문화 프로파일을 도출하여 마케팅을 위한 전략적 방향을 제시하고자 하였으며, 프로스포츠 산업경쟁력과 지역사회 연계 강화를 위한 이론적 활용성을 높이고자 하였다.

이러한 연구목적과 의미를 확인하기 위하여 이 연구는 국내 프로스포츠 중 가장 먼저 지역 연고로 시작된 프로야구를 연구 대상으로 선정 하였다. 그리고 현재 10개 구단의 9개 홈구장, 8개 연고지역 전체를 대상으로 타당성을 검증한 지역 정체성과 공동체의식을 측정하고 팀 정체성과의 관계 그리고 지역사회 기여도에 미치는 영향을 분석하여 다음과 같은 시사점을 제공하고자 한다.

우선, 사회정체성 이론에 논리적 근거를 두고 있는 지역 정체성은

그 지역의 역사, 지형, 스포츠 등을 포괄하는 문화, 산업 등이 중요한 변수로 고려될 수 있는 매우 유용적인 개념으로(Ball & Stobart, 1996), 이러한 지역 정체성은 지역의 대표성을 지니고 있는 프로스포츠 팀 정체성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되면서 중요한 변수임을 확인하였다. 그리고 이렇게 확인된 지역 정체성과 팀 정체성의 관계는 Kim(2011), Rhee 등(2009)의 연구들에서도 같은 결과를 보이고 있는 것으로 확인됨에 따라 그 결과를 함께 공유할 수 있었다.

즉, 전라도 광주 프로야구와 제주 서귀포의 프로축구를 대상으로 지역 정체성과 팀 정체성의 관계를 검증한 Rhee 등(2009)은 지역사회의 정체성이 높은 사람들은 지역에 대한 자부심, 지역출신사람들과의 범주화, 그리고 지역출신사람들과 자신과의 정체성을 일치시키는 사람들로서 이러한 경향성은 지역을 연고로 하는 스포츠팀에 대한 정체성의 강화에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 그리고 프로축구(지역 미공개)를 대상으로 관계를 검증한 Kim(2011)은 해당 지역에서 태어나거나 오랫동안 거주하면서 생긴 지역 정체성은 스포츠 팀에 대한 정체성을 강화하는데 긍정적인 영향을 확인하였다.

따라서 이 연구에서 확인된 결과는 국내 프로스포츠 팀들의 지역 연고지가 마케팅 역량의 통합점이 되는 과정에서 지역 정체성 강화를 통해 팀 정체성 강화를 연계할 수 있고, 더불어 중앙정부와 각 지자체 그리고 구단 관계자들은 지역 균형 발전과 프로스포츠 산업의 활성화 및 인프라 구축을 위해 지역주민들의 지역 정체성을 강화시키는 커뮤니티 시스템 구축을 주요 전략요소로 활용할 필요성을 시사하고 있다.

그러나 같은 프로스포츠라 할지라도 지역적 특성에 따라 그 결과에서 차이를 보일 수 있다는 점은 그동안 여러 연구들에서 확인되고 있다. 그러한 것이 같은 지역이라 할지라도 지역 주민들의 출신 지역에 따라 지역 정체성의 차이가 확인되고 있는 Lee와 Yim(2019)의 연구 결과를 종합하여 볼 때 한정된 지역과 일부 종목으로 제한된 분석 결과들과는 다르게 본 연구는 프로야구의 연고지인 서울, 인천, 대전, 대구, 부산, 광주, 수원, 창원 8개 지역을 모두 분석함으로써 효과나 결과에 대한 타당성을 보완할 수 있는 자료로 활용 가능할 것이라 판단된다.

다음으로 지역 공동체 구성원들의 사회적 결속과 관련된 집합의식으로 정의되는 공동체의식(Glynn, 1981)은 한 개인이 소속집단의 특징을 공유하며, 집단이 하는 행동에 동참하는 현상으로 사람들과 공동체 사이의 강한 밀착의 개념이다. 그리고 프로야구 지역연고는 지역 내의 공동체의식을 높이는 역할이 가능함에 따라 이 연구의 결과는 공동체의식과 팀 정체성의 관계가 긍정적인 영향관계를 가지는 것으로 나타났다.

맥락적 해석으로 Lee(1997)는 지역 공동체의식 형성에서 개인적 측면을 보면 다양한 조건 중에서도 개인들이 자신의 지역사회에 대하여 동일시 할 수 있는 감정이 부여된 스포츠 활동에 참여한다는 그 자체가 개인을 발달시키고 지역공동체에 아주 중요한 일이라고 하였는데, 이 연구에서도 프로야구를 대상으로 나타난 공동체의식과 팀에 대해 개인이 지니는 심리적 연계에서 나타나는 팀 정체성과의 관계를 통해 그 내용을 지지하는 것으로 확인된다.

그러나 이와는 반대로 팀 동일시와 팀 충성도는 공동체의식에 유의한 영향을 미치지 않는다는 Yim 등(2011)연구에서는 지역을 연고로 하는 프로야구 구단이 지역사회에서 차지하는 역할이 크지 않다고 주장하고 있어 관련된 해석의 논리적 근거를 확인할 필요가 있었다. 이는 앞서 논의한바와 같이 같은 프로스포츠라 할지라도 지역적 특성에 따라 나타날 수 있는 차이점이라는 판단이 가능하다. 따라서 다양한 지역적 특성을 종합적으로 분석한 이 연구는 공동체의식이 팀 정체성

에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 바탕으로 종합적인 프로스포츠 마케팅 전략 및 활성화를 위한 이론적 제안을 제공할 수 있다.

즉, 프로스포츠를 운영하는 각 지역과 팀들은 Lim와 Kim(2019)의 연구에서 확인된 사회참여활동과 사회서비스와 같은 공동체의식 향상을 위한 공동 방안 마련과 더불어 Lee(2020), Park 등(2011)이 프로스포츠에 적용한 사회공헌활동과 같이 공동체의식 뿐만 아니라 구단 이미지와 충성도의 긍정적인 효과를 위해 공동체의식은 지역과 프로스포츠 팀의 관계에서 매우 중요한 역할을 담당하고 있음을 확인한 결과이다.

이처럼 지역 정체성과 공동체의식은 프로스포츠 팀 정체성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 이러한 지역 정체성과 공동체의식은 정적인 상관관계가 확인되었다. 그리고 이 변인들의 관계적인 해석은 프로스포츠 팀이라는 중요 변수를 중심으로 지역 정체성이 공동체를 만들어주는 연결고리가 될 수 있기 때문에(Bloom, 1990) 가능하다는 판단이다. 그러나 Hwang과 Jung(2013)은 현대 한국사회에서 펼쳐지고 있는 수많은 도시 이벤트(스포츠 이벤트)가 도시 전체 내지 도시 내 특정 지역사회의 정체성을 상징적으로 표현하는 기능은 수행하고 있지만, 주민들에게 해당 도시 혹은 지역사회에 대한 소속감을 함양시키는 촉매로서의 기능까지는 담지 못하고 있는 점을 한계점으로 지적하였다.

이러한 한계점을 극복하기 위하여 그들은 주민들이 애착과 소속감을 느끼며 동일시하여 긍정적 자아정체성의 일부로 삼는 대상, 즉 '도시 지역공동체'로서 형성해내는 일에 도시 이벤트들을 효과적으로 활용하기 위한 실천과제들을 도출하였는데, 이를 프로스포츠에 적용하면 지역주민들이 해당 지역 프로스포츠 이벤트에 참여함으로써 얻는 긍정적 경험의 지속성을 확보하는 일, 프로스포츠 이벤트의 기획 및 운영에서 효율적인 민·관 협력적 거버넌스 체계를 구축하는 것을 실천과제로 제안할 수 있을 것이다.

마지막으로 이 연구는 프로스포츠 팀 정체성이 지역사회 기여도에 미치는 긍정적인 영향을 확인 하였다. 더욱이 지역사회 기여도는 그동안 프로스포츠 팀 이미지와 지역 이미지 그리고 구단 지지에도 긍정적인 영향을 주는 것으로 알려져 있기 때문에(Kim & Kim, 2014; Moon, 2020; Hong et al., 2011), 각 연구지역에서 성공적인 팀 정체성 강화는 프로스포츠 산업 경쟁력 강화를 위한 필수적인 요소라는 판단이다. 그리고 지역사회에 기여하는 유·무형적 가치들을 비추어 볼 때 프로스포츠 팀 관계자들은 지역사회 연계의 중요성을 보다 구체적으로 파악하고 실질적 혜택 제공과 더불어 지역관계 개선을 위한 노력이 요구됨을 알 수 있다.

더불어 각 지역을 대표하는 프로스포츠 팀들의 적극적인 상호교류와 심리적 유대감 형성을 통해 지역주민들에게 즐거움과 심리적 만족감 등을 제공하는 것은 프로스포츠 팀들이 앞으로 준비해야 하는 위드 코로나(WITH COVID-19)시대에 구단 이미지에 대한 신뢰를 높일 수 있을 뿐만 아니라 국내 프로스포츠 산업 경쟁력 강화를 위한 새로운 출발이 될 수 있을 것이라 생각된다.

결론 및 제언

오늘날 각 지역을 대표하여 운영되는 프로스포츠는 지역사회에 유·무형적인 혜택을 제공함으로써 지역사회연계의 도구로서 중요한 기능과 효과를 발휘할 수 있기 때문에 그 역할의 중요성이 강조 되

고 있으나 프로스포츠와 결속시킨 연구는 제한적인 현실이었다. 뿐만 아니라 국내 프로스포츠가 많은 지역을 대표로 운영되고 있음에도 불구하고 이들을 종합적으로 분석한 연구는 그 사례를 찾아보기 힘들었다.

따라서 이 연구는 그동안 확인된 한계점을 보완하기 위하여 가장 먼저 지역연고제를 시작한 프로야구 전체 구단 및 연고지를 대상으로 지역사회에서 프로스포츠의 역할을 팀 정체성으로 접근하고 지역 정체성과 공동체의식 그리고 지역사회 기여도의 관계를 확인하는 것이 목적이 있었다. 이에 10개 프로야구 구단의 9개 홈구장, 8개 지역을 조사한 결과 지역 정체성과 공동체의식은 팀 정체성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지역 정체성과 공동체의식은 유의한 상관성이 있는 것으로 확인되었다. 그리고 팀 정체성은 지역사회 기여도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

결론적으로 본 연구 결과를 통해 다음과 같은 의미를 확인할 수 있었다. 첫째, 지역 사회연계를 강화하여, 프로스포츠 산업 경쟁력을 강화할 수 있을 것이다. 지역을 연고로 한 프로스포츠 팀들은 각 지역을 대표하며 경기하기 때문에 지역 주민들에게 지역사회에 대한 자부심을 심어주는 이점을 제공하고, 지역구성원의 자발적인 참여의식과 공동체의식을 고양함으로써 프로스포츠 활성화를 위한 기반을 다질 수 있다. 둘째, 프로스포츠의 유형적, 무형적 가치를 체계적으로 분석할 수 있다. 프로스포츠 팀은 지역 활성화와 같은 경제적인 측면뿐만 아니라 사회통합, 즐거움, 감정과 같은 무형적 가치를 제공하고 있다. 특히 이 연구결과에서 확인된 팀 정체성과 지역사회 기여도의 관계 분석은 스포츠의 커뮤니케이션 효과와 각 프로스포츠 팀의 현실적인 위치에 대한 파악이 가능하게 하고, 마케팅 통합 점으로서의 지역 소비행동에 긍정적인 영향을 줄 수 있을 것이다. 셋째, 지역적 특성 차이를 제시함으로써 사회 기초자료로 활용될 수 있다. 같은 종목의 프로스포츠라 할지라도 지역적 특성에 따라 그 결과는 큰 차이를 보일 수 있기 마련이다. 따라서 국내 지역적 특성에 따라 프로스포츠의 역할 및 소비자 특성을 분석함으로써 추후 지역사회 및 스포츠 마케팅 분야에 세분화된 기초자료를 제공할 수 있을 것이다.

그리고 이 연구 결과에서 나타나는 이론적 의미를 더욱 강화하고 세분화하기 위해서는 추후 연구에서 각 지역별, 성별, 종목별 등의 기준과 문화적인 특성을 바탕으로 종합적인 비교연구가 필요할 것으로 보인다. 이러한 스포츠경영 및 마케팅 학문분야의 지속적인 노력은 프로스포츠 마케팅 전략 및 활성화를 위한 새로운 연구방향을 제공할 수 있을 것이라 생각한다.

참고문헌

- Anderson, D. F., & Stone, G. P. (1981).** Sport: A search for community. In S. L. Greendorfer & A. Yiannakis (Eds.), *Sociology of sport: Diverse perspectives* (pp. 164-172). West Point, NY: Leisure Press.
- Ashmore, R., Deaux, K., & McLaughlin-Volpe, T.(2004).** An organizing framework for collective identity Articulation and significance of multidimensionality. *Psychological Bulletin*, 130(1), 80-114.
- Bagozzi, R. P., & Heatherton, T. F. (1994).** A general approach to representing multifaceted personality constructs: application to state self-esteem. *Structural Equation Modeling* 1(1), 35-67.
- Ball, R., & Stobart, J. (1996).** Community identity and the local government review. *Local Government Studies*, 22(1), 113-126.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980).** Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588-606.
- Bloom, W. (1990).** *Personal identity, national identity and international relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992).** Alternative Ways of Assessing Model Fit. *Sociological Methods and Research*, 21(2), 230-258.
- Chavis, D. M., & Wandersman, A. (1990).** Sense of community in the urban environment: A catalyst for participation and community development. *American Journal of Community Psychology*, 18(1), 55-81.
- Chavous, T. M. (2005).** An intergroup contact-theory framework for evaluating racial climate on predominantly white college campuses. *American Journal of Community Psychology*, 36(3-4), 239-257.
- Cho, S. (2003).** Public Relations and Stadium Facilities Marketing Status of American Professional Teams. *Sport Science*, 86, 52-61.
- Choi, M. S., Kim, J. H., & Lee, H. K. (2010).** The Effect of Regional Attachment on Regional Connection Prosports Team Identification and Loyalty. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 40(1), 269-278.
- Cialdini, R. B., Borden, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S., & Sloan, L. R. (1976).** Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 366-375.
- Cui, C. S., & Kim, B. S. (2011).** The Relationship between the Team Attachment and Regional Identity, Cooperative Intention of Professional Baseball Fan. *Korean Journal of Sociology of Sport*, 24(1), 95-109.
- Davidson, W. B., & Cotter, P. R. (1986).** Measurement of sense of community within the sphere of city. *Journal of Applied Social Psychology*, 16(7), 608-619.
- Digel, H. & Fornoff, P. (1989).** *Sport in der Entwicklungszusammenarb eit*. Köln: Weltforum.
- Digel, H. (1988).** *Sport im Verein und im Verband*. Schorndorf: Hofmann.
- Fessler, L. (1952).** Schwartz L: Die Neurosen und die dynamische Psychologie von Pierre Janet [Review]. *Psychoanalytic Quarterly*, 21(2), 239-240.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981).** Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Funk, D., & James, J. (2001).** The psychological continuum model: A conceptual framework for understanding an individual's psychological connection to sport. *Sport Management Review*, 4(2), 119-150.
- Glynn, T. J. (1981).** Psychological sense of community: Measurement and application. *Human Relations*, 34(9), 789-818.
- Heere, B., & James, D. J. (2007).** Sports teams and their communities: Examining the influence of external group identities on team identity. *Journal of Sport Management*, 21, 319-337.
- Heere, B., James, J., Yoshida, M., & Scremin, C. (2011).** The Effect of Associated Group Identities on Team Identity. *Journal of Sport Management*, 25(6), 606-621.
- Hong, S. P., Park, E. S., & Son, S. B. (2011).** An Examination of Model among Contributiveness to the Community, Team Image and Team Support from the Community of Professional Football Team Based on Dual Home System. *Korean Journal of Sport Management*, 16(3), 59-71.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999).** Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Hwang, I. J., & Jung, H. M. (2013).** The Relationship between Performance Space and Residents Participation in the Suwon Hwaseong Cultural Festival: Urban Event, Local Community, Urban Local Identity. *Korean Studies Quarterly*, 36(4), 138-168.
- Hwang, I. J., & Kim, K. H. (2004).** Local Franchise System in Professional Sports and Urban Local Identity: A Case Study of Sungnam City. *Cross - Cultural Studies*, 10(1), 105-145.
- Irwin, R., Sutton, W., & McCarthy, L. (2008).** *Sport promotion and sales management* (2nd ed.). IL: Human Kinetics.
- Jang, J. W., & Kang, H. M. (2007).** The relationships among the participation event of community sports club, activity flow and a sense of community. *The Korean Journal of Physical Education*, 46(2), 85-94.
- Jeroen, S., Guy, P., & Bart, V. (2004).** Sport and social integration. An empirical analysis of the relationship between sports participation and social capital. *Tijdschrift voor Sociologie*, 4, 417-450.
- Kang, Y. B. (2003).** A Study on Formation Factors of the Community Identity and Social Capital from the Analysis of Community Movement: The Case Study on the Ock-Cheon Weekly Newspaper and Dae-Jeon Traditional Market-Promotion Association. *Korean Policy Sciences Review*, 7(2), 189-215.
- Kasarda, J. D., & Janowitz, M. (1974).** Community attachment in mass society. *American Sociological Review*, 39, 328-329.
- Kim, J. K. (2005a).** An Analysis of Cognition on Community Contribution of Professional Football Teams. *Korean Journal of*

- Sport Management*, 10(2), 139-150.
- Kim, B. S. (2006).** The effect of commitment toward the professional sport team web-site on the team-Loyalty, social trust, and identity of the Local community. *The Korean Journal of Physical Education*, 45(2), 87-100.
- Kim, C., Yu, J. G., & Kim, E. Y. (2012).** Analysis of expected effectiveness on the support for the new franchise team building. *The Korean Journal of Sport*, 10(2), 101-114.
- Kim, D. H., & Kim, J. K. (2014).** A Study on Relationship among Community Contribution, Community Image and Re-Hosting Intention for Sports Event Depending on Hosting Sports Event. *Korean Journal of Sport Management*, 19(3), 149-160.
- Kim, J. K. (2005b).** *A Relation Between Professional Soccer Teams and Communities*. Ph.D. Dissertation, Yonsei University.
- Kim, J. K. (2011).** A study on community contribution of sports. *Korean Journal of Sports Science*, 20(3), 721-730.
- Kim, K. J., & Kim, S. S. (1998).** A Study on the Residents' Sense of Community in Korea. *Community Development Review*, 23(2), 211-232.
- Kim, K. T. (2011).** Structural Relationship among Regional Identity, Team Identification, and Re-attend Intention. *The Journal of the Korea Contents Association*, 11(4), 404-413.
- Kim, K. Y., & Park, Y. B. (1998).** The Strategy of Using sport Events for Community Development of Local Autonomous Entities. *The Korean Journal of Physical Education*, 37(1), 247-261.
- Kim, M. C. (2007).** Effect of Local resident's concern about sports event on Local financial fluctuation and Local SOC awareness change. *The Korean Journal of Physical Education*, 46(3), 187-197.
- Kim, S. W., & Yim, K. T. (2019).** An Analysis of Relationship between Sports Involvement, Regional Identity and Professional Baseball by Region. *The Korean Journal of Sport*, 17(4), 355-364.
- Kwon, O. R., & Kim, S. H. (2010).** The cultural-philosophical approach of Korean professional sport. *Philosophy of Movement: Journal of Korean Philosophic Society for Sport and Dance*, 18(4), 149-165.
- Lee, J. K. (1998).** The Relationship Between Franchise of Professional Baseball and Political Regionalism in Korea. *The Korean Journal of Physical Education*, 37(2), 84-95.
- Lee, S. H., & Yim, K. (2019).** Community Revitalization through the Relationship between Sports and Regional Identity. *The Korean Journal of Sport*, 17(3), 719-728.
- Lee, T. W., & Kim, W. D. (2016).** An Empirical Test on Multi-dimensionality of Regional Identity and Its Determinants : In case of Gangwon Province. *Journal of Social Science*, 55(2), 3-37.
- Lee, Y. C. (1997).** The Influence of Sports Activities on Forming of Community Consciousness in Terms of Community. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 7, 131-142.
- Lee, Y. C. (2020).** The Influence of Professional Volleyball Team's Social Contribution Activities on Local Image, Social Identity and Sense of Community. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 80, 49-60.
- Lee, Y. J., & Oh, S. Y. (2017).** The Study on the Relationship between Brand Assets of Region-based Professional Team, Regional Image and Loyalty. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 70, 227-240.
- Lee, W. Y., & Kwon, S. Y. (2019).** Effects of professional baseball home fans' perceptions of community on their perceptions of stadium spaces. *Korean Journal of Sport Science*, 30(2), 285-304.
- Lim, J., & Kim, G. (2019).** Factors Affecting Sense of Community: Comparison of Different Age Groups. *The Journal of Humanities and Social science*, 10(3), 1773-1788.
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986).** Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23.
- Ministry of Culture, Sports and Tourism (2019).** *2019 Sport industry White Paper*. https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pDataCD=0417000000&pSeq=1529
- Moon, K. S. (2020).** The Relationships among Community Contribution of Professional Club, Club Image, Regional Image, and Club Support: A Case of Iksan city and kt-wiz. *Korean Journal of Sports Science*, 29(5), 593-608.
- Nasar, J. L., & Julian, D. A. (1995).** The psychological sense of community in the neighborhood. *Journal of American Planning Association*, 61(2), 178-184.
- Nunnally, J. C. (1978).** *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Oh, M. Y. (2008).** The Influence of Local Media Use and Participation in Community Relations Activities on Community Ties and Involvement. *Journal of Communication Research*, 45(1), 131-171.
- Park, K. S. (2002).** *Effects of social structure and social identity on relative deprivation and collective behavior: in Yeungnam and Honam regional areas*. Ph.D. Dissertation, Sungkyunkwan University.
- Park, J. H., Kim, J. Y., & Kang, H. M. (2011).** The Structural Relationship Between the Social Contribution Activities of a Professional Baseball Team, Team Image and Customer Royalty. *Journal of Korean Association of Physical Education and Sport for Girls and Women*, 25(4), 69-82.
- Park, S. Y., & Chang, K. R. (2009).** The Relationship of Locally Affiliated Professional Sport Teams Community Identity, Residents' Perceptions and Support Intentions-Case of Gangwon FC. *Korean Journal of Sport Management*, 14(4), 67-78.
- Park, S. Y., & Yu, S. H. (2003).** The Effect of the Sense of On-line Community on Website Loyalty and Purchase Intention. *Korean Management Review*, 32(6), 1695-1713.
- Puddifoot, J. E. (1995).** Dimensions of community identity. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 5(5), 357-370.

- Relph, E. (1976).** *Place and placelessness*. London: Pion Limited.
- Rhee, Y. C., Kang, J. H., & Kim, Y. K. (2009).** Effect of Relative Deprivation and Regional Identity on Sport Team Identification. *Korean Journal of Sport Science*, 20(3), 567-584.
- Rivas-Drake, D. (2012).** Ethnic identity and adjustment: The mediating role of sense of community. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 18(2), 210-215.
- Robinson, M., & Trail, G. T. (2005).** Relationships among spectator gender, motives and points of attachment in selected intercollegiate sports. *Journal of Sport Management*, 19(1), 58-80.
- Ryoo, K. J. (2002).** *A Study on the Development of Regional Society Sports through Sport Marketing*. M.A. Dissertation, Hannam University.
- Sagy, S., Stern, E., & Krakover, S. (1996).** Macro-and micro-level factors related to sense of community: The case of temporary neighborhoods in Israel. *American Journal of Community Psychology*, 24(5), 657-676.
- Seong, H. G. (2001).** Development of Korean Social Identification Scale. *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 15(3), 33-48.
- Shin, S. H. (1997).** *Professional sport team and urban life: Degree of commitment and perceived value*. Unpublished Doctoral Dissertation. University of Minnesota.
- Shin, S. H. (2006).** A Study on the Relationship between Professional Sports Team and the Community. *Journal of Sports Science Research*, 24, 47-64.
- Suh, M. S., & Kim, Y. K. (2003).** A Study on the Effect of Sense of Community on the Brand Community Identification and Brand Attitude in Online Brand Community. *Journal of Marketing Management Research*, 8(2), 49-77.
- Song, H. S. (2011).** A Critical Overview of the Controversy on Integrative Function of Sports. *The Korean Journal of Physical Education*, 50(2), 31-44.
- Sung, S. H., & Kang, H. W. (2015).** Testing The Structural Relationship among Regional attachment, Professional Sports Team's Identification and Team Loyalty. *The Korea Journal of Sports Science*, 24(5), 825-835.
- Sutton, W. A., McDondald, M. A., Milne, G. R., & Cimperman, J. (1997).** Creating and fostering fan identification in professional sports. *Sport Marketing Quarterly*, 6, 15-22.
- Tajfel, H. (1978).** *Differentiation between social groups*. London: Academic Press.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979).** An Integrative Theory of Intergroup Conflicts. In W. G. Austin and S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47). Monterey: Brooks-Cole.
- Trail, G. T., & James, J. D. (2001).** The Motivation Scale for Sport Consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108-127.
- Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1993).** Sports fans: Measuring degree of identification with their team. *International Journal of Sport Psychology*, 24(1), 1-17.
- Warner, S., & Dixon, M. A. (2011).** Understanding sense of community from the athlete's perspective. *Journal of Sport Management*, 25(3), 257-271.
- Yang, J. K., & Lee, D. J. (2013).** The relationship among community spirit, community identification and community loyalty online sports community user. *Korean Journal of Sports Science*, 22(5), 153-164.
- Yim, K. T., Lee, S. H., & Jang, J. (2011).** A Study on the Relationship among Involvement, Team Identification, Loyalty and Sense of Community. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 44(1), 109-120.
- Yun, K. (2020).** A Study on the Institutional Path-Dependency in Attracting and Holding of Sports Event. *The Journal of Korean Policy Studies*, 20(3), 1-19.

지역 정체성과 공동체의식 그리고 팀 정체성과의 관계 분석을 통한 프로스포츠 팀의 지역사회 기여도 연구

임기태

대전대학교 조교수

[목적] 이 연구는 스포츠 소비자의 팀 정체성과 지역 정체성, 공동체의식, 지역사회 기여도에 대한 반응 사이의 관계를 기술하는 이론적 연구 모델을 개발하는데 있다.

[방법] 연구 목적을 달성하기 위해, 프로야구에 참석한 총 1,196명의 관중을 조사했다. 데이터 분석은 AMOS 24.0을 통해 척도의 유효성과 신뢰성을 확인하기 위해 확인적요인분석(CFA)과 수렴 타당성, 판별 타당성 및 합성 신뢰도를 실시하였다. 연구 모델 및 가설 검증은 구조 방정식 모델링(SEM)을 사용하여 분석되었으며 10개의 프로야구 팀 환경에서 수집된 데이터를 사용하여 연구모형을 분석하였다.

[결과] 그 결과 스포츠 팀의 연고지역에서 지역사회 기여도에 대한 스포츠 소비자의 지역 정체성과 공동체의식이 팀 정체성에 미치는 긍정적인 영향에 대한 결과를 제공하였다.

[결론] 이 연구의 결과는 프로스포츠 팀 정체성과 지역사회 기여를 구축하기 위한 지역 정체성과 공동체의식의 역할을 확인함으로써 국내 프로스포츠산업 발전에 도움이 될 수 있을 것으로 판단된다.

주요어

지역 정체성, 공동체의식, 팀 정체성, 지역사회 기여도