



프로스포츠 관람자의 미적경험에 대한 구조적 개념 탐색

권 응¹ · 최헌혁²

¹한양대학교 · ²한국교육원대학교

Exploring the Structural Concept of Aesthetic Experience of Pro-Sports Spectators

Kwon, Woong¹ · Choi, Hunhyuk²

¹Hanyang University · ²Korea National University of Education

Abstract

The study to reveal the structure of beauty in sports through the experience of sports from the viewpoint of the participant of sports leisure activity is quite insufficient. In this study aims to explore the conceptual structure regarding spectators' perceptions on beauty in sport events. As such, various open-end questions were provided to 10 practitioners who work in diverse professional sport clubs in Korea. The collected data was analyzed through (a) content analysis and (b) agreement verification. The results show that spectators' perceived beauty includes the following six factors: players' passion, identification, respect, harmony, touching story, and united movement. This result implies that amplifying the aforementioned factors in the sport events will help to maximize spectators' joyness in sport event and their deviation from their everyday life. The result also suggests that professional sports clubs in Korea should deeply and exactly understand spectators' needs and desires in order to encourage spectators' participation.

Key words : passion, identification, respect, harmony, touching story, and united movement

주요어 : 열정, 동일시, 존중, 조화, 감동적 이야기, 하나된 움직임, 미적 경험

이 논문은 2018년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2018S1A5B5A07072630).

Address reprint requests to : Choi, Hunhyuk

250 Taeseongtabyeon-ro, Grangnae-myeon, Heungdeok-gu, Cheongju-si, Chungbuk 28173

Tel: ██████████ E-mail: dkheon@gmail.com

Received: February, 8, 2019 Revised: February, 28, 2019 Accepted: March, 15, 2019

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

미학(aesthetics)은 철학에 근원을 두고 발전해 온 것으로써 김주현(2009)은 미적개념을 특정한 상황이나 대상에 대해 감각적이고 감정적인 반응의 소통을 위해 사용되는 개념으로 반응을 불러일으키는 대상 또는 반응 그 자체를 미적인 것이라 정의하였다. 사회·심리학 분야에서 보고된 연구들은 사회문화의 구성원들이 인식하는 아름다운 신체의 영향력과 그로 인한 심리적 상태(김기범, 차영란, 2006; 김완석, 박은아, 디케모토, 2009; Reilly & Rudd, 2009)와 사회적 효과(Brady, 2013; Porteous, 2013)에 대한 연구들이 진행되었다. 이러한 관점에서 스포츠 미학은 철학에 근원을 두고 발전해 온 것으로 현상학과 인식론에 뿌리를 두고 있다(Kealin, 1968).

스포츠 미학은 논리적인 분석이나 이론적 서술만으로는 이해가 불가능하기 때문에 경험의 깊은 의의를 발견하여 그것이 무엇인가를 이해해야 한다(Kleinman, 1972). 스포츠의 미적 영역 즉, 스포츠가 인간에 의해 행위 되는 움직임으로 간주된다는 점을 감안할 때, 움직임의 역동성은 미의 근본적 특성을 형성할 것이다(서경희, 구분숙, 2001).

스포츠를 관람할 때 우리는 스포츠가 주는 미학적 성질을 경험할 수 있다. 이에 일부 연구자(김창룡, 1991; 남중웅, 1998)들은 스포츠에서 미적경험의 가능성을 언급하였다. 실제 스포츠 관람자의 미적경험에서 가장 중요한 계기가 되는 것은 시각을 통한 현상의 직관(intuition)과 그 직관에서 비롯되는 공감(sympathy)을 들 수 있다. 이 과정에서 스포츠 관람자들은 단지 보는 입장에 머물러 있지 않고, 스포츠경기 상황에 몰입하여, 하나의 직접적인 관여자가 됨으로써 공유와 공감의 단계에까지 나아가게 된다(서경희, 구분숙, 2001). 스포츠관람은 스포츠의 아

름다운 순간을 통해 미적경험, 즉 카타르시스를 얻을 수 있으며, 이것이 스포츠를 관람하는 재미이다. 뿐만 아니라 스포츠에 직접 참여는 사람들은 다양한 형태의 경험을 통해 미적감동과 심리적 긴장감, 역동성 등의 반응을 경험한다(Ashmore, Deaux, & McLaughlin-Volpe, 2004; Fredrickson & Losada, 2005; Wann, 2006). 이러한 이유로 스포츠경기 상황에서 관람자의 미적경험은 그 반응에 따라 다른 영역의 미적경험과는 다소 다르고 독특한 미적인 특성을 지니게 된다(Renshaw, 1975).

Wann(1995) 그리고 Trail과 James(2001)는 스포츠 소비자의 미적경험과 행동의 관계를 규명함에 있어서 스포츠경기 상황에서의 미적경험이 스포츠 관람자로 하여금 스포츠경기에 참여하게 하는 하나의 동기 요인이라고 제시하고 있다. 이처럼 미적경험을 증명하기 위해 과거의 연구들은 스포츠동기를 주제로 접근하여(Fink, Trail, & Anderson, 2002; Funk, Mahony, Nakazawa, & Hirakawa, 2001; Milne & McDonald, 1999; Sloan, 1989) 스포츠 관람자들의 스포츠참여에 대한 긍정적인 효과를 보고하였다.

특히 최근에 발표한 Trail과 Kim(2011)의 연구에서는 미적경험이 스포츠 관람자들의 스포츠경기 관람에 중요한 영향을 미치는 선행변인이라고 언급하면서도 관람자가 경험하는 다양한 형태의 미적감동, 심리적 긴장감, 역동성 등의 반응을 고려할 필요가 있음을 주장하였다. 그러나 지금까지 스포츠 미학을 다루었던 대부분의 연구나 저서들은 일반 미학에서 제시하는 시각적인 아름다움, 색채, 그리고 조형 등 외형적인 아름다움에 대한 연구에 초점을 맞추고 있다(Smith, 1988; Trail & James, 2001; Wann, 1995). 또한 스포츠경기를 관람할 때, 경기 승패에 따라 개인의 감정이 이입되는 느낌을 갖는 경우 역시 예술에서 경험하는 감정 또는 정서와 상당히 비슷한 구조로 제시하고 있다. 다만, 일부 연구에서 스포츠의 내재적 미

를 감성적으로 섬세하게 분석하는 연구(Kim, 2000), 그리고 스포츠시설 및 선수의 경기력에 대한 아름다움을 제시한 연구(Yoshida & Nakazawa, 2016)가 보고되었지만, 양적인 측면에서 매우 부족할 뿐만 아니라, 구체적으로 스포츠 본연의 아름다움을 다양한 관점에서 해석하려는 연구의 노력 또한 매우 미흡한 것이 현실이다. 따라서 본 연구에서는 스포츠경기 상황에서 스포츠 관람자들이 인지하는 미적경험의 의미를 심도 있고 많은 사람들이 공감할 수 있는 스포츠경기 상황에서 스포츠 관람자의 미적 개념을 정립하기 위해 연구를 진행하였다.

최근 4차 산업 혁명시대에 새로운 기술적 발전이 스포츠에 무수한 영향을 미치고, 이러한 기술의 발전과 더불어 소비자가 경험하는 미래 스포츠는 과거 욕구해소를 위한 단순한 관람형태가 아닌 다차원적 의미가 반영된 형태로 변화할 것이다. 이러한 관점에서 스포츠 관람자의 미적경험을 구성하는 요소들의 추출은 스포츠경기 상황에서 발생하는 다양한 현상들을 이해하고, 현장에서 느낄 수 있는 아름다움에 대한 정보들을 스포츠 관람자들에게 직접적으로 제공함으로써 스포츠경기 관람에 대한 경험을 극대화시킬 수 있는 유용한 정보가 될 것이다. 또한 스포츠의 미적경험 요소들의 장점을 보다 극대화하기 위한 정보를 탐색함으로써 스포츠 관람자들에게 현실적이면서도 의미 있는 정보를 제공하여 간접관람이 아닌 직접관람을 선택하기 위한 그 폭을 확장시킬 수 있을 것이다. 궁극적으로 프로스포츠구단에서는 이러한 현실적 정보를 바탕으로 스포츠 관람자들의 시대적 요구가 무엇인지를 이해함으로써 그들의 직접관람을 보다 효율적으로 이끌어내기 위한 현실적 방안을 마련할 수 있을 것이다. 이는 향후 프로스포츠 관람환경을 재구축하는 방안과 스포츠소비자행동 연구에 대한 이론적 폭을 넓힘으로써 새로운 연구의 시사점을 제공하는데 본 연구의 목적이 있다.

II. 연구방법

1. 연구 참여자

스포츠 관람자들이 인지하는 미적경험에 대한 자료 수집을 위해 프로스포츠구단의 마케팅 및 운영 팀장 등 실무자들을 연구대상으로 선정하였다. 연구대상자를 선정함에 있어 본 연구에 도움을 제공한 전문가의 의견을 수렴하였다. 구체적인 전문가들의 의견은 일반 관람자보다 현장의 실무자들이 확장된 시각에서 풍부한 현장경험과 다양한 의견을 줄 수 있다는 측면에서 질 높은 정보가 수집되고 그 정보를 연구에 반영할 수 있을 것으로 의견이 모아졌다. 이를 반영하여 연구자는 사전에 각 프로스포츠구단 마케팅 팀과 접촉하여 이 연구의 의미를 전달하고 협조를 요청하였다. 본 연구에 참여 의사를 밝힌 프로스포츠구단의 팀장급 10명을 연구 참여자로 선정하여 개방형 설문과 심층면담을 진행하였다. 개방형 설문과정에 참여한 연구 참여자의 특징은 <표 1>과 같다. 구체적으로 프로야구단 팀장급 5명, 프로축구단 팀장급 5명, 총 10명이 참여하였다. 참여자의 근무

표 1. 설문 조사 개요 및 참여 전문가 특성

설문 일시	2018년 11월 2일 ~ 12월 5일			
설문 방법	방문 및 전자메일을 통한 직접기입 방식			
전문가 수	10명			
전문가 직종	프로야구단: 5명, 프로축구단: 5명			
N	성별	참여자	직책	근무기간
1	남	고○○	operating manager	10년
2	남	김○○	marketing manager	5년
3	남	김○○	brand content manager	9년
4	여	김○○	marketing manager	11년
5	남	김○○	public relations manager	10년
6	남	맹○○	value innovation manager	15년
7	남	박○○	marketing manager	10년
8	남	이○○	operating manager	6.4년
9	남	전○○	marketing manager	9.5년
10	남	채○○	director	4.4년

경력은 평균 9년(SD=3.11)으로 조사되었다.

2. 조사도구

스포츠 관람자들이 인지하는 미적경험에 대한 자료 수집을 위해 개방형 설문과 심층면담을 활용하였다. 문헌고찰을 통해 개방형 설문과 심층면담 문항을 제작하였고, 질적연구 경험이 풍부한 스포츠경영학 교수와 박사 1명, 스포츠심리학 교수와 박사 1명, 총 4인으로 구성된 전문가 회의를 통해 내용 타당도를 검증하였다.

스포츠 관람자들이 지각하는 스포츠경기 관람상황에서 경험하는 아름다움의 구성요소를 알아보기 위해 개방형 설문을 실시하였다. 개방형 설문 내용은 ‘스포츠경기 관람상황에서 경험하는 “아름다움”에는 무엇이 있나요?’의 질문과 ‘스포츠경기 관람 중 “아름답다”라고 경험한 상황이 있다면 무엇이었나요?’의 미적경험과 관련된 질문으로 구성하여 설문을 진행하였다.

3. 자료수집 절차

스포츠 관람자들이 경험하는 스포츠경기 관람상황에서의 아름다움에 대한 구성개념을 알아보기 위해 프로스포츠구단 실무자들에게 직접 연락을 취하고 약속된 시간에 해당 구단 사무실을 직접 방문하여 운영 및 마케팅 팀장 등과 개별적 면담을 통해 연구의 목적과 취지를 설명하고 설문조사 협조를 요청하였다. 설문작성 중 돌발 상황에 효과적으로 대처하기 위해 사전에 교육된 연구보조자 1명과 함께 동행하였다. 설문지 작성시간은 약 20분에 걸쳐 진행하고자 하였다. 시간을 설정하여 설문을 진행한 것은 참여자들이 설문으로 인해 업무부하 또는 피로감을 사전에 방지하기 위함이었다. 개방형 설문에 성실하게 응답을 유도하기 위해 사전에 연구 주제에 대해 충분한 설명과 함께 문항을 메일로 미리 발송하여 이해를 도모하

여, 이해부족으로 인한 오류의 가능성을 최소화 하였다. 아울러 연구의 특성을 고려하여 이 연구에 대한 긍정적 효과 및 정보에 대한 자료는 협조해준 구단에 제공할 것을 약속하였고 참여자의 정보는 연구진 이외에는 철저히 익명으로 진행할 것을 약속하였다.

한편, 연구자와 공동연구자는 연구의 윤리적 고려를 위해 소속기관의 생명윤리위원회에서 실시하는 생명윤리 및 안전에 관한 법률 교육을 수료(17-A-00006343)하고 심의 승인 후 그 지침에 따라 연구 참여 동의서를 통해 자발적 참여 의사를 밝힌 참여자들에 한해 설문을 진행하였다. 설문에는 성별과 근무경력, 그리고 직책을 제외한 다른 사항은 표기하지 않았고, 연구 참여 중단 및 철회 권 보장 그리고 인터뷰나 면접과정에서 습득되는 참여자의 개인정보 등은 동의 후 안전하게 처분할 것을 약속하였다. 설문에 응답한 참여자들에는 소정의 사례금을 지급하여 자료(설문)의 신뢰성을 높이고자 노력하였다.

4. 자료분석

개방형 설문을 통해 확보한 원 자료는 삼각검증을 통해 분석한 Seong과 Kim(1996) 그리고, 4인 합의검증 방법을 통한 박상혁, 김영숙, 성장훈(2017)의 연구에서 활용된 내용분석(content analysis)방법을 활용하여 분석하였다. 먼저 개방형 질문지에 대한 반응은 내용 분석이나 의미 분석을 통한 언어분석 절차에 따라 분류 및 범주화를 시도하였으며, 특히 영역별로 범주화시킬 때 분석 수준에 관계없이 개별 영역은 하위의 여러 반응이 충분히 포함되게 구성하였다(박상혁, 김영숙, 성장훈, 2017, 재인용). 이러한 과정에서 공동연구자 2인과 전문가 2인에 의해 합의된 내용만을 연구에 반영하였고, 합의가 이루어지지 않은 정보들은 기타영역으로 분류하여 전문가들의 재논의 과정을 거쳐 추가 반영 및 삭제에 대한 최종 결정

과정을 진행하였다. 또한 이 연구가 스포츠현장 적용에 대한 의미를 반영하기 위해 진행되는 것인 만큼 보다 엄격하고 신뢰도 높은 자료 처리를 위해 노력하였다.

심층면담 자료는 개방형 설문을 통해 수집된 자료를 기반으로 아름다움에 대한 구성요소를 도출하였다. 이를 통해 스포츠경기 관람상황에서 경험하는 아름다움에 대한 보다 구체적인 의견을 수렴하고자 하였으며, 이 과정에서 ‘스포츠경기 관람 이외에 경기장 내 환경에서 “아름답다”라고 느끼는 상황이 있는지?’ 그렇다면 ‘스포츠경기 상황과 경기 외적인 환경의 조화로움이 “아름다움”이라고 할 수 있는지?’ 등과 같은 질문을 자유롭게 그리고 정형화된 틀에서 벗어난 비절차적인 인터뷰를 통해 아름다움의 요인을 논리적으로 명명하는데 활용하였다.

Ⅲ. 결과

스포츠 관람자가 경험한 아름다움 탐색

스포츠경기 관람상황에서 스포츠 관람자가 경험한 아름다움에 대한 분석을 다음과 같이 진행하였다. 먼저 개방형 설문 분석 과정에서 나타난 자료의 의미와 속성을 인터뷰를 통해 확인하였다. 가장 유사한 개념으로 구조화한 내용은 <표 2>와 같다. 아름다움을 분류하고 개념화하는 과정에서 스포츠의 아름다움과 어떠한 차이가 있으며, 어떤 유사한 점이 있는지 확인하면서 분석을 진행하였다. 먼저 1차적 세부요인으로 분류한 다음, 보다 상위개념의 영역으로 요인을 통합하는 과정을 거쳤다. <표 2>에 제시된 것처럼 스포츠 관람자들이 스포츠경기 관람상황에서 느끼는 아름다움은 6가지 요인으로 설명할 수 있다.

첫째, 선수들이 경기상황에서 보여주는 투지, 투혼 그리고 어려움을 극복하고 개인의 목

표와 자신의 팀 승리를 위해 노력하는 모습을 나타내는 선수들의 열정 요인이다.

둘째, 동일시 요인으로 스포츠 관람자들의 열광적 응원과 함성에 화답하는 선수들의 모습, 그리고 관람자들의 단합되고 일체화된 응원 모습에 대한 내용을 포함하였다. 결과적으로 동일시 요인은 관람자들이 응원하는 하나된 목소리와 열기(함성)에 대한 모습을 동일시로 인식하는 것으로 나타났다.

셋째, 존중 요인으로 스포츠맨십과 존경에 대한 내용이 포함되었다. 많은 선수들이 그라운드에 보여주는 서로간의 격려와 존중 그리고 친한 동료애의 모습으로부터 관람자들은 프로스포츠 정신의 모습을 발견한다. 또한 상대선수가 부상을 당했을 경우 진심으로 걱정하고, 패자에게 위로를 건네며, 존경을 표하는 모습에서 관람자들의 존경심을 이끌어내기에 충분한 것으로 나타났다. 이러한 모습을 통해 관람자들은 선수들과 희로애락을 함께 하며 이러한 차원에서 아름다움에 응답한 것으로 나타났다.

넷째, 경기장 환경과 세련미의 하모니, 즉 조화 요인이다. 이 과정에서 관람자들은 경기장 인테리어와 시간대별 변하는 경기장의 모습 그리고 계절의 변화를 느끼며 관람할 수 있는 경기장 모습의 친자연적 경기장을 보면서 아름다움을 느끼고 이러한 차원에서 아름답다고 응답하는 것으로 나타났다.

다섯 번째는 감동적 이야기 요인으로 선수나 팀의 스토리, 경쟁 팀 간의 스토리 등과 우승의 감동이나 경기 중 일어나는 감동적인 장면, 그리고 매순간 발생하는 환희와 좌절과 관련된 내용으로 극적인 장면의 연출과 감정을 적극적으로 표현하는 자기표현을 감동적 이야기로 설명하였다.

여섯 번째는 하나된 움직임 요인으로 퍼포먼스와 일체감에 대한 내용을 포함하였다. 특히 선수들이 보여주는 환상적인 테크닉 등의 멋진 플레이나 허슬플레이 그리고 약속된 움직임에 대한 통일성, 선수들과 함께 호흡할 수 있는

현장감, 그리고 팀을 응원하는 사람들과의 소속감 등의 요소를 통해 관람자들은 아름다움을 인식하는 것으로 나타났다.

표 2. 스포츠 상황에서 관람자가 경험한 아름다움의 구성요소

원자료 (main source date)	세부영역 (sub-categories)	일반영역 (main categories)	빈도 (frequency %)
경기에서 쏟아 붓는 열정과 투혼 승리 열원	투혼		
선수들의 땀 승리를 위해 땀 흘리는 선수들의 모습	투지	열정	6(11.3%)
개인의 어려움(방출, 연습선수, 부상, 질병 등)을 극복하고 성공 선수 개인의 기록 달성을 위한 노력	극복		
관람자들의 하나된 목소리 응원하는 관람자의 모습 관람자들이 함께 응원하는 모습 응원의 열기(합성, 탄식) 선수들을 응원하는 팬들의 단합된 합성 기뻐하는 관람자의 모습 관람자들의 함성에 화답하는 선수의 모습 경기 내내 열광적으로 응원하는 모습	열광적 응원	동일시	8(15.1%)
서로간의 격려, 존중, 동료애 승자에게는 박수를 패자에게는 위로를 건네는 프로정신 상대선수 부상을 진심으로 걱정하는 모습 패자에게 진심으로 존경을 표하는 모습	스포츠맨십	존중	9(17.0%)
관람자들이 존경심 표현 페어플레이어 관람자들이 선수들과 희로애락을 함께하는 모습	존경		
경기장 인테리어 경기장 진입과 동선	경기장 환경		
기간대별 변하는 구장의 모습(낮과 밤) 계절의 변화를 느끼며 관람할 수 있는 경기장 친자연적 환경의 경기장 정확한 규격에 의해 설계된 그라운드 세련미	경기장 세련미	조화	7(13.2%)
팀 간의 스토리, 선수에 관한 스토리 선수의 스토리 스포츠 스토리텔링	이야기		
매 순간 발생하는 환희와 좌절 성취, 환희 또는 아쉬움을 적극적으로 표현하는 자기표현 훈련, 골 득점이 주는 아름다움(안타, 패스 등을 통한 득점 장면)	표현 결정적 장면	감동적 이야기	12(22.6%)
우승의 감동 승리의 순간 경기 중 일어나는 감동의 장면, 극적인 장면 결정적 순간이 주는 아름다움(기술 구연 장면)	감동		
환상적인 수비 타자를 꼼짝 못하게 하는 투수의 피칭 흉내 낼 수 없는 테크닉 등의 무브먼트 생동감 선수들의 움직임, 약속된 움직임에 대한 통일성 멋진 플레이, 허슬플레이	퍼포먼스	하나된 움직임	11(20.8%)
팀을 응원하는 팬들과의 소속감 선수들과 함께 호흡할 수 있는 현장감 응원단장과 치어리더의 통일된 몸짓 상대팀 팬들과의 경쟁심	일체감		

IV. 논의

스포츠경기 관람상황에서 아름다움의 정의를 내리기 위해서는 아름다움을 학문의 대상으로 삼는 미학적 관점의 접근이 필요하다. 일부 연구자들의 경우 미학적 관점에서 아름다움의 개념을 ‘특정한 상황이나 대상에 대해 감각적이고 감정적인 반응의 소통을 위해 사용된 개념’으로 반응을 불러일으키는 대상과 혹은 반응 그 자체로 정의하였다(김주현, 2009). 이러한 이론적 근거를 바탕으로 본 연구에서는 스포츠경기 상황에서 관람자가 지각하는 스포츠의 아름다움에 대한 개념을 탐색하고자 하였다. 관람자의 관점에서 스포츠의 아름다움은 잘 구성된 움직임의 조화, 균형감각, 팀 및 개인전술과 테크닉, 기술, 경기장의 대칭구조, 그리고 리드미컬한 움직임과 함께 선수들의 외모나 체형 등과 같은 시각적 현상이 스포츠 아름다움의 판단 기준이 될 것이다. 이에 스포츠 아름다움의 개념은 관람자의 입장에서 볼 때 주관적 개념의 느낌보다 객관적으로 보여 지는 하나의 현상학적 사실에 가깝다(이계행, 김보정, 2008). 즉, 관람자들은 자신의 눈앞에서 펼쳐지는 모습에서 각자의 방식대로 아름다움의 여부를 결정지을 것이다. 이러한 배경을 기반으로 도출된 스포츠경기 관람상황에서의 아름다움에 대한 개념 요인들은 관람자들이 느끼는 감정과 이미지를 기반으로 하여 형성되는 인식으로 개인의 경험과 지식, 문화적 기반에 따라 다음과 같은 6개의 요인으로 도출되었다.

1. 스포츠미적경험에서의 열정

스포츠선수들이 스포츠경기에서 보여주는 투지, 투혼 그리고 어려움을 극복하고 개인의 목표와 팀의 승리를 위해 노력하는 모습에서 관람자들은 아름다움을 경험하는 것으로 나타났다.

미적경험이란 관람자들이 심미적 특성

(characters of beauty)을 갖춘 요소를 경험하고 감상하는 것(Gardner, 1985)으로 이는 관람자들이 시각적 요소를 만족할수록 소비자의 긍정적인 반응도 증가한다. 이처럼 관람객이 경험하는 아름다운 경기가 진행되려면 스포츠에서 극적인 긴장감을 유도할 수 있는 경쟁과 열정이 있어야 한다(Kaelin, 1968)고 강조하고 있다. 열정(passion)은 인간의 삶에 강력한 에너지의 역할(Vallerand, 2010)을 하기 때문에 열정이 심리적 측면에 중요한 영향을 미친다. 이러한 관점에서 최근 스포츠 관람자들은 단지 자신이 좋아하는 구단의 승리에만 열광하고 응원하는 것이 아니라 선수들이 어려운 상황을 극복하고 성공이라는 목표를 향해 노력하는 열정적 모습과 승리를 위해 경기에서 모든 것을 쏟아 붓는 투혼 그리고 흘리는 땀 등 선수들이 보여주는 굳센 모습들을 중요한 요소로 인식하고 있다. 보편적으로 선수들에게 있어 투지는 목표를 향한 끊임없는 노력과 열정으로 언급된다. 실패나 역경에도 불구하고 목표를 추구하기 위한 노력과 목표를 성취하기 위한 열정적인 마음가짐은 선수들 자신에게도 긍정적으로 작용할 수 있겠지만 스포츠 관람자들의 관점에서 이러한 모습은 스포츠경기 관람상황에서 하나의 아름다움으로 지각되는 것으로 해석된다.

2. 스포츠미적경험에서의 동일시

스포츠경기 상황에서 열광적 응원과 관련된 관람자들의 함성에 화답하는 선수의 모습과 관람자들의 단합된 함성에 대해 관람자들은 아름다움을 경험하는 것으로 나타났다.

스포츠경기 현장에서 팬들의 함성과 이에 화답하는 선수의 모습, 선수들을 응원하는 관람자들의 단합된 함성과 응원의 열기 등 관람자 각자가 서로 잘 어울리는 모습을 통해 개인이 특정 조직에 심리적으로 연결됨을 인식하고 있는 것으로 나타났다. 스포츠 관람자들은 스포

츠경기 관람을 통해 즐거움을 느끼고, 경기관람에 몰두하며, 자신이 응원하는 팀과의 일체감이 형성된다(Sutton, McDonald, Milne, & Cimperman, 1997). 또한 스포츠관람과 같은 대규모의 스포츠소비는 사람들이 여가시간을 통해 누릴 수 있는 다양한 형태의 감정적 경험을 수반하며, 스포츠 관람자들이 오랜 시간동안 스포츠경기에 인지-감정적으로 참여 할 수 있다는 것은 스포츠경기 관람경험을 자신과 동일시하기 때문이다(권웅, 이현우, 2015; Bulis & Bach, 1989). 따라서 스포츠 관람자들은 자신의 자아와 일치한다고 느끼는 스포츠구단과의 동일시를 통해, 그 구단에 대한 강한 연관성을 가짐으로써 구단과의 결속력을 인지하고, 구단의 승패가 마치 자신의 일처럼 느끼고 경험하게 된다(Ashforth & Mael, 1989). 이처럼 스탠드를 메우고 있는 팬들과 응원문화, 자신의 응원하는 팀에 대한 절대적 믿음과 충성도 등 스포츠구단과 스포츠판이 만들어 가는 관계를 통해 동일시가 형성되어지며, 이러한 모습에서 관람자들은 하나의 아름다움으로 지각하는 것으로 해석된다.

3. 스포츠미적경험에서의 존중

많은 스포츠선수들이 스포츠경기 상황에서 보여주는 서로간의 격려와 존중 그리고 친한 동료애의 모습으로부터 관람자들은 프로스포츠 정신의 모습을 발견한다. 이러한 선수들의 스포츠맨십과 존경에 대한 존중에 대해 아름다움을 경험하는 것으로 나타났다.

페어플레이 정신에 입각해 스포츠경기 상황에서 선수들 간에 서로를 격려하고 존중하는 모습뿐만 아니라 상대방 선수의 부상을 진심으로 걱정하고, 패자에게 위로를 건네고, 반복되는 도전정신의 프로다운 모습은 진정 스포츠에서 소중한 가치를 얻는 데에도 중요한 역할을 한다. 아울러 스포츠 관람자들이 지각하는 아

름다움을 구성하는 개념으로도 매우 중요한 요인이다. 최근 보고되는 많은 연구들은 물론 스포츠경기 상황에서도 스포츠의 정직함과 긍정적인 사고를 강조하고 있다. 실제 2018 평창동계올림픽에서 이상화선수와 경기를 펼쳤던 일본의 선수가 이상화선수를 안는 장면에서 우리는 진정한 승자의 아름다운 마음의 공감을 확인했다. 스포츠에서의 승리는 매우 중요하다. 하지만 무조건 이겨야 한다는 단순한 승리공식보다 진정한 승자가 되기 위한 철학과 가치(Small & Smith, 1981)가 무엇인지를 고려할 필요가 있음이 이 결과를 통해 다시한번 입증되었고, 이러한 형태가 스포츠 관람자들의 인식에 그대로 투영된 결과로 해석할 수 있다.

4. 스포츠미적경험에서의 조화

스포츠 관람자들은 경기장 환경과 세련미의 하모니 즉, 경기장 인테리어와 시간대별 변하는 구장의 모습 그리고 계절의 변화를 느끼며 관람할 수 있는 경기장의 모습의 친자연적 환경의 경기장을 보며 아름다움을 경험하는 것으로 나타났다.

최근 환경심리학이론(environmental psychology; Bonnes, 2017; Groot, 2018)이 적용된 많은 연구들은 시설환경이 인간의 심리와 행동에 많은 영향을 미치는 것으로 보고하였다. 장경로(1999)에 따르면 경기장의 시설 환경에 대한 부정적인 인식은 향후 관람의도에 부정적인 영향을 미칠 수 있다고 보고하였다. 이러한 관점에서 최근 프로스포츠구단들이 심혈을 기울이고 있는 영역 중 하나가 경기장 환경에 대한 부분이다. 실제 미국 프로야구 경기장의 경우 관중석 좌석에도 그 의미를 부여하여 좌석에 색을 꾸민 사례뿐만 아니라 네이밍 마케팅을 통한 홍보적 측면을 강조하는 경우도 있다. 스포츠공간의 활용과 경기장이용 수요에 부응하는 스포츠소비자에게 친화적이며 환경 친화적

스포츠공간의 확보는 기존의 경기장 경험과 차별화된 경험을 갖게 될 것이다. 특히 스포츠경기를 치르기 위해 화려하게 꾸며진 경기장, 레이스를 위해 그려진 백색의 트랙 그리고 육상경기를 위해 마련된 갖가지 곡선과 직선, 야구장에 그려져 있는 다이아몬드의 대칭, 선수 및 심판 복장의 색채 등은 스포츠 관람자들이 스포츠를 관람하면서 보게 되는 주변 환경의 아름다움이다. 이러한 스포츠경기 이외의 환경들은 스포츠경기 상황에서 행해지는 선수들의 숙련된 기술을 더욱 빛나게 한다(Gross, 1979). 따라서 스포츠경기 상황에서 경기외적인 환경이 관람자들에게 전의되어 미적인 공감대를 이룰 때, 관람자들은 비로소 스포츠의 아름다움을 경험하게 된다(류상호, 2008). 스포츠경기장이 단순히 승부를 낸다는 관점에서 벗어나 이제는 관람자들의 일상생활에 스며든 하나의 문화 아이콘으로 자리 잡고 있다는 측면에서 친환경적 구장에 대한 인식 정도가 관람자들의 행동 방식으로 동기화 될 것이며, 이러한 다양한 요소들의 조화로우미 아름다움으로 강하게 인식되고 있음을 확인하였다.

5. 스포츠미적경험에서의 감동적 이야기

스포츠 관람자들은 스포츠선수들의 스토리나 팀 간의 스토리, 우승의 감동이나 경기 중 일어나는 감동적인 장면, 그리고 매순간 발생하는 극적인 장면의 연출과 감정을 적극적으로 표현하는 자기표현을 아름다움으로 인식하는 것으로 나타났다.

스포츠 관람자들은 친구들과의 경기장 방문 때 특별한 경험을 기억하고, 팀의 극적인 우승, 연장전 속의 긴장감을 기억한다. 이처럼 스포츠 자체에서 이야기가 만들어지고 이러한 이야기는 경기에 영향을 주기도 한다(김가영, 권웅, 2018). 예를 들어 미국 메이저리그 보스턴 레드삭스 구단은 밤비노라는 애창을 가진 전설적

인 홈런타자 베이브루즈를 양키즈 구단으로 트레이드 시킨 후 2004년 까지 86년 동안 단 한번도 우승하지 못한 ‘밤비노의 저주’ 이야기가 있다. 이는 경기의 외적 재미를 유발했을 뿐 아니라 보스턴과 뉴욕간의 라이벌 구도를 형성하여 흥미로운 스토리를 만들어내고 있다(박찬혁, 2006). 인간의 기억은 긍정적인 감정과 결합할 때 아름다운 추억이 된다. 때문에 경기장에서 즐겁고 행복한 경험을 제공하는 것은 무엇보다 중요한 요소가 된다. 스포츠경기에서의 감동적 연출은 스포츠를 관람하는 관람자들이 가장 보고 싶은 장면일 것이다. 또한 관람자가 응원하는 팀에 대한 절대적 믿음은 프로스포츠 구단과 스포츠판이 만들어 가는 긍정적 관계를 통해 아름다운 기억이 될 수 있다. 실제 9회말 극적으로 터진 홈런에 어느 한 어린이가 기쁨의 눈물을 흘렸고, 이 장면이 중계화면에 노출된 후 곳곳에서 많은 화제가 됐다. 이 소식에 홈런을 친 타자는 야구 배트를 선물했다. 당시 구단은 야구를 좋아하고 순수하게 기뻐하는 모습에 감명을 받았다고 한다. 이러한 사례에서 우리는 진정한 팬 서비스의 가치를 이해할 수 있고, 이러한 스토리가 만들어지고 공유할 수 있는 상황에 관람자들은 아름다움을 인식하게 된다. 스포츠판이 없으면 존재 가치가 ‘1도 없는’ 것이 프로스포츠라는 것을 스포츠를 좋아하는 누구나 알고 있다. 프로스포츠구단은 이러한 인식을 통해 스포츠판과 함께 만들어가는 감동적 이야기가 관람자들에게 아름다운 울림을 준다는 사실을 기억할 필요가 있다.

6. 스포츠미적경험에서의 하나된 움직임

스포츠선수들이 보여주는 환상적인 테크닉, 멋진 플레이나 허슬플레이 그리고 약속된 움직임에 대한 통일성, 선수들과 함께 호흡할 수 있는 현장감, 그리고 팀을 응원하는 사람들과의 소속감 등의 요소를 통해 관람자들은 아름답

다음을 경험하는 것으로 나타났다.

Martens & White(1975)는 스포츠에서 표출되는 위대한 순간은 수행자의 기술이나 탁월한 퍼포먼스(performance)에 달려있다고 주장하였으며, Kostelanetz(1973) 역시 프로스포츠가 수행기술과 숙련도가 매우 높기 때문에 아마추어 스포츠보다 더 심미적임을 주장하였다. Gross(1979)는 스포츠경기 상황에서 최고의 기술 즉 숙련된 기술을 구사하거나 팀원이 하나가 되어 만들어 내는 조직적이면서 유기적인 경기력은 보는 이로 하여금 몰입을 하게 되어 스포츠의 참다운 예술성을 발견할 수 있다고 주장하였다. 이처럼 스포츠 관람자의 미적경험은 미적 대상이 되는 최고의 테크닉 즉 숙련된 기술의 퍼포먼스를 객관적으로 보면서 스포츠의 속성에서 비롯되는 특유의 아름다움을 발견하게 된다. 경기의 매력적 측면을 표현해 보면 생동감, 눈앞에서 실시간으로 펼쳐지는 플레이어의 움직임, 대규모 관람자들이 함께 응원하는 모습 등을 떠올릴 수 있다. 또한 자신이 응원하는 팀에 대한 승리 염원 그리고 좋은 경기력을 바라는 팬들의 응원은 하나 된 목표를 향해 일체된 몰입감을 보여준다. 많은 사람들이 누적된 스트레스 해소를 위해 합리적 일탈을 꿈꾸고 이를 실천하기 위해 경기장을 찾는다. 수많은 관람자들이 모인 그 속에서 응원의 함성과 아쉬움의 탄식 등 이런 장면은 관람자의 감정선에 영향을 미칠 수 있다. 결론적으로 스포츠 관람자들이 경기장을 직접 방문하여 스포츠경기 관람을 통해 느끼는 감정이 기억의 중요한 부분을 차지함을 시사한다. 응원분위기에서의 흥분, 열정, 북적임 등의 적극적인 참여를 통해 감정이 고조되고, 사람들과의 관계 속에서 더욱 강렬히 기억된다고 할 수 있다(김가영, 권웅, 2018). 특히 스포츠 관람자들은 관람경험을 기억할 때 대부분 경기장분위기 또는 경기내용의 근거하여 긍정적 감정을 표현하고 있지만, 더욱 스포츠 관람자들의 진정한 경험을 이

끌어 내도록 관람경험에 영향을 받는 여러 요인들에 대한 이해가 필요하다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 스포츠경기 상황에서 관람자가 지각하는 스포츠의 아름다움에 대한 구조적 개념을 탐색하기 위해 다음과 같은 구체적인 목적을 가지고 진행되었다. 먼저, 스포츠 현장에서 느낄 수 있는 아름다움에 대한 정보들을 스포츠 관람자에게 제공함으로써 직접관람을 위한 선택의 폭을 보다 확장시키고자 하였다. 또한 현 시점에서 스포츠 관람자들의 요구가 무엇인지를 정확히 이해함으로써 그들을 경기장으로 이끌어내기 위한 효율적이면서도 실용적인 방안을 마련하는데 유용한 정보를 프로스포츠구단에 제공하기 위한 목적도 내포되어 있다. 이에 프로야구단 팀장급 5명, 프로축구단 팀장급 5명, 총 10명을 대상으로 스포츠의 아름다움에 대한 구성개념을 알아보고자 개방형 설문을 실시하였고, 3인 합의를 검증 및 내용분석을 통해 스포츠경기에서 느끼는 아름다움의 구성요소를 도출하였다. 분석결과 열정, 동일시, 존중, 조화, 감동적 이야기, 그리고 하나된 움직임 6가지의 요소가 도출되었다. 이처럼 본 연구에서 확인된 스포츠 관람자들의 미적경험의 6가지 요소들은 스포츠 관람자들의 상황적 정보 및 가치추구와 현실적 욕구가 반영된 결과라는 점에서 실제 현장에 적용하는데 큰 도움이 될 것으로 판단된다.

한편 본 연구에서 나타난 결과를 토대로 후속 연구에서 해결해야할 과제를 제언하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서 제공하는 아름다움을 객관적으로 측정할 수 있는 도구를 개발하고 그 타당도를 검증할 필요가 있다. 이러한 척도 개발을 통해 관람자들이 경기장을 찾는 가장 현실적 이유와 목적이 무엇인지를 보다 새로운 관점에서 확인할 수 있을 것으로 판단

된다. 둘째, 스포츠의 아름다움에 대한 개념을 보다 심층적으로 접근하여 정립하기 위해 관람자의 성별이나 연령에 따라 인식되는 스포츠의 아름다움에 대한 탐색이 추가적으로 필요할 것으로 판단된다. 셋째, 관람자들의 직접관람을 유도하기 위한 마케팅전략 구축 및 방안 마련에도 크게 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

참고문헌

- 권웅, 이현우(2015). 스포츠팬의 관람행동 반응, 몰입경험 및 재방문의도의 관계: 체화된 인지 이론 적용. *한국스포츠산업경영학회지*, 20(4), 67-80.
- 김가영, 권웅(2018). 치맥, 응원 그리고 홈런 : 자유연상단어 기법을 통한 스포츠소비자 관람 경험 모델제시. *한국체육학회지*, 57(5), 293-308.
- 김기범, 차영한(2006). 여성의 화장을 통한 미(美)와 자기개념의 사회문화적 의미분석. *한국심리학회지: 여성*, 11(1), 107-123.
- 김완석, 박은아, 다케모토(2009). 객체화 신체 의식과 신체존중감, 자기해석의 관계: 한국, 중국, 일본 여대생 비교. *한국심리학회지: 여성*, 14(1), 23-46.
- 김용주(2000). 스포츠미학의 구상적 구조체계에 관한 고찰. 미간행 석사학위논문, 중앙대학교 대학원.
- 김주현(2009). 외모 꾸미기 미학과 페미니즘. 서울: 책세상.
- 김창룡(1991). 스포츠의 미학적 개념정립에 관한 연구. 미간행 박사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 남중웅(1998). 스포츠에서 심리적 경험의 의미. *대구 경북체육학회지*, 8(1), 29-40.
- 류상호(2008). 프로농구의 미적 체험론에 관한 연구. 미간행 박사학위논문, 동아대학교 대학원.
- 박상혁, 김영숙, 성장훈(2017). 국가대표 투기종목 선수들의 시합 두려움과 용기의 개념 탐색. *체육과학연구*, 28(3), 712-723.
- 박찬혁(2006). *스포츠마케팅의 세계*. 파주: 살림출판사.
- 서경희, 구본숙(2001). 스포츠의 본질을 통한 미적 체험 연구. *한국체육철학회지*, 9(2), 125-141.
- 이계행, 김보정(2008). 태권체조의 미적가치-세계 태권도한마당 태권체조부문 3 연패 작품을 중심으로. *한국체육철학회지*, 16(1), 129-140.
- 장경로(1999). 경기장 시설이 관중의 만족도와 향후 경기 관람 의도에 미치는 영향에 관한 연구. *한국스포츠산업경영학회지*, 4(2), 1-12.
- Ashforth, B. E., & Mael, E. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
- Ashmore, R. D., Deaux, K., & McLaughlin-Volpe, T. (2004). An organizing framework for collective identity: Articulation and significance of multidimensionality. *Psychological Bulletin*, 130(1), 80-114.
- Bonnes, M. (2017). *Psychological theories for environmental issues*. Routledge.
- Brady, E. (2013). *The sublime in modern philosophy: Aesthetics, ethics, and nature*. Cambridge University Press.
- Bullis, C. & Bach, B. W. (1989). Are mentor relationships helping organizations? An exploration of developing mentee-mentor organizational identifications using turning point analysis. *Communication Quarterly*, 37, 199-213.
- de Groot, J. I. (2018). *Environmental psychology: An introduction*. John Wiley & Sons.
- Fink, J., Trail, G., & Anderson, D. (2002). An examination of team identification:

- Which motives are most salient to its existence? *International Sports Journal*, 3, 195-207.
- Fredrickson, B. L., & Losada, M. F. (2005). Positive affect and the complex dynamics of human flourishing. *American Psychologist*, 60(7), 678-686.
- Funk, D. C., Mahony, D. F., Nakazawa, M., & Hirakawa, S. (2001). Development of the sport interest inventory (SII): Implication for measuring unique consumer motives at team sporting events. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 3(3), 38-63.
- Gardener, M. (1985). Mood states and consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 281-300.
- Gross, E. (1979). Sport leagues: A model for a theory of organizational stratification. *International Review for the Sociology of Sport*, 14, 103-112.
- Kaelin, E. F. (1968). The well played game: Note toward an aesthetics of sport. *Quest*, 10, 119-131.
- Kleinman, F. (1972). The athletic contest as a tragic form of art. *Philosophic Exchange*, 3(1), 125-136.
- Kostelanetz, R. (1973). Fanfare for TV football. *Intellectual Digest*, 3(12), 53-54.
- Martens, R., & White, V. (1975). Influence of win-loss ratio on performance, satisfaction and preference for opponents. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11(4), 343-362.
- Milne, G. R., & McDonald, M. A. (1999). *Sport marketing: Managing the exchange process*. Sudbury, MA: Jones and Bartlett.
- Porteous, J. D. (2013). *Environmental aesthetics: Ideas, politics and planning*. Routledge.
- Reilly, A., & Rudd, N. A. (2009). Social anxiety as predictor of personal aesthetic among women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 27(3), 227-239.
- Renshaw, P. (1975). The nature and study of human movement: A philosophical examination. *Journal of Human Movement Studies*, 1, 5-72.
- Sloan, L. R. (1989). *The motives of sports fans*. In J. H. Glodstein (Ed.), *Sports games and play: Social and psychological viewpoints*(2nd ed. pp. 175-240). NJ: Lawrence Erlbaum, Hillsdale.
- Smith, G. J. (1988). The noble sport fans. *Journal of Sport and Social Issues*, 12, 54-65.
- Smoll, F. I., & Smith, R. E. (1981). Developing a healthy philosophy of winning in youth sports. In V. Seefeldt, F. L. Smoll, R. E. Smith, & D. Gould (Eds.), *A winning philosophy for youth sport programs* (pp. 17-24). East Lansing, MI: Michigan Institute for the Study of Youth Sports.
- Sutton, W., McDonald, M., Milne, G., & Cimperman, J. (1997). Creating and fostering fan identification in professional sports. *Sport Marketing Quarterly*, 6, 15-22.
- 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.
- Trail, G. T., & Kim, Y. K. (2011). Factors influencing spectator sports consumptions: NCAA women's college basketball. *International Journal of Sport marketing &*

- Sponsorship*, 13, 60–82.
- Vallerand, R. J. (2010). On passion for life activities: the dualistic model of passion. in M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 42, 97–193. New York: Academic press.
- Van der Werff, E., Steg, L., & Keizer, K. (2013). It is a moral issue: The relationship between environmental self-identity, obligation-based intrinsic motivation and pro-environmental behaviour. *Global Environmental Change*, 23(5), 1258–1265.
- Wann, D. L. (1995). Preliminary motivation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport and Social Issues*, 19, 377–396.
- Wann, D. L. (2006). Understanding the positive social psychological benefits of sport team identification: The team identification–social psychological health model. *Group dynamics. Theory, Research, and Practice*, 10(4), 272–296.
- Yoshida, M., & Nakazawa, M. (2016). Innovative sport consumption experience. *Journal of Applied Sport Management*, 8(1), 1–21.