



여성의 여가스포츠 향수에 따른 레크리에이션 전문화

김종호¹ · 황선환²

¹울산대학교 · ²서울시립대학교

Recreation specialization according to leisure sport nostalgia of women

Kim, Jongho¹ · Hwang, Sunhwan²

¹University of Ulsan · ²University of Seoul

Abstract

The purpose of this study was to analyse the recreation specialization tendency according to leisure sport nostalgia of women. The subjects of the study were to set up a population of women over the age of 20 who were regularly participating in leisure sports activities, and to analyze a total of 200 questionnaires, excluding those that were returned with poor responses or missing answers, using the purposive sampling method. In order to compare the level of recreation specialization according to the level of leisure sports nostalgia, the level of leisure sports nostalgia was classified as upper, middle, and lower using K-means cluster analysis. The one-way ANOVA was conducted in order to verify the difference in recreation specialization based on the groups, and the multiple regression analysis was employed to analyze the effect of leisure sports nostalgia on recreation specialization. According to the results, firstly, there were differences in all sub-factors of recreation specialization according to the level of leisure sports nostalgia. In particular, the specialization of the group with high level of leisure sports nostalgia was high, while those with low levels of leisure sports nostalgia were low. Second, personal identity experience and group identity among sub-factors of leisure sports nostalgia were found to have significant positive influences on recreation specialization.

Key words : Women, Leisure sport nostalgia, Recreation specialization, Identity

주요어 : 여성, 여가스포츠 향수, 레크리에이션 전문화, 정체성

본 논문은 2016년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2016S1A5B5A07919695).

Address reprint requests to : Hwang, Sunhwan

University of Seoul, 163 Seoulsiripdaero, Dongdaemun-gu, Seoul, Korea

Tel: +82-2-6490-2954, Fax: +82-2-6490-2949, E-mail: shhwang@uos.ac.kr

Received: May, 2, 2019 Revised: May, 30, 2019 Accepted: June, 22, 2019

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

‘2018년 국민생활체육 참여 실태조사’에 의하면 10대 여성의 39.7%, 20대 여성의 35.4%, 30대 여성의 33.3%, 40대 여성의 24.0%, 50대 여성의 22.3%, 60대 여성의 30.5%, 전체 여성의 평균 30.5%가 규칙적 신체활동에 전혀 참여하지 않는 것으로 나타났다(문화체육관광부, 2018). 이러한 현상은 다양한 관점으로 분석되어 왔는데 주로 청소년기의 신체활동 소외 현상으로부터 비롯된다는 것이 대부분의 공통된 주장이다(박영균, 2005).

특히 남성 중심의 체육 문화와 사회적으로 형성된 심리적 영향은 오랜 기간 동안 여성들이 신체활동에서 소외된 원인 중의 하나이며(엄우섭, 한은상, 이정택, 차민철, 2015), 사회 전반에 걸쳐 이러한 현상을 자연스럽게 받아들이는 분위기가 형성되어 왔다(이창섭, 남상우, 여정권, 2013; 조한무, 임승엽, 2012). 이에 최근 여성의 신체활동 참여에 대한 인식의 전환과 함께 여성 신체활동 소외 현상을 해결하고자 하는 노력이 학교 현장과 학계에서 활발하게 진행되고 있다(김방출, 2003; 박현우, 나영옥, 2013).

하지만 이러한 노력에는 한 가지 간과한 부분이 있다. 대부분의 선행연구에서는 여성들이 신체활동에 참여하지 않는다는 점, 특히 여가 제약에 초점을 맞춰 현재 신체활동에 참여하고 있는 여성들에 대해서는 비교적 많은 관심을 기울이지 않은 것이 사실이다. 전체 여성 10명 중 3명이 규칙적인 신체활동에 참여하지 않는다면 역으로 10명 중 7명은 규칙적인 체육활동에 참여한다는 것을 의미한다. 그렇다면 여성의 신체 소외가 참여를 제약하는 주된 원인임에도 불구하고 이러한 제약을 극복하고 신체활동에 규칙적으로 참여하는 여성들은 어떠한 이유로 규칙적인 신체활동 참여가 가능하게 되었

을까? 이들에게는 어떠한 공통적인 특징이 있을까? 공통점이 있다면 과연 그것은 무엇인가? 일반적인 신체활동 참여를 넘어 전문화를 경험하는 여성들의 특징은 무엇인가? 본 연구의 출발은 이러한 의문점에서 시작하였다. 그리고 이러한 의문점에 대한 해답을 개인의 사고와 행동을 보다 긍정적으로 변화시킬 수 있는 여가스포츠 향수(Muehling & Sprott, 2004)에서 찾고자 한다. 본 연구는 여성들의 여가스포츠 참여 제약이 아닌 여가스포츠 참여의 측면에서 접근했다는 점에서 선행연구와 차별성이 있다.

사람은 누구나 과거의 긍정적인 기억을 추억하며 살아가며 직접적이든 간접적이든 이는 개인의 삶에 영향을 미치게 된다. 가령 어릴 적 부모님과 함께 했던 스키장에서의 즐거웠던 기억, 친구들과 점심시간에 즐기던 축구 시합의 기억, 가족과 함께 한 여름 계곡에서의 시원한 물놀이의 기억 등은 바쁜 일상 속에서 살아가는 현대인들에게 마음의 안식처가 된다. 이러한 긍정적인 기억들은 사람들에게 ‘과거로 돌아가고 싶은 그리움’, 즉 향수를 불러일으키게 된다.

향수의 개념은 사회적 상황에 따라 다양하게 정의되어 왔으며 다수의 학자들이 다양한 관점에서 정의하기 위해 노력해 왔다. 향수란 본래 의학적 용어의 하나인 향수병(homesickness)에서 유래되었으며(Hofer, 1934), Hofer는 향수라는 증상은 우울증, 수면병, 기면증, 마음의 병과 같은 비정상적인 정신적 상태에 놓여 있을 경우 발생하기 쉽다고 주장하였다. 하지만 20세기 후반에 들어와서 향수는 의학적 질병에서 벗어나 개인이 과거에 경험한 긍정적 감정이나 기억으로 정의되고 있으며 주로 스포츠 관광학 분야에서 다루어 왔다(Baker & Kennedy, 1994; Baumgartner, 1992; Belk, 1990; Davis, 1979; Fairley, 2003; Fairley & Gammon, 2005; Holbrook & Schindler, 1991; Merchant & Ford, 2008; Stern, 1992). 이러한 향수는 즐겁고 긍정적인 과거에 대한 양면성

(bittersweet)을 지닌 감정으로써 만족스럽지 못한 현재와 불확실한 미래로 인해 발생하게 된다(Sedikides, Wildschut & Baden, 2004).

그렇다면 과연 향수와 여가스포츠는 어떠한 관련이 있을까? 대부분의 사람들은 여가스포츠 참여를 결심할 때 과거의 기억과 경험에 많은 영향을 받는다. 과거의 긍정적인 기억은 향수를 불러일으키고 여가스포츠 활동 참여 혹은 재참여에 직·간접적으로 긍정적인 영향을 미치게 된다. 이는 다수의 연구 결과에서 규명되었는데, Sedikides et al.(2004)는 향수가 여가스포츠 참여를 야기하는 요인 중의 하나라고 증명하였고, Fairley, Kellett, and Green(2007)은 자발적인 스포츠 참여가 향수를 불러일으키며 이는 지속적인 스포츠 참여에 영향을 미친다고 하였다. 다시 말해, 여가스포츠 활동에서 경험한 과거의 긍정적인 기억이나 감정은 여가스포츠 활동의 다양한 매력을 다시금 찾게 하는 원동력이 된다(Cho, 2014).

오늘날 국어, 영어, 수학 등 입시에 반영되는 주지 교과목에 대해서는 조기교육의 중요성이 나날이 강조되고 있는 현실에서 신체활동에 대한 조기교육의 중요성은 간과되고 있는 실정이다. 여가스포츠를 통한 신체활동의 조기교육은 국민 건강 증진, 의료비 절감, 사회통합 등을 강조하는 현 생활체육 활성화를 위한 필수 조건이라 할 수 있다. 이에 여가스포츠 향수 즉, 여가스포츠 활동에 대한 긍정적인 기억은 현 시점에서 여성들의 여가스포츠 참여를 유도할 수 있는 단초를 제공해 줄 수 있다.

이처럼 향수는 여가스포츠 참여에 긍정적인 영향을 미치는 요인임에도 불구하고 국내에서는 향수에 대한 관심이 저조한 실정이며, 이와 관련된 선행연구 또한 거의 이루어지지 않고 있다. 대다수의 향수 관련 국내연구 동향을 살펴보면 장애인의 문화향수 실태(윤덕경, 2002), 미래사회의 여가생활과 문화향수(강현두, 1992), 프랑스 아동, 청소년의 문화향수에 관한 연구

(문시연, 2013) 등 소수의 문화향수 관련 연구가 진행되어 왔으며 여가스포츠 향수와 관련된 연구는 대부분 국외에서 이루어지고 있다(예, Fairley, 2003; Gaffney & Bale, 2004; Gammon & Ramshow, 2012; Gibson, Willming & Holdnak, 2002; Gruneau & Whitson, 1993; Hinch & Higham, 2001; Wang, 1999).

한편 여가스포츠 활동 참가자는 초심자에서부터 전문가에 이르기까지 레크리에이션 전문화의 단계를 거치게 된다. 레크리에이션 전문화란 Bryan(1977)이 제시한 개념으로 여가스포츠 활동에 지속적으로 참여함에 따라 그 활동에 대한 전문성이 선형적으로 증가한다는 이론이다. 좀 더 구체적으로 살펴보면 ‘일반인에서 전문가로 연결되는 행동의 연속체로서 스포츠에서 사용되는 기술과 장비수준, 장소선택에 의해 반영되는 것’이 레크리에이션 전문화이다. 즉, 여가스포츠 활동 참여를 통해 점진적으로 그 활동에 집중하여 기술적인 향상뿐만 아니라 관련지식에 있어서도 전문화가 진행됨을 의미한다(이윤구, 윤용진, 문창호, 2015). 이러한 레크리에이션 전문화의 수준은 여가스포츠 참여 정도가 높아질수록 증가하게 되며, 그 반대의 경우 감소하게 된다(황선환, 방신웅, 2015).

본 연구는 여가스포츠 향수가 여성의 여가스포츠 참여에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 의문점에서 시작하였다. 특히 지도자, 프로그램, 시설 지원으로 대표되는 여가스포츠 활성화 정책 방안 외에 근본적으로 여성들의 여가스포츠 활동 참여를 증진시킬 수 있는 방안에 대한 의문점이 본 연구의 출발점이다. 이에 본 연구에서는 여성의 여가스포츠 향수가 레크리에이션 전문화에 어떠한 영향을 미치는 규명하는데 그 목적이 있다. 이와 같은 연구 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 1. 여성의 여가스포츠 향수 수준에 따라 레크리에이션 전문화 수준에는 차이가 있을 것이다.

가설 2. 여성의 여가스포츠 향수는 레크리에이션 전문화에 정적인 영향을 미칠 것이다.

II. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집방법

본 연구에서는 규칙적으로 여가스포츠 활동에 참여하고 있는 서울 지역 20세 이상의 여성을 대상으로 2018년 2월부터 5월까지 목적표집(purposive sampling)을 진행하였다. 가능한 정기적으로 활동하고 있는 서울 지역 여성 동호회 및 스포츠센터(테니스, 배드민턴, 수영, 골프

등)를 위주로 총 235부의 설문지를 배포하였고 이 중 불성실하거나 응답이 누락된 설문지 35부를 제외하고 총 200부의 설문지가 분석에 활용되었다. 연구 참여자의 일반적인 특징과 여가스포츠 활동 참여 정도는 <표 1>과 같다.

구체적으로 연령의 분포는 20~72세, 연령의 평균은 48.9세(SD=13.25)로 나타났다. 월평균 가계소득은 200만원 미만이 30명(15.1%), 200~300만원 미만이 40명(20.1%), 300~400만원 미만이 44명(22.1%), 400~500만원 미만이 35명(17.1%), 500만원 이상이 51명(25.6%)으로 조사되었다. 결혼유무로는 기혼이 170명(85.4%), 미혼이 30명(14.6%)으로 나타났다.

여가스포츠 활동 참여정도는 빈도, 강도, 참여 기간 등의 세 가지 요소로 구분하여 조사하였다. 먼저 빈도는 주 1회가 45명(22.6%), 2회가 47명(23.6%), 3회가 53명(26.6%), 4회가 21명(10.6%), 5회 이상이 33명(16.6%)로 나타났으며, 강도는 1회 참여 시 1시간 미만이 6명(3.0%), 1~2시간 미만이 123명(61.8%), 2~3시간 미만이 47명(23.6%), 3~4시간 미만이 11명(5.0%), 4시간 이상이 13명(6.5%)로 조사되었다. 참여기간으로는 1년 미만이 19명(9.5%), 1~3년 미만이 72명(36.2%), 3~5년 미만이 30명(14.6%), 5~7년 미만이 35명(17.6%), 7년 이상이 44명(22.1%)로 나타났다.

표 1. 연구대상의 일반적 특성

	특성	n	%
연령	20-30세 미만	15	7.5
	30-40세 미만	36	17.6
	40-50세 미만	56	28.1
	50-60세 미만	40	20.1
	60세 이상	53	26.6
수입(원)	2,000,000 미만	30	15.1
	2,000,000~3,000,000	40	20.1
	3,000,000~4,000,000	44	22.1
	4,000,000~5,000,000	35	17.1
	5,000,000 초과	51	25.6
결혼유무	기혼	170	85.4
	미혼	30	14.6
참여 빈도(주)	1회	45	22.6
	2회	47	23.6
	3회	53	26.6
	4회	22	10.6
	5회 이상	33	16.6
참여 강도	1시간 미만	6	3.0
	1~2시간 미만	123	61.8
	2~3시간 미만	47	23.7
	3~4시간 미만	11	5.0
	4시간 이상	13	6.5
참여 기간	1년 미만	19	9.5
	1~3년	72	36.2
	3~5년	30	14.6
	5~7년	35	17.6
	7년 이상	44	22.1
합계		200	100

2. 연구도구

본 연구에서의 측정변인은 앞서 제시한 연구 참여자의 인구통계학적 변인(연령, 가계수입, 결혼유무)과 여가 스포츠 참여 정도(빈도, 강도, 참여기간) 외에 여가스포츠 향수와 레크리에이션 전문화이며 ‘매우 아니다’에서 ‘매우 그렇다’까지의 5점 리커트 척도로 측정되었다.

1) 여가스포츠 향수

여가스포츠 향수 설문지는 Cho(2014)의 연

구에서 활용된 여가스포츠 경험(8문항), 여가스포츠 환경(6문항), 사회화(7문항), 개인 정체성(6문항), 집단 정체성(10문항) 중 예비조사 및 전문가 패널 조사를 통하여 ‘내가 참여했던 여가스포츠는 긴장감이 있어 좋은 기억이 난다.’, ‘내가 좋아했던 여가스포츠가 우리 지역의 명성을 높인 것에 대한 좋은 기억이 있다.’, ‘여가스포츠 참여 장소에서 공동체 정체성을 나누는 기억이 있다.’ 등 12문항을 삭제하고 국내 실정에 적합한 총 25문항을 제작하였다.

구성타당도는 탐색적 요인분석을 통해 검증하였으며 요인분석 결과 개인 정체성 경험, 집

단 정체성, 사회화, 여가스포츠 환경의 네 가지 요인으로 구분되었다. 여가스포츠 향수 척도의 신뢰도는 크론바 알파 계수(Cronbach's α)를 활용하여 검증하였으며, 개인 정체성 경험의 신뢰도는 .901, 집단 정체성은 .896, 사회화는 .903, 여가스포츠 환경은 .833, 요인 전체의 신뢰도는 .914로 나타났다. 요인분석과 신뢰도분석의 결과는 다음의 <표 2>와 같다.

2) 레크리에이션 전문화

레크리에이션 전문화를 측정하기 위한 문항은 이문진, 박일혁, 황선환(2011)이 신뢰도와 타당도 검증을 실시한 레크리에이션 전문화 척도를 사용하였다. 이 척도는 중요성, 경험, 물리적 열정, 기술 지식, 숙련도, 정보, 중심성의 7개 요인으로 구성되어 있으며 요인별 각 3문항씩 총 21개 문항으로 구성되어 있다.

구성타당도는 탐색적 요인분석을 통하여 검증하였으며 레크리에이션 전문화의 신뢰도는 중요성 .902, 경험 .815, 물리적 열정 .881, 기술 지식 .910, 숙련도 .884, 정보 .884, 중심성 .870, 요인 전체의 신뢰도는 .949로 나타났다. 요인분석과 신뢰도분석의 결과는 <표 3>과 같다.

표 2. 여가스포츠 향수의 요인분석 결과

문항	요인			
	개인 정체성 경험	집단 정체성	사회화	여가스포츠 환경
성취감	.751	.048	.315	.190
신체 능력	.410	.143	-.032	.027
운동 능력	.731	.151	.085	.150
만족감	.725	.103	.304	.165
자부심	.722	.041	.395	.222
자긍심	.696	.184	.335	.137
활동	.655	.193	.121	.326
몰입감	.612	.150	.364	.060
지역 상징	-.042	.782	.122	.199
전통	.191	.774	.207	.114
고유 특징	-.079	.755	.049	.257
그룹내 역할	.245	.755	.181	.027
그룹 인식	.304	.752	.257	.018
그룹 일원	.158	.721	.190	.131
그룹 자부심	.287	.608	.340	-.041
친구 사귀	.214	.326	.769	.073
사회성	.206	.198	.760	.210
식사	.176	.255	.756	.138
우정	.315	.056	.708	.302
정보	.268	.198	.690	.206
소개	.167	.309	.675	.199
상징	.123	.238	.089	.767
디자인	.175	.179	.158	.746
규모	.245	.141	.309	.732
주변 환경	.281	-.014	.339	.687
고유값	4.789	4.413	4.342	2.798
분산(%)	19.15	17.65	17.37	11.19
누적분산(%)	19.15	36.80	54.17	65.36
신뢰도(.937)	.901	.896	.903	.833

KMO=.914, Bartlett sphericity = 3255.96, $p<.001$

3. 자료처리 방법

본 연구의 자료처리는 SPSS 23.0 프로그램을 활용하여 진행하였으며 연구 참여자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석과 기술통계분석을 실시하였다. 변인들의 신뢰도 및 타당도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 계수를 활용한 신뢰도 분석과 탐색적 요인분석을 실시하였다. 또한 K-평균 군집분석을 이용하여 여성의 여가스포츠 향수 수준을 상, 중, 하로 분류하였다. 여가스포츠 향수 수준에 따라 분류한 3개 집단은 일원변량분산분석을 실시하여 집단별 레크리에이션 전문화 차이를 검증하였다. 끝으로 여가스포츠 향수가 레크리에이션 전문화에

표 3. 레크리에이션 전문화의 요인분석 결과

문항	요인						
	중요	경험	열정	기술 지식	숙련	정보	중심
의미	.866	.205	.160	.128	.090	.160	.115
중요	.835	.080	.095	.167	.274	.039	.139
총아함	.822	.230	.187	.158	.190	.146	.070
기간	.209	.850	.126	.133	.182	.072	.209
빈도	.204	.793	.207	.144	.200	.079	.260
참여횟수	.117	.757	.122	.210	.291	.219	.155
지출	.160	.106	.837	.200	.205	.150	.137
장비수	.121	.107	.797	.247	.155	.164	.194
장비투자	.191	.254	.748	.107	.045	.278	.144
장비선택	.134	.154	.253	.803	.139	.255	.172
문제파악	.194	.250	.107	.757	.262	.231	.046
기술설명	.242	.119	.430	.663	.119	.277	.049
활동능력	.268	.228	.121	.200	.761	.234	.047
기술수준	.261	.290	.136	.220	.735	.268	.183
타인비교	.228	.282	.276	.141	.708	.069	.317
대회정보	.118	.154	.319	.241	.211	.766	.222
활동지식	.152	.046	.226	.390	.257	.677	.248
선수지식	.206	.264	.264	.363	.177	.666	.094
삶의중심	.209	.252	.054	.147	.107	.151	.806
친구연관	-.038	.182	.359	.035	.227	.175	.735
클럽활동	.359	.449	.222	.095	.114	.154	.588
고유값	2.838	2.822	2.812	2.417	2.286	2.127	2.075
분산(%)	13.51	13.43	13.39	11.51	10.88	10.13	9.88
누적분산(%)	13.51	26.94	40.33	51.84	62.72	72.85	82.73
신뢰도 (.949)	.902	.815	.881	.910	.884	.884	.870
KMO=.921, Bartlett sphericity = 3282.84, $p < .001$							

미치는 영향을 분석하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며 분석의 통계적 유의 수준은

표 4. 상관관계 분석

변수	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11																
1. 개인 정체성 경험	1																										
여가스포츠 향수		2. 집단 정체성	.432**	1																							
			.604**	.550**	1																						
				3. 사회화	.511**	.394**	.545**	1																			
						4. 여가스포츠 환경	.562**	.372**	.411**	.298**	1																
							.423**	.539**	.336**	.220**	.493**	1															
								5. 중요성	.181*	.430**	.184**	.046	.443**	.471**	1												
									.384**	.499**	.320**	.201**	.502**	.516**	.613**	1											
										6. 경험	.450**	.548**	.311**	.197**	.572**	.650**	.520**	.448**	1								
											.315**	.471**	.282**	.190**	.469**	.509**	.641**	.749**	.630**	1							
												7. 물리적 열정	.198**	.535**	.288**	.190**	.467**	.655**	.552**	.587**	.581**	.566**	1				
													8. 기술 지식										1				
														9. 숙련도										1			
															10. 정보										1		
																11. 중심성											1

** $p < .01$, * $p < .05$

$p < .05$ 로 설정하였다.

Ⅲ. 결과

1. 변인 간의 상관관계분석

<표 4>에서 제시한 바와 같이 여가스포츠 향수의 하위요인 중 여가스포츠 환경과 레크리에이션 전문화의 하위요인 중 물리적 열정은 요인간의 상관관계가 유의하지 않은 것으로 나타났다, 이 밖의 각 요인간의 상관관계가 모두 유의한 것으로 나타났다. 또한 상관관계수 값이 .181~.749의 범위에서 나타나 판별타당성을 만족한다고 볼 수 있으며, Pearson의 상관관계수 값의 최대치가 .749로 나타나 변인들이 서로 중복되지 않으며, 다중공선성의 문제는 없는 것으로 확인되었다. 즉, 여성의 여가스포츠 향수와 레크리에이션 전문화는 정적 상관관계를 보이며 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

2. 여가스포츠 향수 수준 군집분석

여성의 여가스포츠 향수 수준을 구분하기 위하여 2, 3, 4, 5개의 군집으로 분류하여 K-평균 군집분석을 실시하였다. 이 중 3개의 군집

표 5. 여가스포츠 향수 수준 군집분석

	하	중	상
여가스포츠 향수 평균	2.65	3.41	4.14
사례수(n)	45	96	59

으로 분류하였을 때 각 군집별로 여가스포츠 향수 수준의 차이가 명확하게 나타났다. 3개 군집의 여가스포츠 향수 평균과 수준별 인원분포는 아래의 <표 5>와 같다.

각 군집에 포함되는 사례수 또한 3개의 군집으로 구분한 경우 다른 군집의 분류보다 비교적 균등하게 분포하여 적합한 것으로 나타났다. <표 5>에 따르면 여가스포츠 향수 수준이 가장 낮은 ‘하’ 집단의 평균은 2.65로 나타났으며, ‘중’ 집단은 3.41, ‘상’ 집단은 4.14로 나타났다. 여가스포츠 향수 수준별 인원은 ‘하’ 집단이 45명, ‘중’ 집단이 96명, ‘상’ 집단이 59명으로 나타났다.

3. 여가스포츠 향수 수준에 따른 레크리에이션 전문화의 차이

여가스포츠 향수 수준에 따른 레크리에이션 전문화의 차이를 알아보기 위해 일원변량분산분석(one way-ANOVA)을 실시하였다. 분석 결과 레크리에이션 전문화의 7가지 하위 요인인 중요성, 경험, 물리적 열정, 기술 지식, 숙련도, 정보, 중심성 모두에서 여가스포츠 향수 수준에 따른 집단 간 차이가 유의하게 나타났다.

구체적으로 레크리에이션 전문화의 하위 요

인 중 중요성은 여가스포츠 향수가 가장 높은 상의 집단에서 평균 4.05로 나타났으며, 이어서 중 3.29, 하 2.74의 순서로 나타났다. 경험은 상 3.61, 중 2.87, 하 2.32, 물리적 열정은 상 2.87, 중 2.46, 하 2.06, 기술지식은 상 3.28, 중 2.58, 하 2.16, 숙련도는 상 3.24, 중 2.58, 하 2.10, 정보는 상 3.09, 중 2.52, 하 2.12, 중심성은 상 2.93, 중 2.36, 하 1.90 순서로 나타났다. 사후분석 결과 레크리에이션 전문화의 모든 하위 요인에서 여가스포츠 향수의 상, 중, 하 집단 간 차이가 있는 것으로 분석되었다.

즉, 여가스포츠 향수가 높은 집단일수록 레크리에이션 전문화 수준이 높게 나타났으며, 이와는 대조적으로 여가스포츠 향수가 낮은 집단은 레크리에이션 전문화 수준이 낮게 나타났다.

4. 여가스포츠 향수와 레크리에이션 전문화의 인과 관계

여성의 여가스포츠 향수가 레크리에이션 전문화에 미치는 영향을 규명하기 위하여 여가스포츠 향수와 레크리에이션 전문화의 다중회귀 분석을 실시하였다. 다음의 <표 7>은 여가스포츠 향수가 레크리에이션 전문화에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과이다.

<표 7>에서 제시한 바와 같이, 여가스포츠 향수의 하위요인인 개인 정체성 경험($\beta=.294$)과 집단 정체성($\beta=.549$)은 레크리에이션 전문화에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으

표 6. 여가스포츠 향수에 따른 레크리에이션 전문화의 차이

		레크리에이션 전문화													
		중요성		경험		물리적 열정		기술 지식		숙련도		정보		중심성	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
여가 스포츠 향수	(a)상 59	4.05	.848	3.61	.839	2.87	.966	3.28	.906	3.24	.820	3.09	.961	2.93	.818
	(b)중 96	3.29	.664	2.87	.781	2.46	.705	2.58	.705	2.58	.654	2.52	.759	2.36	.794
	(c)하 45	2.74	.853	2.32	.867	2.06	.833	2.16	.916	2.10	.815	2.12	.711	1.90	.713
	F값	38.406***		32.363***		12.440***		25.716***		30.822***		18.930***		22.434***	
	Scheffe	a)>b)>c		a)>b)>c		a)>b)>c		a)>b)>c		a)>b)>c		a)>b)>c		a)>b)>c	

*** $p<.01$

표 7. 여가스포츠 향수가 레크리에이션 전문화에 미치는 영향

독립변수	b	SE	β	t	p
(상수)	.576	.244		2.362	.019
개인 정체성 경험	.325	.078	.294	4.146	.000
집단 정체성	.476	.057	.549	8.349	.000
사회화	-.033	.065	-.039	-5.07	.613
여가 스포츠 환경	-.091	.065	-.095	-1.408	.161
$R^2 = .435, F = 32.276^{***}$					

*** $p < .001$

며, 사회화와 여가스포츠 환경 요인은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 여가스포츠 향수는 레크리에이션 전문화 요인의 약 43.5%를 설명해주고 있다.

IV. 논의

본 연구는 여성의 여가스포츠 향수에 따른 레크리에이션 전문화 성향을 분석하는데 그 목적이 있다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 여가스포츠 향수의 수준별로 대상을 구분하고, 여가스포츠 향수의 강약에 따라서 레크리에이션 전문화가 어떻게 변화하는지 살펴보았다. 이에 K-평균 군집분석을 이용하여 여가스포츠 향수 수준에 따라 상, 중, 하로 구분하고 각 수준에 따른 레크리에이션 전문화의 평균 비교를 실시하였다. 또한 여가스포츠 향수의 각 하위 요인이 레크리에이션 전문화에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

연구결과, 여가스포츠 향수의 강약에 따라 상, 중, 하의 3단계로 분류되었으며, 이는 개인이 인지하는 여가스포츠 향수에도 정도의 차이가 있음을 의미한다. 즉, 과거 여가스포츠 활동에 참여하면서 겪었던 긍정적인 감정이나 경험은 개인 및 집단 정체성, 사회화, 환경 등 여가스포츠 경험에 따라 정도의 차이가 나타나게 되는 것이다.

이러한 여가스포츠 향수의 수준별 분류를 통해 도출된 결과를 살펴보면 여가스포츠 향수가 높은 집단에서는 그렇지 않은 집단과 비교하여 레크리에이션 전문화의 모든 하위 요인(중요성, 경험, 물리적 열정, 기술 지식, 숙련도, 정보)에서 평균적으로 높은 수치를 나타냈다.

여가스포츠와 관련된 과거의 경험은 성인이 되어서도 향수를 불러일으킨다. Ramshwa and Hinch(2006)는 이와 관련해 야외 아이스하키 링크에서의 아동들의 경험은 따뜻한 집과 차가운 아이스하키 링크에 대한 향수를 동시에 느끼게 하며, 아동기의 여가스포츠 참여에 대한 긍정적인 기억은 성인이 되어서도 아동기를 회상하고 여가스포츠 활동에 적극적으로 참여하게 되는 계기가 된다고 하였다. 즉, 어린 시절 여가스포츠에 대한 향수가 강하게 남아 있는 참여자는 성인이 되어서도 여가스포츠 활동에 적극적으로 참여하고자 하는 의지가 강하게 각인되어 있으며, 이는 보다 높은 전문적인 단계로 발전하는 촉매의 역할을 담당할 수 있음을 유추할 수 있다.

Scott and Shafer(2001)는 레크리에이션 전문화를 여가활동 참가자의 행위, 지식 및 기술, 심리적 몰입이 시간의 흐름에 따라 발전되어 가는 과정으로 설명하였다. 여가스포츠 향수 또한 단편적인 사건에 대한 기억이 아닌 시간의 흐름에 따른 기억의 집합체이다. 시간의 흐름에 따른 여가 스포츠 향수의 축적은 레크리에이션 전문화 과정에 있어서도 긍정적인 영향을 미친다는 것은 부정할 수 없는 사실이다. 즉, 여가스포츠 참여의 초기 단계에서 지루하거나 강압적인 분위기의 형성보다는 여가스포츠 활동을 자유롭게 즐기고 적극적으로 참여할 수 있는 분위기의 조성이 무엇보다 중요하다고 할 수 있다.

다음으로 여가스포츠 향수의 하위 요인 중 개인 정체성 경험과 집단 정체성 경험은 레크리에이션 전문화에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Fairley(2003)는 경쟁스포츠 팬의 집단 정체성이 개인의 행동을 결정하는 주요한

요인이며, 집단 정체성은 향수를 발생하는 원인이 된다고 밝히고 있다.

또한 Cho(2014)는 스포츠 이벤트에 진정성 있게 참여하는 사람이 향수를 느끼는 경향이 크다고 주장하였다. 사람들은 선수들의 멋진 동작이 보고 싶거나 다른 사람과의 사회적 유대를 위해 자신의 돈과 시간을 소비하며 경기를 찾는 경향이 있다. 자신의 팀을 진지하게 응원하는 사람들은 경기의 전술에 대해 조사하고, 경기 자료를 모으며, 팀의 유니폼이나 관련 상품을 구입하면서 레크리에이션 전문화 수준이 높아지게 된다. Wang(1999)은 이러한 경향을 실존적 진정성으로 설명하며, 개인은 본질적으로 실질적인 신체적 경험을 중요시한다고 하였다. 또한 스포츠 이벤트 및 활동에 직접적으로 참여함으로써 진정한 자아를 발견할 수 있으며, 이는 과거에 대한 강한 향수로 시작된다고 주장하였다. 즉, 과거의 여가스포츠 참여에 대한 긍정적인 기억 중 개인의 정체성과 집단에 대한 정체성은 향후 여가스포츠 참여에 있어 긍정적인 영향을 미치게 된다.

앞서 여가스포츠 향수는 과거 여가스포츠 활동에 참여하면서 경험했던 긍정적인 감정이나 기억으로 설명하였다. 이러한 긍정적인 경험은 여가스포츠 활동에 새롭게 참여하거나 재참여하는데 있어 촉진제의 역할을 담당할 수 있으며, 나아가 전문화의 수준 향상에도 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 향수를 통해 개인의 사고와 행동을 보다 긍정적으로 변화시킬 수 있다고 주장한 Muehling and Sprott(2004)의 연구와도 그 맥락을 같이 한다.

V. 결론

여가스포츠 향수는 단순히 과거에 참여했던 스포츠 활동에 대한 긍정적인 기억뿐만 아니라 스포츠 방송 시청, 스포츠 경기 직접 관람, 스포

츠와 관련된 사물에 대한 기억, 스포츠 관광 등 다양한 분야를 포괄하는 개념이다. 이러한 여가스포츠 향수는 여가스포츠 활동 참여 태도에 직·간접적으로 영향을 미치며 여가스포츠에 대한 과거의 긍정적인 기억은 개인의 전문화 성향에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 여성의 여가스포츠 향수에 따른 레크리에이션 전문화 성향을 분석하였으며 연구 결과 다음과 같은 결론을 도출하였다. 첫째, 여가스포츠 향수의 강도와 정도에 따라 상, 중, 하의 3단계로 분류가 되었다. 이러한 분류는 과거에 참여했던 여가스포츠 활동에 대한 긍정적인 기억의 정도를 구분하기 위해 사용되었다.

둘째, 여가스포츠 향수 수준에 따른 레크리에이션 전문화는 전체평균에서 차이가 나타났다. 특히, 여가스포츠 향수가 높은 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 중요성, 경험, 물리적 열정, 기술 지식, 숙련도, 정보 등 레크리에이션 전문화 하위요인에서 높은 평균을 나타냈다.

셋째, 여가스포츠 향수의 하위 요인 중 개인 정체성 경험과 집단 정체성은 레크리에이션 전문화에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구는 국내 여가학 분야에서 여가스포츠 향수와 관련된 새로운 분야를 개척하여 학문적 발전에 기여할 수 있을 것으로 예상된다. 특히 여가스포츠 향수 연구를 확산하고 이와 관련된 구체적인 자료를 제공할 수 있을 것이다.

또한 레크리에이션 전문화와 여가스포츠 향수의 관계를 규명함으로써 레크리에이션 전문화 이론과 여가스포츠 향수 이론의 발전을 도모할 수 있을 것이며, 본 연구 결과를 통해 보다 바람직한 여가문화를 형성하는 데에 기여할 수 있을 것이다. 끝으로, 여가스포츠 향수가 레크리에이션 전문화에 미치는 영향을 파악함으로써 긍정적인 여가스포츠 참여 경험의 중요성을 부각시켜 여성의 여가스포츠 참여 활성화에 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

다만, 본 연구의 대상을 여성으로 한정하였

기 때문에 남성, 청소년, 노인 등 다른 집단으로 연구 결과를 확장하여 해석하기에는 무리가 따른다. 이에 본 연구의 결과가 타 대상에 적용할 수 있는지 규명하는 추가적인 검증이 필요할 것으로 판단된다. 특히, 여가스포츠 활동 참여에 취약한 장애인, 노인, 저소득층과 같은 계층의 여가스포츠 향수에 대한 추가적인 연구가 진행된다면 더욱 구체적이고 심층적인 여가스포츠 향수 연구가 이루어질 수 있을 것이다.

참고문헌

강현두(1992). 미래사회의 여가생활과 문화향수. *문화정책논총*, 4, 205-210.

김방출(2003). 19, 20세기 미국의 여성 체육사. *한국여성체육학회지*, 17(2), 49-64.

문시연(2013). 프랑스 아동, 청소년의 문화향수 특성에 관한 연구. *불어문화권연구*, 23, 163-198.

문화체육관광부(2018). 2018 국민생활체육 참여 실태조사. 문화체육관광부.

박영균(2005). 장애학생 체험활동 실태에 관한 연구. *특수아동교육연구*, 7(1), 311-366.

박현우, 나영옥(2013). 스포츠세계에서 성차별의 양태와 극복에서 제약 연구. *한국체육철학회지*, 21(1), 77-95.

엄우섭, 한은상, 이정택, 차민철(2015). 초등학교 여학생 체육활동 참여 유도를 위한 프로그램 개발 및 적용. *한국초등체육학회지*, 20(4), 57-72.

윤덕경(2002). 장애우의 문화향수 실태와 장애우를 주제로 한 춤 공연. *한국무용연구*, 20, 13-28.

이문진, 박일혁, 황선환(2011). 레크리에이션 전문화 척도개발. *한국사회체육학회지*, 44(1), 453-465.

이윤구, 윤용진, 문창호(2015). 레크리에이션 전문

화와 주관적 행복의 관계: 운동중독의 조절효과. *한국체육학회지*, 54(5), 631-640.

이창섭, 남상우, 여정권(2013). 고등학교 여학생의 신체활동 저해요인의 종합적 이해. *한국체육교육학회지*, 17(4), 57-76.

조한무, 임승엽(2012) 초등학교 체육수업 내 성 고정관념의 전이 및 재생산, 그리고 교사의 딜레마. *한국초등체육학회지*, 1-14.

황선환, 방신웅(2015). 여성의 야구동호회 참여 여부와 레크리에이션 전문화 정도에 따른 성 역할 성향. *한국여가레크리에이션학회지*, 39(2), 103-116.

Baker, S. M., & Kennedy, P. F. (1994). Death by nostalgia: A diagnosis of context-specific cases. *Advances in Consumer Research*, 21(1), 169-374.

Baumgartner, H. (1992). Remembrance of things past: Music, autobiographical memory, and emotion. *Advances in Consumer Research*, 19(1), 613-620.

Belk, R. W. (1990). The role of possessions in constructing and maintaining a sense of past. *Advances in Consumer Research*, 17(1), 669-676.

Bryan, H. (1977). Leisure value systems and recreational specialization: The case of trout fishermen. *Journal of Leisure Research*, 9, 174-187.

Cho, H. (2014). *Development and Application of a Nostalgia Scale for Sport Tourism: A Multilevel Approach*. All Dissertations, Clemson University.

Davis, F. (1979). *Yearning for yesterday: A sociology of nostalgia*. New York: The Free Press.

Fairley, S. (2003). In search of relived social experience: Group-based nostalgia sport tourism. *Journal of Sport Management*, 17(3), 284-304.

- Fairley, S., & Gammon, S. (2005). Something lived, something learned: Nostalgia's expanding role in sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 182-197.
- Fairley, S., Kellett, P., & Green, B. B. (2007). Volunteering abroad: Motives for travel to volunteer at the Athens Olympic games. *Journal of Sport Management*, 21, 41-57.
- Gaffney, C., & Bale, J. (2004). *Sensing the stadium*. In P. Vertinsky & S. Bale(Eds.), Sites of sport: Space, place, experience(pp. 25-39). London: Routledge.
- Gammon, S., & Ramshaw, G. (2012). *Nostalgia and sport*. In A. Fyall & B. Garrod(Eds.), Contemporary cases in sport(99. 201-220). Oxford, UK: Goodfellow Publishers.
- Gibson, H., Willming, C. & Holdnak, A. (2002). "We're gators... not just gator foas": Serious leisure and University of Florida football. *Journal of Leisure Research*, 34(4), 397-425.
- Gruneau, R., & Whitson, D. (1993). *Hockey night in Canada: Sport, identity, and cultural politics*. Toronto: Garmond Press.
- Hinch, T., & Higham, J. (2001). Sport tourism: A framework for research. *International Journal of Tourism Research*, 3(1), 45-58.
- Hofer, J. (1934). Medical dissertation on nostalgia.(C. K. Anspach, Trans.). *Bulletin of the History of Medicine*, 2, 376-391.
- Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1991). Echoes of the dear departed past: Some work in progress on nostalgia. *Advances in Consumer Research*, 18(1), 330-333.
- Merchant, A., & Ford, J. (2008). Nostalgia and giving to charity: A conceptual framework for discussion and research. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 13(1), 13-30.
- Muehling, D. D., & Sprott, D. E. (2004). The power of reflection: An empirical examination of nostalgia advertising effects. *Journal of Advertising*, 33(3), 25-35.
- Ramshow, G., & Hinch, T. (2006). Place identity and sport tourism: The case of the geritage classic ice hockey event. *Current Issues in Tourism*, 9(4&5), 399-418.
- Scott, D., & Shafer, C. S. (2001). Recreational specialization: A critical look at the construct. *Journal of Leisure Research*, 33(3), 319-343.
- Sedikides, C., Wildschut, T., & Baden, D. (2004). *Nostalgia: Conceptual issues and existential functions*. In J. Greenberg, S. L. Koole, & T. A. Pyszczynski(Eds.), Handbook of experimental existential psychology(pp. 200-214). New York: Guilford Press.
- Stern, B. B. (1992). Historical and personal nostalgia in advertising text: The fis de siecle effect. *Journal of Advertising*, 21(4), 11-22.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.