

## 중국 축구 귀화 선수의 이미지가 구단이미지와 팬십에 미치는 영향

### The effect of the image of foreign players with Chinese citizenship on China's pro-soccer team image and fanship

진교남(한국체육대학교 박사과정) · 육조영\*(한국체육대학교 교수)

Qiaonan Chen · choyoung Yook\* Korea National Sport University

#### 요약

본 연구의 목적은 중국 축구 귀화 선수의 이미지가 구단이미지와 선수팬십에 미치는 영향을 규명하는 것이다. 이러한 연구를 통해 향후 중국 스포츠산업의 발전을 도모하는데 도움이 될 기초자료를 제공하고자 하는데 그 의의가 있다. 구체적인 연구의 질문은 아래와 같다. 첫째, 귀화 선수의 이미지가 소속구단의 이미지에 영향을 미치는가? 둘째, 귀화 선수의 이미지가 팬십에 영향을 미치는가? 셋째, 구단이미지가 팬십에 영향을 미치는가? 라는 문제의식을 가지고 연구를 진행하였다. 본 연구는 2020년 10월 5일~13일까지 SNS 내 중국 프로축구 커뮤니티 활동자를 대상으로 온라인 설문조사를 진행하였다. 본 연구에서는 주요 변수는 크게 귀화 선수 이미지, 구단이미지 그리고 팬십이다. 이를 측정하기 위하여 Arai(2013)가 개발한 선수 이미지 척도를 변안, 이용하여 7점 척도의 30개 문항으로 측정하였다. 본 조사를 위해 유효하다고 판단된 186명의 자료를 활용하여 먼저 중국 귀화 축구선수의 이미지, 구단이미지와 팬십 탐색적 요인분석을 통하여 구조타당성을 검증하였다. 탐색적 요인분석의 요인추출방법으로 주성분 요인분석(principal component factor analysis)을 이용하였으며, 요인회전은 직교 회전 방식인 varimax 회전법을 이용하였고 요인은 아이겐 값이 1이상인 요인만 추출하였다. 본 연구는 최근 코로나바이러스감염증-19(COVID-19)에 따른 정부의 사회적 거리두기 권고수칙과 한국스포츠협회의 요청에 따라 온라인 설문조사를 수행하였다. 설문조사는 중국의 '설문지별[問卷星(문권성)]'이라는 프로그램을 사용하였으며, 본 연구자는 중국 프로축구 커뮤니티 활동자로 해당 커뮤니티에 설문지를 링크해 두고 설문지 응답 요청 글을 올렸다. 요청 글에는 연구의 취지와 주의사항을 설명하였고 설문 작성 시 자기평가기입법(Self-administration method)을 사용하여 설문지 응답하도록 하였다. 자료처리는 귀화 선수 이미지가 구단이미지와 선수팬십에 미치는 영향을 검증하기 위하여 0.05 유의수준에서 표준다중회귀분석(standard multiple regression analysis) 방법을 이용하였으며, 표준다중회귀분석을 수행하기에 앞서 Durbin-Watson 값이 2에 근접하는지를 살펴보고 수행 조건인 다중공선성(multi-collinearity)에 문제가 없음을 확인하였다. 또한 구단이미지가 선수팬십에 미치는 영향을 검증하기 위하여 0.05 유의수준에서 표준다중회귀분석방법을 이용하였으며, 표준다중회귀분석을 수행하기에 앞서 Durbin-Watson 값이 2에 근접하는지를 살펴보고 수행 조건인 다중공선성에 문제가 없음을 확인하였다. 이러한 연구과정을 거쳐 탐색적 요인분석, 신뢰도 검증 및 다중회귀분석을 수행한 다음과 같은 결론 얻었다. 첫째, 귀화 선수의 기술과 스포츠맨십, 외모 이미지가 구단의 이미지 중 경기력 이미지에 영향을 미친다. 또한 귀화 선수의 외모, 스포츠맨십, 기술력 이미지 순으로 지역사회공헌 이미지에 영향을 미친다. 둘째, 귀화 선수의 외모와 기술력, 스포츠맨십 이미지 순으로 선수 팬십에 영향을 미친다는 결론을 도출하였다.

**핵심용어:** 중국, 축구, 귀화 선수, 선수이미지, 구단이미지, 선수팬십

#### Abstract

The purpose of this study was to identify the effect of the image of foreign players with Chinese citizenship on China's pro-soccer team image and fanship. In order to achieve this goal, an online survey research was conducted in October 2020 with China's pro-soccer community members as its participants. Although a total of 212 persons responded, upon discarding unreliable data from 26 persons, only data from 186 persons were accepted. Data were analyzed using the SPSS/PC(21.0 version) statistical package program, and specifically descriptive analysis, exploratory factor analysis, reliability analysis, and standard multi-regression analysis was conducted. The results are as follows: First, Chinese nationalized athlete's image of sport performance, sportsmanship, and attractiveness effect team's performance image in mentioned order, and Chinese nationalized athlete's image of sport attractiveness, sportsmanship, and sport performance effect team's social contribution image in mentioned order. Second, Chinese nationalized athlete's image of attractiveness, sport performance, and sportsmanship effect fanship in mentioned order. Third, Team performance and social contribution image effect athlete fanship.

Key words : China, soccer, Chinese nationalized athlete, fanship athlete image, club image

\* 63yook@knsu.ac.kr

이 논문은 진교남의 석사학위논문 수정·보완하여 작성하였음.

## I. 서론

중국은 축구의 경기력 향상을 위해 중국 정주 여건을 마련해 주고, 귀화라는 절차를 통해 외국 축구 선수들을 유입하였다. (김현수, 김동규 2016). 제도적인 측면에서도 ‘특별 귀화법’에 맞는 재능이 있거나 국가의 이익에 도움을 줄 것으로 예상되는 선수들은 ‘우수 인재 해당 여부 심사’라는 과정을 통하여 귀화가 가능하게 되었다. 또한 특별 귀화법 외에도 5년 이상 국내 무대에서 활약하고 일정 시험을 통과하면 귀화가 가능해졌다(Korea Ministry of Government Legislation, 2016). 하지만 귀화 요건 중 외국 선수의 수상 여부와 소득 정도, 국내 거주 기간, 선수경력은 명확한 평가지표이나 이를 제외한 나머지는 모호한 측면이 있다. 특히 ‘중국어 능력 및 중국 풍습의 이해도가 있는지’, ‘중국 국민으로서 갖추어야 할 기본 소양을 갖추고 있는지’ 등은 심사 기관과 여론의 주관적 판단에 따라 얼마든지 달라질 수 있는 사항이다(이남미, 2010).

자격 요건이 무엇이든 입단한 후 높은 경기력을 보여준 귀화 선수는 중국에서 인기가 많다. 그러나 일부 선수는 중국 선수보다 월등한 실력을 보여주지 못해서 거품론이 제기되기도 하였으며, 다른 일부 선수는 중국 축구에 적응하지 못해 실패하기도 하였다(황미경, 2013). 또한 귀화 선수와 한 보다는 많았지만 경기에서 잘 할 때는 신체적 능력과 뛰어난 경기력이 칭찬되었으나 경기에서 못 하면 경기력뿐만 아니라 인성과 몸매까지도 문제가 되는 것으로 보도되었다. 심지어 살찐 모습도 비판하는 정도였다. 이 같이 귀화 선수 자질을 측정하는 잣대가 중국 선수보다 더 엄격하였다. Reysen & Branscombe(2010)은 관심이 있는 누군가에게 열정적이고 충성스러운 존경을 표시하는 사람을 ‘팬(fan)’이라고 하였으며, 이러한 대상과 본인을 동일시(identification)하는 것을 팬십이라고 정의하였다. 축구의 경우, 박진경(2007)은 선수 운동 기능의 수월성이 스포츠 스타의 영웅적 특성으로 가장 높게 평가받으며 행동적 팬십에 영향을 미친다고 하였다. 또한 박진경(2007)은 프로 축구 팬은 자신의 이미지와 일치하는 이미지의 선수와 팀을 동일시 하면서 팬십이 형성된다고 하였다. 즉, 관중이 자신이 선호하는 구단에 호의적인 태도를 보인다면 그 구단과 쉽게 동일시 한다는 것이다(김용만, 2016). 옥정원(2012)도 팀 경기와 동일시하는 현상이 팀 애착에 좋은 영향을 준다고 하였다.

지금까지 귀화 선수와 귀화 국가대표 선수에 대한 연구는 다양한 방면에서 진행되어 왔다. 다문화 수용성과 귀화 선수에 대한 팬들의 인식에 관한 연구(김용민, 2016; 하인호, 2017), 스포츠 노동이주에 관한 연구(양소예, 2007; 이남미, 2010)와 귀화 선수의 국가대표 선발에 관한 연구(맹이섭, 권순용, 2014; 이장원, 임승엽, 2017)가 진행되었다. 하지만 귀화 선수의 이미지가 어느 측면에서 유의미한 영향을 받는지, 또한 이러한 귀화 선수들의 이미지가 구단 이미지와 선수 팬십에 어떤 영향을 미치는지에 관한 연구는 미미한 실정이다. 민족정체성 형성에 큰 역할을 해 온 스포츠에서 귀화를 통한 대표선수 선발은 중국 사회에서 아직은 충분한 논의가 좀 더 필요하며, 지속적인 연구 또한 필요한 영역이다.

따라서 본 연구의 목적은 중국 축구 귀화 선수의 이미지가 구단 이미지와 선수팬십에 미치는 영향을 규명하는 것이다. 이러한 연구를 통해 향후 중국 스포츠산업의 발전을 도모하는데 도움이 될 기초자료를 제공하고자 한다. 구체적인 연구의 질문은 아래와 같다.

첫째, 귀화 선수의 이미지가 소속구단의 이미지에 영향을 미치는가?

둘째, 귀화 선수의 이미지가 팬십에 영향을 미치는가?

셋째, 구단이미지가 팬십에 영향을 미치는가?

## II. 연구방법

### 1. 연구대상

본 연구는 2020년 10월 5일~13일까지 SNS 내 중국 프로축구 커뮤니티 활동자를 대상으로 온라인 설문조사를 진행하였다. 온라인 설문조사는 참여율이 월등히 높으며(백승오, 2010) 대상자를 직접 찾아가지 않고 즉시 응답을 받아 시간과 비용을 줄인다는 점에 장점이 있으며 전통적 설문조사와 비교하여 자료의 정확성이 낮지 않다는 점이 밝혀졌다(류귀열·문영수, 2014). 설문에는 총 212명이 응답하였으나 회수된 설문지 중 성실하게 답변하지 않았다고 판단된 26건의 설문지를 제외한 총 186건을 자료로 활용하였다. 채택된 조사대상의 인구통계학적 특성은 <표 1>와 같다.

표 1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

특성	구분	사례수(명)	백분율(%)
성별	남	162	87.1
	여	24	12.9
연령	10대	21	11.3
	20대	115	61.8
	30대	34	18.3
	40대 이상	16	8.6
팬 경력	1년 미만	69	37.1
	1~5년	45	24.2
	6~10년	25	13.4
	10년 이상	47	25.3
경기 시청횟수	1~10회	79	42.5
	11~20회	41	22.0
	21~30회	19	10.2
	30회 이상	47	25.3

### 2. 조사도구

#### 1) 설문지 구성

본 연구에서는 주요 변수는 크게 귀화 선수 이미지, 구단 이미지 그리고 팬십이다. 이를 측정하기 위하여 Arai(2013)가 개발한 선수 이미지 척도를 변안, 이용하여 7점 척도의 30개 문항으로 측정하였다. 구단이미지를 측정하기 위해서는 김진국(2005)과 신진호(2012)가 사용한 척도를 이용하여 보완 및 수정한 다음 7점 척도의

16개 문항으로 측정하였다. 아울러 Reysen & Branscombe(2010)가 팬십에 관한 연구척도를 개발하였으며 이것을 본 연구에서 적합하게 활용하여 7점 척도의 11개 문항으로 측정하였다. 이렇게 구성된 설문지의 주요 구성지표와 구성내용별 문항 수는 <표 2>과 같다.

표 2. 설문지 구성내용

구분	구성내용	문항수
일반적 특성	성별, 연령, 팬 경력, 경기 시청 횟수	4
귀화 선수 이미지	기술력	6
	스포츠맨십	5
	매력성	4
구단 이미지	구단 경기력	7
	지역사회공헌	5
팬십		12
합계		43

## 2) 타당도 및 신뢰도 검증

설문지 초안의 내용 타당도를 검증하기 위하여 스포츠 경영 전문가 1명, 연구법 전문가 1명 그리고 귀화 축구선수 팬 2명으로 구성된 4명의 전문가집단을 통해 충분성과 명확성, 적합성을 검토하였다. 그 후 38명을 대상으로 예비조사를 수행하여 구성타당도와 신뢰도를 검증하고 전문가의 지적에 따라 설문지를 수정, 보완하였다. 본 조사를 위해서는 회수된 응답자료 중에서 유효하다고 판단되는 186명의 자료를 활용하여 먼저 중국 귀화 축구선수의 이미지, 구단이미지와 팬십 탐색적 요인분석을 통하여 구조타당성을 검증하였다. 탐색적 요인분석의 요인추출방법으로 주성분 요인분석(principal component factor analysis)을 이용하였으며, 요인회전은 직교 회전 방식인 varimax 회전법을 이용하였고 요인은 아이겐 값이 1이상인 요인만 추출하였다.

<표 3>에서 나타나는 것과 같이 중국 귀화 축구선수의 이미지 구매 결정요인은 3개 요인으로 추출되었고, 이들을 설명하는 전체 변량은 79.41%로 나타났다.

표 3. 귀화 선수 이미지의 요인분석 및 신뢰도 검증 결과

문항	기술력	스포츠맨십	매력성
정확한 패스	.895	.208	.141
어시스트 능력	.875	.098	.222
슈팅	.868	.233	.096
순발력	.806	.306	.085
공을 잘 빼앗음	.786	.345	.160
체력	.734	.408	.151
복수적인 행동을 안 함	.181	.816	.253
규칙을 지킴	.374	.795	.249
팀원을 격려함	.281	.786	.337
페어플레이	.438	.723	.267
심판 결정에 복종함	.327	.647	.407

색시함	.113	.214	.908
얼굴이 잘생겼음	.115	.273	.886
외모에 개성이 있음	.168	.200	.843
몸매의 매력	.189	.350	.767
고유치	4.768	3.626	3.517
분산변량(%)	31.785	24.176	23.450
누적분량(%)	31.785	55.961	79.410
신뢰도(a)	.942	.922	.925

<표 4>에 제시한 것과 같이 구단이미지 구매 결정요인은 2개의 요인으로 추출되었고, 이들을 설명하는 전체변량은 78.87%로 나타났다.

표 4. 구단이미지의 요인 분석 및 신뢰도 검증 결과

문항	구단 경기력	지역 사회공헌
팀은 팀워크가 좋음	.858	.249
팀은 수비를 잘 함	.844	.292
팀은 패스가 좋음	.828	.290
팀은 공격을 잘 함	.787	.296
팀원들은 서로를 신뢰함	.762	.463
팀원들은 서로를 존중함	.758	.440
팀을 위해 동료들과 협동함	.711	.493
구단은 지역홍보에 기여함	.290	.874
구단은 지역경제에 도움을 줌	.273	.872
구단은 지역사회의 이미지를 높임	.330	.840
구단은 지역 위해 사회공헌 활동을 함	.396	.826
구단은 지역사회 발전에 기여함	.480	.718
고유치	5.067	4.398
분산변량(%)	42.225	36.646
누적분량(%)	42.225	78.871
신뢰도(a)	.947	.942

한편 신뢰도 검증은 설문 참여자로부터 측정하고자 하는 개념이 일관되게 측정했는지 검증하는 것이다. 즉, 같은 개념에 관하여 측정을 반복할 경우 동일한 측정 수치를 얻을 수 있는 가능성을 의미한다(송지준, 2011). 사회과학 분야에서 신뢰도를 해석하는 Cronbach  $\alpha$  값의 기준은 .60 이상이면 신뢰도가 있다고 판단한다(노경섭, 2014). 따라서 본 연구에서 수집한 각 변인요소와 관련 자료의 신뢰성을 검증하기 위하여 신뢰도 분석으로 Cronbach  $\alpha$  값을 산출하였으며, <표 4>에서와 같이 Cronbach  $\alpha$  값은 기술력 .942, 스포츠맨십 .922, 매력성 .925로 나타났고 <표 4>에 나타나는 것과 같이 Cronbach  $\alpha$  값은 구단경기력 .947, 지역사회공헌 .942로 나타났다.

### 3. 조사절차

본 연구는 최근 코로나 바이러스감염증-19 (COVID-19)에 따른 정부의 사회적 거리두기 권고수칙과 한국e스포츠협회의 요청에 따라 온라인 설문조사를 수행하였다. 설문조사는 중국의 '설문지별 [問卷星(문권성)]'이라는 프로그램을 사용하였으며, 본 연구자는 중국 프로축구 커뮤니티 활동자로 해당 커뮤니티에 설문지를 링크해 두고 설문지 응답 요청 글을 올렸다. 요청 글에는 연구의 취지와 주의사항을 설명하였고 설문 작성 시 자기평가기입법(Self-administration method)을 사용하여 설문에 응답하도록 하였다.

### 4. 자료처리

이 연구를 위해 회수된 설문지 중 같은 응답이 일괄적으로 기입되거나 이중 기입 또는 기입 내용이 없어서 신뢰성이 떨어진다고 판단된 자료는 분석에서 제외하며, 회수된 응답자료를 수치화(coding)하여 컴퓨터 전산프로그램에 입력했다. 그 후 자료를 윈도우 SPSS/PC + 21.0 version의 통계를 이용하여 다음과 같이 자료를 처리했다.

첫째, 귀화 선수 이미지가 구단이미지와 선수팬십에 미치는 영향을 검증하기 위하여 0.05 유의수준에서 표준다중회귀분석(standard multiple regression analysis) 방법을 이용하였으며, 표준다중회귀분석을 수행하기에 앞서 Durbin-Watson 값이 2에 근접하는지를 살펴보고 수행 조건인 다중공선성(multi-collinearity)에 문제가 없음을 확인하였다.

둘째, 구단이미지가 선수팬십에 미치는 영향을 검증하기 위하여 0.05 유의수준에서 표준다중회귀분석방법을 이용하였으며, 표준다중회귀분석을 수행하기에 앞서 Durbin-Watson 값이 2에 근접하는지를 살펴보고 수행 조건인 다중공선성에 문제가 없음을 확인하였다.

## III. 결과 및 논의

### 1. 결과

본 연구는 중국 축구에서 귀화 선수 이미지가 구단이미지와 선수 팬십에 미치는 영향을 검증하기 위해 설문조사 결과를 수집해 다중회귀분석을 수행하였다. 그 결과 다음과 같이 귀화 선수 이미지가 구단이미지와 선수 팬십에 유의미한 영향을 미쳤으며 구단이미지 또한 선수 팬십에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

#### 1) 귀화 선수의 이미지가 구단이미지에 미치는 영향

(1) 귀화 선수의 이미지가 구단이미지 중 구단경기력에 미치는 영향  
귀화 선수의 이미지가 구단이미지 중 구단경기력에 미치는 영향을 검증하기 위하여 0.05 유의수준에서 다중회귀분석을 수행한 결과, <표 5>에서와 같이 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났으며( $F=114.063$ ,  $p=.000$ ), 상위요인이 종속변인의 전체변량의

표 5. 귀화 선수의 이미지가 구단이미지 중 구단 경기력에 미치는 영향

변인	베타( $\beta$ )	t값	p값
상수		1.834	.068
기술력	.393	6.813	.000
스포츠맨십	.382	5.609	.000
매력성	.164	2.922	.004

$F=114.063$ ,  $p=.000$ ,  $R^2=.647$

64.7%( $R^2=.647$ )를 설명하는 것으로 나타났다. 특히 기술력( $t=6.813$ ,  $p=.000$ ), 스포츠맨십( $t=5.609$ ,  $p=.000$ ), 매력성( $t=2.922$ ,  $p=.004$ )이 구단이미지 중 구단 경기력에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 그 영향력은 기술력( $\beta=.393$ ), 스포츠맨십( $\beta=.382$ ), 매력성( $\beta=.164$ ) 순으로 나타났다.

#### (2) 귀화 선수의 이미지가 구단이미지 중 지역사회공헌에 미치는 영향

표 6. 귀화 선수의 이미지가 구단이미지 중 지역사회공헌에 미치는 영향

변인	베타( $\beta$ )	t값	p값
상수		2.030	.044
기술력	.208	3.102	.002
스포츠맨십	.316	3.997	.000
매력성	.339	5.212	.000

$F=69.213$ ,  $p=.000$ ,  $R^2=.525$

귀화 선수의 이미지가 구단이미지 중 지역사회공헌에 미치는 영향을 검증하기 위하여 0.05 유의수준에서 다중회귀분석을 수행한 결과, <표 6>에서와 같이 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났으며( $F=69.213$ ,  $p=.000$ ), 상위요인이 종속변인의 전체변량의 52.5%( $R^2=.525$ )를 설명하는 것으로 나타났다. 특히 귀화 선수 이미지의 하위변인인 기술력( $t=3.102$ ,  $p=.002$ ), 스포츠맨십( $t=3.997$ ,  $p=.000$ ), 매력성( $t=5.212$ ,  $p=.000$ )이 지역사회공헌에 통계적으로 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그 영향력은 매력성( $\beta=.339$ ), 스포츠맨십( $\beta=.316$ ), 기술력( $\beta=.208$ ) 순으로 나타났다.

#### 2) 귀화 선수의 이미지가 선수 팬십에 미치는 영향

귀화 선수의 이미지가 선수 팬십에 미치는 영향을 알아보기 위해 0.05 유의 수준에서 다중회귀분석을 수행한 결과, <표 7>에서와 같이 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며( $F=57.105$ ,  $p=.000$ ), 상위요인이 종속변인의 전체변량의 47.6%( $R^2$ )를 설명하는 것으로 나타났다. 특히 귀화 선수 이미지의 하위변인인 기술력( $t=4.177$ ,  $p=.000$ ), 스포츠맨십( $t=1.973$ ,  $p=.050$ ), 매력성( $t=5.555$ ,  $p=.000$ )이 선수 팬십에 통계적으로 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그 영향력은 매력성( $\beta=.379$ ), 기술력( $\beta=.294$ ), 스포츠맨십( $\beta=.164$ ) 순으로 나타났다.

표 7. 귀화 선수의 이미지가 선수팬십에 미치는 영향

변인	베타( $\beta$ )	t값	p값
상수		.539	.590
기술력	.294	4.177	.000
스포츠맨십	.164	1.973	.050
매력성	.379	5.555	.000

$F=57.105$ ,  $p=.000$ ,  $R^2=.476$

### 3) 구단이미지가 선수 팬십에 미치는 영향

구단이미지가 선수팬십에 미치는 영향을 알아보기 위해 0.05 유의준에서 다중회귀분석을 수행한 결과, <표 8>에서와 같이 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며( $F=77.074$ ,  $p=.000$ ), 상위 요인이 종속변인의 전체변량의 45.1%( $R^2=.451$ )를 설명하는 것으로 나타났다. 특히 구단이미지의 하위변인인 구단경기력( $t=5.832$ ,  $p=.000$ ), 지역사회공헌( $t=3.163$ ,  $p=.002$ )이 선수 팬십에 통계적으로 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그 영향력은 구단경기력( $\beta=.468$ ), 지역사회공헌( $\beta=.254$ ) 순으로 나타났다.

표 8. 구단 이미지가 선수팬십에 미치는 영향

변인	베타( $\beta$ )	t값	p값
상수		1.426	.156
구단경기력	.468	5.832	.000
지역사회공헌	.254	3.163	.002

$F=77.074$ ,  $p=.000$ ,  $R^2=.451$

## 2. 논의

앞서 기술한 본 연구의 결과에 따라 귀화 선수이미지가 구단이미지와 선수 팬십의 관계 그리고 구단이미지와 선수팬십의 관계를 종합적으로 논의하면서 상호 영향을 미치는 변인을 고찰하고자 한다.

### 1) 귀화 선수의 이미지가 구단이미지에 미치는 영향

본 연구에서 귀화 선수의 이미지 중 기술력과 스포츠맨십, 매력성이 구단이미지 중 경기력에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 중국은 2022년 월드컵 진출 목표를 세우고 그 목표를 달성하기 위해 실력이 뛰어난 혼혈 선수를 타국에서 영입하였다. 이들 혼혈 선수는 바로 귀화 선수로 등록되어 중국에서 활동할 수 있다. 즉, 연구의 대상이었던 두 현혈 선수는 우수한 성적을 냈기에 그들의 기술력 이미지가 구단의 경기력 이미지에 영향을 미치는 것으로 판단된다. 또한 외국인이 중국의 국가 대표 선수로 활동하기 위해서는 귀화 선수로 인정받기까지 중국에서 선수로 5년을 활동해야 한다는 조건이 있다. 하지만 선수의 성적이 좋지 않아서 구단에서 5년을 채우지 못하는 경우가 있다. 그러므로 외국에서 중국으로 귀화한 선수는 개인적으로 우수한 경기력을 보여줌으로써 구단의 경기력 이미지에 영향을 미치는 것으로 생각된다. 김선기(2010)는 경기관람 요인 중 경기력이 팀 이미지에 영향을 미친다고 하여 본 연

구의 결과를 지지하고 있다.

무엇보다 중국 프로축구단은 혼혈 선수를 2019년부터 영입하기 시작했고 이들 선수에 대한 언론의 관심이 커서 귀화 선수와 관련한 대한 보도가 많았다. 하지만 언론은 경기를 잘할 때 신체적 능력과 뛰어난 경기력을 높게 평가하였으나 경기에서 부진한 모습을 보이면 경기력뿐만 아니라 인성과 몸매까지도 문제로 보도하였다. 그 때문에 언론 보도가 귀화 선수의 기술력 이미지에 영향을 미쳐 소속 구단의 경기력 이미지에 전이된 것으로 보인다.

스포츠맨십 역시 구단의 경기력에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 구단 경기력이 패스, 수비, 공격 등 기술의 우수성만을 의미하는 것이 아니고 좋은 성적을 내기 위해 필요한 팀워크, 팀원 간의 존중과 신뢰 같은 선수의 인성도 포함하기 때문이다. 스포츠맨십의 구성하는 요소 어려운 상황에서 팀원을 격려하는 모습과 페어플레이는 팀원 간 상호 존중과 신뢰에 영향을 미치므로 구단의 경기력 이미지 형성에 영향을 미치는 것으로 보인다. 따라서 귀화 선수의 순발력, 정확한 슈팅과 패스 같은 기술적 흥미와 연관되고 비도덕적 행동을 하지 않고 경기규칙을 잘 지키는 등 윤리적 행동은 스포츠맨십과 연관되는데 서재열(2012)은 경기 태도 기술적 흥미와 윤리적 행동이 팀 이미지에 영향을 미친다고 하여 본 연구결과를 지지하고 있다.

그와 함께 매력성 이미지가 경기력에 영향을 미치는 결과는 다음과 같이 설명할 수 있겠다. 김재환(2011)에 따르면 외모가 매력적인 사람들은 일반적으로 재미있고, 강인하고, 친절하고, 인간미 있는 특성 즉, 바람직하다고 여겨지는 성격적 특성을 갖추고 있는 것으로 인식한다. 따라서 연구의 대상이었던 두 귀화 선수는 외모에 매력이 있어서 축구팬들에게 긍정적인 성격을 가지고 있다고 인식 될 뿐만 아니라 경기력 항목으로 포함되는 서로 신뢰하고 존중하고 협동하는 사람으로까지 지각되고 있는 것으로 판단된다. 여기서 외모는 얼굴뿐만 아니라 몸매 같은 다른 측면도 포함해서 이해된다고 할 수 있다. 예를 들면 자기관리를 잘 하지 못하는 중국인 선수와 달리 귀화 선수들은 자기관리를 잘해서 몸매에 상대적으로 더욱 매력이 있다는 점이다. 또한 귀화 선수는 얼굴이 중국 선수와 조금 다르고 외국 문화에 익숙해서 중국인 선수보다 좀 더 개방적이어서 장난을 치는 애교적인 행동 등, 선수의 개성으로 보면 외모에 매력을 느끼게 되는 것으로 사료된다. 유승현(2010)은 우수한 경기력을 보여준 귀화 선수는 이미지가 향상되어서 스포츠 스타급으로 인기가 상승한 경우가 있다고 하였으며, 그와 함께 남다른 외모와 몸매, 행동이 나타나면서 스타 선수로 부각되었다고 볼 수 있다고 하였다. 이에 윤남수, 이용기, 김용래와 박영균(2008)은 스포츠 스타 보유가 프로축구구단의 긍정적 이미지에 부합한다고 하였고, 조용찬과 신승애(2013)는 스타 선수 이미지가 구단이미지에 영향을 미친다 하여 본 연구의 결과를 지지한다.

한편, 귀화 선수의 매력성과 스포츠맨십, 기술력 이미지 순으로 지역사회공헌 이미지에 영향을 미치는 것으로 나타났는데 스포츠 구단이 지역사회에 공헌하는 방법은 다양하다. 고영규(2007)는 기여에 관한 부분을 고용 창출, 스포츠 경기장의 건설과 도로 교통

망 구축 등에 따른 개발 효과, 이미지 제고와 인지도 향상, 그리고 관중 유입을 통한 경제적 파급효과 관련 산업의 진흥이라고 하였다. 그 귀화 선수가 지역사회에 공헌할 수 있는 부분은 이미지 제고와 관중 유입이라고 할 수 있다. 앞에서 귀화 선수의 이미지가 구단이미지에 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 이미지 제고 효과는 본 연구의 결과로 입증되었다. 하지만 스포츠판이 경기를 시청하거나 관람하는 중요한 요소 중 하나가 특정한 인기 스포츠 스타를 만나기 위한 것이므로(신승호, 전찬수, 김옥, 2009), 귀화 선수는 스포츠 스타로서 관중을 유입하기도 하는 것으로 판단된다.

## 2) 귀화 선수의 이미지가 선수 팬십에 미치는 영향

귀화 선수의 매력성과 기술력, 스포츠판십 이미지는 선수팬십에 영향을 미친다. 이는 스포츠 스타의 이미지가 선수 팬십에 영향을 미친다는 박진경(2007), 김용만(2016), 옥정원(2012)의 연구와 동일한 결과이다. 선수의 외모와 관련하여 최명일(2003)은 스타선수의 운동 능력을 넘어 외모나 성격을 통한 대외적인 이미지가 관중에게 영향을 미친다고 하였고, 정경구와 유광길(2015)은 선수의 태도와 경기력이 관중을 경기장으로 유인한다고 하여 본 연구에서 선수이미지로 구성된 3개 하위 요인이 팬인 관중에게 영향을 미친다는 연구결과를 지지한다.

특히 팬의 관심사 중 선수를 자신과 동일시(identification)하는 것을 팬십이라고 정의하는데 김재환(2011)은 태도, 경기력, 외모가 선수동일시에 영향을 미친다고 하여 본 연구의 결과를 지지하고 있다. 하지만 정은경(2004)은 스포츠 선수의 이미지를 매력성, 신뢰성, 전문성으로 구분하여 각각의 특성이 팬의 선수 동일시에 어떤 영향을 미치는지에 관해 연구하였는데, 그 결과 매력성은 영향을 미치지만 신뢰성과 전문성은 영향을 미치지 않는다고 하였다. 정은경(2004)은 소비자들이 스포츠 선수를 바라볼 때, 전문성과 신뢰성은 스포츠 선수의 기본적인 조건이라고 생각하기 때문이라고 결과를 해석하였는데도 축구선수가 어느 정도 수준의 경기력만 보여준다면 팬의 호감을 확보되기에 그 이상의 경기력은 선수에 대한 팬의 호감 정도를 높이지 않는다고 하였다. 그러나 김유연(2007)은 기술력이 모두 우수한 월드컵 축구선수를 대상으로 연구하였기 때문에 경기력이 아닌 다른 요인에 따라 팬이 특정 선수를 더 선호할 수밖에 없었다. 그래서 이 연구에서 경기력이 팬십에 영향을 미치는 이유는 중국 선수들의 기술력은 그다지 우수하지 않는 반면에 귀화 선수의 기술력이 우수하기 때문이라고 판단된다.

한편 조운정(2011)은 외국인 선수에 대한 호감도가 높을수록 스포츠 관여도 또한 높아진다고 보고하였다. 관여도는 제품에 대해 느끼는 개인적 관련성 혹은 중요성을 의미하는 것으로(김통희, 신재영, 2001) 스포츠 경기에 대한 관여도는 팬이 얼마나 많이 경기를 관람 또는 시청하고 언론에서도 정보 탐색을 얼마나 많이 하고 스포츠 경기 관련 대회를 얼마나 나누고 관련 용품을 얼마나 구매하는지에 따라 결정된다. 각각의 행위는 팬십의 행동에 포함되므

로 조운정(2011)의 결과는 이 연구의 결과를 뒷받침하고 있는 것으로 보인다. 특히 미디어에 비치는 외국인 선수의 이미지를 많이 접하고 관심을 갖는 집단이 관여도가 높다고 하였는데, 귀화 선수들이 상대적으로 언론의 관심을 많이 받고 보도되었기 때문에 그 친근감이 호감으로 이어져 팬십으로 이어진 것으로 보인다. 소비자 행동 측면에서 소비자는 특정 브랜드나 인물을 자주 접함으로써 친숙과 호감을 느낀다고 하여 이 연구의 결과를 지지한다.

## 3) 구단이미지가 선수 팬십에 미치는 영향

구단의 경기력과 지역사회공헌 이미지가 선수 팬십에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박진경(2007)은 스포츠 스타의 운동 수월성과 사회적 책임이 팬의 행동적, 인지적 팬십에 영향을 미친다고 하여 본 연구의 결과를 지지하고 있다. 또한 김성훈, 정호원(2012)은 팬십이 높은 팬일수록 구단의 사회공헌 활동을 긍정적으로 인식하며, 구단에 대해 긍정적인 이미지를 가지고 있다고 하였다. 이는 이미 구단을 긍정적으로 생각하는 팬이 구단에 대한 긍정적인 정보를 접하거나 체험할 때 기존의 긍정적인 태도가 강화되는 것으로 해석된다. 이 같은 맥락에서 귀화 선수의 이미지가 구단의 경기력과 지역사회공헌 이미지에 영향을 미친다고 나타난 결과는 팬들이 귀화 선수의 구단이미지 형성에 기여하는 역할을 인지하여 팬십이 강화되는 것으로 해석할 수 있다.

# IV. 결론

본 연구는 중국 축구 귀화 선수의 이미지가 구단이미지와 팬십의 관계를 규명하는 데 목적을 두었다. 본 연구를 위하여 배경변인으로 성별, 연령, 팬 경력, 경기 시청횟수로 구성된 인구통계학적 요인과 독립변인으로 귀화 선수의 이미지, 매개변인으로 구단 경기력과 지역사회공헌으로 분류한 구단이미지, 종속변인으로 선수 팬십을 설정하였다. 조사 도구는 중국의 '설문지별【問卷星(문권성)】'이라는 프로그램을 사용하였으며, 중국 프로축구 커뮤니티 활동자로 해당 커뮤니티에 참여하는 186명의 설문 응답자를 대상으로 연구를 수행하였다. 이들 설문 응답 자료를 바탕으로 탐색적 요인분석, 신뢰도 검증 및 다중회귀분석을 수행하여 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 귀화 선수의 기술과 스포츠판십, 외모 이미지가 구단의 이미지 중 경기력 이미지에 영향을 미친다. 또한 귀화 선수의 외모, 스포츠판십, 기술력 이미지 순으로 지역사회공헌 이미지에 영향을 미친다.

둘째, 귀화 선수의 외모와 기술력, 스포츠판십 이미지 순으로 선수 팬십에 영향을 미친다.

셋째, 구단이미지 중 경기력과 지역사회공헌 이미지가 선수 팬십에 영향을 미친다.

## 참고문헌

- 고영규(2007). 지역사회발전을 위한 스포츠이벤트의 효율적전개방안. **한국체육과학회지**, 16(1), 321-337.
- 김선기(2010). 프로축구관중의 경기관람요인이 팀 이미지와 관람만족 및 팀 충성도에 미치는 영향. 미간행 석사학위 논문, 단국대학교.
- 김성훈, 정호원(2012). 팬십, 사회공헌활동, 구단이미지 및 구단 평가와의 관계. **한국스포츠산업경영학회지**, 17(5), 67-78.
- 김용만(2016). 프로구단-관중관계성이 동일시요인 및 기업 스폰서십결과에 미치는 영향. **한국스포츠산업경영학회지**, 21(3), 15-32.
- 김용민(2016). 귀화 선수 및 국가정체성에 대한 인식과 국가대표선발에 관한 조사. 미간행 박사학위논문, 한양대학교.
- 김유연(2007). 축구팬의 인구통계학적 특성에 따른 선수이미지 지각 및 선수호감도의 관계. 미간행 석사학위논문, 한국체육대학교.
- 김재환(2011). 선수 속성, 선수 동일시와 팀 동일시 및 관람의도의 관계. 미간행 석사학위논문, 한국체육대학교.
- 김진국(2005). 프로축구 구단의 지역사회 기여도에 관한 인식 분석. **한국스포츠산업경영학회지**, 10(2), 139-150.
- 김릉희, 신재영(2001). 프로스포츠 관중의 관여도 수준간의 경기관람 결정요인의 차이 분석. **한국스포츠산업경영학회지**, 6(2), 253-264.
- 김현수, 김동규(2016). 스포츠선수 귀화정책의 정당성과 다문화적 과제. 움직임의 철학. **한국체육철학회지**, 24(4), 69-86.
- 노경섭(2014). 제대로 알고 쓰는 논문 통계분석: SPSS & AMOS 21. 서울: 한빛아카데미.
- 류귀열, 문영수(2014). 인터넷 설문조사의 검증에 관한 사례연구. **한국데이터정보과학회지**, 25(1), 11-18.
- 맹이섭, 권순용(2014). 프로스포츠팬의 국가정체성과 귀화 선수의 국가대표선발에 관한 인식. **한국스포츠사회학회지**, 27(3), 155-178.
- 박진경(2007). 스포츠 스타의 영웅적 특성과 팬십의 관계. **한국스포츠사회학회지**, 20(1), 1-11.
- 백승오(2010). SNS그룹의 온라인 설문사 응답성향에 대한 연구. 미간행 석사학위논문, 숭실대학교.
- 서재열(2012). 대학축구선수의 경기태도가 팀이미지, 팀 동일시 및 팀 충성도에 미치는 영향-대학생 팬의 인식조사를 중심으로. 미간행 석사학위논문, 우석대학교.
- 송지준(2011). 서비스산업 종사원의 감정부조화, 소진, 조직몰입간의 구조적 관계: 콜센터 상담직원을 중심으로. **고객만족경영연구**, 13(2), 103-123.
- 신승호, 전찬수, 김욱(2009). 인문, 사회과학편: 프로배구팀의 제품속성, 팀동일시 및 재관람의사와의 관계. **한국체육과학회지**, 48(1), 277-285.
- 신진호(2012). 국내 프로축구 구단이미지와 모기업 브랜드 자산 및 소비자 구매행동 간의 인과관계. 미간행 석사학위논문, 고려대학교.
- 양소예(2007). 인문, 사회과학편: 선수들의 국제적 이동과 Global-Local 지점으로서 한국 프로스포츠의 변화. **한국체육과학회지**, 46(5), 75-90.
- 옥정원(2012). 스포츠마케팅에 있어 팀 동일시에 대한 재해석 및 효과에 관한 연구. **마케팅관리연구**, 17(1), 79-104.
- 유승현(2010). 부정적 정보가 선수이미지, 기업이미지, 브랜드 태도에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문, 한국체육대학교.
- 윤남수, 이용기, 김용래, 박영균(2008). 스포츠 스타형입이 스포츠 구단과 스타에 대한 소비자 태도변화에 미치는 영향: 균형이론의 적용. **한국스포츠산업경영학회지**, 13(1), 113-128.
- 이남미(2010). 국내 스포츠 노동이주 현상과 유연한 시민권의발현. **한국스포츠사회학회지**, 23(3), 155-178.
- 이장원, 임승엽(2017). 외국인 운동선수 특별귀화 관련 언론보도 프레임 분석. **한국융합학회논문지**, 8(3), 295-306.
- 정경구, 유광길(2015). 프로스포츠 선수들의 경기태도, 구단이미지, 구단만족 및 구단충성도의 구조적 관계. **한국체육과학회지**, 24(6), 653-664.
- 정은경(2004). 스포츠선수 동일시가 기업성공에 미치는 영향에 관한 연구. 미간행 석사학위논문, 서울여자대학교.
- 조용찬, 신승애(2013). 프로농구 스타선수 이미지가 관람만족, 구단 이미지 및 재관람의도에 미치는 관계 분석. **한국체육과학회지**, 22(2), 617-627.
- 조운정(2011). 프로야구팬들의 외국인선수 이미지 수용 연구. 미간행 석사학위논문, 한양대학교.
- 하인호(2017). 다문화 수용성이 귀화 선수의 축구 국가대표 선발 인식에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문, 국민대학교.
- 황미경(2013). 미디어를 통한 스포츠 인종주의의 구성: 프로스포츠 외국인 선수 보도 분석. **한국스포츠사회학회지**, 26(1), 151-166.
- 최명일(2003). 스포츠 스타 이미지 구성요인에 관한 연구. 미간행 석사학위논문, 한양대학교.
- Arai, A., Ko, Y. J., & Kaplanidou, K.(2013). Athlete brand image: Scale development and model test. *European Sport Management Quarterly*, 13(4), 383-403.
- Korea Ministry of Government Legislation(2016). Nationality law. Seoul: National law information center.
- Reysen, S., & Branscombe, N. R.(2010). Fanship and fandom: Comparisons between sport and non-sport fans. *Journal of Sport Behavior*, 33(2), 176-193.