creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

스포츠매니지먼트 석사학위논문

의도적 패배(Tanking)에 따라 팬 태도에 미치는 영향 : 가치기반 연결과 팀 충성도를 중심으로

2022 년 02 월

서울대학교 대학원

체육교육학과

글로벌스포츠매니지먼트

호 우 진 펭

의도적 패배(Tanking)에 따라 팬 태도에 미치는 영향 : 가치기반 연결과 팀 충성도를 중심으로

지도교수 김 유 겸

이 논문을 스포츠매니지먼트
석사 학위논문으로 제출함
2022 년 02 월

서울대학교 대학원
체육교육학과
글로벌스포츠매니지먼트
호 우 진 펭

호우진펭의 석사 학위논문을 인준함
2022 년 02 월

위 원 장 _____ 임 충 훈 _____ (인)

부위원장 _____ 박 재 범 _____ (인)

위 원 _____ 김 유 겸 _____ (인)

국 문 초 록

의도적 패배(Tanking)에 따라 팬 태도에 미치는 영향 : 가치기반 연결과 팀 충성도를 중심으로

호 우 진 펭
서울대학교 대학원
체 육 교 육 학 과
글로벌스포츠매니지먼트

현재까지, 많은 연구들이 전략적으로 경기에서 일부러 진 팀의 잠재적인 증거를 위해 스포츠 리그를 조사했다. 프로스포츠 경기에서의 탱킹에 대한 연구는 있었지만 탱킹에 대한 태도 복잡성 연구는 아직 본격화되지 않았고, 특히 중국 NBA 팬들의 탱킹에 대한 연구는 더욱 부족했다.

본 연구는 데이터 수집 플랫폼 크레도모를 이용해 중국 NBA 팬덤의 전국 무작위 샘플을 수집했다. 연구에서 연령대별, 직업별 NBA 팬을 대상으로 했다.

또한, 응답자들은 탱킹에 대한 본인들의 태도와 팀 내 충성도, 개인의 시간지향적 가치관, 도덕성에 기초한 가치관에 대한 데이터를 제공했다.

그 결과 팬들의 탱킹에 대한 부정적인 태도가 상대적으로 많았고, 승

패 기록이 팬의 부정적인 태도에 미치는 영향은 적었으며, 본 연구에서 탱킹에 대한 태도가 가치관과 팀 충성도의 영향을 받는 것을 확인했다.

주요어 : 탱킹; 태도; 가치관; 팀 충성도; 중국 NBA팬

학 번 : 2019-24841

<목 차>

제 1 장 서 론 ····· 1
제 1 절 연구의 필요성 ····· 1
제 2 절 연구 목적 및 연구 문제 ····· 4
제 3 절 용어의 정의 ····· 6
1. 탱킹 (Tanking) ····· 6
2. 승리 (Winning) ····· 6
3. 팀 충성도 (Team loyalty) ····· 6
4. 시간 지향적 가치 (Time-Oriented Values) ····· 6
5. 윤리 지향적 가치 (Ethics-Oriented Value) ····· 6

제 2 장 이론적 배경 ····· 7
제 1 절 탱킹 (Tanking)의 배경 ····· 7
1. 탱킹(Tanking) 정의 ····· 7
2. NBA 탱킹(Tanking) ····· 9
3. 탱킹과 드래프트 시스템 사이의 연관성 ····· 11
4. 탱킹 전술 및 전략 개요 ····· 11
5. 기타 운동에서 나타난 탱킹(Tanking) ····· 14
제 2 절 연구모형 및 가설 ····· 18
1. 연구모형 ····· 18
2. 연구가설 ····· 18
제 3 장 연구 방법 ····· 25

제 1 절 연구 대상 ····· 25
제 2 절 조사 도구 ····· 27
1. 독립변인 ····· 28
2. 중속변인 ····· 34
제 3 절 자료처리방법 ····· 35

제 4 장 연구 결과 ····· 36
제 1 절 빈도분석(Frequency Analysis) ····· 36
제 2 절 신뢰도 분석(Reliability Analysis) ····· 40
제 3 절 확인적 요인 분석(Confirmatory Factor Analysis) 41
1. 확인적 요인분석 결과 ····· 41
2. 타당도 분석 결과 ····· 44
제 4 절 구조방정식 모형 분석 결과 ····· 48

제 5 장 논 의 ····· 55

제 6 장 결론 및 제언 ····· 58
제 1 절 결론 ····· 58
제 2 절 제언 ····· 59

참 고 문 헌 67

[부록] 70

<표 목차>

[표 2-1] NBA 드래프트 (Draft) 포맷 경력의 요약 ····· 9
[표 3-1] 설문지 구성내용 ····· 28
[표 3-2] 미래지향적 가치관 측정도구 ····· 29
[표 3-3] 도덕적 지향적 가치관 측정도구 ····· 31
[표 3-4] 팀 승리수 ····· 32
[표 3-5] 팀 충성도 측정도구 ····· 33
[표 3-6] NBA팬들은 탱킹에 대한 대도 측정도구 ····· 34
[표 4-1] 인구통계학적 결과 ····· 38
[표 4-2] 각 설문 항목들의 신뢰도 분석 결과 ····· 40
[표 4-3] 확인적 요인 분석의 적합도 지수 결과 ····· 42
[표 4-4] 집중 타당도 분석 결과 ····· 45
[표 4-5] 측정 항목의 판별타당도 결과 및 이변량 상관분석 ····· 47
[표 4-6] 구조방정식 모형의 적합도 (1) ····· 50
[표 4-7] 연구모형의 표준화 경로계수 및 유의성 검증 결과, 인지적 전략 차원의 태도 ····· 51
[표 4-8] 조방정식 모형의 적합도 (2) ····· 53
[표 4-9] 연구모형의 표준화 경로계수 및 유의성 검증 결과, 불공 한 차원의 태도 ····· 54

<그림 목차>

<그림1> 연구 모형 ····· 18
<그림2> 연구 모형의 확인적 요인 분석도(표준화 계수) ····· 43
<그림3> 인지적 전략 차원의 태도 ····· 49

<수식 목차>

[식 1-1] 평균분산추출(AVE) 산출공식 ····· 46
[식 1-2] 개념신뢰도(CR) 산을공식 ····· 46

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 필요성

탱킹(Tanking)은 광의적으로 말하자면 전문용어로써 스포츠 클럽들이 리그의 드래프트 시스템을 통해 이점을 얻기 위해 의도적으로 저조한 실적을 내는 전술이다. 이 이점은 역순 드래프트 시스템 또는 그 변형을 활용하여 리그의 저조한 성적을 낸 클럽을 위해 더 높은 드래프트 선택(더 나은 선수)을 하게 됨으로써 만들어진다(Taylor&Trogdon,2002 ; Bedford&Schembri, 2006:Kahane, 2006; Price et al., 2010).

스포츠 경기는 오랫동안 프로 스포츠 비즈니스 모델의 필수적인 부분이었다(Hansen & Gauthier, 1989: Neale, 1964). 그러나, 스포츠에서 탱킹의 확산은 경기의 질을 크게 위협하며, 팀 전력과 게임 결과의 불확실성을 야기함으로써 게임에 대한 팬들의 수요에 영향을 미칠 수 있다(Price, Soebing, Berri, 2010). 예를 들어, 마이애미 말린스는 선발권의 우위를 점하고, 수준 높은 선수들을 영입하기 위해, 2017년 경기에서 최선의 경기력을 발휘하지 않았고, 우수한 선수의 출전도 통제함으로써 경기에서 패배한 후 선발권을 얻어 수준 높은 선수를 영입했다. 그러나 2018년 한 경기당 관중수는 10만 여명에 불과했고, 이는 2004년 이후 메이저리그 (MLB) 팀 중 가장 낮은 관중수이다(Shafer, 2018). 스포츠 행사에 참석하는 소비자들은 스포츠 팀과 리그에 상당한 티켓 수익을 기부한다(Szymanski & Késenne, 2004). 그러나 Marlins가 채택한 탱킹 전략은 관중들에게 상처를 주었다(Duvall, 2018, Kendall & Lenten, 2017; Soebbing & Mason, 2009). 이는 결국 좌석점유율의 큰 하락을 야기했고 수익 또한 감소하였다. 스포츠 사업의 성공은 팬의 지지에 의존하는 만큼 팬들의 입장에서 탱킹에 대한 연구가 필요하다.

이미 알려져 있다시피, 경기에 대한 팬의 가치는 매우 크다. 현장에서

팀은 팬의 박수갈채소리와 반복되는 응원구호를 통한 응원을 경험하면서 격려받고 고무된다. 사실상, 팬들의 지지는 현장에서 한 명의 선수가 추가로 참여하는 것과 같다고 할 수 있다. 경기장에서 한 명이 추가되면 경기에 미치는 영향은 지대하다. 스포츠심리학자가 정리한 데이터에서는 팬의 응원을 들은 선수가 최고 8%의 수준향상이 가능하다고 설명한다. 따라서 팬의 탱킹에 대한 태도 연구가 매우 필요하다고 할 수 있다.

현재 팬의 태도로부터 진행된 탱킹에 관한 연구는 거의 없다. 농구팬을 예로 들면, NBA 농구팀이 더 나은 선발권을 가지기 위해 고의로 경기에서 지는 것은 팬에게 고통을 줄 수 있다. 이런 팀들은 경기 중 실력을 최고로 발휘하지 않고, 기술적으로(고의로) 경기에 지는 팀이 되어버린다. 이는 4월 경 경기장에 경기를 관람하기 위해 오는 팬들에게 실망을 안겨줄 수 있다. 그런데 어떤 팬들은 그 패배가 그 팀의 미래에 더 큰 도움을 가져다 줄 수 있을 것이라고 인식하기도 한다. 그래서 그들은 팀이 승리하기를 바라는 중에도 팀의 일시적인 탱킹을 받아들일 수 있다.

심리학과 시장마케팅분야의 수 많은 연구를 통해 태도는 감정(팬의 감정. 예를 들어, 분노, 좌절, 감탄), 인지(그들이 탱킹에 대해 합리적으로 받아들이는 과정, 예를 들어, 분석적동의 또는 부동의, 공평함에 대한 판단)에 기초하고, 또한 행위차원(예를 들어, 경기관람의 지속여부, 매체소비, 유니폼착용)에 대해 직접적이고 지속적인 영향이 있다는 사실을 증명했다.

탱킹에 관한 연구에서는 19세기부터 현재까지 많은 단체종목 (농구, 축구, 야구, 럭비 등)과 개별 비단체운동 (테니스, 골프, 복싱 등)에서 탱킹이 발생되었다고 설명한다. 그중 많은 연구가 스포츠 비리에 집중되어 있다 (Balsdon ,2007 ; Levitt,2002; Vamplew,2018) .

또 어떤 연구들은 정책적인 관점에서 탱킹현상을 개선하는 방법을 연구한다(Lenten, Smith&Boys, 2018).

신뢰의 관점에서 보는 연구도 있다 (Paxton,2018 ; Choi, 2019) , 탱킹을 하지 않은 팀은 사법 절차를 활용하여 탱킹을 한 팀을 고소함으로써

탱킹팀으로부터 손해배상을 받아낼 수 있다. 이는 또한 팀들의 탱킹 행위를 억제할 수있다.

Aaker와 Joachimsthaler(2010)는 가치 기반 연결의 탐구가 전략적 스포츠 관리에 상당한 기여를 할 것이라고 언급했다. 이 가치-태도 연결 문제를 조사하는 첫 단계로, 현재 연구는 향후 결과에 대한 팬들의 관심의 시간적 가치와 감정, 인지, 행동의 차원에서 윤리적 학대에 대한 관용이라는 도덕적 가치오차를 기반으로 설문지 설계 및 설문조사를 실시하고자 한다. 다른 연구원의 설문지 그리고 팬들의 팀 충성도와 결합하여 중용성, 태도 및 행동의 변화에서 각 요인의 역할을 반영한다.

이 글을 통해 탱킹을 연구할 때 팬의 태도에 대한 연구의 부족을 보충할 뿐만 아니라 NBA에서 탱킹을 할 수 있는지와 탱킹은 어떻게 진행되어야하는지 고민하며 건설적인 제안을 하고 싶었다.

제 2 절 연구 목적 및 연구 문제

현재, 탱킹은 이미 중요한 연구영역이 되었고, 탱킹을 연구하고자 할 때 소비자의 행동에 대한 과학조사가 필요하다. 팬은 탱킹을 진정한 스포츠와는 상반되는 부당한 행동으로 바라보는가, 아니면 오늘날 탱킹이 현대프로스포츠경기에서 수행되는 전략적 구성 요소라고 생각하는가?

이 연구에는 세 가지 주요 목표가 있다.

첫째, 이 작품은 탱크를 향한 팬들의 태도를 이해하고자 한다. 현재까지, 과거 연구는 탱킹, 팀 및 리그 성과 인센티브의 존재와 확산, 그리고 경쟁적 부패로 탱킹의 다양한 측면을 조사했다(Balsdon, 2007; James&Ridinger,2002; Taylor&Trogdon, 2002). 하지만, 인지된 탱킹에 대한 팬들의 태도에 관하여 현존하는 학문은 없다.

이 작품의 두 번째 목표는 탱킹에 대한 팬들의 태도 연구에서 우승여부의 중요성을 밝히는 것이다. 많은 연구들이 스포츠에서 우승이 가장 중요한 팬 관련 요인 중 하나로 지적하고 있지만(Aiken&Koch, 2009; Filu,2009; Gorse&Chadwick, 2010; James&Ridinger,2002) 고의적인 패배가 팬의 태도에 어떤 영향을 미치는지에 대한 연구할 것이다.

세 번째 목표는 가치 기반 연결관계를 근거로 팬들이 탱킹을 대하는 태도를 탐구하는 것이다. Aaker와 Joachimsthaler(2010)는 가치 기반 연결의 탐구가 전략적 스포츠 관리에 상당한 기여를 할 것이라고 언급했다. 이 가치-태도 연결 문제를 조사하는 첫 단계로, 이 연구는 시간지향적 가치관과 도덕지향적 가치관 탐구를 통해 팬들의 도덕적 남용에 대한 용인능력과 미래 결과에 대한 중요 고려사항에 대해 평가한다.

이에 본 연구에서는 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

첫째, 중국의 NBA 팬들은 탱킹을 스포츠 경기에서 부정당한 행동으로 보고 있는가?

둘째, 오늘날의 팬들은 탱크를 현대 프로스포츠경기에서 실현 가능한 전략적 요소로 간주하고 있는가?

제 3 절 용어의 정의

본 연구에 적합하게 조작적으로 내린 용어의 정의는 다음과 같다.

1. 탱킹 (Tanking)

운동 경기에서 정규리그 하위권 팀이 다음 시즌 신인 드래프트 (Draft) 에서 상위 지명권을 얻는 것을 노려 경기에서 고의로 지는 경우를 뜻한다.

2. 승리 (Winning)

싸우거나 겨루기를 통해 상대방을 누르고 이기는 것이다.

3. 팀 충성도 (Team loyalty)

특정 스포츠 팀에 대해 애착을 가지는 정도. 애착의 정도가 높은 관중일수록 응원하는 팀의 승패에 상관없이 그 팀을 선호하며 지속적으로 그 팀의 경기를 관람하려는 의지를 보인다.

4. 시간 지향적 가치 (Time-Oriented Values)

시간 지향 가치는 개인이 현재 행동의 잠재적 원거리 결과를 고려하는 정도와 이러한 잠재적 결과에 의해 영향을 받는 정도를 말한다.

5. 윤리 지향적 가치 (Ethics-Oriented Value)

윤리학에서 가치는 어떤 행동이 최선인지, 어떤 방식으로 사는 것이 최선인지를 결정하거나(표준 윤리학), 다른 행동의 중요성을 설명하는 것을 목적으로 하는 어떤 사물이나 행동의 중요성의 정도를 나타낸다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 탱킹 (Tanking) 의 배경

1. 탱킹(Tanking) 정의

탱킹이라는 용어는 1980년대로 거슬러 올라가 보면 권투와 수영 분야에서 가장 먼저 사용되었으며 오늘날에도 여전히 사용되고 있다. 그러나 그 정의가 줄곧 모호함에 따라 탱킹을 더욱 확실하게 연구하기 위해 먼저 탱킹의 의미를 명확히 할 필요가 있다. Soebbing과 Mason(2009)은 탱킹을 더 좋은 드래프트 포지션 확보를 위해 팀이 일부러 경기에서 패배하는 행동이라고 정의했다. Balsdon(2007)은 대학 농구에서 탱킹은 약간 다르게 정의한다고 제시했다. 그는 경기에 참가한 선수들이 경기 중 최선을 다하지 않을 때 탱킹 행위가 일어났다고 언급했다. 그는 이 탱킹 행위가 선수가 결승전에서 더 좋은 성적을 얻기 위해 토너먼트에서 체력을 보존하고, 자동으로 다른 팀과 합의를 통해 회의수익을 극대화하는 이유에서 발생할 수 있다고 보았다. Kendall과Lenten(2017)은 탱킹을 경쟁 우위를 점하기 위해 의도적으로 점수를 떨어뜨리기 위해 경기에서 패하는 행위로 간주했다.

경제학 분야에서 그동안 주로 프로 스포츠 특히, 탱킹에 관련해서 많은 연구들이 이루어져왔다(Balsdon et al., 2007; James&Ridinger,2002 Taylor& Trogdon, 2002). 실제로 탱킹은 간단하게 말해서 "승리하기 위해 패배하는 전략"으로 정의되었다(Trogdon, 2002). 현대 스포츠(그 중 경기 시간이 엄격하게 모니터링되어 예측 분석이 가능하고 전술을 지도할 수 있는 스포츠)에서 스타플레이어는 항상 휴식을 취하고, 드래프트보다는 포스트시즌에 중점을 둘 수 있다(Belk et al., 2017; Haberstroh, 2017). 이런 경우에 상위 팀은 전략적으로 좋지 않은 경기 성적을 내고,

심지어 경기에 패배할 수 있는데 이런 행위들을 모두 탱킹으로 간주할 수 있다. 간단히 말해 탱킹은 “승패를 결정하는 전략”이라고 정의된다. 종종 reverse-order 드래프트 시스템이 있는 리그에서는 정규 시즌이 끝날 때 다음 시즌에 더 나은 드래프트 포지션을 얻기 위해 탱킹이 발생한다(Hayden, 2017). 이러한 시스템은 이전 시즌의 성과에 따른 드래프트 우선순위결정에서 더 높은 드래프트 선택을 얻기 위해 팀들이 의도적으로 경기에 지도록 동기를 부여하기도 한다(Preston&Szymanski, 2003). 따라서 코치와 경영진은 소위 "승부를 결정하기 위한 전략"에 대해 오히려 성과보수를 받는다(Taylor&Trogdon, 2002). 본질적으로 말하면, 동맹의 결정은 탱킹의 동기를 불러일으키고, 영구화시킬 수 있다.

오늘날 탱킹은 대중적이고 많은 논란의 이슈로 떠올랐다. 어떤 사람들은 야구에서 탱킹이 매년 일어난다고 말한다(Weller, 2014). 사실 농구도 예외는 아니다. 미국 농구 협회(NBA)에서 경제학자들은 탱킹의 연간 관행, 즉 더 나은 드래프트 포지션 달성을 위해 일부러 지는 것을 통계적으로 확인했다고 주장한다(Soebbing, Humphreys&Mason, 2013). 게다가, NBA는 이러한 "비뚤어진 인센티브 문제"가 가장 만연해 있다고 여겨지는 리그로 악명 높았다(Lenten, 2016). 소위 탱킹의 비뚤어진 인센티브는 호주 축구 리그 (Lenten et al., 2018)와 일본 스모 레슬링 (Duggan &Levitt, 2002)에서도 마찬가지로 국제적으로 공개되었다.

많은 팬들이 스포츠신문, SNS 그리고 학술논문을 통해 탱킹에 대해 어느 정도 알고 있다.

팬들은 탱킹에 대해 각기 다른 관점을 가지고 있다.

일부 사람들에게는 탱킹이 지능적이고 미래 지향적인 전략으로 여겨진다(Weller, 2014). 이 사람들은 증거를 제시하며 과거의 성공을 인용하는데, 예를 들어 인디애나폴리스 콜츠 팬들이 그들의 팀이 많은 관심을 받고 있는 쿼터백 앤드류 럭(Friedman, 2012)을 드래프트 할 수 있도록 격려하기 위해 벌인 "Suck for Luck" 캠페인이다. 게다가 경제학자들이 전 세계적인 스포츠 분야에서 탱크가 계속 번창하고 있다는 것을 증명했기 때문에(Borland, 2009; Chicu&Mcdonald, 2013), 전략이 효과적일 것

이라는 것이 분명하다. 만약 그렇지 않으면, 팀들은 탱킹을 중단했을 것이다. 이와는 대조적으로, 다른 사람들은 탱크가 효과가 있다고 증명할 수 있는 절대적인 증거는 없다고 주장한다(Castrovince, 2017; Roberts & Leed, 2016). 한편, 일부 팬들은 (그들의 관점에서) 탱킹은 스포츠 경기의 순수성과는 반대되는 비윤리적인 것으로 인식되기 때문에 결과적으로 효과성에 대한 문제가 있다고 생각한다(Preston&Szymanski, 2003). 실제로, 그것은 종종 부패의 한 형태로 여겨진다(Chadwick, 2013; Masters, 2015). 효과나 윤리적 판단에 관계없이 관심 있는 팬들은 항상 탱크로 인식되는 팀을 추측하고, 논쟁하고, 공격(또는 방어)하고 싶어한다.

이로 인해, 탱킹은 이미 조금씩 중요한 연구영역임과 동시에 과학적조사가 필요한 소비자행위의 한 분야가 되어가고 있다. 팬은 탱킹을 진정한 스포츠와는 상반되는 부당한 행동으로 바라보는가, 아니면 오늘날 탱킹이 현대프로스포츠경기에서 수행되는 전략적 구성 요소라고 생각하는가?

2. NBA 탱킹(Tanking)

[표 2-1]
NBA 드래프트 (Draft) 포맷 경력의 요약

시즌	드래프트 형식	탱킹 인센티브
1947-1966	영역 선택 (Territorial picks)	?
1966-1984	전통적인 역순 (Traditional inverse order)	Yes
1985-1990	플레이오프가 없는 팀에게 동등한 기회 (Equal chance for non-playoff teams)	No
1990-1993	가중복권 (Weighted lottery)	Yes
1994-present	수정된 가중치 (Revised weights)	?

NBA 드래프트 경력의 요약은 표 2-1에 나타난다. NBA 드래프트 는

1947년에 공식적으로 시작되었다. 초기 선발에서 모든 팀들이 역순으로 선발하는 방식이었다.

1966년부터, NBA에서는 동서 두 경기지역에서 각각 정규시즌 최하위 팀끼리 동전 던지기를 통해 어떤 팀이 첫 선발권을 선택을 받을지 결정지었다. 동전 뒤집기에 따른 선발권 분배 방안은 역주기 형식이었다. 이 방식은 1983-1984시즌 이후까지 그대로 유지되었다. 1983-1984시즌의 말기에 일부 NBA 팀들의 경쟁력이 떨어지자 일부 구단주들과 리그 관계자들을 더 나은 드래프트 자리를 얻으려고 일부러 경기에서 졌다며 불만을 터뜨리기도 했다. (Taylor&Trogdon, 2002)의 연구 결과 실제 이러한 행동이 있었으며 이후에도 탱킹을 한 팀들에 대해 강력하게 공격했다.

NBA 팀들이 드래프트 선택에서 높은 수준의 선수를 선택할 수 있는 권리를 얻기 위해서는 충분한 이익을 창출하여 팀들이 경기에 참가하도록 유도해야한다. 드래프트에서 첫 번째 선택은 "슈퍼스타" 선수일 가능성이 높다. NBA 드래프트 복권의 초점은 참가자명단 드래프트의 우선권이기 때문에, 우리는 드래프트의 우선권에 노력을 집중한다. 그러나 한 가지 잠재적인 우려 사항은 태킹 비용(고의적으로 게임에서 진 것)이 드래프트 1위 확보의 잠재적 이점을 상쇄할 수 있다는 것이다. 팀은 게임을 잃으면 수익을 잃게 된다.

"탱킹"을 처음 시작한 팀 중 하나는 1983-84 휴스턴 로키츠였는데, 휴스턴 로키츠는 20-26으로 출발한 후 시즌 패전을 고려하였고, 다음 시즌의 드래프트 순서에서 더 높은 순위를 차지하기 위해 더 많은 대기 선수들을 출전하기로 하였다. 1983-84 NHL 시즌, 피츠버그 펭귄스와 뉴저지 데블스는 드래프트에서 마리오 레미외를 선발하기 위해 지고 싶다고 인정했다. 그러나 탱킹은 4개의 메이저 리그 (MLB, NFL, NBA, NHL)의 팀들이 다양한 형태의 연습에 참여했던 2010년대까지 널리 퍼지지 않았다.

프로 스포츠의 현대 시대에 탱킹의 가장 주목할 만한 예시 중 하나는 당시 NBA 필라델피아 세븐티식서스의 단장이었던 샘 힌키가 드래프트

우선권을 얻으려고 일부러 탱킹을 함으로써 팀을 재건하려했던 계획이다. 2013년부터 2016년까지의 세 시즌에서 필라델피아는 47승을 기록했고, 어떤 해에도 20승을 결코 넘기지 못했다. 여기에는 2014-15시즌과 15-16시즌 사이에 NBA 기록 27연패가 포함되었다. 팀의 패배를 통해 그들은 드래프트의 형식으로 우수한 선수를 축적했다. 2014~2018년 5번의 드래프트에서 76 res는 상위 10위 안에 6번 드래프트를 했고, 그 드래프트 중 2개 드래프트에서 조엘 엠비드와 벤 시먼스를 선발했다. 2017년부터 2020년까지 필라델피아는 매 시즌 40개 이상의 경기를 우승했고 매년 플레이오프에 진출했다. 하지만 플레이오프에서 팀 성적이 좋지 않아 2020시즌의 성적은 '실망스럽다'고 할 수 있다.

3. 탱킹과 드래프트 시스템 사이의 연관성

사실은, 1980년대 초반부터 NBA에서 탱킹 행위의 출현은 1947년 리그가 채택한 드래프트 제도에서 비롯된 것일 수 있다(Soebbing&Mason, 2009). 최초의 드래프트 정책은 리그 구성원들 간의 경쟁 균형을 촉진하거나 동등한 경기력을 창출하기 위해 고안되었다(Forest&Simmons, 2002; Sanderson&Sigfried, 2003). 예를 들어, 역순 초안은 최악의 성적을 거둔 팀에게 가장 우수한 인재를 할당하여 팀의 질을 향상시키는 데 도움이 되도록 계획하였다. 수준 높은 젊은 인재를 확보한 뒤 성적이 좋지 않은 팀은 다른 리그 업체와의 팀 격차를 줄일 수 있다. 이와 같이 드래프트 제도는 스포츠 리그의 경쟁 균형을 개선하는 역할을 한다(Sanderson&Sigfried, 2003). 그러나 드래프트 시스템의 구현은 팀이 최고의 드래프트 선택을 획득하기 위해 의도적으로 경기에서 패배하는 의도하지 않은 결과를 초래한다(Soebbing&Mason, 2009).

4. 탱킹 전술 및 전략 개요

1) 방어 전술

McManus(2019)가 스포츠에서 세 가지 탱킹 전술을 요약했다.

첫 번째는 유망한 젊은 선수나 우수한 선수를 선발해 팀에 승리에 기여할 수 있는 잠재력을 가진 가치 있는 드래프트를 대가로 주요 선수들을 트레이드하는 것이다(McManus, 2019). 이 과정에서, 팀들은 더 많은 경기에서 지고 드래프트 포지션이 향상되기를 바란다. 이 탱킹 전술의 효과를 보장하기 위해, 팀들은 또한 자유계약선수(Free-agent) 시장에서 높은 인지도와 높은 성과를 거둔 선수들과 계약하지 않을 수도 있다. 이러한 관행은 팀이 더 많은 경기에서 패한다는 목표를 강화하는 동시에 재정적 자원을 절약하는 데 도움이 될 수 있다. 북미의 주요 프로 스포츠 리그 중 MLB 팀들은 종종 이러한 전술을 사용한다(Sheinin, 2018). MLB에 연봉층이 없어, 주어진 시즌에 각 팀이 내야 하는 최소한의 연봉을 책정하기 때문에, 다른 리그와 단체협상을 하는 일부 팀과 비교했을 때 자유계약선수 시장에서 높은 가격대의 선수와 계약을 피하는 것이 더 쉽다 (Sheinin, 2018).

두 번째 탱킹 전술은 핵심 선수들을 휴식 시키는 것이다. 상위권 선수들을 쉬게 하고 경험이 적은 젊은 선수들에게 더 많은 경기 시간을 할당함으로써, 탱킹 리그는 일부러 경쟁력이 떨어지는 선수 명단을 작성하여 경기에 져버린다(McManus, 2019). 건강한 선수들을 쉬게 하는 것은 팀이 경기에서 지고 드래프트에서 우승할 확률을 높일 뿐만 아니라 젊은 선수들에게 발전의 기회를 준다. 이러한 어린 선수들은 팀이 장기적으로 경쟁력을 갖출 수 있도록 도울 수 있는 잠재력을 가지고 있을 수 있다 (Sobbing et al., 2013).

세 번째 탱킹 전술은 게임을 포기하는 것이다. 예를 들어, Preston과 Szymanski(2003)는 규정 말기에 Barbados가 캐리비안컵(Caribbean Cup)에서 Grenada와 동점을 만들기 위해 일부러 자신의 골대로 공을 차 넣는 예를 제시했다. Barbados는 다음 라운드에 진출하기 위해 2골 차로 이겨야 했지만 경기시계가 3분 남았을 때 1골 차로 앞서고 있었다. 따라서, Barbados는 그들이 더 많은 골을 넣기 위한 시간을 확보하기 위해 연장전을 강요해야 했다.

2) 방어 전략

첫 번째 전략은 팀이 이미 포스트시즌에서 탈락한 정규시즌에서 일부러 패하는 것이다(Price et al., 2010; Taylor&Trogdon, 2002). 플레이오프 경합에서 탈락한 후, 추가 경기 우승의 이점은 미미할 수 있다(Soebbing et al., 2013). 다만 팀들이 더 많은 경기에서 패하고 리그에서 입지를 낮추면 역순 드래프트 제도(Soebbing et al., 2013)에서 높은 드래프트 선택을 받을 수 있는 기회가 더 많아진다. 따라서, 팀들이 포스트시즌에서 경쟁할 희망을 잃으면 탱킹을 선택할 수도 있다는 것은 놀라운 일이 아니다.

이 탱킹 전략은 종종 핵심 플레이어가 경기에 참가하지 않고 휴식함으로써 달성된다(McManus, 2019). 주전급 선수들이 쉬는 팀들은 코트에서 실력이 떨어지는 엔트리를 활용하기 때문에 승산이 줄어든다. 또한 확실히 팀들은 선수들이 경기에서 최선을 다하지 않도록 요청함으로써 고의적으로 경기에서 질 수 있다. 그러나, 스포츠 경기의 경쟁적인 성격을 고려할 때, 선수들은 일반적으로 게임에서 이기기 위해 최선을 다한다(McManus, 2019).

이런 이유로, 이론적으로 주요 선수들을 쉬게 하는 것이 의도적으로 게임에서 지기 위한 더 효과적인 전술이 된다. 필드나 코트에 주전 선수가 없으면 탱킹 팀과 상대 팀 간의 팀 질적 격차로 선수들이 최선을 다해 경기에 임하더라도 탱킹 구단의 우승은 더욱 어렵게 만든다.

시즌 막바지에 종종 전개되는 1차 탱킹 전략과 달리, 2차 탱킹 전략은 팀이 다시경기하는 동안 일부러 경기 패배를 시도하는 더 극단적인 전략이다(McManus, 2019). 두 번째 탱킹 전략을 사용하는 것은 종종 드래프트 시스템을 통해 그들의 리그를 재건하는 것이 우승을 위한 최선의 길이라는 경영진의 믿음을 반영한 것이다. 이들 팀은 리그 순위 중간이나 최하위에 머물기보다는 드래프트 제도를 통해 최고의 젊은 인재를 얻을 수 있는 확률을 극대화하고자 일부러 시즌 패배를 감수한다(Motomura et al., 2016). 팀들은 시간이 흐르면서 충분한 재능을 축적한 후, 우승을

다툴 수 있는 좋은 위치에 있게 된다.

세 번째 전략은 종종 주요 플레이어를 멀리하거나 유명 프리 에이전트와의 계약을 피하는 것과 같은 탱킹 전술로 실행된다(Vamplew, 2018). 주요 플레이어를 배제하고 우수한 자유 계약 선수와 계약하지 않음으로써, 팀은 더 높은 드래프트 포지션에 접근하기 위해 의도적으로 덜 경쟁력 있는 리그를 구축한다. 인재 수준 축소는 드래프트 포지션 개선뿐 아니라 선수 트레이드를 통해 다른 리그의 추가 드래프트 선발과 젊은 인재 확보에도 도움이 된다(McManus, 2019). 젊은 인재들은 수준 높은 선수로 발전해 장기적으로 리그에 수많은 승리에 기여할 수 있기 때문에 소중한 자산이다.

5. 기타 운동에서 나타난 탱킹(Tanking)

1) NFL 탱킹(Tanking)

내셔널 풋볼 리그(National Football League, NFL)는 내셔널 풋볼 연합회(National Football Conference, NFC)와 미국 풋볼 연합회가 합병한 이후의 명칭이다.

내셔널 풋볼 리그 (NFL) 는 MLB, NBA, NHL과 더불어 미국의 4대 스포츠 리그 중 하나로 세계에서 규모가 가장 큰 풋볼 리그이다. 리 알려져 있다. NFL은 미국 내 각기 다른 지역과 도시를 기반으로 둔 32개의 팀들로 구성되어있으며 AFC와 NFC 2개의 연합회로 나뉜다. 연합회마다 동서남북을 4개 구역으로 나누고 구역 별로 4개 팀으로 구성되며 운동선수를 부여한다.

매년 경기는 프리시즌, 정규시즌, 플레이오프시즌 3가지 기간으로 나뉜다. 프리시즌은 총 4주간 정규시즌의 워밍업으로서 진행되고, 매 팀은 정규리그기간동안 16 경기만 치른다. NFL도 탱킹으로 문제가 많다.

2014년, 호주 풋볼 리그의 멜버른 풋볼 클럽은 2009년 탱킹 스캔들에 연루되어 500,000달러의 벌금을 부과받았다. 2018년 NFL 시즌을 앞두고 오클랜드 감독이 다시 된 존 그루든은 오클랜드의 인재 대부분을 정리하

고 일부러 팀 원칙을 짓밟아 두 시즌 전 플레이 오프에 진출해 4승으로 2018 시즌을 마감한 뒤 고순위 지명권을 따내는 등 신인 선수들의 활약으로 다음 시즌 상당한 성장을 이뤘다. 마이애미 돌핀스는 브라이언 플로레스 신임 감독이 팀을 이끌 때도 2019 시즌 탱킹사용에 대한 많은 지적을 받았다.

그러나 팀의 구조를 개선하기 위해 성적이 나쁜 팀의 팬들이 탱킹을 적극 부추기는 공개 캠페인이 벌어졌다. 이러한 캠페인의 첫 번째 널리 알려진 예는 2011 NFL 시즌 동안 진행된 "Suck for Luck"이다. 이 캠페인은 스포츠계에서 많은 비판을 받았는데, 그들은 프로 선수들이 고의적으로 경기에 지는 것은 스포츠의 본질이 아니며, 경기력이 좋지 않으면 격려가 아니라 처벌을 받아야 한다고 언급했다. 결국 이렇게 고의적으로 패배하여 경기의 경쟁성과 신뢰도를 하락시키는 탱킹은 사용해서는 안되는 것이다. 탱킹은 리그의 무결성을 훼손할 뿐만 아니라, 팬들의 관심을 약화시키고 후원자의 참여도 감소시키면서 잠재적으로 게임 및 승부조작 의혹과 관련된 일련의 법률적 우려를 야기할 수 있다. 문제를 복잡하게 만드는 것은 고의적인 탱킹이라고 말하기보다 말기 실적하락에 대한 표면상의 합리적 해석에 가깝다고 말할 수 있다.

2) MLB 탱킹(Tanking)

미국 프로야구 리그(Major League Baseball, MLB)는 탱킹이 적용된 가장 최근의 스포츠이다. 북미의 주요 프로 스포츠 리그 중 MLB 팀들은 종종 이러한 전술을 사용한다(Shein, 2018). MLB에는 연봉층이 없어 각 구단이 특정 시즌에 내야 하는 최소 연봉액을 정하는 등의 방식으로 다른 구단에 비해 자유계약선수(Free-agent) 시장에서 고액 연봉자 계약을 피하는 것이 수월하다(Shein, 2018).

MLB에서 Houston Astros는 2011년부터 2013년까지 탱킹을 했다. 이 기간 동안 Astros는 시즌 162경기 중 평균 108경기에서 패했고, 그 결과 팀 트레이드에서 드래프트 선택 우선권과 젊고 유망한 선수를 얻었고 이와 함께 3연속 드래프트 선택권을 받았다(밀러, 2018). 한편, Astros는

자유계약선수(FA) 시장에서 어떤 유명 선수도 계약하지 않음으로써 선수 급여를 대폭 삭감했다. 수년간 비교적 높은 선발권을 모아 탱킹을 통해 젊은 인재들을 키워온 Houston Astros는 2017년 World Series에서 우승했다.

3) 일본 스모 (Sumo) 탱킹

씨름의 한 형태인 '스모'는 일본의 국민스포츠이다. '스모'라는 단어의 의미는 '서로 치열하게 겨룬다.'라는 뜻이다. 고대 Hellas의 운동 경기와 같이 스모는 일본에서 체력을 개발하고 전투에서 자신의 능력을 보여주는 방법으로 스포츠보다 신비한 숭배 의식으로 간주된다.

스모는 일본에서 가장 높은 연봉을 받는 운동선수 중 하나이다. 이 스포츠는 1,000년 이상의 전통과 명예 의식에 초점을 두고 있으며, 스포츠 경기에서 유례가 없을지도 모르는 역사가 있다. 그럼에도, 최근 몇 년 동안 스모는 부정 경기 형태의 의혹에 시달려왔으나 어떠한 공식적인 징계 조치를 취하지 않았다.

스모 토너먼트 버쇼는 약 66명의 선수가 참가하여 각각 15회의 경기에 참가한다. 우승 기록 8승 이상을 달성한 선수는 공식 순위를 올리고, 패전 기록을 보유한 레슬러는 순위에서 떨어진다. 스모 선수의 계급은 연봉 결정의 기초이며 그가 누리는 특권에도 영향을 미친다. 승진의 인센티브 구조에서 회사는 우승 기록을 만들어 내기 위해 공백 상태에 있는 레슬링 선수들과 그들의 상대 선수들 사이의 무역을 통해 이득을 얻는데 시합 중에 불공평이 존재한다.

4) NHL 탱킹(Tanking)

내셔널 하키 리그(National Hockey League, NHL)는 북아메리카의 프로 아이스하키 리그로 북미 하키 리그라고도 한다. 미국에서는 MLB, NFL, NBA와 함께 4대 스포츠로 꼽히고 있는 인기 프로스포츠 리그이

며, 캐나다에서는 가장 인기를 끌고 있는 스포츠 리그이다.

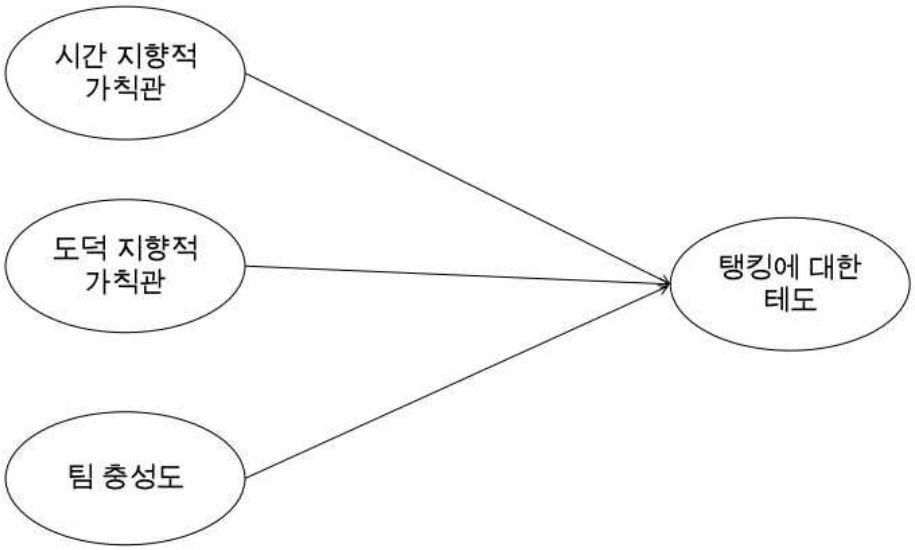
한 스포츠팀이 정규시즌 말 경기에 출전해 유리한 드래프트 자리를 확보하면서 성과보수로서 탱킹을 하는 것은 여러 주요 스포츠 리그에서 연구되는 문제점이다. 리그의 고의적인 패배로 인한 탱킹이 리그 내 경쟁성 균형을 잠식하고 팬들의 불만을 사 국가하키연맹(NHL) 전체의 무결성을 무너뜨리고 있다(Price et al., 2010). 탱킹이 발생하면 경기 결과에 영향을 줄 수 있다. 경기결과의 불확실성은 스포츠의 핵심(Mason, 1999)에 뿌리내렸으며 이에 따라 탱깅이 사업에 불리하다는 인식은 당연하다. 대다수의 사람들이 인식하는 탱킹은 스포츠 경기의 정당성을 해칠 수 있으며, 이는 부정적인 홍보를 초래하여 팬과 후원자 수입의 손실로 이어질 수 있다(Friedman&Mason,2004;Kendall&Lenten,2017;Soebbing &Mason, 2009). NBA와 내셔널 하키 리그(National Hockey League, NHL)는 팀들이 탱킹을 하는 것을 방지하기 위해 팀이 전력을 다하지 않거나 의도적으로 경기를 진다는 대중의 인식을 낮추기 위해 드래프트 형식을 여러 차례 바꾸었다(Lenten et al., 2018). 지난 10년간 경제학자 및 정책학자들은 리그 규칙과 리그 규칙이 팀 성과보수와 성과에 미치는 영향을 조사해왔다(Masters, 2015).

제 2 절 연구모형 및 가설

1. 연구모형

본 연구에서는 중국 NBA 팬들에 가치관에 따라 어떻게 정도에 따른 탱킹에 대한 대도를 미치는지 예측한다. 따라서 본 연구에서는 아래 <그림 1>와 같은 연구 모형을 선정하였다.

<그림1>
연구 모형



2. 연구가설

1) 승리(winning)

팬들의 태도와 행동을 이해하는 측면에서, 우승의 중요성은 아마도 과장하기 어려울 것이다. 많은 과거의 연구는 팬들의 팬덤 지속(또는 종료)에 있어 우승의 중요성에 주목하고 있다(Greenstein&Marcum, 1981). 팀 성공은 팀과의 강력하고 지속적인 심리적 유대감을 형성하는 주요 요인이다. 우승은 향상된 사회적 지위뿐만 아니라 자아 개념과 자존감 향상과 관련이 있다. (Brancombe&Wann, 1991) 많은 팬들, 특히 남성들에게 우승은 팀 선호 형성(Aiken&Koch, 2009)과 지속적인 팬덤(Wann et al., 1996)에서 절대적인 가장 중요한 요소로 자주 언급된다. 그래서 무엇보다도 팬들은 종종 그들의 팀이 이기는 것을 보고 싶은 욕망을 가지고 있다. 반대로, 패배는 중단(Snyder et al., 1986), 사회적 지위의 감소(Funk et al., 2009), 자아 악화로 이어진다(Fisher&Wakefield, 1998). 따라서 팬은 일반적으로 탱킹 전략을 수용하지 않을 가능성이 높다.

또한, 반사영광(BIRG)을 누비는 현상은 잘 기록되어 있으며, 팬십의 심리적 특성과 대리적 성취의 전제를 반영하고 있다. BIRG 효과는 성공한 타인의 영광을 공유하는 개인의 성향을 가리킨다(Cialdini et al., 1976). 과거의 연구는 팬들이 단순히 그들의 팀이 이기는 것을 보고 대리 성취감을 얻는다는 것을 관찰했다. (Kimble&Cooper, 1992) 반대로 패배의 기간이 길어지면 반사실패(CORF)(Snyder et al., 1986)를 끊으면서 팬들을 팀으로부터 멀어지게 할 뿐만 아니라 반복적인 패배는 팬 충성도의 강점을 시험할 가능성이 높다. 즉, 많은 팬들이 기록 손실에도 불구하고 팀을 응원할 것이지만(Aiben & Kent, 2004), 그들은 팀이 상황을 반전시키는 것을 더 선호할 것이다. 패배한 팀의 팬들은 항상 중요한 승률을 증가시키는 사실상 어떤 전략에도 더 개방적일 수 있다. 따라서 우리는 다음을 제시한다.

2) 시간 지향적 가치: (Consideration of Future Consequences, CFC)

시간 지향의 문제는 수년 동안 연구되어 왔으며 시간 지향적 가치는 간단히 말해 "미래 사건에 대한 일반적인 관심사 또는 미래 결과에 대한 고려"라고 설명할 수 있다(Kantenbaum, 1961). 시간지향적 가치관은 개인이 현재 행동의 잠재적 미래 결과를 고려하는 정도와 이런 잠재적 결과에 영향을 받는 정도를 말한다. 그것은 하나의 즉각적인 결과 집합과 하나의 미래 결과 집합을 말한다. CFC에 대한 기대가 낮은 사람들은 더 멀리의 결과보다는 당면한 필요와 우려에 더 초점을 맞추므로 이러한 당면한 요구를 충족시키기 위해 행동한다. 반대로 어떤 사람들은 행동의 미래 결과를 더욱 고려하고, 이런 사람들은 일반적으로 신중하게 고려해서 행동하며 심지어 더 먼 목표를 현재 행동의 방침으로 설정한다.

실제로 많은 열성 팬들은 리그 드래프트 (Draft) 를 열심히 보고, 앞으로의 활약에 대해 예측하고, 다가오는 시즌마다 신나게 기대하고 있다. '내년엔 받을 거야' '다음 시즌까지 기다려줘'라는 문구는 스포츠에 시간지향적 가치가 얼마나 내재돼 있는지를 보여준다. 또한 일부 열성적이고 충실한 많은 팬들은 팀의 미래의 목표가 관심이 아니기 때문에 어떤 대가를 치르더라도 우승하고 싶어한다. 이러한 팬들에게 미래는 현재이며, 그들은 결과(즉, 승리, 플레이오프 출연)를 원한다. 그들은 다음 시즌을 기다릴 수 없으며, 아마도 오랜시간이 걸리는 결과를 고려하지 않을 것이다. 반대로, 다른 사람들은 장기간에 걸친 승패 기록의 변화를 참을성 있게 기다릴 수도 있다. 미래 결과의 관심도가 탱킹에 대한 각 팬의 인식에 영향을 준다.

현존하는 연구는 시간지향적 가치와 팬의 탱킹에 대한 태도 사이의 관계에 관한 연구가 미흡하다. 많은 팬들은 시간지향적 가치관에 따라 그들이 좋아하는 팀이 패배하고 있을 때 조치를 취할 수 있기를 희망하며, 팀이 탱킹을 사용해 다음 경기에서 승리했을 때 탱킹은 적절한 조치였다고 생각될 수 있다. 그래서 이런 팬들의 경우 탱킹에 대한 부정적인 태도가 더 적을 것이다.

그러나 시간지향적 가치관은 먼 결과에 대한 우려와 장기적인 미래관점에 대한 고려의 영향을 많이 받는다. 앞으로의 결과에 큰 기대를 걸지 않는 팬들은 나중에 부도덕하다는 평가를 받길 원하지 않기 때문에 탱킹은 부도덕한 행위이며 스포츠 정신에 어긋난다고 생각한다.

우리는 이러한 원거리 시간 관점과 장기적인 판단은 탱킹에 대한 팬들의 태도에 더 강한 영향을 미칠 것이며, 따라서 다음과 같이 될 것이라고 주장한다.

H1: 미래의 결과에 대한 우려가 높은 팬은 지가된 탱킹 전략에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다.

H2: 미래의 결과에 대한 우려가 높은 팬은 팀의 패어 플레이 여부에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다.

3) 윤리 지향적 가치: (Tolerance for Perceived Ethical Abuses, TEA)

윤리는 도덕적 원칙 다양하게 정의되어 왔다. 인간 행동의 특정 등급에 대해 인식된 행동 규칙, 인간의 행위에 관련된 가치, 특정 행동의 옳고 그름, 그리고 상황에 있는 당사자 사이의 행동의 "정의로운" 또는 "옳은" 기준. 윤리는 어떤 정확하고 공정한 행위나 행위에 대한 일반적인 개념으로 묘사된다. (Carroll, 1991)은 기업윤리는 법적인 문제를 넘어서는 옳고 그름을 정의하는 도덕적 원칙을 의미한다고 언급했다. 팬들은 선수들과 팀들이 최선을 다해 경쟁하는 것을 보고자 하는 열망과 함께 (경기를 관람하거나 스포츠용품을 구매하는 방식으로) 소비한다. 실제로 스포츠 리그는 판매 경쟁(Soebing& Mason, 2009)을 하고 있으며, 이는 스포츠 제품의 핵심으로서 게임 결과의 불확실성 측면에서 드러난다(Mason, 1999).

본질적으로, 경쟁 이벤트의 주요 매력은 결과의 흥미진진한 예측 가능성이다(Funk et al., 2009). 탱킹은 왜 사람들이 스포츠 소비를 좋아하는지에 대한 핵심을 찌르고 팬과 팀 사이의 도덕적 계약의 윤리성을 밝혔

다. 더욱이, 플레밍과 초기 사례가 발견되지 않는 경우, 거짓말과 부정직함이 시간이 지남에 따라 더 쉽고 만연해질 것이다. 따라서, 탱킹은 정규리그에서 플레이오프까지 확대될 것으로 보인다. 풀러턴 외 연구진(1996)은 사람들이 인식하는 일상적인 윤리적 남용에 대한 허용오차를 측정하는 척도를 만들었다. 그 결과는 국민들이 인식된 윤리적 남용에 대해 상당히 편협하다는 것을 보여준다. 소비자의 양면성은 판매자가 소비자의 행동으로 인한 경제적 피해를 거의 또는 전혀 입지 않는다는 점이다. 우리는 탱킹이 흔히 이러한 모습으로 인식된다고 주장한다.

따라서 탱킹은 전략적 비즈니스 문제뿐만 아니라 윤리적인 문제이기도 하다. 비즈니스 윤리 및 비즈니스 전략 분야는 탱킹에 대해 조사했으며, 탱킹을 비윤리적이고 불법적이며 부패한 것으로 분류하는 경향이 있다(Chadwick, 2013). Gorse와 Chadwick은 "이 활동에 참여하는 한 사람 또는 여러 당사자의 개인적 물질적 이익을 위해 스포츠 경기(또는 경기 내의 요소)의 결과를 의도적으로 왜곡하려는 불법, 부도덕, 비윤리적인 행위"로 정의하며 여기에는 도핑, 승부조작 등의 활동을 포함한다. 많은 팬들에게있어 일부러 지는 것은 비윤리적이고 페어플레이의 규칙에 반하는 것과 같다.

이러한 관점에서, 우리는 다음을 가정한다.

H3: 인지된 윤리적 남용에 대한 관용이 적은 팬들은 지가된 탱킹 전략에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다.

H4: 인지된 윤리적 남용에 대한 관용이 적은 팬들은 팀의 패어 플레이 여부에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다.

4) 팀 충성도(Team loyalty)

충성도는 특정 여가 활동에 대한 "동기, 흥분 또는 관심 상태"에 대한 참여에서 시작된다고 제안한다. 개인이 팀에 대한 심리적 의지를 갖기 전에, 그들은 먼저 한 팀을 다른 팀보다 더 좋아한다고 결정해야 한다. 스포츠 팀에 대한 초기 매력이나 관심은 특정 팀을 선호하는 것으로 생각될 수 있다.

팀 충성도는 스포츠에 대한 지속적인 참여(Beaty&Homer, 1988; Richins&Bloch, 1986, 1991), 사회화(예: 가족 및 동료의 시간 경과에 따른 영향), 과거 팀 성과, 팀 또는 경기장에 대한 효과적인 마케팅에서 도출될 수 있다. 이런 맥락에서 팀 충성도는 시간의 경과에 따라 팀에 대한 관중들의 관심이 커지며 이를 바탕으로 특정 팀에 대한 충성으로 정의된다. 충실한 팬은 승패의 기록 때문에 팀을 버리지 않는다.

팀 충성도는 팬들의 스포츠 팀에 대한 개인적 헌신과 정서적 개입으로 정의되었다(Mcdonald et al., 1997). 신분 확인은 팀에 대한 정신적인 유대감, 팀 참여, 팀에 대한 투자 그리고 팀을 자기 자신의 연장선으로 보는 것을 의미한다(Hirt et al., 1992; Wann&Brancombe, 1993). 힘, 자부심, 열정, 자기 표현 및 기타 풍부한 외향적 행동들은 발전되는 충성심과 연결되어 있다(Cialdini&DeNicholas, 1989). 팬이 되는 것이 자신에 대한 진정한 일부라고 생각한다면 어느 정도의 충성도가 팀이 탱킹에 참여하는 것을 용인하고, 받아들이거나, 혹은 심지어 하지 않도록 권할 수 있을까?

우리는 충성심이 탱킹를 대하는 팬들의 태도에 상당한 영향을 미칠 것이라고 믿는다. 충성도가 높은 팬은 열정적이고 헌신적이며 동질감이 뛰어나다.

상당한 연구 결과가 보여주듯이, 그들의 자아개념은 어느 정도 그들의 팀과 연결되어 있기 때문에, 매우 잘 알려진 팬들은 단순히 그들의 팀이 이기는 것을 보고 싶은 강한 욕망을 가지고 있을 것이다. (Brancombe&Wanna, 1991; Funk et al., 2009) 그들은 나중에 미래의 혜택을 받기 위해 현 시즌 성공을 기꺼이 포기할지도 모른다. 또한, 높은

충성도의 팬들에 의해 진정으로 팀 운영의 일치를 실현한다면 그들은 팀의 결정을 신뢰하게 될 것이다. 따라서 우리는 다음 가설을 세운다.

H5: 팀 충성도가 높은 팬일수록 탱킹 전략에 대한 부정적인 태도를 덜 갖게 될 것이다.

H6: 팀 충성도가 높은 팬일수록 팀의 패어 플레이 여부에 대한 부정적인 태도를 덜 갖게 될 것이다.

예를 들어, 나이가 지긋한 팬들은 스포츠와 경쟁의 순수성에 더 중점을 두는 경향이 있기 때문에 나이는 탱킹에 대한 태도와 부정적인 관련이 있을 수 있다(Aiken et al., 2015) . 게다가, 교육 또한 관련이 있을 수 있다. 이전의 연구에 따르면 대학 졸업자들은 대학을 졸업하지 않은 사람들에 비해 우승에 더 신경을 쓴다. 마지막으로, 소득이 나이 및 교육과 적극적 상관관계가 있는 범위 내에서, 소득은 탱킹과 관련이 있을 가능성이 높다.

제 3 장 연구 방법

팬들이 탱킹에 대한 태도는 3단계 과정을 통해 점검하였다.

먼저 중국 팬들이 구체적인 동기를 가졌는지를 파악하고, 중국 NBA 팬들의 표본에 제공되는 지표의 타당성을 평가하기 위해 사전 연구를 진행하였다.

다음 단계는 이 연구에서 중국 NBA 팬들을 선택한 이유를 설명한 것이다. 중국어 설문지 도구 크레타 모를 사용하여 온라인 설문 조사를 수행하였.

세 번째는 본 연구의 데이터를 분석한 단계이다. 측정 도구의 신뢰성과 유효성의 증거를 평가하기 위해 최대우도 추정 방법을 사용하여 확인인자 분석(CFA)을 진행하였다.

제 1 절 연구 대상

20세기 90년대 일찍 미국시장에서 NBA는 포화점 (Jackson &andrews,1999)에 이르자 글로벌화전략을 취하기 시작하였다 .아시아가 점점 더 중요해지는 세계 스포츠 산업의 거점으로 우선순위에 있다 (Choetal.,2012). 특히 야오밍 (Yao Ming) 이 NBA에 진출한 후 중국에서의 NBA의 지명도는 크게 향상되었고 팬들도 점점 많아졌다.

현재 중국은 미국이외의 두번째로 NBA팬들이 많은 나라이다. 2014-2015 NBA시즌은 중국에서 6억 9천만 명이 상의 텔레비전 시청자들이 있었고, 이리그의 중국수입은 판매와 면허증계약으로 연간1억달러를 넘어 급증했다.

메니피와캐스퍼(2011)는 NBA와 국내농구리그인 중국농구협회와 팀을 비교했고, 중국팬들이 NBA팀들과 더 높은 식별수준을 가지고있다는 것을 발견했다. 중국에서 NBA와 다른 서부프로스포츠리그(잉글랜드프리미

어리그)의 인기가 높아졌음에도 불구하고,지금까지 중국팬들의 외국리그 소비에영향을 미치는 동기를 조사한 연구자는 없었다.대다수의 중국 NBA팬들은 직접경기에 참가한경험이 없고 미디어등 대체수단을 통해경기를 따라가는 경우가 압도적으로 많기 때문에 중국NBA팬들을 대상으로 선정하여스포츠 팬들의 실행가능한 샘플을 제공한 것이다.

제 2 절 조사 도구

본 조사는 2021년 9월 13일부터 9월 20일까지 총 7일간에 중국 전문 설문 조사 사이트 credamo見數 (https://www.credamo.com)에서 선정된 대학생을 대상으로 설문 조사를 진행하였다. 설문지는 총 350부를 배포하였다.

Credamo는 국제화 데이터 플랫폼으로, 가입자는 중국의 모든 지역을 망라하고 있으며, 동시에 사용자 정의 컨설팅 서비스를 통해 해외 본보기 데이터 (미국 등)를 수집할 수 있다.

Credamo는 전세계 1,800개 대학교의 교수와 학생들을 위해 연구와 교육 자료를 제공했으며, 관리학, 심리학, 의학, 사회학, 관광과 호텔관리 등 여러 가지 분야는 포괄되며 연구논문은 심리과학 (Journal of Consumer Research) 같은 유명한 학술지에 자리를 잡고 있다.

이 연구의 연구도구는 관련 선행연구에서 사용된 구조화된 설문지를 이용하여, 응답자 모집은 중국 시민권자와 자칭 스포츠광의 선별을 진행하였다. 간략하게 소개한 후, 조사는 다섯 부문으로 나누어 진행하겠다.

이 연구에서 구성하여 사용된 설문지의 구체적인 구성내용 을 정리하면 <표 2>에 제시된 바와 같다.

[표 3-1]
설문지 구성내용

변인	구성지표	구성내용	문항수	참고문헌
배경변인	인구통계학적 특성	성별,연령,하력,소비 수준,	6	-
	자가 검사	팬 인증	4	
독립변인	가치관	시간 지향적 가치관 도덕 지향적 가치관	20	Strathman et al. (1994) Fullerton et al. (1996)
	팀 충성도	팀 충성도	5	Wann and Bransco mbe's (1993)
종속변인	탱킹에 대한 태도	태도	6	Aiken, K. Damon, et al. (2020)
총 계			41	

본 연구에서는 중국 NBA팬은 탱킹에 대한 태도에 미치는 영향에 관한 자료를 수집하기 위하여 설문지법을 사용하였다. 본 연구에서의 변수에 대한 정의 및 측정 도구는 다음과 같다.

1. 독립변인

1) 미래의 결과를 고려하는 시간지향적 가치관

미래의 결과를 고려하는 시간지향적 가치관은 사람들이 잠재 행위를 미래의 결과 혹은 직접적인 결과와 관계가 있다(Kantenbaum, 1961).

본 연구에서 언급하는 미래지향적 가치관은 팀의 미래에 대한 팬들의 우려를 말한다. 너덜너덜함을 생각할 때이 걱정까지 포함시켜 눈에 보이는 탱킹에 대한 태도를 종합적으로 고려한다.

장래의 결과에 대한 고찰하기 위하여 Strathman(1994)의 장래의 결과에 대한 고찰 모형을 탱킹에 대입하여 Strathman이 개발한 Consideration of Future Consequences Scale을 중국어로 번안하여 Aiken 및 Sukhdial (2020)이 사용한 척도를 연구자등으로 구성된 전문가 회의를 통해 이 연구의 목적에 부합되 며 조사 대상인 간호사관생도에게 적용 가능하도록 부분적으로 수정 및 보완하여 총 8문항으로 구성하여 사용하였다. 이들 각 문항은 '전혀 안 맞다(1점)~매우 맞다(5점)의 5점 Likert척도로 구성되었으며, 응답문항의 평균점수가 높을수록 장래의 결과에 대한 고찰이 더 정확하다는 것을 의미한다.

미래지향적 가치관(CFC)을 측정하기 위한 측정도구는 아래와 같다.

[표 3-2]

미래지향적 가치관 측정도구

	구성내용
미래 지향적 가치관	나는 나의 현재 행동으로 미래에 일어날 수 있는 일에 영향을 미치려 한다.
	미래의 일은 스스로 해결한다고 생각될 때, 오직 현재의 요구에 만족하기 위해 행동할 것이다.
	나의 행동은 최근의 행동의 결과에 영향을 받을 뿐이다.
	내가 편리함을 얻게 하는 것은 내가 취할 행동을 결정하는 중요한 일이다
	나는 현재의 행복과 즐거움을 희생하여 미래의 좋은 결과를 바꿀 용의가 있다.
	나는 위기 수준에 도달하기 전에 문제가 해결될 것이라고 생각하면 종종 미래에 발생할 수 있는 문제들에 대한 경고를 무시한다.
	나에게는 결과를 보기 위해 오랫동안 일하는 것보다 결과를 보기 위해 단기적으로 일하는 것이 더 중요하다.

2). 감지된 도덕적 남용에 대한 용인된 도덕적 지향적 가치관

본 연구에서 언급하는 도덕적 지향적 가치관은 도덕을 기준으로 하는 가치관으로 팬들이 느끼는 비도덕적 행위에 대한 관용의 정도를 측정한다 (Carroll, 1991).

설문조사를 통해 자신이 좋아하는 팀에 대한 팬들의 비도덕적인 행동을 용인하는 정도를 얻어냄으로써 팬들의 탱킹에 대한 태도를 가늠해보고 싶다.

도덕적 지향적 가치관에 관한 자료를 수집하기 위하여 Fullerton등(1996)에 의해 개발된 사회적 도덕적 지향적 가치관 측정도구(TEA)를 사용하였다. TEA 척도는 6 포인트 리커트형 척도를 채택했다.

따라서 TEA 측도 도구는 총 10개 문항으로 구성되었다. 도덕적 지향적 가치관을 측정하기 위한 측정도구는 아래와 같다.

[표 3-3]
도덕적 지향적 가치관 측정도구

	구성내용
도덕적 지향적 가치관	한 고객이 마트 점원에게 알리지 않고 점원이 더 거슬러 준 잔돈을 몰래 남겼다. 자신의 아파트에 불이 난 뒤 보험사에 피해 신고를 하면서 자신이 가지지 않은 물건을 더 부풀리고, 분실물 가격을 부풀린 사람이 있었다. 노인 할인을 이용하기 위해 자신의 나이를 속이는 사람이 있었다. 어떤 사람이 아이의 할인을 이용하기 위해서 아이의 나이를 속였다. 한 소비자가 분명히 싸게 표시된 물건을 발견하고는 상점에 알리지 않고이 물건을 싸게 샀다. 어떤 사람이 a 매장에서 구매하지 않은 물건을 a 매장에서 구매한 것처럼 속여 반품했다고 한다. 어떤 사람들은 중고시장에서 물건을 팔기 위해서 지나치게 미화한 물건을 판다. 설문지나 구두조사를 할 때 사실대로 답변하지 않는 경우. a 상점이 b 상점에서 구입해 입었던 옷을 싸게 팔고, b 상점에서 샀던 옷을 반품한 뒤 더 싼 a 상점에서 다시 사는 모습이 목격됐다. 회사에서 무료로 나눠주는 혜택을 이윤을 남기면서 다른 사람에게 되파는 사람이 있다

3). 팀 승리수

팀 성공은 팀과의 강력하고 지속적인 심리적 유대감을 형성하는 주요 요인이다(피셔&웨이크필드, 1998). 많은 팬들, 특히 남성들에게 우승은 팀 선호 형성(Aiken & Koch, 2009)과 지속적인 팬덤(Wann et al., 1996)에서 절대적인 가장 중요한 요소로 자주 언급된다. 그래서 무엇보다도 팬들은 종종 그들의 팀이 이기는 것을 보고 싶은 욕망을 가지고 있다. 그래서 분 연구는 2020-2021시즌 30개 리그 팀들의 각 팀 승패를 집계하였고, 그들의 승수를 더하여 (The Number of Wins) NWins 라는 새로운 변수로 입력하였다.

[표 3-4]
팀 승리수

팀 명	승리수	실패수
필라델피아	49	23
브루클린	48	24
밀워키	46	26
뉴욕	41	31
애틀랜타	41	31
마이애미	40	32
보스턴	36	36
워싱턴	34	38
인디애나	34	38
샬럿	33	39
시카고	31	41
토론토	27	45
클리블랜드	22	50
올랜도	21	51
디트로이트	20	52
유타	52	20
피닉스	51	21
덴버	47	25
LA클리퍼스	47	25
댈러스	42	30
포틀랜드	42	30
LA레이커스	42	30
멤피스	38	34
골든스테이트	39	33
샌안토니오	33	39
뉴올리언스	31	41
새크라멘토	31	41
미네소타	23	49
오클라호마	22	50
휴스턴	17	55

4). 팀 충성도

각 응답자들이 가장 좋아하는 NBA 팀을 기록하는 것으로 시작했으며, 그리고 나서 제프리 (2010)의 5개 항목 팀 충성도를 관리했다.

팀 충성도는 팬이 한 스포츠에 대한 정서적 몰입으로 정의되며, 팬들의 정서를 연구하는데 대표적이다. 충성도가 높은 팬들은 열정적이고 헌신적이다. 아마도 충성도가 높은 팬들은 그들의 팀이 승리하는 것을 보고자 하는 욕구가 더 강할 것이다(Branscombe&Wann, 1991; Funk et al., 2009).

팀 충성도에 관한 자료를 수집하기 위하여 Zeithaml 등(1996)에 의해 팀 충성도 측정도구(Team Loyalty) TL를 사용하였다. TL척도는 연구원이 권장한 7 포인트 리커트형 척도로 채택했다.

따라서 충성도측도 도구는 총 5개 문항으로 구성되었다. 충성도측도 측정하기 위한 측정도구는 아래와 같다.

[표 3-5]
팀 충성도 측정도구

	구성내용
팀 충성도	다른 사람들에게 내가 좋아하는 팀에 대한 긍정적인 이야기를 해줄 것이다.
	나는 나에게 조언을 구하는 모든 사람들에게이 팀을 추천할 것이다.
	나는 주변 사람들이 소셜 미디어를 통해 팀과 교류하도록 할 것이다
	나는이 팀 주변을 관련 제품 구매의 최우선 순위로 삼을 것이다.
	내가 좋아하는 팀의 로고를 자주 보여 준다 (예를 들어 모자, 유니폼 등).

2. 종속변인

본문은 가치관 충성도와 승부 기록이 팬의 태도에 미치는 영향을 연구하였으므로 태도가 유일한 변수이다. 우선 다양한 과거 작품에서 적응한 탱킹에 대한 태도(Tanking's attitude)TankAtt와 관련된 18가지 질문을 했다(Aiken & Campbell, 2005; Kwon et al., 2008), 이 세트는 소셜 미디어와 탱크를 향한 팬들의 태도에 대한 행동 양상을 담기 위해 확장되었다. 다음 DeVellis(2012)에서 약술한 절차에 따라 기존 18개 변수가 일련의 탐색적 주성분인자 분석(최대차 회전 적용)을 거쳐 6개 항목의 이중 요소로 단순화된다. 본 연구의 종속변인으로 한 가지 측정도구가 활용되었지만 두 가지 차원으로 나뉜다(Aiken, 2020). 총6개의 문항으로 구상하였으며, 7점 척도를 활용하여 '전혀 아니다.(1점)부터 '매우 그렇다.(7점)까지 용답하도록 하였다.

탱킹에 대해 태도를 측정하기 위한 측정도구는 아래와 같다.

[표 3-6]

NBA팬들은 탱킹에 대한 대도 측정도구

	구성내용
인지 전략 차원	코치/매니저는 필요할 때 탱크 게임을 하는 것이 현명하다.
	탱킹은 미래에 대한 적절한 우려를 보여준다.
	나는 탱킹이 실행 가능한 전략이라는 사실을 인정한다.
감정적 불공평 차원	탱킹은 팬들에게 불공평하다. (r)
	탱킹은 게임을 하는 방식이 아니다. (r)
	탱킹은 형편없는 스포츠맨십을 보여준다. (r)

Note. (r) reverse coded item

제 3 절 자료처리방법

본 연구는 수집된 자료 중 부적절한 응답을 제외한 유효 표본만을 선정하여, 통계 프로그램 SPSS 26.0과 Amos 25.0을 사용하여 목적에 맞게 자료처리를 하였다. 중국 NBA팬 개인이 탱킹에 대한 태도에 따라 팬의 가치관과 팀 충성도가 태도에 어떤영향을 미치는지에 대해 분석하기 위해 다음과 같은 방식으로 자료를 분석하였다.

첫째, 중국 NBA팬의 일반적 특성을 분석하기 위하여 빈도분석(Frequency analysis)을 실시하였다.

둘째, 설문 문항의 신뢰도와 타당도를 확보하기 위하여 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis, CFA) 및 신뢰도 분석(Reliability analysis)을 실시하였다. 확인적 요인분석은 잠재변수와그것을 측정하는 측경변수들 사이의 관계에 초점을 두고, 선행이본에 근거하여 변수 간의 관계를 검증한다. 이를 위해 연구모델 내 단일차원성을 저해하는 향목을 제거하고 수용 가능한 적합도를 도출한다. 이에 본연구에서는 확인적 요인분석의 적합도 지수를 카이제곱(χ^2), Normedχ^2(χ^2/df), TLI, CFI, RMSEA을 사용하였다. 신뢰도의 기준은 학자마다 해석을 달리하는 경향이있는데, 일반적으로 사회과학연구에서 많이 사용되는 기준값은 70로서Cronbach′s a 값이 .70 이상이면 선뢰도가 있는 것으로 관단할 수 있다(이군회, 2015), 따라서 본 연구에서도 .70을 기준으로 신뢰도를 검중하였다.

셋째, 팀별로 NBA팬이 탱킹에 대한 태도가 다를 수 있는지에 대해 알아보기 위하여 TankAtt을 계변수로 승리수, 연령, 소비수존, 학력 등 다양한 변수로 회귀분석을 실시하였다.

넷째, 구조방정식모형을 통해 여러 변수간의 복합적인 인과관계를 동시에 검증된 결과를 토대로 연구자가 수립한 연구모델이 지지가 되는가를 검중하고자 한다.

모든 통계적 유의수준은 α= .05 수준으로 설정하였다.

제 4 장 연구 결과

제 1 절 빈도분석(Frequency Analysis)

본 연구에서는 최종적으로 실험에 참여한 350명 NBA팬 중 답변 시간이 짧은 27명을 연구 대상에서 제외하고 유효 표본 323명의 응답을 최종 분석에 포함하였다.

연구 대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보면 남자는 191명(59.1%),여자는 132명(40.9%)으로 남녀 비율이 고르게 분포되어있는 것을 확인할 수 있다. 표3에 따르면 NBA를 보는 팬은 여성보다 남성이 약간 많아 성비에서 큰 격차를 보이지 않았다. 과거에는 농구 경기를 보는 팬들의 성비 면에서 여성보다 남성이 절대적으로 많았으나 최근에 여성 관중이 크게 늘면서 남성 관중의 수에 비견되는 추세이다. 이는 NBA가 단순하게 전문 스포츠로 관중을 끌어들이는 것이 아닌 레저 활동으로 더 많은 팬들을 끌어모음으로써 NBA 관중의 성별 차이를 줄이기 때문으로 보인다.

연령대는 주로 20대 55.4%와 30대 30.0%에 몰려 있으며 이는 NBA 팬덤 연령대와 일치한다. 20대와 30대 외에도 40대가4.6%, 50대가 0.6%의 분포를 보였고 20세 이하가 29명 9%으로 나타났다. NBA 시청자의 연령대가 18~35세에 더 많이 몰리는 것도 기본적으로 전 세계 NBA 팬의 기본 연령 특징과 부합하다. 이 연령대의 팬들은 NBA를 시청할 수 있는 시간에 부족함이 없거나 경제능력과 소비력을 갖춰 NBA 관람을 보장하며 학업 또는 일과 함께 NBA를 통해 얻는 즐거움과 정신적 여유를 즐긴다.

학력 현황을 살펴보면, 대학교 재학 및 졸업생이 240명 74.3%으로 가장 많았다. 대학원 재학 및 졸업생은 38명으로 전문대 재학 및 졸업생은 34명으로 10.5%, 고등학교 졸업 이하는 11명으로 3.4%의 비율을 보였다. 조사에 참여한 팬층은 대체로 교육수준이 높았으며 대졸 이상 비율이

70% 이상이었다. 고졸 이하 팬층은 주변인 또는 본인이 농구를 즐기는 학생들로 NBA에 대한 기본 인식을 보유했다. 교육 수준이 높은 팬층과 어릴 때부터 농구 훈도를 받은 학생들이 설문조사에서 문항 측정에 좋은 인지기반을 제공했다는 것을 알 수 있다.

월평균 생활비 수준의 경우 3,000위안 이하는 78명(24.2%), 3,000위안부터 5000위안까지 86(26.6%), 5001위안부터 8000위안까지 61명(18.9%), 8,001위안부터 1만위안까지 51명(15.7%), 1만위안 이상은 47명(14.6%)으로 나타났다.

조사에 응한 NBA 팬 323명 중 185명 (57.3%) 은 기혼이며 138명 (42.7%) 은 미혼이었다. 이 비율은 연령대와 월별 소비수준에서도 나타난다.

조사 결과 중국 NBA 팬들로부터 LA레이커스가 가장 많은 인기를 얻고 있는 것으로 나타났다. LA레이커스 팬은 107명(33.7%)으로 가장 많았고 이어 휴스턴 로키츠 49명(15.2%), 골든스테이트는 37명(11.5%), 시카고 불스는 31명(9.6%) 등이었다. 뉴저지 네츠, 벅스, 앨버트로스, 보스턴, 필라델피아 세븐티식서스, 래퍼즈, 덴버 너기츠, 댈러스, 애틀랜타 호크스 등이 그 뒤를 이었다. 보는 바와 같이 NBA는 중국에서 많은 사람들에게 알려져왔으며 최소한 21개(70%) 팀이 열성적인 팬을 확보하고 있다. 이들 NBA 팬 중 183명이 좋아하는 팀의 탱킹 행위를 인지하고 있었고, 143명은 몰랐거나 없었다고 생각했는데 이것은 탱킹 행위에 대한 중국 NBA 팬들의 인지여부와 NBA 팀의 탱킹에 대한 태도를 연구했다는 의미가 있다.

본 연구에서 언급하는 연구대상자들의 자세한 인구통계학적 특성은 [표4-1]과 같다.

[표 4-1]

인구통계학적 결과

변인	구분	빈도(명)	비율(%)
성별	남	191	59.1
	여	132	40.9
연령	20대 이하	29	9.0
	20대	179	55.4
	30대	97	30.0
	40대	15	4.6
	50대	2	0.6
	50대 이상	1	0.3
결혼 여부	기혼	185	57.3
	미혼	138	42.7
학력	고등학교 졸업 이하	11	3.4
	전문대 재학 및 졸업	34	10.5
	대학교 재학 및 졸업	240	74.3
	대학원 재학 및 졸업	38	11.8
평균 월 생활비 수준(위안)	3000 이하	78	24.2
	3001~5000	86	26.6
	5001~8000	61	18.9
	8001~10000	51	15.7
	10000 이상	47	14.6
좋아하는 NBA팀	애틀랜타	11	3.4
	보스턴	22	6.8
	샬럿	11	3.4
	시카고	32	9.9
	클리블랜드	3	0.9
	댈러스	3	0.9
	덴버	2	0.6
	골든스테이트	33	10.2
	휴스턴	51	15.8
	인디애나	1	0.3
	LA클리퍼스	4	1.2
	LA레이커스	105	32.5
	멤피스	1	0.3
	마이애미	6	1.9
	밀워키	10	3.1
	브루클린	14	4.3
	뉴욕	2	0.6
	올랜도클리블랜드	1	0.3
	필라델피아	7	2.2
	피닉스	1	0.3

	샌안토니오	2	0.6
	토론토	1	0.3
탱킹	있음	170	55.7
	없음	143	44.3
합계		323	100

제 2 절 신뢰도 분석(Reliability Analysis)

본 연구의 신뢰도 분석을 위해 Cronbach α 계수를 사용했다. Cronbach α 값은 다양한 종류의 신뢰도 수치 가운데 측정 도구의 정확성이나 정밀성이 가장 엄격하다(Carmines & Zeller, 1979).

본 연구는 시간지향적 가치관과 윤리지향적 가치관 그리고 팀 충성도가 탱킹에 대한 태도에 미치는 영향을 검증하기 위하여, 사용된 측정 척도의 신뢰도 분석을 실시하였다. 시간지향적 가치관의 6문항, 윤리지향적 가치관의 총 7문항, 팀 충성도를 측정하기 위해 설정된 문항은 총 5문항, 탱킹에 대한 태도와 관련된 총 6문항, 총 24문항을 신뢰도 분석하였다. Cronbach α값이 최솟값 .81에서 최댓값 .91 이상으로 모두 0.8 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준이 나타났다고 볼 수 있다.

다음은 결과를 요약한 표이다[표4-2]

[표 4-2]

각 설문 항목들의 신뢰도 분석 결과

구분	측정 항목수	Cronbach α
시간지향적 가치관	6	.85
윤리지향적 가치관	7	.90
팀 충성도	5	.81
탱킹에 대한 태도	6	.91

제 3 절 확인적 요인분석 (Confirmatory Factor Analysis)

1. 확인적 요인분석 결과

본 연구에 사용하는 연구 모형의 적합도 측정을 위해 IBM SPSS Amos 24를 통해 확인적 요인 분석을 실시했다.

표준화된 요인 부하량은 학자마다 견해가 조금씩 다르나 .70이상이면 바람직한 것으로 판단된다(Fornell&Larcker, 1981), 본 연구에서는 표준화된 요인 부하량와 기준을 50이상으로 하여 시간지향적 가치관, 윤리지향적 가치관, 팀 충성도 총 3개의 요인에 대한 확인적 요인 분석을 실시했으며, 그 결과는 다음 <그림2>와 같다. 측정 변인들에 대한 요인 부하량은 최소 .50부터 최대 .91까지 나타났고, 모든 요인들의 임계치가 .05에서 모두 타당한 값을 나타냈다.

확인적 요인 분석을 통한 측정도구의 적합도 검증을 위해, Normed χ^2 (χ^2/df),CFI, TLI, RMSEA 값을 비교하였는데, CFI와 TLI는 그 값이 클수록 모형의 적합함을 의미하며 RMSEA는 그 값이 작을수록 모형의 적합함을 의미한다.

따라서 본 연구에서 사용한 모형 및 분석 요인의 적합도 검증을 위하여, Normed χ^2, CFI(Bentler, 1990), TLI, RMSEA 등의 적합도 수치를 종합적으로 평가해 연구 모형의 적합도를 평가하였다。

적합도 지수의 평가 기준 또는 해석 기준은 다음과 같다. CFI의 경우 그 값이 0.90 이상시 모형의 적합도가 좋은 것으로 해석할 수 있고(홍세희, 2000), TLI의 경우에서도 마찬가지로 통계 값이 0.9보다 높으면 모형의 적합도가 좋은 것으로 평가할 수 있다(Bentler, 1990; Tucker &ewis, 1973), 마지막으로 RMSEA의 경우 통계 값이 만약 <.05인 경우 '좋은 적합도'로 판정할 수 있고, 값이 < .08 이면 '괜찮은 적합도', 값이 <.10 이면 '보통의 적합도', 만약 검증 값이 >.10이면 '나쁜 적합도'를 보이는 모형으로 간주할 수 있다(Browne & Cudeck, 1992). 또한 일반적으로

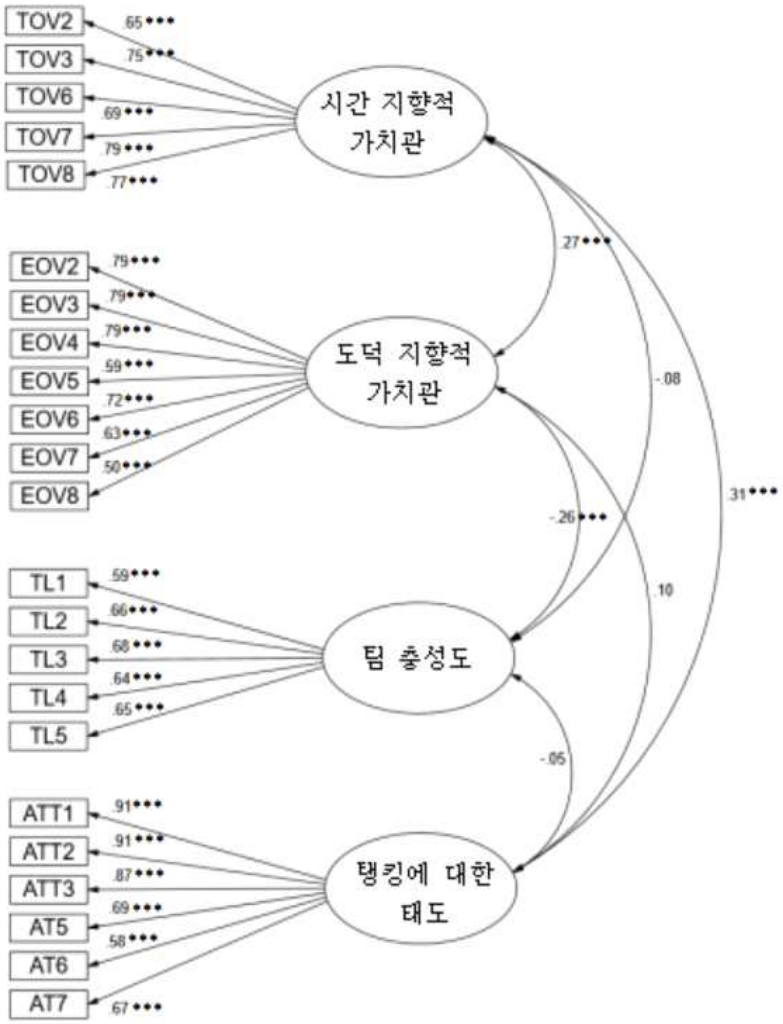
Normedχ^2는 3 이하면 수용할 수 있으며, 2 이하면 좋다고 할 수 있다(우종필, 2012), 마지막에 SRMR은 .08 이하면 좋은 것으로 판단된다.(Hooper, Coughlan & Mullen, 2008), 본 연구의 구체적인 확인적 요인분석 결과는 [표4-3]과 같다.

[표 4-3]
확인적 요인 분석의 적합도 지수 결과

Normedχ^2 (χ^2/df)	TLI	CFI	RMSEA	SRMR
2.52	0.90	0.91	0.07	0.07

본 연구에서 사용된 측정 모델의 모형 적합도 Normed $\chi^2(\chi^2/df)$ = 2.52, 또한 모형 분석결과를 볼 때 CFI 값은 .91으로 좋은 적합도가 나왔고 TLI 값도 .90으로 좋은 적합도를 보였다. 그 외에도 RMSEA 값은 .07으로 괜찮은 적합도를 보였으며, 마지막으로 이 모형의 SRMR 값은 .07로 나타나 통계적으로 유의할 수 있다. 확인적 요인분석 결과에 따라 본 모형의 적합도는 좋은 것으로 판단할 수 있다.

<그림2>
연구 모형의 확인적 요인 분석도(표준화 계수)



2. 타당도 분석 결과

확인적 요인 분석 결과 모델의 적합도가 높은 것으로 나타났고, 이후 해당 모델의 타당도를 평가하였으며 타당성 평가는 집중타당도(Convergent Validity), 판별 타당도(Discriminant Validity)로 구분하여실시하였다.

1) 집중타당도

집중타당도(Convergent Validity)란 동일한 개념을 확인하기 위해서 서로 다른 방법을 통해 측정한 수치 간에 높은 상관관계가 있어야 하는 것으로, 동일한 개념을 확인하는 문항들이 서로 일치하는가를 검증하는 것이다(송지준, 2014).

이에 이번 연구에서는 집중타당도를 검증을 위해 AVE 및 개념신뢰도(CR, Construct Reliability) 값을 도출하였다. 평균분산추출(AVE)은 다음의 [식 1-1]과 같으며, 평균분산추출(AVE)은 .50 이상이면 적합한것으로 판단한다(Fornell&Larcker, 1981).왜냐하면 포넬과 라커는 AVE가 0.5보다 작아도 복합 신뢰도가 0.6보다 높다면 구조의 수렴 유효성은 여전히 충분하다고 말했다(Fornell & Larker, 1981). 개념신뢰도(CR)를 산출하는방법은 [식 1-2]과 같으며, 개념신뢰도(CR)는 .70 이상이면 적합한 것으로 판단한다(Fornell & Larcker, 1981). 이 연구에서 구조 방정식 모형모델에 대한 집중타당도 검증 결과 평균분산추출(AVE) 값이 .41 ~ .61, 개념신뢰도(CR) 값이 .78 ~ .90로 나타났다.

가치관의 하위요인 시간지향적 가치관, 윤리지향적 가치관, 그리고 팀 충성도를 독립변수로 설정하고, 탱킹에 대한 태도를 포함하여 위의 절차를 바탕으로 분석한 결과, 집중타당도를 확보했다고 판단하였다.

[표 4-4]
집중 타당도 분석 결과

경로	표준화 경로계수	표준오차 (S.E.)	임계치 (C.R.)	평균분산추출 (AVE)	개념신뢰도 (CR)
시간가치→TOV7	0.79	-	-	0.54	0.85
시간가치→TOV6	0.70	0.07	12.04		
시간가치→TOV8	0.77	0.07	13.41		
시간가치→TOV3	0.75	0.07	13.07		
시간가치→TOV2	0.65	0.07	11.16		
도덕가치→EOV8	0.50	-	-	0.48	0.87
도덕가치→EOV7	0.63	0.15	7.69		
도덕가치→EOV6	0.72	0.16	8.27		
도덕가치→EOV5	0.59	0.17	7.42		
도덕가치→EOV4	0.79	0.16	8.61		
도덕가치→EOV3	0.79	0.16	8.59		
도덕가치→EOV2	0.79	0.17	8.60		
팀충성도→TL5	0.65	-	-	0.41	0.78
팀충성도→TL4	0.64	0.09	8.73		
팀충성도→TL3	0.68	0.12	9.09		
팀충성도→TL2	0.66	0.09	8.95		
팀충성도→TL1	0.59	0.08	8.18		
탱킹태도→AT7	0.67	-	-	0.61	0.90
탱킹태도→AT6	0.58	0.06	14.68		
탱킹태도→AT5	0.69	0.06	16.82		
탱킹태도→ATT3	0.87	0.10	13.66		
탱킹태도→ATT2	0.91	0.10	14.16		
탱킹태도→ATT1	0.91	0.09	14.09		

[식 1-1]

평균분산추출(AVE) 산출공식

$$\text{평균분산추출(AVE)} = \frac{(\sum \text{표준화추정치}^2)}{(\sum \text{표준화추정지}^2) + \sum \text{측정오차}} > .50 \text{ 이상}$$

[식1-2]

개념신뢰도(CR) 산출공식

$$\text{개념신뢰도(CR)} = \frac{(\sum \text{표준화추정치})^2}{(\sum \text{표준화추정지})^2 + \sum \text{측정오차}} > .70 \text{ 이상}$$

2) 판별타당도

판별타당도(Discriminant Validity)란 서로 다른 변인들 사이에는 그 측정값이 서로 분명하게 차이가 있어야 한다는 것을 의미하는데, 변수 사이의 상관관계가 낮아야 판별타당도를 확인했다고 판단할 수 있다(송지준,2013).

판별타당도를 검증하기 위한 방법은 일반적으로 세 가지가 있다. 첫 번째는, 잠재변수의 평균분산추출(AVE, Average Variance Extracted) 값과 잠재변수 간의 상관계수 제곱 값을 비교하여 평가하는 방법이고, 두 번째는, 두 잠재변수 간의 상관계수에 ±2 곱하기 표준오차를 계산하여 그 구간에 1.0의 포함여부를 판단하는 표준오차 추정구간을 통한 방법이다(two standard-error interval estimate). 마지막 세 번째는 비제약 모델과 제약모델 간의 χ^2차이를 비교하는 것으로, 두 잠재변수 간에 자유로운 상관을 갖는 비제약 모델과 공분산을 1로 고정한 제약모델 간의 χ^2값을 비교하여 $\triangle\chi^2$ 값이 3.84 이상이면 판별타당도가 있다고 판단한다(Bagozzi & Phillips, 1982).

본 연구에서는 첫 번째 방법인 재변수의 평균분산추출(AVE, Average Variance Extracted) 값과 잠재변수 간 상관계수 제곱 값을 비교하여 평가하였다. 탱킹 태도에 관한 결과는 다음의 [표4-6]과 같다. 판별타당도를 검증한 결과를 보면 다른 변수와 연관된 계수보다 각 인자의 내부 상관계수가 크며 구분효도요구에 부합하여 구분성을 갖추고 있다.

구체적인 연구 결과는 다음 [표4-5]과 같다

[표 4-5]

측정 항목의 판별타당도 결과 및 이변량 상관분석

구분	상관관계 (γ^2)				AVE
	시간가치관	도덕 가치관	충성도	탱킹 태도	
시간가치관	0.64				0.41
도덕 가치관	-0.26***	0.69			0.48
충성도	-0.08	0.27	0.73		0.54
탱킹 태도	-0.05***	0.10	0.31	0.78	0.61

***p<.001

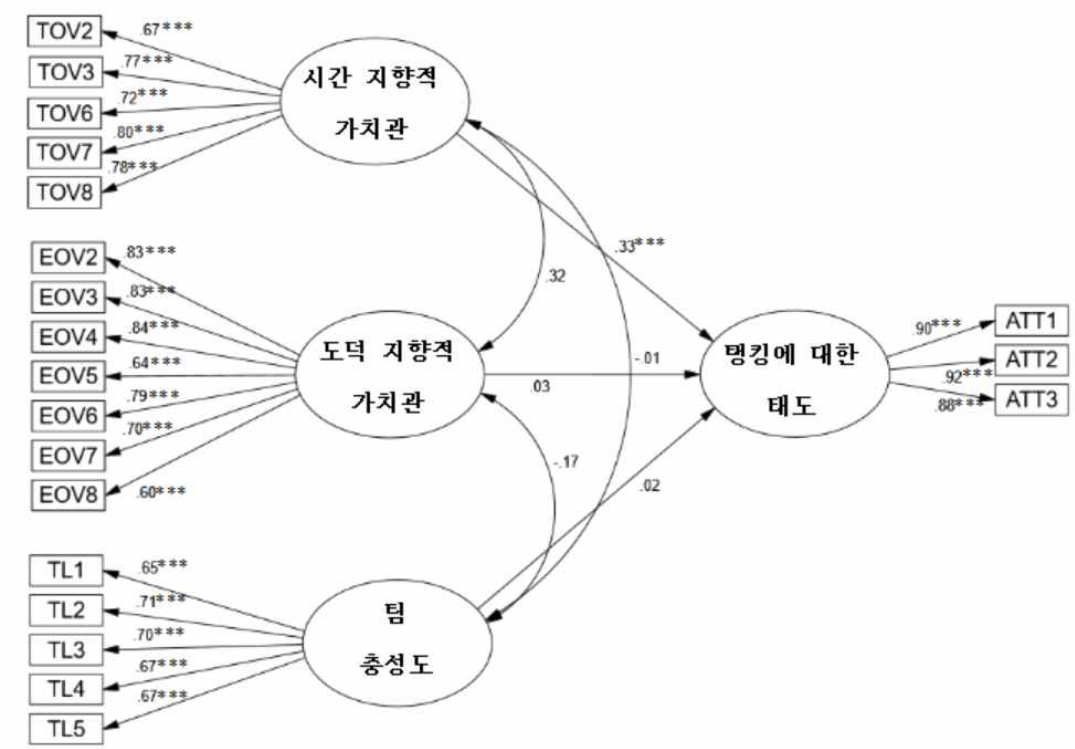
제 4 절 구조방정식 모형 분석 결과

1. 구조방정식 모형의 적합도 및 연구가설 검증

본 연구는 구조방정식 모형을 시간지향적 가치관, 윤리지향적 가치관, 팀 충성도가 탱킹에 대한 태도에 어떻게 영향을 미치는지 2가지의 경로로 구성하였다.

본 연구는 사전에 설정한 구조방정식 모형의 적합도를 검증하기위해 표본크기에 크게 민감하지 않으며, 모형의 간결성을 고려하는 차원에서 카이제곱(χ^2), Normed $\chi^2(\chi^2/df)$, TLI, CFI, RMSEA, SRMR 값을 활용하였다. 모형의 적합도 기준의 경우 χ^2/df 값이 일반적으로 3 이하면 수용할 만하고 2 이하면 좋다고 할 수 있다. TL와 CF는 모두 .90 이상이면 모델의 적합도가 양호하다고 할 수 있다. RMSEA는 적합도가 1.0 이하일 경우에는 보통, .08 이하는 양호, .05 이하는 좋은 것으로 판단된다. 이후 본 연구의 가설검증을 위해 구조모형의 표준화 경로계수및 유의성 검증을 시행하였다.

<그림3>
인지적 전략 차원의 태도



(1) 구조방정식 모형의 적합도 검증 결과

분 연구의 인지적 전략 차원의 태도를 포함하는 구조방정식은 그림 4-1와 같다. 본 연구에서 사용한 구조방정식모델의 모형 적합도 지수는 $\chi^2(\chi^2/df)$ = 2.81, TLI= .90, CFI = .91, RMSEA =0.07, SRMR .06로 나타났다. 이런 연구모형의 적합도 지수들의 값은 표 4-10과 같으며 이에 관한 판단은 앞서 설명한 확인적 요인분석의 기준과 같다. 이를 종합적으로 확인해 볼때, 본 연구에 사용된 연구모형은 적합한 모형이라고 판단할 수있다.

[표 4-6] 구조방정식 모형의 적합도(1)

Normedχ^2 (χ^2/df)	TLI	CFI	RMSEA	SRMR
2.81	0.90	0.91	0.07	0.06

(2) 연구가설의 검증

H2: 미래의 결과에 대한 우려가 높은 팬은 팀의 패어 플레이 여부에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다.

H4: 인지된 윤리적 남용에 대한 관용이 적은 팬들은 팀의 패어 플레이 여부에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다.

H6: 팀 충성도가 높은 팬일수록 팀의 패어 플레이 여부에 대한 부정적인 태도를 덜 갖게 될 것이다.

시간지향적 가치관, 윤리지향적 가치관, 팀 충성도과 탱킹에 태한 태도를 나타내는 이변량 상관분석에서 (표 4-7) 시간지향적 가치관을 제외하고 모두 탱킹에 대한 태도와 유의한 상관관계가 없었다.

연구모형의 표준화 경로계수는 그림 4-1에 나와 있으며, 각 잠재변인

간의 표준화 경로계수 및 유의성 점중 결과는 다음의 표 4-11과 같다.시간지향적 가치관과 탱킹에 태한 태도 변인 간의 표준화 경로계수는.33(p<.001)로써, 통계적으로 유의한 결과를 보였다. 반면, 윤리지향적 가치관과 탱킹에 태한 태도 변인 간의 표준화 경로계수는 .03로써, 유의하지 않은 것으로 나타났다. 또, 팀 충성도과 탱킹에 태한 태도 변인 간의 표준화 정로계수는.02로, 유의하지 않은 것으로 나타났다.

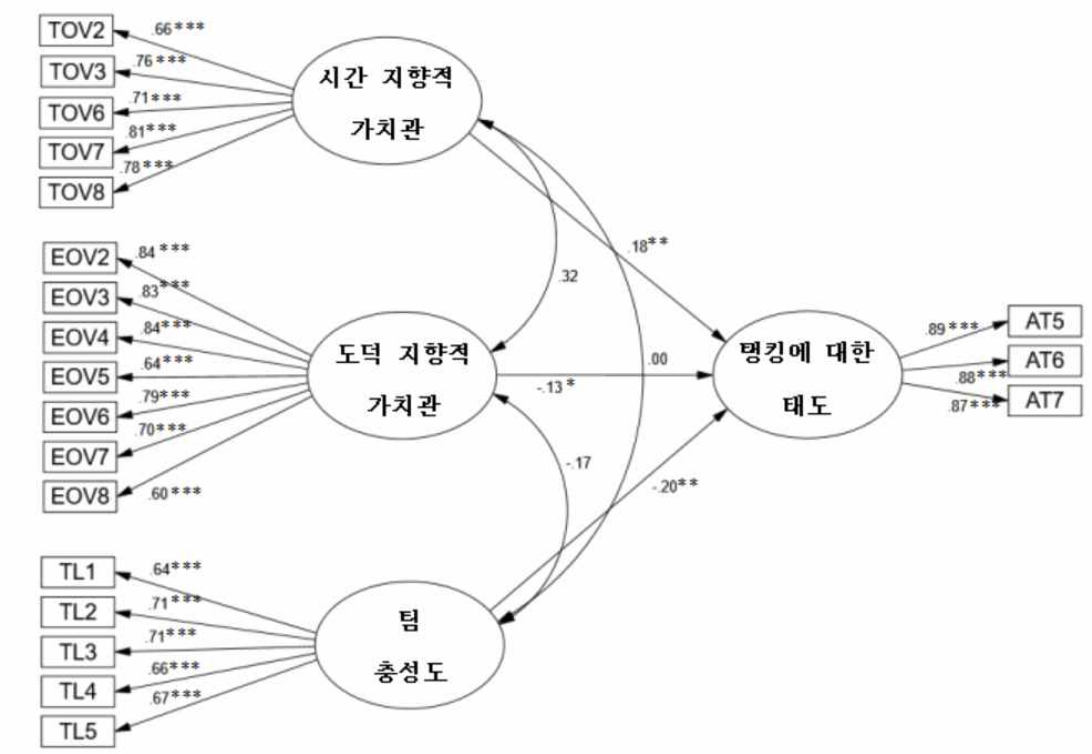
따라서 H4: 인지된 윤리적 남용에 대한 관용이 적은 팬들은 팀의 패어 플레이 여부에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다. H6: 팀 충성도가 높은 팬일수록 팀의 패어 플레이 여부에 대한 부정적인 태도를 덜 갖게 될 것이다. 가설은 기각되었다.

[표 4-7] 연구모형의 표준화 경로계수 및 유의성 검증 결과, 인지적 전략 차원의 태도

경로	비표준화 경로계수	표준화 경로계수	표준오차 (S.E.)	임계치 (C.R.)
CFC→TANKATT	0.40	0.33	0.08	5.10***
TEA→TANKATT	0.06	0.03	0.12	0.53
TL →TANKATT	0.41	0.02	0.11	0.39

***P<.001

<그림4> 불공평한 차원의 태도



(1) 구조방정식 모형의 적합도 검증 결과

본 연구의 불공평한 차원의 태도를 포함하는 구조방정식은 그림4-1와 같다. 본 연구에서 사용한 구조방정식모델의 모형 적합도 지수는χ^2(χ^2/df) = 2.64, TLI= .91, CFI = .92, RMSEA= .07, SRMR=.06으로 나타났다. 이런 연구모형의 적합도 지수들의 값은 다음의 표 4-10과 같으며 이에 관한 판단은 앞서 설명한 확인적 요인분석의 기준과 같다. 이를 종합적으로 확인해 볼 때, 본 연구에서 사용된 연구모형은 적합한 모형으로 판단할 수 있다.

[표 4-8] 구조방정식 모형의 적합도 (2)

Normedχ^2 (χ^2/df)	TLI	CFI	RMSEA	SRMR
2.64	0.91	0.92	0.07	0.06

(2) 연구가설의 검증

H1: 미래의 결과에 대한 우려가 높은 팬은 지가된 탱킹 전략에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다.

H3: 인지된 윤리적 남용에 대한 관용이 적은 팬들은 지가된 탱킹 전략에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다.

H5: 팀 충성도가 높은 팬일수록 탱킹 전략에 대한 부정적인 태도를 덜 갖게 될 것이다.

두 변인의 관계를 나타내는 이변량 상관분석에서 (표 4-8) 시간지향적 가치관, 윤리지향적 가치관 및 팀 충성도는 모두 탱킹에 태한 태도와 유의한 상관관계를 나타냈다. 그리고 시간지향적 가치관과 탱킹에 대한 태도의 상관관계는 .18(p<.01)로 가장 높게 나타났다. 연구모형의 표준화 경로계수는 그림 4-2에 나와 있으며 각 잠재변인 간의 표준화 경로계수

및 유의성 검증 결과는 다음의 표 4-13와 같다.

도덕 지향적 가치관과 탱킹에 태한 태도 변인의 표준화 경로계수는 -0.13(p<.05)으로, 통계적으로 유의하게 나타났다. 그리고, 팀 충성도와 탱킹에 태한 태도에 대한 표준화 경로계수는 -0.20(p<.01)으로, 통계적으로 유의하게 나타났다.

따라서 '미래의 결과에 대한 우려가 높은 팬은 지가된 탱킹 전략에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다.'라는 가설 H1은 채택되었다. 또, '인지된 윤리적 남용에 대한 관용이 적은 팬들은 지가된 탱킹 전략에 대한 부정적인 태도를 더 갖게 될 것이다.'라는 가설 H3도 채택되었다. '팀 충성도가 높은 팬일수록 탱킹 전략에 대한 부정적인 태도를 덜 갖게 될 것이다.'라는 가설 H5도 채택되었다.

[표 4-9] 연구모형의 표준화 경로계수 및 유의성 검증 결과, 불공한 차원의 태도

경로	비표준화 경로계수	표준화 경로계수	표준오차 (S.E.)	임계치 (C.R.)
CFC→TANKATT	0.22	0.18	0.08	2.77**
TEA→TANKATT	-0.24	-0.13	0.12	-1.96*
TL →TANKATT	-0.33	-0.20	0.11	-3.00**

***p<0.001, **p<.01, *p<.05

제 5 장 논 의

본 연구는 중국 NBA 팬들의 탱킹에 대한 태도를 특정 가치관과 충성도를 통해 탐구한다. 이 장에서는 분석을 통한 연구결과와 선행연구를 바탕으로 본 연구의 시사점을 논의한다.

탱킹에 대한 팬들의 부정적인 태도와 상당히 밀접한 관련이 있는 변수들이 몇 가지 있지만, 한 팀의 승패 기록은 그 중 하나가 아니다. 우리는 한 팀의 기록이 탱킹에 대한 팬들의 태도와 관련이 있다는 통계적인 뒷받침이 없다는 것을 발견한다. 이 발견은 승리가 우리가 생각하는 것만큼 중요하지 않을 수 있다고 추론한 과거의 연구와 어느 정도 일치한다(Blank, 2018; Fink&Parker, 2009). 리그에서 가장 승리하는 팀들 중 일부는 플레이오프를 준비하기 위해 전략적으로 최고의 선수들을 쉬게 할 것이다. 아마도 몇 년 동안 팬들은 주기적인 탱킹에 익숙해지거나 둔감해졌을 것이다. 이 추측은 팬이 다른 유형의 탱킹을 인지한다고 믿게 만든다. 주기적인 셔킹은 전체 시즌 동안 탱킹하는 것과 다를 수 있다. 게다가, 팬들에 의해 관행이 이해되고, 용인되고, 심지어 어느 정도까지 장려되는 상황들이 있을 수 있다.

이 연구는 탱킹과 중국 NBA 팬들의 팀 충성도 그리고 팬의 태도와의 상관관계를 연구했다. 결과에 따르면 팀에 대한 충성도가 높은 팬들은 탱킹을 쉽게 받아들인다는 것으로 나타났다. 즉, 열성 팬들이 팀을 자신들의 연장으로 여긴다는 것이다.

팀에 충성하는 팬들은 팀을 통해 자기보존, 자기홍보, 대리성취를 이루기 원한다(Funk, 2009, Kwon, 2008). 승리의 감정을 느끼기 위해 어떤 수단이든 사용하여 팀의 승리를 원하는 것 또한 이전 연구와 일치했다(Sukdial, 2002).

더불어, 이 연구는 가치와 태도 간의 연관성을 연구함으로써 팬들의 태도를 이해하는 데 실질적으로 기여했다. 이를 통해 스포츠 영역에서

가치와 태도 간 상관관계 연구의 부족을 보완했다. 이외에도 가치 기반 연결의 모색과 창조는 전략적인 스포츠 매니지먼트에 있어 더 실용적인 기여가 요구되어왔는데(Aaker&Joachimsther, 2010), 이는 팬들의 가치관이 태도에 큰 영향을 준다고 할 수 있다(Bee&Kahle, 2006; Funk,2000). 또한 스포츠 산업은 팬들의 태도와 근본적인 가치 기반의 상관성을 더 잘 이해해야 한다. 예를 들어 광고의 기본 기능은 소비자가 광고 제품을 구매해 그들이 가치를 창출하도록 돕는 것이다(Mueller, 1987).

일부 연구자들은 팬들의 심리를 이해하는 것이 스포츠 산업의 성공과 생존에 중요하다는 점을 주장했다. 결과적으로 팬들의 가치관이 탱킹에 대한 태도에 영향을 미친다는 연구결과가 밝혀졌다. 미래지향적 가치관은 팬들의 태도를 이해하는데 영향을 미쳤다.

도덕적 남용에 대한 용인도가 낮은 팬들은 탱킹을 부정적으로 보고 있다. 연구결과에 따르면 이러한 팬들이 느끼기에 탱킹은 잔혹하고 비윤리적이며 불공평한 일이다. 이들은 스포츠의 순수성에 앞서 승리의 전략과 금전적 이익을 추구하는 것을 반대했다. 이러한 팬들의 윤리가치와 탱킹에 대한 태도의 상관성은 팬들의 도덕적 용인 수준에서 잘 드러난다.

경영진이 대부분의 팬에게 불쾌감을 주지 않으려면 탱킹을 삼가야 한다고 할 수 있다. 하지만 이들이 탱킹을 택할 경우 팬들의 반발을 피하기 위해서는 윤리적 판단에서 규칙을 어기지 않는 방법을 찾아야 한다. 이들의 의도를 단기 사업 전략으로 전환하고 우승에 대한 미래지향적 비전을 전달해야 하는 것이 더 합리적인 방법일 수 있다.

이전 연구(Sukdial etal, 2002)와 일치하는 결과를 보여주었으며, 스포츠 마니아는 연령과 교육수준의 영향을 받는다. 탱킹 분야에서 나이가 많고 교육수준이 높은 팬들이 훨씬 덜 받는다. 그러나 나이와 교육은 이 관계에서 중요한 변인이며, 이에 따라 향후에는 이들 변수 사이의 연관성에 대한 연구가 필요하다.

그 결과 팬들의 탱킹에 대한 태도는 두 가지 측면이 있다. 첫째는 팬

들이 탱킹을 정당화하기 위해 전략에 집중하는 것이고, 다른 측면은 탱킹 행위를 비판하기 위해 불공정하다는 측면에 주목한다. 이 연구는 두 태도 측면에서 팬들의 가치관, 충성도, 인구통계학적 차이점에 대한 이해를 뒷받침한다.

경영진은 탱킹을 실시할 때 사회윤리적 관념을 바꾸는 데 어려움을 겪을 수 있으므로 탱킹의 전략적 의미를 더욱 강조해야 한다. 스포츠 연구자들도 이 연구를 잠재적인 목표로 활용할 수 있다. 중국 NBA 팬들의 현재 상황과 전략적 포지셔닝을 고려함으로써 중국 NBA 팬들이 탱킹을 더 이해하도록 이끌 수 있다. 더욱 효과적으로 유도할 수 있다. 그리하여 NBA가 중국에서 지속적으로 발전을 발전할 수 있게 한다.

제 6 장 결론 및 제언

제 1 절 결론

본 연구는 중국 NBA 팬의 대상으로 2021년 9월 13일부터 9월 20일까지 총7일 간에 중국 전문 설문조사 사이트credamo (https://www.credamo.com) 에서 선정된 대학생을 대상으로 설문 조사를 진행하였다.

설문지는 총 350부를 배포하였다. 총 350부의 인터넷 설문지를 배포하여 323 부의 설문지를 최종 결과 분석에 사용하였다. 자료처리방법은 SPSS 26.0과 AMOS 25.0 통계 프로그램을 이용하여 빈도분석, 기술 통계분석, 확인적 요인 분석, 신뢰도 및 타당도 분석, 분산분석, 경로 분석을 실시하였고 다음과 같은 결론을 도출하였다.

본 연구는 스포츠 연구자들이 팬들의 탱킹에 대한 태도를 이해하는데 더 큰 도움이 될 것이다. 이번 연구 결과 팬들이 탱킹에 대하여 합리적 전략에 비해 공정성의 측면에서 바라보는 것으로 나타났다.

더불어 탱킹이 부도덕하고 비이성적인 전략이라는 팬층이 존재하며, 그들은 경기 중 탱킹이 일어나는 것은 적절치 않다고 생각한다. 또 조사 결과에 따르면, 탱킹에 대한 부정적 태도는 팬들의 소비행위에도 부정적인 영향을 끼쳤다.

본 연구는 가치관과 태도 사이의 연관성을 연구함으로써 탱킹을 대하는 팬들의 태도를 더 잘 이해할 수 있다. 특히 부도덕한 행동에 대한 용인도가 낮은 팬들은 탱킹을 부정적으로 보고있다. 이러한 팬들이 느끼기에 탱킹은 잔혹하고 비윤리적이며 불공평하다.

반면 부도덕한 행동에 대한 용인도가 상대적으로 낮지 않은 팬들은 전략적으로 탱킹으로 받아들일 수 있다는 입장이다.

이 연구에서 팀 충성도를 통해 팬들의 탱킹에 대한 태도를 분석했다. 예를 들면 팀 충성도가 높은 팬들은 탱킹을 일종의 전략으로 받아들이고

있다. 반대로 팀 충성도가 높지 않은 팬들은 탱킹을 부정적으로 보고 있다.

제 2 절 구 제언

본 연구는 향후 연구에서 다음과 같은 점을 주의해야한다.

첫째, NBA 팬들의 태도를 다른 리그 팬들과 비교했을 때 경기관람의 동기, 팀 충성도, 소비 방식과 행위가 다를 수 있다. 앞으로의 연구는 다른 스포츠에서 팬들의 탱킹에 대한 태도와 가치관에 주목해야한다.

둘째, 국제 스포츠 분야에서 탐구할 수 있는 문화적 가치를 포함한 기타 가치관 또한 탱킹과의 연관성을 고려해 더 연구할 필요가 있다.

마지막으로 현재 연구에서는 탱킹에 대한 팬들의 태도를 연구하였으나 향후 탱킹에 대한 태도가 그들의 행동에 어떻게 영향을 미치는지에 대해서도 연구를 할 것이다.

참 고 문 헌

Aiken, K. D., & Boush, D. (2006). Trustmarks, objective-source ratings, and implied investments in advertising: Investigating online trust and the context-specific nature of internet signals. Journal of the Academy of Marketing Science, 34(3), 308 - 323.

Aiken, K. D., & Koch, E. C. (2009). A conjoint approach investigat┐ing factors in initial team preference formation. Sport Marketing Quarterly, 18(2), 81 - 91.

Aschburner, S. (2017, April 7). NBA commissioner Adam Silver touches on issue of resting players and Charlotte for future All-Star Game. NBA. Retrieved August 27, 2017, from http://www.nba.com/article/2017/04/07/adam-silver-discusses-issue-resting-players-charlotte-asg-and-more

Balsdon, E., Fong, L., & Thayer, M. A. (2007). Corruption in college basketball? Evidence of tanking in postseason conference tournaments. Journal of Sports economics, 8(1), 19-38.

Belk, J. W., Marshall, H. A., & McCarty, E. C. (2017). The effect of regular-season rest on playoff performance among players in the National Basketball Association. The Orthopaedic Journal of Sports Medicine, 5(10), 1 - 5.

Borland, J., Chicu, M., & Macdonald, R. (2009). Do teams always lose to win? Performance incentives and the player draft in the Australian Football League. Journal of Sports Economics, 10, 451 - 484.

Branscombe, N. R., & Wann, D. L. (1991). The positive social and self-concept consequence of sport team identification. Journal of Sport & Social Issues, 15, 115 - 127.

Campbell, R., Aiken, D., & Kent, A. (2004). Beyond BIRGing and CORFing: Continuing the exploration of fan behavior. Sport Marketing Quarterly, 13(3), 151 - 157.

Castrovince, A. (2017, October 20). Tanks for nothing? Losing to win. Sports on Earth. http://www.sportsonearth.com/article/163874706/rebuilding-tanking-whats-the-difference-colts

Chadwick, S. (2013). Corruption: A big threat to sport, a tremendous opportunity for researchers. Sport, Business and Management: An International Journal, 3(3), 260 - 262.

Cialdini, R. B., & De Nicholas, M. E. (1989). Self-presentation by association. Journal of Personality and Social Psychology, 57(4), 626 - 631.

Csató, L. (2022). Quantifying incentive (in) compatibility: A case study from sports. European Journal of Operational Research.

Dickey, J. (2017, October 23). Forget the underdog label: The Astros got to the World Series by tanking. Sports Illustrated. https://www.si.com/mlb/2017/10/24/houston-astros-jeff-luhnow-jimcrane-tanking

Duggan, M., & Levitt, S. D. (2002). Winning isn't everything: Corruption in sumo wrestling. American Economic Review, 92(5), 1594-1605.

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). The psychology of attitudes. Harcourt Brace Jovanovich

Fisher, R. J., & Wakefield, K. (1998). Factors leading to group identification: A field study of winners and losers. Psychology and Marketing, 15(1), 23 - 40.

Forrest, D., & Simmons, R. (2002). Outcome uncertainty and attendance demand in sport: The case of English soccer. Journal of the Royal Statistical Society: Series D (The

Statistician), 51, 229-241.

Friedman, M. T., & Mason, D. S. (2004). A stakeholder approach to understanding economic development decision making: Public subsidies for professional sport facilities. Economic Development Quarterly, 18(3), 236-254.

Fullerton, S., Kerch, K. B., & Dodge, R. H. (1996). Consumer ethics: An assessment of individual behavior in the market place. Jour┐nal of Business Ethics, 15, 805 - 814.

Funk, D. C., Filo, K., Beaton, A. A., & Pritchard, M. (2009). Measuring the motives of sport event attendance: Bridging the academic-practitioner divide to understanding behavior. Sport Marketing Quarterly, 18(3), 126 - 138.

Cialdini, R. B., Borden, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S., & Sloan, L. R. (1976). Basking in reflected glory: Three (foot┐ball) field studies. Journal of Personality and Social Psychology, 34, 366 - 375.

Gilpatric, S. M. (2011). Cheating in contests. Economic Inquiry, 49(4), 1042-1053.

Gorse, S., & Chadwick, S. (2010). Conceptualising corruption in sport: Implications for sponsorship programmes. European Business Review, July/August, 40 - 45.

Greenstein, T. N., & Marcum, J. P. (1981). Factors affecting atten┐dance at Major League Baseball: Team performance. Review of Sport and Leisure, 6(2), 21 - 34.

Hayden, S. (2017). Tanking in the National Hockey League (Doctoral dissertation, The University of North Carolina at Charlotte).

Hirt, E. R., Zillman, D., Erickson, G., & Kennedy, C. (1992). Costs and benefits of allegiance: Changes in fans' self-ascribed competencies after team victory versus defeat. Journal of Personality and Social Psychology, 63, 724 - 738.

James, J. D., & Ridinger, L. L. (2002). Female and male sport fans: A comparison of sport consumption motives. Journal of Sport Behavior, 25(3), 206 - 278.

Kahle, L. R. (1996). Social values and consumer behavior: Research from the list of values. The Psychology of Values: The Ontario Symposium, 8, 135 - 151.

Kendall, G., & Lenten, L. J. (2017). When sports rules go awry. European Journal of Operational Research, 257(2), 377-394.

Kimble, C. E., & Cooper, B. P. (1992). Association and dissociation by football fans. Perceptual and Motor Skills, 75, 303 - 309.

King, B. J., & Brennan, C. (2008). Pressure is a Privilege: Lessons I've Learned from Life and the Battle of the Sexes. LifeTime Media.

Kwon, H. H., Trail, G. T., & Lee, D. (2008). The Effects of Vicarious Achievement and Team Identification on BIRGing and CORFing. Sport Marketing Quarterly, 17(4).

Kastenbaum, R. (1961). The dimensions of future time perspective, an experimental analysis. The Journal of general psychology, 65(2), 203-218.

Lenten, L. J. A. (2016). Mitigation of perverse incentives in professional sports leagues with reverse-order drafts. Review of Industrial Organization, 49(1), 25 - 41.

Lenten, L. J., Smith, A. C., & Boys, N. (2018). Evaluating an alternative draft pick allocation policy to reduce 'tanking'in the Australian Football League. European Journal of Operational Research, 267(1), 315-320.

Levitt, S. D., & Dubner, S. J. (2005). Freakonomics: A rogue economist explores the hidden side of everything. Harper Collins Publishers.

LI, F., ZHAO, L., GAO, H., & SUN, C. (2015). Academic Contribution Difference between Male and Female Sports Scholars Statistical Analysis－Tanking the Sport Science (2006~ 2014) as an Example. Journal of Ningxia Normal University.

Mason, D. S. (1999). What is the sports product and who buys it? The marketing of professional sports leagues. European Journal of Marketing.

Masters, A. (2015). Corruption in sport: From the playing field to the field of policy. Policy and Society, 34(2), 111-123.

McManus, J. (2019). Ethical considerations & the practice of tanking in Sport Management. Sport, Ethics and Philosophy, 13, 145-160.

Motomura, A., Roberts, K. V., Leeds, D. M., & Leeds, M. A. (2016). Does it pay to build through the draft in the National Basketball Association? Journal of Sports Economics, 17(5), 501 - 516.

Paxton, A. T. (2018). Trust the process: How the NBA can combat its tanking problem in court. Iowa L. Rev., 104, 1551.

Preston, I., & Szymanski, S. (2003). Cheating in contests. Oxford review of economic policy, 19(4), 612-624.

Price, J., Soebbing, B. P., Berri, D., & Humphreys, B. R. (2010). Tournament incentives, league policy, and NBA team performance revisited. Journal of Sports Economics, 11(2), 117-135.

Pritchard, M. P., Stinson, J., & Patton, E. (2010). Affinity and affiliation: The dual-carriage way to team identification. Sport Marketing Quarterly, 19(2), 67 - 77.

Safire, W. (2008, April 20). In the tank. The New York Times. https://www.nytimes.com/2008/04/20/magazine/20wwln-safire-t.

html.

Sanderson, A. R., & Siegfried, J. J. (2003). Thinking about competitive balance. Journal of Sports Economics, 4, 255-279.

Sauer, R.D. (1998), The economics of wagering markets. Journal of Economic Literature, 36 (4), 2021-64.

Sheinin, D. (2018 June 22). Tanking in MLB has led to too many great teams, too many awful ones, and a decline in fans. The Washington Post. Retrieved from

https://www.washingtonpost.com/news/sports/wp/2018/06/22/tanking-in-mlbhas-led-to-too-many-great-teams-too-many-awful-ones-and-a-decline-infans/?utm_term=.770e383703f4

Snyder, C. R., Lassegard, M., & Ford, C. E. (1986). Distancing after group success and failure: Basking in reflected glory and cutting off reflected failure. Journal of Personality and Social Psychology,51, 182 - 388.

Soebbing, B. P., Humphreys, B. R., & Mason, D. S. (2013). Exploring incentives to lose in professional team sports: Do conference games matter? International Journal of Sport Finance, 8(3), 192 - 207.

Soebbing, B. P., & Mason, D. S. (2009). Managing legitimacy and uncertainty in professional team sport: the NBA's draft lottery. Team performance management: an international journal.

Strathman, A., Gleicher, F., Boninger, D. S., & Edwards, C. S. (1994). The consideration of future consequences: weighing immediate and distant outcomes of behavior. Journal of personality and social psychology, 66(4), 742.

Stronka, W. (2020). Anti-tanking pair matching before an elimination phase of a two-phase tournament. Economies, 8(3), 66.

Steinberg, L. (2018, April 13). Was 'Tanking' the key to Philadelphia 76ers' success?. Forbes. Retrieved from https://www.forbes.com/sites/leighsteinberg/2018/04/13/was-tanking-the-key-to philadelphia-76ers-success/.

Sukhdial, A., Aiken, D., & Kahle, L. (2002). Are You Old School?: A scale for measuring sports fans' old-school orientation. Journal of Advertising Research, 42(4), 71-81.

Sutton, W. A., McDonald, M. A., Milne, G. R., & Cimperman, J. (1997). Creating and fostering fan identification in professional sports. Sport Marketing Quarterly, 6(1), 15 - 22.

Szymanski, S., & Késenne, S. (2004). Competitive balance and gate revenue sharing in team sports. The Journal of Industrial Economics, 52, 165-177.

Taylor, B. A., & Trogdon, J. G. (2002). Losing to win: Tournament incentives in the National Basketball Association. Journal of Labor Economics, 20(1), 23-41.

Vamplew, W. (2018). Tanking, shirking, and running dead: The role of economics and large data sets in identifying competition corruption and its causes. The International Journal of the History of Sport, 35(2-3), 141-156.

Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1993). Sports fans: Measuring degree of identification with their team. International journal of sport psychology.

Wann, D., Tucker, K. B., & Schrader, M. P. (1996). An exploratory examination of the factors influencing the origination, continuation, and cessation of identification with sports teams. Perceptual and Motor Skills, 82, 995 - 1001.

Weller, M. (2014, September 22). The art of "Tanking" in pro sports. The College Tailgate.

https://thecollegetailgate.wordpress.com/2014/09/22/the-art-of-tanking-in-pro-sports/

Wolff, A. (1993, August 30). Winning by Losing. Sports Illustrated. Retrieved 12 15, 2016, from si.com/vault/1993/08/30/129195/winning-by-losing-its-clear-afterrevelations-that-the-ottawa-senators-considered-tanking-a-game-to-clinch-the-no-1-draft-pick-that-the-nhl-needs-a-lottery

Ziller, T. (2013, July 3). Why 'rebuilding' in the NBA is not the same thing as 'tanking.' SBNation. https://www.sbnation.com/nba/2013/7/3/4489712/nba-free-agency-2013-rebuilding-tanking

Zillmann, D., Bryant, J., & Sapolsky, B. S. (1989). Enjoyment from sports spectatorship. In J. H. Goldstein (Ed.), Sports, games, and play: Social and psychological viewpoints (2nd ed., pp. 241 - 278). Erlbaum.

Fornell and D. F. Larcker, "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error," Journal of marketing research, pp. 39-50, 1981.

Lam, L. W. (2012). Impact of competitiveness on salespeople's commitment and performance.Journal of Business Research,65(9), 1328-1334.

Abstract

Investigating Sport Fan Attitudes Toward Tanking: The Role of Values-Based Connections

Hou Jinfeng
Department of Physical Education
Global Sports Management
The Graduate School
Seoul National University

To date, many studies have strategically investigated the sports

league for potential evidence of the team that intentionally lost the game. Following tournament theory, it is believed sport teams will engage in such practices, often called tanking, in order to gain rewards in the form of better draft picks. Where prior research typically focused on detecting evidence of underperformance by teams, but studies on attitude complexity toward tanking have not yet begun in earnest, especially studies on tanking by Chinese NBA fans have been further lacking.

This study collected nationwide random samples of NBA fandom in China using data collection platform Credomo. In the study, NBA fans by age group and occupation were targeted.

In addition, respondents provided data on their attitudes toward tanking, loyalty within the team, individual time-oriented values, and values based on morality.

As a result, fans' negative attitudes toward tanking were relatively high, and the win-loss record had little effect on fans' negative attitudes, and this study confirmed that attitudes toward tanking were affected by values and team loyalty.

Keywords: tanking, fan attitudes, fan values, old-school values
Student Number : 2019-24841

[부록]

<설문지>

중국 NBA 팬들의 탱킹에 대한 태도 조사

안녕하십니까?

본 연구는 중국 NBA팬이 탱킹에 대한 태도에 미치는 영향 연구를 진행하고 있습니다. 여러분께서 응답해주신 내용은 연구 기초자료로 활용되며, 설문과 관련된 모든 내용은 익명으로 처리됩니다. NBA 중에서 탱킹에 대해 생각한 것을 솔직하게 응답해주시면 연구에 큰 도움이 될 것입니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은 비밀 이 철저히 보장되며, 연구목적 이외의 다른 용동로 사용하지 않을 것을 약속드리고 느끼시는 대로 솔직하게 응답해주시면 감사하겠습니다.

바쁜 시간 중에 응답해 주셔서 감사드리며 수집된 자료는 소중하게 쓰 일 것입니다.

서울대학교 체육교육과

글로벌스포츠 매니지먼트 전공

석사과정 연구자: 호우진펭

지도교수: 김 유 겸

1부:팬들의 NBA 이해도 조사

1.1 NBA 팬입니까? [단선에]*

○ 예　　○ 아니오. (제분권 말미, 답안지 제출)

1.2 당신은 어느 팀의 팬입니까? (구단 이름은 머리글자로 정렬) [단선 문제]*

○Atlanta Hawks (亚特兰大老鹰)

○Boston Celtics (波士顿凯尔特人)

○Charlotte Hornets (夏洛特黄蜂)

○Chicago Bulls (芝加哥公牛)

○Cleveland Cavaliers (克利夫兰骑士)

○Dallas Mavericks (达拉斯独行侠)

○Denver Nuggets (丹佛掘金)

○Detroit Pistons (底特律活塞)

○Golden State Warriors (金州勇士)

○Houston Rockets (休斯顿火箭)

○Indiana Pacers (印第安纳步行者)

○Los Angeles Clippers (洛杉矶快船)

○Los Angeles Lakers (洛杉矶湖人)

○Memphis Grizzlies (孟菲斯灰熊)

○Miami Heat (迈阿密热火)

○Milwaukee Bucks (密尔沃基雄鹿)

○Minnesota Timberwolves (明尼苏达森林狼)

○New Jersey Nets (新泽西篮网)

○New Orleans Pelicans (新奥尔鹈鹕胡)

○New York Knicks (纽约尼克斯)

○Oklahoma City Thunder (俄克拉荷马雷霆)

○Orlando Magic (奥兰多魔术)

○Philadelphia 76ers (费城76人)

○Phoenix Suns (菲尼克斯太阳)

○Portland Trail Blazers (波特兰开拓者)

○Sacramento Kings (萨克拉门托国王)

○San Antonio Spurs (圣安东尼安马刺)

○Toronto Raptors (多伦多猛龙)

○Utah Jazz (犹他爵士)

○Washington Wizards (华盛顿奇才)

1.3. 2020-2021시즌, 마음에 드는 팀 성적은. [빈 문제 채우기]*

예를 들어 XX팀이 이기고 지는 것은 적어도 자신의 인상으로 대답해 주세요. 완전히 정답은 필요 없습니다.

1.4. 지난 시즌 당신이 좋아하는 팀이 망가진 적이 있다고 느끼십니까? [단선에]*

NBA에서 "썩는 것"은 팀들이 윤휴를 하거나 선수를 거래하는 등의 방법으로 팀을 이번 시즌에 배구 시키는 것을 가리킨다 이름을 최대한 뒤로 미루는 것은 이듬해에 더 좋은 드래프트 순위를 내겠다는 의도다.

○ 예　　○ 아니오.

2부: 난잡한 태도에 대한 인지 조사

다음은 당신의 NBA 난맥상에 대한 태도 인지 조사는 당신의 진실에 근거하여 자신의 설정에 부합하는 것을 선택해 주십시오. 당신의 대답은 정확과 오류의 구분이 없습니다. 사실대로 대답하기만 하면 됩니다. 문항마다 너무 많은 생각을 하지 않아도 됩니다[행렬 단자 선택 문제]*

	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	일반적 그렇지 않다	보통이다	일반적 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1. 가능한 전략임을 인정합니다.	○	○	○	○	○	○	○
2. 필요할 때 나쁜 사람을 넣어두는 결정을 실행하는 것이 매우 현명하다고 생각합니다.	○	○	○	○	○	○	○
3. 팀의 부진한 성적도 팀의 미래에 대한 적절한 배려라고 생각한다.	○	○	○	○	○	○	○
4. 팀에 도움이 된다면 고의적인 패배도 받아들일 수 있다고 생각한다.	○	○	○	○	○	○	○
5. 나쁜 경기력을 보이는 것은 스포츠맨십이 좋지 않다는 것을 나타낸다고 생각한다.	○	○	○	○	○	○	○
6. 팬들에게 나쁘게 보이는 건 불공평하다고 생각해요.	○	○	○	○	○	○	○

7. 리그가 안 좋은 모습을 보이는 것은 불공평하다고 생각한다.	○	○	○	○	○	○	○
8. 나쁜 것을 방지하게 위한 몇 가지 규칙이 있어야 한다고 생각합니다.	○	○	○	○	○	○	○

3부: 가치 수준에서의 태도 측정

다음은 시간 지향적인 가치에 대한 몇 가지 질문입니다. 귀하의 실제 상황에 따라 귀하에게 맞는 옵션에 "√" 표시하십시오. 옳고 그른 대답은 없습니다. 진실하게 대답하는 한, 생각할 필요가 없습니다. 각 주제에 대해 너무 많이 [매트릭스 단일 선택 질문] *

	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	일반적 그렇지 않다	보통이다	일반적 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 미래에 일어날 수 있는 일에 영향을 미치기 위해 현재의 행동을 사용하려고 노력한다.	○	○	○	○	○	○	○
2. 미래의 일이 저절로 해결되리라 생각할 때 나는 그 순간의 필요에 따라 행동할 것입니다.	○	○	○	○	○	○	○
3. 나의 행동은 최근 행동의 결과에만	○	○	○	○	○	○	○

영향을 받습니다.							
4. 나의 행동을 결정하는 중요한 요소는 나를 쉽게 하는 것이다.	○	○	○	○	○	○	○
5. 나는 미래의 좋은 결과를 대가로 당장 행복과 기쁨을 희생할 용의가 있습니다.	○	○	○	○	○	○	○
6. 나는 문제가 위기 수준에 도달하기 전에 해결되리라 생각할 때, 미래에 발생할 수 있는 문제에 대한 경고를 종종 무시합니다.	○	○	○	○	○	○	○
7. 미래의 결과는 나중에 다룰 수 있으므로 현재를 희생하는 것은 일반적으로 불필요하다고 생각합니다.	○	○	○	○	○	○	○
8. 장기적인 노력이 필요한 일보다 단기간에 성과를 볼 수 있는 일에 몰두하는	○	○	○	○	○	○	○

다음은 도덕을 지향하는 가치관에 관한 질문입니다. 아래 장면에 대한 당신의 진실한 태도에 대한 답변을 청합니다. 당신의 대답은 정확과 오류의 구분이 없습니다. 사실대로 대답하기만 하면 됩니다. 문항마다 너무 많은 생각을 할 필요가 없습니다. [행렬 단자 선택 문제]*

	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	일반적 그렇지 않다	보통이다	일반적 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1. 고객이 슈퍼마켓 점원에게 알리지 않고 점원이 요청한 변경 사항을 몰래 두고 갔을 때, 그러한 행동은 무엇이라고	○	○	○	○	○	○	○

생각하십니까?							
2. 어떤 사람의 아파트에 불이 났을 때, 그 사람은 손해를 보험사에 신고할 때 가지고 있지 않은 것을 더 많이 선언하고, 분실물의 가격을 과장합니다. 이 행동은 무엇이라고 생각하십니까? ?	○	○	○	○	○	○	○
3. 누군가가 고령자 할인을 이용하기 위해 나이를 속였다. 이 행동은 무엇이라고 생각합니까?	○	○	○	○	○	○	○
4. 누군가가 어린이 할인을 이용하기 위해 어린이의 나이를 속였습니다. 이 행동은 무엇이라고 생각합니까?	○	○	○	○	○	○	○
5. 소비자가 분명히 가격이 인하된 상품을 발견했을 때, 상점에 알리지 않고 더 낮은 가격에 구매한 경우, 이러한 행동은 무엇이라고 생각하십니까?	○	○	○	○	○	○	○
6. A 매장에서 구매하지 않은 상품을 A 매장에서 구매한 것처럼 가장하여 반품했다고 들었는데, 이 행위는 무엇이라고 생각하십니까?	○	○	○	○	○	○	○
7. 누군가가 중고 시장에 팔기 위해 제품의 품질을 과도하게 미화하는 행위를 한다고 생각하십니까?	○	○	○	○	○	○	○
8. 설문지나 구술 조사에서 그러한 행동에 진실하게 대답하지 않는다고 생각하십니까?	○	○	○	○	○	○	○
9. 어떤 사람은 A 가게에서 B 가게에서	○	○	○	○	○	○	○

사서 입던 옷을 아주 싸게 파는 것을 보고 B 가게에서 산 옷을 반품하고 A 가게에서 더 싸게 재구매했다. 이 행동을 생각?							
10. 누군가가 회사에서 제공하는 혜택을 무료로 다른 사람에게 수익성 있는 방식으로 재판매하는 행위가 무엇이라고 생각합니까?	○	○	○	○	○	○	○

4부: 팀 충성도 척도

다음은 귀하의 팀 충성도에 대한 몇 가지 질문입니다. 귀하의 실제 상황에 따라 귀하에게 적합한 옵션에 "√" 표시하십시오. 귀하의 답변은 옳고 그름이 아닙니다. 귀하가 진실하게 대답하는 한, 귀하는 각 주제에 대한 너무 많은 생각 [매트릭스 1 지선 문항] *

	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	일반적 그렇지 않다	보통이다	일반적 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1. 내가 좋아하는 팀에 대한 긍정적인 이야기를 다른 사람들에게 알려줄 것입니다.	○	○	○	○	○	○	○
2. 내 조언을 구하는 사람들에게 이 팀을 추천할 것이다.	○	○	○	○	○	○	○
3. 나는 내 주변 사람들이 이 팀과 교류하기 위해 소셜 미디어를 사용하도록 권장할 것입니다.	○	○	○	○	○	○	○
4. 나는 이 팀의 주변 환경을 관련 제품을 구매할 때 가장 먼저 선택하겠습니다.	○	○	○	○	○	○	○

5. 내가 좋아하는 팀의 로고를 자주 보여줄 것입니다(예: 팀 모자 착용, 팀 유니폼 착용 등).	○	○	○	○	○	○	○

5부:기본자료

아랫부분은 당신의 기초에 관한 것인 너 다 본 자료는 모든 정보를 우리는 철저히 비밀에 부쳐 과학 연구에만 사용할 것입니다. 당신의 실제 상황에 부합하는 옵션에 "○"해 주십시오.

1. 당신의 성별[단선] 제목] *

○ 男 ○ 女

2. 당신의 나이[단선] 제목] *

○20대 이하

○21-30

○31-40

○41-50

○51-60

○ 61세 이상

3. 당신의 혼인상태[단선 제목] *

○ 기혼 ○ 미 결혼하다

4. 당신의 근속연수[단선] 제목] *

○ 1년 이하

○ 1~3年

○ 3~5年

○5~10

○10년 이상

5. 당신의 교육 정도[단선 제목] *

○ 중학교 졸업 및 이하

○ 고교 재학 중이거나 졸업

○전문대 재학 중이거나 졸업

○본과 재학 중이거나 졸업
○ 대학원생(석사와 포함) 박사) 재학 중이거나 졸업 중

6. 당신의 월별 소비수준(비고: 먹고 자는 것 포함) [단선 문제] *
○3,000원 이하
○3001~5000원
○5001~8000원
○8001-1만 원
○ 1만1000-2마완
○ 2만1000-3만
○3만1000-5만
○ 1만 이상

이번 설문은 이것으로 마칩니다 당신의 소중한 정보에 대단히 감사합니다!

NBA球迷对摆烂的态度研究调查

您好！我是首爾大學体育經營管理專業的研究生，目前正在做一个關于中國 NBA 粉絲對 NBA 比賽中球隊擺爛現象的態度調查。本問卷由 5 部分构成，完成這份問卷大概需要 10~15 分鐘，請您結合自身情况來回答所有問題，感謝您的支持和配合！

本問卷不記名,所有題目的答案均无對錯之分，對那些不太确定的問題請盡力嘗試回答，不要跳過任何問題，所有回答僅供統計分析和學術研究之用,請您根据自己的實際情况認眞填寫問卷,放心作答!

第一部分:粉絲對NBA的了解程度調查

1.請問您是NBA粉絲嗎？［單選題］*

○是

○否 (请跳至第问卷末尾，提交答卷)

2.您是哪支球隊的粉絲呢？（球隊名称按首字母排序）［單選題］*

○Atlanta Hawks (亚特兰大老鹰)

○Boston Celtics (波士顿凯尔特人)

○Charlotte Hornets (夏洛特黄蜂)

○Chicago Bulls (芝加哥公牛)

○Cleveland Cavaliers (克利夫兰骑士)

○Dallas Mavericks (达拉斯独行侠)

○Denver Nuggets (丹佛掘金)

○Detroit Pistons (底特律活塞)

○Golden State Warriors (金州勇士)

○Houston Rockets (休斯顿火箭)

○Indiana Pacers (印第安纳步行者)

○Los Angeles Clippers (洛杉矶快船)

○Los Angeles Lakers (洛杉矶湖人)

○Memphis Grizzlies (孟菲斯灰熊)

○Miami Heat (迈阿密热火)

○Milwaukee Bucks (密尔沃基雄鹿)

○Minnesota Timberwolves (明尼苏达森林狼)

○New Jersey Nets (新泽西篮网)

○New Orleans Pelicans (新奥尔鹈鹕胡)

○New York Knicks (纽约尼克斯)

○Oklahoma City Thunder (俄克拉荷马雷霆)

○Orlando Magic (奥兰多魔术)

○Philadelphia 76ers (费城76人)

○Phoenix Suns (菲尼克斯太阳)

○Portland Trail Blazers (波特兰开拓者)

○Sacramento Kings (萨克拉门托国王)

○San Antonio Spurs (圣安东尼安马刺)

○Toronto Raptors (多伦多猛龙)

○Utah Jazz (犹他爵士)

○Washington Wizards (华盛顿奇才)

3.2020-2021賽季中，您喜歡的球隊戰績如何？[填空題] *

例如：XX隊 胜多負少 請凭自己的印象作答 不需要完全正确

_____

4.您感覺，在過往賽季中，您喜歡的球隊是否有過擺爛行爲？［單選題］*

在NBA里“擺爛”是指一些球隊通過輪休或者交易球員等方式讓球隊本賽季排名盡量靠后，目的是在第二年的比賽中有更好的選秀順位。

○是　○否

第二部分:對擺爛的態度認知調查

以下是關于您對NBA中擺爛現象的態度認知調查,請根据您的眞實情况,選擇符合自己的選項，您的回答沒有正确与錯誤之分,只要您据實回答卽可,不必在每道題目上作太多思考[矩陣單選題] *

	很不道德	比較不道德	一般不道德	介于中間	一般道德	比較道德	很道德
1.我承認擺爛是一种可行的策略。	○	○	○	○	○	○	○
2.我認爲有必要的時候，實行擺爛這个決策是很明智的。	○	○	○	○	○	○	○
3.我認爲球隊擺爛也顯示了對球隊未來的适当	○	○	○	○	○	○	○

關注。							
4.我認爲如果對球隊有帮助的話，故意輸球是可以接受的。	○	○	○	○	○	○	○
5.我認爲擺爛展示了較差的体育精神。	○	○	○	○	○	○	○
6.我認爲擺爛對粉絲是不公平的。	○	○	○	○	○	○	○
7.我認爲擺爛對聯盟是不公平的。	○	○	○	○	○	○	○
8.我認爲應該有一些規則來阻止擺爛的發生。	○	○	○	○	○	○	○

第三部分:价值观层面的态度测量

以下是關于以時間爲導向的价值觀的几个問題，請根据您的眞實情况,在符合自己的選項上打“√”，您的回答沒有正确与錯誤之分,只要您据實回答即可,不必在每道題目上作太多思考[矩陣單選題] *

	很不道德	比较不道德	一般不道德	介于中间	一般道德	比较道德	很道德
1.我試圖用我現在的行爲去影響未來可能發生的事情。	○	○	○	○	○	○	○
2.当我認爲未來的事情會自行解決時我會只爲了滿足当下的需求而行動。	○	○	○	○	○	○	○
3.我的行爲只會受到近期行爲結果的影響。	○	○	○	○	○	○	○
4.決定我采取行動的一个重要因素是使我得到便利。	○	○	○	○	○	○	○
5.我愿意犧牲眼前的幸福和快樂來換取未來能有好的結果。	○	○	○	○	○	○	○

6.当我認爲問題會在達到危机級別之前得到解決時我經常忽視對未來可能出現問題的警告。	○	○	○	○	○	○	○
7.我認爲犧牲現在通常是不必要的，因爲未來的結果可以在以后處理。	○	○	○	○	○	○	○
8.對我來說從事短期就能看到成果的工作，比從事那些需要長期工作才能看到成果的工作更重要。	○	○	○	○	○	○	○

以下是关于以道德为导向的价值观的一些问题,请客观回答您对以下场景的真实态度，您的回答没有正确与错误之分,只要您据实回答即可,不必在每道题目上作太多思考[矩阵单选题] *

	很不道德	比较不道德	一般不道德	介于中间	一般道德	比较道德	很道德
1.当一位顾客没有告知超市店员而是偷偷留下了店员多找的零钱，您认为这样的行为	○	○	○	○	○	○	○
2.当一个人的公寓失火了，他/她在向保险公司报告损失时，多申报了自己没有的东西，并夸大了丢失物品的价格，您认为这样的行为	○	○	○	○	○	○	○
3.有人为了利用老年人折扣而谎报自己的年龄，您认为这样的行为	○	○	○	○	○	○	○
4.有人为了使用孩子的折扣而谎报孩子的年龄，您认为这样的行为	○	○	○	○	○	○	○
5.当一位消费者发现了一件明显被标低了价格的物品时，不是通知商店而是用低价买了这件商品，您认为这样的行为	○	○	○	○	○	○	○
6.听说一个人把不是在A商店购买的商品假装	○	○	○	○	○	○	○

成是在A商店购买并退给了这家商店，您认为这样的行为							
7.有人为了在二手市场卖出一件产品过度美化了它的质量，您认为这样的行为	○	○	○	○	○	○	○
8.您认为在调查问卷或者是口头调查时不如实回答这样的行为	○	○	○	○	○	○	○
9.有人看到A商店正在很低的价格出售自己在B商店购买并已穿过的衣服，退回了原来在B商店购买的衣服，在价格更低的A商店重新购买，您认为这样的行为	○	○	○	○	○	○	○
10.有人将公司免费发放的福利以盈利的方式转卖其他人，您认为这样的行为	○	○	○	○	○	○	○

第四部分:球队忠诚度量表

以下是关于您对球队忠诚度的一些问题,请根据您的真实情况,在符合自己的选项上打“√”，您的回答没有正确与错误之分,只要您据实回答即可,不必在每道题目上作太多思考[矩阵单选题] *

	很不符合	比较不符合	一般不符合	介于中间	一般符合	比较符合	很符合
1.我会向其他人说一些关于我喜欢的球队的积极的事情。	○	○	○	○	○	○	○
2.我会向寻求我建议的人推荐这个球队	○	○	○	○	○	○	○
3.我会鼓励身边的人利用社交媒体与这个球队互动。	○	○	○	○	○	○	○
4.我会将这个球队的周边作为我购买相关产品的首选。	○	○	○	○	○	○	○
5.我会经常展示我喜欢球队的标志(例如戴队帽、穿队服等)。	○	○	○	○	○	○	○

第五部分:基本资料

以下部分是关于您的基本资料,所有信息我们将严格保密,只用于科学研究,请在符合您实际情况的选项上“√”。

1.您的性别 [单选题] *

○男　　○女

2.您的年龄 [单选题] *

○20 岁及以下

○21-30

○31-40

○41-50

○51-60

○61 岁以上

3.您的婚姻状况 [单选题] *

○已婚　　○未婚

4.您的工龄 [单选题] *

○1 年及以下

○1~3 年

○3~5 年

○5~10

○10 年以上

5.您的教育程度 [单选题] *

○初中毕业及以下

○高中在读或毕业

○专科在读或毕业

○本科在读或毕业

○研究生（包括硕士和博士）在读或毕业

6. 您的月消费水平(注：包括吃穿住行) [单选题] *

○3000 元以下

○3001-5000 元

○5001-8000 元

○8001-1 万元

○1.1 万-2 万完

○2.1 万-3 万

○3.1 万-5 万

○1 万以上

本次问卷到此就结束啦，非常感谢您提供的宝贵信息!