Journal of the Korea Convergence Society
Vol. 11. No. 9, pp. 73-81, 2020

ISSN 2233-4890 / eISSN 2713-6353
https://doi.org/10.15207/JKCS.2020.11.9.073

Q방법론을 활용한 20~30대 마라톤 동호회 활동 참가자의 마라톤 활동에 대한 융합적 인식 분석

유영설
수원농생명과학고등학교 교사

An Analysis on Marathon Participants' Convergence Recognition about attending Marathon Activities in their 20s and 30s Using the Q Methodology

Young-Seol Yu
Teacher, Suwon High School for Agricultural Science

요 약 본 연구의 목적은 20~30대 마라톤 동호회 활동 참가자들의 동호회 활동에 대한 인식을 탐색하는 데 있다. 연구방법은 인간의 주관적 태도나 가치를 탐색할 수 있는 Q-방법론을 활용하였고, 수도권에서 마라톤 동호회 활동에 참여하고 있는 20~30대의 젊은 마라토너 30명을 대상으로 하였다. 연구결과 총 3개의 유형으로 분류되었다. 제1유형은 의미부여형으로, 신체활동과 고통 극복 그리고 런너스 하이를 경험하는 등 마라톤 활동의 본질에 의미를 두고 있다. 제2유형은 여가형으로, 일상에서 벗어나 여러 사람들과 마라톤이라는 공통의 취미를 즐기고 개인적 스트레스를 해소하는 것에 의미를 두고 있다. 제3유형은 동호회형으로, 다양한 특성을 가진 동호회원들과 관계를 맺고 동호회 활동을 통한 즐거운 축제를 즐기며 성취감과 개인의 건강 그리고 삶을 관리하는 것에 의미를 두고 있다. 이러한 결과는 개인의 주관성에 따라 마라톤의 의미가 몇 개로 유형화됨을 알 수 있고, 이는 젊은이들의 스포츠 문화의 경향을 이해하는 데 의미있는 시사점을 제공할 것이다.

주제어 : 마라톤, 동호회 활동, 20~30대, 주관성, Q-방법론, 인식

Abstract The purpose of this study was to analyze the recognition of 20s~30s' young people in marathon activities using Q methodology. P-sample was composed of 30 young marathoners. The selected Q samples were arranged in the normal distribution form. The collected data were analyzed by factor analysis through varimax rotation using QUANL 1.2PC program. Three distinct were emerged throughout the analysis: the first type is 'the type of giving special meaning.' which is improving their physical fitness, healthy and enjoying runner's high. The second type is 'the enjoying leisure' which is releasing stress and enjoying their common interest.' The last type is 'the type of enjoying crew activity.' which is enjoying marathon festival and managed their healthy and life. This result hints that young marathoners' sports culture trends.

Key Words : Marathon, Crew Activity, 20~30s' age, Subjectivity, Q-methodology, Recognition

*Corresponding Author : Yu, Young Seol(yssports4u@hanmail.net)
Received August 8, 2020 Revised August 31, 2020
Accepted September 20, 2020 Published September 28, 2020

1. 서론

마라톤은 우리에게 많은 의미를 갖는다. 일제강점기에 손기정 선수는 베를린 올림픽에서 금메달을 획득하며 우리 민족의 정신을 일깨웠다. 또한 1982년 바르셀로나 올림픽의 황영조 선수는 금메달을 획득하며 국민들에게 감동을 선사했다. 뿐만아니라 각종 국제마라톤 대회 및 올림픽 그리고 아시안 게임에서 우리에게 메달을 안겨주며 우리의 민족정신을 상기시키기도 했다. 따라서 마라톤 활동은 우리 국민에게 어려움을 극복하고 부활의 이미지가 투영되며 단순한 스포츠 종목 이상의 존재로까지 인식되고 있다[1].

마라톤은 42.195km를 달리는 경기로서 선수의 체력의 한계를 시험하는 종목이다. 긴 거리를 달리는 마라톤 고유의 특성으로 인해 마라톤은 인생에 비유되곤 한다. 다양한 삶의 굴곡이 끊임없이 전개되는 인간의 삶이 마라톤을 완주하는 과정과 닮았다는 것이다. 물론, 최근 들어 마라톤대회의 거리는 5km에서 울트라 마라톤에 이르기까지 다양해 지고 있으나 장거리를 달려야 한다는 기본 조건은 마라톤의 두드러진 특징으로 간주 된다. 이러한 마라톤의 종목 특성은 다른 생활 스포츠 종목의 특성이 즐거움과 재미를 중심으로 건강을 증진 시키는 것과 차이를 둔다. 따라서 마라톤 활동에 참여한다는 것은 다른 여가 스포츠 활동에 참여하는 것과는 다른 의미를 지닌다고 볼 수 있다. 자신과 깊은 대화의 과정이 전제하기 때문이다.

마라톤은 지역자치단체가 개최하기를 선호하는 스포츠 이벤트 중의 하나이다. 마라톤대회는 많은 사람들이 참가하면서도 다양한 장점을 가지고 있기 때문이다. 최근에 우리나라의 마라톤 관련 활동 인구는 계속 증가하고 있다. 2018년 국민생활체육참여 실태조사 자료에 의하면, 국민 생활체육 참여 종목 중 걷기 및 달리기 참여율이 35.2%로 가장 높은 참여율로 나타났다[2]. 마라톤대회를 개최할 경우, 마라톤대회 참가를 위해 지역을 찾아오는 관광객의 증가로 관광수지의 흑자를 가져온다[3]. 또한, 마라톤대회에 대한 다양한 매체를 통한 홍보는 도시의 브랜드 이미지가 높아지고 이에 따른 부가가치의 상승효과를 기대할 수 있다. 그리고 지역의 위상 및 지역주민의 사기를 고양 시킬 수 있을 뿐만 아니라 마라톤 경기를 위해 특별한 경기장 등의 부가 시설물이 필요하지 않아 매우 환경친화적인 스포츠이다[4]. 2019년에 마라톤대회는 전국적으로 약 360개의 대회가 개최되었다[2]. 이러한 마라톤대회의 개최는 지자체의 스포츠 이벤트의 성공을 보장하는 보증수표라는 인식이 지자체의 스포츠 마케팅 관련자들에게 자리 잡고 있기 때문이다.

최근 들어 젊은 층에게 워라밸은 삶에 있어서 매우 중요시된다. 워라밸은 일과 삶의 균형을 뜻하는 워크 앤 라이프 밸런스(Work and Life Balance)의 줄임말이다. 장시간의 노동을 줄이고 개인적 삶과 일과의 균형을 맞추기 위한 문화의 필요성이 대두하면서 등장한 신조어이다[2]. 이러한 20~30대 젊은이들의 워라밸 중시 현상은 삶에 있어서 여가활동의 중요성을 강조하는 것으로 해석할 수 있다. 특히, 이들의 여가활동 중 마라톤 활동의 붐 현상은 스포츠 산업 및 국민 건강 측면에서 매우 중요한 의미를 지닌다. 이러한 젊은이들의 문화는 전체 사회문화를 이끌어 가는 트렌드 형성에 의미 있는 영향을 미칠 수 있기 때문이다.

“멋있고 신나요...마라톤 삼매경 빠진 젊은 그대들[5]”. “톡톡 튀어야 펀런... 패션 몸짱들 도심을 달리다[6]” 최근 들어 20~30대에게 마라톤 붐(Boom)이 일고 있다. 2019년 동아일보 경주 마라톤대회에 20-30대 젊은 마라토너들이 약 49%가 참가했다. 이에 따라 젊은 세대를 겨냥한 스포츠 브랜드들의 마케팅 활동은 매우 활발하게 진행되고 있다. 각종 스포츠 브랜드는 러닝 클래스 운영이나 마라톤대회의 개최가 그것이다. 더하여 인기가수 공연이나 이색적인 컨셉의 러닝 등의 다양한 체험 마케팅을 통한 ‘엔터테이먼트’ 요소를 결합하여 젊은 소비자층을 사로잡고 있다[3]. 마라톤이 다른 종목과 다르게 극도의 육체적 고통을 감내한 후에나 쾌감을 느낄 수 있는 종목이기 때문에 젊은 세대의 마라톤 활동의 붐은 매우 흥미롭다. 신세대는 고통스러운 과정은 원하지 않으면서 쉽고 빠르게 결과를 얻으려는 것으로 특징 지워지기 때문이다. 그렇다면 젊은 세대들을 마라톤 활동으로 유인하는 매력은 무엇인가? 이러한 물음은 젊은이들의 마라톤 참가의 목적과 그들의 문화를 이해하는 데 의미 있는 자료를 제공할 것이다.

지금까지 마라톤에 대한 연구는 마라톤 참가 동기[1,7-11]에 대한 연구를 중심으로 마라톤 참가자의 심리적 웰빙[12], 감정적 반응[13,14], 마라톤대회 참여 만족[15-17] 등 다양한 영역에서 꾸준히 이루어져 왔다. 여성 마라톤 참가자에 대한 연구[10,18]는 여성의 마라톤 참가 동기에 대한 자료를 제시함으로써 여성 마라톤 참가에 대한 이해를 높이는 데 의미 있는 정보를 제공하였다. 이선호 외[19]는 여고생 단체 마라톤 참가가 자신감, 배려심, 단체정신 함양 및 사제 간 신뢰 형성 그리고 가족애를 강화하는 데 긍정적인 영향을 준다고 하여 마라톤

활동의 교육적 효과를 제시하였다. 김기덕 외[20]는 마라톤중독참가자의 동기 유형에 대한 연구에서 건강추구, 도전추구 그리고 즐거움추구의 3가지 유형을 발견하여 마라톤 매니아들의 동기를 이해하는데 유용한 자료를 제시하였다.

선행연구의 대부분이 기성세대 마라토너를 대상으로 하였다. 물론, 여성 및 여학생을 대상으로 한 연구가 제한적으로 이루어지기는 하였으나 20~30대 젊은 세대의 마라톤 참가 동기를 이해하는 데는 한계가 있다. 최근 들어 20~30대 젊은 마라토너들의 마라톤 참가의 붐(boom)은 사회·문화 그리고 경제적으로 시사하는 바가 크다. 미래사회의 트렌드 선도자로서 향후 다양한 분야의 트렌드를 예측하는데 중요한 척도를 제공할 수 있기 때문이다. 따라서 20~30대 젊은 마라토너들을 대상으로 한 연구의 필요성이 제기된다.

이러한 필요성에 따라 본 연구는 20~30대 마라토너를 대상으로 마라톤 활동에 대한 참가 의미를 탐색하고자 한다. 마라톤 활동에 참가하는 동호인들의 활동에 대한 참가 의미는 매우 주관적이고 다양할 수 있다. 마라톤 활동의 특성상 고통의 단계를 넘어서야 환희를 느낄 수 있는 운동이기 때문에 활동 과정에서 느껴지는 태도는 온전히 개인의 주관적 경험에 따른다. 따라서 인간의 주관적 영역인 신념, 가치, 태도를 객관적인 측정을 시도[21]하는 Q방법론을 활용하고자 한다[22]. 인간의 사고는 일정한 내적 구조를 가지므로, Q방법론을 활용한 특정 주제에 대한 주관성의 구조와 형태의 측정은 대상자의 심층적 심리 태도를 탐색하는데 효용성을 갖는다[23].

따라서 본 연구의 목적은 20~30대 마라톤 동호인들의 마라톤 동호회 활동에 대한 참가 의미를 탐색하는 데 있다. 이는 20~30대 젊은 마라토너들이 마라톤 동호회 활동에 대해 어떠한 태도를 보이는지를 파악하고 이를 유형화하여 참여자들의 심리적 태도를 보다 구체적으로 이해하고자 함이다. 이러한 결과는 젊은이들의 스포츠 문화의 트렌드를 이해하는 데 의미 있는 시사점을 줄 것이다. 이를 위해 해결하고자 하는 문제는 다음과 같다. 먼저, 마라톤 동호회 활동에 참여하는 20~30대 동호인들의 동호회 활동에 대한 인식은 어떻게 유형화되는가? 이다. 다음으로, 마라톤 동호회 활동에 참여하는 20~30대 동호인들의 동호회 활동 인식 유형별 특징 및 시사점은 무엇인가? 이다.

2. 연구방법

본 연구는 마라톤 활동에 대한 20~30대 젊은 동호인들의 인식을 탐색하기 위해 Q방법론을 활용하였다. Q방법론은 연구대상자(P-sample)가 자신의 경험을 바탕으로 진술문(Q-sample)을 분류하고 순서를 정하는 자결적 정의(operational definition) 과정을 거친다[24]. 이러한 과정은 주제에 대한 개인의 주관성을 드러냄으로써 궁극적으로 인식의 유형화에 이르는데, 이러한 결과는 나타나지 않았던 주제에 대한 개인의 인식을 분명하게 드러내게 해 준다[25]. 따라서 인간의 주관성을 탐색할 수 있는 Q방법론의 활용은 본 연구의 문제를 해결하는데 매우 적합한 방법으로 여겨진다.

2.1 연구대상

Q방법론에서 연구대상은 P표본(P-Sample)을 말한다. Q방법론은 주제에 대한 자극(진술문)들이 갖는 개인(P-Sample) 내의 의미의 중요성에 따른 차이를 다루기 때문에 소표본 이론(Small-Sample Doctrine)에 근거한다[25]. 이러한 근거에 의하여, 이 연구는 서울과 경기도에 거주하면서 마라톤 동호회 활동에 참여하는 20~30대 30명을 대상으로 하였다.

2.2 연구절차

2.2.1 Q모집단과 Q표본(진술문) 추출

Q모집단은 마라톤에 대한 젊은 마라톤 활동 참여자들의 인식을 모아놓은 총합체를 말한다. 마라톤 활동에 대한 Q모집단은 마라톤 동호회에 가입하여 마라톤 활동에 참여하고 있는 20대의 남성 2명, 여성 1명을 대상으로 개방형 질문을 통해 수집하였다. 1차로 수집된 Q모집단은 본 연구자와 인터뷰에 참여한 1인이 진술문의 중요도와 내용타당도 등 연구 목적을 고려하여 3차에 걸친 검토과정을 통해 Table 1과 같이 최종 30개의 Q표본(진술문)을 추출하였다.

2.2.2 Q-분류(Q-sorting)

Q분류(Q-sorting)는 일정한 방법에 따라 연구대상자가 Q표본을 분류(forced-distribution)하는 과정이다. 본 연구에서 Q분류는 2020년 4월 1일에서 5월 29일까지 마라톤 동호회 활동이 이루어지는 장소에서 실시되었다. 원활한 Q분류를 위해 현재 마라톤 동호회에 적극적으로 활동하고, 본 연구의 인터뷰에 참여한 1인의 도움을

받아서 이루어졌다. 연구대상자 30명은 30개의 Q표본을 상대적인 의미와 중요도를 고려하여 분포틀에 맞추어 분류하였다(Fig. 1 참고).

Table 1. Q-Sample

Statements
1. A marathon is a festival.
2. If I go to a marathon club, I can meet various people.
3. Running hard makes me feel alive.
4. The picture of running is cool.
5. I feel touched when I enter the goal post of a marathon.
6. Participating in marathon activities is self-care.
7. Marathon club activities are sharing healthy thoughts & healthy lives.
8. When many people run together, I don't feel any difficulty.
9. I like to participate in marathons held by various sports brands.
10. Marathon is an exercise that makes me feel the degree of change in my body or the improvement of my record(distance).
11. I feel fun to cheer & encourage the other runners who have participated in a marathon.
12. Marathon gives me a chance to reflect on my life.
13. A distorted face(or expression) is also the beauty of a marathon.
14. It is interesting to see celebrities in a marathon.
15. Marathon is a good exercise for improving own's physical strength & staying heathy.
16. The pain I feel while running is also the charm of marathon.
17. As the distance to run increases or the record improves, I feel proudness & accomplishment.
18. The proof picture of running in brand clothes is cool.
19. Marathon helps me stay fit & stay in shape.
20. Marathon reflects lives.
21. Fashion is important when doing marathon activities.
22. Marathon is free from time & place.
23. Marathon gives life a challenging goal.
24. After marathon activities, after-party is fun.
25. It is fun to complete the streets by participating in various marathon events.
26. Participation in the marathon, which is also a donation or service, is meaningful.
27. If I go to a marathon club, I can meet a new opposite sex.
28. Marathon does not require any special skills or equipments.
29. The joy doubles when the marathon is completed with encouragement with the people running together.
30. Running a marathon makes me feel better.

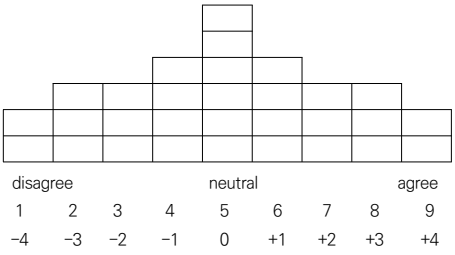


Fig. 1. Q-Sample Distribution Structure

2.3 자료 분석

본 연구에서 자료 분석은 Q분포도에서 가장 부정하는 것(-4)을 1점으로 시작하여 중립인 것(0)에 5점 그리고 가장 긍정하는 것(+4)에 9점을 부여하여 점수화하였다. 부여된 점수를 진술문 번호순으로 코딩(cording)하여 QUANL 통계프로그램을 통해 주성분요인분석(principal component factor analysis)을 실시하였다. 요인의 회전은 배리맥스회전(varimax rotation)방법을 사용하였다. 요인추출은 각 유형의 고유값(eigen-value)이 1.00 이상을 기준으로 가장 이상적이라고 판단되는 모형을 최종적으로 선택하였다.

3. 연구결과

3.1 20~30대 마라톤 참가자의 마라톤에 대한 인식 유형화 결과

마라톤 활동에 대한 동호인의 인식은 3개 유형으로 분류되었다. 각 유형별 고유값(Eigen Value)은 Table 2와 같이 7.6999, 2.4015, 2.0716이며, 누적변량은 0.4058로 약 41%의 설명력을 지니는 것으로 나타났다.

Table 2. Eigen Value and Variances

	I	II	III
Eigen Value	7.6999	2.4015	2.0716
Variance(%)	.2567	.0800	.0691
Cumulative Variance(%)	.2567	.3367	.4058

각 유형 간의 상관계수는 Table 3과 같이 〈유형Ⅰ〉과 〈유형Ⅱ〉는 .426, 〈유형Ⅰ〉과 〈유형Ⅲ〉은 .278, 〈유형Ⅱ〉와 〈유형Ⅲ〉은 .159으로 나타났다.

Table 3. Correlations between Factors

Factors	I	II	III
I	1.000	.426	.278
II	-	1.000	.159
III	-	-	1.000

각 유형별 연구대상자(P표본)의 인자가중치(factor weight)와 개인적 특성은 Table 4와 같다. 인자가중치는 연구대상자의 유형성 지표로서 인자가중치가 높을수록 그 유형의 전형성이 높은 것을 의미한다. 유형Ⅰ은 총 15명 중 남성이 13명, 여성이 3명으로 나타났다. 유형Ⅱ는 총 7명으로 남성이 6명이고 여성이 1명으로 나타났다. 끝으로 유형Ⅲ은 총 8명으로 남성이 7명이고 여성이 1명으로 나타났다. 연령과 마라톤 활동 경험 그리고 마라톤대회 참가 경험 등의 개인적 특성은 유형별로 다양하게 나타났다.

Table 4. Factor Loadings and the P-Sample

Factors	ID	Loadings	Gender	Age	Experience of Marathon activity	Experience of participation in Marathon event
Factor I (N=15)	20	1.6496	F	27	3	9
	23	1.3244	M	26	3	35
	24	1.2136	M	26	7	100
	19	1.1193	F	26	2	10
	12	1.1167	M	34	3	20
	6	1.1120	M	28	3	5
	16	1.0181	M	31	1	10
	8	.9108	M	27	2	15
	1	.8731	M	26	2	2
	29	.7404	M	29	1	1
	9	.7361	M	29	3	25
	25	.7313	F	27	2	30
	13	.6973	M	27	4	20
	4	.6734	M	28	1	1
	30	5904	M	26	1	1
Factor II (N=7)	22	1.3766	M	26	3	8
	28	1.3111	M	27	7	110
	11	.9560	M	30	2	10
	3	.9136	F	28	1	2
	14	.8149	M	26	2	8
	26	.7978	M	27	3	6
	10	.5606	M	31	2	24
Factor III (N=8)	2	1.5812	F	29	1	2
	17	1.4655	M	31	4	30
	5	.6267	M	28	1	1
	18	.5129	M	34	3	5
	7	.5093	M	26	18	36
	27	.3846	M	26	2	20
	21	.3276	M	26	1	3
	15	.2305	M	28	1	5

3.2 20~30대 마라톤 동호회 참가자의 마라톤 활동 참가 의미에 대한 유형별 특성

마라톤 활동에 대한 20대 마라톤 동호회 참여자의 유형별 특성은 각 유형별 표준점수 ±1.00 이상인 Q진술문과 각 유형별 인자가중치가 높은 연구대상자의 진술문을 토대로 각 유형을 분석하였다.

3.2.1 제1유형: 의미부여형

Table 5에 제시된 바와 같이, 제1유형에 속한 마라톤 동호인들의 마라톤 활동에 대한 가장 높은 긍정적 인식은 '힘들게 달리다 보면 내가 살아있다는 느낌이 든다(Z=1.42)'로 나타났고, 다음으로 '마라톤을 하면 기분이 좋아진다(Z=1.39)', '마라톤은 자신의 체력 증진과 건강 유지를 위해 좋은 운동이다(Z=1.16)' 등의 순으로 나타났다. 반면에 다른 유형에 비해 가장 부정적 인식은 '마라톤은 특별한 기술이나 장비가 필요없다(Z=-1.89)'로 나타났고, 다음으로 '마라톤 대회에서 연애인을 보는 것은 흥미롭다(Z=-1.83)' 그리고 '브랜드 옷을 입고 달리는 모습의 인증 사진은 멋있다(Z=-1.78)' 등의 순으로 나타났다. 이 유형에 속한 응답자들의 진술은 다음과 같다.

"빠르게 바람을 가르며 내 다리로 내 힘으로 힘들어함을 느끼며 달려가는 것이 인생과 비슷하다고 느끼고 생동감을 느끼게 됩니다. 도착지가 있고 그 곳을 행해 달려갈 때 해당 지점을 통과할 때 그 느낌은 짜릿하죠(런너스 하이). 힘을 다 쏟아 붓고 도착지점에서 포효하는 그 모습은 매우 멋집니다. 그때 바로 마시는 맥주 맛은 정말 최고죠! 감동해서 우는 사람도 있어요(P23)"

따라서 제1유형에 속한 동호인들은 마라톤 활동을 자신의 몸을 움직이고 땀을 흘리며 고통을 이겨냄으로써 목표지점에 이르는 인내의 과정을 극복하고 런너스 하이를 경험하며 목표 달성을 통해 성취감을 느끼는 등 마라

Table 5. Descending Array of Z-scores and Factor I

Q-Statement	Z-Score
3. Running hard makes me feel alive.	1.42
30. Running a marathon makes me feel better	1.39
15. Marathon is a good exercise for improving own's physical strength & staying heathy	1.16
22. Marathon is free from time & place	
27. If I go to a marathon club, I can meet a new opposite sex	-1.43
21. Fashion is important when diong marathon activities	-1.54
18. The proof picture of running in brand clothes is cool	-1.71
14. It is interesting to see celebrities in a marathon	-1.78
28. Marathon does not require any special skills or equipments	-1.83
	-1.89

톤 활동 그 자체를 중요하게 생각하여 '의미부여형'으로 명명하였다.

3.2.2 제2유형: 여가형

Table 6에 제시된 바와 같이, 제2유형에 속한 마라톤 동호인들의 마라톤 활동에 대한 가장 높은 긍정적인 인식은 '마라톤을 하면 기분이 좋아진다(Z=1.67)'로 나타났고, 다음으로 '마라톤은 축제이다(Z=1.44)', 그리고 '많은 사람들이 다 같이 달리면 어려움이 느껴지지 않는다(Z=.95)' 등의 순으로 나타났다. 반면에 다른 유형에 비해 가장 높은 부정적 인식은 '마라톤은 삶에 대해 반성할 수 있는 기회를 준다(Z=-2.40)'로 나타났고, 다음으로 '마라톤 활동을 할 때 패션은 중요하다(Z=-2.07)' 그리고 '브랜드 옷을 입고 달리는 모습의 인증 사진은 멋있다(Z=-1.97)' 등의 순으로 나타났다. 이 유형에 속한 응답자들의 진술은 다음과 같다.

"달리면서 오며 가며 알게 된 사람들도 많이 만나게 되고 응원도 받고 격려도 해 주면서 즐길 수 있는 공통된 취미를 즐기고 노는 축제라고 생각해요. 저는 달리는 일 자체를 좋아해서 스트레스를 받았을 때 달리기를 하면 기분이 좋아져요.(P9)"

Table 6. Descending Array of Z-scores and Factor II

Q-Statement	Z-Score
30. Running a marathon makes me feel better	1.67
1. A marathon is a festival	1.44
8. When many people run together, I don't feel any difficulty	.95
14. It is interesting to see celebrities in a marathon	-1.96
18. The proof picture of running in brand clothes is cool	-1.97
21. Fashion is important when diong marathon activities	-2.07
12. Marathon gives me a chance to reflect on my life	-2.40

따라서 제2유형에 속한 동호인들은 마라톤 활동을 일상에서 벗어나 마라톤 활동을 통해 다른 사람들과 취미를 함께 하고 스트레스를 해소하며 이를 통해 자신의 기분을 전환하는 등 일상을 벗어나 여가로서의 활동에 중요한 의미를 부여하고 있어 '여가형'으로 명명하였다.

3.2.3 제3유형: 동호회형

Table 7에 제시된 바와 같이, 제3유형에 속한 마라톤 동호인들의 마라톤 활동에 대한 가장 높은 긍정적인 인식은 '마라톤은 축제다(Z=1.97)'로 나타났고, 다음으로 '뛰는 모습이 담긴 사진은 멋있다(Z=1.76)', '마라톤 동호회에 가입하면 다양한 사람을 만날 수 있다(Z=1.61)', 그리고 '마라톤은 골인 지점에 들어설 때 감동을 느낀다(Z=1.54)' 등의 순으로 나타났다. 반면에 다른 유형에 비해 가장 높은 부정적 인식은 '마라톤은 삶에 대해 반성할 수 있는 기회를 준다(Z=-1.76)'로 나타났고, 다음으로 '마라톤은 우리의 삶을 반영한다(Z=-1.55)', '마라톤에 참가한 다른 런너들을 응원하고 격려하는 것이 즐겁다(Z=-1.25)' 그리고 '달리면서 느끼는 고통도 마라톤의 매력이다(Z=-1.00)' 등의 순으로 나타났다. 이 유형에 속한 응답자들의 진술은 다음과 같다.

"마라톤 동호회 활동은 다 같이 즐기기에 축제 같은 느낌이 듭니다. 또한, 크루활동을 하면서 느낀 건데 활동을 통해 다양한 사람들을 만날 수 있는 것 같아요. 뛰는 모습이 담긴 사진은 인생의 추억에 있어서 젊음의 열정을 남기는 것 같아 의미가 있어요. 그리고 완주했을 때 느껴지는 쾌감은 감동 그 자체입니다(P14)"

따라서 제3유형은 속한 동호인들은 마라톤 활동을 다양한 사람들과 관계를 맺고 추억을 만들기를 위해 사진을 찍고 완주했을 때 느껴지는 감동 등 나름의 문화를 공유하는 것에 강한 의미를 부여하여 '동호회형'으로 명명하였다

Table 7. Descending Array of Z-scores and Factor III

Q-Statement	Z-Score
1. A marathon is a festival	1.97
4. The picture of running is cool	1.76
2. If I go to a marathon club, I can meet various people	1.61
5. I feel toughed when I enter the goal post of a marathon	1.54
6. Participating in marathon activities is self-care	1.15
10. Marathon is an exercise that makes me feel the degree of change in my body or the improvement of my record(distance)	-1.00
16. The pain I feel while running is also the charm of marathon	-1.00
11. I feel fun to cheer & encourage the other runners who have participated in a marathon	-1.25
20. Marathon reflects lives	-1.55
12. Marathon gives me a chance to reflect on my life	-1.76

3.3 모든 유형의 공통적인 인식

본 연구에서 탐색된 3가지 유형에서 공통적인 인식을 보인 진술문은 Table 8과 같다. 마라톤 동호인들의 마라톤 활동에 대한 공통적 인식은 마라톤은 자신의 체력 증진과 건강 유지를 위한 좋은 운동이다는 진술문으로 나타났다.

Table 8. Consensus Items

Q-Statement	Z-Score
15. Marathon is a good exercise for improving own's physical strength & staying healthy..	1.02

4. 논의

본 연구는 20~30대 젊은 마라톤 동호회 활동자들을 대상으로 마라톤 활동이 갖는 의미를 고찰하기 위해 유형 분석을 하였다. 분석결과 마라톤 동호회 참가자들은 세 가지 형태로 유형이 분류되었다. 3개의 유형은 그 특성에 따라 제1유형은 '의미부여형', 제2유형은 '여가형', 제3유형은 '동호회형'으로 명명하였다. 이러한 결과를 바탕으로 다음과 같이 논의하고자 한다.

제1유형은 '의미부여형'이다. 이 유형의 응답자들은 마라톤 활동에 참여함으로써 마라톤 고유의 활동특성을 즐긴다. 이들은 힘든 마라톤 활동 과정에서 강한 고통을 느끼고 이러한 느낌을 자신이 살아있다는 자극으로 해석함으로써 고통을 즐거움으로 승화시킨다. 또한, 고통을 극복한 후에 다다르는 런너스 하이(runner's high)를 만끽하면서 마라톤의 매력을 통감한다. 이들에게 마라톤은 특별한 기술이나 장비가 중요하지 않고 기간과 장소도 구애받지 않는다. 마라톤 활동에서 패션이나 인증 사진을 찍는 것에도 관심이 없다. 마라톤대회에 참가하여 연예인을 본다거나 동호회 활동에서 이성을 만나는 것에도 특별한 관심이 없다.

이 유형의 응답자들의 반응은 배재윤[18]의 여성의 마라톤대회 참가 동기와 목적에 관한 질적 사례연구에서 참가 동기는 건강에 대한 관심과 달리기 그리고 참가 목적은 자기 한계에 대한 도전이라는 결과를 뒷받침한다. 또한, 김기덕 외[20]의 마라톤중독참가자의 동기 유형에 관한 연구에서 건강과 도전추구를 강조한 유형과 맥을 같이 한다. 아울러 양명환, 김덕진[12]의 마라톤대회 참가자의 동기에 관한 연구에서 주장한 내재적 동기가 강한 동호인들은 활동 고유의 즐거움과 만족을 위해 활동에 참가한다는 결과에 의해 설명될 수 있다. 따라서 이러한 유형에 속한 동호인들은 마라톤 활동 자체에 의미를 부여하고 만족감을 느낄 수 있도록 개인 수준에 맞는 거리 또는 기록향상을 위한 훈련 프로그램을 개발 및 개인의 경기력 향상을 확인할 수 있는 다양한 정보를 제공하여 보다 의미 있는 마라톤 활동이 될 수 있도록 유도해야 할 것이다.

제2유형은 '여가형'이다. 이 유형의 응답자들은 마라톤 활동에 참여함으로써 일상에서 받았던 스트레스를 풀고 달리면서 동료에게 의지하기도 하고 격려를 주고받기도 하면서 생활의 활력을 얻는다. 또한, 마라톤 활동을 하나의 즐거운 축제로 인식하는데 이는 순수하게 개인의 즐거움에 초점을 맞춘다. 그러나 이들은 마라톤 활동에 참여하여 활동에서 느껴지는 어려움을 극복하고 이를 승화시켜 자신의 삶을 반성하는 기회로는 삼지는 않는다. 또한, 마라톤 활동에 참여하면서 패션에 신경을 쓰거나 인증 사진을 찍는 등 자신을 드러내기보다는 마라톤 활동 자체에서 느낄 수 있는 즐거움에 더 큰 의미를 둔다.

이 유형의 응답자들의 반응은 배재윤[18]의 여성의 마라톤대회 참가 동기와 목적에 관한 연구에서 참가 동기는 즐거움과 재미의 추구에 있다는 결과를 지지한다. 또한, 김기덕 외[20]의 마라톤 중독참가자의 동기 유형에 관한 연구에서 제3유형인 마라톤을 통해 기록에 연연하지 않고 달리기 자체에서 즐거움을 느끼며 스스로 충분한 행복을 느낀다는 결과와 맥을 같이 한다. 더하여, 이 유형 또한 개인의 내적 자발성에 의해 활동에 참여하는 태도를 보여, 양명환, 김덕진[12]의 마라톤대회 참가자의 동기에 관한 연구에서 주장한 내재적 동기가 강한 동호인들이 포함된 것으로 설명될 수 있다. 또한, 이지수와 김지영[2]의 연구에서 강조한 훈련과정을 즐기는 마라톤 문화를 형성한다는 주장을 뒷받침한다. 따라서 이러한 유형에 속한 동호인들은 달리는 거리나 시간에 대한 도전적인 목표를 설정하기보다 즐겁게 활동에 참여하고 동호인들과의 관계도 개인의 자율성을 최대한 존중되는 범위에서 크루활동이 이루어질 수 있도록 여가 문화를 조성해야 할 것이다.

제3유형은 '동호회형'이다. 이 유형의 응답자들은 마라톤 동호회 활동을 많은 사람들이 함께 축제에 참여하여 즐기는 것으로 여긴다. 이는 제2유형과 다르게 개인보다는 동호인들과의 교류에 의한 즐거움에 초점이 있다. 이들은 동호회에 가입하여 다양한 사람들과 교류하고 공통의 취미를 찾아 즐기는 것으로 동호회활동을 규정한다. 또한, 달리는 모습을 사진으로 담아 젊음의 열정이 담긴 동호회 활동의 추억을 간직하기를 원한다. 이는 카카오톡 프로필 및 인스타 페이스북 같은 오픈된 커뮤니케이션 창구를 통해 사진을 올려 "저 이거 해요!", "이번 목표는 이거예요"라고 나타냄으로서 '자기다움'을 표현하고자 한다. 그리고 마라톤 활동을 꾸준히 하는 것은 자기관리를 하는 것으로 여긴다. 마라톤의 본질적 활동에서는 골인지점에 들어설 때 큰 감동을 얻기도 한다. 그러나 마라톤이 그냥 운동일 뿐 자신의 삶을 반성하는 기회를 얻거나 마라톤이 우리의 삶을 반영한다고 생각하지 않는다. 또한, 마라톤 활동을 통해 느끼는 고통을 마라톤의 매력으로 승화시키거나 마라톤 활동을 통해 얻을 수 있는 몸의 변화나 기록향상 등에도 관심이 없고 단지 적당한 운동을 통해 건강을 유지할 정도의 목표만 갖는다.

이 유형의 응답자들의 반응은 이지수, 김지영[2]의 연구에서 러닝크루(running crew)라는 새로운 문화의 형성을 강조하는 결과와 맥을 같이 한다. 즉, 기존 마라톤 활동이 갖고 있는 자신과의 외로운 싸움이라는 고통의 이미지에서 크루 멤버들과 함께 뛰고 즐기는 축제의 마당이라는 이미지를 형성하고 있다. 양명환, 김덕진(2006)의 마라톤대회 참가자의 기본욕구, 동기 및 행동 의도 간의 관계 연구에서 강조한 외재적 동기 유형 중 확인적 조절 유형과 결을 같이한다. 마라톤 자체의 본질적 특성을 즐기기보다 마라톤 활동에 참여하면서 얻게 되는 관련된 혜택에 관심이 많다는 것이다. 그러나 이 유형에서 동호인들과의 유대관계에 대한 중요성의 강조는 최청락[1]이 주장한 마라톤은 개인성향이 강한 스포츠 종목으로 대인성 요인은 다른 종목에 비해 낮은 동기 요인을 보인다는 결과와는 상반된 결과이다. 이는 기존의 마라톤 활동이 주로 개인의 도전활동으로 여겨졌던 반면, 최근 들어 마라톤 크루의 형성 등 마라톤 문화의 변화에 따른 영향으로 여겨진다. 즉, 마라톤 활동이 개인적 여가활동으로서의 의미를 넘어 단체 또는 관계적 활동으로서의 의미도 중요하다는 것을 나타낸다. 따라서 이러한 유형에 속한 동호인들은 마라톤 동호회 활동 및 마라톤대회를 하나의 축제문화로 여기고 있어 다양한 이벤트성 활동을 통해 참가자의 만족을 유도해야 할 것이다.

이상의 논의를 종합해 보면, 20~30대 젊은 마라톤 동호회 참여자들의 동호회 활동에 대한 인식은 다양하게 나타났다. 이러한 다양성은 개인의 심리적 특성에 따른다. 따라서 마라톤 동호회 참여자들이 동호회 활동 및 마라톤대회 참가하는 다양한 동기나 의미를 이해하여 참여자들의 만족을 이끌 수 있도록 참여자 맞춤형 활동 프로그램 및 바람직한 동호회 활동 환경을 제공하여 마라톤 활동의 활성화를 유도해야 할 것이다.

5. 결론

본 연구는 마라톤 활동에 대한 20~30대 젊은 동호인들의 참가 의미를 탐색하는 데 목적이 있다. 이를 위해 인간의 주관성을 탐색하기에 적합한 Q방법론을 활용하여 분석하였다.

분석결과 3개의 유형이 발견되었다. 각 유형별 특징은 응답자의 주관성에 따라 유형화되어 나타났다. 이러한 유형화는 마라톤 활동의 본질적 의미와 여가를 위한 활동의 의미 그리고 동호회 활동의 의미로 특징 지어진다. 이러한 특징은 과거 마라톤이 자신의 한계에 도전하는 활동이라는 도전-극복 프레임의 틀을 확장하여 즐겁게 참여하는 개인적 여가활동의 일환이거나 다른 사람들과 함께 어우러져 즐기는 축제 활동으로서의 동호회 활동의 의미를 상징하는 것으로 변화했다는 것이다. 이러한 결과는 20~30대 젊은 마라톤 동호인들이 마라톤 활동에 참가하는 보다 세분화 되고 진정한 의미의 발견으로 여겨진다. 이러한 결과는 각 유형의 특성이 반영된 마라톤 활동 프로그램 및 동호회 활동 환경을 제공하는 데 의미 있는 정보를 제공할 것이다. 또한, 마라톤 동호회 활동 및 마라톤대회의 활성화를 꾀하고 더 나아가 다양한 스포츠 활동을 통한 크루문화 형성 및 스포츠 행사를 계획하고 운영하는 데 의미 있는 시사점을 제공할 것으로 기대한다.

끝으로, 본 연구의 수행과정에서 나타난 문제점과 후속연구를 위한 제언은 다음과 같다. 본 연구의 참가 대상자는 주로 남성이다. 따라서 여성 마라톤 동호회 참여자의 인식을 이해하는 데는 한계가 있다. 최근 들어 여자 마라톤 동호인들의 증가 추세를 반영하여 20~30대 젊은 여성 마라톤 동호회 참여자를 대상으로 한 연구의 필요성을 제기한다.

REFERENCES

[1] C. R. Choi. (2007). The Relationship among Participation Motives, Satisfaction and Loyalty Based on the Degree of Participation and General Characteristic of Marathon Participants. *The Korean Journal of Physical Education, 46(1),* 567-576.

[2] J. S. Lee & C. Y. Kim. (2020). Popularization of Marathon through Social Network Big Data Analysis : Focusing on JTBC Marathon. *Journal of the Korea Entertainment Industry Association, 14(3),* 27-40. DOI : 10.21184/jkeia.2020.4.14.3.27

[3] S. B. Cha & D. C. Jeong. (2003). Development of Marathon Races as a Tourism Resource in Korea. *Korean Hospitality and Tourism Academe, 12(2),* 255-271.

[4] H. K. Yoon. (2008). The Study on the Relationship between Followership and Organizational Commitment of Marathon Clubmembers of Sports for All. *The Korea Journal of Sports Science, 17(4),* 83-98.

[5] S. W. Kwon. (2018.4.30). *Chosun. com.* http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2018/04/30/2018043000025.html

[6] J. G. Yang. (2017.4.8). *dongA. com.* https://www.donga.com/news/article/all/20170408/83753195/1

[7] S. H. Lim & S. S. Park. (2018). Impact of Participation Motive of Marathon Participants on Participation Satisfaction, Genuine Leisure, and Quality of Life. *Northeast Asia Tourism Research, 14(2),* 113-129.

[8] H. B. Sim & H. K. Shin. (2008). The Study of Relationship between Participation Motivation based on the Participation Level Marathon Participants'. *Korean Journal of Sports Science, 17(4),* 573-584.

[9] K. H. Kim & K. P. Lee. (2009). The Effect of Motivation on Satisfaction Among Sports-event Participants-Focused of Local Marathon Tournament. *Journal of Foodservice Management Society of Korea, 12(2),* 275-296.

[10] H. R. Song. (2007). An Influence of Participation Rete and Motivation of Marathon on the Leisure Satisfaction Masters. *Korean Society Leisure & Recreation, 31(3),* 247-258.

[11] S. W. Jung & J. S. Park. (2007). The Effects of Exercise Levels and Reward on the Intrinsic Motivation by Amateur Marathoners. *Korean Journal of Sport Psychology, 18(2),* 59-73.

[12] M. H. Yang & D. J. Kim. (2006). The Relationship Basic Need, Motivation, Psychological Well-being and Behavioral Intention of Recreational Runners. *The Korean Journal of Physical Education, 45(4),* 251-262.

[13] J. S. Kang. (2019). A Structural Relationship among Emotional Reaction, Perceptual Value and Participation Satisfaction of Marathon Event Participants. *The Korean Journal of Sport, 17(3),* 563-571.

[14] I. S. Nam. (2013). The Effect of Participation Motivation on Exercise Emotion and Psychological Well-being of Marathon Participants. *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society, 14(9),* 4285-4295.
DOI : 10.5762/KAIS.2013.14.9.4285

[15] Y. H. Kim & K. H. Seok. (2020). The Effect of Service Values and Satisfaction on Selection Attributes of Participation in Domestic Marathon Competitions. *The Korean Journal of Sport, 18(1),* 45-56.

[16] J. M. Song, J. H. Kang & I. K. Jeon. (2012). The Structural Relationships among the Participation Satisfaction Has on Cooperative Intention Based on Expectation Effect of Domestic Marathon Event. *Korean Society For Sport Management, 17(4),* 59-73.

[17] S. I. Lee, H. S. Yu, H. J. Lee, S. Y. Ha, Y. H. Kim & Y. N. Kang. (2005). The Satisfaction of Participation and Re-participation Intention of the Marathon Tournament participant. *Journal of Sport and Leisure Studies, 15,* 189-198.

[18] J. Y. Bae. (2016). A Qualitative Case Study on Women's Motivation and Purpose for Marathon. *Korean Journal of Sociology of Sport, 29(3),* 99-132.

[19] S. H. Lee, S. W. Lim & S. H. Park. (2016). Personality Development through Participation in Girl's High School Group Marathon. *The Korean Journal of Physical Education, 55(5),* 77-90.

[20] K. D. Kim, H. I. Cho & Y. J. Lee. (2013). Q Methodological Analysis on Motivational Type of Marathon Addiction. *The Korea Journal of Sports Science, 22(2),* 375-388.

[21] B. F. Mckeown & D. B. Thomas. (1988). *Q Methodology (Quantitative applications if the social sciences series, vol. 66).* Newbury Park, CA: Sage Publications.

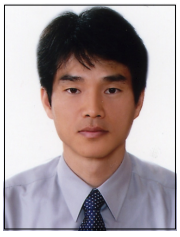
[22] Chan Lee, J. E. Ryu & G. Y. Ko. (2018). Analysis on the Recognition of the Field Training of Specialized Vocational High School and Meister High School Teachers Using the Q Methodology. *The Journal of Vocational Education Research, 38(1),* 1-17.

[23] S. R. Brown. (1980). *Political Subjectivity: Applications of Q Methodology in Political Science.* Yale University Press.

[24] Y. S. Yu. (2020). Analysis on the Secondary Pre-Physical Education Teacher's Recognition for the Learning Athletics Using the Q Methodology. *Journal of the Korea Convergence Society, 11(4),* 311-321.
DOI : 10.15207/JKCS.2020.11.4.311

[25] H. G. Kim. (2008). *Q Methodology: Philosophy, Theories, Analysis, and Application.* Communication Books: Seoul.

유 영 설(Young-Seol Yu) [정회원]



· 2011년 2월 : 충남대학교 (이학박사)
· 2017년 3월 ~ 현재 : 수원농생명과학고등학교 교사
· 관심분야 : 스포츠경영/행정, 학교체육, 육상운동
· E-Mail : yssports4u@hanmail.net