

마라톤대회 참가자의 참가 동기와 선호유형에 대한 Q방법론적 접근

유영설
수원농생명과학고등학교 교사

A Q Methodological Approach to Motive and Preference for Marathon Enthusiasts

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

요약 본 연구는 마라톤대회 참가자의 대회 참가 동기와 선호유형을 탐색하는 데 목적이 있다. 이를 위해 인간의 주관적 태도나 가치를 탐색하는데 유용한 Q방법론을 활용하였다. 분석결과 총 4개의 유형을 발견하였다. 제1유형은 국내 메이저급 대회에 참가하여 축제 분위기를 즐기는 것에 두드러진 의미를 두어 메이저 대회 참가 선호형으로 정의하였고, 제2유형은 마라톤대회에 참가하여 마라톤도 즐기고 선행의 뜻을 전할 수 있는 것에 두드러진 의미를 두어 의미형 대회 참가 선호형으로 정의하였으며, 제3유형은 마라톤도 즐기고 유명 관광지를 방문하는 것에 두드러진 의미를 두어 관광형 대회 참가 선호형으로 정의하였다. 끝으로, 제4유형은 개인의 기록을 경신하는 것에 두드러진 의미를 두어 기록형 대회 참가 선호형으로 정의하였다. 이러한 결과는 스포츠이벤트의 성공적인 개최를 위한 기초자료를 제공할 것으로 기대한다.

주제어 : 마라톤, 동호인, 주관성, Q-방법론, 동기, 선호유형

Abstract The purpose of this study was to identify motivation factors of marathon crew members using Q methodology. Four distinct factors were emerged throughout the analysis: the first factor is 'the major event participation preference' who is seeking mega or big marathon events to enjoy festival atmosphere. The second factor is 'special meaningful event participation preference' who prefers to participate marathon events to help disabled people or children. The third factor is 'the tourism type marathon event participation preference' who is seeking to participate marathon event with tourism. The last factor is 'the preference type for record breaking' who is seeing the place is accessibility, a good season and running course to break personal record.

Key Words : Marathon, Crew Member, Subjectivity, Q-methodology, Motivation, Preference Type

1. 서론

20세기 이후 세계화에 따른 국제시장의 변화는 사회·경제적 체제를 국가 중심에서 지방 중심으로의 전환을 가져왔다. 이러한 변화는 신지역주의의 중요성이 대두되

면서 나타나게 되었다. 신지역주의는 자본의 이동성 증가와 지역에 기초를 둔 경제활동 네트워크 형성 등에 따른 현상이다[1,2]. 따라서 각 지방자치단체는 지역 경제 활성화를 위한 유망한 산업을 발굴하기 위해 지속적인 노력이 요구된다.

*Corresponding Author : Young-Seol Yu(yssports4u@hanmail.net)

Received December 21, 2020

Accepted February 20, 2021

Revised January 19, 2021

Published February 28, 2021

이러한 신지역주의 시대에 스포츠 산업은 지역의 경제 활성화를 위한 대안적 산업으로 중요성이 부각 되고 있다. 따라서 우리 정부는 스포츠 산업을 지역경제활성화를 위한 국가의 중요 전략산업으로 간주하여 정책적으로 지원하고 있다[3]. 이러한 정부의 정책적 지원을 바탕으로, 지방자치단체에서는 지역경제활성화를 위해 테마별 지역 축제와 지역의 특성을 반영한 박람회 그리고 스포츠 산업 등의 경제 모델을 개발하기 위해 노력하고 있다[1].

스포츠 이벤트는 지방자치단체의 경제모델로 활용하는데 다른 스포츠 산업에 비해 다양한 장점이 있다. 스포츠이벤트는 전문적인 인적 자원을 필요로 하지 않고 경기장을 제외하고 고정적인 물적자원이 요구되지 않으면서 많은 경제적인 파급효과를 창출할 수 있다[4,5]. 또한, 각 지방자치단체에서는 스포츠 이벤트 개최를 통해 지역 주민들의 의식 제고와 환경개선 그리고 지역의 이미지 제고에 활용하고 있다[6,7]. 더하여 각 지방자치단체에서는 지역의 경제·사회·문화 그리고 각종 산업을 포괄하는 복합적 효과를 창출하기 위한 매개체로서 스포츠 이벤트를 활용하고 있다[8].

지방자치단체의 경제활성화에 핵심적 기능을 담당하고 있는 스포츠 이벤트는 관광과 연계하여 스포츠 관광이라는 새로운 차원으로 그 범위를 확장하고 있다[9,10]. 스포츠 관광은 스포츠 이벤트를 관람하거나 스포츠 이벤트에 직접 참여하기 위한 목적을 가지고 이벤트가 개최되는 지역을 관광객이 방문하여 즐기는 것으로 정의할 수 있다[11]. 이러한 스포츠 관광은 스포츠 이벤트에 다양한 스포츠 상품의 개발과 지역의 관광상품을 결합하여 매우 큰 부가가치를 창출할 수 있다[12].

스포츠 이벤트 관광은 관람형과 참여형으로 구분할 수 있는데, 관람형 스포츠 이벤트 관광은 국제적인 메가 스포츠 대회인 올림픽이나 아시안게임 그리고 월드컵 경기 등의 스포츠 이벤트를 활용하는 것을 말한다. 이러한 메가 스포츠 이벤트는 국제 규격에 적합한 경기장 및 많은 선수단과 관광객을 수용할 수 있는 숙박시설 등 일정 규모의 인프라를 필요로 하기 때문에 국가 또는 광역시 이상의 대도시를 중심으로 개최가 이루어지고 있다. 또한, 이러한 메가 스포츠 이벤트는 세계의 각 유명도시에서 치열한 유치 경쟁을 벌이기 때문에 지방자치단체에서의 대회 유치는 현실적으로 어렵다. 따라서 지방자치단체에서는 관람형 스포츠 이벤트 관광보다는 참여형 스포츠 이벤트 관광에 더 큰 관심을 보이게 된다.

참여형 스포츠 이벤트 관광은 스포츠 이벤트가 열리는 지역에 방문하여 직접 스포츠 행사에 참여하는 것을 말

한다. 스포츠 이벤트 관광에서 가장 중요한 것은 많은 관광객을 유치하는 것이다. 관광객의 규모는 이벤트의 성패를 가늠할 수 있는 중요한 척도가 되기 때문이다. 마라톤은 스포츠 종목 중에서 가장 많은 참가자를 기대할 수 있다. 마라톤 활동에 참가자가 많은 이유는 마라톤 운동이 장소의 제약이나 경제적인 부담 그리고 운동 시간을 자유롭게 선택할 수 있다는 장점과 다른 참가들과 경쟁하기보다는 주로 자신의 기록이나 한계 거리를 경신하기 위한 목표를 설정할 수 있기 때문이다[13]. 따라서 마라톤대회는 지방자치단체가 개최를 희망하는 스포츠 종목 중의 하나로 여겨져 왔다[12]. 2018년 국민생활체육참여 실태 조사 결과에 따르면, 국민생활체육 참여 종목 중 걷기 및 달리기의 참여율이 35.2%로 가장 높은 것으로 나타났다[13]. 이는 마라톤대회에 참가할 수 있는 잠재 인구가 많다는 것으로도 해석할 수 있는데, 2019년 동아마라톤대회의 경우 약 3만 8,000명이 참가하여[14] 단일 스포츠 이벤트 참가 인원으로는 독보적이라 할 수 있다.

더하여 마라톤대회는 지역 이미지를 홍보하기 좋은 수단이 되기도 한다[15]. 마라톤은 일정 구간의 도로 위를 달리는 경기로서, 지역의 관광상품으로서 가치가 높은 지점을 경기 구간에 포함할 수 있기 때문이다. 이러한 스포츠 이벤트 관광상품으로서 마라톤대회의 가치를 반영하듯, 2019년 한 해 동안 마라톤대회가 전국적으로 360여 개 대회가 개최되었다[16]. 따라서 마라톤대회는 참여 스포츠 이벤트 관광의 핵심 종목 중의 하나로 정의할 수 있겠다.

그렇다면 참여적 스포츠 이벤트에 관심을 갖는 관광객들의 동기에 대한 궁금증이 생긴다. 이러한 물음에 대한 답은 각 지방자치단체에서 성공적인 스포츠 이벤트 개최를 위한 기초자료를 제공할 것이기 때문이다. 지금까지 스포츠이벤트 참가와 관련한 연구는 다양한 주제로 진행되어 왔다. 스포츠이벤트 관광객의 참여 동기와 선택속성[17-19], 스포츠이벤트 관광이미지와 재방문 의도[20] 그리고 스포츠 이벤트 관광 활성화 방안[21] 등이 그것이다. 또한 마라톤대회 참여 동기와 관련된 연구로는, 국내 마라톤대회의 관광자원화 연계가능성[22]과 건강마라톤 대회 서비스 개선[8], 마라톤대회 서비스 품질과 재참여 의도[25-27] 그리고 마라톤중독참가자의 동기 유형[28,29] 등이 이루어져 왔다. 이러한 선행연구는 참여적 스포츠 이벤트 또는 마라톤대회의 관광 상품화를 통한 지역경제 활성화를 위한 시사점을 제공한다는 점에서 의미를 찾을 수 있다.

특히, 차석빈 외[24]는 국내 마라톤대회의 관광자원화

연계가능성 분석에서 각 지방자치단체에서 개최하는 다양한 마라톤대회의 명칭과 종목, 계절 및 요일 그리고 지역 축제와의 연계성까지 분석하였다. 또한, 김기덕 외[29]의 마라톤종목자에 대한 참가 동기 유형에 대한 연구에서 건강, 도전 그리고 즐거움 추구라는 마라톤매니아들의 동기를 탐색하였다. 이러한 선행연구들은 마라톤대회의 관광상품화 가능성과 마라톤 활동에 대한 동기를 이해하는 데는 매우 의미 있는 시사점을 제공한다. 그러나 마라톤대회 참가자들이 대회에 참가하는 동기와 각 대회별 특색을 반영한 참가자들의 선호를 이해하는 데는 한계가 있다. 최근 들어 각 지방자치단체에서는 마라톤대회를 유치하고, 많은 관광객을 유인하기 위해 각 지역의 특색을 살린 마라톤대회를 개최하고 있다. 각 지역에서 개최되고 있는 마라톤대회에서 어떤 특징점이 마라토너들의 참가 동기로 작용하는지를 탐색하는 연구는 매우 필요한 시점이다. 이는 보다 많은 마라톤관광객의 참여를 희망하는 지방자치단체에는 기초적인 정보가 될 수 있기 때문이다.

이러한 필요에 따라 본 연구는 일반 마라톤대회에 정기적으로 참가하는 일반 생활체육 마라토너들을 대상으로 마라톤대회 참가에 대한 동기 및 선호유형을 탐색하고자 한다. 이를 위해 해결하고자 하는 문제는 다음과 같다. 먼저, 마라톤대회에 참가하는 동호인들의 대회 참가 동기와 선호는 어떻게 유형화되는가? 이다. 다음으로, 마라톤대회에 참가하는 마라토너들의 대회 참가 선호유형별 특징 및 시사점은 무엇인가? 이다.

2. 연구방법

본 연구는 마라톤대회 참가자의 참가 동기와 대회 선호유형을 탐색하기 위해 Q방법론을 활용하였다. 동호인 마라토너의 마라톤대회에 참가하는 행위는 개인의 주관성에 의해 따른다[30]. Q방법론은 연구대상자가 자신의 경험에 의해 형성된 주관성 구조(structure of subjectivity)를 바탕으로 진술문(Q-sample)을 분류하고 순서를 정하는 자결적 정의(operational definition) 과정을 거친다. 이러한 과정은 주제에 대한 연구대상자의 인식 및 태도를 유형화함으로써 의미를 발견하게 된다[31]. 따라서 Q방법론의 활용은 본 연구의 문제를 해결하는데 적합한 방법으로 여겨진다.

2.1 연구대상

Q방법론에서 연구대상은 P표본(P-Sample)을 말한

다. Q방법론은 주제에 대한 연구대상자의 내적 의미를 중요하게 다루기 때문에 많은 연구대상자를 필요로 하지 않는다[31]. 따라서 본 연구는 서울과 경기도 지역에서 매주 2회 이상 마라톤 크루(Crew) 활동에 참여하고 있는 마라톤 동호인 27명을 대상으로 하였다.

2.2 연구절차

2.2.1 Q모집단과 Q표본(진술문) 추출

Q모집단이란 연구 주제와 관련하여 수집된 항목의 집합체를 말한다[31]. 본 연구에서 Q모집단이란 국내 유명 마라톤대회의 명칭과 특징을 모아 놓은 총합체이다. 마라톤대회에 대한 Q모집단은 인터넷을 통해 국내에서 개최되고 있는 유명 마라톤대회 30개를 대상으로 수집하였다. 이때, 마라톤 활동에 꾸준히 참여하고 있는 동호인 3인의 도움을 받아 대회의 중요도 및 의미 그리고 대회 장소 등의 특징을 고려하여 대회를 선정하였다. 마라톤대회 중요도는 국제대회, 선수참가 대회, 기록의 공식인정 대회 등을 고려하였다.

마라톤대회 의미는 순수 마라톤대회, 이색마라톤대회 그리고 선행 마라톤대회 등의 각 마라톤대회가 담고 있는 의미를 고려하였다. 대회 장소는 수도권, 지방 그리고 관광지 등의 대회 장소의 특성을 고려하였다. 본 연구에서 Q표본은 Table 1과 같다.

2.2.2 Q-분류(Q-sorting)

Q분류(Q-sorting)는 연구대상자가 마라톤 참가 동기와 선호대회에 대한 동의 정도를 자신의 주관성에 따라 분류(forced-distribution)하는 과정이다. 본 연구에서 Q분류는 2020년 9월 3일에서 10월 10일까지 마라톤 크루(Crew) 활동이 이루어지는 장소에서 실시하였다. 원활한 Q분류를 위해 현재 마라톤 크루활동에 활발하게 참여하고 있는 동호인 1인과 마라톤 클럽 코치 1인의 도움을 받았다. 연구대상자 27명은 30개의 Q표본을 상대적인 의미와 중요도를 고려하여 Fig. 1과 같이 분포틀에 맞추어 분류하였다.

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(coding)하여 QUANL 통계프로그램을 통해 주성분요인분석(principal

Table 1. Q-Sample

Statements
1. Seoul Marathon, among the 7Platinum Label\World Athletics Heritage Sites
2. 2020 Seoul Marathon Untact Race, empowered by smartphone App-base self-recording system.
3. International Peace Marathon(Seoul): Held on National Foundation Day, helping children around the World in suffer of war and starvation with prayer for world peace.
4. Gyeonggi International Half Marathon(Suwon): IAAF-certified race on the World Heritage "Hwaseong Fortress"
5. Incheon International half Marathon: International Marathon commemorating the opening of Incheon International Airport.
6. Daegu International Marathon: IAAF silver label/certificated race for 6 consecutive years.
7. Samcheok Hwang Yeongjo International Marathon: Commemorative Marathon of Hwang Yeongjo's gold medal on the Olympic games. Discounts on special local products and tourist attractions.
8. In-je Naerinchon National Marathon: Race with the fresh natural wind of Naerinchon.
9. Jinju Namgang Marathon: Eyes-pleasing race with cherry blossoms in full bloom, the herald of spring.
10. Andong Marathon: The only course with a vast lake view in South Korea.
11. Jeongnamjin jangheung National Marathon: Race along Tamjin river in spring.
12. Chuncheon Marathon: celebrating Son Kee-chung's 1936 gold medal in the Olympic games.
13. 2020 Marathon Festival celebrating 19 th foundation anniversary of the National Marathon Association(Hanam).
14. Jeju International Tourism Marathon Festival: Exciting Jeju Marathon tour with Lee Bong-ju.
15. Yeosu Marathon: Marathon in Yeosu, the center of international marine tourism.
16. Sejon City Peach Flower Marathon: Circular marathon in Gobok Natural Park with beautiful natural scenery.
17. Gyeongju Cherry Blossom Marathon: Race with the spring of millennium Silla with cherry blossom festival.
18. Gunsan Saemangeum Marathon: 'Festival where dreams come true', IAAF Bronze Label Race, Korea's top 3 competition.
19. Boseong Green Tea Marathon: Marathon with a gentle slope on the Metisequoia read beside Juam lake.
20. Chuncheon Hoban Marathon: 'The legend of 'Fall', Marathon on the Chuncheon lake-side with colorful autumn foliage.
21. Ulsan Tahwagang Marathon: A course with the beautiful natural scenery of Tahwa River
22. Event Marathon in Ulsan: "Avoid Zombies" Survival race with a mission to safely avoid rushing zombies.
23. Gwangju May 18 Marathon: Marathon commemorating the sacrifices and noble spirit of the Gwangju May 18 Democratization Movement.
24. Goguryeo-Dynasty History Awareness Marathon: Marathon arranged to remember the spirit of Gouryeo people who traveled around Manchuria and to know the history correctly.
25. Jeonju International Children's Marathon: International Children's Marathon with a purpose to support children suffering from diseases in underdeveloped countries.
26. Gijang Sea Marathon for Cancer Prevention: Prize for groups, such as Hotel rooms, buffet pass and local specialties.
27. Turtle of love National Marathon: Marathon together with disabled people at Iksan Sport Park annually at season of cherry blossom.
28. KNN Environment Preservation Marathon: Promoting the Importance of environment preservation and marathon for everyone
29. 2020 Night Race in Busan: The only night-time race on a bridge in South Korea, through the beautiful nightscape of Busan, a variety of attractions and entertainment.
30. New Balance Color Run: Race through five color powders.

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 최

종적으로 선택하였다.

3. 분석결과

3.1 마라톤대회 참가자의 대회 참가 동기와 선호인식에 대한 유형화 결과

마라톤대회 참가자의 참가 동기와 선호인식은 4개 유형으로 분류되었다. 각 유형별 고유값(Eigen Value)은 Table 2와 같이 9.4731, 3.2542, 2.0777, 1.7715이며, 누적변량은 0.6139로 약 61%의 설명력을 지니는 것으로 나타났다.

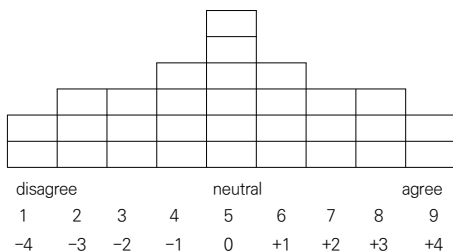


Fig. 1. Q-Sample Distribution Structure

Table 2. Eigen Value and Variances

	I	II	III	IV
Eigen Value	9.4731	3.2542	2.0777	1.7715
Variance(%)	.3509	.1205	.0770	.0656
Cumulative Variance(%)	.3509	.4714	.5483	.6139

각 유형 간의 상관계수는 Table 3과 같이 <유형 I>과 <유형 II>는 .318, <유형 I>과 <유형 III>은 .538, <유형 I>과 <유형 IV>은 .564, <유형 II>와 <유형 III>은 .424, <유형 II>와 <유형 IV>은 .428 그리고 <유형 III>와 <유형 IV>은 .418로 나타났다.

Table 3. Correlations between Factors

Factors	I	II	III	IV
I	1.000	-	-	-
II	.318	1.000	-	-
III	.538	.424	1.000	-
IV	.564	.428	.418	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. 유형 I은 총 3명 중 남성이 1명, 여성이 2명으로 분포되었다. 유형 II는 총 4명으로 모두 남성으로 분포되었고, 유형 III은 총

9명으로 남성이 5명이고 여성이 4명으로 분포되었다. 끝으로 유형 IV는 총 11명 중 남성이 8명, 여성이 3명으로 분포되었다. 그 외 각 유형별 인구사회학적 특성은 다양하게 나타났다.

3.2 마라톤대회 참가자의 대회 참가 동기와 선호 인식에 대한 유형별 특성

마라톤대회 참가자의 대회 참가 동기와 선호인식에 대한 유형별 특성은 각 유형별 표준점수 ± 1.00 이상인 Q진술문과 각 유형에 속한 대상자의 진술문을 토대로 유형을 해석하였다.

3.2.1 제1유형: 메이저 대회 참가 선호형

Table 5에 제시된 바와 같이, 제1유형에 속한 마라톤 활동자들이 가장 선호하는 대회는 '동아마라톤(Z=2.04)', '서울엔택트마라톤(Z=1.58)', '제주국제관광마라톤(Z=1.56)', '경기국제하프마라톤(Z=1.18)', '대구국제마라톤(Z=1.14)'의 순으로 나타났다. 반면에 가장 선호하지 않는 대회는 'KNN환경마라톤(Z=-1.14)', '광주518마라톤(Z=-1.18)', '사랑의거북이전국마라톤(Z=-1.58)', '고구려역사지킴이마라톤(Z=-1.65)' 등의 순으로 나타났다. 이 유형에 속한 응답자들의 진술은 다음과 같다.

Table 4. Factor Loadings and the P-Sample

Factors	ID	Loadings	Gender	Age	Experience of Marathon Activities	Experience of participation in Marathon event
Factor I (N=3)	1	1.8799	F	35	1	2
	20	1.3040	F	35	1	1
	4	.9368	M	43	1	3
Factor II (N=4)	3	1.1840	M	50	1	3
	27	1.1712	M	27	2	15
	12	.8281	M	27	2	8
	13	.6004	M	27	17	10
Factor III (N=9)	16	2.0087	F	27	2	10
	18	1.6330	M	26	2	2
	19	1.1180	M	41	2	10
	24	1.0148	M	37	5	17
	5	.9336	M	42	5	15
	11	.8949	F	26	2	17
	14	.8564	M	28	1	7
	8	.8314	F	33	20	13
	9	.7451	F	42	2	3
Factor IV (N=11)	6	3.5076	M	38	7	8
	2	1.9562	F	42	1	3
	23	1.9321	M	47	8	18
	22	1.9095	M	38	4	10
	7	1.5756	M	45	5	10
	21	1.2164	F	40	4	5
	15	1.0261	M	27	4	40
	10	.8558	M	26	2	10
	25	.8015	M	41	1	3
	26	.5777	F	45	1	2
	17	.1252	M	27	3	10

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

Q-Statement	Z-Score
1. Seoul Marathon	2.04
2. 2020 Seoul Marathon Untact Race	1.58
14. Jeju International Tourism Marathon Festival	1.56
4. Gyeonggi International Half Marathon(Suwon)	1.18
6. Daegu International Marathon	1.14
.....	
28. KNN Environment Preservation Marathon	-1.14
23. Gwangju May 18 Marathon	-1.18
27. Turtle of Love National Marathon	-1.58
4. Goguryeo-Dynasty History Awareness Marathon	-1.65
22. Event Marathon in Ulsan	-2.04

“동아마라톤대회는 주변에서 추천을 많이 하고 세계 7대 마라톤대회이며 육상문화유산으로 공인된 대회로 우리나라에서 가장 큰 대회입니다. 제주도대회는 천혜의 자연에서 국내 대표선수들과 함께 할 수 있는 대회이고요. 경기국제마라톤대회는 근처리에 인접한 국제마라톤 대회라 참가하기를 희망합니다. 또한, 대구 국제마라톤 대회는 국제인증대회이면서 마라토너들이 좋아하는 기념품을 제공합니다”

따라서 제1유형에 속한 마라톤 활동자들은 큰 대회, 즉 메이저 대회에 참가하는 것을 선호하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 메이저 대회는 국제대회로서 많은 국내·외 마라톤 선수 및 일반 마라토너들이 참가하고 다양한 후원업체의 지원과 홍보활동이 이뤄지는 것으로 특징지어지기 때문에 ‘메이저 대회 참가 선호형’으로 명명하였다.

3.2.2 제2유형: 의미형 대회 참가 선호형

Table 6에 제시된 바와 같이, 제2유형에 속한 마라톤 활동자들이 가장 선호하는 대회는 ‘동아마라톤(Z=2.57)’, ‘경주벚꽃마라톤(Z=1.57)’, ‘인천국제해프마라톤(Z=1.48)’, ‘전주국제어린이마라톤(Z=1.23)’ 등의 순으로 나타났다. 반면에 가장 선호하지 않는 대회는 ‘울산이색마라톤(Z=-1.53)’, ‘삼척황영조국제마라톤(Z=-1.62)’, ‘뉴발란스 컬러런(Z=-2.57)’ 등의 순으로 나타났다. 더하여 Table 7에 제시된 바와 같이, 제2유형에 속한 마라톤 활동자들이 다른 유형의 활동자보다 더 높은 선호를 보이는 진술 문은 ‘사랑의거북이전국마라톤(Diff, Z=1.824)’, ‘전주국제어린이마라톤(Diff, Z=1.538)’ 등의 순으로 나타났다. 이 유형에 속한 응답자들의 진술은 다음과 같다.

“동아마라톤대회는 가장 유명하고 스케일이 크고 탄탄한 대회입니다. 경주대회는 벚꽃길을 누비며 힘들지 않은 시간을 보낼 수 있어요. 전주 국제 어린이 대회는 개

발도상국 아이들이 도울 수 있고 지구촌 아이들이 행복한 삶을 영위하길 바라는 마음에서 참가합니다.”

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

Q-Statement	Z-Score
1. Seoul Maratnon	2.57
17. Gyeongju Cherry Blossom Marathon	1.57
5. Incheon International Half Marathon	1.48
25. Jeonju International Children's Marathon	1.23
.....	
22. Event Marathon in Ulsan	-1.53
7. Samcheok Hwang Yeongjo International Maratnon	-1.62
30. New Balance Color Run	-2.57

Table 7. Type II items greater than all others

Q-Statement	Z-Score	Average	Diff
27. Turtle of Love National Marathon	.986	-.839	1.824
25. Jeonju International Children's Marathon	1.228	-.310	1.538
.....			
5. Incheon International Half Marathon	1.480	.249	1.231
17. Gyeongju Cherry Blossom Marathon	1.565	.418	1.147
.....			
6. Daegu International Marathon	-.371	.807	-1.177
18. Gunsan Saemangeum Marathon	-.642	.749	-1.391
7. Samcheok Hwahg Yeongjo International Marathon	-1.623	-.009	-1.614
.....			
30. New Balance Color Run	-2.568	-.583	-1.985
12. Chuncheon Marathon	-.433	1.579	-2.013

따라서 제2유형에 속한 마라톤대회 참가자들은 메이저 대회와 경관이 좋은 대회를 참가하는 것에 의미를 두고 있다. 또한, 장애인과 함께 하는 대회나 개발도상국 어린이를 돕기 위한 대회에 참가하는 것이 다른 유형에 비해 두드러진 특징으로 나타나 ‘의미형 대회 참가 선호형’으로 명명하였다.

3.2.3 제3유형: 관광형 대회 참가 선호형

Table 8에 제시된 바와 같이, 제3유형에 속한 마라톤 대회 참가들이 가장 선호하는 대회는 ‘동아마라톤(Z=2.46)’, ‘춘천마라톤(Z=2.34)’, ‘제주국제관광마라톤(Z=1.10)’, ‘경주벚꽃마라톤(Z=1.07)’, ‘경기국제해프마라톤(Z=1.03)’ 등의 순으로 나타났다. 반면에 가장 선호하지 않는 대회는 ‘삼척황영조국제마라톤(Z=-1.30)’, ‘정남진장흥전국마라톤(Z=-1.65)’, ‘울산이색마라톤(Z=-2.03)’ 등의 순으로 나타났다. 이 유형에 속한 응답자들의 진술은 다음과 같다.

“춘천마라톤대회는 가을의 대표 축제이고 우리나라 메이저대회 중의 하나이며 경관이 좋고 코스가 좋아요. 제주도 국제 관광 마라톤대회는 제주도의 해안도로를 달리는 대회로 경관이 너무 좋습니다. 경주대회는 경주라는 전통 있는 도시에서 벚꽃까지 보며 달릴 수 있어 꼭

참가해 보고 싶어요.”

따라서 제3유형에 속한 마라톤 활동자들은 춘천, 경주, 제주 등 국내 유명 관광지에서 개최되는 마라톤대회에 참가하는 것을 선호하고 있는 것으로 나타나 ‘관광형 대회 참가 선호형’으로 명명하였다.

Table 8. Descending Array of Z-scores and Factor III

Q-Statement	Z-Score
1. Seoul Maratnon	2.46
12. Chuncheon Marathon	2.34
14. Jeju International Tourism Marathon Festival	1.10
17. Gyeongju Cherry Blossom Marathon	1.07
4. Gyeonggi International Half Marathon(Suwon)	1.03
7. Samcheok Hwahg Yeongjo International Marathon	-1.30
11. Jeongnamijin Jangheung National Marathon	-1.65
22. Event Marathon in Ulsan	-2.03

3.2.3 제4유형: 기록형 대회 참가 선호형

Table 9에 제시된 바와 같이, 제4유형에 속한 마라톤 활동자들이 가장 선호하는 대회는 ‘동아마라톤(Z=2.20)’, ‘춘천마라톤(Z=1.73)’, ‘춘천호반마라톤(Z=1.60)’, ‘경기 국제마라톤(Z=1.25)’, ‘군산새만금마라톤(Z=1.18)’ 등의 순으로 나타났다. 반면에 가장 선호하지 않는 대회는 ‘뉴발란스컬러런(Z=-1.94)’, ‘울산이색마라톤(Z=-1.93)’, ‘서울 언택트마라톤(Z=-1.57)’ 등의 순으로 나타났다. 이 유형에 속한 응답자들의 진술은 다음과 같다.

“동아마라톤은 겨우내 훈련하고 결과를 보는 첫 메인 대회로 기록 내기가 좋아서 제 개인 기록을 경신하기 위해 출전합니다. 춘천마라톤대회는 멋진 풍경을 보며 좋은 가을 날씨에 뛰기에 좋은 대회인 것 같아요. 춘천 호반 마라톤대회는 달리기 좋은 계절에 기록을 내기 좋은 대회라 참가합니다. 경기 국제 하프마라톤은 접근성이 좋고 국제마라톤대회라 개인 기록보유와 기록 경신에 가치가 있는 대회입니다.”

따라서 제4유형에 속한 마라톤 활동자들은 동아마라톤, 춘천마라톤, 춘천호반마라톤 그리고 경기 국제 하프 마라톤 대회 등에 대한 참가를 선호하는 것으로 나타났는데, 응답자들의 진술을 참고해 볼 때 참가 의미가 기록 경신을 중요한 요소로 여기고 있어 ‘기록형 대회 참가 선호형’으로 명명하였다.

Table 9. Descending Array of Z-scores and Factor IV

Q-Statement	Z-Score
1. Seoul Maratnon	2.20
12. Chuncheon Marathon	1.73
20. Chuncheon Hoban Marathon	1.60
4. Gyeonggi International Half Marathon(Suwon)	1.25
18. Gunsan Saemangeum Marathon	1.18
29. 2020 Night Race in Busan	-1.48
2. 2020 Seoul Marathon Untact Race	-1.57
22. Event Marathon in Ulsan	-1.93
30. New Balance Color Run	-1.94

3.3 모든 유형의 공통적인 인식

본 연구에서 탐색된 4가지 유형에서 공통적인 인식을 보인 진술문은 Table 10과 같다. 마라톤 활동자들의 마라톤 대회 참가 선호대회는 ‘동아마라톤(Z=2.32)’, ‘경기 국제마라톤(Z=1.01)’로 나타났다. 반면에 비선호 대회는 ‘울산이색마라톤(Z=-1.88)’으로 나타났다.

Table 10. Consensus Items

Q-Statement	Z-Score
1. Seoul Maratnon	2.32
4. Gyeonggi International Half Marathon(Suwon)	1.01
22. Event Marathon in Ulsan	-1.88

4. 논의

본 연구는 마라톤 활동자들을 대상으로 마라톤대회 참가 동기와 선호유형을 탐색하기 위해 유형분석을 실시하였다. 마라톤대회 참가자들의 인식을 분석한 결과 4가지 유형이 분류되었다. 분류된 4개의 유형은 그 특성에 따라 제1유형은 ‘메이저 대회 참가 선호형’, 제2유형은 ‘의미형 대회 참가 선호형’, 제3유형은 ‘관광형 대회 참가 선호형’ 그리고 제4유형은 ‘기록형 대회 참가 선호형’으로 명명하였다. 이러한 결과를 바탕으로 다음과 같이 논의하고자 한다.

제1유형은 ‘메이저 대회 참가 선호형’이다. 이 유형의 응답자들은 주로 큰 마라톤대회의 참가를 선호한다. 이들이 선호하는 대회는 동아마라톤대회이나 제주 국제 마라톤대회, 경기 국제 하프 마라톤대회 그리고 대구 국제 마라톤대회 등이다. 이러한 메이저(Major)급 마라톤대회의 경우 국내·외 우수 선수들의 참가는 물론 전국 각지의 마라톤 동호인들이 참가한다. 따라서 이러한 대회는 공인된 경기장을 사용하고 기록도 인증된다. 또한, 스포츠 관련 굵직한 스폰서들의 후원이 뒤따르고 스폰서 상품에 대한

홍보의 장이 마련된다. 아울러 대중매체의 증계와 유명 연예인 등의 공연이 뒤따르기도 한다. 따라서 이러한 메이저 대회에 참가하는 동호인 마라토너들은 대회의 규모나 분위기 등에서 축제의 분위기를 훨씬 느낀다는 것이다. 이러한 태도는 이장주[32]의 축제 참여 동기에 관한 연구에서 축제 참여 동기 요소 중 탈일상성과 신기성 등의 요인을 강조하여 이 유형의 태도를 뒷받침한다. 더하여 김진동[33]의 연구에서 축제 요인 중 공동체적인 분위기를 강조한 것 또한 이 유형의 태도를 지지한다.

제2유형은 '의미형 대회 참가 선호형'이다. 이 유형의 응답자들은 장애우와 함께 달리는 사랑의 거북이 전국 마라톤대회나 개발도상국 어린이들을 돕기 위한 목적의 전주 국제 어린이 마라톤대회 등의 달리기 행사를 통한 더 큰 뜻을 담고 있는 대회에 참가하는 것을 선호한다. 이 유형의 마라토너들은 자신이 좋아하는 마라톤 활동에 참여하면서 동시에 기부활동이나 장애인 또는 어린이 보호를 겸한 마라톤대회에 참가하여 선행을 실천하려는 태도를 보인다. 이는 다양한 자선기부활동 중에서 스포츠 이벤트형 기부활동으로 분류할 수 있는데[34], 이러한 기부활동을 통해 자신의 사고를 긍정적으로 형성하게 하고 감정적으로 승화시키며 궁극적으로 기부활동을 통한 삶의 에너지를 얻는다는 류방, 김세범[35]의 주장에 의해 뒷받침된다. 또한, 이러한 동기는 마라톤 활동에 참여하여 개인의 건강활동을 도모하고 더불어 타인을 돕는 행동을 동시에 할 수 있다. 이는 기부동기가 이타주의와 이기주의의 연속선 상의 위치해 있는 양자의 혼합이라는 주장[36,37]에 의해 설명될 수 있다.

제3유형은 '관광형 대회 참가 선호형'이다. 이 유형의 응답자들은 춘천 마라톤대회나 제주 국제 관광 마라톤대회 그리고 경주 벚꽃 마라톤대회에 참가하기를 희망하는 것으로 나타났다. 이는 국내의 유명한 관광지에서 개최되는 지역 마라톤대회에 참가를 선호하는 것을 알 수 있다. 이는 지역 특색에 맞는 축제 마라톤이나 계절별 여행에 따라 여행지역을 돌며 달릴 수 있는 마라톤대회에 참가하는 것을 선호하는 태도로 해석할 수 있다. 이 유형의 특징은 마라톤대회가 도시 또는 특정 지역을 중심으로 주변 도로를 달린다는 종목 특성에 따라 마라톤대회에 참가하여 주변 경치를 즐기고 지역의 볼만한 관광명소를 방문하려는 태도를 볼 수 있다. 이러한 태도는 김홍석, 전병길[9]의 연구에서 강조한 건강마라톤대회 참가자들은 가족 및 동료 등과 함께 경기에 참가 하는 것에 더하여 경기 외적인 지역축제 등에 참여하기를 바란다는 주장에 의해 지지된다.

제4유형은 '기록형 대회 참가 선호형'이다. 이 유형의 응답자들은 동아마라톤대회나 춘천 마라톤대회, 춘천 호반 마라톤대회 그리고 경기 국제 하프 마라톤 대회에 참가하기를 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 대회 장소가 접근성이 좋고 마라톤을 하기에 좋은 계절에 개최되는 대회로서 마라톤을 하는 데 지루하지 않고 코스가 좋아 개인의 기록을 경신하기에 좋은 대회라는 인식에 따른다. 특히 동아마라톤대회의 경우 다른 유형에서는 큰 대회로서의 의미를 강조한 반면 이 유형의 응답자들은 기록 경신을 위해 참가한다는 진술이 두드러졌다. 즉, 겨우내 훈련하고 봄이 올라오는 시기에 열리는 대회로 기록을 내기 위해 참가한다는 것이다. 이 유형의 마라토너들은 개인의 기록 경신 및 대회 준비 기간 자신의 노력을 좋은 기록을 통해 확인하고자 하는 동기가 강하다. 따라서 다른 유형에 비해 더 강도 높은 훈련에 참여하고 대회의 코스와 명성 그리고 접근성 등을 참가의 중요한 요소로 고려하는 것으로 해석된다. 이러한 태도는 마라톤이 자신의 신체능력에 맞게 달리는 속도나 거리를 선택할 수 있는 운동으로서, 일반인들이 자신의 기록 경신을 위해 도전가치를 갖게 하는 종목이라는 오봉석[14]의 주장에 의해 뒷받침된다.

이상의 논의를 종합해 보면, 지속적인 마라톤 활동에 참가하는 동호인 마라토너들의 대회 참가에 대한 동기와 선호유형은 개인의 주관성에 다양하게 나타났다. 따라서 본 연구에서 탐색된 4가지 동기와 선호유형을 고려하여 각 지역 및 대회의 특성을 살린 대회 개최 및 운영을 통해 성공적인 행사로 이끌기를 기대한다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 마라톤대회에 참가하는 동호인 마라토너들의 마라톤대회 참가 동기와 선호유형을 탐색하는 데 목적이 있다. 이를 위해 인간의 주관성을 탐색하기에 적합한 Q방법론을 활용하여 분석하였다.

분석결과 4개의 유형이 발견되었고 연구의 설명력은 약 61%이다. 각 유형별 특징은 제1유형은 메이저 대회 참가 선호형으로, 이들은 국내의 엘리트 선수 및 많은 동호인들이 참가하여 축제적 분위기가 고조되는 국내 메이저 대회의 참가를 선호하는 것으로 나타났다. 제2유형은 의미형 대회 참가 선호형으로, 이들은 장애우들과 함께 참여하거나 개발도상국 어린이들을 도울 수 있는 의미 있는 마라톤대회에 참가하는 것을 선호하는 것으로 나타

났다. 제3유형은 관광형 대회 참가 선호형으로, 규모가 큰 대회에 참가하는 것에 더하여 국내 유명한 관광지에서 개최되는 대회에 참가하는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 끝으로 제4유형은 기록형 대회 참가 선호형으로, 개인 기록을 경신할 수 있는 접근성이 좋고 마라톤 하기에 적절한 계절 그리고 경기코스의 도로 상태가 좋은 대회를 선호하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 정기적으로 마라톤대회 참가를 위해 꾸준히 마라톤 운동에 참여하고 있는 동호인들의 마라톤대회 참가 동기와 선호유형을 발견하여 제시하므로써, 각 유형의 요구를 반영한 마라톤대회의 개최 및 운영을 통해 성공적인 스포츠 이벤트를 이끄는 데 의미 있는 정보로 활용될 것으로 기대한다. 본 연구는 연구방법론상 대상자 수의 제한과 대상자 거주지의 제한으로 연구결과를 일반화하는 데는 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 양적연구를 통한 보완적 연구의 필요성을 제기한다.

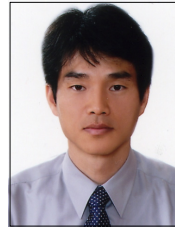
REFERENCES

- [1] S. Y. Shin, D. Y. Won & O. Y. Cho. (2014). A Study on the Competitiveness Factors in Regional Sports Industry. *Korean Journal of sport Management*, 19(2), 17-35.
- [2] E. G. Kim, S. D. Lee, B. R. Song, H. W. Kang & J. T. Kim. (2008). *A Strategy to Establish and Promote Large Economic Ares*. Gyeonggi Research Institute-Study Policy 2008-45.
- [3] Minisrty of Culture, Sports and Tourism. (2007). *2006 A New of National Surveys*.
- [4] C. W. Ryu & K. W. Lee. (2009). The Effects of Selection Attributes on Customer Satisfaction of Sport Event Participants. *Journal of sport and Liesure Studies*, 36(1), 323-331.
- [5] J. H. Lee, H. K. Cho & J. H. Lee. (2020). The Effect of Image Congruity of Sports Brand Corporatie's Event Marathon on Brand Emotion, Attitude and Loyalty. *Korean Journal of Sports Science*, 29(4), 635-644. DOI: 10.35159/kjss.2020.08.29.4.635
- [6] Duanran, W. H. Lee & H. G. Gu. (2009). The Relation Among Local Patriotism, Participant and Expect Awareness in 2011 Daegu World Championship in Athletics of university student. *Journal of Physical Education*, 5(1), 61-72.
- [7] S. Y. Back. (2016). Effect and Social Consciousness form Local Citizens through Hosting a Sport Event. *Journal of the Korea Entertainment Industry Association*, 10(4), 135-147. DOI: 10.21184/jkeia.2016.08.10.4.135
- [8] Y. C. Lee & G. H. Lyu. (2004). A Study on the Effect of Sport Spectators' Community Sport Events. *The Korean Journal of Physical Education*, 43(1), 277-288.
- [9] H. S. Kim & B. G. Chun. (2004). Study of Quality Improvement on Sports for all Health Marathon for Promoting Sports Tourism. *Korean Journal of Sports Science*, 15(1)
- [10] J. K. Park & S. Y. Park. (2018). Structural Relationships among Emotional Responses, Event Attitued and Participation Satisfaction for Local Sport Event Participants : Focused on Gyeongju Cherry Marathon. *Jouranal of Sport and Leisure Studies*, 71, 247-256.
- [11] B. Ritchie & D. Adair. (2004). *Sport tourism*. University of Toronto Press.
- [12] Y. M. Kim, G. S. Lee & J. W. Lee. (2004). The Relationship between Tourist Motives of Sport Event, Tourist Resort Image, and Tourist Development. *Korean Journal of Sports Science*, 43(1), 349-358.
- [13] B. S. Oh. (2002). A Study on the Value of long-distance running and Planning for the Practical Use in Sports for All and Elite Sports. *Jouranal of coaching development*, 4(2), 13-24.
- [14] Y. S. Yu. (2020). An Analysis on Marathon Participants' Convergence Recognition about Attending Marathon Activities in their 20s and 30s Using the Q Methodology. *Journal of the Korea Convergence Society*, 11(9), 73-81. DOI: <http://dx.doi.org/10.15207/JKCS.2020.11.9.073>
- [15] Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2018). *Ministry of Culture, Sports and Tourism. Sport industry white paper 2017*.
- [16] E. M. Jeon. (2019). *Seoul Metropolitan Government*. http://mediahub.seoul.go.kr/archives/1216593?tr_cod e=m_snews
- [17] S. Y. Park & B. H. Jeon. (2020). Seoul 1988 Olympic Marathon Course Selection Process and the Image Strategy of the Urban Landscape. *Journal of the Architectural Institute of Korea Planning & Design* 36(1), 81-91.
- [18] 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.
- [19] W. J. Cho & B. W. Kim. (2006). The Effects of Participation Motives and Choice Attributes on Consumer Satisfaction and Repurchase Behaviors of Sport Event Tourists. *Korean Journal of Sports Science*, 15(2), 49-60.
- [20] C. W. R & K. W. Lee. (2009). The Effects of Selection Attributes on Customer Satisfaction of Sport Event Participants. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 36(1), 323-331.
- [21] J. P. Choi. (2009). The Effect of Participants Decision

- Element on Participants Motivation in the National Life Athletic Meet. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 37(2), 1733-1744.
- [22] J. H. Ha, H. J. Park & J. W. Han. (2011). The Effect of Sport Event Destination Image on Revisit Intention: The Moderating Role of Visitors' Nationality. *Journal of Sport and Leisure Studies* 44(1), 289-300.
- [23] H. K. Seok. (2002). The Prospects of the Sports Industry for Sports Event Creation. *The Korea Journal of Sports Science*, 11(2), 357-367.
- [24] S. B. Cha, J. J. Hwang & D. C. Jeong, Y. J. Hur. (2003). Exploratory Prospects of Marathon Races As Tourism Resource In Korea: Homepage Analysis of Marathon Raecs Held In 2002-2003. *Journal of Tourism Studies*, 18(2), 203-221.
- [25] F. B. Li, K. M. Cho & W. Y. Jang. (2018). The Relationship among Service Quality, Participants' Satisfaction, Regional Image and Intentions of Re-Participation of International Marathon Events: focused on Chinese Participants. *The Korea Journal of Sports Science*, 27(1), 39-56.
DOI: 10.35159/kjss.2018.02.27.1.39
- [26] J. H. Lee & I. G. Kim. (2020). The Relationship among Marathon Participants' Participation Satisfaction, Brand Advocacy, and Re-Participation Intention-Focused on Olympic Day Run. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 82, 177-193.
- [27] J. H. Lee, Y. K. Chun & J. H. Lee. (2019). The structural relationship between emotional response, brand-event image congruence, brand attitude and brand loyalty among sport brands' marathon event participants. *Korean Journal of Sports Science*, 28(5), 487-500. DOI: 10.35159/kjss.2019.10.28.5.487
- [28] 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.
- [29] K. D. Kim, H. I. Cho & Y. J. Cho. (2013). Q Methodological Analysis on Motivational Type of Marathon Addiction. *The Korea Journal of Sports Science*, 22(2), 375-388.
- [30] H. K. Kim & O. S. Jung. (2009). A Q Methodological Approach to Tourism Motivation and Preference Typology. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 21(2), 69-88.
- [31] H. G. Kim. (2008). *Q Methodology: Philosophy, Theories, Analysis, and Application*. Communication Books: Seoul.
- [32] J. J. Lee. (2006). A Study on Developing and Applying Model of Festivals Participation Motivation. *Korea Tourism Research Association*, 20(2), 57-69.
- [33] J. D. Kim. (2003). The Festive meaning of 2002 World Cup. *Journal of Tourism Studies* 15, 151-170.
- [34] What are the Prospects of Charitable Donations by Sport Athletes?. *Journal of Physical Education*, 11(2), 15-24.
- [35] B. Ryu & S. B. Kim. (2013). Effects of Motivation on Satisfaction, Trust and Sustainability of Donors. *Korean NPO Review*, 12(1), 63-96.
- [36] B. K. Lee & Y. S. Moon. (2015). A Psychological Factor Affecting Motivation and Intention to Donate - An Exploratory Study on the Relationship between Donation and Self-Compassion. *Advertising Research*, 107, 126-158.
DOI: 10.16914/ar.2015.107.126
- [37] E. G. Clary & M. Snyder. (1999). The Motivations to Volunteer: Theoretical and Practical Considerations. *Current Directions in Psychological Science*, 8(5), 156-159.

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