

골프 콘텐츠 정보의 신뢰성에 대한 골프 선수들의 인식 탐색

한지훈¹

¹동국대학교 조교수

Exploring Professional Golfers' Perceptions of the Reliability of Golf Content Information

Han, Jeehoon¹

¹Dongguk University

Abstract

This study aimed to explore how professional golfers perceive and experience the informativeness of golf content and to uncover its essential meaning. To achieve this, we employed phenomenological data analysis, a qualitative approach. Six professional golfers (four men and two women) were selected through snowball sampling. Data were collected through in-depth interviews from June to July 2025. The analysis revealed three categories: first, credibility judgment; second, information necessity; and third, personal experience. These findings expand upon the general perspective of previous research on golf content credibility, suggesting the meaning of credibility within the context of professional golfers. They also suggest that combining objectivity in content information with on-site experience is a key strategy for establishing trust.

Key words : golf content, reliability, professional golfers, phenomenology, qualitative research

주요어 : 골프 콘텐츠, 신뢰성, 프로골퍼, 현상학, 질적연구

Address reprint requests to : Han, Jeehoon

E-mail: jeehoon010@dgu.ac.kr

Received: July, 31, 2025 Revised: August, 13, 2025 Accepted: September, 10, 2025

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

최근 스포츠 산업은 디지털 기술의 발전과 데이터 기반 활동의 확산으로 급격한 변화를 겪고 있다. 특히 골프는 선수들의 기술적 역량과 심리적 상태가 경기력에 직접적으로 반영되는 종목으로, 이러한 변화의 영향을 가장 뚜렷하게 보여주는 사례 중 하나이다. 최근에는 스윙 분석 시스템, 경기 퍼포먼스 데이터, 온라인 레슨과 같은 다양한 디지털 콘텐츠와 분석 플랫폼이 등장하면서 선수들은 과거보다 훨씬 방대한 양의 정보를 활용 할 수 있게 되었다(한지훈, 사혜지, 2021; 한지훈, 2001; 이경중, 이철원, 한지훈, 2018). 이와 같은 디지털 기반 도구들은 단순한 훈련 보조 수단을 넘어, 선수들의 경기력 향상과 전략적 의사결정에 중요한 역할을 수행하고 있다. 또한, 건강관련 연구에서는 온라인 정보는 전문가로부터 받은 정보를 교육하고 이의를 제기하는데 사용되며(Powell, Inglis, Ronnie, & Large, 2011), 이러한 정보를 찾는 사람들은 다양한 기관 또는 개인이 제공하는 각기 다른 정보의 질, 정확성, 신뢰성을 수많은 웹기반 및 정보 출처에 대해서 직면하게 된다(Eysenbach, & Köhler, 2002; Fergie, Hunt, & Hilton, 2013; Kitchens, Harle, & Li, 2014). 따라서 정보 탐색에서 평가는 특히 중요하며, 정보에 대한 조언은 행동과 결정에 상당한 영향을 미칠 수 있다(Kitchens, Harle, & Li, 2014; Zhang, 2014). 그러나 콘텐츠의 양적 확산과 디지털 플랫폼의 다양화에도 불구하고 골프 콘텐츠 정보의 신뢰성을 평가하고 이를 실제 반영하는 과정에 대한 연구는 충분히 이루어지지 않았다. 특히 프로골프 선수들은 전문성을 가지고 있으며 잘못된 정보나 신뢰 할 수 없는 콘텐츠는 선수 및 골프 참여자들에게 부정적인 영향을 미칠 수 있다.

콘텐츠 관련 연구들에서는 데이터의 정확성

과 통계적 타당성을 중심으로 진행되어 왔다. 그러나 선수들의 콘텐츠의 신뢰성을 어떻게 경험하고 인식하는지, 그리고 신뢰 할 수 있는 정보에 대한 질적 연구가 필요하다. 이는 단순히 데이터의 효율성을 평가하는 차원이 아닌 선수의 실제 경험과 맥락을 이해하고 신뢰성을 기반으로 한 콘텐츠 활용 모델을 제시하는 연구의 필요성을 제시할 수 있다.

최근 골프 콘텐츠는 코치의 분석 자료, 데이터 기반 플랫폼, 방송 미디어, 온라인 커뮤니티 등 다양한 출처에서 제공되고 있다(이현우, 이정은, 2021). 각기 다른 출처의 콘텐츠는 선수들에게 서로 다른 수준의 신뢰를 형성 할 수 있으며, 이러한 차이는 정보의 해석과 활용 과정에서 중요한 요인으로 작용한다. 따라서 프로골프 선수들이 신뢰성을 어떤 기준으로 평가하고 그 신뢰가 실제 골프 영향에 연결되는지를 탐색하는 연구는 학문적 실무적으로 중요한 의미를 가진다.

따라서 본 연구는 골프 선수들이 골프 콘텐츠 정보의 신뢰성을 평가하고 활용하는 경험을 질적 연구 방법을 통해 심층적으로 탐색하는 것이다. 구체적으로 골프 선수들이 골프 콘텐츠의 정보의 신뢰 형성에 대한 경험적 요인을 규명하며, 신뢰 할 수 있는 콘텐츠를 탐색하고자 한다. 이를 통해 본 연구는 선수 경험 기반의 골프 콘텐츠 신뢰성을 평가하여 제시하고, 데이터 및 콘텐츠 신뢰성을 확보한 정보 제공 체계를 구축하는데 기여 하고자 한다. 이를 바탕으로 두가지 연구문제를 설정하였다. 첫째, 골프 선수들은 골프 콘텐츠 정보의 신뢰성을 어떻게 인식하고 평가하는가? 둘째, 골프 콘텐츠의 신뢰 수준의 차이가 나타나는가? 따라서 두가지 연구문제를 제시하면서 질적연구방법에서 사용되는 현상학적분석 방법으로 의미있는 결과를 탐색하고자 하였다.

현상학적연구는 인간이 살아가면서 경험하는 현상을 탐구하고, 그 경험 속에 내재된 의미와 본질을 밝히는 질적연구방법이다(van Manen,

1990; 김영천 & 정상원, 2017). 특히 현상학은 단순한 사건의 기술을 넘어 개인이 실제로 체험한 살아있는 경험을 분석하여 그 안에 담긴 보편적 구조를 이해하고자 한다(Creswell, 1998). 이러한 접근은 현상을 있는 그대로 바라보고, 개인의 주관적 인식을 통해 드러나는 본질을 파악하는데 중점을 둔다. 현상학은 경험 이전의 순수한 의식과 체험을 탐색하며, 환원과 직관을 통해 현상의 본질적 의미를 드러내는 것을 목표로 한다(신경림, 장연집, 조영달, 김남선, 2003). 이는 현상에 대한 선입견을 배제하고, 연구 참여자가 실제로 경험에서 나타나는 내적 구조를 면밀히 기술하는 작업이다. 이러한 맥락에서 현상학은 단순한 해석을 넘어 인간의 존재와 의식의 본질에 접근하는 중요한 인식론적 방법론으로 간주된다. van Manen(1994)은 현상학적 연구의 특성을 여덟 가지로 제시하였다. 첫째, 연구의 초점은 ‘체험’이다. 경험을 있는 그대로 기술해야 한다. 둘째, 인간의 의식 속에 나타난 현상을 한다. 이는 경험에 대한 성찰을 통해 의미를 제시한다. 셋째, 연구는 ‘본질’을 탐구한다. 넷째, 체험의 의미를 그대로 기술해야 한다. 다섯째, 현상학의 주제는 인간 경험 자체이며, 그 의미 구조를 밝히는 것이 핵심이다. 여섯째, 연구 현장에 개입하는 모든 사람과 맥락을 존중하며, 일곱째, ‘인간적’이라는 것이 무엇인지에 대한 존재론적 질문을 던진다. 마지막으로 현상학적 연구는 시적 감수성을 지닌 활동이다. 이와 같은 관점에서 본 연구는 정보화된 사회적 맥락 속에서 현상학적 접근을 탐색하고자 한다. 이를 위해 참여자들의 실제 경험을 심층적으로 수집 분석하여 공통된 구조와 의미를 새로운 방향성을 모색하고자 한다. 따라서 본 연구는 골프 콘텐츠 정보의 신뢰성에 대한 프로골프 선수들의 경험을 통해 디지털 스포츠 정보 수용의 본질과 구조를 심층적으로 탐색하고자 하며, 그 의미를 통해 골프 콘텐츠의 신뢰성 평가에 있어 이론적 틀과 실천적 방향을 제시하고자 한다.

II. 연구방법

1. 연구참여자

본 연구에서의 연구참여자는 골프 콘텐츠에 대한 지속적인 경험을 가진 프로골프 선수들을 대상으로 선정하였다. 이는 이들이 골프에 대한 높은 전문성을 보유하고 있으며, 다양한 골프 콘텐츠에 대한 실제 경험을 구체적으로 서술할 수 있다고 판단했기 때문이다. 연구참여자 선정 시 다음과 같은 기준을 적용하여 총 6명을 모집하였다. 현상학적 연구에서는 6명 이상의 참여자를 선정하는 것이 적절하다고 제시되고 있다(이철원, 2013). 첫째, 현재 활동 중인 프로골프 선수로서 다양한 골프 콘텐츠를 시청하거나 경험한 대상으로 선정하였다. 둘째, 콘텐츠의 유형이나 플랫폼에는 제한을 두지 않고, 다양한 형태의 골프 콘텐츠 경험을 포함하였다. 셋째, 연령, 종교, 골프 경력 기간 등 개인적 배경 요소에 제한을 두지 않았다. 연구참여자들은 질적 연구에서 자주 활용되는 눈덩이 표집법(Snowball sampling)을 통해 이루어졌다. 눈덩이 표집은 연구 주제와 핵심 집단에 속한 초기 참여자를 선정 한 뒤, 이들의 추천을 통해 적합한 추가 참여자를 확보하는 방식이다(이철원, 2013). 따라서 본 연구에서는 연구자와 개인적 친분이 있는 프로골프 선수를 초기 참여자로 선정하고, 초기 참여자를 통해 골프 콘텐츠를 지속적으로 경험하고 있는 다른 프로골프 선수들을 차례로 소개받는 방식으로 연구참여자들을 확정하였다(표 1).

〈표 1〉 연구참여자

번호	참여자	나이	성별	소속	골프 경력
1	A	35	남자	KPGA	22년
2	B	39	남자	KPGA	26년
3	C	39	남자	KPGA	25년
4	D	38	남자	KPGA	24년
5	E	28	여자	KLPGA	15년
6	F	29	여자	KLPGA	17년

2. 자료수집

본 연구의 주자료는 2025년 6월 부터 7월 까지 약 1개월간 진행된 심층면담을 통해 수집되었다. 연구참여자들의 경험이 자료를 바탕으로 충분히 포화 상태에 이를 때 까지 면담을 진행하였다. 면담은 참여자가 편안함을 느끼는 장소로 진행하였으며, 전화를 통해 추가 확인 및 자료 보완이 이루어졌다. 면담 이외에도 신문 기사, 온라인 자료 등 다양한 보조자료를 함께 수집하여 연구의 맥락을 확장하였다. 자료수집의 신뢰성을 확보하기 위해 연구자는 모든 참여자에게 연구의 목적, 진행 절차, 예상 소요 시간, 개인정보 보호 및 참여자의 권리를 사전에 충분히 설명하였다. 연구의 동의한 참여자는 서면으로 연구참여동의서를 작성하였으며, 모든 면담 내용은 참여자의 동의를 얻은 후 녹음하였다. 이러한 절차는 질적연구에서 강조되는 윤리적 고려 사항과 신뢰도 확보를 위한 기본적인 과정이다.

심층면담은 일대일 방식으로 진행되었으며, 참여자와의 라포(rapport)를 형성하기 위해 연구자는 개인적 질문과 연구 관련 질문을 교차하며 대화를 유도하였다. 참여자 1명당 총 2회 면담을 실시하였으며, 1회 면담 시간은 평균 60분~90분으로 진행하였다. 첫 번째 면담에서는 참여자가 경험한 콘텐츠의 의미를 탐색 하는데 중점을 두었으며, 두 번째 면담에서는 골프 콘텐츠에 대한 문제점을 심층적으로 확인하였다. 즉, 기본적인 질문은 (1) 골프 콘텐츠를 신뢰 하고 있나요? (2) 정보 제공자의 전문성에 대해서 어떻게 생각하시나요? (3) 골프 콘텐츠 정보가 실제 경기력에 영향을 미칠 수 있나요? 에 대하여 질문을 하면서 추가적 질문을 꼬리에 꼬리를 물고 질문하였다. 또한 자료수집 과정에서 타당성을 높이기 위해 삼각검증을 적용하였다. 면담 자료와 문헌자료, 그리고 참여자 검토를 병행하여 자료의 일관성을 확인하고 해석의 신뢰성을 강화하였다. 이러한 다각적 자료수집과 검증 절

차를 통해 본 연구는 참여자의 실제 경험과 그 의미 구조를 최대한 충실히 반영하고자 하였다.

3. 자료분석

본 연구의 자료분석은 해석학적 현상학에 근거하여 자료를 분석하였으며, 연구자의 해석과 반성적 성찰을 통해 참여자의 살아있는 경험의 본질을 도출하는데 초점을 두었다(van Manen, 1994; 김영천, 정상원, 2017). 첫째, 심층면담에서 녹음한 모든 자료를 정확히 전사하여 텍스트화 하였다. 전사 과정에서는 참여자의 언어적 표현뿐 아니라 말의 억양, 침묵, 감정 등 맥락적 요소도 함께 기록하여 경험의 생생함을 최대한 보존하였다. 둘째, 전사한 자료를 반복적으로 읽으며 전체 맥락 속에서 의미 단위를 도출하고 범주화를 하였다. 이 과정에서 연구자는 참여자의 관점에서 경험을 이해하기 위해 선입견을 배제하고 ‘환원’의 과정을 거쳐 체험의 본질에 집중하였다(정상원, 2018). 셋째, vanManen(1994)이 제시한 해석학적 현상학의 네 가지 분석 특징을 적용하였다. (1) 의미 있는 일화를 강조하였다. 이는 경험을 단순히 기술하는 것이 아니라, 참여자의 삶의 맥락 속에서 그 경험이 지닌 생생한 의미를 재창조하는 것이다. (2) 본질적 의미 구조를 도출하였다. 이는 체험 당시에는 인식되지 않았지만 사후 반성을 통해 드러나는 본질적 의미를 파악하는 것이다. (3) 해석학적 순환을 이해하였다. 텍스트의 부분과 전체를 반복적으로 오가며 이해를 심화시키고 본질적 주제를 정리하는 것이다. (4) 표면적 현상을 넘어 근본적인 체험의 본질로 돌아가는 과정을 통해 의미를 명확히 하였다. 넷째, 연구자는 자신의 해석적 관점을 메모와 연구일지에 기록하며 반성적 태도를 유지하였다.

4. 연구의 진실성

본 연구는 질적연구 방법 중 하나인 현상학적 분석을 사용하였으며, 연구참여자의 체험 속에

내재된 의미를 깊이 탐색하는 것을 목표로 하였다. 질적연구는 양적연구와 달리 연구자의 주관적 통찰, 맥락적 해석, 연구과정의 투명성에 중점을 두기 때문에 연구의 신뢰성과 타당성을 확보하는 절차가 필수적이다. 이를 위해 Lincoln & Guba(1985)가 제시한 신용성, 전이성, 의존성, 확실성의 네 가지 기준을 적용하였다.

첫째, 신용성은 양적연구의 내적 타당도에 해당하며, 연구결과가 참여자의 실제 경험을 충실히 반영하고 있는가를 검증하는 단계이다(조재식, 김영천, 허창수, 2006). 이를 위해 본 연구에서는 장기간의 면담 참여, 지속적 관찰, 삼각검증을 실시하였으며, 동료검토와 참여자 확인을 통해 해석의 타당성을 검증하였다. 또한 연구자의 반성 일지를 병행하여 연구자의 편향을 최소화하였다. 둘째, 전이성은 연구결과가 다른 맥락에서도 적용 가능한지를 평가하는 개념으로, 심층적 기술을 통해 맥락과 경험의 세부 사항을 풍부하게 제시함으로써 달성된다(Han, & Sa, 2023). 본 연구에서는 참여자의 개별적 경험을 가능한 한 상세히 기록하고 인터뷰 전사 내용에 생생한 맥락적 요소를 포함시켰다. 또한 신문, 온라인 자료 등 다양한 보조 자료를 활용하여 연구현상을 다각도로 묘사하였다. 셋째, 의존성은 연구과정이 일관되고 체계적으로 수행되었는지를 확인하는 단계이다(김경희, 김기덕, 박지영, 2011). 본 연구에서는 연구의 전 과정을 기록하고 분석 절차를 명확히 기술하여 재검증 가능성을 확보하였다. 또한 분석과정과 해석 결과에 대해 질적연구 경험이 있는 전문가에게 검토를 의뢰하여 연구의 신뢰도를 높였다. 넷째, 확실성은 연구자의 주관적 편향을 최소화하고 결과가 자료에 근거하고 있는지를 평가하는 기준이다(노용구, 2006). 이를 위해 연구자는 지속적인 자기 성찰을 유지하여 반성일지를 작성하고 도출된 결과를 참여자에게 재 검토 받아 해석이 실제 경험에 근거하고 있음을 확인하였다. 이와 같은 다층적인 검증 절차를 통해 본 연구는 현

상학적 접근의 특성을 살리면서도 질적연구의 신뢰성과 타당성을 최대한 확보하고자 하였다.

<표 2> 범주화

범주	주제
신뢰성 판단	<ul style="list-style-type: none"> 전문성에 대한 평가 데이터의 객관성
정보의 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 경기력 향상과의 연계 선수 이미지 관리
개인적 경험	<ul style="list-style-type: none"> 신뢰가 깨지는 경험 신뢰성 콘텐츠의 특징

III. 결과

1. 신뢰성 판단

연구참여자들은 정보에 대한 신뢰성을 판단할 때 누가 어떠한 전문적인 지식을 가지고 전달을 하는지에 대하여 중요하게 평가하였으며, 정보에 대한 객관성이 얼마나 있는지가 신뢰성에 중요한 요인으로 제시된다는 것을 알 수 있었다.

가. 전문성에 대한 평가

“콘텐츠를 보게 되면 누가 내용을 전달하는지, 또는 누가 그 내용을 말했는지가 제일 중요해요. 그 분야의 전문가면 훨씬 신뢰가 가죠.” (참여자 A)

“골프 콘텐츠 같은 경우 실제로 투어에서 직접 경험한 선수나 코치의 인터뷰 내용은 신뢰가 가지만, 광고성 콘텐츠는 좀 거리를 두게 되는거 같아요.” (참여자 B)

“SNS 또는 온라인 매체에 올라오는 건 솔직히 반반이에요. 실제로 현재 시합에 참여하고 있는 현역 골프 선수라면 어느 정도 보지만, 일반 유튜버 같은 경우에는 안보는 편이 많아요. 그냥 재미로 보는 거죠.” (참여자 D)

“프로마다 전달하는 방식인 다르겠지만 프
로가 직접 알려주는 느낌이 아니면, 전문적인
정보의 질이 떨어진다고 느껴져요.”

(참여자 F)

나. 정보의 객관성

“골프 콘텐츠는 레슨 영상이 많이 있어요.
그중에서 샷 데이터나 스윙 분석처럼 수치로
보여주는 콘텐츠는 신뢰도가 높아지는거 같
아요.”

(참여자 C)

“숫자나 통계가 뒷받침된 콘텐츠는 믿음이
가죠. 그런데, 그냥 ‘느낌’으로만 말하면 개개
인의 차이가 있기 때문에 건 잘 안 믿게되요.”

(참여자 E)

“스윙 분석할 때 트랙맨 같은 장비로 보여
주는 건 검증된 느낌이 있죠. 그럴 때 한번
나도 해볼까? 라는 생각이 들어요.”

(참여자 A)

“결과를 수치로 보여주는 게 없으면 그냥
개인 의견 같아서 신뢰하기 힘들어요.”

(참여자 D)

연구참여자들은 정보 제공자의 전문성과 객관성을 신뢰성의 핵심 판단 기준으로 제시하였다. 특히, 현역 선수나 투어 경험자의 콘텐츠는 신뢰를 받는다고 하였으나, 단순 유튜버나 광고성 콘텐츠는 낮은 신뢰를 받았다. 이는 단순히 정보의 질적 수준을 넘어, 정보를 전달하는 사람의 사회적 정체성과 경력이 수용 여부를 판단한다는 점을 알 수 있었다. 또한, 트랙맨과 같은 디지털 장비를 통한 수치와 데이터는 신뢰를 강화하는 요소로 작용하였다. 즉, 주관적 감각이나 느낌 보다는 객관적 수치와 검증된 근거가 선수들에게 신뢰를 형성하는 중요한 기반임을 알 수 있었다. 이는 골프 콘텐츠가 단순히 노하우 같은 전달 차원을 넘어, 전문성과 과학적 근거를 통해 신뢰성을 확보해야 한다는 의미를 제시한다.

2. 정보의 필요성

연구참여자들은 콘텐츠 정보에서 경기력 향상 측면에 대한 의견을 제시하였으며, 검증된 정보가 선수의 실력과 성적에 직접적인 영향을 미치며, 정보 관리 측면에서는 신뢰성 있는 정보 선택이 선수의 이미지와 브랜드 가치, 나아가 스폰서십과도 밀접한 연결고리가 생긴다고 강조하였다.

가. 경기력 향상과의 연계

“다양한 정보들이 많아서 세계적인 선수들의 연습 영상도 많이 보게 되는데, 이게 믿을 수 있는 정보를 걸러내는 게 결국 제가 하는 지 안 하는지에 대한 판단으로 직결돼요.”

(참여자 A)

“사람들이 콘텐츠를 많이 보기 때문에 검증된 정보가 골프 영향에 미칠수도 있어요. 그만큼 신뢰가 중요해요.”

(참여자 C)

“효과 없는 걸 따라 하면 왜 하고 있지 라는 생각도 들고, 컨디션만 망쳐요. 그래서 잘 봐야해요.”

(참여자 E)

“시간 낭비를 막으려면 믿을 수 있는 정보부터 찾는 게 먼저예요. 이런말이 있잖아요. 골프실력을 향상 시킬려면 유튜브부터 끈어야 한다고...”

(참여자 F)

나. 정보 관리

“콘텐츠를 보다 보면 선수들도 많이 나오고 선수들에 대한 정보도 많이 나와요. 그래서 선수들 이미지 관리에도 신뢰성 있는 정보가 필요해요.”

(참여자 B)

“잘못된 정보로 인해서 선수 이미지에도 영향을 미칠 수 있죠. 그게 제가 될 수도 있죠.”

(참여자 C)

“내가 선택한 콘텐츠가 나를 대표할 수도 있기 때문에 콘텐츠 정보에 대한 신뢰는 중요 할 수밖에 없어요.” (참여자 D)

“스폰서들도 볼 수 있고 내가 뭘 좋아하고 어떤걸 하는지에 대하여 보게 되니깐, 콘텐츠 신뢰성은 브랜드 관리에도 영향을 미치죠.” (참여자 E)

연구참여자들은 신뢰성 있는 정보가 단순한 기술 습득을 넘어서 경기력 향상과 브랜드 또는 이미지 관리에 중요한 역할을 한다고 인식하였다. 신뢰 할 수 있는 콘텐츠는 선수 개인의 훈련 효과를 높일 뿐만 아니라, 대중과 스폰서에 게 보여지는 이미지에도 직접적 영향을 미친다. 따라서 콘텐츠 선택은 개인 성과와 대외적 신뢰도 관리하는 이중적 기능을 가진다. 이러한 인식은 정보가 단순히 자료 제공이 아니라 경쟁력을 결정하는 전략적 자산임을 보여준다. 즉, 신뢰성 있는 콘텐츠는 선수들의 경기력 제고와 더불어 브랜드 가치 및 스폰서십에 기회 창출이 연결된다는 의미를 담고 있다.

3. 개인적 경험

연구참여자들은 개인적 경험을 통해 신뢰성의 중요성을 제시하였다. 특히, 신뢰가 깨진 경험에서는 잘못된 연습법이나 광고성 콘텐츠로 실패를 경험하였으며, 신뢰성 있는 콘텐츠는 객관적 데이터와 기술적 설명이 결합 된 정보로 검증된 연습법이나 정보들이 공통된 특징으로 평가 되었다.

가. 신뢰가 깨지는 경험

“유명 선수가 추천한 콘텐츠였는데 해보니 효과가 전혀 없었어요. 그 뒤로는 무조건 맞는지 검증부터 해요.” (참여자 F)

“잘못된 연습법 때문에 따라 하다가 망친 적 있어요. 그때부터 신뢰를 더 따지죠.” (참여자 A)

“광고성 영상 때문에 구매를 한적이 있는데, 그냥 이제는 안 사요. 그 이후로는 출처부터 봐요.” (참여자 B)

“검증이 안된 콘텐츠는 그냥 재미로만 봐요. 예전에 크게 실망한 적 있어서요.” (참여자 E)

나. 신뢰성 있는 콘텐츠의 특징

“직접 경험한 내용 이면서도 기술적인 설명이 같이 있는 콘텐츠는 실전에서 써보고 바로 효과가 와요.” (참여자 D)

“콘텐츠를 보게 되면 설명이 가장 중요하고 객관적 분석과 실제 경험이 같이 있는 콘텐츠는 신뢰도가 높아요.” (참여자 C)

“내용 전달 면에서 단순한 팁보다 근거를 제시하고 보여주는 콘텐츠가 믿을 만해요.” (참여자 A)

“결과를 바로 확인할 수 있는 연습법이나 내용 전달면에서 신뢰가 가는 사람이나 콘텐츠 제작이 믿을 만한 곳에서 했다면 신뢰가 가요.” (참여자 F)

연구참여자들은 잘못된 정보로 인한 실패 경험을 통해 신뢰성의 중요성을 강조하였다. 실패 경험은 이후 정보 수용 태도를 보다 신중하게 변화시키는 계기가 되었으며, 콘텐츠의 출처와 근거에 대한 검증의 필요성을 강화하였다. 반대로 신뢰성 있는 콘텐츠의 경우, 객관적 데이터와 개인의 실제 경험이 결합 된 정보라는 공통점이 도출되었다. 즉, 경험적 효과와 과학적 근거가 동시에 확보될 때 신뢰가 형성된다. 이는 선수들이 콘텐츠를 단순히 지식으로 소비하는 것이 아니

라, 자신의 훈련과 성과에 직접 적용 가능한 실천적 도구로 평가한다는 의미를 포함한다. 따라서 개인적 경험은 신뢰성 판단 과정에서 중요한 구성요소로 작용하며, 질적연구에서 강조되는 체험에 근거한 인식 형성 과정을 명확히 보여준다.

IV. 논의

본 연구에서는 골프 콘텐츠 정보의 신뢰성에 대한 프로골프 선수들의 인식을 현상학적 분석 방법을 통해 심층적으로 탐색하였다. 그 결과, 신뢰성 판단, 정보의 필요성, 개인적 경험에 대하여 도출되었다.

첫째, 신뢰성 판단에서는 전문성에 대한 평가가 콘텐츠 수용 여부를 결정하는 핵심 기준으로 나타났다. 연구참여자들은 정보 제공자의 전문성, 특히 현역 선수나 투어 경험자 여부에 따라 콘텐츠의 신뢰 여부를 판단하였다. 이는 기존 연구에서 제시된 신뢰 이론(Schilke, Reimann, & Cook, 2021)과도 같은 맥락이며, 정보 수용자의 판단 기준이 단순한 정보의 내용 뿐 아니라 전달자의 사회적 정체성과 경력에 기반하고 있음을 나타낸다. 정보의 객관성 역시 신뢰성 판단의 중요한 기준으로 작용하였으며, 데이터 분석 등 실질적으로 제시 할 수 있는 근거를 바탕으로 신뢰가 형성된다고 나타났다. 이는 골프에서의 디지털 장비 활용이 콘텐츠의 신뢰를 보완하는 방향으로 작용하고 있음을 제시하며, 객관적 수치가 개인 주관보다 높다는 현상을 반영하였다.

이는 골프 디바이스 데이터의 신뢰에 대한 연구(한지훈, 2021)에서도 골프 디바이스 데이터의 신뢰가 높으면 데이터에 대한 만족이 높게 나타났음을 제시하였다. 또한 콘텐츠의 인플루언서 요인이 상품구매의도에 미치는 영향에 대한 연구(유현주, 김현, 2020)에서도 전문성은 브랜드의 진정성에 긍정적 영향을 미쳤으며, 진정성은 구매의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로

나타나 콘텐츠에서는 소비자들에게 전달하는 전문성이 중요한 요인으로 제시되었다. 이러한 결과는 골프 콘텐츠의 수용 여부가 단순한 정보의 질을 넘어 전달자의 전문성과 객관적 근거 여부에 의해 결정된다는 점에서, 신뢰성 있는 콘텐츠 제작의 기준 마련에 중요한 시사점을 제공할 것이다.

둘째, 정보의 필요성에 대하여 경기력 향상과 정보 관리라는 측면에서 신뢰성 있는 정보는 단순한 기술 습득을 넘어 선수의 이미지, 브랜드 가치 등에 중요한 개념으로 인식하였다. 이는 콘텐츠가 경쟁력의 도구이자 브랜드 관리 수단으로 기능하고 있음을 나타내며, 스폰서와 일반 소비자에게 보여지는 콘텐츠가 선수의 신뢰도에 직접적 연결되기에 정보 선택에 있어 중요하게 판단해야 함을 나타낸다.

이는 SNS 이용자들의 인플루언서 대인신뢰, 브랜드 이미지 및 구매의도와 관계에 대한 연구(한지훈, 2020)에서도 대인신뢰는 브랜드 이미지와 구매의도에 대한 긍정적 영향을 가지는 것으로 나타나 본 연구의 결과와 같은 맥락으로 해석 해 볼 수 있다. 또한 신뢰와 경기력의 관계에 대해서 연구한 유창호, 오세이(2014)는 아이스하키 감독과 선수의 교환관계에서 감독 신뢰는 경기력에 긍정적 영향을 미치는 것으로 제시하였다. 따라서 콘텐츠의 신뢰는 다양한 측면에서 신뢰가 높으면 긍정적 요인으로 적용될 수 있다고 예측 할 수 있다. 따라서 신뢰성 있는 콘텐츠는 단순한 정보를 전달하는 수단이 아니라, 경기력, 브랜드 가치, 소비자 신뢰까지 영향을 줄 수 있는 중요한 전략적 자산이다.

셋째, 개인적 경험은 신뢰성 판단에 중요한 개념으로 제시되었다. 잘못된 정보로 인한 실패 경험은 정보 수용 태도에 보다 신중하게 변화시켰으며, 콘텐츠의 출처 및 구성 요소에 대한 검증의 필요성을 제시하였다. 이는 질적연구에서 강조되고 있는 체험을 기반으로 한 형성 과정과 그 과정을 잘 이해 할 수 있는 부분이다.

이는 신뢰와 만족을 매개로한 모바일 고나광정보 서비스의 특성, 경험가치, 사용의도에 관한 연구(박현지, 박중환, 이정실, 김영하, 2011).에서는 경험가치는 신뢰에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 블로그에서 공감경험이 신뢰에 미치는 영향에 대한 연구(장현미, 김은미, 이준웅, 2012)에서도 경험은 신뢰에 긍정적 영향을 미치는 것으로 제시되었다. 경험이 신뢰성 판단에 중요한 요인으로 작용한다는 필요성 인식에 크게 기여하고 있다는 것으로 추측할 수 있다. 본 연구는 기존의 스포츠 콘텐츠 연구들은 소비자 관점에서 신뢰 만족 구매의도와 같은 변수를 중심으로 제안 되어 왔다. 본 연구는 경기력과 직결되는 전문 선수 집단의 경험적 맥락을 반영 함으로서 기존 연구들을 확장하였다. 이는 신뢰 연구의 범위를 단순히 정보 소비 차원이 아닌, 전문적 실천 영역에서의 정보 활용과 의미 형성으로 확장시켰다는 점에서 학문적 가치가 있다. 또한, 현상학적 접근을 통해 신뢰성을 판단하는 과정에서 개인적 경험의 상호작용을 제시하며, 스포츠 맥락에서 신뢰성 연구의 구조적 틀을 제공하였다. 이는 개인의 과거 경험이 결합하여 신뢰성을 형성한다는 점에서 새로운 분석 관점을 제시하는 학문적 근거가 될 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 프로골프 선수들이 골프 콘텐츠의 신뢰성을 어떻게 인식하고 경험하는지를 탐색하고, 그 본질적 의미를 밝히는 것을 목적으로 하였다. 현상학적 분석을 통해 신뢰성 판단, 정보의 필요성, 개인적 경험이라는 세 가지 상위 범주가 도출되었다. 이러한 결과를 바탕으로 몇 가지 이론적 함의와 실무적 의의를 제시하였다.

첫째, 기존의 신뢰성 연구가 주로 소비자 중심 또는 마케팅 관점에서 진행되었다면, 본 연구는 정보의 수용자가 동시에 전문가이며 콘텐츠 소비자라는 이중적 정체성을 가진 집단을 대

상으로 하였다는 점에서 새로운 관점을 제시하였다. 둘째, 신뢰성 판단 기준이 전문성, 객관성, 경험 구성 등 다양한 요소의 상호작용에 의해 형성된다는 점에서 신뢰성 개념의 특성을 강조하며, 향후 디지털 콘텐츠 연구에서 신뢰성 개념을 이론적 확장하는데 기여하였다. 셋째, 디지털 기술과 스포츠 전문성이 신뢰성을 형성하는데 핵심요소로 제시되었다는 점에서 콘텐츠 생성과 플랫폼이 신뢰를 위해 기술 기반 설명과 데이터 제시와 같은 근거를 기반으로 한 콘텐츠들이 강화해야 한다는 점을 시사하였다. 넷째, 골프 콘텐츠 제작자 및 플랫폼 운영자에게 본 연구는 콘텐츠 구성 시 신뢰성 확보 전략의 필요성을 강조하였다. 단순한 인기 유튜브나 홍보성 영상보다는 현장 경험자 중심의 정량적, 정성적 설명이 동반된 콘텐츠가 실질적 수요자에게 더 높은 신뢰를 얻는다는 점에서, 콘텐츠 방향성 설정에 실질적인 가이드를 제공 할 수 있다. 다섯째, 골프 선수들에게는 콘텐츠 소비가 곧 자기 관리의 일환이자 이미지 관리 전략임을 인식시키며, 콘텐츠 선택의 기준을 객관화하고 체계화에 적용하였으며, 이는 정보 역량 강화와 실력 향상을 동시에 계획 할 수 있다.

다만, 본 연구는 6명의 프로골프 선수들만을 대상으로 하였기 때문에 연구결과를 일반화하기에는 한계가 있다. 향후 연구에서는 표본 수를 확대하고 다양한 집단의 골프 참여자를 포함하여 본 연구에서 도출된 통찰을 검증하고 확장할 필요가 있다. 이를 바탕으로 다음과 같은 후속 연구를 적용할 수 있다. 첫째, 다양한 스포츠 종목으로의 확장이 요구된다. 즉, 본 연구가 골프 종목으로 한정되었다는 점에서 타 종목 선수들을 대상으로 확장이 가능하다. 둘째, 콘텐츠 유형 및 플랫폼에 따른 신뢰성 차이를 구조화하여 분석한다면 콘텐츠 전력 수립에 실질적 도움이 될 수 있다. 따라서 콘텐츠의 질을 객관적으로 평가하고 소비자가 기준을 가지고 선택할 수 있는 환경을 조성하는 제도적 기반 마련이 요구된다.

참고문헌

- 김경희, 김기덕, 박지영(2011). 질적 연구의 타당도 달론에 관한 탐색적 연구: 주관성과 사회성의 긴장을 중심으로. *한국사회복지학*, 63(2), 155-177.
- 김영천, 정상원(2017). *질적연구방법론 V: Data Analysis*. 파주: 아카데미프레스.
- 노용구(2006). 여가 연구에 있어 질적 연구의 타당성. *한국여가레크리에이션학회지*, 30(4), 153-165.
- 박현지, 박중환, 이정실, 김영하(2011). 신뢰와 만족을 매개로 한 모바일 관광정보 서비스의 특성, 경험가치, 사용의도에 관한 관계분석. *호텔경영학연구*, 20(1), 245-265.
- 신경림, 장영집, 조영달, 김남선(2003). 질적연구 용어사전. 서울: 현문사.
- 유창호, 오세이(2014). 아이스하키 감독-선수의 교환관계 (LMX) 와 감독신뢰, 운동몰입 및 경기력 간의 인과관계. *한국체육학회지*, 401-416.
- 유현주, 김현(2020). 1인 미디어 콘텐츠의 인플루언서 요인이 상품 구매 의도에 미치는 영향: 브랜드 진정성의 매개효과를 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 20(1), 45-59.
- 이경중, 이철원, 한지훈(2018). 기술수용모델(TAM)을 통한 골프참여자의 경기수행능력과 골프 웨어러블 디바이스 수용의도 관계. *한국여가레크리에이션학회지*, 42(2), 1-10.
- 이철원(2013). *여가학의 질적연구방법론*. 서울: 레인보우북스
- 이현우, 이정은(2021). 유튜브 골프채널 구독자 특성에 따른 구독동기의 귀납적 차이 분석. *골프연구*, 15(1), 1-13.
- 장현미, 김은미, 이준웅(2012). 블로그에서 자기표현적 글쓰기와 읽기 선호도가 대인적 및 사회적 신뢰에 미치는 영향에 관한 연구: 블로그에서 공감경험의 매개적 효과를 중심으로. *블로그에서 공감경험의 매개적 효과를 중심으로*. *한국언론학보*, 56(2), 48-71.
- 정상원(2018). van Manen의 해석학적 현상학의 방법론적 탐구. *질적탐구*, 4, 1-30.
- 조재식, 김영천, 허창수(2006). 교육학/교육과정 연구에서 질적 연구자가 고려해야하는 타당도 이슈들: 그 다양한 접근들의 이해. *교육과정연구*, 61-96.
- 한지훈(2020). SNS 이용자들의 인플루언서 대인신뢰, 브랜드이미지 및 구매의도와 관계. *한국콘텐츠학회논문지*, 20(1), 31-44.
- 한지훈(2021). 골프 디바이스 데이터의 신뢰, 만족 및 인지된 경기력의 관계-스윙 분석기 중심으로. *한국응용과학기술학회지*, 38(1), 196-207.
- 한지훈, 사혜지(2021). UTAUT2 모형을 적용한 골프 참여자들의 SNS 골프레슨 콘텐츠 이용과 골프연습장 방문행동의도의 관계 분석. *한국여가레크리에이션학회지*, 45(2), 37-50.
- Creswell, J. A. (1998). Five qualitative traditions of inquiry. *Qualitative inquiry and research design. Choosing among five traditions*, 47-72
- Eysenbach, G., & Köhler, C. (2002). How do consumers search for and appraise health information on the world wide web? Qualitative study using focus groups, usability tests, and in-depth interviews. *Bmj*, 324(7337), 573-577.
- Fergie, G., Hunt, K., & Hilton, S. (2013). What young people want from health-related online resources: a focus group study. *Journal of youth studies*, 16(5), 579-596.
- Han, J. H., & Sa, H. J. (2023). Health and happiness of older Korean women participating in dance activities. *Heliyon*, 9(3).

- Kitchens, B., Harle, C. A., & Li, S. (2014). Quality of health-related online search results. *Decision Support Systems, 57*, 454-462.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. sage.
- Powell, J., Inglis, N., Ronnie, J., & Large, S. (2011). The characteristics and motivations of online health information seekers: cross-sectional survey and qualitative interview study. *Journal of medical Internet research, 13*(1), e20.
- Schilke, O., Reimann, M., & Cook, K. S. (2021). Trust in social relations. *Annual Review of Sociology, 47*(1), 239-259.
- Van Manen, M. (1994). **체험연구**. 신경림 역). 서울: 동녘.(원본발간일 1990 년).
- Zhang, Y. (2014). Searching for specific health-related information in Medline Plus: Behavioral patterns and user experience. *Journal of the Association for Information Science and Technology, 65*(1), 53-68.