



## 학생선수를 대상으로 한 셀프 브랜딩 프로그램 개발 연구\*

염희옥\*\*(동국대학교, 시간강사)

### 국문초록

본 연구의 목적은 학생과 선수라는 이중 정체성 속에서 다각적인 성장의 필요성에 직면한 학생선수들을 위해, 그들의 잠재력을 극대화하고 긍정적 자기 개념을 확립할 수 있도록 지원하는 셀프 브랜딩 프로그램을 개발하고 그 과정을 상세히 제시하는 데 있다. 이를 위해 교육프로그램 개발의 보편적 절차인 ADDIE 모형을 연구 방법론으로 채택하여, 프로그램 개발의 각 단계를 체계적으로 수행하였다. 분석(Analysis) 단계에서는 문헌 연구와 더불어 잠재적 학습자인 학생선수, 교육 환경, 그리고 핵심 과업에 대한 심층적인 요구분석을 실시하여 프로그램의 기초 방향성을 설정하였다. 설계(Design) 단계에서는 분석 결과를 토대로 프로그램의 목표를 구체화하고, 교육 내용과 전략, 그리고 평가 도구를 구조화하였다. 개발(Development) 단계에서는 설계된 청사진에 따라 실제 교육 자료와 활동지를 제작하였으며, 전문가 집단의 검토를 통해 내용 타당성을 확보하였다. 실행(Implementation) 단계에서는 개발된 프로그램을 실제 교육 현장에 시범 적용하여 현장 적합성과 효과성을 검증하였고, 마지막으로 평가(Evaluation) 단계에서는 프로그램의 전 과정과 결과에 대한 종합적인 평가를 통해 개선점을 도출하고 최종 프로그램을 완성하였다. 본 연구를 통해 개발된 셀프 브랜딩 프로그램은 학생선수들이 운동 영역을 넘어 자신의 가치와 비전을 발견하고, 이를 효과적으로 관리 및 표현하는 능력을 함양하도록 돕는 구체적인 교육적 개입 방안을 제공한다는 점에서 의의가 있다. 본 연구는 학생선수의 총체적 성장을 지원하는 교육프로그램 개발의 실증적 사례를 제시함으로써, 향후 관련 연구 및 교육 실천에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

한글주요어 : 셀프 브랜딩, 학생선수, 자기효능감, 회복탄력성, 자기 개념, ADDIE모형

\* 이 논문은 2021년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 공동연구지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2021S1A5B5A17058324)

\*\* 염희옥, 동국대학교, E-mail: worldladies@dgu.ac.kr

## I. 서론

학생선수는 학생과 선수라는 두 역할을 감당해 내며 좋은 성과를 내기 위해 고군분투하고 있다(박예솔, 정지혜, 2024). 학생으로의 정체성과 운동선수라는 정체성에서 어느 것 하나 소홀하지 않아야 자신의 역할을 잘 수행했다고 평가받는 포지션이기도 하다(Gaston-Gayles, 2004). 정체성은 어린 시절부터 다양한 상황을 거쳐 오면서 자아로 자리 잡게 된 것으로, 사회적 환경과 집단, 문화적 상호작용을 거치며 특정한 정체성으로 현저하게 발현된다(남상우, 이해령, 2020). 이러한 개인의 정체성은 개인의 자기 개념의 일부로 정의되며, 이는 자신이 누구인지, 사회적 환경에 대해 어떻게 느끼는지에 대한 개인의 주관적 평가와 관련이 있다(Ronkainen, Kavoura, & Ryba, 2016). 즉, 다른 사람이 아닌 개인의 동일성인 자기(self)에 대하여 본인 스스로 어떻게 느끼고 인지하는가, 즉 자기지각이나 자신에 대한 평가를 의미하는 조직화 된 구성개념을 말한다(Linville, 1985). 자기 개념의 형성과 발전은 개인의 학업성취, 운동수행, 대인관계, 그리고 소속된 집단에서의 역할과 같은 행동 전반에 영향을 미친다. 이러한 환경에서 수행하는 경험들은 개인이 자기 자신을 이해하고 인식하는 방법을 형성하는 데 영향을 준다. 즉 자기 개념이 향상될수록 자기 자신에 대해 긍정적인 지각과 견해, 판단을 할 수 있도록 한다(양혜지, 한유진, 2022).

학생선수는 운동선수로서의 정체성을 자기 개념의 핵심으로 인식하는 경우가 많으며, 자신을 능동적

인 주체보다는 지도자의 관리 대상인 수동적 존재로 인식하는 경향이 있다(김한범, 권순용, 2019). 어린 시절부터 익숙해진 습관과 환경적 요인들이 ‘나’라는 존재 자체의 정체성보다는 ‘선수’라는 정체성에 조금 더 친근함을 느끼도록 한 것이다. 학생선수의 정체성은 정적인 것이 아니라, 삶의 환경과 동기에 따라 달라진다는 것을 알 수 있다(Quinaud et al., 2023). 또한 낮은 자율성과 운동 중심 환경에서 성장한 고등학생 선수들은 학업 소외와 정체성 혼란을 겪었고, 이는 대학 진학 후에도 여전히 진로 불확실성과 심리적 어려움을 경험하는 것으로 나타났다(김아현, 김혜선, 2025).

스포츠의 선진국이라 불리는 미국의 사례를 보면 오래전부터 운동선수들에게 자기 개념을 명확히 정립할 수 있는 체계적인 교육프로그램이 제공되고 있다. 특히 완전한 선수로의 성장을 위해 학생선수 시절부터 자기 개념에 대해 체계적으로 학습이 진행되고 있다(Chartrand & Lent, 1987). 이러한 교육을 중시하는 이유는 학생선수가 선수와 학생이기 이전에 하나의 인격체로서 존중하고, 그들이 살아가면서 삶에서 한 단계 성장할 수 있는 기회를 제공하기 위한 배려라고 볼 수 있다. Marsh & Perry(2005)의 연구에서는 학생선수가 자신에 대한 긍정적인 자기 개념을 가질수록 운동성과 및 삶에도 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 확인할 수 있다. Steele, Van Rens, & Ashley(2020)의 연구에서는 선수로의 고정관념에서 벗어나 학생이자 스스로에 대해 능동적으로 준비할 수 있는 하나의 인격체로 자기 개념을 명확히 세워나갈 수 있도록 다양한 경험의 기회를 제

공해야 한다는 시사점을 제시하고 있다.

자기 개념은 생애 전반에 걸쳐 변화될 수 있으며, 자기보고 측정법을 통해 스스로를 객관화하는 방법으로 많이 쓰여 왔다. 자기 개념을 이해하기 위해서는 자신에 대해 잘 아는, 즉 자기분석이 필요하며, 이러한 분석을 위한 도구의 방안으로, 개인 브랜드를 구축하는 방법을 제시하고 있다(Bender, 2021). 개인 브랜드 구축은 이러한 자기분석의 도구로서, 개인이 자신의 현재 상태를 객관적으로 평가하고, 미래의 목표를 설정하며, 이를 달성하기 위한 전략을 수립하는 데 도움을 준다. 이를 통해 개인은 자신의 경력, 삶의 방향성을 명확히 하고, 지속적인 성장을 이룰 수 있다. 이렇듯 효과적인 자기 평가나 개인의 브랜드 구축의 과정을 셀프 브랜딩, 혹은 퍼스널 브랜딩이라고 한다.

셀프 브랜딩 프로그램은 학생선수들이 자신의 역할을 인식하고 개발할 수 있도록 돕는 도구로 사용될 수 있다. 이러한 프로그램은 학생선수들이 자신의 선수 경험을 효과적으로 관리하고, 개인적인 목표를 설정하며, 자신의 강점을 개발하는 데 도움을 줄 수 있다(Woods, Hartwell, Oldham, & House-Niamke, 2023). 셀프 브랜딩 활동 경험은 자기 자신이 누구인지 정확히 인식할 수 있는 기회를 제공하고, 자신만의 브랜드를 구축하고, 스스로에 대한 인식을 향상시키는데 효과적이다.

그럼에도 불구하고, 국내에서는 음악, 글쓰기, 미술, 미용, 산업 분야에만 셀프 브랜딩의 중요성이 집중되어 있고, 가장 자신의 브랜드를 잘 구축해야 하는 체육 분야에서는 맞춤형 프로그램을 찾아보기 어

렵다. 특히 학생선수들의 특성을 파악한 맞춤형 프로그램을 구축 필요성은 끊임없이 제기되고 있지만, 실질적인 프로그램의 개발 및 적용이 이루어지지 않고 있는 상황이다. 따라서 학생선수들이 다양한 역할을 수행할 수 있도록 하는 셀프 브랜딩 교육프로그램을 적용한다면 학생선수들을 긍정적으로 변화시키기 위한 하나의 방안이 될 수 있을 것이라 생각한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 셀프 브랜딩 교육의 의미

셀프 브랜딩(Self-Branding)은 단어의 뜻 그대로, 타인이 아닌 스스로가 주체가 되어 자신이 어떠한 사람인지 파악하고 분석해 브랜딩 전략을 수립하는 것을 의미한다. 브랜딩의 기본은 개인의 특성을 살려 자신만의 긍정적인 인상을 형성하고, 차별화된 스토리와 이미지를 통해 상대방에게 영향력을 미치는 것이다(Gorbatov et al., 2018). 또한 자기분석(self-analysis)을 통해 자신이 누구인지를 정확히 파악하고, 자기 개념(self-concept) 정립을 통해 스스로가 브랜드의 가치를 제고하고 동시대의 요구에 맞도록 브랜드 이미지를 구축하는 과정이라고 볼 수 있다(Thomas, 2022).

셀프 브랜딩의 개념은 마케팅과 사회학, 커뮤니케이션, 심리학과 조직 행동적 결합에서 파생되었다. 근본적으로는 Kotler & Levy(1969)가 발표한 마케팅 개념의 범위 확장(Broadening the concept of

marketing)이론에서 개념을 따온 것이다. 셀프 브랜딩이 대중화가 된 것은 브랜딩 전문가인 1997년 Tom Peter가 집필한 유명한 책인 'The Brand Called You'을 통해서였다. Peter는 'Starting today, you are a brand'라고 주장하게 되었고, 이는 셀프 브랜딩의 개념 구축 및 강력한 아이디어로 발전하게 되었다(Rangarajan, Gelb & Vandaveer, 2017).

셀프 브랜딩은 개인의 특성을 독특하게 조합해 자신만의 긍정적 인상을 만들고, 포지셔닝(Positioning)하고, 유지하는 전략적인 과정으로, 차별화된 스토리와 이미지를 통해 상대에게 시그널을 보이는 것이다(Gorbatov et al., 2018). 모든 사람이 자신만의 뚜렷한 특징(distinctive characteristics)을 가지고 있다는 것을 전제로 개인의 브랜드를 만드는 것이라는 뜻을 지닌다(Peters, 1997). 이는 자신을 브랜드화하여 특정 분야에 대해서 먼저 자신을 떠올릴 수 있도록 만드는 과정이라고도 볼 수 있다. 나라는 존재에 대한 의미와 행복, 성공의 개념을 스스로 정의 내려가는 과정(이종호, 2009)이며, 평판(reputation)이라고도 한다.

셀프 브랜딩의 교육의 목적은 개인 브랜드를 구축하는 방법이다. 자신에게 질문을 던지면서 스스로에 대한 답을 찾아가는 과정이라고 볼 수 있다. 반복되는 과정을 통해 개인의 삶의 가치나 신념, 목표를 식별할 수 있게 된다.

## 2. ADDIE 모형

본 연구 프로그램의 구성은 프로그램 개발의 타당도와 신뢰성을 확보하기 위해서 교수설계 모형 중 ADDIE 모형을 기반으로 하였다(Branch & Varank, 2009). ADDIE 모형은 분석(Analysis), 설계(Design), 개발(Implementation), 평가(Evaluation)의 앞 글자를 따서 만들어졌다. ADDIE 모형은 교육프로그램을 체계적으로 개발하고 실행하는 데 있어 가장 효과적이고 효율적인 방법을 제시하며, 프로그램의 타당성과 적절성을 검토하는 데에도 유용하게 활용된다. 오랜 시간에 걸쳐, 다수의 선행연구와 학자들을 통해 타당도와 신뢰성이 검증되었고, 프로그램 개발에도 활용되고 있으며, 체계적인 연구가 가능하고 모든 단계를 순환적으로 접근하면서 효과적, 효율적으로 연구를 수행할 수 있다(Branch & Varank, 2009). ADDIE 교수설계 모형을 적용하여 교육프로그램을 개발할 경우, 운영기관 중심의 일방적인 설계가 아닌 학습자의 요구를 적극적으로 수렴하여 보다 적합한 프로그램을 제공할 수 있다. 또한 각 개발 단계에서 지속적인 피드백을 반영함으로써 교육 내용의 수정과 보완이 가능하다.

## 3. 셀프 브랜딩 교육프로그램 구성

셀프 브랜딩 프로그램을 수립하기 위한 과정으로는 크게 8가지로 나눌 수 있다. 모든 커리큘럼은 셀프 브랜딩의 기본교육을 중심으로 작성되며, 전문가와의 지속적인 FGI를 통해 최종 확정된 커리큘럼을 반영하고자 한다. 전반적으로 셀프 브랜딩 프로그램

은 ‘나 스스로에게 브랜드를 입힘’이라는 큰 틀 안에서 세부적으로 이루어지며, 동일한 질문지를 가지고 프로그램 사전, 사후의 변화를 살펴볼 예정이다. 셀프 브랜딩의 취지이자, 개인 스스로의 브랜드이미지를 구축할 수 있도록 자존감, 차별성을 표현할 수 있도록 총 8가지로 세분화하여 프로그램을 구성하였다.

표 1. 셀프 브랜딩 프로그램 구성

셀프 브랜딩 프로그램 구성
① 나를 분석하기
② 나를 어떻게 표현할 것인가
③ 나에게 브랜드를 입히다
④ 스토리텔링
⑤ 스토리보드 작성
⑥ 카드뉴스 만들기
⑦ 영상 제작하기
⑧ 발표 및 시사회

첫 번째는 ‘나를 분석하기’다. 만다라트 기법, 브레인스토밍, 마인드 맵핑을 통해 시간순, 기억 순, 인생의 중요순서로 스스로를 분석하는 과정이다. 두 번째는 ‘나를 어떻게 표현할 것인가’에 대한 논의다. 외부의 평가로부터 노출 되어있는 학생선수들이 외부의 시선을 따르기보다는 내면의 나를 어떻게 하면 정확하게 표현하고 전달 할 수 있는지를 살펴보고, 타인과의 차별점을 긍정적으로 익히는 학습이라고 할 수 있다.

세 번째는 ‘나에게 브랜드를 입히는 것’이다. 스스로가 브랜드가 되는 것, 자아를 설명하기 위한 도구적 언어로서 제도화가 재료가 되므로, 개인 안에 잠

재되어 있는 속성이 전재 되어야 한다(오정미, 2018). 정체성을 찾고 자신만의 색을 찾아가는 과정이라고 할 수 있다.

네 번째는 ‘스토리텔링’이다. 스토리텔링은 ‘스토리(story)’, ‘텔(tell)’, ‘링(ing)’의 결합된 단어로, 스토리텔러가 의미 있고 재미있는 스토리를 미디어의 특징에 맞추어서 제작, 유통하는 것이고 소비자가 이를 공감하고 수용하면서 변화가 이루어지는 전 과정을 말한다(이동배, 2019). 이때, 브랜드의 짜임새 있는 구조와 파워를 유지하기 위해, 반드시 필요한 과정이 바로 스토리텔링의 구성이다.

다섯 번째는 ‘스토리보드 작성’이다. 스토리보드는 스토리의 명료한 시각화 전달이며, 성공적 연출을 위한 의사소통 방법이다(김지윤, 2016).

여섯 번째는 ‘카드뉴스 만들기’다. SNS가 발달되면서 비주얼 중심의 정보전달 방식이 중요하게 사용하고 있다. 카드뉴스가 주요 형식으로 자리 잡은 이유는 이미지를 중심으로 핵심을 요약한 간략한 텍스트로 인해 메시지 전달력과 주목도, 전파력이 크다는 점이다.

일곱 번째는 ‘영상 제작하기’다. 기존의 이루어진 스토리텔링과 스토리보드 작성에서 다루었던 자신의 이야기를 토대로 영상으로 자신의 브랜드에 시각화를 입힌다.

끝으로 본인이 직접 본인의 이야기를 제작한 영상물을 토대로 발표, 시사회를 통해 개개인의 기록물과 자료를 묶어내고 포트폴리오 작업을 거친다. 이러한 경험의 결과물은 ‘자기’와 ‘자아’에 대한 정보의 총체라 할 수 있다(오정미, 2018). 또한 자신을 객관적으

로, 주관적으로 바라볼 수 있는 계기를 마련하기도 한다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 프로그램 분석(Analysis)

분석 단계는 교수설계의 초기 단계로, 학습과 관련된 요인들을 분석하는 단계이다. 이 단계에서는 학습 내용(what)을 정의하는 과정으로서 프로그램 대상자를 설정하고, 프로그램의 전체적인 틀과 주제를 확정하게 된다. 본 연구에서는 학생선수를 위한 셀프 브랜딩 프로그램 개발을 위해 분석단계의 요소 중 문헌 연구와 학습자 요구 조사, 학습자분석, 환경 분석 및 과제 분석을 실시하였다. 본 연구는 <표 2>와 같은 단계로 이루어졌다.

##### 1) 문헌고찰

학생선수를 위한 셀프 브랜딩 프로그램을 개발하기 위해 선행연구와 문헌 자료를 검토하고 분석하여 프로그램의 기초를 마련하였다. 문헌조사는 2011년부터 2023년까지의 선행연구를 근거로 수행하였으며, RISS에서 ‘셀프 브랜딩(Self Branding)’ 키워드로 검색된 총 307건(국내학술논문 14건, 학위논문 28건, 단행본 263건, 공개 강의 2건)을 바탕으로 셀프 브랜딩 관련 국내외 프로그램 및 교육 커리큘럼 등 필수 요소를 도출하였다.

표 2. 프로그램 개발 절차

절차	프로그램 개발 방법
분석	국내외 선행연구 자료수집
	수집된 자료를 바탕으로 문헌 고찰
	학습자분석, 환경 분석, 과제 분석 대상 및 인원: 대학생 학생선수 25명
설계	프로그램 시안 구성
	프로그램의 목적, 목표 설정 및 수행 목표 세분화
	프로그램 내용, 교수전략 및 평가 방법 선정
	전문가 협의를 통한 프로그램 내용타당도 검증
	전문가 내용타당도 검증을 통한 수정·보완
	검토 완료된 프로그램을 바탕으로 파일럿 테스트 진행
개발	학생선수를 위한 셀프 브랜딩 프로그램 적용
	학생선수들의 피드백을 통한 프로그램 재구성 및 주차별 활동자료 개발
실행	개발된 프로그램 적용 기간: 2022년 3월 21일~6월 13일 매주 월요일 (12회기) 대상 및 인원: 대학교 학생선수 15명
평가	프로그램 만족도 검증 프로그램 만족도 평가 연구자 관찰 분석 주차별 프로그램 활동지 대상 및 인원: 대학교 학생선수 15명
	전문가 적합성 검증 결과 반영 프로그램의 구성 체계, 운영 방식, 내용에 관한 전문가들과 논의 후 수정 및 보완
	학생선수를 위한 셀프 브랜딩 프로그램 최종안 확정

#### 2) 학습자분석

학습자분석은 대상 학습자들에 대한 자료를 수집한 후, 개발하고자 하는 프로그램에 영향을 미치는 요소들을 찾아 분석하는 것이다(김보경, 2019). 본

연구에서는 학습자분석을 통해 학습자들의 성별, 나이, 공유하고 있는 문화 등을 알아보았다. 또한 인터뷰를 통한 요구분석, 프로그램의 구성과 프로그램 운영 시 유의해야 할 사항을 확인하여 학습자에게 적절한 프로그램을 마련하는 자료로 활용하였다. 학생선수 학습자분석 결과는 <표 3>과 같다.

표 3. 학생선수 학습자 분석

	구분	빈도	비율 (%)
성별	① 남	25	100
	② 여	0	0
학년	① 1학년	2	8
	② 2학년	7	28
	③ 3학년	10	40
	④ 4학년	6	24
종목	① 야구	13	52
	② 축구	6	24
	③ 농구	6	24
운동경력	① 10년 미만	7	28
	② 10년~12년	8	32
	③ 13년 이상	10	40
자기개념	① 생각해 본 적 없다	13	52
	② 명확하다	7	28
	③ 잘 모르겠다	5	20
희망직업	① 운동선수	10	40
	② 운동선수 외	15	60

본 연구의 학습자분석을 위한 연구 대상은 편의표집(convenience sampling) 방법을 사용하였으며, 수도권에 위치한 대학교 학생선수 중 셀프 브랜딩 프로그램 교육 수강을 희망하는 25명을 최종 표본으로 선정하였다.

학습자분석 결과 운동경력은 10년 미만 7명

(28%), 10년 이상 12년 이하는 8명(32%), 13년 이상은 10명(40%)인 것으로 나타났다. 이들은 야구, 축구, 농구부 팀 스포츠를 하는 학생들로 자기 개념에 대해 생각해 본 적 없다 13명(52%)으로 가장 많았고, 명확하다고 답한 학습자는 7명(28%)에 불과했다. 잘 모르겠다고 답한 학습자는 5명(20%)으로, 자기 개념에 대해 생각하지 않거나 모호하게 대답한 학습자가 총 18명(72%)에 달한다. 오랜 기간 학생선수로 살아 왔음에도 불구하고 희망하는 직업을 묻는 질문에 운동선수 10명(40%), 운동선수 외에 다른 직업군에 관심을 보이거나 희망이 있다고 답한 학습자는 15명(60%)이었다. 결국 현재 운동을 계속하고는 있지만, 자신이 진짜로 어떠한 생각을 가지고 살아가는지, 자신에 대해 명확히 알고 있는 학생은 28%에 불과했다. 자신에 대해 꼼꼼하게 점검해 보고 진로에 대한 방향성이나 현재 어떠한 것에 가치나 의미를 두고 있는지를 확인하는 것도 의미가 있다고 판단했다.

### 3) 환경 분석

환경 분석은 인적 학습환경과 물리적 학습환경으로 구분된다(김보경, 2019). 본 연구에서는 인적 학습환경은 프로그램이 원활하게 운영될 수 있도록 인적인 인력이 있는지를 의미하며, 정규적인 수업을 통해 이루어지므로 인적 학습환경은 조성되었다고 볼 수 있다. 물리적 학습환경을 측정하는 방법은 연구 참여자를 위한 프로그램이 운영될 학습 공간, 컴퓨터, 칠판, 책상, 의자 등의 숫자와 규모의 적절성, 컴퓨터 활용 및 인터넷 접속 여부 확인, 관련 기자재 컨디션 등을 점검하는 것이다. 점검 결과, 학습환경

이 좋은 편이 아니었다. PPT나 유인물을 제시할 수 있는 최신식 전자기기와 공간을 원했으나, 수업 공간으로 정해놓은 지정된 공간과 자유롭지 못한 환경, 한정된 시간으로 인해 심층적인 부분은 추후 따로 진행해야 한다는 것을 파악하였다. 하지만 이러한 환경에서 최적화된 방안을 도출해 낼 수 있도록 주차 별 학습 유인물과 필기도구 제공, 공간 내 최적한 컨디션 유지를 위해 노력하였다.

#### 4) 과제 분석

과제 분석은 학습자가 수행했으면 하는 학습의 종류를 논리 종연하게 분석하는 과정이다. 과제 분석의 목적은 학습자들이 수행할 구체적인 과제 및 지식, 기술, 태도의 분석을 통해 학습 목표에 맞는 결과물을 도출해 낼 수 있도록 하는 것이다(김보경, 2019).

## 2. 프로그램 설계(Desing)

프로그램 설계 단계는 교수 방법(How)을 구체화하는 과정이다. 분석 단계의 결과를 바탕으로 학생선수를 위한 셀프 브랜딩 프로그램의 시안을 구성하는 것이다. 설계 단계는 분석을 통하여 파악된 문제점과 산출물을 기반으로 효과적, 효율적인 교육프로그램을 개발하기 위한 기반을 제공하는 과정이다. 설계과정에서 수행 목표의 명세화와 평가도구 개발, 그리고 교수전략 및 매체 선정이 실시되며, 이 과정을 자세히 살펴보면 다음과 같은 세 가지 과정으로 나뉜다. 첫째, 교육훈련의 효과가 학습자의 수행으로 이어지도록 하는 것이다. 둘째, 평가 도구 개발 과정은 학습자의 수행 척도라고 불리며 명세화된 지식과 기능,

태도 등을 제대로 달성하였는지에 대한 평가 수단을 구체화 한 것이다. 셋째, 학습활동과 학습 내용의 제시, 이를 통한 적용, 경험순서, 피드백 등의 계열화를 통하여 디자인명세서(Design Specifications)를 만들어 내는 것이다. 결론적으로 본 연구의 설계 단계에서는 선행된 요구사항을 분석하여 종합하고, 교육프로그램의 진행 단계를 고려한 교육프로그램 개발 모듈 초안의 필수 요소를 도출하였다.

#### 1) 프로그램 시안 구성

학생선수를 위한 셀프 브랜딩 프로그램은 체계적 운영과 효과성을 높이기 위해 프로그램의 목적, 목표 설정 및 수행 목표 세분화 과정을 거쳤다. 이어 프로그램, 교수전략 및 평가 방법을 선정하였다. 먼저 정한술(2019)이 개발한 청소년기의 브랜딩을 위한 아이덴티티 디자인 프로그램은 자기 이해, 자기수용, 자기격려, 자기 개발을 목표로 상황분석, 가치제안, 아이덴티티 개발, 브랜드 강화 순으로 브랜드 아이덴티티의 단계별 목표를 설정하였다. 먼저 SWOT 분석을 하여 자신이 가진 장점과 단점, 위기와 기회를 꼼꼼히 분석하고 자신을 되돌아보고, 자신의 다양한 모습을 구체적으로 탐색하도록 하였다.

이종호(2008)는 셀프 브랜드를 구축하기 위해 개인으로서의 욕구인 ‘나의 꿈은 무엇인가’, ‘내가 존재하는 이유는 무엇인가?’ 미션, ‘내가 현실화시키고 싶은 것, 창조하고 싶은 것은 무엇인가?’, 비전, ‘비전을 달성하기 위한 단계별 목표는 무엇인가?’ 실행 계획, ‘내가 중요하게 여기는 가치들은 무엇이며, 지배가치는 무엇인가?’ 등 구체적이고 세밀하게 스스

로의 가치관을 질문할 필요가 있다고 밝혔다.

### 3. 셀프 브랜딩 프로그램 개발(Develop)

개발단계에서는 분석 및 설계 단계에서 제작된 설계명세서에 따라서 교수 자료를 개발하고 제작하는 단계이다. 본 연구에서는 분석 및 설계 단계에서 도출된 내용에 따라 목표를 성취하기 위한 교수, 학습 자료 및 평가도구를 선정하였다. 학생선수를 위한 셀프 브랜딩 프로그램을 개발하는 단계로 프로그램의 회기별 내용과 제시 전략을 수립하고 활동지를 구성하여 프로그램을 개발하였다.

#### 1) 내용구성 및 개발 전략

학생선수들에게 실제로 도움을 줄 수 있는 프로그램 활동 내용을 효과적으로 제시하기 위해 프로그램 내용을 고려하여 체계적이고 유기적인 연관성을 갖도록 구성하였다. 본 프로그램은 회기별 목표를 달성하기 위해 다음과 같이 총 12회기 프로그램으로 구성하였다. 자기 인식 설문을 통한 현재 상황 점검하기, 나를 브랜딩하기, 브랜드 평판, 브랜드 이미지, 브랜드 가치, 외부환경 분석, 브랜드 활성화, 자기 인식 설문을 통한 프로그램 후 인식변화 단계로 구성하였다. 1차 파일럿 테스트를 통한 참여자 피드백과 전문가 자문 결과를 반영하여 프로그램을 수정, 보완한 후 프로그램을 확정하였다. 프로그램 시간은 회기당 80분, 총 12회기로 확정하였다.

#### 2) 프로그램 개발

분석, 설계, 내용구성 및 개발 전략 과정을 걸쳐

프로그램을 개발하였다. 프로그램의 회기별 활동은 크게 8단계로 주제와 흐름에 따라 회기별 활동 내용을 선정하였다. 각 주제와 내용에 따라 쉽게 이해를 도울 수 있는 학습자료를 준비하였다. 전체 프로그램은 총 12회차로 구성되었다. 1회기와 12회기는 자기 인식 설문으로 프로그램 사전과 사후 두 번 동일한 질문을 통해 자기 인식에 대한 변화 과정을 느낄 수 있도록 하였다. 2-4회기에는 스스로를 브랜딩 할 수 있는 방안으로, STP 전략, SWOT 분석, 주관적, 객관적으로 보는 셀프 브랜드로 구성하였다. STP 전략은 브랜드를 런칭할 때 주로 사용되는 용어로 세분화(Segmentation), 표적 세분화(Targeting), 포지셔닝(Positioning)의 앞 글자를 따 만들었다. SWOT 분석은 자신의 강점(Strength), 약점(Weakness), 기회(Opportunity), 위협(Treat) 등을 분석하는 틀로 사용하였다. 이는 외부의 평가로부터 노출되어 있는 학생선수들이 외부의 시선을 따르기보다는 내면의 나를 어떻게 하면 정확하게 표현하고 전달할 수 있는지를 살펴보고, 타인과의 차별점을 긍정적으로 익히는 학습이라고 할 수 있다.

5-6회기는 브랜드 평판에 대해, 특히 위기관리와 커뮤니케이션에 초점을 맞추어 구성하였다. 평판 관리의 방법 중 중요한 요소로 손꼽히는 것이 바로 위기관리이다. 7-8회기는 브랜드 이미지 인식을 알아보기 위한 퍼스널 컬러 분석하기, 스토리보드 작성을 통한 자기소개 영상 제작하기로 구성하였다. 스토리보드는 스토리의 명료한 시각화 전달이며, 성공적 연출을 위한 의사소통 방법이 된다(김지윤, 2016). 또한 스토리보드 작성 후 영상 제작은 체계화와 짜임새

있는 자기소개 구성을 제공한다. 9회기에는 이키가 이(삶의 만족) 작성을 통한 자신에 대한 브랜드 가치를, 10회기에는 현 상황에 대한 트렌드 분석을 통한 외부 환경 분석으로 구성하였다. 11회기는 브랜드 활성화 위한 홍보방안 논의가 이루어졌다. 특히 나를 포함한 우리 팀원들의 브랜드를 입히는 활동을 통해 주관적이고 객관적인 시각을 키우고 브랜드가 되는 것, 올바른 정체성을 확립할 수 있는 과정이라고 볼 수 있다. 요약해보면 회기별 프로그램 운영 및 구성은 <표 4>와 같다.

표 4. 회기별 프로그램 운영 및 구성

회기	주요 내용	접근방법	시간
1회기	자기 인식 설문	질문지	2
2회기	나를 브랜드하기	STP 전략	2
3회기		SWOT 분석	2
4회기		내가 보는 나 VS 남이 보는 나	2
5회기	브랜드평판	위기관리	2
6회기		커뮤니케이션	2
7회기	브랜드 이미지	퍼스널 컬러	2
8회기		자기소개 영상 제작을 위한 스토리보드	2
9회기	브랜드 가치	이키가이 작성	2
10회기	외부 환경 분석	트렌드 분석	2
11회기	브랜드 활성화	자기 동영상 제작하기	2
12회기	자기 인식 설문	질문지	2

분석 절차는 [그림 1]과 같이 자료수집, 전사 작업, 자료 분석, 자료 분석 후 범주화, 자료의 진실성, 연구 수행의 윤리적인 부분을 고려하여 진행되었다. 본 질적 연구의 통합적이고 보완적인 자료수집은 자료 분석과의 순환성을 가지고 연구의 상호보완적인 관계를 유지(김영천, 2008)할 수 있다.

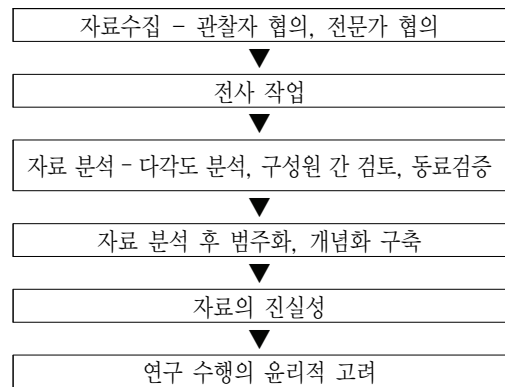


그림 1. 분석 절차

질적연구에서의 자료수집은 연구 현장의 현상을 그대로 담아내야 하기 때문에 다양한 출처에서 다각도로 확보할 수 있는 자료를 수집한다. 수업 참여관찰 및 녹취, 프로그램 참여 학생 면담, 서술형 설문조사, 단체생활 중 참여관찰, 사진 촬영, 문서 수집 등의 방법으로 자료를 수집하였다. 또한 연구자는 수업 참여관찰 방법, 수업 분석법, 면담 기술, 서술형 설문조사지 구성 및 분석 방법 등을 익히기 위해 3년에 시행착오 과정을 거쳐 다양한 질적 연구 방법을 연구하였다. 수집된 관찰 및 면담 자료는 모두 ZIP 파일에 저장하였고, 내용은 모두 전사하여 엑셀 파일에



지역 대학에 있는 학생선수들 중 프로그램 참여를 희망하는 15명이 참여하였다. 셀프 브랜딩 프로그램 실행은 2022년 3월 21일부터 6월 13일까지 매주 월요일에 2시간씩 총 12회기에 걸쳐 이루어졌다.

### 5. 프로그램 평가(Evaluation)

ADDIE 모형에서 ‘평가(Evaluation)’는 프로그램의 가치와 효과성을 체계적으로 검증하는 중요한 단계이다. 본 연구에서는 프로그램 평가의 일환으로 학생들에게 매 주차 수업 중, 수업 후에 “스스로가 어떤 것을 느꼈는가?”, “프로그램은 어땠는가?”와 같은 질문을 통해 주관적인 의견을 수집하였다. 학생들의 프로그램 만족도는 주로 개방형 질문지를 통해 이루어졌으며, 사전-사후 동일한 자기 인식 설문지를 통해 스스로에 대한 인식변화 및 통찰을 통한 변화를 살펴 보았다.

## IV. 결과 및 논의

셀프 브랜딩 프로그램은 학생선수들에게 어떠한 의미일까? 학생들은 ‘나를 포기하지 않고 끊임없이 나의 가치를 올리는 것이 셀프 브랜딩’이라고 답했다. 나를 최고로 만들고 가꾸는 것이 브랜딩의 기본이라고 답하기도 했다. 스스로를 포장해 현재 가지고 있는 것보다 훨씬 더 높은 가치로 평가받는 것이라고도 말했다. 무엇보다 유연한 사고와 스스로에 대한 가치를 파악한 것이 가장 인상적이었음을 알 수 있었다.

### 1. 명확한 정체성 구축: 자기 개념 인식의 확립

저는 초등학교 시절부터 계속 선수였으니까 다른 걱정도, 별다른 생각도 없었죠. 지금도 선수니까요. 형들 보니까 운동 그만두면 바로 군대에 가고, 군대에서 정신 차리고 미래를 설계해서 오니까, 저도 나중에 당연하게 그렇게 되겠구나 하면서 생각 없이 살았는데, 이제는 대학 생활도 적극적으로 살아야겠다는 생각이 듭니다.

(이키가이 작성 시 학생의 말)

수업을 들으면서 왜라는 질문을 정말 수없이 던졌습니다. 저는 여태 한 번도 ‘왜’라고 질문을 던져본 적이 없었어요. 생각하는 게 귀찮다고만 생각했는데, 매번 그런 시간이 많아지니까 또 재밌더라고요. 불안해하지 않고 스스로를 믿고 계속해서 나가보려고 해요. 내가 나를 사랑해 주고, 나를 믿어주기로 했어요.

(수업 중 학생의 발표 내용 중)

본 연구가 제시하는 학생선수의 셀프 브랜딩 프로그램은 기존의 선수라는 인식에서 벗어나 개개인이 지닌 다면적 자아를 인정하고 이를 통합된 하나의 브랜드 아이덴티티로 발전할 수 있음을 시사한다. 어린 시절부터 오랜 시간 경기력 향상과 승리 중심의 가치 체계 속에서 훈련을 받아왔으며, 이로 인해 ‘나는 운동선수다’라는 단일 정체성에 고착되기 쉬운 환경에 놓여왔다. 이는 자기 이해의 편향적 사고를 가져올 뿐만 아니라, 은퇴 이후의 삶에 대한 불안과 정체성 혼란으로 이어질 수 있다. 프로그램의 자기 개념 진단 단계에서는 학생선수가 자신의 인격적 특성, 내면의 동기, 가치관 등을 객관적으로 탐색하며, 운동 능

력 외의 개인이 가진 다양한 자질을 인식하게 된다.

다시 오지 않을 대학생 시절이잖아요. 돌아봤을 때 언제든 후회가 남지 않았으면 좋겠어요, 운동도, 공부도, 동아리 활동도, 대외 활동도, 학교생활도 다 놓치지 않는 생활을 하고 싶어요.

(올해 내가 꼭 하고 싶은 것에 대한 학생 답변)

교수님이 해주신 말 중에 운동하고 휴식하고, 데이트하고, 하고 싶은 건 다 찾아서 하면서, 자기 자신에 대해 돌아볼 시간은 없냐고 물어보셨던 말이 저에게 꽂혔어요. 어쩌면 제가 가장 중요한 포인트를 놓치고 있었다는 생각이 들었죠.

(수업 후 학생의 말)

자기를 진단하는 것은 운동선수로서의 정체성뿐 아니라 학습자, 리더, 사회 구성원으로서의 다양한 아이덴티티를 구축하게 된다. 이는 단순히 ‘운동을 잘하는 사람’에서 벗어나 ‘자신의 삶을 설계할 수 있는 사람’으로 성장하는 데 핵심적인 역할을 한다. 또한 셀프 브랜딩은 디지털 시대에 필요한 자기표현 및 커뮤니케이션 역량을 강화하는 데도 기여한다.

영상 찍고 편집해서 자기소개 하는 건 저한테 새롭고도 흥미로운 도전이었어요. 유튜브에 업로드하고 이후에 보니까 조회수가 많이 올라왔더라고요. 본격적으로 유튜버 한번 해보려고 진지하게 계획 잡고 있습니다.

(학생들의 영상 촬영 수업 소감)

처음에 수업할 때 누가 저의 사생활을 궁금해 할까 싶었거든요? 근데, 저도 생각해 보니까 다른 사람은 뭐하고 살까? 모르는 사람 브이로그 같은 거 계속 찾아보고 그러더라고요.

(수업 중 학생들의 말)

셀프 브랜딩 프로그램에서는 디지털 플랫폼 활용법, 미디어 인터뷰 스킬, 콘텐츠 기획 및 운영 전략 등을 실습 중심으로 다루며, 사진·영상 촬영, 글쓰기, 트렌드 분석하기 등 다양한 분야를 경험한다. 이는 자신의 삶을 주체적으로 설계하고 사회와 소통할 수 있는 기반을 마련해준다.

## 2. 진로 교육프로그램으로의 확장 가능성

학생선수들의 반복적인 패턴을 살펴보면, 지인들 대다수가 운동인이기 때문에 ‘나 역시도 그들과 동일하게’라는 생각이 만연해 있다는 것을 알 수 있다. 선배의 스토리가 곧 자신의 스토리가 되고, 자신의 스토리가 곧 후배의 스토리가 되는 등 돌고 도는 도돌이표의 삶이 아닌, 나에 대한 새로운 발견이 이루어진다. ‘OO 선배가 이번에 경찰이 됐다더라’, ‘OO 선배는 졸업 후에 야구 코치가 아닌 테니스 코치가 됐다더라’, ‘졸업하고 학교 직원으로 들어온 선배도 있어’ 등의 소식을 통해, 자신이 오랜 시간 소속된 종목이 아니어도 새로운 분야로의 도전이 가능함을 의미한다.

학생선수의 진로 교육은 여전히 정보 중심의 구조에 머물러 있는 경우가 많다. 대부분 프로그램은 은퇴 이후의 진로 선택, 취업 정보, 자격증 안내 등 실용적 정보 제공에 집중되어 있으며, 학생선수가 자신

의 삶과 경험을 진로와 연결 짓는 능동적 주체로 성장할 수 있도록 돕는 교육적 개입은 부족한 실정이다. 학생선수에게는 초·중·고 시절에 선행되어 왔어야 할 적성검사와 신중하고, 장기적으로 확인해야 할 진로 탐색이 여전히 ‘은퇴 이후’에 고민해야 할 문제로 인식되는 경우가 많다.

프로에 갔던, 가지 않았던 공통적으로 선배님들이 하는 말이 있어요. 저희의 시절이 좋은 거니까 마음껏 즐겨보라고요. 운동도 원 없이 해 보고, 놀기도 많이 놀아보라고요. 실수해도 좋고, 설명 그것이 정답이 아니더라도 되돌아봤을 때 후회 없는 인생을 살아야겠다고 생각했습니다.

(수업 중 학생의 말)

졸업하기 전에 하고 싶은 꿈이 생겼습니다. 복수전공도 해보고, 해외로 교환학생도 가고 싶어요. 저 3학년인데, 아직 가능하겠죠?

(자신의 목표 발표 시간에)

최근 들어 대학생선수의 ‘듀얼 커리어(Dual Career)’ 개념이 국내외 스포츠 교육 정책에서 핵심적인 화두로 부상하면서 개개인 맞춤형 진로 프로그램에 대한 중요성이 제기된다. 듀얼 커리어란 운동선수로서의 경력과 동시에 학업, 진로, 사회적 역할을 병행하는 삶의 설계를 의미하며, 이는 단순한 진로 탐색을 넘어 ‘삶의 통합적 설계’로 확장된다. 유럽연합(EU), IOC(국제올림픽위원회), NCAA(미국 대학스포츠협회) 등은 선수의 학업과 진로 병행을 위한 제도적 지원을 강화하고 있으며, 국내에서도 듀얼커리어를 위

한 진로 지원 프로그램을 확대하고 있다.

과정을 수료하고 난 뒤 교수님이 주신 셀프 상장이 가장 인상적이었어요. 공부로 상을 받는 건 거의, 아니 아마도 처음이 아니었을까.

(수업 마지막 날 학생의 말)

저도 꿈이 많았는데, 운동선수라는 핑계로, 혹시 만짓한다고 할까봐 숨기고 있었던 것 같아요. 오히려 저한테 동기부여가 될 수 있을지도 모르는데, 자꾸만 스스로를 가두려고 했던 것이 조금은 후회가 돼요. 그렇지만 뭐, 이제라도 알았으니 다행이죠.

(수업 후 학생의 말)

셀프 브랜딩은 단순한 자기 홍보 기술이 아니라, 대학생 선수가 자신의 경험을 재해석하고, 미래를 능동적으로 설계하는 자기 주도적 진로 교육을 가능하게 한다. 특히 대학생 선수는 고등학생과 달리 사회 진입을 앞둔 시점에 있으며, 진로 선택이 곧 삶의 방향성과 직결되는 현실적 과제를 안고 있다. 셀프 브랜딩은 이러한 시기에 학생선수가 자신의 정체성과 역량을 명확히 인식하고, 스포츠 외의 분야에서도 자신을 표현하고 설계할 수 있는 기반을 마련해준다. 이는 단순한 진학 전략을 넘어, 진로 교육의 본질적 방향성을 재정립하는 교육적 실천이라고 볼 수 있다. 또한 자신의 삶을 주도적으로 이끌도록 하는 기회를 제공하기도 한다.

### 3. 자기효능감 향상 및 회복탄력성 강화

학생선수들은 경기력과 학업, 인간관계, 진로 고

민 등 다양한 영역에서 지속적인 압박과 불확실성에 직면한다. 특히 경기 성적에 따라 자존감이 흔들리거나, 부상, 탈락, 은퇴 불안 등의 경험을 통해 심리적 위축을 겪는 경우도 적지 않다. 이러한 상황에서 셀프 브랜딩 프로그램은 단순한 진로 설계 도구를 넘어, 학생선수의 심리적 안정성과 자기효능감 향상에 기여하는 정서적 자원으로 작용할 수 있다. 프로그램을 통해 자신의 경험을 재해석하고, 실패나 좌절의 순간조차도 브랜드 내러티브의 일부로 생각함으로써 자기 삶에 대한 통제감과 주체성을 회복하게 된다.

운동을 잘하느냐, 못하느냐에 따라 저의 전체 평가가 이루어진다는 점에서 늘 긴장하면 살았었는데, 셀프 브랜딩 프로그램에서 제가 느낀 건 저에 대해 계속 믿음을 심어주는 거예요. 잘 해 왔고, 또 그렇게 할 수 있다고 믿으면 정말 그렇게 된다는 걸 다시금 느끼게 됐습니다. 자신감을 키워주셔서 감사합니다.

(셀프 브랜딩 프로그램 참여 소감 1)

운동과 공부에 경계점에서 고민하고 있었는데, 내가 무엇을 원하고 있었는지 정확한 길을 안내받은 느낌입니다. 결국은 제가 스스로 선택해서 찾아가는 과정이지만, 그 경험 속에서 저는 목표하는 바를 잘 이룰 수 있을 것이라고 생각했어요.

(셀프 브랜딩 프로그램 참여 소감 2)

앨버트 반두라(Albert Bandura)가 주장한 자기효능감 이론에서 말하는 ‘성공 경험의 재구성’과 ‘모델링’ 효과를 동시에 실현하는 과정일 수 있다(Bandura, 1977). 즉, 과거의 경험을 단순한 결과 중심이 아닌

성장의 서사로 재구성함으로써, 미래에 대한 긍정적 기대와 행동 동기를 강화한다. 또한 자신의 강점과 가치를 명확히 인식하고 외부에 표현하는 과정에서, 심리적 회복탄력성(resilience)을 높이는 데도 기여한다(Luthar, Cicchetti, & Becker, 2000).

네비게이션을 찍고 목적지를 갈 때, 모두가 출발점이 다르잖아요. 예를 들어 목적지가 홍대 입구라고 한다면 부천에서 출발하는 사람도 있고, 인천에서, 대전에서, 부산에서 출발할 수도 있잖아요. 내가 지금 어느 지점에서 출발하는지, 어디까지 도착하는지 명확하게 알고 있으면 정확하고 빠르게 도착할 수 있잖아요. 돌아가지 않아도 되고요. 그런 부분이 있어서, 수업은 나의 위치를 찾게 된 계기였습니다. 사람마다 위치도 다르고, 목적지도 달라서 가는 길이 다르겠지만, 나라는 위치를 찾아야 정확한 목적지로 빠르게 갈 수 있다는 사실을 명확히 알았습니다.

(셀프 브랜딩 프로그램 참여 소감 3)

결국 셀프 브랜딩은 대학생 선수가 단순히 ‘성공한 선수’가 되는 것이 아니라, ‘회복력 있는 인간’으로 성장할 수 있도록 돕는 자원으로도 기능한다. 이는 단순한 기술 교육을 넘어, 학생선수가 자신의 삶을 주체적으로 해석하고, 미래를 긍정적으로 설계할 수 있도록 돕는 정서적·인지적 통합 프로그램으로서의 가능성을 보여준다고 볼 수 있다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 학생선수를 위한 셀프 브랜딩 프로그램을 개발하고, 그 교육적 효과와 실천적 가능성을 검토하는 데 목적을 두었다. 특히 ADDIE 교수설계 모형을 기반으로 프로그램의 분석, 설계, 개발, 실행, 평가의 전 과정을 체계적으로 수행함으로써, 학생선수의 특성과 요구에 부합하는 맞춤형 교육프로그램을 제시하였다.

프로그램을 통해 학생선수들은 자신의 경험과 정체성을 능동적으로 탐색하고, 내면의 자아를 외부에 효과적으로 표현하는 역량을 강화할 수 있었다. 이는 단일한 '운동선수' 정체성에서 벗어나, 학습자, 리더, 사회 구성원으로서의 다면적 자아를 인식하고 통합하는 데 기여하였다. 특히 자기 개념이 명확해짐에 따라 자기효능감이 향상되었으며, 실패와 좌절의 경험을 자신만의 스토리로 재구성함으로써 자기 삶에 대한 통제감과 주체성을 회복하는 긍정적 효과가 나타났다.

또한 셀프 브랜딩 활동은 학생선수의 회복탄력성을 증대시키는 데도 중요한 역할을 하였다. 자신의 강점과 가치를 인식하고 이를 외부에 표현하는 과정은 정서적 안정성과 자기조절 능력을 강화하며, 이는 스트레스 상황에서의 적응력과 회복력을 높이는 데 기여하였다. 이러한 정서적 자원은 단순한 기술 교육을 넘어, 학생선수가 자신의 삶을 주체적으로 해석하고 미래를 긍정적으로 설계할 수 있도록 돕는 통합적

교육적 개입이 가능할 것이다.

또한 본 프로그램은 진로 교육의 새로운 방향성을 제시한다. 기존의 진로 교육이 정보 제공 중심에 머물렀던 것과 달리, 셀프 브랜딩은 학생선수가 자신의 경험을 기반으로 진로를 능동적으로 설계할 수 있도록 돕는다. 이는 '듀얼 커리어(Dual Career)' 개념과도 연결되며, 운동선수로서의 경력과 학업, 사회적 역할을 병행하는 삶의 설계를 가능하게 할 수 있을 것이다.

물론 본 연구도 한계가 분명하다. 본 연구에서는 프로그램의 효과를 단기적 관찰에 기반해 평가했기 때문에 장기적인 자기 개념 변화나 진로 선택에 미치는 지속적 영향에 대한 검증이 부족할 수 있다. 학습 환경의 제약과 제한된 시간으로 인해 심층적 활동이나 개별 맞춤형 피드백이 충분히 이루어지지 못했다는 점에서, 향후 연구에서는 보다 다양한 대상자와 환경을 고려한 확장적 접근과 장기적 추적 연구가 필요하다.

또한 향후 연구에서는 다양한 종목과 성별을 포함한 대상자 확대, 프로그램 종료 이후의 장기적 효과와 변화 추적, 정규 교육과정과의 통합 운영, 디지털 플랫폼 기반의 확장 등 보다 폭넓은 적용과 발전 방향을 모색할 필요가 있다. 이러한 후속 연구와 제도적 기반 마련은 셀프 브랜딩 프로그램이 대학스포츠 교육의 질적 향상과 학생선수의 삶의 질 증진에 실질적으로 기여할 수 있는 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 판단된다.

## 참고문헌

- 김보경(2019). 학교수업 설계를 위한 교육방법 및 교육공학. 서울: 학지사.
- 김아연, 김혜선(2025). 학생선수의 운동·학업 병행 속 정체성 위기: 고등학생과 대학생의 비교 분석. **한국위기관리논집**, 21(1), 103-130.
- 김지윤(2016). VR 영상영화용 스토리보드 템플릿 연구. 한국애니메이션학회 **학술대회지**, 16(6), 177-182.
- 김한범, 권순용(2019). 학생선수의 운동부 정체성 습득과 몰입 경험. **한국체육학회지**, 58(1), 17-28.
- 남상우, 이해령(2020). 학생선수 대 운동선수: 체육특기생의 정체성 규정 맥락 분석. **한국스포츠사회학회지**, 33(3), 77-97.
- 박성주(2016). 인문, 사회과학편: 스포츠윤리교육 프로그램 개발 및 적용. **한국체육학회지**, 55(1), 37-47.
- 박예솔, 정지혜(2024). 학생선수의 사회적 관심 구성 개념 탐색: Adler의 개인심리학 중심으로. **코칭능력개발지**, 26(3), 123-135.
- 양혜지, 한유진(2022). 20~30대 성인의 자기 개념 명확성이 대인관계 유능성에 미치는 영향에서 자기수용과 개인적 성장의 매개효과. **한국생활과학회지**, 31(6), 707-715.
- 오정미(2018). 대학글쓰기 퍼스널 브랜딩-포트폴리오 식 교안 연구. **건지인문학**, 22, 191-217.
- 이종호(2009). 퍼스널 브랜드 프로젝트 - 퍼스널 브랜딩 프로세스2. **마케팅**, 43(10), 59-63.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- Bender, A. (2021). Student athlete personal branding and the impact of the name, image, and likeness (NIL) legislation.
- Branch, R. M., & Varank, I. (2009). Instructional design: The ADDIE approach (Vol. 722, p. 84). New York: Springer.
- Chartrand, J. M., & Lent, R. W. (1987). Sports counseling: Enhancing the development of the student-athlete. *Journal of Counseling & Development*, 66(4), 164-167.
- Gaston-Gayles, J. L. (2004). Examining academic and athletic motivation among student athletes at a Division I university. *Journal of college student development*, 45(1), 75-83.
- Kotler, P., & Levy, S. J. (1969). Broadening the concept of marketing. *Journal of marketing*, 33(1), 10-15.
- Luthar, S. S., Cicchetti, D., & Becker, B. (2000). The construct of resilience: A critical

- evaluation and guidelines for future work, *Child development*, 71(3), 543–562.
- Linville, P. W. (1985). Self-complexity and affective extremity: Don't put all of your eggs in one cognitive basket. *Social cognition*, 3(1), 94–120.
- Marsh, H. W., & Perry, C. (2005). Self-concept contributes to winning gold medals: Causal ordering of self-concept and elite swimming performance. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 27(1), 71–91.
- Quinaud, R. T., Possamai, K., Gonçalves, C. E., & Carvalho, H. M. (2023). Student-athlete identity variation across the undergraduate period: a mixed-methods study. *Perceptual and Motor Skills*, 130(2), 876–901.
- Rangarajan, D., Gelb, B. D., & Vandaveer, A. (2017). Strategic personal branding—And how it pays off. *Business Horizons*, 60(5), 657–666.
- Ronkainen, N. J., Kavoura, A., & Ryba, T. V. (2016). A meta-study of athletic identity research in sport psychology: Current status and future directions. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 9(1), 45–64.
- Steele, A. R., Van Rens, F. E., & Ashley, R. (2020). A systematic literature review on the academic and athletic identities of student-athletes. *Journal of intercollegiate sport*, 13(1), 69–92.
- Woods, J., Hartwell, M., Oldham, L., & House-Niamke, S. (2023). Centering the self, doing the sport, and being the brand: The self-branding of lifestyle athletes on Instagram. *International Journal of Sport Communication*, 16(2), 159–167.

## Development of a Self-Branding Program for Student-Athletes

Hee-Ok Youm(Dongguk University, Adjunct Instructor)

### ABSTRACT

The purpose of this study is to develop a self-branding program designed to support student-athletes—individuals who face the demands of dual identities as both students and athletes—in maximizing their potential and establishing a positive self-concept. To achieve this, the study adopted the ADDIE model, a widely recognized framework for instructional design, as its methodological foundation and systematically carried out each phase of the program development process. In the Analysis phase, the direction of the program was established through a literature review and a comprehensive needs analysis, which investigated the characteristics of student-athletes as potential learners, the educational environment, and core tasks. In the Design phase, the program's goals were specified based on the analysis results, and the structure of the instructional content, strategies, and assessment tools was developed. The Development phase involved creating instructional materials and activity sheets in alignment with the design blueprint, and content validity was secured through expert reviews. In the Implementation phase, the program was piloted in an actual educational setting to verify its field applicability and effectiveness. Finally, in the Evaluation phase, a comprehensive assessment of both the process and outcomes of the program was conducted to identify areas for improvement and to complete the final version of the program. This self-branding program, developed through a systematic and evidence-based process, offers a practical educational intervention that helps student-athletes discover their value and vision beyond the realm of sports and cultivate the ability to manage and express their identities effectively. The study holds significance in presenting an empirical case of program development aimed at supporting the holistic growth of student-athletes and is expected to contribute to future research and educational practice in related fields.

Key words: Self-branding, Student-athletes, Self-efficacy, Resilience, Self-concept, ADDIE model

논문 접수일 : 2025. 08. 24

논문 승인일 : 2025. 09. 19

논문 게재일 : 2025. 09. 30