

Original Article

Effect of Perceived Authenticity on [Kick A Goal] Female Viewers' Football Participation Intention : The Mediating role of Viewing Flow

Hyunjee Rhee and Eunah Hong*

Ewha Womans University

Article Info

Received 2024. 01. 16.
Revised 2024. 03. 10.
Accepted 2024. 03. 20.

Correspondence*

Eunah Hong
unahong@ewha.ac.kr

Key Words

Women's football, Perceived authenticity, Viewing flow, Football participation intention, Female viewers

이 논문은 1차자의 석사학위 논문의 일부를 발췌하여 수정, 보완한 것임.

PURPOSE This study aims to examine the mediating effect of viewing flow on the relationship between perceived authenticity among [Kick A Goal] female viewers' and football participation intention. **METHODS** A total of 414 questionnaires were distributed to [Kick A Goal] female viewers, aged from 20s to 60s, who had no experience in football. Among the collected questionnaires, the data used for the final analysis was 338 after data cleaning. The data analysis was conducted using SPSS 25.0, and it included frequency analysis, descriptive statistics analysis, correlation analysis, simple regression analysis, and a three-step mediation analysis proposed by Baron & Kenny(1986). **RESULTS** This study's results were as follows: First, the perceived authenticity of female viewers positively affected viewing flow. Second, the viewing flow of female viewers positively affected their football participation intention. Third, viewing flow fully mediated the relationship between perceived authenticity and football participation intention. **CONCLUSIONS** In summary, this study suggests that it is significant to produce programs with authenticity and maximize viewing flow to further enhance the intention of female viewers to participate in football.

서론

“축구! 우리도 할 수 있어! 진정성 200%! 축구에 진심인 그녀들과 대한민국 레전드 태극전사들이 함께 만들어가는 건강한 소모임 탄생! Goal 때리게 재밌고! Goal 때리게 풀깃한! 여자축구의 르네상스가 펼쳐진다(SBS, 2023a).”

SBS 예능 프로그램 <골 때리는 그녀들(이하 골때녀)>은 전술한 기획 의도에서 알 수 있듯 ‘진정성’이라는 키워드를 내세우며 국내 여자축구에 열풍을 일으켰다. 진정성은 리얼리티 프로그램에서 중요한 화두로 떠오르고 있으며, 시청자의 인식을 살피는데 중요한 요인으로 평가받고 있다(Yu & Kim, 2019). 스포츠 예능 프로그램 제작진을 대상으로 인터뷰를 진행한 Lee & Lee(2023)의 연구에 따르면, 스포츠 예능 프로그램이 성공하기 위해서는 프로그램 제작에서 진

정성이 드러나는 것뿐만 아니라 출연진의 진정성이 시청자에게 전달되게 하는 것 또한 중요하다. TV 프로그램에서 진정성을 다룬 연구는 여행 예능(Shin & Kah, 2019), 음악 예능(Lee & Kim, 2015, 2021; Lee & Lee, 2022), 오디션 프로그램(Kim, 2011; Lee, K. S., 2011; Tao, 2019) 등이 있지만 스포츠 예능 프로그램의 진정성과 관련된 실증연구는 찾아보기 힘든 실정이다. 특히 <날아라 슛돌이, 2005>, <천하무적 야구단, 2009>, <우리 동네 예체능, 2013>, <청춘FC 형그리 일레븐, 2015>, <씨름의 희열, 2019>, <진짜 농구, 헛점타이거즈, 2020> 등 과거부터 방영된 다수의 스포츠 예능 프로그램과 2019년부터 방영되고 있는 <몽쳐야 찬다> 주인공은 대부분 남성이었으며, 여성들의 출연은 대부분 일회성에 그쳤다는(Haw, 2020) 점에서 여성 중심의 스포츠 예능 프로그램인 <골때녀>의 의미와 상징성이 부각된다(Shin, 2022.5.31.).

특히 <골때녀> 출연진들의 진정성은 시청자들로 하여금 시청물임을 유발하면서 ‘나도 할 수 있다’라는 용기와 내재되어 있던 스포츠 참여에 대한 열망을 불러일으키고 있다(Ahn, 2022.2.10.). 시청자의 몰입 경험이 스포츠 참여에 미치는 긍정적인 영향을 규명해온 선행 연구들(Ahn, 2016; Joo, 2012; Lee, 2012, 2019; Lee & Lee,

© This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

2016; Park & Kim, 2001)을 바탕으로 본 연구는 '진정성'을 기획 의도로 내세우는 <골때녀> 여성 시청자의 인지된 진정성이 축구 참여의도에 미치는 영향과 시청물입의 매개역할을 규명하고자 한다.

<골때녀>는 2021년 2월 설날 특집으로 기획된 파일럿 프로그램으로 시작되었지만, 최고시청률 14%를 기록하며 설 예능 1위를 차지한 이후 정규 예능 프로그램으로 편성되었다(Lee, 2021.4.22.). 2021년 6월 16일 정규 편성되어 시즌 1이 방영된 이후, 휴지기 없이 시즌 2(2021.10.13.~2022.09.14.), 시즌 3(2022.09.21.~2023.02.22.), 시즌 4(2023.03.01.~2023.07.19.)가 이어졌으며, 제 1회 SBS컵(2023.07.26.~2023.10.25.)을 걸쳐 현재 시즌 5(2023.11.01.~ 현재)가 방영되고 있다(SBS, 2023b). <골때녀>는 엘리트 선수 출신 중심의 타 프로그램과 달리 개그우먼, 모델, 외국인, 배우, 국가대표 가족 등 비(非)선수 출신, 축구를 처음 접해 보는 다양한 직종의 여성이 참여한다는 점, 20대부터 60대까지 다양한 연령대로 구성되어 있다는 점(Kim, 2022)에서 뚜렷한 차별성을 드러낸다. <골때녀>는 역대 국내 예능 프로그램 중 가장 많은 여성 출연진이 고정 출연하며(Woo, 2021.11.26.), 한국기업평판연구소에서 실시한 2022년 3월 예능 프로그램 평판지수에서 1위를 차지하는(Lee, 2022.3.5.) 등 주목할 만한 성과를 내고 있다. 2023년 9월에 문화체육관광부로부터 받은 '올해의 양성평등 문화 콘텐츠상'은 여자축구의 저변을 확대하고 스포츠와 성별에 대한 편견을 깬다는 평가를 이끌어내기도 했다(Yoon, 2023.9.15.).

<골때녀>의 인기와 더불어 기존 여성축구 동호회의 규모가 확대되고 새로운 여성축구 동호회가 창단되고 있다(Youm & Chung, 2023). 축구교육 전문회사 제인앤스포츠에 따르면, <골때녀> 정규 편성 이후 여성들의 축구클럽 신규 가입률이 기존 대비 400% 증가하였고(Yoo, 2021.7.21.), 대학생부터 중년까지 다양한 연령대의 여성이 참여하는 것으로 조사되었다(Choi & Kim, 2022.6.16.). 대한축구협회의 자료에 근거하면, 등록된 전국 여자축구 동호인은 2019년 4,478명에서 2022년 5,010명으로 코로나19의 영향에도 불구하고 약 12% 증가하였으며(KFA, 2019, 2022), 전국 여자축구 동호회 수 또한 2019년의 125개에서 18% 증가하여 2022년에는 148개가 되었다(Shin, 2023.4.3.). 통계에 잡히지 않는 여자축구 동호인 또한 상당수 있을 것이기에 실제 여자축구 동호회 및 참여자들의 규모는 더욱 증가한 것으로 보인다.

축구는 한국 사회에서 남성의 산물로 여겨졌기 때문에 '축구하는 여성'에 대한 그릇된 사회문화적 편견이 존재하는 것이 사실이다(Hwang, 2016). 이러한 현실에서 <골때녀>가 여성 시청자들의 축구 참여의도에 미치는 영향을 검증하는 것은 학술적으로도 흥미로운 주제가 아닐 수 없다.

본 연구의 목적은 <골때녀> 여성 시청자의 인지된 진정성이 축구 참여의도에 미치는 영향에서 시청물입의 매개효과를 검증하는 데 있다.

이론적 배경 및 연구가설

진정성은 '온전함을 소유함'이라는 뜻이며(Jin, 2018), 자신의 가치와 일치되게 행동하여 실제 자기 자신으로 존재하는 것으로 정의된다(Erikson, 1959). 진정성은 주로 철학 및 심리 분야의 탐구 영역이었으나 최근에는 기업, 광고, 제품과 소비자의 관계 등 다양한 분야

에서 논의되고 있다(Yoo, 2020). 진정성은 시대 상황에 따라 변화하는 특성이 있으며(Suh et al., 2014), 리얼리티 프로그램에서의 진정성은 콘텐츠의 내용에 따라 변할 수 있으므로 이에 관한 지속적인 연구가 필요하다(Barton, 2009).

특히 리얼리티 프로그램에서는 시청자가 프로그램의 진정성을 인지하는 것이 안정된 시청 조건 중 하나로 꼽힌다(Hong, 2010). 리얼리티 프로그램에서 정의되는 진정성은 실제 사건을 그대로 재현하는 것이 아닌, 사실일 것이라고 시청자들이 느끼는 인지된 진정성(perceived authenticity)이다(Kim, 2011). 제작진은 시청자들이 진정성을 경험할 수 있는 다양한 장치들(경연자들의 준비 과정, 개별 의견 삽입, 판단단의 자유로운 대화, 경연 결과 발표와 반응 등)을 활용하여 시청자들이 실제 상황을 보는 듯한 긴장감과 감흥을 느끼도록 한다(Lee & Lee, 2022).

Hall(2009)의 연구에서는 리얼리티 프로그램 시청자의 인지된 진정성이 출연자의 기이함(cast eccentricity), 대표성(representativeness), 솔직함(candidness), 제작진의 조종(producer manipulation) 등 네 가지 하위 요인으로 구성된다고 하였다. 이 연구에서는 출연자의 기이함 및 제작진의 조종이 낮을수록, 출연자의 대표성 및 솔직함이 높을수록 진정성을 인지하는 것에 긍정적인 영향을 주는 것이 밝혀졌다. 이러한 인지된 진정성은 시청자를 몰입하게 하는 중요한 기제이며, 수용자들의 관여에 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 Hill(2005)에 따르면 리얼리티 프로그램을 보는 시청자들은 화면에서 보는 맥락(text), 장면이 진실하고 사실에 근거할 것이라는 기대를 갖게 된다. 승부에 대한 '예측 불가능성', '각본 없는 드라마'가 스포츠의 근간이라는 점을 고려할 때, <골때녀>에서 시청자들이 인지하는 진정성은 시청자들의 몰입을 증대시킬 것이라고 예측 가능하다. 이를 바탕으로 설정한 가설 1은 다음과 같다.

가설 1. <골때녀> 여성 시청자의 인지된 진정성이 시청물입에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

몰입(flow)은 심리학자 Csikszentmihalyi(1975)가 처음 제시한 개념으로, 개인이 특정 활동에 전적으로 빠져있는 상태를 뜻한다. 몰입은 심리학 분야뿐만 아니라 예술, 음악, 스포츠, 게임 등 다양한 분야에서 연구가 진행되고 있다(Kim, 2013). Csikszentmihalyi(1975)는 몰입을 거시적 몰입과 미시적 몰입으로 분류하였다. 거시적 몰입은 깊은 몰입을 요구하는 활동에서 발생하는 것인데 비하여, 미시적 몰입은 사소하고 자동적인 활동에서 발생한다. 시대의 흐름에 따라 미디어 환경은 양방향으로 변화하고 있기 때문에 TV 시청자들은 더욱 능동적인 성향을 보이고 있다(Roh & Son, 2004). Csikszentmihalyi(1997)의 연구에 따르면 본 연구가 다루고자 하는 TV 시청은 일상적이고 수동적인 여가활동으로서 미시적 몰입으로 정의된다. 몰입을 경험하는 과정에서 도전과 기술의 균형, 명확한 목표, 구체적 피드백, 과제에 대한 전적인 집중, 행위와 인식의 일체, 통제감, 자의식 상실, 시간 감각의 왜곡, 자기 목적적 경험 등 9가지를 느낀다고 Csikszentmihalyi(1997)는 주장하였다.

의도(intention)는 미래행동을 설명하고 예측할 수 있기 때문에 신체활동에서 중요한 개념이며(Rhodes & Rebar, 2017), 의도를 통해 사람들이 특정 행동을 수행하기 위한 노력과 동기를 파악할 수 있다(Ajzen, 1991). 이처럼 의도는 인간의 모든 행동에 선행되는 개

넘이기 때문에 미래 행동의도와 관련이 있으며, 참여의도는 실제 활동 참여에 영향을 미치는 선택에 대한 최종 결심 상태를 뜻한다(Lee, 2006). 스포츠 참여는 직접 참여와 간접 참여로 분류할 수 있으며, 직접 참여는 개인이 스포츠 활동에 직접 참여하는 일차적 참여이며, 간접 참여는 경기관람, TV 시청, 신문 읽기 등을 통한 이차적 참여를 뜻한다(Lee, 2011).

심리학에서 등장한 이론인 S-O-R(Stimulus-Organism-Response)은 외부 환경 자극을 통해 사용자의 내적 의식, 더 나아가 행동(의도)까지 예측하는 목적으로 다양한 분야에서 적용되고 있다(Wang et al., 2022). Byun(2023)은 라이브 커머스 소비자를 대상으로 여행상품 라이브 커머스 특성을 자극(S), 소비자의 시청몰입을 유기체(O), 구매행동의도를 반응(R)로 하여 실증분석을 진행하였고, 그 결과 시청몰입과 구매행동의도 간 긍정적 영향력을 검증한 바 있다. 이 외에도 시청몰입과 축구 참여의도의 관계를 살펴본 연구로는 청소년의 TV 스포츠 프로그램 시청몰입이 높을수록 스포츠 활동 참여의도가 높다는 것을 밝힌 Park & Kim(2001)의 연구, 스포츠 미디어 관여 경험이 신체적, 정서적, 인지적 참여에 유의한 영향을 미치는 것을 규명한 Lee(2012)의 연구, 400명의 중·고등학교 학생들을 대상으로 스포츠 미디어 몰입 경험이 스포츠 참여에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝힌 Lee & Lee(2016)의 연구도 존재한다. 이를 바탕으로 세운 가설 2는 다음과 같다.

가설 2. <골때녀> 여성 시청자의 시청몰입이 축구 참여의도에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서는 <골때녀> 여성 시청자의 시청몰입이 인지된 진정성과 축구 참여의도 간에 매개역할을 하는지를 검증하고자 한다. Katz(1959)에 의해 처음 제시된 '이용과 충족 이론(Uses and Gratifications Theory)'은 시청자의 미디어 이용 동기와 그에 따라 얻게 되는 충족을 설명할 때 사용되는 대표적인 이론이다(Lee et al., 2016). Katz(1959)는 과거에는 '미디어가 사람들에게 무엇을 하는가?'를 질문했다면 현재는 '사람들이 미디어를 통해 무엇을 하는가?'에 중점을 두어야 한다고 주장한다(An & Han, 2018). 즉 시청자를 단순히 미디어를 받아들이는 수동적인 존재가 아닌, 자신들의 욕구와 필요에 따라 미디어를 선택하여 만족을 얻는 능동적인 주체로 규정한다(Park & Song, 2009). 능동적인 시청자의 관점에서 미디어의 이용 동기를 밝히고, 결과적으로 미디어의 영향과 기능을 평가할 때 이용과 충족 이론이 적용할 수 있다(Jeong & Kim, 2020). 이를 근거로 개인의 욕구와 필요에 따라 <골때녀>를 보는 능동적 여성 시청자들의 시청몰입이 프로그램의 진정성과 시청자들의 축구 참여의도를 매개할 것으로 추정 가능하다.

덧붙여 Jeong & Kim(2020)은 대학생들의 유튜브 브이로그 시청 동기를 밝히는 과정에서 시청몰입의 매개효과를 검증한 바 있고, Seo et al.(2017)은 '사회적 시청'(시청 중인 TV 프로그램과 관련한 자신의 생각이나 의견, 정보를 같은 공간에 있지 않은 타인에게 표현하고 공유하는 행위: p.31)에서 콘텐츠 몰입이 매개 역할을 하는 것을 실증적으로 밝혔다. 이처럼 몰입은 시청자의 프로그램에 대한 경험과 판단에 영향을 미치는 통로 역할을 하며(Lee & Lee, 2022), 재방문 의도, 향후 이용 의도, 지속 이용 의도 등에 긍정적인 영향을 미치는 변인이다(Kwon et al., 2020). 이를 바탕으로 세운 가설 3은 다음과 같다.

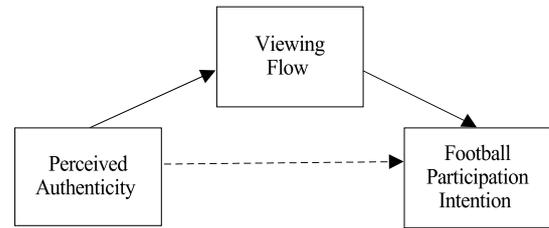


Fig. 1. Research model

가설 3. <골때녀> 여성 시청자의 인지된 진정성이 축구 참여의도에 미치는 영향에서 시청몰입은 매개효과가 있을 것이다.

본 연구의 모형은 <Figure 1>과 같다.

연구방법

연구대상

본 연구는 <골때녀> 시청 경험이 있으며, 축구 참여경험이 없는 20대에서 60대 여성 시청자들을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 편의표본추출 방법을 통해 오프라인 설문조사 및 온라인 설문조사를 실시하였다. 그 결과 오프라인 설문조사 78부, 온라인 설문조사 336부, 총 414부의 설문지를 수집하였다. 이 중 내용이 누락되었거나 불성실 응답이라 판단된 76부(오프라인 설문조사 8부, 온라인 설문조사 68부)를 제외한 338부의 응답을 최종분석에 활용하였다. 응답자들의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다.

연구도구

본 연구는 <골때녀> 여성 시청자의 인지된 진정성이 축구 참여의도에 미치는 영향과 시청몰입의 매개효과를 알아보기 위해 설문지를 연구도구로 사용하였다. 설문지의 구성은 인구통계학적 특성 5문항, 인지된 진정성 11문항, 시청몰입 8문항, 축구 참여의도 13문항으로 총 37문항으로 구성하였다. 인구통계학적 특성을 제외한 모든 문항은 Likert의 5점 척도로 구성되었으며, 설문지의 구체적인 구성은 <Table 2>와 같다.

1. 인지된 진정성

인지된 진정성은 시청자들이 리얼리티 프로그램에서 묘사되는 내용과 출연진의 행동을 얼마나 진실한 것으로 인식하는지를 뜻한다(Kim, 2011). 본 연구에서의 인지된 진정성은 여성 시청자가 <골때녀>의 콘텐츠와 출연진 등 프로그램에서 제시되는 내용이 진실한 것으로 인식하는 정도로 조작적 정의를 내렸다. Hall(2009)의 인지된 진정성 척도를 변안한 Kim(2011)의 설문지를 본 연구에 맞게 수정 및 보완하여 활용하였다.

Table 1. Demographic characteristics of participants

Variables		N	%
Survey method	Online	268	79.2
	Offline	70	20.7
Age	20s	120	35.5
	30s	116	34.3
	40s	62	18.3
	50s	32	9.5
	60s	8	2.4
Married status	Single	209	61.8
	Married	129	38.2
Educational background	Below high school graduation	40	11.8
	College enrollment	49	14.5
	College graduation	208	61.5
	Graduate school and over	41	12.1
Total		338	100

Table 2. List of measurement

Variables		Factors
Control Variable	Demographic characteristics of participants	Age
		Married status
		Educational background
Independent Variable	Perceived Authenticity(PA)	Manipulation
		Representativeness
		Candidness
		Eccentricity
		Cognitive absorption
Mediating Variable	Viewing Flow(VF)	Time distortion
		Enjoyment
		Attitudinal intention to participate
Dependent Variable	Football Participation Intention(FPI)	Behavioral intention to participate
		Total

2. 시청몰입

몰입은 개인이 어떤 활동에 깊이 집중하고 있을 때 느끼는 의식 상태를 뜻한다(Csikszentmihalyi, 1990). 본 연구에서의 시청몰입은 <골때녀> 시청 활동에 깊이 빠져있는 정도로 조작적 정의를 내렸으며, Csikszentmihalyi(1977)의 연구를 기초로 Kim & Ko(2019)의 시청몰입 문항을 수정한 Yin(2023)의 설문지를 본 연구에 맞게 수정 및 보완하였다.

3. 축구 참여의도

참여의도란 특정 행동을 하고자 하는 생각 또는 계획으로, 스포츠에서는 스포츠에 참여하고 있지 않은 사람이 향후 스포츠에 참여하고자 하는 의도를 뜻한다(Lee & Lee, 2016). 본 연구에서는 축구 참여의도를 축구에 참여하고 있지 않은 사람이 향후 축구에 참여하고자 하는 의도라고 조작적 정의를 내렸으며, Lee & Lee(2018)가 개발한 미래 스포츠 참여 의지의 척도를 본 연구에 맞게 수정 및 보완하여 사용하였다.

4. 조사도구의 타당도, 신뢰도 및 상관관계 분석

본 연구는 설문지 배포를 통해 자료를 수집한 이후 SPSS 25.0 프로그램을 이용하여 자료처리를 진행하였다.

본 연구에서는 탐색적 요인분석을 실시하여 타당도를 검증하였다. 변수와 요인에 대한 상관관계를 나타내는 요인적재량은 .4 이상일 경우 유의하고 .5 이상일 경우 매우 높은 유의성을 갖는다고 할 수 있다(Kang, 2010). 따라서 본 연구는 요인적재량이 .5 이상의 기준에 적합하지 않은 문항들을 추출하여 제거하였다. 이 과정에서 인지된 진정성 4문항, 축구 참여의도 3문항이 제외되어 최종적으로 인지된 진정성 7문항, 시청몰입 8문항, 축구 참여의도 10문항이 사용되었다. 탐색적 요인분석 결과는 <Table 3>과 같다.

본 연구에서 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's α 값을 활용하였으며, 인지된 진정성 문항은 .837, 시청몰입 문항은 .880, 축구 참여의도 문항은 .941로 나타났다. 모든 설문지의 측정항목이 Cronbach's α 값 .70 이상이 되어야 신뢰도가 확보된다는 조건을 충족하였기 때문에 검사도구로 사용하기에 적합하다고 판단하였다. 인지된 진정성, 시청몰입, 축구 참여의도 간의 상관관계를 분석한 결과는 <Table 4>와 같다.

연구결과

<골때녀> 여성 시청자의 인지된 진정성이 축구 참여의도에 미치는 영향에서 시청몰입의 매개효과를 확인하기 위해 Baron & Kenny(1986)의 매개분석 3단계를 진행하였으며 그 결과는 <Table 5>와 같다.

Baron & Kenny(1986)의 1단계 분석을 통해 독립변수가 매개변수에 통계적으로 유의한 영향을 미치는지를 검증하였다. 여성 시청자들의 인지된 진정성은 시청몰입에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.387, p<.001$).

2단계 분석을 통해 독립변수가 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미치는지를 검증하였다. 여성 시청자들의 인지된 진정성이 축구 참여의도에 미치는 영향에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.200, p<.001$).

마지막으로 3단계 분석을 확인하였다. 3단계 분석에서 독립변수와 종속변인이 통계적으로 유의하지 않고 매개변수와와의 관계에서 유의하면 완전 매개효과를 가지며, 독립변수와 종속변수의 관계가 유의하면 부분 매개효과를 가진다(Baron & Kenny, 1986). 인지된 진정성이 축구 참여의도에 미치는 영향을 분석한 결과, 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났다($\beta=.008, p>.05$). 인지된 진정성과 축구 참여의도의 관계에서 시청몰입은 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 도출되었다($\beta=.495, p<.001$). 3단계 β 값에 비해 2단

Table 3. Exploratory factor analysis

Factor	Perceived Authenticity	Viewing Flow	Football Participation Intention
Perceived Authenticity	.801	-.011	-.020
	.795	.090	-.096
	.758	.039	.033
	.710	.204	.033
	.616	.226	.208
	.577	.158	.246
	.575	.281	.046
Viewing Flow	.106	.739	.071
	.173	.729	.235
	.040	.719	.118
	.131	.709	.145
	.077	.707	.257
	.213	.687	.247
	.208	.611	.302
Football Participation Intention	.226	.605	.289
	.047	.162	.873
	.048	.182	.855
	.066	.127	.850
	.082	.122	.825
	.121	.135	.818
	.041	.203	.795
Eigenvalues	.070	.223	.751
	.077	.169	.708
	.033	.251	.694
	-.013	.289	.651
	3.646	4.391	6.682
	14.582	17.563	26.727
	58.871	44.289	26.727

Bartlett's test $X^2=5156.638$ ($df=300$, $p=.000$)

계의 β 값이 크게 도출되었으며, 3단계 p 값이 통계적으로 유의하게 나타나지 않았으므로 인지된 진정성과 축구 참여의도의 관계에서 시청몰입은 완전 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

Table 5. Results of regression analysis

Step	Variable	<i>B</i>	<i>S.E.</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	R^2	<i>F</i>
1	PA → VF	.336	.044	.387	7.705	.000	.150	59.361***
2	PA → FPI	.251	.067	.200	3.743	.000	.040	14.008***
3	PA → FPI	.010	.064	.008	.158	.875	.249	55.408***
	VF → FPI	.717	.074	.495	9.642	.000		

*** $p < .001$

Table 4. Correlation among Perceived Authenticity, Viewing Flow, and Football Participation Intention ($N=338$)

	Perceived Authenticity	Viewing Flow	Football Participation Intention
Perceived Authenticity	1		
Viewing Flow	.39**	1	
Football Participation Intention	.20**	.50**	1
Mean	3.27	3.91	3.30
S.D.	.79	.68	.99

** $p < .01$

논의

본 연구결과를 바탕으로 다음과 같이 논의하고자 한다.

첫째, <골때너> 여성 시청자의 인지된 진정성은 시청몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 시청자들이 프로그램의 진정성을 느낄수록 프로그램에 더욱 적극적으로 관여하고 몰입하게 된다는 것을 의미한다. 본 연구결과는 오디션 프로그램에서 시청자의 인지된 진정성이 몰입에 정적인 영향이 있음을 밝힌 Tao(2019)의 연구결과와 일치한다.

리얼리티 프로그램에서 진정성과 관련된 논란은 끊이지 않고 있다. 일부 프로그램에서는 재미와 시청률을 높이기 위해서 '악마의 편집'을 하는 것으로 알려져 있다(Kwon, 2017). 이러한 상황이 발생할 경우 프로그램의 리얼리티에 대한 의심이 발생하여 이는 곧 시청자들의 몰입을 방해하고 결국 시청중단으로 이어질 수 있다(Lee & Lee, 2022). <골때너> 또한 조작 논란으로 인해 프로그램 폐지 위협에 직면하기도 했다(Shin, 2021.12.25.). 경기의 승패 결과 및 최종 점수는 바뀌지 않았지만, 시청자의 몰입도를 높이기 위해 골 득점 순서를 조작하였기 때문이다(Nam, 2021.12.26.). 진정성이 핵심인 프로그램에서 발생한 조작 논란으로 인해 방송에 몰입했던 시청자들은 큰 실망감을 느꼈던 것이다(Yoo, 2021.12.26.).

진정성에 부정적인 영향을 미치는 제작과정의 논란을 근본적으로 방지하기 위해서는 조작 행위를 사전에 방지할 수 있는 시스템이 필요하다. 리얼리티 프로그램의 진정성을 연구한 Kim(2011)은 극적인 전개를 위해 내용을 왜곡하는 과다편집은 프로그램의 본질을 벗어난 것이기 때문에 이에 대하여 제작 현장과 학계에서 심도 있는 논

의가 필요하다고 주장한 바 있다. 따라서 제작진은 기획부터 제작, 편집에 이르기까지 모든 단계에서 진정성을 고려해야 한다.

또한, 향후 스포츠 예능 프로그램 제작에 있어서 스포츠의 정신과 윤리를 훼손하는 일이 없도록 구체적인 가이드라인을 설정하여 모든 단계에서 사전 및 사후 검토를 더욱 강화해야 한다. 각 방송사에서는 스포테인먼트 프로그램 제작진을 대상으로 지속적이고 체계적인 윤리교육을 실시하여 발생할 수 있는 사고를 사전에 예방하는데 전심을 쏟아야 할 것이다. 이러한 예방책에도 불구하고 논란이 발생한 경우에는 명확한 프로세스를 통해 신속하고 투명한 조치를 발표하는 시스템 구축이 요구된다.

제작진의 진정성뿐만 아니라 출연진의 진정성도 시청자의 몰입을 이끄는 중요한 요소이다. Hill(2005)은 시청자들이 리얼리티 프로그램의 출연자들이 진실하게 보이고 행동할 때 프로그램에 더욱 몰입하게 된다고 밝힌 바 있다. 최근 리얼리티 프로그램에 참여하는 일반인 출연자들에 대한 검증 부족으로(예: 넷플릭스 '피지컬 100'의 출연자 3명이 학교폭력 및 폭행 가해자로 지목, MBN 예능 프로그램 '불타는 트랜맨'에서는 학교폭력 논란으로 출연진이 하차) 여러 논란이 발생한 바 있다(Kang, 2023.3.22.). TV 조선 오디션 프로그램 '내일은 미스트롯2'에서는 내정자 의혹으로 출연진 선발에 대한 공정성에 대한 의구심을 불러일으켰다(Lee, 2020.12.25.). 이러한 사례들을 참고할 때 <골때녀>가 진정성과 신뢰성을 가진 프로그램으로 더욱 발전하기 위해서는 출연진 선발과 관련하여 명확한 평가/검증 기준을 도입할 필요가 있다.

둘째, <골때녀> 여성 시청자의 시청몰입은 축구 참여의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 미디어 스포츠 몰입 경험이 청소년들의 스포츠 활동, 관람 등의 행동적 참여에 영향을 미치는 요인임을 밝혀낸 Lee(2012), 여자 고등학생들의 스포츠 미디어 몰입 경험이 스포츠 참여에 긍정적인 영향을 미치는 것을 밝힌 Lee(2019)의 연구결과와 일치한다. 스포츠 미디어를 통해 느끼는 몰입감은 스포츠에 실제 도전해보고 싶은 생각으로 연결되기에(Lee, 2019) 다양한 방법을 통해 여성 시청자의 몰입감을 유도할 수 있는 방안이 모색될 수 있다.

예를 들어 시청자들이 프로그램에 직접 참여할 수 있는 참여형 콘텐츠의 도입이 필요하다. 2023년 1월 17일 <골때녀>의 시청자를 초청한 최초의 직판 경기에 총 500명이 넘는 팬들이 참석하였다(Kang, 2023.1.18.). 관람 팬들은 TV로만 보던 출연자들이 실제 공을 차는 모습을 보면서 나도 축구를 해보고 싶다는 생각, 축구장에서 느껴지는 환희/실망 등의 감정을 느껴보고 싶다는 생각을 했을 것이다. 또한 <뭉쳐야 찬다>와 같이 생활 스포츠 동호인과의 대결로 포맷을 일부 변경, 확장하는 방안도 고려할 수 있다. 이런 방안을 통하여 시청자들이 프로그램에 직접 참여하도록 유도하여 몰입도를 높일 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구에서는 시청몰입이 인지된 진정성과 축구 참여의도의 관계에서 완전 매개역할을 하는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과는 여성 시청자들이 인지하는 진정성 뿐만 아니라 시청 몰입을 극대화하기 위한 실질적인 방안이 논의되어야 함을 의미한다.

이런 맥락에서 시청자들과의 쌍방향 소통을 유도할 수 있는 방법을 고려할 수 있을 것이다. Choi(2014)의 연구에 따르면 TV 프로그램을 시청하면서 소셜미디어, 인터넷 커뮤니티 등에 접속하여 온라인상에서 실시간으로 의견을 교환하는 행위인 사회적 시청(social viewing)은 시청자로 하여금 능동적이며 적극적으로 프로그램을 시

청하게 유도한다. <골때녀> 제작진은 소셜 커뮤니티, 오픈 카톡방 등의 실시간 채팅을 참고하여 실제 <골때녀> 시청자들이 요구하는 다양한 의견들(여성 지도자 출연, 출연자 부상 방지 대책, 연습 및 훈련 장면 추가)을 프로그램에 반영한다면 더욱 더 높은 몰입을 이끌 수 있을 것이다(Kim, 2021.7.31.). 이외에도 온라인 투표, 댓글 선정 등의 이벤트 제공은 시청자들과의 상호작용과 몰입을 증진시키는 방안이 될 수 있다.

시청몰입에 있어 방해하는 요소를 최소화하는 것 또한 시청몰입을 극대화하는 것만큼 중요한 과제이다. <골때녀>에서 같은 장면을 반복적으로 재생해서 보여주는 편집과 불필요한 슬로우 모션의 개입은 시청자들의 몰입을 방해한다는 의견이 있었다(Lee, 2022.8.11.). 또한, 방송 중 화면에 띄우는 가상 광고가 방송 시청을 방해할 정도로 과도하게 노출되어, 이로 인해 방송통신심의위원회의 심의 대상에 지목되기도 했다(Park, 2022.1.17.). 과도한 편집 및 지나친 광고는 시청자들의 몰입을 방해할 수 있는 요소라는 것을 인지하고, 이를 개선하기 위한 제작진의 세심한 검토와 실행이 필요할 것이다.

결론 및 제언

본 연구의 목적은 <골때녀> 여성 시청자의 인지된 진정성과 축구 참여의도의 관계에서 시청몰입의 매개효과를 검증하는 데 있다. 본 연구는 <골때녀>가 국내 여자축구에 끼친 긍정적인 영향을 바탕으로 어떠한 요인이 여성의 축구참여를 이끌었는지에 대한 궁금증에서 출발하였다. 프로그램의 기획의도와 여러 미디어에서 공통적으로 조명하는 '진정성'이라는 키워드를 중점으로, 진정성이 실제 여성 시청자들의 몰입 및 참여의도에 미치는 영향에 대해 분석하고자 하였다.

본 연구는 여성 시청자들의 축구 참여를 이끌어내기 위해서는 진정성을 담은 프로그램 제작이 중요하며, 시청몰입을 극대화하는 방안을 강구해야 한다는 사실을 실증적 결과를 바탕으로 제시하였다. 특히 음악, 오디션, 여행 예능 프로그램과 관련하여 다루어진 진정성이라는 변인을 스포츠 예능 맥락에서 시청몰입과 축구 참여의도 변인과 함께 검증한 최초의 학술적 시도라는 점에서 그 의미가 있다. 그럼에도 불구하고 본 연구의 한계점 및 향후 연구 방향을 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, 본 연구에서는 20대에서 60대 여성 시청자들을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 추후 연구에서는 심층면담, 포커스그룹 인터뷰 등을 통해 여성들이 <골때녀>를 시청하면서 어떠한 이유로, 왜 축구에 입문하는지 혹은 입문하지 않는지 등을 보다 심층적으로 분석하는 질적연구가 수행될 수 있을 것이다.

둘째, 기존 연구에서 리얼리티 프로그램을 위해 개발된 진정성 문항들을 본 연구의 스포츠 맥락에 맞게 수정하여 활용하였다. 후속 연구에서는 스포테인먼트 차원의 진정성 척도개발 연구를 진행하고 진정성을 포함하여 스포츠 시청자들이 느끼는 다양한 감정을 좀 더 명확하고 세밀하게 검증할 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구에서는 축구 참여의도를 살펴보기 위해 인지된 진정성에서 시청몰입의 매개효과만을 중점적으로 살펴보았다. 최근 진정성이 행동의도에 미치는 영향력을 살펴본 선행연구들에서는 팬십(fanship), 동일시(identification), 의사 사회적 상호작용(parasocial interaction) 등이 매개역할을 하는 것으로 확인하였다. 따라서 향후 연구에서는 시청몰입 이외 다른 변수들의 매개 혹은

조절 역할을 검증하여 축구 참여의도를 증진시키는 여러 정책적 방안을 제안할 수 있을 것이다.

CONFLICT OF INTEREST

논문 작성에 있어서 어떠한 조직으로부터 재정을 포함한 일체의 지원을 받지 않았으며 논문에 영향을 미칠 수 있는 어떠한 관계도 없음을 밝힌다.

AUTHOR CONTRIBUTION

Conceptualization: E Hong, Data curation: H Rhee, Formal analysis: H Rhee, Funding acquisition: N/A, Methodology: H Rhee, Project administration: H Rhee, Visualization: H Rhee, Writing-original draft: H Rhee, Writing-review & editing: E Hong, Investigation: E Hong, Resources: E Hong, H Rhee, Software: H Rhee, Supervision: E Hong, Validation: E Hong

참고문헌

- Ahn, H. G. (2022.2.10.).** Kick a Goal, changing the landscape of women's soccer. *SportsQ*. Retrieved from <https://www.sportsq.co.kr/news/articleView.html?idxno=437315>
- Ahn, S. W. (2016).** An analysis on structural model of media sports flow experience, exercise flow, exercise emotion and exercise adherence of adolescents. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 65, 423-436.
- Ajzen, I. (1991).** The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- An, S.-Y., & Han, J.-S. (2018).** A study on the influence of viewing motivation of a TV reality travel program on viewing satisfaction and visit intention: Moderating effect of travel involvement. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 32(2), 5-19.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986).** The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Barton, K. M. (2009).** Reality television programming and diverging gratifications: The influence of content on gratifications obtained. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(3), 460-476.
- Byun, J. (2023).** *Travel product live commerce characteristics influence on purchase behavior intention: Based on the S-O-R theory*. Master's thesis, Kyung Hee University.
- Choi, H. J., & Kim, M. S. (2022.6.16.).** I'm also 'Kick A Goal' ... The popularity of women's soccer has tripled the sales of soccer equipment. *ChosunBiz*. Retrieved from https://biz.chosun.com/topics/topics_social/2022/06/16/2KDPDHVXU5BRXI63FYG EKUOA4/
- Choi, Y. J. (2014).** Watching TV while chatting online: The concept explication of 'social viewing'. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 28(4), 315-355.
- Csikszentmihalyi, M. (1975).** *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Csikszentmihalyi, M. (1977).** Play and intrinsic rewards. *Journal of Humanistic Psychology*, 15(3), 41-63.
- Csikszentmihalyi, M. (1990).** *Flow: The psychology of optimal experience*. New York, NY: Harper Perennial.
- Csikszentmihalyi, M. (1997).** *Finding flow: The psychology of engagement with everyday life*. New York, NY: Basic Books.
- Erikson, E. (1959).** Erik Erikson's theory of identity development. Retrieved from <https://www.bpi.edu/ourpages/auto/2018/11/21/57748242/theory%20of%20identity%20erikson.pdf>
- Hall, A. (2009).** Perceptions of the authenticity of reality programs and their relationships to audience involvement, enjoyment, and perceived learning. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(4), 515-531.
- Haw, J. Y. (2020).** Escaping from the feminine and renewing: Representing the body of women in sports/exercising. *The Women's Studies*, 43, 211-228.
- Hill, A. (2005).** *Reality TV: Audiences and popular factual television*. London, UK: Routledge.
- Hong, S.-Y. (2010).** Genre oriented characteristics of virtual reality programs. *The Journal of the Korea Contents Association*, 10(1), 202-212.
- Hwang, S.-H. (2016).** A narrative inquiry for gender-role conflict of female soccer players. *The Korean Journal of Physical Education*, 55(1), 61-73.
- Jeong, Y., & Kim, J. (2020).** The analysis of the relationship between university students viewing motivation and the viewing continuity intention of Vlog on YouTube: Viewing flow and viewing satisfaction as mediator. *Journal of Communication Design*, 71, 147-164.
- Jin, C.-H. (2018).** The effects of Creating Shared Value (CSV) on the consumer self–brand connection: Perspective of sustainable development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1246-1257.
- Joo, J. K. (2012).** *A study on the influence of college students sports-media contact on their participation in sports activity*. Master's thesis, Jeonbuk National University.
- Kang, A. R. (2023.3.22.).** "Up to checking life records" ... Contemplating verification amid controversies of non-celebrities' school violence. *Yonhapnews*. Retrieved from <https://www.yna.co.kr/view/AKR20230322074100005>
- Kang, S. A. (2023.1.18.).** "Players you only see on TV are in front of you" ... 'Kick a Goal' successfully completed the first viewer invitational match. *SBS Entertainment News*. Retrieved from https://ent.sbs.co.kr/news/article.do?article_id=E10010264411&plink=COPYPASTE&cooper=SBSENTERNEWS
- Kang, S. W. (2010).** The validity and reliability of a lifestyle evaluation tool for patients with metabolic syndrome. *Journal of Korean Academy of Fundamentals of Nursing*, 17(4), 487.
- Katz, E. (1959).** Mass communications research and study of popular culture. *Studies in Public Communication*, 2, 1-6.
- KFA (Korea Football Association). (2019).** 2019 player registration status. Retrieved from https://www.kfa.or.kr/img_src/bbs/kfa_registration/158103955238587.pdf
- KFA (Korea Football Association). (2022).** 2022 player registration status. Retrieved from https://www.kfa.or.kr/img_src/bbs/kfa_registration/167151822393924.pdf
- Kim, D., & Ko, Y. J. (2019).** The impact of Virtual Reality (VR) technology on sport spectators' flow experience and satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 93, 346-356.
- Kim, E. (2022).** The narrative and representations of women's sports in the media: An analysis of the SBS entertainment program Women Who Score Goals. *PNU Journals of Women's Studies*, 32(1), 7-49.
- Kim, M. (2011).** Dimensions of perceived authenticity of reality audition TV shows and their relationships to audience

- involvement and enjoyment. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 25(6), 88-124.
- Kim, S. Y. (2021.7.31.)**. The secret behind the soaring popularity of 'Kick a Goal'. *Kyunghyang Shinmun*. Retrieved from https://www.khan.co.kr/print.html?art_id=202107310917001
- Kim, Y. E. (2013)**. The research of survey on interaction and immersion experience. *Journal of Next-Generation Convergence Information Services Technology*, 2(2), 67-72.
- Kwon, Y. S. (2017)**. *Formats and structure of survival competition program and its societal meanings: A comparative study on <King of Mask Singer> and <Voice of Korea>*. Master's thesis, Sungkyunkwan University.
- Kwon, Y.-W., Kim, H., & Chang, B.-H. (2020)**. The effects of perceived interactivity and social presence of TV program on viewing satisfaction and continued viewing intention: Focusing on <My Little Television>. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 34(1), 29-69.
- Lee, C., & Kim, J. (2015)**. An exploratory study on authenticity of hiphop in Korea: A case of 'Show Me the Money 3'. *Journal of Culture Industry*, 15(2), 125-132.
- Lee, D. G. (2022.8.11.)**. 'Kick a Goal' Gyeongseogi duo and ratings rebound, will Song So-hee syndrome reappear?. *Mediapen*. Retrieved from <https://www.mediapen.com/news/view/745442>
- Lee, H. J. (2020.12.25.)**. Mister Trot 2: Confirmation of 100 cast members before recruitment deadline sparks controversy over nominations. *Maeil Shinmun*. Retrieved from <https://www.imaail.com/page/view/2020122515432636287>
- Lee, J.-H., & Lee, Y.-J. (2023)**. A study on the appearance of sports stars in sports entertainment programs and the success factors of the programs: Focused on in-depth interviews with the producers. *Journal of Speech, Media and Communication Research*, 22(1), 249-281.
- Lee, J.-H., Jang, Y.-S., & Lee, J.-L. (2016)**. The influence of the swimming trainees's motivation of watching sportainment TV program on watching satisfaction and lesson ticket re-purchase intention. *The Korean Journal of Physical Education*, 55(3), 71-81.
- Lee, J.-W., & Kim, W.-G. (2021)**. An exploratory study on the authenticity discourse strategies of popular music audition programs: Focused on <Mr.Trot>. *Journal of the Korea Entertainment Industry Association*, 15(6), 1-13.
- Lee, K. H. (2022.3.5.)**. 'Kick A Goal', ranked first in entertainment brand reputation..2nd place 'The national team is the national team'. *StarNews*. Retrieved from <https://www.starnewskorea.com/stview.php?no=2022030508411781140/>
- Lee, K. S. (2011)**. The reality, competition & circular position of participants of audition program: An analysis of <Super Star K 2>. *Media, Gender & Culture*, 20, 107-136.
- Lee, M. H., & Lee, J. H. (2022)**. An analysis of factors predicting the evaluation of music entertainment programs and intention to continuous viewing: Focused on obtained gratification, flow, parasocial interaction, and perceived authenticity. *Korean Journal of Broadcasting & Telecommunications Research*, 117, 143-183.
- Lee, S. M. (2021.4.22.)**. 'Kick A Goal' new year pilot...regular schedule confirmed. *Sports Chosun*. Retrieved from https://www.chosun.com/entertainments/entertain_photo/2021/04/22/TOCQ7UMNI3YPVL5T53ZYHBUV4/
- Lee, S. Y. (2011)**. *The relationship between media sports receptive motivation, involvement level of adolescents and sports attitude or participation*. Doctoral dissertation, Hanyang University.
- Lee, S. Y. (2019)**. *Effect of the sports media flow experience among high school female students' sports' participation*. Master's thesis, Sogang University.
- Lee, S.-M., & Lee, C.-H. (2016)**. Analysis of mediation effect of sport participation between sportmedia flow experience and sport attitude of middle and high school students. *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, 16(11), 483-502.
- Lee, S.-M., & Lee, C.-H. (2018)**. The development and validation of future sport participation will scale in middle and high school student. *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, 18(10), 615-635.
- Lee, S.-W. (2012)**. *An analysis of media sports involvement experience and sports participation structural model of the youth*. Doctoral dissertation, Korea National University of Education.
- Lee, Y.-H. (2006)**. *Predicting future consumer behavior from children's experience toward sport participation*. Master's thesis, Sungkyunkwan University.
- Nam, J. E. (2021.12.26.)**. Editing manipulation that damaged authenticity...Controversy over 'Kick a Goal' continues. *Hankyoreh*. Retrieved from https://www.hani.co.kr/arti/culture/culture_general/1024758.html
- Park, S. G. (2022.1.17.)**. Song So-hee and Jung Hye-in barely saved 'Kick a Goal', the trouble continues with another advertising obstacle. *Herald Economy*. Retrieved from <https://news.nate.com/view/20220117n31772>
- Park, T. K., & Kim, W. S. (2001)**. The relationship between TV sports programs and the juvenile sport participation. *The Korean Journal of School Physical Education*, 11(1), 51-58.
- Park, W. K., & Song, J. K. (2009)**. A study on the emotional identification in TV drama viewing: Relationships among homophily, viewing motives, and viewing satisfaction. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 23(3), 233-275.
- Rhodes, R. E., & Rebar, A. L. (2017)**. Conceptualizing and defining the intention construct for future physical activity research. *Exercise and Sport Sciences Reviews*, 45(4), 209-216.
- Roh, J. S., & Son, Y. (2004)**. A study on the correlation between the flow experience and leisure satisfaction of the electronic media: Focused on TV & internet. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 18(1), 116-173.
- SBS. (2023a)**. The program introduction of Kick A Goal. Retrieved

- from <https://programs.sbs.co.kr/enter/kickagoal/about/67983>
- SBS. (2023b).** Replay Kick A Goal. Retrieved from <https://programs.sbs.co.kr/enter/kickagoal/vods/68129>
- Seo, D. U., Lee, J. H., & Lee, S. E. (2017).** The role of ‘engagement in TV contents’ as a mediating variable in the context of social viewing: Focused on uses and gratification theory. *Information Society & Media*, 18(3), 31-62.
- Shin, G. R. (2022.5.31.).** The heyday of sports entertainment, the rediscovery of sports stars. *Korea Policy Briefing*. Retrieved from <https://www.korea.kr/news/contributePolicyView.do?newsId=148902111>
- Shin, H. J., & Kah, J. A. (2019).** Examining the structural relationships between authenticity of reality program and behavioral intention: An application of theory of planned behavior. *Journal of Tourism Management Research*, 23(6), 335-359.
- Shin, J. H. (2021.12.25.).** “A painful mistake to read as given”... Crying Bae Seongjae explains the editing manipulation of ‘Kick a Goal’. *Seoul Shinmun*. Retrieved from <https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20211225500034>
- Shin, M. J. (2023.4.3.).** “We are Kick a Goal girls”, woman became a big player in the sports market. *Seoul Economic Daily*. Retrieved from <https://www.sedaily.com/NewsView/29O5SY64FQ>
- Suh, Y. G., Yoo, H. S., & Kim, H. R. (2014).** A study on the influence on brand attachment and loyalty of cosmetic brand authenticity. *Journal of Channel and Retailing*, 19(2), 87-111.
- Tao, A. (2019).** *A study on the impact of perceived authenticity of audition program on flow, loyalty, and voting behavior*. Master’s thesis, Ewha Womans University.
- Wang, H., Jung, Y., & Kim, J. (2022).** The effects of live commerce characteristics on trust, flow and customer loyalty: Moderating effect of innovation attribute and focusing on Chinese consumers. *Journal of Marketing Management Research*, 27(1), 49-74.
- Woo, C. W. (2021.11.26.).** ‘Kick A Goal’ helper, Cheonsoo Lee, “Effort that cannot be evaluated only with enthusiasm is amazing”. *OSEN*. Retrieved from <https://v.daum.net/v/kQt7DFVtqQ>
- Yin, C. Y. (2023).** *The effect of e-sports content attributes on viewing flow and happiness: A focus on the moderating effect of e-sports involvement*. Doctoral dissertation, Pukyong National University.
- Yoo, J. H. (2021.7.21.).** Women’s soccer fever brought by ‘Kick A Goal’. *Sports Donga*. Retrieved from <https://sports.donga.com/ent/article/all/20210720/108059883/3>
- Yoo, S. W. (2020).** Authenticity: A literature review: Focusing on the theoretical concept and measurement in communication research. *Korean Journal of Social Science*, 39(1), 403-472.
- Yoo, Y. S. (2021.12.26.).** SBS entertainment ‘Kick a Goal’ hit the back of the viewers ... suspicion of editorial manipulation admitted. *The Kyeonggi News*. Retrieved from <https://www.kgnews.co.kr/news/article.html?no=682870>
- Yoon, Y. K. (2023.9.15.).** SBS ‘Kick A Goal’ wins double crown only in September. *Media Today*. Retrieved from <https://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=312536>
- Youn, H.-O., & Chung, J.-W. (2023).** Exploring the mixed futsal participation experience and meaning. *Journal of the Korea Entertainment Industry Association*, 17(2), 67-77.
- Yu, H. J., & Kim, H. (2019).** The effect of creator factors in personal media contents on consumer attitude and purchase intention. *Proceedings of Korean Association for Broadcasting & Telecommunication Studies 2019 Spring Conference*, 115-117.

〈골 때리는 그녀들〉 여성 시청자의 인지된 진정성이 축구 참여의도에 미치는 영향: 시청몰입의 매개효과

이현지¹, 홍은아²

¹이화여자대학교, 석사

²이화여자대학교, 부교수

[목적] 본 연구는 〈골때녀〉 여성 시청자의 인지된 진정성이 축구 참여의도에 미치는 영향 간 시청몰입의 매개효과를 검증하는데 목적이 있다.

[방법] 〈골때녀〉 시청 경험이 있으며, 축구 참여경험이 없는 20대에서 60대 여성 시청자를 대상으로 총 414부의 설문지를 배포하였으며, 수집된 설문지 중 불성실한 응답을 제거한 338부를 최종적으로 자료분석에 활용하였다. 자료분석은 SPSS 25.0을 이용하여 빈도분석, 기술통계 분석, 상관관계 분석, 단순회귀분석 및 Baron & Kenny(1986)의 3단계 매개효과 분석을 실시하였다.

[결과] 결과는 다음과 같다. 첫째, 〈골때녀〉 여성 시청자의 인지된 진정성은 시청몰입에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 〈골때녀〉 여성 시청자의 시청몰입은 축구 참여의도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 〈골때녀〉 여성 시청자의 인지된 진정성과 축구 참여의도의 관계에서 시청몰입은 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다.

[결론] 본 연구는 여성 시청자들의 축구 참여를 이끌어내기 위해서는 진정성이 담긴 프로그램 제작이 중요하며, 시청몰입을 극대화하는 방안을 강구해야 한다는 사실을 실증결과를 통해 제시하였다.

주요어

여자축구, 인지된 진정성, 시청몰입, 축구 참여의도, 여성 시청자