

한국 영화배우 선호 유형: 남자와 여자 관객의 차이를 중심으로

이 미 나* · 전 중 우**

〈국문요약〉

본 연구는 국내 영화배우들에 대한 선호도를 바탕으로 배우의 이미지를 유형화하였다. 설문대상이 되는 영화배우로는 영화진흥위원회에서 제공하는 역대흥행영화의 주연들로 선정하였으며 매년 발간되는 영화소비자보고서에서 장르선호도 측정을 위해 사용한 11개의 장르를 대상으로 선호도 측정 설문을 작성하였다. 구성된 설문을 한국리서치에 의뢰하여 온라인 설문조사를 진행하였다. 총 300명의 응답자를 통해 데이터를 수집한 후 요인분석을 실시하였다. 연구 결과 국내 남자배우와 여자배우의 이미지 선호유형을 남성과 여성수용자로 분리하여 분석해본 결과 국내 남자 영화배우의 이미지 유형은 남성 수용자에게서는 3가지 유형, 여성 수용자에게서는 4가지 유형으로 확인되었다. 반면 국내 여자 영화배우를 대상으로 이미지 선호유형을 분류해 본 결과 남성수용자들은 4가지로 분류했으며, 여성수용자들의 경우 5가지 유형으로 분류하였다. 이러한 연구 결과는 국내 영화배우의 특징적인 이미지 유형에 대한 이해를 제공하고 영화제작에 있어서 실무적인 시사점도 제공하고 있다.

주제어: 한국영화 배우, 캐릭터, 이미지, 감정이입, 선호도

* 제1저자, 단국대학교 커뮤니케이션학과 석사, mina@wtcseoul.com

** 교신저자, 단국대학교 커뮤니케이션학부 교수, jongwjun@gmail.com

■ 논문투고일자: 2018년 2월 28일 ■ 논문수정일자: 2018년 4월 3일

■ 게재확정일자: 2018년 4월 8일

I. 서 론

한국의 영화산업은 나날이 성장을 하면서 2016년에는 역대 사상 최고 매출액 2조 원을 기록하며 한국영화 사상 최고의 부흥기를 맞았다. 영화 매출액 뿐 아니라 영화제작비용, 마케팅 비용, 관람객 수 또한 지난 10년간 지속적으로 상승해 왔다(영화진흥위원회, 2014). 극장에서의 영화 매출 증가 뿐 아니라 TV, VOD서비스, 인터넷, 모바일 관람 등과 같은 다양한 창구를 통해 반복소비가 일어나고 있으며 하나의 여가생활로서 대중적인 문화 콘텐츠로 성장하였다(정보통신정책연구원, 2002). 이 같은 영화산업의 성장에 따라 학문적인 관심도 함께 증가하면서 영화를 주제로 한 연구가 상당히 진행되었다(전범수, 2003).

영화산업에 대한 연구의 시작은 1980년대 후반이 되어서야 시작이 되었는데, 지금의 영화시장처럼 부흥하기까지 많은 침체기가 있었기 때문이다. 그때까지는 산업화 이전이었기 때문에 한국영화산업은 전문적인 시스템을 갖춘 배급시스템은 물론 전국 단위로 상영할 수 있는 극장체인 또한 없어 제작을 하여도 상영에 있어 많은 어려움을 겪었다. 1990년대가 되어서야 대기업의 영화배급 투자 및 다양한 경로를 통한 자본유입으로 영화의 산업화가 진행되었고 하나의 산업이라 할 수 있는 시스템을 갖춘 시장으로 성장할 수 있게 되었다. 영화산업의 발전과 함께 미비했던 영화에 대한 연구 또한 함께 진행되었다(박승현, 송현주, 정완규, 2011).

영화는 쾌락적, 경험적인 즐거움 또는 욕구를 충족하기 위해서 소비하는 경험재의 대표적인 상품이다. 일반적인 상품을 소비하는 것과는 달리 영화를 선택하는 데는 제품을 구매하고 나서 얻는 효용적인 가치보다는 영화를 통해 경험하는 즐거움, 쾌락적 가치가 선택의 기준이 된다. 영화는 한 번 관람하고 나서 만족감을 얻었다 하더라도 특별한 경우를 제외하면 반복구매를 하는 제품이 아니기 때문에 과거의 소비경험이 다음의 소비행

동에 영향을 미칠 확률이 매우 크다. 따라서 영화 소비자들은 영화를 선택하는데 있어 주로 과거의 경험이나 주변적 단서에 의존하여 영화를 선택한다. 이러한 이유로 영화에 관한 연구가운데서도 영화의 흥행요인을 분석하는 연구들은 지속적으로 이어져왔으며 영화를 흥행으로 이끄는 요인에 관한 연구는 주로 영화라는 상품의 속성과 영화에 대한 정보를 전달하는 정보원에 대한 연구가 주를 이룬다(Eliashberg & Shugan, 1997). 대다수의 연구는 영화의 장르와 감독, 출연배우 그리고 제작비를 중심으로 이루어졌고, 영화에 대한 정보를 제공하는 정보원에 대한 연구에서는 영화 비평가의 의견이나 광고, 구전 등을 중점적으로 다루었다. 하지만 영화의 개별적인 구성요인에 대한 심층적인 연구는 많이 부족한 실정이다. 특히 배우들에 대한 연구는 영화 제작과 관련된 분야에 집중되어 있다.

영화에 등장하는 남자, 여자 주인공에서부터 조연과 단역까지 모든 인물들에게서 나타나는 이미지가 영화의 극 중 캐릭터로 만들어지고 배우들의 행동과 대사를 통해서 극이 전개가 되며 관객들로 하여금 영화의 주제와 메시지를 이해하도록 한다. 영화에 등장하는 모든 인물들은 영화 내용에 의해 고유한 개성과 이미지가 부여된 존재로 볼 수 있다. 이에 본 연구에서는 영화를 선택하는데 있어 수용자들이 고려하는 많은 요인들 가운데 영화배우의 이미지가 중요한 역할을 할 것으로 예상하였다. 영화배우는 영화에 따라 다양한 캐릭터를 연기하는 것이 일반적이지만 배우 고유의 이미지가 영화에 투영되는 것을 피할 수 없는 일이다. 따라서 개별 배우들의 이미지에 대한 연구는 중요하다고 할 수 있다.

막대한 비용 투자가 요구되는 영화 상품은 흥행이 불확실하다는 위험성을 가지고 있지만 흥행만 하게 되면 다양한 경로를 통해 무한한 수익을 올릴 수 있으며 더 나아가서는 전 세계적인 흥행을 일으켜 영화를 제작한 국가의 문화정체성까지도 영향을 줄 수 있는 잠재력을 가진 상품이다(최건웅, 2014). 영화산업은 지속적으로 성장하고 있는 가운데 이 같은 산업적 발전과 발맞추어 학문적인 발전도 함께 이루어지고 있다. 영화 상품은

투자비용이 막대한 반면 흥행이 불확실하기 때문에 수익성이 보장되지 않는다는 위험성이 크기 때문에 영화산업에 대한 학문적 논의는 주로 흥행을 예측하는데 초점이 맞추어져 있다. 따라서 많은 선행연구에서는 영화의 흥행에 영향을 미치는 것으로 예상되는 내부적 속성과 외부적인 요인들을 분석하고, 각각의 요인들이 영화의 흥행과 어떻게 이어지는가를 분석하고자 하였다. 많은 연구에서 내부적인 요인으로 출연배우, 감독, 내용, 장르 등이 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

영화를 구성하는 다양한 요인들 가운데 본 연구에서는 영화에 등장하는 배우가 흥행에 중요한 영향을 미칠 것으로 예상하였다. 따라서 한국의 흥행영화 속에 나타나는 영화배우들을 특정한 유형을 알아보고자 하였다. 구체적으로 영화를 보는 수용자의 입장에서 영화배우에 대한 선호도를 중심으로 분류해 보고자 한다. 여기에 더해 같은 배우들을 대상으로 남성과 여성 수용자가 선호하는 배우 유형이 어떻게 다른가를 알아보고자 한다. 영화배우는 영화에서 특정한 캐릭터를 가지는 것이 일반적이고 이는 배우의 개인 이미지가 영향을 미치게 된다. 배우 이미지의 유형화는 배우가 개인브랜드 관리에도 활용이 가능하고 영화 제작자의 입장에서는 특정한 역할에 어울리는 배우를 섭외하는데 일정한 가이드라인이 될 수 있을 것이다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 영화배우

영화의 흥행에 영향을 미치는 요인은 다양하게 나타난다. 영화의 장르가 영향을 미치기도 하고 물리적인 관객 수가 흥행에 기여를 하는 경우도 있다(김미현, 최영준, 전범수, 2004). 영화의 제작비, 일반적인 평가 등도

영화 흥행에 영향을 미치게 된다(김소영, 임승희, 정예슬, 2010). 또한 매스미디어의 영향성 연구에서 신문보도가 영화의 흥행과 관련이 있다고 보고되었다(박조원, 이귀옥, 2004). 하지만 이러한 다양한 요소에도 불구하고 영화배우가 영화 선택에 많은 영향을 미친다는 것이 일반적인 믿음이다. 스타파워로 불리는 영화배우의 영향은 추가적인 관객 동원력을 가지는 것으로 이야기 된다(김휴중, 1998). 스타 파워의 관객 동원력은 이후 연구에서도 지속적으로 확인된다(김정호, 2008). 본 연구는 이러한 영화배우의 흥행성을 기반으로 하여 관객의 시각에서 영화배우에 대한 선호 유형을 알아보고자 한다.

1) 이미지

이미지란 어떤 사람이나 사물과 같은 대상에게서 우리가 느끼는 감정을 말하는데, 대상으로부터 관객이 느끼는 분위기나 감각적인 연상 등의 총체적인 개념을 이미지라고 일컫는다. 이는 사람의 지각활동을 통하여 형성되는 것으로, 이미지란 실체가 존재하는 것이 아니라 대상을 보고 사람이 형성하는 인상을 이미지라 한다(이혜진, 2006). 이는 우리가 영화를 볼 때 감정을 느끼는 것은 실체에 대해 느끼는 감정이 아니라, 영화를 통해 만들어진 실체의 이미지에 의해 반응을 하고 감정을 느끼는 것이다. 영화를 통해 이와 같은 이미지를 표현하는 역할을 캐릭터가 하고 있다. 즉, 우리가 흔히 캐릭터라고 부르는 것은 소설이나 극중에 등장하는 인물 그 자체를 뜻 하거나 또는 극중 내용에 의해 고유의 독특한 개성과 이미지를 가지는 존재를 캐릭터라 한다.

사전에서 정의하고 있는 캐릭터의 개념은 첫째, 사람이나 사물의 특징 또는 성격, 둘째, 소설이나 극중에 등장하는 인물, 셋째, 어떤 사람의 신분이나 자격, 넷째, 문자나 알파벳과 같은 기호나 부호 등을 캐릭터라 한다. 한국문화콘텐츠진흥원이 2002년에 캐릭터를 정의한 것에 따르면 “특정한

관념이나 심상을 전달할 목적으로 의인화나 우회적인 방법을 통해 시각적으로 형상화되고 고유의 성격 또는 개성이 부과된 가상의 사회적 행위 주체”를 캐릭터라고 한다. 종합하여 보면 캐릭터는 소설이나 극의 등장인물을 뜻하거나 작품의 내용을 통해 독특한 개성을 부여받는 인물로 정의할 수 있다.

본 연구에서는 다양한 캐릭터를 연기하는 영화배우들은 고유한 이미지를 가지고 있다고 전제하고 그 이미지에 대한 고찰을 하고자 한다. 배우들은 영화 속에서 다양한 캐릭터를 표현하면서 하나의 이미지를 만들어 간다. 신인배우의 경우 단순히 외모로 이미지가 형성되지만 장기적으로는 출연 작품의 캐릭터들이 영화배우의 이미지를 형성하여 자신만의 고유한 이미지를 형성한다. 따라서 영화배우의 이미지를 이야기하기 위해서는 캐릭터에 대한 이해가 필요하다.

2) 캐릭터

캐릭터는 영화의 내러티브 속에서 독특한 성격을 가지며 영화 속 상황에 따라 행동하고 감정을 표출하는 능동적인 행위를 하면서 극의 흐름을 이끌어 가는 역할을 수행한다. 즉, 영화에서 캐릭터는 작가의 생각과 의도를 대사와 행동으로 대변하는 대리인이면서 영화의 상황을 이끌어 나가는 행동자이며, 관객에게 스토리를 이해시키고 감정을 전달하는 해설자의 역할을 한다(최낙환, 임아영, 2009).

영화에서 캐릭터가 하는 기능 중에 관객에게 이야기를 전달하고 극을 진행하는 가장 중요한 기능을 수행하는데, 캐릭터는 극에서 전개되는 상황에 따른 행동, 대사 그리고 이를 통해 표현되는 성격, 능력 등을 통하여 영화의 의미와 이야기를 관객에게 전달한다. 캐릭터는 영화의 내러티브 구조에서 극의 전개를 이끌며 이를 보는 관객들을 내러티브 안으로 끌어들이는 역할을 하는 것이다. 따라서 영화를 관람하는 관객들은 제한된 시간

과 공간 속에서 캐릭터와 상호작용하면서 영화를 경험하고 평가하기 때문에 캐릭터의 역할은 영화의 구성 요소 가운데 가장 중요한 속성이다. 영화 속의 캐릭터는 배우가 연기하는 영화 속에서 창조된 허상의 인물로서 극의 내러티브를 전달하는 기능을 하면서 동시에 시청각적 재현을 통하여 관객과 교감하며 감정을 전달하는 영화의 한 구성요소로 이를 연기하는 영화배우와는 구분되어야 한다(Sobchack & Sobchack, 1997).

대다수의 캐릭터 관련 연구들은 애니메이션 캐릭터에 집중되어 있거나 홍보를 위해 만들어진 마스코트에 대한 연구가 대부분이다. 영화 속 캐릭터에 대한 연구에서도 관객의 입장에서의 캐릭터의 역할과 기능에 대한 측면보다는 영화를 구성하는 한 요소로서 캐릭터의 성격이나 구조, 표현 또는 배우의 매력성과 관련한 캐릭터 평가만 이루어졌다. 영화 속 캐릭터 분류를 주제로 영화캐릭터를 분류한 선행연구들을 살펴보면 현실적인가 그렇지 않은가를 기준으로 하여 ‘사실적인 캐릭터’, ‘현실적인 면과 비현실적인 부분을 동시에 가지는 캐릭터’ 그리고 ‘비현실적인 캐릭터’로 분류하였다(박희진, 오인영, 2008). 또 다른 연구에서는 영화에서 나타나는 악인 캐릭터를 사례를 통해 구체적으로 분류하였는데, 총 7편의 영화에 등장한 악인 캐릭터를 분류하고 비교하였다(이혜주, 전인미, 2009). 조미영(2008)의 연구에서는 영화 속 캐릭터들이 내향적인가 아니면 외향적인가를 기준으로 분류를 하였다.

최낙환과 임아영(2009)의 연구에서는 경험재이면서 동시에 쾌락재인 영화의 특성에 주목하면서 영화에 대한 관객의 태도가 형성되는데 있어 영향을 미치는 요인이 영화의 외부에 존재하는 것이 아니라, 영화를 구성하는 드라마적 요소임을 강조하였다. 이를 바탕으로 영화의 드라마적 요소들과 영화를 본 관객들의 감정반응의 상호관계를 연구하였다. 연구결과 드라마적 요소들 가운데 영화 음악의 심미성과 배우들의 매력성이 관객들이 감정이입을 하는데 영향을 주는 것으로 나타났으며, 캐릭터의 수용 정도와 영화구성의 짜임새 정도가 관객들이 동감을 하는 데 있어 영향을 주

는 요인으로 밝혀졌다. 이 연구에서는 영화에 대한 관객의 감정적 반응은 영화의 제작과 관련한 환경적인 변수보다는 영화를 구성하는 내적인 요소들을 통해 형성이 되며 이 감정이 곧 영화에 대한 태도로 이어진다는 점을 주목하였다. 관객의 감정적 반응에 관련되는 영화의 내적 구성요소들은 내러티브를 통한 영화의 서사구조를 형성하게 되고, 이러한 서사구조는 캐릭터의 재현을 통해 관객에게 전달된다.

영화 속에서 캐릭터는 영화의 흐름을 이끌어 갈 수 있는 핵심적인 구성요소로서 영화의 내용을 전달하는 역할을 하지만, 이 뿐만 아니라 동시에 관객에게 지각적, 경험적인 측면에서 매력을 느낄 수 있도록 한다. 소설 속의 캐릭터는 독자의 머릿속에서 저마다 달리 상상할 수 있는 것과 다르게 영화에서의 캐릭터는 시각적 표현을 통하여 관객에게 구체적으로 제시되기 때문에 지각적인 면도 중요하지만 동시에 경험적인 역할도 중요하다. 이는 영화를 보는 관객들은 영상에 나오는 캐릭터의 대사와 행동을 보면서 영화의 스토리에 대해 인지적 교감을 하는 과정에서 자신과 캐릭터를 동일시하는데 이를 통해 캐릭터의 지각적, 경험적 매력에 대한 감정적 반응이 형성되기 때문이다(Baloglu & McCleary, 1999).

영화와 연극에서의 캐릭터는 유사하지만 또한 많은 차이를 보인다. 영화에서 캐릭터는 배우의 모습을 실제로 보는 것이 아니라 스크린을 통해 매개되기 때문에 실제 배우의 모습이나 목소리를 보거나 들을 수 없다. 하지만 연극에서는 관객의 바로 앞에서 배우가 실제로 연기하는 모습을 관람할 수 있다. 즉, 연극은 제한된 공간, 시간 그리고 관객의 바로 앞에서 연기를 해야 한다는 환경적인 제약으로 인해 영화보다는 다양한 캐릭터를 표현할 수 없지만, 영화에서는 스크린을 통해 전달이 되기 때문에 캐릭터를 표현하는데 있어 제한이 있거나 고정되어 있지 않으므로 연극보다 다양한 캐릭터가 존재할 수 있다(김윤미, 2010). 따라서 관객들은 캐릭터가 실제 존재하는 인물이 아니라는 것을 알고 있음에도 불구하고, 영화 속의 캐릭터에게 실제 사람에게 느끼는 것과 같은 친근감, 호감 등

과 같은 감정을 형성하는 것이다. 더 나아가 관객들은 영화를 보면서 감정이입과 동시에 자기와 캐릭터를 동일시하면서 대리만족을 경험한다 (Aumont, Bergala, Marie, & Vernet, 1983; Metz, 1974). 즉, 캐릭터는 영화가 상영되는 동안 관객들을 내러티브 안으로 끌어들여 극중 캐릭터에 감정이입과 동일시를 하게하고 나아가 영화에 몰입을 하게하는 중요한 역할을 한다.

2. 배우에 대한 감정이입 및 선호도 형성

감정이입(empathy)이란 내가 아닌 다른 사람이 경험한 감정세계에 참여하며 나와 타인의 자아를 일치시키는 것을 말한다. 영화 캐릭터에 대한 감정이입은 관객이 의식적으로 하는 감정적 반응이 아니라 나 자신도 모르게 일어나는 무의식적인 현상이며, 극 중 캐릭터가 경험하는 감정세계 속에 들어가 그 감정을 경험하면서 캐릭터의 감정 속에 관객이 흡수되는 것을 말한다(최배석, 2013). 이 같은 감정이입과 가장 유사하게 여겨지는 개념 중 하나가 동일시라는 과정이다. 관객들은 캐릭터에 감정이입을 하면서 동시에 극 중 캐릭터와 자신을 동일시하는 과정을 통해 영화에 몰입을 하게 된다고 한다. 관객이 심리적으로 영화의 내용에 흡수되면서 캐릭터의 입장이 되어 영화 속 사건과 상황을 처리하게 되는 과정을 동일시라고 한다(Cohen, 2001). 관객들이 극 중 캐릭터에 감정이입을 하고나면 여기서 더 나아가 영화를 보고 있는 실제의 나, 즉 자아에 대한 지각을 잠시 잃어버리고 극 중 캐릭터와 인지적, 감정적으로 하나 되는 동일시 과정을 겪게 된다. 이 같은 감정이입과 동일시 과정을 거쳐 관객들은 영화에 몰입을 하게 된다.

몰입은 감정적 반응의 상위단계로 영화를 관람한 수용자가 몰입을 하고 나면 영화에 대한 우호적인 태도를 형성하고, 형성된 선호도는 관객이 영화를 외부적으로 확산시키고자 하는 행동의 기폭제로서 역할을 한다

(Elisahberg & Sawhney, 1994; Shapiro & Biggers, 1987). 왜냐하면 영화가 상영되는 동안 관객은 자아를 잠시 잃고 캐릭터에 몰입을 하는 과정을 통해 캐릭터와 강한 감정적 공감, 동일시를 겪기 때문에 영화를 보고 난 후 캐릭터에 대한 긍정적 선호도를 갖게 될 가능성이 높다(Fiske, 1989). 영화 속 캐릭터에 대한 긍정적 선호도가 영화 전체의 내용과 영화가 전달하고자 하는 메시지에 대해 긍정적인 반응과 호감도 형성에 영향을 줄 수 있다(금희조, 2010). 따라서 영화상품은 감정적 반응이 중요한 경험재로서 영화를 통해 겪는 감정적인 반응이 영화를 흥행 및 확산을 시키는데 아주 중요한 역할을 한다. 영화에 대한 긍정적 태도를 형성하기 위해서는 관객이 캐릭터에 대해 얼마나 감정이입을 하는가가 중요하다.

3. 연구문제 제언

배우는 영화에서 하나의 캐릭터가 되어 행동과 대사를 통해 작가의 의도를 대변하면서 동시에 관객에게 영화의 주제를 전달하고 감정이입을 통해 영화에 몰입하게 하는 역할을 한다. 영화상품은 관객이 영화를 소비했을 때 경험하는 감정적인 반응이 중요한 상품으로 어떤 감정적 반응을 하느냐에 따라 영화를 확산시키려는 태도의 형성이 결정된다. 따라서 영화에 대한 긍정적인 감정적 반응을 형성하기 위해서는 관객이 배우를 통해 얼마나 감정이입을 하고 몰입을 하는가가 중요한 요인이 된다. 따라서 영화가 흥행을 하기 위해서는 등장하는 배우가 중요한 역할을 하는데 다수의 흥행한 영화에는 유명 배우가 등장하는 것이 일반적이며 영화의 성공을 위해 배우들의 유형을 분석해보고자 하였다.

본 연구에서는 영화에서 다양한 캐릭터를 연기하는 배우들을 대상으로 하나의 고유한 이미지가 형성될 것으로 판단하여 수용자의 입장에서 배우의 이미지 유형을 분류해 보고자 하였다. 따라서 영화배우에 대한 감정적인 반응의 하나인 선호도를 측정하여 배우 이미지 선호유형을 분류해

보고자 하는데 본 연구의 목적이 있다. 연구 대상 영화배우는 남자와 여자로 구분하여 분석해보고자 한다. 따라서 영화 캐릭터를 수용자의 입장에서 남자배우와 여자배우를 분류해보고자 다음과 같은 연구문제를 제시하였다.

연구문제1: 관람객의 선호도에 따라 남녀 영화배우는 어떻게 유형화되는가?

영화배우를 평가하여 유형화하고자 하는 작업은 모든 관객에게 적용할 수 있는 하나의 보편적인 유형화가 어렵다는데 문제점이 있다. 본 연구에서는 그러한 문제를 해결하기 위해 영화배우에 대한 평가를 남자관객과 여자관객으로 구분하여 각각의 선호유형을 알아보고자 한다. 영화 관람은 남자 관객과 여자 관객이 다르다는 것을 일반적으로 인정되는 사실이다. 세부적으로 보면 영화에 부여하는 평점의 경우 성별에 따라 차이가 나는 것으로 보고된다(김희라, 이지형, 2014). 또한 스릴러와 같은 특정 영화의 장르에 있어서도 남성 관객과 여성관객이 관람에 있어 차이를 보이게 된다(김아중, 김성철, 2012). 따라서 남자와 여자 관객의 평가로 나누어 다음과 같은 두 번째 연구문제를 제안한다.

연구문제2: 관객의 성별에 따른 영화배우 선호 유형은 어떻게 다른가?

Ⅲ. 방법론

1. 연구대상

본 연구의 목적은 영화배우에 대한 수용자의 선호도를 측정하여 분류하고자하기 때문에 설문 응답자들이 잘 알고 있는 배우에 대해서 설문을 하

고자 하였다. 사람들이 잘 알고 있는 영화배우란 흥행한 영화의 경우 국민의 다수가 보았다고 말 할 수 있는 지표이기 때문에 흥행한 영화의 주연 배우는 많은 사람들에게 인지도가 높으면서 배우의 이미지를 떠올리기 쉬울 것이라 판단했다. 설문대상이 되는 배우를 선정하기 위해 영화진흥위원회의 역대 흥행 영화 순위와 네이버의 2010~2015년 영화 흥행 순위를 이용하여 역대 흥행한 영화들의 주연배우를 선정하고자 하였다. 흥행한 영화에 출연한 모든 배우가 아닌 주연배우만을 선정한 이유는 인지에 용이하고, 연구의 영역을 제한함으로써 연구의 실현가능성을 높이고자 주연으로만 측정을 하고자 하였다. 따라서 네이버 검색엔진을 통해 영화를 검색 후 주연으로 기재 된 배우만을 설문 대상으로 설정하였다.

연구 대상 배우의 수는 남성, 여성배우 각 20명을 대상으로 하였다. 이는 한 번에 많은 수의 배우 선호도를 측정하게 되면 정확성 높은 응답을 기대하기 어렵기 때문에 설문대상이 되는 배우의 수를 제한하였다. 또한 사전에 pre-test를 진행 할 때 남녀배우의 선호도를 각 30명의 배우를 설문 항목으로 설정하여 설문을 진행하였는데 설문 결과 배우가 출연한 영화는 유명하지만 출연한 배우의 인지도가 높지 않거나 또는 특정 배우의 경우 사회적으로 물의를 빚어서 설문 응답자들이 배우의 캐릭터에 대한 선호도를 응답하기 보다는 배우의 사회적 물의로 인한 낮은 선호도 응답을 보여 본 연구와 맞지 않아 제외하였다. 또한 배우 개개인의 필모그래피를 검색하여 보았을 때, 영화 출연 횟수는 많지 않은 반면 드라마 출연작이 압도적으로 많은 경우는 영화배우로서의 선호와 차이를 보일 것으로 판단하여 제외하였다. 따라서 결과적으로 역대 흥행 영화의 주연배우를 높은 순위부터 중복을 제외한 배우 20명을 선정하였다. 이와 같은 기준에 따라 선정된 배우는 다음과 같다.

<표 1> 역대 흥행 영화에 주연으로 출연한 한국 남자, 여자배우

한국 남자 배우		한국 여자 배우	
배우	흥행영화	배우	흥행영화
강동원	검은사제들, 늑대의 유혹, 전우치	김민희	연애의 온도, 화차
김윤석	추격자, 타짜, 화이, 도둑들	김아중	미녀는 괴로워
류승룡	손님, 최종병기 활, 7번가의방	김옥빈	박쥐
박해일	은교, 최종병기 활, 이끼	김윤진	국제시장, 하모니
설경구	스파이, 해운대, 감시자들, 타워	김혜수	차이나타운, 타짜, 관상, 도둑들
송강호	사도, 변호인, 설국열차, 관상, 괴물	김혜숙	도둑들
안성기	화려한휴가, 신의한수, 부러진화살	김혜자	마더
오달수	베테랑, 암살, 국제시장, 조선명탐정	박보영	늑대소년, 과속스캔들
원빈	아저씨, 태극기 휘날리며	박시연	간기남, 사랑, 마린보이
유아인	베테랑, 사도, 유아인	배두나	괴물, 코리아,
유해진	베테랑, 극비수사	손예진	타워, 오작한 연애, 내 머릿속의 지우개
이선균	끝까지 간다, 내 아내의 모든 것	신민아	10억, 고고70, 나의사랑나의신부
이정재	관상, 암살, 신세계	엄정화	댄싱퀸, 해운대, 싱글즈
장동건	태극기 휘날리며	엄지원	더 폰, 경성학교, 박수건달, 소원
정우성	신의한수, 감시자들	임수정	전우치, 내 아내의 모든 것
정진영	왕의 남자, 평양성	전도연	하녀, 밀양, 인어공주, 너는 내운명
조승우	내부자들, 암살, 말아톤	전지현	암살, 도둑들, 베를린
최민식	명량, 신세계, 범죄와의 전쟁	조여정	방자전, 후궁
하정우	암살, 군도, 추격자, 베를린	하지원	해운대, 내사랑 내곁에
황정민	베테랑, 국제시장, 신세계	한효주	광해, 반창꼬, 감시자들, 광해

2. 표본

본 연구의 설문은 한국리서치에 의뢰하여 실시되었다. 연구문제를 검증하기 위해 응답 대상을 대한민국 만 25~35세 성인 남녀로 설정하였으며 남성 150명(%), 여성 157명(%) 총 307명의 설문 응답데이터를 수집하였으며 실제 분석에 307명의 응답설문을 이용하였다. 연구 대상의 연령을 만 25세에서 35세로 제한을 한 것은 2012년 영화진흥위원회의 영화소비자조사 결과를 반영한 것이다. 영화진흥위원회에서 작성한 2012년 영화소비자조사 결과 보고서에서 성별, 연령별 극장에서의 영화관람 정도를 조사했을 때, 극장에서의 영화 관람률이 가장 높게 나타난 집단은 만 24~29세의 여성으로 조사되었다. 남성의 경우는 만 30~34세의 집단이 가장 높은 영화 관람 정도를 보였으며 그다음으로 높은 집단은 만 24~29세 집단인 것으로 나타났다.

또 한 가지 설문대상을 선정하기 위해 기준으로 사용한 역대 흥행 영화 순위의 개봉 년도를 고려하였다. 역대 흥행 영화 순위에 2005년~2009년에 개봉한 영화가 있는데 현재의 만 20세 성인은 그때 당시 초등학교이거나 중학생으로 해당 영화의 캐릭터를 인지하기 어려울 것으로 예상하였고, 실제 만20세의 학생을 대상으로 한 pre-test에서도 2010년 이전 개봉 영화에 출연한 배우의 캐릭터에 대한 인지도가 낮은 것으로 나타났다. 따라서 소비자조사 결과와 역대 흥행 영화순위에 랭크된 영화의 개봉 년도를 고려하여 만 25~35세의 성인을 응답대상으로 설정한 것은 설문 응답자의 영화배우 캐릭터에 대한 인지도와 선호도에 대한 응답의 정확성을 높이기 위한 것이다. 그림1에서 보듯 선정된 배우들을 대상으로 선호도를 7점 리커트 척도를 사용하여 측정하였다.

<그림 1> 설문지 예시

전혀 좋아하지 않는다						완전 좋아한다
1	2	3	4	5	6	7
						
1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7		
						
1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7		

IV. 결 과

1. 남자배우 20명에 대한 선호도에 따른 유형 분류

1) 남성 수용자의 선호도와 한국 남자배우 요인분석 결과

남성 수용자를 대상으로 한국 남자배우 20명에 대한 영화 배우 선호도를 바탕으로 요인분석을 실시한 결과 아래 표와 같이 4개 유형의 이미지 선호유형으로 적절하게 묶였으며 각 요인에 속하는 배우의 영화 속 이미지 특징을 고려해서 각 요인의 이름을 부여하였다. 요인분석을 하는데 있어 표본의 적절성을 나타내는 KMO 계수는 .889로 나타났으며, 변인들 간에 상관관계가 있는지를 검증하는 계수인 Bartlett의 구형성 검증 값은 1142.497($df=190$, $p=.000$)으로 유의미한 유의수준을 나타내고 있으므로

요인분석을 사용하여 분석하는데 적합하다고 판단하였다.

먼저 한국 남자배우 이미지 요인1은 유해진, 황정민, 최민식, 오달수, 김윤석이 하나의 요인으로 묶였다. 각 배우의 요인 적재치는 0.5 이상으로 적절하였으며 한 요인으로 묶인 배우들의 공통적인 영화 속 이미지를 가지고 ‘범죄자 혹은 형사’로 명명하였다. 유해진은 최근 <베테랑>과 <그놈이다>를 통해서 악역을 연기하였고, 황정민, 오달수는 2015년 흥행한 영화 <베테랑>의 주연들로 형사를 연기했으며 김윤석은 <타짜>와 <도둑들>에서 도박을 하는 범죄자로 그리고 <추격자>에서는 살인마를 쫓는 형사역할을 맡았다. 요인1에 속한 배우들은 주로 영화 속에서 범죄를 저지르거나 범죄를 돕는 악역이나 그런 범죄자를 쫓는 형사를 주로 맡았기 때문에 ‘범죄자/형사’로 정하였다.

다음 요인2로 선정된 배우들은 강동원, 정우성, 이정재, 장동건, 원빈으로 ‘미남형’으로 명명하였다. 요인2로 추출된 배우들은 영화 속에서 각기 다른 직업과 성격, 장르의 영화에서 연기했는데 공통적인 부분은 이들을 소개할 때 대한민국 대표 미남배우로 불린다는 것이다. 강동원의 경우 <검은사제들>에서 ‘강동원의 잘생긴 외모가 극의 개연성을 이끌었다’라는 평을 얻으며 데뷔작인 <늑대의 유혹>에 이어서 스크린을 통해 잘생긴 외모를 과시하였다. 강동원뿐만 아니라 요인2에 묶인 배우들은 범죄 장르 영화에 출연해도 잘생긴 범죄자라는 수식어를 얻거나 영화 속 역할의 특징 보다는 배우의 잘생긴 외모가 하나의 이미지가 되는 배우들로 ‘미남형’으로 명명하였다.

요인 3은 박해일, 조승우, 하정우, 정진영으로 이들은 극에서 검사, 작가, 아나운서 등의 직업군을 주로 연기하면서 ‘인텔리’로 수용자들에게 인지되어 이미지 유형이 분류되었다. 마지막으로 요인4에는 <공공의 적>에서 범인을 잡기 위해 총기사용도 마다하지 않는 다혈질 경찰 역할을 연기했던 설경구와 극중에서 인상 깊은 연기로 유명세를 얻은 류승룡이 한 요인으로 묶여서, 요인 4는 ‘카리스마’ 유형으로 이름을 붙였다.

<표 2> 남성 수용자의 선호도를 바탕으로 한 이미지 유형 분석

	요인1	요인2	요인3	요인4	요인 명
유해진	.761				범죄자 혹은 형사
황정민	.732				
최민식	.726				
오달수	.617				
김윤석	.555				
송강호	.485	.457	.210	.149	
강동원		.735			미남형
정우성		.725			
이정재		.649			
장동건		.642			
윤희빈		.590			
이선균	.072	.447	.393	.262	
박해일			.824	.167	인텔리
조승우			.625	-.056	
하정우			.613	-.068	
정진영			.542	.477	
유아인	.280	.330	.497	.073	
설경구				.788	카리스마
류승룡				.767	
안성기	.390	.217	.052	.433	
KMO=.889, Bartlett=1142.497($df=190$ $p<.001$)					

2) 여성 수용자의 선호도와 한 한국 남자배우 요인분석 결과

한국 남자배우 20명에 대한 여성수용자의 선호도를 바탕으로 요인분석을 실시한 결과 남성수용자와는 다르게 5개의 이미지 유형으로 분류되었으며, 요인으로 묶인 배우들의 성격 또는 공통적 특징을 나타낼 수 있는 요인명을 정하였다. KMO 표본적합도 점검 결과 KMO 계수는 .889로 나타났다으며, Bartlett의 단위행렬 점검 결과 구형성 검증 값은 1142.497 ($df=190$, $p=.000$)으로 변수들 간에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하다고 할 수 있다.

요인1은 ‘범죄자 혹은 형사’로 명명하였고, 요인2는 ‘카리스마’로 명명하였으며, 요인3은 ‘코믹함’로, 요인4는 ‘진지함’, 요인5는 ‘미남형’으로 명명하였다. 각 요인의 적재값은 .50이상으로 나타나 모두 타당성이 충분하다고 분석하였다. 먼저 ‘범죄자 혹은 형사’는 하정우, 유해진, 황정민, 송강호, 유아인, 최민식으로 구성되었는데 앞서 남성 수용자와 비슷하게 범죄/스릴러 또는 액션영화장르에 어울리는 영화배우들이 속했다. ‘카리스마’는 류승룡, 김윤석, 설경구로 묶였는데 남성수용자 반대로 ‘카리스마’에서 김윤석이 추가되었다. 그 다음 요인으로 추출된 오달수, 박해일, 정진영, 이정재는 영화 속에서 다양한 캐릭터의 연기를 보여주었는데, 공통적으로 여기 속한 배우들은 대표작에서 코믹한 연기를 한 바 있어 이 요인의 이름은 ‘코믹함’으로 명명하였다. ‘진지함’에는 안성기, 정우성, 조승우가 묶였으며, ‘미남형’에는 남성과는 다르게 정우성, 이정재가 제외된 강동원, 원빈, 장동건이 한 요인으로 묶였다.

<표 3> 여성 수용자의 선호도를 바탕으로 한 이미지 유형 분석

	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인 명
하정우	.662					범죄자 혹은 형사
유해진	.614					
황정민	.594					
송강호	.590					
유아인	.581					
최민식	.508					
이선균	.465	-.103	.066	.308	.401	카리스마
류승룡		.805				
김윤석		.757				
설경구		.616				
오달수			.700			코믹함
박해일			.630			
정진영			.610			
이정재			.551			
안성기				.687		진지함
정우성				.584		
조승우				.506		
강동원					.811	미남형
월빈					.746	
장동건					.538	

KMO=.889, Bartlett=1142.497($df=190$ $p<.001$)

2. 여자배우 20명에 대한 선호도에 따른 유형 분류

1) 남성 수용자의 선호도와 한국 여자배우 요인분석 결과

<표 4>는 남성 수용자의 한국 여자배우 20명에 대한 선호도를 바탕으로 한 영화배우 이미지 유형을 밝히기 위해 요인분석을 실시한 결과이다. 먼저 Bartlett 구형성 검증 결과 $1341.026(df=190, p=0.000)$ 으로 각 배우들 간에 요인을 이룰 만한 상관성이 유의미 한 것으로 나타났고, 요인분석을 실시하는데 있어 표본의 적합성을 점검하는 KMO 계수는 0.889로 나타나 요인분석을 하는데 있어 적절하다고 판단되었다. 한국여자 영화배우 20명에 대한 남성수용자의 선호도를 바탕으로 요인 분석한 결과 총 4개의 요인이 도출되었으며, 각 요인을 구성하는 배우들의 이미지 특징을 바탕으로 하여 요인명을 정하였다.

요인1은 ‘미녀’, 요인2는 ‘관능미’로 명명하였으며, 요인3의 경우 ‘카리스마’, 요인4는 ‘연기파’로 각 요인의 이름을 부여하였다. 각 요인의 적재값은 모두 0.50이상으로 나타났으며 김해숙의 경우 요인3과 요인4 모두 적재값이 0.5이상으로 중복 추출되어 제외하였다. 첫 번째로 추출된 ‘미녀’에는 한효주, 신민아, 하지원, 조여정, 손예진, 김아중이 하나의 이미지 유형으로 묶였는데, 6명의 영화배우의 공통적인 특성은 남자배우의 ‘미남형’과 마찬가지로 영화 속에서 맡은 직업, 성격 등은 다양하지만 모두 대한민국 미녀 배우로 불리는 배우들이기 때문에 ‘미녀’로 명명하였다. 이어서 배두나, 박시연, 엄정화, 김옥빈은 ‘관능미’로 영화 속에서 노출연기와 베드신을 연기한 동시에 카리스마 있는 캐릭터를 연기한 배우들로 관능미 있는 여성의 모습을 보여주었기 때문이다. 그 다음 요인으로는 김윤진, 엄지원, 임수정 이 한 요인으로 묶여서 ‘연기파’로 명명하였다.

<표 4> 남성 수용자의 선호도를 바탕으로 한 이미지 유형 분석

	요인1	요인2	요인3	요인4	요인 명
한효주	.774				미녀
신민아	.613				
하지원	.584				
조여정	.573				
손예진	.564				
김아중	.513				
배두나	.066	.714			관능미
박시연	.520	.660			
엄정화	-.054	.641			
김옥빈	.452	.618			
김민희	.425	.465	.188	.203	
김혜수			.796	.108	카리스마
전지현			.710	-.140	
김혜자			.575	.467	
전도연			.562	.304	
김해숙	.049	.282	.536	.518	
박보영	.348	-.047	.422	.418	
김윤진				.761	연기파
엄지원				.543	
임수정				.528	
KMO=.889, Bartlett=1341.026(<i>df</i> =190 <i>p</i> <.001)					

2) 여성 수용자의 선호도와 한국 여자배우 요인분석 결과

<표 5>는 여성 수용자의 한국 여자배우 20명에 대한 선호도를 바탕으로 하여 요인분석을 실시한 결과이다. 개별 자료의 표본적합도를 평가하는 KMO 계수 값 0.902로 표본적합도 적용의 기본은 0.7이상으로 요인분석에 적합한 표본으로 판단하기 때문에 0.9는 매우 적합하다고 볼 수 있다. Bartlett의 단위행렬 점검은 요인분석에 사용되는 변수인 배우들이 서로 독립적인지 아닌지를 점검하는 값으로 1219.696($df=190$ $p=0.000$)로 상호 독립적이며 배우들 간의 상관이 없다고 판단할 수 있다.

요인분석을 실시한 결과 20명의 배우는 총 4개의 요인으로 추출할 수 있으며 적재값이 0.5를 넘지 않는 배우요인은 제외하였다. 하나의 요인으로 묶인 배우들의 공통성을 파악하여 요인의 대표성을 나타낼 수 있는 이름을 부여하였다. 요인1은 임수정, 김아중, 김옥빈, 박시연, 김민희, 엄지원, 한효주가 한 요인으로 묶여 ‘미녀’로 명명하였다. 요인2는 ‘로맨틱 코미디형’으로 명명하였으며, 전지현, 신민아, 손예진, 하지원 총 4명의 배우가 한 요인으로 묶였다. 전지현은 <엽기적인 그녀>에서 황당한 요구를 하는 엉뚱한 모습을 통해 코믹한 모습을 보여주면서 동시에 사랑스러운 모습을 보여주며 남성들의 첫사랑으로 자리매김하였고, 그 다음은 전도연과 김혜수가 하나의 요인으로 묶여 ‘카리스마’로 명명하였는데 김혜수는 <차이나타운>에서 한국영화에서는 보기 드물게 조직폭력배 여성 두목을 연기하였고, 전도연의 경우 <하녀>를 통해 광기어린 모습을 보여 주는 등 두 배우는 영화를 통해 강인한 여성의 모습을 지닌 캐릭터를 연기하여 강한 이미지를 가졌기 때문에 ‘카리스마’로 명명하였다. 요인4는 김혜자, 김윤진, 김혜숙이 하나의 요인으로 묶여서 ‘연기파’로 요인의 이름을 부여하였다.

<표 5> 여성 수용자의 선호도를 바탕으로 한 이미지 유형 분석

	요인1	요인2	요인3	요인4	요인 명
임수정	.694				미녀
김아중	.689				
김옥빈	.678				
박시연	.640				
김민희	.605				
엄지원	.602				
한효주	.578				
배두나	.478	.063	.387	.186	
전지현		.736			로맨틱 코미디형
신민아		.715			
손예진		.621			
하지원		.618			
전도연			.793	.042	카리스마
김혜수			.679	.237	
박보영	.100	.474	.496	.199	
엄정화	.330	.230	.440	.250	
김혜자				.776	연기파
김윤진				.628	
김해숙				.606	
조여정	.414	.362	-.025	.424	
KMO=.902, Bartlett=1219.696(<i>df</i> =190 <i>p</i> <.001)					

V. 논의 및 결론

1. 한국남자 영화배우 캐릭터에 대한 수용자의 선호 유형분류

한국 남자 영화배우에 대한 남성과 여성수용자의 선호도를 바탕으로 선호유형을 분류해 본 결과 ‘범죄자 혹은 형사’, ‘카리스마’, ‘미남형’ 3가지 유형이 남성과 여성수용자 모두에게서 나타났다. 남성 수용자에게서는 총 4가지의 이미지 선호유형이 나타났는데, ‘범죄자 혹은 형사’, ‘미남형’, ‘인텔리’, ‘카리스마’ 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 여성 수용자의 경우 ‘범죄자 혹은 형사’, ‘카리스마’, ‘코믹함’, ‘진지함’, ‘미남형’ 총 5가지의 이미지를 선호하는 것으로 분석하였다.

수용자의 영화소비 특성에 있어 영화진흥위원회의 역대 흥행작 순위에 오른 영화의 장르를 분석해보면 액션, 범죄/수사/스릴러 장르가 가장 많은 것을 알 수 있다. 영화처럼 성공이 불확실한 상품의 경우 성공한 제품의 특성을 재생산, 반복하여 생산하는 것을 전략으로 하는 경우가 많다. 따라서 특정 장르가 흥행하고 나면 우후죽순 그 장르의 영화가 많이 제작되어 장르의 획일화가 일어나는데 특정 장르가 반복, 재생산되는 과정에서 그 장르에 등장해야 마땅한 특징적인 영화 속 캐릭터가 반복하여 등장하게 된다. 따라서 액션 장르가 많이 제작되면 액션장르에 등장할 법한 캐릭터가 반복적으로 생겨나며 수용자들은 비슷한 캐릭터를 집단적으로 인식하게 된다. 이 같은 이유로 국내 남자영화배우의 이미지 선호 유형에 ‘범죄자 혹은 형사’, ‘카리스마’가 남녀 수용자 모두 공통적으로 나타난 것으로 볼 수 있다.

남성과 여성 수용자 모두 공통적으로 강동원, 원빈, 장동건으로 묶인 선호 유형을 보였는데, 이 배우들의 공통적인 면은 영화에서 맡은 역할을 성격, 직업적 특성, 장르의 특성 보다는 이 배우들이 지닌 외적인 매력도가

공통적인 특징이라 판단하여 ‘미남형’으로 명명하였다. 여기에 속한 배우들은 액션장르의 범죄자가 되어도 잘생긴 범죄자가 되고, 퇴마사가 되어도 잘생긴 퇴마사, 동네 바보가 되어도 잘생겼다는 수식어가 붙는다. 따라서 이 배우들이 어떤 성격, 특징을 가진 배역을 연기하더라도 항상 ‘잘생겼다’라는 속성을 공통적으로 가지게 되기 때문에 배우들이 맡은 캐릭터의 공통적인 특징을 외적인 매력이라고 판단하였다.

<표 6> 남녀 수용자의 선호유형 분류

범죄자/형사	미남형	인텔리	카리스마	
유해진, 황정민, 최민식, 오달수, 김윤석	강동원, 정우성, 이정재, 장동건, 원빈	박해일, 조승우, 하정우, 정진영	설경구, 류승룡	
범죄자/형사	카리스마	코믹함	진지함	미남형
하정우, 유해진, 황정민, 송강호, 유아인, 최민식	류승룡, 김윤석, 설경구	오달수,박해일, 정진영,이정재	안성기, 정우성, 조승우	강동원, 원빈, 장동건

2. 한국여자 영화배우 캐릭터에 대한 수용자의 선호 유형분류

여자영화배우 캐릭터의 유형분류 결과 ‘미녀’, ‘카리스마’, ‘연기파’ 총 3가지 이미지유형이 남성과 여성수용자의 선호 이미지 유형 분류 결과 공통적으로 나타났다. 남성 수용자의 경우 총 20명의 국내여자 영화배우를 대상으로 캐릭터 선호유형을 분류해 본 결과, ‘미녀’, ‘관능미’, ‘카리스마’, ‘연기파’ 총 4가지의 이미지 유형을 선호하는 것으로 나타났다. 그리고 여성수용자의 경우 ‘미녀’, ‘로맨틱 코미디형’, ‘카리스마’, ‘연기파’로 유형을 분류하였다. 남성들이 관능적인 매력을 하나의 선호 유형으로 생각하는

것과 달리 여성 수용자의 경우 로맨틱코미디에 어울리는 친근한 매력을 기준으로 하나의 독립적인 이미지 선호유형을 보이고 있었다.

<표 7> 남녀 수용자의 선호유형 분류

미녀	관능미	카리스마	연기파
한효주, 신민아, 하지원, 조여정, 손예진, 김아중	배두나, 박시연, 엄정화, 김옥빈	김혜수, 전지현, 김혜자, 전도연	김윤진, 엄지원, 임수정
미녀	로맨틱코미디	카리스마	연기파
임수정, 김아중, 김옥빈, 박시연, 김민희, 엄지원, 한효주	전지현, 신민아, 손예진, 하지원	전도연, 김혜수	김윤진, 김혜자, 김해숙

3. 시사점 및 한계점

본 연구의 결과는 몇 가지 시사점을 제공하고 있다. 학문적으로 이미지에 대한 연구도 많이 이루어졌고 캐릭터에 대한 논의도 있어 왔지만 영화 배우를 대상으로 구체적인 선호 유형을 탐색해 본 것은 의미 있는 일로 평가할 수 있다. 또한 남자와 여자 관객이 바라보는 남자와 여자 배우에 대한 이미지는 달라질 수 있다. 남성관객과 여성관객이 선호하는 영화가 다를 수 있고 마케팅적인 고려사항이 될 수 있기에 이러한 성별에 따른 유형 차이를 알아본 것도 의미를 찾을 수 있다. 이는 영화 배우에 대한 연구가 많이 부족한 현실에서 하나의 출발점이 되는 연구로 평가할 수 있다. 영화 흥행에서 배우가 차지하는 비중을 볼 때 관람객의 시각에서 평가하는 영화 구성요인에 대한 연구는 지속적으로 필요하다. 특히 배우의 이미

지라는 개념을 기반으로 하는 연구는 영화는 물론 배우가 등장하는 다른 콘텐츠 상품에도 확장하여 적용이 가능할 것으로 보인다. 또한 본 연구의 결과는 영화 제작 실무에서도 활용이 가능할 것이다. 영화 배우의 캐스팅에 있어 작가나 감독의 직관에 의지하여 일을 진행하는 경우가 많다. 또한 흥행이라는 목표에 따라 배우 선정 작업이 이루어지기도 한다. 어떤 형식의 의사결정이 이루어지든지 관객의 입장에서 인지하는 배우 선호에 대한 자료는 실무적으로 활용성이 높다 하겠다.

본 연구는 몇 가지 제한점이 존재한다. 먼저 설문을 실시하는 데 있어서 응답자 1명에게 80명의 배우에 대한 선호도를 측정하게 하였는데, 많은 수의 설문항목은 응답자에게 피로감을 주기 때문에 불성실하며 정확하지 않은 답변을 할 가능성이 높다. 또한 설문 대상인 배우에 대한 인지도를 측정하지 않았기 때문에, 설문 대상이었던 80명의 배우를 모두 다 알고 있다는 전제하에 선호도 측정을 실시하였다. 따라서 응답자 가운데는 설문 대상을 모름에도 불구하고 선호도를 체크한 경우가 있기 때문에 측정된 선호도에 일정부분 측정 오차가 존재할 수 있다는 점이다. 이러한 제한점은 후속연구를 통해 해결할 수 있을 것으로 판단된다.

References

- Aumont, J., Bergala, A., Marie, M., & Vernet, M. (1983). *Esthetique du cinema*. Paris: Ed.Nathan.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Cho, M. Y. (2008). *Research on makeup application through analyzing the characters of Chunhyangjeon*. Master's dissertation. Hansung University.
- Choi, B. S. (2013). Influence of knowledge about a movie on recommendation—focusing on flow and attitude in the case of <Snowpiercer>. *Film Studies*, 58, 451-482.
- Choi, K. Y. (2014). *Analysis of the impact of the pre- and post-watching attitude of cinema audiences on the box office success of films*. Master's dissertation. Korea University, Graduate School of Journalism & Mass Communication.
- Choi, N. H., & Lim, A. Y. (2009). The roles of sympathy and empathy on the effects of dramatic factors on attitude toward film. *Journal of Consumer Studies*, 20(3), 243-271.
- Chon, B. S. (2003). Moviegoers' movie consuming behavior. *Korean Journal of Broadcasting*, 17(2), 297-326.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4(3), 245-264.
- Eliashberg, J., & Sawhney, M. S. (1994). Modeling goes to Hollywood: Predicting individual differences in movie enjoyment. *Management Science*, 40(9), 1151-1173.
- Eliashberg, J., & Shugan, S. M. (1997). Film critics: Influences or

- predictors?. *Journal of Marketing*, 61(2), 68-78.
- Fiske, J. (1989). *Understanding popular culture*. Routledge.
- Information and Communication Policy Institute. (2002). *A study on the market change and development strategy of industrialization of contents: Focusing on music and film contents*.
- Keum, H. J. (2010). 3D effects : Presence, identification and enjoyment of the movie 'Avatar'. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 54(4), 27-48.
- Kim, A. J., & Kim, S. (2012). The effect of NFA and NFC on intensity of emotions and satisfaction: Focused on thriller movie. *Review of Cultural Economics*, 15(1), 173-193.
- Kim, H., & Lee, J. (2014). Inferring gender of movie viewers from movie watching log. *Korean Institute of Information Scientists and Engineers*, 698-700.
- Kim, H. J. (1998). Star power analysis of Korean movie star. *Review of Cultural Economics*, 1(1), 165-200.
- Kim, J. (2008). The star power of Korean movie industry 2003-2007. *Film Studies*, 38, 11-52.
- Kim, M., Choi, Y. J., & Jeon, B. (2004). *Estimation of size and growth factors of Korean film industry*. Korean Film Council.
- Kim, S. Y., Lim, S. H., & Jung, Y. S. (2010). A comparison study of the determinants of performance of motion pictures. *The Journal of the Korea Contents Association*, 10(2), 381-393.
- Kim, Y. (2010). Perception of movie characters based on movie posters-With focus on movies with Angelina Jolie in. *The Korean Society of Make-up Design*, 6(1), 51-63.
- Korean Film Council. (2014). *Korea film industry closing in 2014*. Korean Film Council Film-Promotion Committee Policy Report.

- Lee, H., & Jeon, I. (2009). An analysis of the visual image of villain characters - Focusing on Korean films since 2000 -. *Journal of the Korean Society of Costume*, 59(1), 1-13.
- Lee, H. J. (2006). *Analysis on images of character from various movies: More likely focused on movies Johnny Depp was in*. Master's dissertation. Seokyeong University Graduate School of beauty art.
- Metz, C. (1974). *Langage et cinema*. Paris, Ed, Larousse.
- Park, H., & Oh, I. (2008). A study of the make-up elements comparison for an evil character, 'Joker' from the movies of 'Batman' and 'Dark Night'. *The Journal of the Korean Society of Make-up Design*, 4(3), 203-213.
- Park, J., & Lee, G. (2004). A study of the effects of the newspaper coverage of motion pictures on box office performance. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 48(6), 62-83.
- Park, S. H., Song, H. J., & Jung, W. K. (2011). The Determinants of Motion Picture Box Office Performance: Evidence from Korean Movies: Released in 2009-2010. *Journal of Communication Science*, 11(4), 231-258.
- Shapiro, M. E. & Biggers, T. (1987). Emotion-eliciting qualities in motion picture viewing situation and audience evaluation in Austin. B. a.(ed), *Current Research in Film. Audiences. Economics and Law*. New York: Albex publishing Corporation. 1-11.
- Sobchack, T. & Sobchack, V. C. (1997). *An introduction to film*. New York: Columbia University Press.

Preference Types of Korean Movie Characters: A Focus on Differences between Male and Female Viewers

Mina LEE

Master, Dankook University

Jong Woo JUN

Associate Professor, Dankook University

There have been ongoing studies on factors of success in films. However, studies on movie characters are insufficient. It is still at its beginning stage, and so, it is difficult to find the study that analyzes the type of movie characters. The purpose of this study is to classify the type of movie characters by the preferences of each sex,. For this study, Korean actors are selected from the Box Office of the Korean Film Commission and SPSS 23.00 statistical package is used to adopt Factor analysis. It is already discovered through earlier studies that there is reliable distinction in preferred type of movie character by consumer's gender. Male consumers categorized preferred male movie actors to 4 types of characters, while female consumers had 5 types. Male and female consumers categorized preferred female movie actors to 4 types of characters. The results of this study showed its academic significance by conducting classification method entirely in consumer's perspective.

Key Words : Korean movie actors, characters, images, empathy, preference