



## 네티즌과 영화 평론가의 영화 평가 결정 요인 비교

Determinants of Film Critics between Online Users and Professional Reviewers

---

저자 (Authors)	오은희, 전범수 Eun Hee Oh, Bum Soo Chon
출처 (Source)	<a href="#">한국방송학보 22(6)</a> , 2008.11, 267-289 (23 pages) <a href="#">Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies 22(6)</a> , 2008.11, 267-289 (23 pages)
발행처 (Publisher)	<a href="#">한국방송학회</a> Korean Association for Boarding & Telecommunication
URL	<a href="http://www.dbpia.co.kr/Article/NODE01094608">http://www.dbpia.co.kr/Article/NODE01094608</a>
APA Style	오은희, 전범수 (2008). 네티즌과 영화 평론가의 영화 평가 결정 요인 비교. 한국방송학보, 22(6), 267-289.
이용정보 (Accessed)	이화여자대학교 203.255.***.68 2018/11/12 14:47 (KST)

---

### 저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

### Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

## 네티즌과 영화 평론가의 영화 평가 결정 요인 비교\*

오은희\*\*

한양대학교 신문방송학과 석사

전범수\*\*\*

한양대학교 신문방송학과 교수

**본** 연구는 영화에 대한 평가 주체로서 중요한 두 집단 다시 말해 네티즌들의 영화 평가와 영화 평론가들의 영화 평가를 결정하는 요인들을 비교하기 위한 것이다. 본 연구의 주요 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 다중회귀분석 방법을 이용하여 각각의 영화 평가에 대한 결정 요인들을 탐색해 본 결과 장르 요인들은 거의 통계적으로 유의미하지 않은 요인으로 나타났다. 둘째, 한국 영화는 네티즌과 영화 평론가들의 평가 모두가 낮게 나타났다. 셋째, 국적을 제외할 때 네티즌들이나 영화 평론가들이 영화를 평가하는 가장 중요한 변인은 작품 변인군으로 나타났다. 특히 네티즌들은 흥행 배우를 가장 중요하게 평가하는 반면 영화 평론가들은 작품상 수상 여부가 가장 중요한 변인으로 나타났으며 다음으로는 주연 배우 및 영화감독 수상, 기타 흥행 배우 및 흥행 감독 출연 등으로 나타났다. 기타 영화별 관객 수와 같은

---

\* 이 논문은 오은희의 석사학위 논문(2007)에 근거하여 작성된 것임.

\*\* dhs10209@naver.com

\*\*\* bumchon@naver.com, 교신저자.

흥행 변인은 네티즌이나 영화 평론가의 영화 평가에 유의미한 영향을 끼치지 못하는 것으로 나타났다.

**주제어 : 영화 산업, 네티즌 영화 비평, 영화 평론가 영화 비평**

## 1. 문제제기

소비자들이 영화를 선택하는 요인은 영화에 내재해 있는 속성을 포함해 주위의 평가, 기타 다양한 평가 차원이 포괄적으로 관련된다. 영화는 경험 재적 상품으로서 사전에 다양한 정보 습득 및 평가를 통해 소비 구조가 결정되기 때문이다. 영화에 대한 소비자와 전문가 평가는 다차원적일 수 있다. 주변 사람들의 추천이나 전문가들의 비평, 또는 영화 자체의 내재적 특성에 따라 다양한 평가 차원이 구성되기 때문이다. 영화는 직접 영화를 관람하기 전에는 해당 영화에 대해 평가를 내리기 어려운 경험재적 특성을 갖는 이유로 관객은 영화 상품의 속성 또는 주위 정보에 의존해서 영화를 선택하려는 경향을 나타낸다(박형현·박찬수, 2001).

소비자들은 주변 영화의 평가를 통해 영화 소비 여부와 종류를 선택하는 것이 일반적이다. 특히 영화 전문 평론가 또는 인터넷 정보 등에 의존해서 영화에 대한 정보 습득 및 태도 변화가 나타날 가능성이 높다. 그러나 흥미로운 것은 영화 전문가 평가와 일반 소비자 평가가 반드시 일치하는 것은 아니라는 점이다. 이들은 같은 콘텐츠에 대해 서로 다른 평가 차원을 갖는 경우가 많다. 물론 전문가와 일반인들의 평가가 서로 다르다 하더라도 이들의 평가는 다양한 채널을 통해 후속적으로 소비자들의 영화 선택 행위에 영향을 끼칠 수 있다. 영화를 관람한 후의 태도라고 할 수 있는 사람들의

평가는 구전 커뮤니케이션으로 연계되며 후속 창구 소비에 영향을 끼칠 수 있기 때문이다(De Vany & Walls, 1996).

영화 정보 전달 과정뿐만 아니라 영화에 대한 평가 차원을 구성하는 요인들에 대한 연구는 많지 않은 편이다. 대부분의 선행연구들은 영화 평론가들의 비평이나 네티즌들의 구전 네트워크가 영화 흥행에 끼치는 영향을 살펴 보았다(박형현·박찬수, 2001). 영화 상품의 속성을 감안한다면 영화 평론가들이나 네티즌들의 평가에 따르는 정보 유통은 영화의 상업적 성공에 중요하다. 영화 전문 사이트인 맥스무비 설문조사에 따르면 6,839명의 응답자 중에서 누구의 평이 영화 선택 시에 가장 많은 영향을 끼치는가를 살펴 본 결과 관객 평가가 전체의 51.5%로 가장 많고 다음으로 네티즌 평가 37.8%, 영화 평론가 평가 6.3%, 영화 기자 평가 2.4% 등으로 나타났다(<http://www.maxmovie.com>). 영화 관객이나 네티즌이 동일인인 경우가 많다는 것을 감안한다면 영화 선택에서 이들이 차지하는 비중은 90% 내외로 매우 높다는 것이다.

그러나 이들 영화 평가 주체들의 평가 차원이 어떻게 구성되는지를 비교한 경우는 많지 않다. 따라서 본 연구는 영화를 평가하는 가장 중요한 두 집단인 영화 평론가와 네티즌들의 영화 평가 차원을 비교하고자 한다. 영화 평론가와 네티즌들의 영화 평가 차원이 어떻게 차별화되는 것인지를 살펴보는 것은 실제 영화 소비에도 영향을 끼칠 수 있다는 측면에서 흥미로운 주제가 될 수 있다. 본 연구는 영화 소비자에게 여러 가지 영향을 끼칠 수 있는 네티즌과 영화 평론가들이 동일한 영화를 평가하는 기준들이 어떠한 차이와 유사성을 갖고 있는가를 탐색한 것이다.

## 2. 이론적 논의

영화는 예술적 속성과 상업적 속성을 동시에 갖고 있기 때문에 보편타당한 평가 방식을 이끌어 내기가 어렵다. 영화 평론가들이나 연구자들은 영화의 심미적 가치에 초점을 두는 반면 일반 대중들은 영화의 오락적 가치를 우선적으로 평가할 수 있기 때문이다. 그럼에도 일반적으로 영화의 품질을 평가할 수 있는 기준으로는 영화 자체의 창의적 특성 및 평론가의 비평이나 영화 수상 기록 등이 검토 대상이다(김은미, 2003 참조). 영화의 흥행성만을 기준으로 영화 평가를 살펴본다면 영화 제작 요소와 스타 파워들을 연구하는 것만으로는 충분하지만 영화의 작품성을 동시에 검토하기 위해서는 영화의 수상 여부나 기타 영화의 품질에 대한 객관적인 평가 차원들이 필요하다. 가령 이양환·장병희·박경환(2007) 등의 연구에서 제시된 것과 같이 영화 흥행 및 작품성을 결정하는 요인들로 장르나 수상 경력, 또는 스타 파워 및 영화 제작 요인들을 살펴볼 수 있을 것이다.

그동안 국내에서 2백만 명 내외의 관객을 동원한 영화들에 대한 전문가 평점은 5.5점, 관객들의 평점은 7.64점으로 약 2.14점의 차이가 나타난다(『동아일보』, 2008. 8. 16). 이와 같은 점수 차이를 구성하는 특성은 영화 흥행 요인들과도 밀접하게 연계되어 있다. 특히 영화의 장르와 국적과 같은 내재적 요인을 포함해 영화에 출연하는 인적 자원들 및 수상 요소들이 총괄적으로 영화를 평가하는 하위 차원이라는 것을 추정해 볼 수 있다. 이와 같이 영화를 평가하는 요인들로는 기본적으로 영화의 흥행성과 작품성을 동시에 살펴볼 수 있는 스타 파워를 포함해 영화 제작 요인들이나 수상 여부 등이 해당될 수 있다. 보다 구체적으로 영화 평가 차원들을 살펴보면 다음과 같다.

## 1) 영화 평론가와 소비자의 영화 평가

영화의 품질은 영화 수요를 결정하는 요인이다(Ginsburgh & Weyers, 1999). 그러나 단순히 영화의 품질을 공급자 또는 소비자 측면에서 측정하기는 어렵다. 소비자의 경우에도 일반 영화 소비자와 전문 비평가들의 평가는 차별화된다. 따라서 공통적으로 영화의 품질을 결정하는 차원을 구성하는 것은 어려운 일이다. 진스버스와 와이어스(Ginsburgh & Weyers, 1999)는 영화상 수상작이나 영화 비평가들의 평가 등을 통해 영화 품질을 측정하기도 했다. 이들의 영화 평가는 영화에 내재된 속성을 평가하기보다는 영화에 대한 외부적인 평가를 통합한 모델이라고 할 수 있다.

영화 평론가들의 영화 평가 결과는 일반 관객들의 영화 선택에 영향을 끼칠 수 있다. 영화 관객들이 영화 평론 기사에 영향을 받는다는 다스터스와 투일(d'Astous & Touil, 1999) 연구를 포함해 리트먼과 콜(Litman & Kohl, 1989)은 영화 비평이 영화 흥행성에 유의미한 영향을 끼친다고 주장했다. 프래그와 카사반트(Prag & Casavant, 1994) 또한 영화 평론가의 평가와 영화 관객들의 영화 소비 비율은 정적 관계를 갖는다고 강조했다. 한편 안성아와 김태준(2003)은 영화 평론가의 평가 점수가 높을수록 영화가 오래 상영될 수 있다는 결과를 제시하기도 했다.

그러나 영화 평론가들의 영화 평가가 영화 흥행과 부적인 관계를 유지한다는 연구들도 있다. 히쉬만과 피에로스(Hirschman & Pieros, 1985) 연구를 포함해 레디, 스와미나산과 모틀리(Reddy, Swaminathan, & Motley, 1998) 연구는 영화 평론가들의 영화 비평이 영화 흥행성과를 약화시키는 것으로 결론을 제시하고 있다. 이는 영화 평론가들이 자신들의 영화 비평 기준을 상업성보다는 미학적 속성을 우선시하는 만큼 대중적인 인기가 없는 영화들에 대해 높은 평가를 부여하는 패턴이 있다는 것을 의미한다. 박

형현과 박찬수(2001)는 시간 변화에 따라 이들 관계가 변화할 수 있다는 것을 동시에 나타내기도 했다. 다시 말해 1991년에는 오프라인 영화 평론이 영화 흥행과 정의 관계가 있었지만 1999년에는 통계적으로 유의미한 관계가 나타나지 않았다는 것이다.

따라서 영화 평론가들과 일반 관객들이 동일한 영화에 접근하는 시각에는 차이가 있다. 보통 영화 평론가들은 일반 관객들이 이해하기 어렵거나 매우 창의적인 영화 작품에 좋은 평가를 부여하는 것이 일반적이다. 또한 영화 마케팅 요인들보다는 대본이나 장르 등의 영화 속성이나 영화감독들의 완성도 등과 같은 요인들을 우선적으로 평가하려는 경향이 있다(Holbrook, 1999). 김채옥(2004) 역시 영화 평론가들은 특정 영화의 원작 유무나 속편 여부, 영화 장르 등을 기준으로 영화를 평가하는 특성을 갖고 있다는 연구 결과를 제시하기도 했다.

한편 차크라바티 등(Chakravarty, Liu, & Mazumdar, 2008)은 출시될 영화에 대한 온라인 이용자들의 평가와 전문 비평가들의 비평이 실제 영화 소비자들의 소비 행위에 어떠한 영향을 끼칠 수 있는가를 살펴보았다. 이들은 영화 소비량에 따라 응답자를 두 집단으로 구분한 뒤 온라인 및 전문가들의 평가에 따른 영향을 평가했다. 연구결과 영화를 자주 관람하는 소비자들은 온라인 이용자들의 평가보다는 전문가들의 비평의 영향을 보다 많이 받는 것으로 나타났다. 일반적으로 영화 소비자들의 영화 평가는 대체로 영화 흥행 매출 규모를 반영한다. 다시 말해 흥행에 성공한 영화나 많은 사람들이 관심을 갖고 있는 영화에 한정되어 평가가 나타나는 경우가 많다는 것이다. 그러나 최근에는 인터넷을 통해 영화 품질이나 특성 등에 대한 평가를 제시하는 경우도 늘어나고 있으며 이를 통해 네티즌들의 영화 평가가 영화 흥행에 직접적인 영향을 끼치는 것으로 추정되고 있다. 그러나 네

티즌들의 영화 평가는 개인들의 주관적 평가에 근거해 있는 만큼 평가의 분포가 양극화되거나 또는 유행과도 밀접하게 연계되는 특성을 갖게 된다.

## 2) 영화 제작 인력과 수상 실적

영화 평론가와 일반 소비자들 모두 영화를 관람하기 이전부터 영화에 대한 평가를 진행한다. 다시 말해 이들은 특정 영화를 제작하는 데 투입된 영화 인력이나 영화감독, 영화배우 등에 대한 정보를 통해 일차적으로 영화를 평가할 수 있는 근거를 마련한다. 영화 제작 인력에 대한 정보들은 영화를 실제로 관람하기 전이라도 특정 영화의 속성이나 패턴, 대본, 연출력, 스타성 등을 파악할 수 있는 기준이 될 수 있다. 물론 영화 제작 인력에 대한 연구는 소수 흥행 스타 파워를 살펴보는 경우가 많다. 이들 흥행 스타에는 이전에 흥행성을 인정받은 영화배우와 영화감독, 작가 등이 포함된다. 이와 같은 맥락에서 린톤과 페트로비치(Linton & Petrovich, 1988)는 영화배우의 연기력이나 스타성, 그리고 스토리 전개 등이 영화를 평가하는 중요한 요인이라는 사실을 강조했다. 월레스, 시저만, 홀브룩(Wallace, Siegeman, & Holbrook, 1993)이나 김휴종(1997) 역시 특정 영화 스타의 출연이 영화의 상업적 성공이나 예술적 평가에 유의미한 영향력을 갖는 것으로 살펴보고 있다.

한편 영화의 수상 경력 역시 영화 평론가와 일반 관객들 모두에게 영향을 끼칠 수 있는 요인이다. 일반적으로 영화의 수상 여부는 영화감독의 연출력을 포함해 촬영 담당자들의 수준이나 영화에 출연하는 영화배우들의 연기 등과 같이 영화 자체의 품질을 결정하는 지표로서의 의미를 갖는다(Ginsburgh & Weyers, 1999). 따라서 영화제 등에서 수상한 영화 작품일수록 흥행성과와는 별개로 영화 평론가와 관객들의 긍정적 평가를 유도할 수 있다. 물론



영화의 상업성 여부에 따라 수상 여부가 흥행성과 다른 영향을 끼칠 수도 있다. 가령 히쉬만과 피에로스(Hirschman & Pieros, 1985)는 예술성 높은 영화들이 영화 흥행성과 유의미한 연계성을 갖는 것으로 살펴보고 있다. 래디, 스와미나쨌와 모틀리(Reddy, Swaminathan, & Motley, 1998) 등은 대중 영화제에서 수상한 영화들일수록 영화 흥행성과 좋은 것으로 연구 결과를 제시하고 있다. 전체적으로 영화의 수상 여부는 영화를 구성하는 감독, 작가, 배우들에 대한 비교적 공인된 객관적인 평가 지표로 이해할 수 있다. 따라서 이들 영화 수상 여부는 영화 평론가와 일반 관객들 모두에게 영화를 평가할 수 있는 기준이 될 수 있다.

### 3) 영화의 장르와 국적

영화진흥위원회(2007)의 2006년도 한국 영화 관객 성향 조사에 따르면 영화 관객들이 가장 선호하는 영화 장르로는 코미디로서 그 응답비율이 21.7%로 나타났다. 다음으로 액션 장르는 18.4%, 로맨틱 코미디 12.9%, 애정/멜로 12.5% 등의 순으로 나타났다. 이와 같이 일반 영화 소비자들의 특정 장르 선호는 영화의 생산 및 소비 구조에 영향을 끼친다. 대중적으로 인기를 검증받은 영화들이 주로 기획, 제작되며 이는 순환적으로 영화 관객들의 소비를 유도하기 때문이다. 결과적으로 영화 산업에 내재한 리스크를 최소화시키기 위해 소수 영화 장르 중심의 시장 구조가 구성된다(전범수, 2003). 이는 곧 영화 소비자들이 특정 영화 장르에 대해 고착된 선호 구조를 갖게 하거나 또는 비인기 영화 장르에 대해 서로 다른 평가를 부여하게 되는 영향 요인이 될 수 있다는 것을 의미한다.

래디, 스와미나쨌와 모틀리(Reddy, Swaminathan, & Motley, 1998) 등의 연구는 영화의 장르 구분이 영화 흥행실적에 직접적인 선행 요인이 될 수

있다는 것을 설명하고 있다. 엘리아시버그와 슈건(Eliashberg & Shugan, 1997)은 영화 장르가 애정멜로물이나 액션물일 경우에 흥행실적이 보다 증가한다는 것을 살펴보고 있다. 김창현(2004)은 수입된 멜로 및 액션 영화의 흥행성이 높다는 것을 살펴보고 있으며 박형현(2000)은 코믹 장르와 SF 장르 영화가 흥행성과를 결정하는 중요한 영화 장르라는 것을 강조하고 있다. 이와 같이 영화 소비는 특정 인기 장르 중심으로 분포되어 있으며, 대체로 인기 있는 장르는 흥행성을, 비인기 장르 영화는 작품성을 지향하는 경향이 있다.

다음으로 영화의 국적은 영화의 언어와 함께 영화 소비자들의 소비에 영향을 끼칠 수 있다. 영화의 국적은 특정 스타일이나 이야기 전개방식에 대한 패턴을 갖고 있기 때문에 일부 소비자들은 특정 국가의 영화를 선호하기도 한다(Henning-Thurau, Walsh, & Wruck, 2001). 스페인 영화 산업을 분석하면서 가르시아 알바레스 등(2007)은 스페인 소비자들은 대부분 미국 영화를 선호한다는 것을 살펴보았다. 스페인 국적 영화는 중간 연령대의 중산층 응답자들이 선호하며 기타 유럽 영화는 엘리트 계층에 포함된 응답자들이 선호하는 것으로 나타났다. 스페인 영화 소비자들이 특히 미국 영화를 선호하는 이유로는 스페인과 유럽 영화들이 제공하지 못하는 친숙성이나 오락성을 제공하기 때문으로 나타났다.

국내에서 영화 소비자들이 선호하는 영화 국적을 살펴보면 한국 영화 선호도가 59.2%, 미국 영화 20.4%, 유럽이나 중국/홍콩, 일본, 3세계 영화 등은 각각 5% 이하의 낮은 선호도를 갖고 있다(영화진흥위원회, 2007). 이와 같은 자료를 기준으로 2006년 국내 영화의 국적별 시장 점유율을 살펴보면 한국 60.4%, 미국 34.9%, 일본 2.4%, 중국 1.3%, 유럽 0.8% 등의 순으로 나타났다. 2007년에는 미국 49.0%, 한국 46.3%, 유럽 2.7%, 일본 1.5%, 중국 1.0% 등의 순으로 나타났다(영화진흥위원회, 2008). 특히 2006년 기준으로 살펴보면 국적별 영화 흥행성과가 실제 영화 소비자들의 국적별

선호도와 유사한 특성을 나타낸다는 것을 이해할 수 있다. 다시 말해 영화의 국적은 영화를 선택하거나 평가하는 중요한 요인이라는 것을 살펴볼 수 있다.

### 3. 연구문제

본 연구는 영화에 대한 평가 주체로서 중요한 두 집단 다시 말해 네티즌들의 영화 평가와 영화 평론가들의 영화 평가를 결정하는 요인들을 비교하고자 한다. 문화 콘텐츠 상품으로서의 영화에 대한 평가는 단일 차원이 아니라 다차원적이다. 영화 자체의 작품성에서부터 여러 가지 제작 요인들, 소비자들의 반응이나 기타 배급 및 홍보 등과 같이 수많은 요인들의 영향을 받게 된다. 물론 특정 영화에 대해서는 네티즌들이나 영화 평론가들의 평가가 유사할 수도 있지만 그렇지 않을 수도 있다. 따라서 본 연구는 두 영화 소비 집단의 영화 평가를 결정하는 요인들이 무엇인가를 탐색해 보고자 한다. 이를 위해 영화 장르 변인군, 국적 변인군, 작품 변인군, 흥행 변인군 등의 선행 독립변인들이 영화 평가에 영향을 끼치는 방식을 살펴보고자 한다. 구체적인 연구문제는 다음과 같이 구성되었다.

연구문제 1 : 네티즌들과 영화 평론가들의 영화 평가 결정 요인은 각각 어떻게 다른가?

## 4. 연구방법

### 1) 연구대상

2005년과 2006년 두 해 동안 국내에 상영된 영화 중에서 네티즌의 평점 수가 100명 미만인 경우와 전문가 평점 수가 2명 미만인 경우는 본 영화 평가 표본에서 제외하여 총 332편의 영화를 분석하였다. 이 중에서 국내 영화는 150편, 해외 영화는 182편으로 나타났다.

### 2) 변인의 측정

#### (1) 종속변수

##### ① 네티즌 평가

본 연구에서는 영화에 대한 네티즌 평점 분석을 위해 인터넷 포털 사이트 네이버 영화 평점을 활용하였다. 인터넷 포털에서 시장지배적 사업자 지위를 갖고 있는 네이버의 영화 사이트를 활용한 것은 일반 영화 관객들의 영화 평가를 살펴보는 데 적절한 것으로 판단되었다. 네이버 영화의 네티즌 평점은 10점 만점으로 하였고 최소 100명 이상의 평점을 평균한 점수를 이용하였다.

##### ② 영화 평론가 평가

본 연구는 기존 연구들(김은미, 2003; 김채옥, 2004)을 참조하여 『씨네 21』의 5점 별점 평점 자료를 영화 평론가의 평가 점수로 활용하였다. 『씨네 21』 별점은 각각의 별마다 2점씩의 점수를 갖고 있기 때문에 별 5개 만점을

받게 되면 총 10점의 평가점수를 갖게 된다. 따라서 본 연구에서 영화 평론가들의 평가 점수는 최하 1점에서부터 최고 10점에 이르는 분포를 갖게 된다. 별점 평점은 특정 미디어가 갖고 있는 주관적 평가라는 한계를 갖고 있지만(김은미, 2003) 전문 비평가의 특성이 잘 표현되면서도 객관화가 가능한 자료로 평가받기도 한다(김채옥, 2004).

## (2) 독립변수

### ① 장르

장르의 구분은 명확한 분류 기준이 존재하지 않아 시대나 연구자에 따라 매우 다를 수 있다. 한국 영화 연감상의 분류 방식에 따르면 영화 장르는 액션, 멜로, 코미디, 추리/스릴러, 공포/호러, SF/판타지, 휴먼드라마, 에로, 예술영화, 만화 등 10개로 구분된다. 그러나 네티즌들은 대부분 인기 영화를 평가하고 있기 때문에 장르 구분을 비교적 단순하게 재구성했다. 본 연구에서는 영화 장르를 공상과학, 코미디, 드라마, 액션, 스릴러, 기타 등으로 분류했으며<sup>1)</sup> 이를 더미변인으로 구분했다. 영화진흥위원회(2007) 자료에 따르면 이들 장르들은 한국 영화 관객들이 가장 선호하는 영화 장르에 포함되는 것으로 나타났다.

### ② 제작 국가

본 연구는 영화에 대한 평가나 흥행에서도 제작 국가가 영향력 있는 변수가 될 수 있음을 감안하여 한국 영화와 미국 영화, 기타 국가 영화로 분류하여 이를 더미변수로 구분하였다.

---

1) 김은미(2003)의 연구와 같이 멜로 장르는 드라마와의 차이가 모호하여 드라마로 포함시켰다.

### ③ 흥행 배우

본 연구에서는 영화의 평가에서도 흥행 배우의 영향력이 존재하는지 살펴보고자 한다. 유현석(2002)은 흥행에 대한 스타의 영향력을 검증하기 위해 1994년부터 1999년 사이에 총 관객 수가 10만 명 이상 되는 영화에 출연한 배우를 스타급 배우로 분류하였다. 김은미(2003)는 영화가 개봉되는 시점 이전 3년 동안 감독의 수상 횟수로 배우의 영향력을 검증하였다. 본 연구에서는 2001년~2006년까지 6년 동안의 서울 30만 명 이상, 전국 100만 명 이상의 관객을 동원한 영화에 출연한 배우를 흥행 배우로 분류하여 더미변수 처리하였다. 영화진흥위원회에 따르면 2006년 한국 영화 평균 제작비 40.2억 원이 되는 작품일 경우 전국 관객 수가 최소 130만 명은 되어야 손익분기점을 넘길 수 있으나 한국 영화 개봉작 108편 중 130만 명 이상의 관객이 관람한 영화는 22편([http://www.koreafilm.co.kr/news/news2007\\_1-18\\_1.htm](http://www.koreafilm.co.kr/news/news2007_1-18_1.htm))에 불과한 것으로 나타났다. 본 연구는 이와 같이 흥행 가능한 수치를 전국 관객 1백만 명으로 설정하여 이 영화에 출연한 배우를 흥행 배우로 규정하였다.

### ④ 흥행 감독

본 연구에서는 앞서 흥행 배우에서 논의한 것과 같이 2001년~2006년까지 6년 동안의 서울 30만 명 이상, 전국 100만 명 이상의 관객을 동원한 영화를 연출한 감독을 흥행 감독으로 분류하여 더미변수 처리하였다.

### ⑤ 영화 수상 구분

본 연구에서는 영화 수상작은 대중상, 청룡영화대상, 한국백상예술대상, 황금촬영상, 춘사영화제, 부산국제영화제, MBC 대한민국 영화 대상 등의 국내 영화제와 아카데미, 베를린, 칸, 베니스, 브리시티아카데미, 로카리노,

아태, 선댄스, 몬트리올 등의 국외 영화제에서의 감독, 작품, 배우 수상에서 수상한 작품을 1로 그렇지 않은 작품은 0으로 코딩하였다.

#### ⑥ 영화 흥행 실적

개별 영화별 흥행 실적을 살펴보기 위해서 관객 수를 측정하였다. 관객 수는 로그 값으로 변환하여 분석 모델에 투입했다.

### (3) 분석방법

네티즌들과 영화 평론가들의 영화 평가에 영향을 끼치는 선행 요인을 살펴보기 위해 본 연구는 다중회귀분석 방법을 활용했다. 이는 영화 장르 변인군, 영화 국적 변인군, 영화 작품 변인군, 영화 흥행 변인 등 서로 다른 선행 요인이 갖는 설명력을 체계적으로 살펴보기 위한 것이다.

## 5. 연구결과

본 연구에서 나타난 네티즌 평점의 평균값은 7.20(표준 편차 1.43), 전문가 평점은 5.42(표준 편차 1.18)로 나타났다. 이는 2백만 명 내외의 관객을 동원한 영화들에 대한 전문가 평점 5.5점, 관객들의 평점 7.64점(『동아일보』, 2008. 8. 16)의 결과와 거의 유사한 것으로 나타났다. 흥행에 성공한 영화와 일반 영화 모두 네티즌 평점이나 전문가 평점은 비교적 안정적인 평점 평균을 유지하는 것으로 이해할 수 있다. 네티즌과 전문가들의 영화 평가 차이는 대략 2.0점 정도인 것으로 나타났다.

본 연구에서는 영화 장르 변인군, 영화 국적 변인군, 영화 작품 변인군, 영화 흥행 변인 등이 실제로 네티즌들의 영화 평가에 어떠한 영향을 끼치는

가를 살펴보기 위해 이들 변인들을 모두 독립변인으로 투입하여 회귀분석을 행했다. 다중회귀분석 결과 회귀식은 통계적으로 유의미했으며( $F=9.660$ ,  $p=0.000$ ) 모델의 설명력은 25.1%로 나타났다. 통계적으로 유의미한 변인들은 한국 국적 영화 여부, 주연 배우 수상 여부, 흥행 배우 출연 여부 등으로 나타났다. 한국 국적 여부 변인은 음의 방향으로 유의미한 설명력을 갖고 있는 반면 주연 배우의 수상 실적이나 흥행 배우 출연 등의 변인들은 모두 양의 방향으로 유의미한 것으로 나타났다. 반면 장르 변인들이나 관객 수 등은 모두 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 베타 값을 기준으로 독립 변인들의 영향력을 살펴보면 한국 국적 여부( $-0.225$ )가 가장 높은 것으로 나타났으며 다음으로는 흥행 배우 출연 여부( $0.137$ )와 주연 배우 수상 여부( $0.107$ ) 등의 순으로 나타났다. 영화 평론가에 비해 한국 국적 여부와 흥행 배우 출연 여부 등은 베타값이 비교적 높은 편으로 나타났다.

전체적으로 이와 같은 결과는 네티즌들은 한국 국적의 영화가 아닌 영화 이면서 주연 배우 수상 영화 및 흥행 배우가 출연하는 영화일수록 평가가 높다는 것을 의미한다. 특히 네티즌들은 다른 독립변인들 중에서도 영화배우가 수상을 하거나 또는 흥행 배우가 출연하는 경우에는 평가 점수가 증가하는 등 비교적 배우에 대한 흥미와 관심이 비교적 높은 것으로 추정할 수 있다. 한편으로는 영화 관객 수가 네티즌들의 영화 평가에는 유의미한 영향을 끼치지 않은 것처럼 영화의 상업적 성공이 평가에 직접적인 연계성을 갖고 있지는 않은 것으로 나타났다.

네티즌들의 영화 평가와 같이 여러 가지 선행 요인들이 영화 평론가들의 영화 평가에 끼치는 영향을 살펴보기 위해 회귀분석을 행했다. 회귀분석 결과 회귀식은 통계적으로 유의미하게 나타났으며( $F=9.517$ ,  $p=0.000$ ) 모델의 설명력은 24.8%로 나타났다. 통계적으로 유의미한 변인들은 한국



〈표 1〉 네티즌 및 영화 평론가의 영화 평가 결정 요인

구분		변인	네티즌		영화 평론가	
			Beta	t	Beta	t
투입 변인군	장르 변인	공상과학	-0.045	-0.397	0.113	0.988
		코미디	-0.063	-0.417	-0.031	-0.205
		드라마	0.254	1.432	0.164	0.923
		액션	0.011	0.086	0.013	0.104
		스릴러	-0.195	-1.270	-0.008	-0.054
	국적 변인	미국	0.024	0.359	-0.100	-1.516
		한국	-0.225	-2.994**	-0.201	-2.675**
	작품 변인	작품상 수상	0.069	1.206	0.212	3.702**
		주연 배우 수상	0.107	1.971*	0.181	3.334**
		영화감독 수상	0.107	1.931	0.122	2.183*
	홍행 변인	홍행 감독	-0.028	-0.535	0.108	2.066*
		홍행 배우	0.137	2.341*	0.128	2.183*
		관객 수(로그)	0.001	-0.008	-0.114	-1.723
통계값	수정 R <sup>2</sup>		0.251		0.248	
	F		9.660		9.517	
	Sig		0.000		0.000	

\* p&lt;.05 수준에서 통계적으로 유의미함.

\*\* p&lt;.01 수준에서 통계적으로 유의미함.

국적, 작품상 수상 및 주연 배우 수상, 영화감독 수상, 홍행 감독 및 홍행 배우 출연 등으로 나타났다. 한국 국적 변인은 음의 방향으로 나머지 5개 변인들은 모두 양의 방향으로 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 베타 값을 기준으로 독립변인의 영향력을 살펴보면 작품상 수상 여부(3.702)와 주연 배우 수상 여부(3.334) 등이 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로 한국 국적 여부(-2.675), 영화감독 수상 여부(2.183), 홍행 배우 출연 여부(2.183), 홍행 감독 출연 여부(2.066) 등의 순으로 나타났다. 작품상 수상이

나 주연 배우 수상 여부 등의 베타 값은 네티즌들에 비해 크게 높은 것으로 나타났다. 결론적으로 네티즌들과 마찬가지로 한국 영화에 대한 영화 평론가들의 평가는 비교적 낮게 나타났다. 통계적으로는 유의미하게 나타나지는 않았지만 영화 평론가들은 한국 흥행 영화 이외의 다양한 국적의 영화에 대한 평가가 보다 높을 수도 있다는 것을 추정할 수 있다. 뿐만 아니라 영화 평론가들은 네티즌에 비해 영화 작품 변인에 대한 평가가 영화 전체를 평가하는 데 있어서 매우 중요한 기준이 되고 있음을 살펴볼 수 있다. 이외에도 영화 평론가들은 흥행 배우 출연이나 흥행 감독 출연 여부와 같은 영화 흥행성을 전체적인 영화를 평가하는 또 다른 기준으로 활용한다는 것을 이해할 수 있다.

## 6. 결론 및 논의

본 연구는 네티즌 및 영화 전문가들의 영화 평가에 영향을 끼치는 요인들을 비교하여 살펴보았다. 본 연구의 주요 분석 결과는 다음과 같다. 우선 네티즌들의 영화 평가를 결정하는 요인들을 네 가지 차원에서 살펴보았다. 회귀분석 결과 모델의 설명력은 25.0%로 나타났다. 통계적으로 유의미한 변인들은 한국 국적 여부, 주연 배우 수상 여부, 흥행 배우 출연 여부 등으로 나타났다. 한국 국적 변인은 음의 방향으로 주연 배우 및 흥행 배우 출연 변인은 양의 방향으로 유의미한 것으로 나타났다. 네티즌들은 한국 국적의 영화가 아닌 영화이면서 주연 배우 수상 경험이 있는 영화, 흥행 배우가 출연하는 영화일수록 평가가 높은 것으로 나타났다. 이는 네티즌들이 배우 중심으로 영화를 평가한다는 것을 의미한다. 네티즌들은 주연 배우 수상 여부와 흥행 배우 출연 등과 같이 영화배우들의 출연 여부를 해당

영화를 평가하는 핵심 기준으로 설정하고 있다. 따라서 이들은 영화의 작품성이나 수상 여부, 감독의 지명도보다는 영화배우의 특성을 보다 중요한 판단 기준으로 활용하는 것이다.

영화 평론가들의 영화 평가 기준을 살펴보기 위해 다중회귀분석을 행했다. 다중회귀분석 결과 통합 모델의 설명력은 24.8%로 나타났다. 네티즌들과 마찬가지로 한국 국적 영화들은 영화 평론가들의 평가가 높지 않은 것으로 나타났다. 반면 네티즌들과는 달리 영화 평론가들은 영화의 수상 여부를 영화 평가 핵심 기준으로 활용하는 것으로 나타났다. 특히 작품상, 주연배우 수상, 감독 수상 등과 같이 3개 부문의 수상 여부는 영화 평가를 높일 수 있는 선행 요인으로 나타났다.

본 연구는 다음과 같은 측면에서 영화 평가에 대한 네티즌들과 영화 평론가들의 특성을 비교할 수 있었다. 첫째, 다중회귀분석 방법을 이용하여 각각의 영화 평가에 대한 결정 요인들을 탐색해 본 결과 장르의 영향이 감소하는 것으로 나타났다. 영화 장르가 흥행에는 제한적으로 영향을 끼칠 수 있지만(김창현, 2004; 박형현, 2000) 네티즌들이나 영화 평론가 모두 장르 구분만을 평가 기준으로 참조하지는 않는다는 것을 의미한다. 이는 장르의 혼성화 현상이나 탈장르화 추세와도 연계되는 것이며 영화 장르보다는 영화의 내부적 속성이나 외부 평가에 따라 네티즌들이나 영화 평론가의 평가가 영향을 받는다는 것을 의미할 수 있다.

둘째, 국적 변인군 중에서 한국 영화 변인은 음의 방향으로 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 이는 네티즌들이나 영화 평론가들 모두에서 공통적으로 나타난 결과이다. 다시 말해 이들은 모두 한국 영화에 대해 비교적 높지 않은 평가를 나타낸 것으로 이해할 수 있다. 이는 한국 영화가 산업적으로나 흥행적으로는 성공하고 있지만 영화의 평가 측면에서는 비교적 높지 않다는 것을 의미하거나 또는 본 연구에서 분석 대상으로 선택한

영화 편수가 많지 않기 때문에 나타나는 현상으로 이해할 수 있다. 미국 영화 및 기타 국가의 영화에서도 영화 평론가들의 평가는 유의미하게 나타나지 않았다. 이는 이국적 소재의 외국 영화를 영화 평론가들이 보다 선호한다는 홀브룩(Holbrook, 1999)의 주장이 국내 영화 평가에서는 일반화되지 않는다는 것을 나타낸다.

셋째, 영화를 평가하는 가장 중요한 변인군은 작품 변인군으로 나타났다. 작품이 뛰어나면 네티즌들이나 영화 평론가들 모두 좋은 평가를 행하는 것으로 나타났다. 특히 수상 경력은 네티즌들이나 영화 평론가들의 높은 평가와 연계되어 있었다(Ginsburgh & Wevers, 1999). 그러나 흥미로운 것은 영화의 작품성 평가에 있어서 네티즌들이나 영화 평론가들의 접근 방식은 다르다는 점이다. 네티즌들은 흥행 배우를 가장 중요하게 평가하는 것으로 나타났으며 다음으로 주연 배우의 수상이나 흥행 배우의 출연이 영화 평가에 긍정적인 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 반면 영화 평론가들은 작품상 수상 여부가 가장 중요한 변인으로 나타났으며 다음으로는 주연 배우 수상 등으로 나타났다.

전체적으로 살펴보면 네티즌들은 영화에 대한 평가가 비교적 다양한 수준에서 나타난다. 물론 영화배우들의 수상이나 출연 여부에 민감하기도 하며 국적별로는 한국 영화에 대한 평가 점수가 낮다는 특성을 갖고 있지만 이들 평가 차원이 국적이나 품질, 흥행성 등 3개 차원에서 나타나기 때문이다. 반면 영화 평론가들은 평가 차원이 영화의 품질이나 흥행 여부 정도에서 집중되어 있다. 영화 평론가들의 영화 평가는 대체로 영화 콘텐츠 품질 자체에서 구성되기 때문으로 이해된다.

본 연구의 한계는 다음과 같다. 첫째, 영화를 소비하기 이전 시점과 보는 시점, 그리고 본 이후의 시점으로 구분하여 영화 평가가 어떻게 변화하는가를 살펴볼 수 없었다. 이양환 등의 연구(2007)에 따르면 미국 영화들은 영

화 제작비, 비평가들의 평가, 관객들의 평가, 드라마 장르, 수상 경력, 상영관 수 등이 영화 흥행에 영향을 끼치지만 이를 시기별로 구분하여 살펴보면 영화 상영 첫 주와 상영 기간 중에는 다른 요인들이 영향을 끼친다는 것이다. 이와 같이 네티즌들의 영화 평가는 정보 채널이나 정보 유형에 따라 시간에 따른 변화가 가능할 것이다. 이와 같은 차이를 살펴보기 위해서는 후속 연구에서 보다 정교한 연구 설계를 통해 시점에 따른 영화 평가의 차이를 구성해 볼 필요가 있다. 둘째, 영화 장르를 보다 세분화해서 국적 및 장르와의 연동 관계를 동시에 살펴보는 것이 필요하다는 점이다. 본 연구는 본 연구는 분석 대상 기간이 2년 정도로 비교적 짧기 때문에 후속 연구는 분석 대상 기간을 시계열 방식으로 분석할 수 있을 정도로 최대 5년 이상 확대하여 보다 풍부하게 장르별, 국적별 영화 평가의 차이를 살펴보는 것이 필요할 것이다. 셋째, 전문가의 영화 평가를 평점뿐만 아니라, 방송이나 잡지, 인터넷 등으로 보다 다원화하여, 이들 전문가의 영화 평가가 실질적으로 네티즌들의 영화 평가에 어떠한 영향을 끼치는가를 살펴볼 필요성이 있을 것이다.

## ■ 참고문헌

- 김은미(2003). 한국 영화의 흥행결정요인에 관한 연구. 『한국언론학보』, 47권 2호, 190 ~ 220.
- 김창현(2004). 『한국 수입영화의 흥행성과 결정요인에 대한 실증분석: 2002년 한국영화 산업을 중심으로』. 고려대 대학원 석사학위논문.
- 김채욱(2004). 『영화 흥행요인으로서 비평에 관한 연구』. 추계예술대 문화산업대학원 석사학위논문.
- 김휴종(1998). 한국 영화스타의 스타파워 분석. 『문화경제연구』, 1권 1호, 165 ~ 200.
- 박형현(2000). 『영화흥행 성공요인에 관한 연구: 온라인과 오프라인 영화정보의 상호 작용 효과』. 고려대학교 대학원 경영학 석사학위논문.
- 박형현 · 박찬수(2001). 영화 평론과 흥행성과 간의 관계: 인터넷 시대에도 유효한가? 『마케팅연구』, 16권 4호, 71 ~ 85.
- 안성아 · 김태준(2003). 영화 개봉점유율과 관객감소율의 영향 요인 분석. 『마케팅연구』, 18권 3호, 1 ~ 17.
- 영화진흥위원회(2007). 2006년도 영화 관객 성향조사 결과 보고서.
- 영화진흥위원회(2008). 2007년 한국 영화산업 결산.
- 유현석(2002). 한국영화의 흥행요인에 관한 연구: 제작 관련 변수를 중심으로. 『한국언론학보』, 46권 3호, 183 ~ 213.
- 이양환 · 장병희 · 박경우(2007). 국가 간 영화흥행요인 비교를 위한 탐색적 연구: 한국과 미국 영화시장에서 미국 영화의 흥행요인 비교를 중심으로. 『언론과학연구』, 7권 1호, 185 ~ 222.
- 전범수(2003). 국내 영화관람객의 영화 소비 행동. 『한국방송학보』, 17권 2호, 297 ~ 323.
- Chakravarty, A., Liu, Y., & Mazumdar, T.(2008). Online User Comments versus Professional Reviews: Differential Influences on Pre-release Movie Evaluation. <http://www.msi.org/publications/publication.cfm?pub=1353&parent=1281>.
- D'Astous, A., & Touil, N.(1999). Consumer evaluations of movies on the basis of critics' judgments. *Psychology of Marketing*, 16(8), 677 ~ 694.

- De Vany, A., & Walls, D.(1996). Bose-Einstein dynamics and adaptive contracting in the motion picture industry. *The Economic Journal*, 106, 1493~1524.
- Eliashberg, J., & Shugan, S.(1997). Film critics; influencers or predictors. *Journal of marketing*, 61, 68~78.
- Garcia-Alvarez, E. Filimon, N., & Lopez-Sintas, J.(2007). Reliable entertainment: Spanish consumers preferences regarding a films country of origin. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12(3), 217~229.
- Ginsbergh, V., & Weyers, S.(1999). On perceived quality of movies. *Journal of Cultural Economics*, 23, 269~283.
- Hennig-Thurau, T., Walsh, G., & Wruck, O.(2001). An Investigation into the Factors Determining the Success of Service Innovations: The Case of Motion Pictures. *Academy of Marketing Science Review*, 6, 1~23.
- Hirschman, E., & Pieros, A.(1985). Relationships Among Indicators of Success in Broadway Plays and Motion Pictures. *Journal of Cultural Economics*, 9, 35~63.
- Holbrook(1999). Popular Appeal versus Expert Judgments. *Journal of Consumer Research*, 26.
- Litman, B. R., & Kohl, L. S.(1989). Predicting financial success of motion pictures: The 80s experience. *Journal of Media Economics*, 2(2), 35~50.
- Linton, J. M., & Petrovich, J. A.(1988). The Application of the Consumer Information Acquisition Approach to Movie Selection: An Exploratory Study. B. A. Austin (Editor), *Current Research in Film: Audiences, Economics, and Law* (Volume 4) (pp. 24~44). Norwood, NJ: Ablex.
- Prag, J., & Casavant, J.(1994). An empirical study of the determinants of revenues and marketing expenditures in the motion picture industry. *Journal of Cultural Economics*, 18, 217~235.
- Reddy, S., Swaminathan, V., & Motley, C.(1998). Exploring and determinants of Broadway show success. *Journal of Marketing*, 61, 68~78.
- Wallace, W. T., .Siegerman, A., & Holbrook, M. B.(1993). The role of actors and actresses in the success of films: How much is the movie star worth?. *Journal of Cultural Economics*, 17(1), 1~27.

**Abstract**

# **Determinants of Film Critics between Online Users and Professional Reviewers**

**Eun Hee Oh**

**MA**

**Dept. of Journalism and Mass Communication, Hanyang University**

**Bum Soo Chon**

**Assistant Professor**

**Dept. of Journalism and Mass Communication, Hanyang University**

This paper attempts to identify determinants of film critics between online users. The regression analyses revealed that genre factors had not contributed to explain film evaluation between two groups. Next, Korean films were underrated compared to U.S. films. Both online users and professional reviewers tended to evaluate Korean films as under-average. Thirdly, both group members considered awarded films as qualitative films. There were differences between two groups. Although professional reviewers tended to rate good films as having awarded films such as the film of the year, Internet users tended to rate good films as including famous actors based on star power. However commercial success of films such as film admissions had not related to film quality.

**Key words : film industry, Internet Users' evaluation, film critics**