

무용영화제 수용자 만족요인 및 향후 행동에 관한 탐색적 연구

김 지 연

동아방송예술대학교 엔터테인먼트경영과 강사

목차

1. 서론
2. 본론
 - 1) 영화제 방문동기 및 만족도에 관한 선행연구
 - 2) 능동적 수용자
 - 3) 마이크로 인플루언서
 - 4) 서울무용영화제
 - (1) 개요
 - (2) 자료수집
 - (3) 분석방법
 - (4) 분석 및 결과
3. 결론

요약문

이 논문은 무용영화제에 방문하는 수용자를 중심으로 만족 요인을 탐색한 후 이를 통해 수용자들이 마이크로 인플루언서의 역할을 할 수 있는 환경을 마련하는 데 목적을 둔다. 이를 위해 서울무용영화제에 참석한 관객 중 자신의 개인 SNS에 서울무용영화제를 언급한 글을 수집하여 이 자료를 LDA 토픽 모델 기법을 통해 분석했다. 분석 결과 무용영화제에 방문할 때 가장 중요하게 작용하는 만족 요인은 프로그램으로 나타났다. 영화제에서 프로그램의 중요성을 강조하는 건 다소 식상한 주장일 수 있으나 이 연구를 통해 예술적 성격이 강해 관객 개발에 한계가 있는 장르에서도 만족 요인이 충족되면 충분히 행동 의도에 영향을 끼쳐 마이크로 인플루언서의 역할을 수행할 수 있다는 것을 밝히고자 했으며 이는 수용자 연구에 있어 그 폭을 넓히는 데 기여하고자 했다.

주제어

다양성영화제, 무용영화, 능동적 수용자, 마이크로 인플루언서, 만족요인, 행동의도

1. 서론

디지털시대의 콘텐츠소비 성향은 개인의 경험을 강조한다. 특히 디지털시대의 가장 괄목할만한 현상은 콘텐츠소비에 있어 능동적인 수용자들이며 이들은 상호작용성을 기반으로 스스로를 '마이크로 인플루언서(micro influencer)'라고 칭하며 동시에 콘텐츠 생산자들에게 자신들의 개인적 경험을 충족시킬 수 있는 콘텐츠 제작을 요구하기도 한다. 이러한 환경에서 관객 개발에 한계를 갖는 특정 장르는 수용자들의 어떠한 니즈(needs)가 충족된다면 수용자들은 스스로 '마이크로 인플루언서'가 되어 자신이 소비한 콘텐츠의 입소문을 나게 하는 데 중요한 역할을 할 수도 있다는 기대를 하게 된다.

이미 이러한 현상은 기술의 발전과 함께 대중문화 콘텐츠 소비에 있어 활발하게 일어나고 있다. 미디어 환경의 변화에 따른 수용자¹⁾ 연구는 그 어느 때 보다 주목받고 있으며, 특히, 마케팅에 있어 마이크로 인플루언서 마케팅은 유력한 마케팅 수단으로 자리매김하고 있다.²⁾ 또한, 마이크로 인플루언서는 정보 접근을 진화시키는 아주 중요한 요소이기도 하다(사사키 도시나오, 2010). 우수하게 만들어진 콘텐츠라 하더라도 수용자들이 콘텐츠에 대한 정보를 얻지 못한다거나 접근성이 떨어져 그 콘텐츠에 대한 경험을 할 수 없다면, 그 콘텐츠의 가치를 인정받지 못하는 것은 자명한 일이다. 따라서 콘텐츠 소비에 있어 능동적인 수용자, 구체적으로, 마이크로 인플루언서의 역할은 어느 때 보다 그 중요성이 강조되고 있다.

본 연구자는 미디어 환경에서 일어나고 있는 이러한 능동적인 수용자들의 콘텐츠 소비행태 중 콘텐츠가 만족스러울 때 그들 스스로 그 콘텐츠를 공유하고 확산하는 현상이 관객 개발에 한계를 보이고 있는 무용영화제에서도 어떤 요인들이 충족이 된다면 유사한 현상이 일어날 수

1) 수용자란 미디어 연구에서 선구자들에 의해 사용되었던 단순하고 연속적인 매스 커뮤니케이션 과정 모델(정보원, 채널, 메시지, 수신자, 효과) 내에서 수신자(receiver)를 의미하는 집합적인 용어(Schramm, 1954). 수용자는 문화적인 관심, 이해관계, 정보욕구 등을 유도하는 사회적 상황으로부터 유래된 산물이자 특정한 형태의 미디어 규정에 대한 반응에 따라 나타난. 본 연구에서는 영화제에 방문하는 관객을 수용자라는 상위 개념으로 사용하고자 함.

2) 소셜 인플루언서를 활용한 미국시장 진출 전략, Global Market Report, KOTRA, 2017.

있지 않을까란 생각을 하게 되었다. 또한 온라인 매체를 통한 공유와 확산을 이야기하기보다는 오프라인 플랫폼에서 어떠한 만족을 충족시키는 요인들이 이런 능동적인 수용자들에게 제공된다면 이들은 스스로 온라인 플랫폼으로 이동하여 공유와 확산을 자발적으로 행할 수 있다고 가정해 보고 어떤 요인들로 인해 이들이 스스로 마이크로 인플루언서가 될 수 있을지 탐색해 보고자 했다.

이 연구를 수행하기 위해 다양성영화³⁾ 중 순수예술 장르인 무용을 소재로 다룬 무용영화를 주 콘텐츠로 구성한 국내 무용영화제에 방문한 수용자들을 분석대상으로 하고자 한다.

일반적으로 영화 관람에 관한 수용자 연구는 영화관에서 상영되는 영화 관람객을 대상으로 분석하고 있지만(남궁영, 1998; 남궁영, 2001; 이상길 외 2인, 2010), 본 연구에서는 무용영화⁴⁾를 일반적인 배급과정을 통해 영화관에서 상영하는 것이 아니라 영화제라는 오프라인 플랫폼이 형성되었을 때 과연 수용자들은 미디어 환경에서 나타나는 적극적인 콘텐츠 소비행태를 보이는지 알아보고자 한다. 다시 말해 무용이란 순수예술 장르가 대중적 성격이 강한 영화와 융합하여 무용영화라는 새로운 장르로 탄생되고, 이렇게 탄생된 무용영화를 영화제라는 오프라인 플랫폼을 통해 수용자들에게 제공된다면 과연 수용자들은 어떠한 요인들이 만족스러웠을 때 온라인 플랫폼으로 이동하여 적극적인 콘텐츠 소비행태를 보이는지 분석해 보고자 한다.

다양성 영화제 중 무용영화제를 선택한 이유는 다음과 같다. 대중매체는 무용의 대중화에 큰 영향을 미쳤으며 일반인들은 무용을 직접 경험하기 보다는 영화, 텔레비전, 만화, 잡지와 같은 대중매체를 통해 간접적으로 경험함으로써 무용은 영화매체와의 결합으로 인해 새로운 형식의 춤이 생산된다(장희진, 2002). 이렇게 무용이라는 순수예술 장르가 대중적 성격이 강한 영화와 융합하여 무용영화라는 새로운 장르를 탄생시켰으나 예술적 성격이 더 강한 장르이다 보니 대중성을 확보하는 데

3) 영화진흥위원회(2007)는 예술영화, 독립영화, 다큐멘터리영화 그리고 고전영화를 포괄하는 개념으로써 '다양성영화'라는 용어를 제안하고 시행하고 있음.

4) 무용영화란 춤을 소재 또는 주제로 하거나 춤을 여러 형식의 영상예술로 표현한 영화이다. 극장무대에서 공연된 작품을 영상기법을 통해 재연출한 작품, 영상을 위한 안무를 토대로 한 것으로 미국과 유럽을 중심으로 새로운 예술형태로써 발전한 작품, 무용가의 삶 혹은 공연의 제작 과정 등에 초점을 맞춘 다큐멘터리 형식의 작품에 이르기까지 다양하다. [출처: 영상예술포럼]

있어 한계를 갖는다. 따라서 이 연구의 목적은 미디어 환경의 변화에 따른 능동적 수용자들이 예술적 성격이 강한 장르에서도 콘텐츠 소비행태에 있어 다르지 않음을 밝힘으로써 수용자 연구에 있어 그 폭을 넓히는데 기여하고 실무적 활용 가능성을 모색하는데 두고자 한다.

2. 본론

1) 영화제 방문동기 및 참여자 만족도에 관한 선행연구

영화제에 참석하여 영화를 관람하는 행위는 일반적으로 영화관에 가서 영화를 관람하는 것과는 다르다. 영화제에서는 평소에 접하기 힘든 다양한 국가의 영화와 대중성과 흥행성에 상관없이 예술적 요소를 갖고 있는 다양한 장르의 영화를 쉽게 만날 수 있기 때문이다(현승훈, 2016). 과거에는 영화제 방문객이 주로 영화산업 관계자나 학계 등의 전문가가 주를 이뤘다면 근래에는 지역의 특색을 담은 문화축제로 발전하여 지역 주민들의 적극적 참여와 마니아층을 중심으로 영화제 방문객의 유형이 다양화되고 있다(박조연 외1인, 2014).

영화제 방문 동기에 관한 선행연구를 살펴보면 영화제 방문동기와 만족의 관계 연구(정헌일 외 1인, 2013), 영화제 방문동기가 관광객 만족 및 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구(김범진 외 1인, 2018), 영화제 방문동기, 체험만족, 행동의도에 관계에 관한 연구(박조원 외1인, 2014), 영화제의 참여 동기가 지역사회 활성화에 미치는 영향(정지옥 외 1인, 2018) 등 주요 연구 키워드를 살펴보면 ‘방문동기’, ‘만족’, ‘행동의도’로 요약할 수 있다.

대부분의 영화제 관련 연구들은 영화제 자체를 분석하기보다는 영화제를 지역 축제의 하나로 간주하여 영화제를 통해 관람객의 만족도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴 본 다거나 아니면 방문객의 방문동기와

만족도를 바탕으로 영화제 방문객의 유형을 구분하는 데 초점을 두고 있다. 그러나 이 연구에서는 영화제에 참여하는 수용자들은 능동적인 수용자로서 그들의 높은 관심도와 적극적인 의지를 가지고 영화제에 참가한다는 전제로 어떤 만족요인에 따라 그들의 ‘행동의도(behavioral intention)’가 일어날 수 있는지를 알아보고자 한다.

Boulding & Staelin(1993)에 따르면 행동의도는 어떤 대상에 대해 자신의 태도를 구성하고 난 후에 향후 미래에 어떠한 행동을 하고자 하는 개별적인 의지와 신념이라 밝혔다. 즉 본 연구에서는 이 개별적인 의지와 신념에 의한 행동을 마이크로 인플루언서로서의 역할로 보고자 한다.

본 연구에서는 서울무용영화제 기간 동안 영화제에 방문한 수용자들의 SNS 중 블로그 활동을 키워드 중심으로 분석하여 그동안 관객 개발에 한계를 보인 다양성 영화제영역에서의 수용자들이 미디어 환경에서 나타나는 능동적 수용자들처럼 콘텐츠 소비에 있어 만족도가 높아지면 자발적으로 온라인 플랫폼으로 이동하여 공유하고 확산시키는 요인이 무엇인지에 초점을 두고자 한다.

영화제 참여자 만족도에 대한 선행연구는 주로 만족 요인을 분석하는 것이 주를 이루었다. 문창현(2008)은 전주국제영화제에 참여한 관람객을 통해 영화제 프로그램, 홍보성, 접근성, 상품성이 만족도에 영향을 미치는 요인으로 분석했으며, 최윤근, 김혜영(2011)은 홍보 및 영화콘텐츠, 편의시설, 고객응대를 영화제 만족에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 분석했다. 국내에서 개최된 국제영화제의 참여자들을 대상으로 분석한 경우 참여자들의 만족 요인을 행사 자체의 품질이나 물리적 시설보다 행사장 전체에서 행사 진행 요원들이 얼마나 신속하고 친절하게 반응하는지가 주요 만족 요인이라 주장한 연구도 있다(박조원, 2008).

2) 능동적 수용자

수용자란 미디어 연구에서 주로 사용되는 용어로 단순하고 연속적인 매스 커뮤니케이션 과정 모델(정보원, 채널, 메시지, 수신자, 효과)내에

서 수신자(receiver)를 의미하는 집합적인 용어이다(Schramm, 1954). 뉴미디어 기술의 발달은 미디어 환경의 세분화(fragmentation)가 증가하고, 수용자들은 미디어 소비과정에 있어 전례 없는 통제력을 부여받게 되었다. 즉, 사람들은 자신들이 언제, 어떻게, 그리고 어디서 미디어를 이용할 것인지를 결정한다. 더 나아가 이들은 콘텐츠를 생산하고 배포하는 능력까지 갖는 시대가 되었다(Philip M. Napoli, 2013). 이러한 관점에서 대중을 수동적 수용자로만 보는 것이 아니라 능동적 해석과 소비가 가능한 주체로 보기도 한다(오소정, 2021). 물론 능동적인 수용자라는 표현 자체가 수용자의 '수용(受容)'은 어떠한 것을 받아들이는 행위자를 의미하기 때문에 능동적 수용자란 표현은 모순이라고 주장하기도 한다(조성관, 2021). 그러나 이 연구에서는 수용자가 어떠한 텍스트를 해석할 때 스스로 의미를 창조할 수 있다는 점, 즉 피스크가 주장한 수용자는 능동적 존재라는 주장에 초점을 두고자 한다.

3) 마이크로 인플루언서

인플루언서란 소셜 미디어에 적극적으로 참여하면서 전반적으로 많은 팔로워들을 가진 일반 소비자들을 뜻하며 이 인플루언서는 크게 메가 인플루언서와 마이크로 인플루언서로 나뉜다. 메가와 마이크로를 나누는 기준은 팔로워의 규모와 그들이 활동하는 데 있어 보상을 바라지 않는 자발적인 활동인지 아니면 포스팅에 대한 비용을 요구하며 생계수단으로 활동하는 것인지에 따른다.⁵⁾

일반적으로 마이크로 인플루언서는 메가 인플루언서와 다르게 팔로워들과 높은 유대감을 가지고 있어(Dhanik, 2016) 마케팅 측면에서 더 효과적인 수단으로 고려되기도 한다⁶⁾. 그 이유는 마이크로 인플루언서는 상대적으로 좁고 한정된 영역의 콘텐츠를 중심으로 본인이 소통하고자 하는 사람들과 소규모 커뮤니티를 형성하여 그 집단 안에서 활발한

5) 박명근, <마이크로 인플루언서와 메가 인플루언서의 차이>, 《Digital Marketing Curation》, 2018.05.12.

6) Ted Dhanik, <Micro, not Macro : Rethinking Influencer Marketing>, 《AdAge》, 2016. 12. 12.

소통을 통해 그 영향력을 키우기 때문이다(박예빈 외, 2020). 따라서 다른 인플루언서와 다르게 마이크로 인플루언서는 소규모의 팔로워들과 활발한 상호작용을 통해 친밀한 유대감을 형성하여 그 영향력을 키운다. 또한 마이크로 인플루언서가 팔로워들과 활발한 상호작용을 할 경우에 팔로워들이 인플루언서로부터 상업성이 아닌 진정성을 느낀다고 한 연구결과도 있다(Marwick, 2015).

실무적인 관점에서 마이크로 인플루언서는 마케터들에게는 이미 그 효과성이 입증되었지만 예술적 특성이 강한 장르의 관객 개발과 연계된 연구는 아직 활발하게 진행되고 있지 않다. 따라서 이 연구를 통해 무용영화제에서의 마이크로 인플루언서의 활동 가능성을 탐색적으로 살펴보는 것은 의미가 있다고 생각한다.

4) 서울무용영화제

(1) 개요

서울무용영화제는 무용을 소재로 한 영상예술작품을 대상으로 한 국내 무용영화제이다. 이 영화제는 아직 국내 관객에게는 익숙하지 않은 무용영화에 대한 일반 관객들의 이해를 도모하고 동시에 무용 및 영상 예술인, 그리고 상업 영화에 지친 관객들에게 새로운 장르에 대한 흥미와 관심을 유발하는 것을 주목적으로 한다. 무용평론가 심정민은 해외 무용계에서는 21세기 후반부터 무용영화가 발전하고 있으며 현재는 상당히 다채로운 행태를 띠고 있으나 아직 국내 무용계는 필요에 비해 실제적인 발현이 상당히 늦은 감이 있다고 지적한다.⁷⁾

영화제를 통해 상영된 작품들을 살펴보면 이미 무용영화가 예술의 한 장르로써 자리 잡은 미국과 유럽에서 통용되는 ‘카메라를 위해 만들어진 안무(dance for camera)’로 정의된 영화를 포함하여 무용을 주제로 하는 극영화와 다큐멘터리까지, 넓은 의미로써의 무용영화를 구성하여

7) 심정민, <드디어 국내에서도 활성화되는 무용영화의 제작과 유통>, 《춤:in》, 2017.11.30.

대중들에게 선보이고 있다. 또한 서울무용영화제는 국내 무용영화시장을 형성하고 그 시작을 지원하는 플랫폼의 역할을 하고자 공모전을 시행하고 있다.

올해로 5회째를 맞이하는 서울무용영화제는 무용을 전공하고도 전공을 살리지 못하는 무용인들과 영상을 전공하고 새로운 장르에 도전하고자 하는 영화인들에게 새로운 오프라인 플랫폼을 형성하는 데 기여하고 있다는 평가를 받고 있다. 아직 무용영화라는 장르가 대중에게는 익숙하지 않은 장르지만, 이미 몇몇 안무가들은 무용영화의 중요성에 대해 강조하고 있다. 안무가 김모든은 댄스필름은 안무가 입장에서 보면 자신의 상상을 무대라는 한정된 공간을 넘어 밀도 있게 화면을 통해 보여줄 수 있다는 점에서 매력적이라고 밝혔다.⁸⁾ 또한 안무가 송주원은 안무자로서 댄스필름을 경험하다 보니 영상과 무용의 시스템적 차이를 알게 되었고 이를 통해 안무 방식의 다양성이 확보되었으며 무엇보다도 무용영화는 무용이라는 예술의 공간적 제약을 매체를 통해 이 공간적 제약을 극복하며 동시에 대중들에게 접근성이 용이함을 제공한다는 점에서 매력적인 장르라고 밝혔다.⁹⁾

서울무용영화제는 다양성 영화 장르인 무용영화에 관한 수용자들의 관심 확대와 니즈(needs) 충족을 위해 다양한 프로그램을 제공하고 있다. 지난 4년간 서울무용영화제 경과를 정리하면 다음과 같다.

| 표 1 | 역대 서울무용영화제 경과

연도	행사명	기간	장소	작품 수	공모전 수상자	부대행사
2017	제1회 서울무용 영화제	11.03	명보아트 시네마,	33편 • 개막작: 더 댄서 (감독 스테파니에 디 쥬스토) • 폐막작: 댄싱 베토벤 (감독 아란사아귀레)	<ul style="list-style-type: none"> 최우수 작품상: 홍정 각, 골목낭독회 (감독 송주원) 최우수 감독상: 미완성 (감독 장대욱) 	<ul style="list-style-type: none"> 개막식 폐막식 공모전 시상식 관객과의 대화
		-	예술통 코쿰홀			

8) <댄스필름을 둘러싼 안무가들의 대화>, <춤:in>, 2017.10.26.

9) 상동

2018	제2회 서울무용 영화제	11.02 - 11.04	아트나인, 마포아트 센터 스튜디오 III	<p>36편</p> <ul style="list-style-type: none"> 개막작: 임마르 베리만 - 안무가의 눈으로 바라보다 (감독: 레드리크 스타틴) 폐막작: 미스터 가가 (토머 헤이먼) 	<ul style="list-style-type: none"> 최우수 작품상: 유월 (감독 이병윤) 최우수 감독상: 부카니마: 춤 (감독 김시헌) 	<ul style="list-style-type: none"> 개막식 폐막식 공모전 시상식 관객과의 대화 댄스필름 워크숍 온라인 이벤트 무용과 영화의 밤
2019	제3회 서울무용 영화제	11.01 - 11.03	아트나인, 마포 아트센터 스튜디오 III	<p>34편</p> <ul style="list-style-type: none"> 개막작: 미튼 (감독 올리비아 로체트) 폐막작: 공모전 수상작 	<ul style="list-style-type: none"> 최우수 작품상: 공차적응 (감독 윤정원) • 최우수 감독상: 행 zzz (감독 성승정) 	<ul style="list-style-type: none"> 개막식 폐막식 공모전 시상식 관객과의 대화 댄스필름 워크숍 온라인 이벤트 무용과 영화의 밤
2020	제4회 서울무용 영화제	11.06- 11.08	아트나인 & 온라인 플랫폼 (유튜브 & 네이버TV)	<p>33편</p> <ul style="list-style-type: none"> 개막작: 이사도라의 아이들 (감독 다미앙 매니볼) 폐막작: 공모전 수상작 	<ul style="list-style-type: none"> 최우수 작품상: 남이 설계한 집 (감독 김사라) • 최우수 감독상: 신의 딸은 춤을 춘다 (감독 변성빈) 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 생중계 & 오프라인 개막식 폐막식 공모전 시상식 관객과의 대화 댄스필름 워크숍 온라인 이벤트

이런 배경을 바탕으로 서울무용영화제라는 오프라인 플랫폼에 참여하는 수용자들은 어떤 요인들이 충족되면 그들을 온라인 플랫폼으로 이동시켜 마이크로 인플루언서의 역할을 하게 하는지 탐색적으로 살펴보고자 한다.

(2) 자료수집

본 연구는 서울무용영화제에 참석한 관객을 분석 대상으로 한다. 분석대상에 대한 자료 수집은 2021년 6월 15일 기준 네이버 검색창을 통해 검색어 ‘서울무용영화제’를 검색한 후 검색된 정보 중 2017년 11월 - 2020년 11월까지 서울무용영화제 공식블로그, 협찬사 홍보 글, 언론 보도, 영화제 참석 전 소개 글 등을 제외한 후 영화제 방문 후 개인 블로그에 작성된 내용을 다음과 같이 핵심어로 분류하였다.

표 2 | 서울무용영화제를 방문한 블로거의 글

블로그명	제목	핵심어	일자	회차
일상	고전 영화 다큐멘터리 추천	영화상영관, 고전영화, 폐막작	2017.11.06	1
평화롭게, 부지런하게	서울무용영화제 폐막작 <댄싱 베토벤>	댄싱 베토벤, 무용을 경험하는 새로운 방식	2017.12.31	1
필름 아카이브	제1회 서울무용영화제를 마치며	더 댄서, 댄싱 베토벤, 댄싱 드림즈, 분홍신, 예술통 코콘홀	2017.11.05	1
레브당스	제1회 서울무용영화제	개막작, 서울무용영화제 프로그램	2018.11.04	2
오징	<봄날> 서울무용영화제 상영	영화제 공식 포스터, <봄날> 상영작	2018.11.02	2
29200분의 하루를 사는 사람	<임마르 베리만 - 안무가의 눈으로 바라보다> 제2회 서울무용영화제 개막작	개막작, 아트나인, 공식 포스터, 리셉션 및 개막식 공연, 티켓 예매 안내	2018.11.03	2
Danstruct	꿈들꿈들, 제2회 서울무용영화제	공식 포스터, 영화제 프로그램, 관객과의 대화, 수준 높은 작품들, 점차 발전하기를 희망, 내년 공모전 참여	2018.11.18	2
무용평론 카페	무용영화의 의미 있는 정착과 발전을 위해	댄스필름 NOW, 공모전 소개, 홍보 마케팅에 있어 보다 창의적이고 적극적인 시도와 실천이 요구	2018.12.20	2

Dear	빌리 엘리어트	서울무용영화제. 흥미로운 프로그램	2019.11.04	3
결프로젝트	제2회 서울무용영화제	모든 사람이 참여할 수 있는 행사, 다양한 프로그램, 행사 내내 다과의 정성에 배고픈 줄 모르고 참여하게 된 영화제, 프로그램 북, 아주 좋은 공간, 분위기 좋음, 공식 포스터, 샌프란시스코 댄스필름	2018.11.05	2
팬팡파서블	서울무용영화제 스태프 후기	포토존, 쾌적한 아트나인, 멋진 바람막이 옷, 맛있는 샌드위치, 개인적으로 다시 방문하고 싶은 행사	2020.12.03	4
게으른 덕후	이사도라의 아이들 허공을 어루만지는 엄마의 몸짓	보고 싶었던 영화, 서울무용영화제 개막작, 잊지 못할 순간	2020.11.06	4

(3) 분석방법

수집된 자료는 LDA(Latent Dirichlet Allocation) 토픽 모델링을 통해 분석했다. 자연어 처리에서 LDA은 주어진 문서에 대해 각 문서에 어떤 주제들이 존재하는지에 대한 토픽 모델 기법 중 하나이다. 이 기법을 사용하면 단어 수 분포를 바탕으로 주어진 문서에서 발견된 언어 수 분포를 분석하여 해당 문서가 어떤 주제들을 함께 다루고 있을지를 예측할 수 있다.¹⁰⁾ LDA 기법은 크게 분석 텍스트에 대해 사전 지식을 바탕으로 임의의 토픽 수를 지정해 놓고, 그 다음 그 결과들을 비교하여 토픽의 개수를 결정하는 사전지정 방식과 일관성 점수(Coherence Value)를 기준으로 최적의 토픽 수를 정하는 사후지정방식으로 나뉜다(진주연 외, 2021). 이 연구에서는 임의의 토픽 수를 지정해 놓고 그 결과들을 비교해 토픽의 개수를 결정하는 사전지정 방식을 통해 데이터를 수집한 후 LDA기반 토픽모델링 분석을 수행했다.

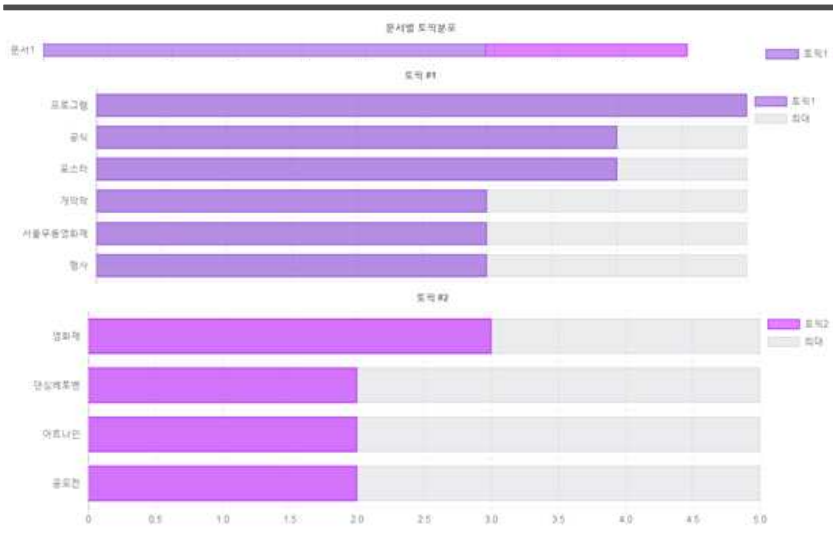
본 연구에 분석 방법은 수집된 블로그의 핵심어 및 핵심어가 포함된 문장을 중심으로 다음과 같은 절차를 통해 진행하였다. 첫째, 수집된 블로그를 통해 2개의 토픽 수로 설정했으며 토픽 단어 개수는 10개로 설

10) 위키 백과

정했다. 토픽 단어 개수를 10개로 설정했을 때 추출된 단어는 행사, 아트나이, 공모전, 프로그램, 공식, 포스터, 개막작, 서울무용영화제. 영화제, 댄싱베토벤으로 나타났다. 두 번째 지정한 토픽을 텍스트 분석 및 시각화 툴을¹¹⁾ 통해 토픽의 반복 횟수를 50번으로 설정하여 자료를 분석했다. LDA는 대용량 문서에서 표면에 명시적으로 드러나지 않은 주제를 키워드의 관계를 통해 파악하고자 하는 방법이기 때문에 이 연구를 위해 수집된 자료를 가지고 분석하기에는 한계가 있었으나 무용영화제에서 만족요인을 도출하기 위한 탐색적 연구로써는 의의가 있다고 판단되어 이 연구를 진행했다.

(4) 분석 및 결과

수집된 자료를 LDA(Latent Dirichlet Allocation) 토픽 모델링을 통해 분석하면 다음과 같다.

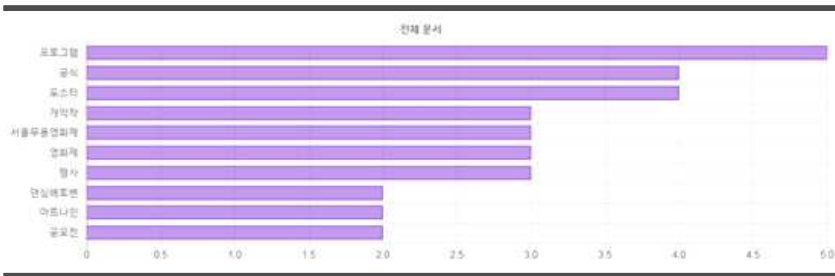


| 그림 1 | 텍스트 분석 및 시각화 (LDA 토픽 모델링)

11) <https://bd.kma.go.kr/kma2019/tavis/index.html>

크게 2개의 토픽으로 나누고 단어의 반복 횟수를 50회 이상으로 설정할 경우 결과는 토픽 #1은 행사 및 장소, 토픽 #2는 전반적인 영화제 프로그램에 관한 주제로 나뉘었으며 핵심어의 빈도수로 보면 ‘프로그램’이 가장 높게 나타났다. 물론 이 결과는 LDA의 단어의 유무만이 중요하다는 가정과 단어들의 빈도수만을 가지고 분석된 점이 한계이지만 이 결과는 실무적으로 활용하는데 있어 프로그램의 중요성을 확인하는 근거자료가 될 수 있다.

또한 같은 자료를 활용하여 단어의 빈도수만을 그래프로 나타내면 다음과 같다.



| 그림 2 | 텍스트 분석 및 시각화 (빈도수)

수용자들이 영화제에 방문했을 때 만족감에 영향을 주는 요인들은 다양하다. 또한 만족요인을 도출해내기 위해서는 만족과 연관된 다양한 차원에서 파악하고 측정된 후 그 중요 정도를 결정해야 한다(김범진 외 1인, 2018). 본 연구는 행동의도 즉 마이크로 인플루언서로서 활동하게 만드는 만족요인이 무엇인지를 탐색하기 위해 서울무용영화제에 방문한 수용자들이 자신의 개인 SNS에 작성한 글의 내용을 바탕으로 분석한 결과 프로그램이 그들을 마이크로 인플루언서로서 활동하는 데 가장 중요한 요인으로 작용하고 있음을 알 수 있었다. 특히 서울무용영화제에서 제공되는 프로그램은 일반적으로 쉽게 접근하기 어려운 영화가 상영될 경우 그 만족도가 높게 나타났다.

3. 결론

본 연구는 무용영화제에 방문한 수용자들이 어떤 만족요인에 의해 행동의도에 영향을 주는지 탐색적으로 알아보고자 하였다. 연구를 수행하기 위하여 2017년 11월부터 2020년 11월까지 네이버 검색창을 통해 서울무용영화제를 검색하여 나온 12개의 유효자료를 수집하여 분석에 활용하였다.

분석 결과 무용영화제 방문 시 가장 중요하게 작용하는 만족 요인은 프로그램이었다. 일반적으로 영화제 프로그램은 크게 영화제를 대표하는 상영프로그램과 부대행사 프로그램으로 나뉘고 이 프로그램의 방향과 구성에 있어 영향을 미치는 요인이 영화제 성격 또는 영화제 특성이라 할 수 있다(조진형, 2009). 이처럼 영화제 프로그램은 그 영화제의 정체성을 나타내는 데 중요한 역할을 하고 있다고 할 수 있다. 또한 영화제에서 프로그램의 중요성을 강조하는 건 다소 식상한 주장일 수 있다. 그러나 이 연구를 통해 주장하고자 하는 바는 무용영화제에 방문한 수용자들의 만족요인을 탐색하여 그 요인이 충족되면 능동적 수용자로서의 역할을 충분히 수행할 수 있음을 밝히고자 했다. 다시 말해 예술적 성격이 강한 장르에서도 이 만족요인이 충족되면 충분히 행동의도에 영향을 끼쳐 능동적 수용자, 즉 마이크로 인플루언서로서의 역할을 충분히 수행할 수 있으며 이는 수용자 연구에 있어 그 폭을 넓히는데 기여하고자 했다.

본 연구는 자료수집에 있어 그 규모가 작아 현재는 유의미한 결론을 도출하는 데 한계가 있으나 향후 지속적으로 자료 수집을 통해 이 연구가 실무적 활용 가능성을 제시하고자 한다.

참고문헌

단행본

- 김정우, 『문화콘텐츠와 경험의 교환』, 커뮤니케이션북스, 2018
- 사사키 도시나오, 『전자책의 충격』, 커뮤니케이션북스, 2010
- 윤석민, 『커뮤니케이션의 이해』, 커뮤니케이션북스, 2007
- 이은미, 『디지털 수용자』, 커뮤니케이션북스, 2003
- Philip M. Napoli, 『Audience Evolution』, 백영민 외 2인, 나남, 2013

논문

- 김범진, 박정숙 「부산국제영화제 방문동기가 관광객 만족 및 행동의도에 미치는 영향」, 『관광레저연구』, 2018.
- 남궁영 「영화관람 동기에 대한 Q방법론적 연구」, 『주관성연구』, 1998.
- 남궁영 「영화관람 동기에 관한 일고찰」, 『주관성연구』, 2001.
- 박예빈, 이예진, 조희정, 김은실, 「인스타그램 마이크로 인플루언서-팔로워 간의 상호작용성이 스폰서십 공시 효과에 미치는 영향」, 『한국심리학회지』, 2020.
- 박조원, 「국제영화제의 서비스 품질과 만족도에 관한 연구 : 우리나라 6개 국제영화제 종합 분석」, 『홍보학연구』, 2008.
- 박조원, 정헌일, 심원섭 「파인과 길모어의 체험경제 영역이 영화제 방문객의 만족도에 미치는 영향」, 『미디어경제와 문화』, 2010.
- 박조원, 최명일 「국제영화제 방문동기, 체험만족, 행동의도 관계에 관한 연구」, 『문화정책논총』, 2014.

- 심정민, 「무용에 나타나는 문화콘텐츠의 부가가치적 특징」, 『한국무용과학회지』, 2017.
- 오소정, 「리얼리티 예능의 일상 스펙터클과 의미작용」, 『The Journal of the Convergence on Culture Technology』, 2021.
- 오정학, 고희석, 인옥남, 「부산국제영화제 방문동기, 감정, 영화제 만족도의 경로분석을 통한 사후 행동 결정요인」, 『관광레저연구』, 2011.
- 유창석, 원도연, 「전주국제영화제의 주제의식과 콘텐츠 변화 연구」, 『인문콘텐츠 41』, 2016.
- 이상길, 홍남희, 정설민, 「예술영화관 이용자의 영화수용과 공간경험: 서울지역 20-30대 관객을 중심으로」, 『언론과 사회』, 2010.
- 이수원, 「영화문화다양성을 위한 부산국제영화제의 역할 분석과 평가」, 『프랑스문화예술연구』, 2017.
- 장희진, 「영화에 나타난 무용이미지와 수용자 해독에 관한 연구」, 『한국체육학회지』, 2002.
- 정지옥, 김형래, 「장르영화제를 통한 지역 활성화 사례연구:제천국제음악영화제를 중심으로」, 『글로벌문화콘텐츠학술대회』, 2018.
- 정현일, 박조원, 「국제영화제 방문동기와 방문만족의 관계에 대한 연구」, 『예술경영연구』, 2013.
- 조성관, 「능동적인 수용자: 랑시에르의 관객론과 한국 연극의 셰익스피어 수용」, 『비평과 이론』, 2021.
- 조진형, 「문화예술축제로서 국제영화제 발전방안에 관한 연구: 전주국제영화제의 특성과 프로그램을 중심으로」, 『광주대학교 언론홍보대학원』, 2009.
- 진주연, 감은혜, 윤지은, 김지안, 「토픽모델링 및 의미연결망을 활용한 지적장애인 대상 특수체육 연구의 동향 분석」, 『한국특수체육학회지』, 2021.
- 현승훈, 「영화제 방문객의 참여 유형에 관한 탐색적 연구」, 『씨네포럼 25』, 2016.

차동욱, 「지역축제 만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보 결정 요인에 관한 연구 - 전주국제영화제를 중심으로」, 『관광레저연구』, 2004.

최윤근, 김혜영, 「전주국제영화제 방문객의 서비스품질과 영화관람 만족, 재방문 및 구전의도에 관한 연구」, 『관광레저연구』, 2011

Boulding, W, Staelin, R., Zeithaml VA, 「 A Dynamic Process Model of Service Quality:

From Expectations to Behavioral Intentions」, 『J Marketing Res』, 1993.

Haridakis, P & Hanson G. 「Social Interaction and Co-Viewing with YouTube: Blending Mass Communication Reception and Social Connection」, 『Journal of Broadcasting and Electronic Media』, 2009.

Marwick, A.E., 「Instafame: Luxury selfies in the attention economy」, 『Public Culture』, 2015.

Schramm,W 「Process and Effects of Mass communication」, 『Urban: University of Illinois Press』, 1954.

기타

서울무용영화제 <http://www.sedaff.com/main/main.asp>

영화진흥위원회 <https://www.kofic.or.kr/kofic/business/main/main.do>

Digital Marketing Curation <http://www.thedigitalmkt.com>

Abstract

An Exploratory Study on the Satisfaction Factors and Behavioral Intention of the Audience at the Dance Film Festival

Ji-yeon Kim

Dept. of Entertainment Management, DIMA

Lecturer

This study aims to suggest an environment in which audience can play the role of micro-influencers after exploring the factors of satisfaction focusing on audiences who attended the Seoul Dance Film Festival(SeDaFF). In order to meet the research goal, among the audiences who attended SeDaFF, articles mentioning this festival on their SNS were collected and this data was analyzed using the LDA topic model. As a result, the most important satisfaction factor when visiting a dance film festival was the program. It might seem cliché to discuss the importance of programs at film festivals, but through the examination, this study made the case that if the satisfaction factor is met, it is still possible to influence the behavioral intentions and reinforcing the role of a micro-influencer even in a genre with a strong artistic nature and a limit to audience development. Furthermore, this study was intended to contribute to broadening the scope of research on the audience.

Keywords

Diversity Film Festivals, Dance Films, Active Audiences,
Micro-influencers, Satisfaction Factors, Behavioral intention
