保健敎育健康增進學會誌 第30卷 第5號(2013. 10) pp. 1-13
Korean J Health Educ Promot, Vol.30, No.5(2013)
http://dx.doi.org/10.14367/kjhep.2013.30.5.001

영화의 흡연 장면이 관객의 흡연 태도, 신념, 행동에 미치는 영향: 체계적 문헌고찰

최고은*, 조혜림*, 윤지혜*, 정민수*,**†
* 동덕여자대학교 보건관리학과
** 대나-파버/하버드 암 연구소

The Effect of Smoking Scenes in Films on Audiences' Attitudes, Beliefs, and Behaviors on Smoking: A Systematic Review

Go-Eun Choi*, Hye-Lim Cho*, Ji-Hye Yoon*, Minsoo Jung*,**†
* *Department of Health Science, Dongduk Women's University*
** *Dana-Farber/Harvard Cancer Center*

<Abstract>
Objectives: While many studies have been conducted on whether smoking scenes in films actually affect audience members' smoking, a comprehensive conclusion has yet to be derived. This study systematically reviewed the effect of smoking scenes in films on audience members' attitudes, beliefs, and actions. **Methods**: We analyzed a total of 146 studies searched on PubMed and PsycINFO (41 qualitative studies, 72 cross-sectional studies, 20 longitudinal studies, and 13 experimental studies). **Results**: Whereas qualitative studies have only demonstrated that audience members tend to perceive smoking scenes in films not as negative information but as positive information, cross-sectional studies have reported a significant association between smoking scenes and smoking behavior notwithstanding the problems of classifying the groups studied and measuring the degree of exposure. Through follow-up observations, longitudinal studies have reported that such media exposure can serve as a predictor of future smoking. Finally, with exposure and confounding variables under control, experimental studies have confirmed that smoking scenes in films indeed affect audience members' attitudes, beliefs, and actions regarding smoking. **Conclusions**: Scenes of actors and actresses smoking can be imitated or learned through audience members' immersion and identification and reproduce positive images that may render smoking socially acceptable.

Key words: Media exposure, Movie, Audience, Smoking scene, Systematic review

Ⅰ. 서론

영화에서의 흡연 장면이 관객들의 실제 흡연에 어떠한 영향을 주는지에 대해서 서구의 많은 연구자들이 관심을 보여 왔다. 이 분야에서 수행된 주된 연구는 다양한 엔터테인먼트와 대중 매체가 관객들의 흡연 관련 태도, 신념, 행동에 어떠한 영향을 주는지에 대한 것이었다. 영화의 흡연 장면과 관객들의 흡연 간의 연관성에 대한 분명한 결론은 아직 내려지지 않았다. 그러나 영화의 과도한 흡연 장면으로 인해 대중들의 흡연율이 증가할 수 있기 때문에 영화가 대중들의 주요한 여가활동 중의 하나인 우리나라에서 이 문제를 검토하는 것은 중요하다. 그럼에도 불구하고 아직

Corresponding author : Minsoo Jung
Department of Health Science, College of Natural Science, Dongduk Women's University 60, Hwarang-ro 13-gil, Seongbuk-gu, Seoul, Korea
서울특별시 성북구 화랑로 13길 60 동덕여자대학교 보건관리학과(예지관 403호)
* 이 논문은 2013년도 동덕여자대학교 학술연구비의 지원에 의하여 수행된 것임.
Tel: 02-940-4483 Fax: 02-940-4480 E-mail: mj748@dongduk.ac.kr
▪ 투고일: 2013.08.31 ▪ 수정일: 2013.10.25 ▪ 게재확정일: 2013.12.20

이러한 엔터테인먼트 미디어의 효과에 대한 체계적인 결론을 도출한 연구는 없었다.

여러 매체들 중에서 영화는 대중적 파급효과가 크고 극의 전개상 종종 흡연 장면을 포함하고 있을 뿐 아니라, 관객들의 배역에 대한 높은 몰입으로 인하여 영상의 폭로 효과(exposure effect)가 클 가능성이 높다(Dalton et al., 2003; Distefan, Pierce, & Gilpin, 2004; Goldberg, 2003; Goldberg & Baumgartner, 2002; Sargent et al., 2001; Sargent et al., 2004; Tickle, Sargent, Dalton, Beach, & Heatherton, 2001). 영화는 엔터테인먼트 산업 중에서 담배 회사들의 중요한 마케팅 대상인데, 미국의 경우 1930년대 R.A. 패터슨사에서 "럭키 스트라이크(Lucky Strike)"라는 브랜드를 등장시켰고 그 당시 "사탕 대신 럭키를 찾으세요(Reach for a lucky instead of a sweet)"라는 유명한 광고 카피가 만들어졌다(O'keefe & Pollay, 1996; Pierce & Gilpin, 1995). 이후 영화에서 배우들의 흡연 장면은 흡연에 대한 사회적 규범을 만들고 긍정적인 사회적 이미지를 형성하는데 영향을 주었다(Pollay, 1993; U.S. Department of Health and Human Services, 2001). 예를 들어, 여성의 흡연을 통해 여성의 독립과 남녀평등이라는 상징적 이미지를 차용하기도 하였다.

20세기 중반에 영화 속의 흡연 장면은 어렵지 않게 대중들과 친숙해졌고 하나의 긍정적인 사회적 규범으로 자리잡았는데, 유명한 배우들이 영화의 명장면에서 담배를 피우면서 극중 몰입도를 높였고 흡연이 주연 배우의 이미지와 함께 매력적인 것으로 대중들에게 각인되었기 때문이다. 예를 들어, 반항적인 캐릭터를 구축한 제임스 딘(James Dean)은 "이유 없는 반항(Rebel without a cause)"에서 거칠고 저돌적인 이미지를 드러내는 방법으로 담배를 피웠는데, 그 장면이 영화의 포스터로 쓰였고 전세계적으로 이 포스터가 회자되면서 흡연은 영화와 함께 대대적인 홍보 효과를 누렸다.

이후 엔터테인먼트 미디어에서 흡연 장면의 효과를 연구하고자 내용분석 기법이 발전하게 되었다. 이것은 훈련된 전문가가 해당 미디어에 나타난 컨텐츠를 체계적으로 계량화하여 그 특징을 찾아내는 방법이다(MacKinnon & Owen, 1998; Ng & Dakake, 2002; Polansky & Glantz, 2004; Roberts, Henriksen, & Christenson, 1999). 그러나 내용분석 연구는 미디어의 메시지를 기술하는데 유용하지만, 콘텐츠에 대한 수용자의 반응에 대한 특별한 결론이나 근거를 제공하는 것에는 한계가 있었으며 대상 컨텐츠를 선정하는 것도 어려움이 많다(Dalton et al., 2002; Everett, Schnuth, & Tribble, 1998; Glantz, Kacirk, & McCulloch, 2004; Hazan, Lipton, & Glantz, 1994; Sargent et al., 2001; Stockwell & Glantz, 1997). 그래서 일부 연구는 내용분석과 양적분석을 결합하는 방법도 시도하게 되었다(Polansky & Glantz, 2004). 결국, 영화 속의 흡연 장면이 관객들에게 미치는 영향을 분석하기 위해서는 연구 설계와 방법, 대상 컨텐츠 등에 따라 어떠한 결론이 도출되었으며 이러한 연구 결과들을 종합하여 내릴 수 있는 결론이 무엇인지에 대한 관심은 증대되어 왔다. 그러나 아직까지 영화 속 흡연 장면이 관객에게 미치는 폭로 효과를 어떻게 평가하는 것이 적절타당한지에 대한 체계적인 문헌고찰이 수행되지는 못하였다.

이 연구는 엔터테인먼트 미디어에서 담배 관련 콘텐츠에 대한 수용자의 반응들을 연구한 문헌들을 체계적으로 고찰하여 엔터테인먼트 미디어가 흡연 태도, 흡연 신념, 그리고 흡연 행동에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 탐구하였다. 담배가 엔터테인먼트 미디어에 미치는 미디어 효과에 대한 연구는 다른 형태의 엔터테인먼트 미디어들보다 영화에 특히 집중되어 왔기 때문에, 이 연구는 엔터테인먼트 미디어 중에서 특히 영화 속 흡연 장면의 폭로 효과를 대상으로 분석하였다. 그리고 이를 통해 국내의 영화 속 흡연장면 규제와 관련된 함의를 도출하였다.

Ⅱ. 연구방법

1. 연구자료

이 연구는 체계적 문헌고찰을 통해 수행된 연구이다. 지금까지 흡연 장면에 대한 폭로가 관객들의 흡연에 미치는 효과는 주로 네 가지 형태의 연구로 수행되었다. 질적연구(qualitative study), 횡단연구(cross-sectional study), 종단연구(longitudinal study), 실험연구(experimental study)가 그것이다. 따라서 각 유형별로 검토 대상 논문을 정했는데, 구체적인 범위와 자료는 다음과 같다. 참고로 모든 논문의 검색 기준시점은 2007년 12월이다.

우선, 질적 연구는 펍메드(PubMed)에서 다음의 MeSH 키워드 조합 중에서 하나를 만족하는 모든 논문을 연구 자료로 하였다. 사용된 키워드는 (1) "tobacco", "smoking", (2)

“movies”, “motion pictures”, “media”, 그리고 (3) “focus group”, “qualitative”였다. 즉, (1), (2), (3)에서 한 개 이상의 단어들이 매치되는 묶음으로 검토 대상 논문들을 선정했는데, 그 결과 41편의 논문이 선정되었다.

다음으로, 횡단연구, 종단연구, 실험연구는 위와 같은 방법으로 펍메드에서 “tobacco”, “smoking”과 “motion picture”, “movie”의 조합으로 검색하여 79편의 논문들을 검토 대상으로 선정하였다. 한편, 심리학과 커뮤니케이션 분야에서 수행된 연구들은 별도로 PsycINFO에서 동일한 용어를 사용하여 검색을 하였는데, 26편의 논문이 분석 대상으로 선정되었다. 최종적으로 총 146편(41편의 질적연구, 72편의 횡단연구, 20편의 종단연구, 13편의 실험연구)이 분석에 활용되었다.

2. 분석 방법

선정된 논문들은 횡단연구와 종단연구의 경우 연구진이 논문을 읽고 11가지 기준, 즉 대상 국가, 연구 설계, 자료 수집, 표본, 측정 도구, 신뢰도와 타당도, 흡연의 결과 측정 도구, 그 외의 결과 측정 도구, 공변인, 연관성의 측정 방법, 연관성의 크기로 분류하였다. 실험연구의 경우에는 위 기준 이외에 실험 방법(대상 국가, 표본, 실험 집단, 제공된 영화, 실험 조작 방법)과 반응 변수(영화 등급, 배우 유형, 흡연자의 신념, 흡연 의도, 각성)를 검토하여 도표로 정리하였다. 고찰된 문헌들은 건강증진 분야의 공인된 가이드라인을 따라서 분석, 평가, 기술되었다(Armstrong et al., 2007).

Ⅲ. 연구결과

1. 질적 연구

문화지적 접근방식을 통해 미디어 연구를 하는 연구자들은 미디어 메시지의 해석이 갖는 주관성을 무척 중요시하는 경향을 보였다. 주로 소규모 수용자들을 대상으로 질적 연구 방식을 이용해 미디어 효과가 검토되었는데, 이러한 연구들을 통해 기술적 정보는 얻을 수 있었지만 미디어 효과에 대한 종합적인 결론은 내릴 수가 없었다. 이들은 청소년과 대학생을 초점 집단으로 주로 활용하였으며 (Crawford, 2001; McCool, Cameron, & Petrie, 2001; McCool, Cameron, & Petrie, 2003; Nichter, Nichter, & Van Sickle, 2004; Plano Clark et al., 2002; Watson, Clarkson, Donovan, & Giles-Corti, 2003), 작가, 연기자, 감독, 스튜디오 경영자, 프로듀서, 및 다른 영화업계 종사자들의 인터뷰를 분석한 편의표본 연구도 있었다(Shields, Carol, Balbach, & McGee, 1999). 이 외에 MacFadyen 등과 세계보건기구(WHO)에서 발표한 초점 집단과 인터뷰 방식을 활용한 질적 연구도 있었다(MacFadyen, Amos, Hastings, & Parkes, 2003; WHO, 2003). 한편, 영화 속 흡연 장면에 대한 대학생들의 해석을 분석한 초점 집단 연구들은 인도, 호주, 뉴질랜드, 미국 등 다양한 국가들에서 수행되었다(Plano Clark et al., 2002; Watson et al., 2003). 이에 따르면, 영화는 대학생들이 담배에 대한 정보를 얻는 주요한 정보원이었으며 영화 속 흡연 장면을 통해 스트레스의 해소와 함께 카타르시스를 느꼈다. 동시에 흡연이 성인으로서의 독립성을 나타내는 사회적 이미지라고 인식하였다(Crawford, 2001). 이러한 연구결과들은 청소년과 대학생들이 영화 속 흡연 장면을 건강에 대한 부정적인 정보로 인식하기보다 긍정적인 결과물로 지각하고 해석하였음을 보여주었다.

2. 횡단연구

횡단연구는 질적 연구에 비하여 일반화하기 용이한 대규모의 인구 집단을 대상으로 미디어에 대한 노출과 태도, 신념 그리고 행동 간의 관계를 체계적으로 규명하는데 도움을 줄 수 있다. 우리는 선정된 논문들을 연구 설계상의 완성도, 측정 도구의 신뢰도와 타당도, 공변량의 통제 여부를 중심으로 검토하였다<Table 1>.

많은 횡단연구에서 영화의 폭로 효과는 두 가지 방식으로 분석 되었는데, 하나는 미디어 수용자가 좋아하는 영화배우의 흡연 상태 평가이며(Distefan et al., 1999; Distefan et al., 2004; Dixon, 2003; Tickle et al., 2001), 다른 하나는 영화 제목에 대한 인지였다(Dalton et al., 2003; Sargent et al., 2001; Sargent et al., 2002). 좋아하는 영화배우의 흡연 장면 분석은 미디어 수용자의 자아 개념에 기반하여 그들의 인지적 정합성을 살펴보는 방법인데(Swann, 1983), 청소년 흡연자들과 흡연 감수성이 높은 사람들은 비흡연자들보다 원형적 흡연자의 자아 개념과 유사하게 자신을 평가하였다(Burton, Sussman, Hansen, Johnson, & Flay, 1989; Chassin,

<Table 1> Summary of results of cross-sectional and longitudinal studies: Smoking and movies

Study	Country	Study design	Recruitment	Subjects	Media influence measure	Validity, reliability	Additional outcome measures	Smoking outcome measure	Measure of association	Association size	Covariate adjustment categories
Distefan et al. 1999	U.S.	Cross-sectional	Random digit dial	3,053 adolescents aged 12-17 years	Chooses favorite movie star of ever (vs. never smokers)	Not reported	Susceptibility	0	0	0	S, P, Sch, SI, M
Dixon 2003	Australia	Cross-sectional	School based	2,610 adolescents aged 12-18 years: attitudes assessed among subgroup of 1,858 never/ experimental smokers	Movie smoking status of favorite star	Not reported	Intention	Index	Adjusted proportional odds	1.16	S, Sch, SI
Tickle & Sargent 2001	U.S.	Cross-sectional	School based	632 adolescents aged 10-19 years: attitudes assessed among subgroup of 281 never smokers	Movie smoking status of favorite star	Not reported	Susceptibility	Initiation	Adjusted odds	1.5	S, Sch, SI, M
Sargent & Beach 2001; Sargent et al. 2002	U.S.	Cross-sectional	School based	4,919 adolescents aged 10-15 years : attitudes assessed among subgroup of 3,766 never smokers	Two-stage direct measure (movie title recog×amt of smoking)	3-week test-retest (average percent agreement) 92%. Correct recall of titles seen up to 1 year prior = 90%. Recalls having seen a sham title 3%	Susceptibility Norms-adult Norms-peer Positive expect	Initiation	Adjusted odds	1.7-2.7	S, P, Sch, PS ,SI, M
Sargent et al. 2005	U.S. (national sample)	Cross -sectional	Random digit dial	6,522 adolescents aged 10-14 years	Two-stage direct measure (movie title recog×amt of smoking)	3-week test-retest (average percent agreement) 92%. Correct recall of titles seen up to 1 year prior = 90%. Recalls having seen a sham title < 2%	0	Initiation	Adjusted odds	1.7-2.6	S, P, Sch, PS, SI
McCool et al. 2003	New Zealand	Cross -sectional	School based	3.041 adolescents aged 12-16 years	Perceived frequency of viewing films (cinema and video)	Cronbach's alpha = 0.65	Norms-movies Nonchalance movies Norms-peer Judgment-peer Intention	0	0	0	S
Dalton et al .2003	U.S.	Longitudinal	School-based recruitment with teleph F/U	2,603 adolescents aged 10-15 years at inception	Two-stage direct measure (movie title recog×amt of smoking)	3-week test-retest (average percent agreement) 92%. Correct recall of titles seen up to 1 year prior = 90%. Recalls having seen a sham title 3%	0	Initiation	Adjusted relative risk	2.0-2.7	S, P, Sch, PS, SI, M
Distefan & Pierce 2004	U.S.	Longitudinal	Random digit dial	2,084 adolescents aged 12-17 years at inception	Movie smoking status of favorite star	Not reported	0	Initiation	Adjusted odds	1.3	S, Sch, PS, SI, M

Note: Teleph F/U = telephone follow-up; recog = recognition; amt = amount; S = sociodemographics; P = personality characteristics; Sch = school attachment and function; SI = other social influences (friend and family smoking); PS = parenting style; M = other media/advertising influences.

a Statistically significant relation ($p < .05$) between movie smoking exposure and this outcome after covariate adjustment.

b Significant correlation (no covariate adjustment).

Presson, Sherman, Corty, & Olshavsky, 1981; Grube, Weir, & Getzlaf, 1984). 청소년들은 성장 과정에서 자신의 자아 개념에 따라 행동하는데 이때 멋있고 매력적이며 어른스러운 행동들을 학습하고 모방한다. 영화에서 자신이 좋아하는 배우가 흡연자라는 자아 개념을 갖고 있다면, 청소년들은 자신의 자아를 그러한 이상적인 자아에 부합시키고자 행동을 변화시키고 흡연을 모방하도록 동기부여 되었다 (Aloise-Young, Hennigan, & Graham, 1996; Barton, Chassin, Presson, & Sherman, 1982).

Distefan et al. (1999), Distefan et al. (2004), 그리고 Dixon (2003) 청소년들에게 좋아하는 여자배우와 남자배우의 목록을 작성해 달라고 한 후에 내용분석을 통해 각 배우들이 영화에서 보여준 흡연 행동을 분석하였다. 그리고 이와 유사한 후속 연구는 청소년들에게 좋아하는 배우들에 대한 응답을 받은 후에 그들의 최신작에서 나타난 흡연 장면을 분석하였다(Tickle et al., 2001). 그 결과, 동료 집단(peer group)이 담배를 권했을 때 이를 거부하지 못하는 성향인 흡연 감수성이 장래의 흡연 여부를 예측하는 유의미한 도구로 나타났다(Pierce, Choi, Gilpin, Farkas, & Merritt, 1996). 유사하게, Distefan et al. (1999) 등은 캘리포니아 주의 청소년 흡연자들을 대상으로 무작위 표본을 선정해 이들이 가장 좋아하는 영화배우를 조사하였다. 그 결과, 흡연력이 없는 청소년들 중 흡연 배우를 좋아한 경우 흡연 감수성이 높은 것으로 나타났다. Tickle et al. (2001) 등도 뉴잉글랜드 지역 청소년을 대상으로 학교 기반 표본을 활용해 조사를 하였는데, 흡연력이 없는 학생들 가운데 흡연 배우를 좋아한 경우 흡연 감수성이 유의미하게 높았다. 특히, 위 연구들은 흡연 배우를 좋아하는 성향과 흡연 감수성의 연관도를 측정하는 도구로 보정 오즈비(adjusted odds ratio [aOR])를 사용했는데, Distefan et al. (1999) 등의 연구에서 흡연 배우를 좋아하는 청소년들의 aOR 값은 1.3이었으며, Tickle et al. (2001) 등의 연구에서 aOR 값은 4.8이었다.

물론 이러한 결과는 더 많은 연구들을 통해 재현되어야 하며 다른 문화권에서도 유사한 결과가 나타나는지 검토해야 한다. 실제로 Dixon (2003)의 호주 연구에서는 흡연력이 없는 청소년 표본에서 흡연 의도와 좋아하는 배우의 영화 속 흡연 간에 유의미한 연관성이 발견되지 않았다. 그러나 Dixon (2003)의 연구에서 유의미한 관계가 없다고 나타난 것이 문화적 차이로 인해 영화 속 흡연배우에 대한 반응이 다른 것인지 혹은 연구방법이 달라서인지는 불분명하였다. 가령, Dixon (2003)의 연구에 참여한 호주 청소년들이 영화 속 흡연에 덜 반응한 이유는 기존에 자신들이 경험한 담배와 관련된 미디어의 내용과 Dixon (2003)의 연구에서 영화의 흡연 장면이 호응하지 않았기 때문일 수도 있다. 실제로 미국과 달리 호주에서는 담배에 대한 직접광고가 대부분 금지된 상태이다. 그럼에도 불구하고, Dixon (2003)이 비례 오즈모형(proportional odds model)을 활용하여 자신의 연구에 참여한 청소년들이 흡연자가 될 지수(smoking uptake index)를 추정했던 것은 많은 시사점을 주었는데, 특히 남자배우의 흡연이 청소년들에게 더 큰 영향을 줄 수 있는 것으로 나타났다. Tickle 등의 연구에서 최신 영화 두 편에서 흡연을 했던 영화배우를 좋아한 청소년들의 흡연 감수성에 대한 aOR은 1.5였으며, 세 편 이상에서 흡연을 한 배우를 좋아한 청소년들의 aOR은 3.1로 나타났다(Tickle et al., 2001).

횡단연구에서 또 다른 논쟁점은 영화 속 흡연 장면에 대한 노출도를 어떻게 측정하느냐의 문제일 수 있다. 주로 두 가지 방법이 활용되어 왔는데, 하나는 개별 영화를 보고 연구자가 흡연량을 내용분석 하는 방법이며, 다른 하나는 표본을 선정하여 무작위로 선택한 영화 목록을 통해 응답자들을 설문하는 방식이다. 물론 후자의 방식은 회상 편견의 문제가 있지만 Sargent et al. (2005) 등이 널리 적용한 방법이다. 연구의 액면 타당도(face validity)를 판단하기 위하여 표본 집단에서 시청했다고 응답한 영화들의 목록과 박스오피스의 흥행영화 목록 간의 연관성을 파악한 결과들 간에는 대체로 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다(Sargent et al., 2005). 실제로 이들이 추적관찰 조사한 결과에 따르면, 응답자들은 자신이 본 영화를 대체로 정확하게 기억했으며 실제 배우 이름을 혼동하는 경우는 매우 드물었다.

Sargent et al. (2002) 등은 북부 뉴잉글랜드 지역에 거주하는 청소년 4,919명을 대상으로 당시 흥행영화 601편에 대한 흡연 장면 노출도를 측정하였다. 연구결과 응답자들의 30% 가량이 대상 흥행영화에 폭로된 경험이 있었으며, 이를 바탕으로 응답자들의 평생 노출도를 추정했을 때 평균 1,160회 가량의 흡연 장면에 노출된 것으로 나타났다 (Sargent, Dalton, Heatherton, & Beach, 2003). 그리고, 영화 속 흡연 장면에 대한 노출과 흡연 증가율 간의 용량반응 그래프를 그린 결과, 둘 간에 직접적인 연관성이 나타났다. 아

울러, 혼란변수들을 통제한 후에 aOR 값을 활용하여 이들의 연관성을 측정했는데, 흡연 장면에 가장 노출이 덜 된 집단(1사분위, aOR=1.0)에 비하여 가장 노출이 많이 된 집단(4사분위)의 aOR 값은 4.0이었다(Sargent et al., 2002). 즉, 흡연 장면이 많은 영화를 본 청소년들은 약 4배나 더 흡연을 하였다. 이러한 결과는 형제자매 중에 흡연자가 있는 경우(aOR=1.7)나, 부모가 흡연자인 경우(aOR=1.3)보다 높은 수치였으며, 또래 집단이 흡연을 하는 경우(aOR=5.1)보다 약간 낮은 수치였다. 따라서 흡연 장면에 대한 청소년의 노출은 실제 흡연 가능성을 상당히 높일 수 있는 것으로 나타났다.

Sargent et al. (2005) 등의 후속 연구에 따르면, 영화 속 흡연 장면에 대한 노출은 흡연 감수성, 흡연에 대한 긍정적 기대, 성인 흡연에 대한 규범적 신뢰와도 연관성을 보였다. 그는 동료들과 함께 미국의 청소년 6,522명을 대상으로 532편의 현대 영화에 등장한 흡연 장면 노출도를 분석하였다. 혼란변수를 통제한 상태에서 가장 노출이 적었던 1사분위 집단(aOR=1.0)에 비하여 2사분위(aOR=1.7), 3사분위(aOR=1.8), 그리고 4사분위(aOR=2.6)로 갈수록 흡연 확률은 유의미하게 증가하였다. 이러한 결과는 인종이나 거주 지역에 상관없이 일관되게 집단의 기여위험도(attributable risk fraction)를 약 38% 증가시켰다. 따라서 영화 속 흡연 장면에 대한 노출이 청소년 흡연 행위에 대한 독립적이면서 일차적인 위험 요인일 가능성이 큰 것으로 나타났다.

한편, 본인이 인지한 영화 관람 빈도를 조사하여 영화가 흡연에 미치는 영향을 알아본 연구들도 있었다. McCool et al. (2005)은 뉴질랜드의 청소년 3,041명을 표본으로 영화 속 흡연 노출에 대한 간접 추정치를 산출한 후에 인구학적 요인들을 통제한 상태에서 흡연 장면에 대한 노출수준과 흡연 의도 간의 연관성을 분석하였으나 통계적인 의미는 없었다. 그러나 경로분석 모형을 통하여 흡연 의도에 영향을 미치는 흡연 관련 신념들이 존재한다는 점을 밝혔다. 결국, Dixon (2003)의 연구와 마찬가지로 영화 속 흡연 장면에 대한 노출이 흡연 행위나 흡연 의도를 실제 증가시키는지에 대해 횡단연구만으로 결론을 내리기는 어렵다. 둘 간에 유의미한 연관성이 나타나지 않는 경우 영화 속 흡연 장면에 대한 노출도의 측정에 문제가 있었기 때문인지 아니면 이들 국가에서의 담배규제환경이 영화 속 흡연 장면이 갖는 흡연에 우호적인 효과(protobacco effects)을 저해했기 때문인지는 판단하기 어렵기 때문이다. 한편, 기존 연구들이 주로 서구의 경우에 국한된 것도 결론의 일반화에 제한점으로 작용한다. 유사하게, 태국 청소년 1,338명을 조사한 결과 미국 영화에 대한 노출이 많았을수록 흡연 확률도 높았지만 이들의 흡연 의도에는 영향을 미치지 않았다(Goldberg & Baumgartner, 2002). 홍콩 청소년 1,700명을 조사한 연구에서도 영화에 대한 노출이 많을수록 흡연 확률은 높았지만(Goldberg, 2003), 영화 속 흡연 장면에 대한 폭로가 관객의 흡연에 실제로 인과적인 영향을 미치는지를 확증하기 위하여는 종단연구를 통해 밝혀진 증거들이 필요하였다.

3. 종단연구

종단연구는 여러 해 동안의 설문조사를 통해 미디어 노출과 표본 집단의 행동 간의 연관성을 수치화하는데, 횡단연구와 달리 연구설계상 폭로 요인이 결과에 선행한다는 점에서 행동 변화 전에 미디어 노출의 인과적 영향을 보다 명확히 판단할 수 있다. 미래의 흡연에 대한 예측인자로서 좋아하는 배우의 영화 속 흡연의 효과를 관찰한 종단연구에 따르면, 여성 청소년들의 경우 흡연하는 영화배우를 좋아했을 때 추적관찰에서 흡연의 시도 확률이 유의미하게 높았다(Distefan et al., 2004). 북부 뉴잉글랜드 청소년에 대한 연구에서도 흡연 장면에 대한 노출이 증가할수록 흡연율은 선형적으로 증가했다(Dalton et al., 2003). 이 연구에서 영화 속 흡연 장면에 대한 노출이 극히 적었던 청소년들은 추적관찰에서 흡연을 시도한 경우가 거의 0%에 가까웠으나, 노출 수준이 높았던 청소년들의 경우에는 추후 흡연 확률이 20%에 육박하였다. 한편, 사회적 요인, 광고의 영향, 개인의 인구학적 특성 등과 같은 공변량을 통제했을 때에도 이러한 효과는 계속 존재하였는데, 흡연 장면에 전혀 폭로되지 않았던 1사분위 집단에 비하여(aOR=1.0), 2사분위(aOR=2,0), 3사분위(aOR=2,2), 4사분위(aOR=2,7)로 노출이 많아질수록 흡연 가능성은 증가하였다(Sargent et al., 2002). 이것은 부모가 흡연자일 경우 흡연을 할 확률(aOR=1.6)보다 높은 수준이었다. 이들 종단연구에 따르면 영화 속 흡연 장면 노출이 흡연 시작에 영향을 미치며 그 효과는 특히 청소년에게서 장기간 지속된다고 볼 수 있다. 이것은 흡연 장면 노출이 흡연에 대한 태도 및 흡연 의도에 직접 영향을 미칠 가능성이 높다는 의미이다.

그러나 종단연구가 갖는 인과적 방향성의 확증이라는

강점에도 불구하고, 미디어에 대한 노출, 특히 영화 속 흡연 장면에 대한 노출을 정교하게 측정하는 것은 어려운 문제이다. 예를 들어, 기존 연구들은 관객이 좋아하는 배우와 감정적으로 동일시(identification)되는 현상을 둘 간의 연관성의 전제로 삼는 경우가 많았고, 그 이유로 남성보다 여성에게서 이러한 동일시가 많아서 흡연 장면의 노출 효과가 더 크고 일관되게 나타난다는 주장을 제기하였다(Sargent et al., 2002). 그러나 이에 대한 분명한 결론을 내리기 위해서는 흡연 장면 폭로에 대한 실험연구가 필요하다.

4. 실험연구

실험연구는 표본을 폭로 집단과 비폭로 집단으로 무작위 배정하여 횡단연구의 주된 제한점인 측정하기 어려운 혼란변수를 통제할 수 있도록 한다. 그러나 이러한 실험 설계를 위해서 영화의 시청 조건을 인위적으로 조작해야 하며 짧은 폭로 시간으로 단기적인 반응 변화를 평가해야 한다. 그럼에도 불구하고, 영화 속 흡연 장면의 직접적인 폭로 효과를 측정한다는 점에서 횡단연구나 종단연구보다 더 엄격한 결론을 도출할 수 있다. 아래에서는 검토 대상 논문들을 대상 집단, 무작위 배정 방법, 노출 영화 종류, 실험 조작 방법 등을 바탕으로 비교·분석하였다<Table 2>.

대상 논문 중에서 실제로 영화 속 흡연 장면의 폭로 효과를 측정한 실험연구는 네 편이었는데(Dixon, Hill, Borland, & Paxton., 2001; Edwards, Harris, Cook, Bedford, & Zuo, 2004; Gibson & Maurer, 2000; Pechmann & Shih, 1999), 이 중에서 두 편은 엄밀하게 통제된 노출 설계를 하지 않았기 때문에 사실상 유사 실험연구(quasi-experimental study)에 가까웠다. 그러나 다른 실험연구들에 비하여 큰 표본을 활용했다는 장점이 있었다.

검토된 실험연구 대부분은 흡연 장면이 등장하는 영화 장면과 등장하지 않는 장면에 대한 관객의 반응을 비교하는 실험 조작 방법을 사용하였다. 일부 연구에서는 영화를 부분적으로 시청 후 발생하는 정서적 각성의 수준(Pechmann & Shih, 1999)이나 영화 장면 속 캐릭터에 대한 반응(Dixon, 2003)을 분석하였다. Dixon et al. (2001)은 금연 내용이 포함된 영화를 시청한 관객과 그런 내용을 포함하지 않은 영화를 시청한 관객 간에 반응 차이를 분석하였다. Edwards et al. (2004) 등은 영화 관람에 앞서 금연 광고를 시청한 후에 흡연 장면이 있는 영화를 본 관객과 금연 광고를 보지 않고 영화를 본 관객의 반응 차이를 비교했다. 그러나 대부분의 실험 설계 연구들은 관객들에게 미디어 폭로라는 자극 요소로 실제 영화 장면이나 영화 전체를 사용하여 실험 조작을 설계했다. 예외적으로 Jones & Carroll (1998)은 연구를 위해 제작한 역할극 비디오 영상을 이용했다. 실제 영화 장면을 사용한 연구들은 관객들에게 “실제 세상”에 노출된 느낌을 주었다는 점에서 강점을 가졌다. 그러나 이러한 노출 효과와 비교할 수 있는 통제 영상을 구할 수 없었던 것은 단점이었다(Dixon, 2003). 이와 달리, 가공의 제작된 영상을 사용한 경우 동일한 자극을 부여한다는 점에서 실험 조작의 목표는 달성하지만(Jones & Carroll, 1998), 실제 상영되는 영화에서의 흡연 장면의 효과를 일반화하는 것에는 한계를 가졌다.

대부분의 실험 연구들은 참가자들의 흡연 관련 태도, 신념, 그리고 흡연 의도를 사후평가(posttest) 하였으나, Dixon (2001) 등은 흡연 관련 신념의 변화를 사전과 사후에 모두 평가하여 비교하였다. 그러나 사후평가만 한 실험연구도 참가자들의 흡연 상태와 인구사회학적 공변량들을 통제하였다(Gibson & Maurer, 2000; Hines, Saris, & Throckmorton-Belzer, 2000). 실험연구들 간에 가장 두드러진 차이점은 표본 크기였는데, 작은 경우에는 전체 표본이 40명 정도였으며(Jones & Carroll, 1998), 큰 경우에는 전체 참가자가 2,000명을 넘었고 폭로 여부에 따라 1,000명씩 할당되었다(Edwards et al., 2004). 그러나 표본 크기에 따른 통계학적인 검정 능력의 차이를 제외하면 표본이 작은 연구에서도 집단 간의 유의미한 폭로 효과가 확인되었다.

흡연 장면 노출에 따른 반응 크기를 평가하기 위하여 검정력 계산 프로그램을 활용한 결과(Anderson & Bushman, 2002; Groesz, Levine, & Murnen, 2002), 표준편차가 제시되지 않은 연구 두 편을 제외하고는 흡연 장면 노출의 효과는 대부분의 연구에서 증가하였다. Jones & Carroll (1998)의 연구에서 효과 크기는 0.8로 가장 높았는데 이 정도의 수치는 사회과학 연구에서 효과가 매우 큰 수치에 해당한다(Cohen, 1992). 비록 일부 연구들의 경우 참가자들의 흡연 신념 변화의 정도가 미미하였으나, 일상적으로 영화 속 흡연 장면에 반복적이고 자연스럽게 노출된다는 점을 감안한다면 흥행 영화의 흡연 장면이 인구집단에 미치는 누적 효과는 매우 클 것으로 예측할 수 있으며, 이것은 코호트 연구 결과와도 일치하였다(Dalton et al., 2003; Distefan et al., 2004).

<Table 2> Summary of the methods and results of experimental studies assessing responses to on-screen tobacco use

Study	Country	Subjects	Subgroups examined	Stimulus movie	Experimental manipulation	Ratings of the movie	Ratings of actors	Beliefs about smokers	Beliefs about personally smoking	Personal intentions to smoke	Arousal
Jones and Carroll 1998	Australia	51 college students	n=40 females, n=11 males	Video clips (role plays not actual movie footage)	Smoking compared with nonsmoking footage	-	p<0.01 (females) ns (males)	-	-	-	-
Pechmann and Shih 1999 (study 1)	U.S.	607 ninth graders, nonsmokers	-	Scenes from Reality Bites and Wild at Heart	Smoking compared with nonsmoking footage × high compared with low positive arousal elicited by scenes	-	-	p<0.01	p<0.05	-	p<0.01
Pechmann and Shih 1999 (study 2)	U.S.	232 ninth graders, nonsmokers	-	Whole movie Reality Bites	Smoking compared with nonsmoking footage × prefilm antismoking advertisement sompared with no advertisement	p<0.05	-	p<0.01	p<0.05	p<0.05	p<0.01
Gibson and Maurer 2000	U.S.	120 college students	n=36 smokers, n=84 nonsmokers	20-minute clip of Die Hard	smoking, nonsmoking footage	p<0.05 (smokers) ns (nonsmokers)	p<0.05 (smokers) ns (sonsmokers)	p<0.05 (nonsmokers)	-	ns (nonsmokers)	-
Hines et al. 2000	U.S.	151 college students	-	6 scenes from 6 popular films	smoking compared with nonsmoking footage	p<0.001	-	-	-	p<0.05	-
Dixon et al. 2001	Australia	383 adult cinema patrons	n=192 who completed follow-up interview within 2 weeks of seeing movie	Whole movie	Antitobacco message (The Insider)compared with control film (Erin Brokovich)	-	-	-	-	p<0.05 (completed follow-up within 2 weeks of movie)	-
Edwards et al. 2004	Australia	2,038 female adolescent cinema patrons	n=186 smokers, n=1,852 nonsmokers	Whole movie (depicting smoking)	prefilm antismoking advertisement compared with no advertisement	ns (smokers) p<0.001 (nonsmokers)	-	-	-	p<0.05 (smokers) ns (nonsmokers)	-
Dixon 2003	Australia	374 seventh and eighth graders	-	2×5 minute clips from popular movies	Smoking compared with nonsmoking footage of different character types	p<0.01	-	ns	p<0.05	ns	-

Note: – = variable not assessed; ns = variable not significantly affected by experimental manipulation.
aQuasi-experimental study, using subject's self-selected cinema exposure.
*p < .05. **p < .01. ***p < .001. Variable significantly affected by experimental manipulation (lowest p value achieved for variables in this response category).

Ⅳ. 논의

이 연구는 영화 속 흡연 장면이 관객의 흡연 관련 태도, 신념, 행동에 미치는 영향을 검토한 종설이다. 행동과학적 측면에서 미디어가 개인에게 미치는 영향은 매우 강할 것이라고 예측되어 왔지만, 실제로 어떻게 어느 정도의 효과가 나타나게 되는지에 대한 체계적인 설명은 부족했다(Bandura, 1994; McGuire, 1985). 이번 연구에서 일련의 선행연구들을 체계적으로 검토한 결과 영화 속 흡연 장면에 폭로된 관객들은 흡연에 대해 긍정적인 신념과 태도를 가질 가능성이 증가했으며 궁극적으로 흡연 확률도 높아졌다(Gibson & Maurer, 2000; Hines et al., 2000; Pechmann & Shih, 1999). 배우들의 흡연을 본 관객들은 흡연을 사회적으로 용인되는 것으로 지각함으로써 흡연을 하게 되는 것이다(Pechmann & Shih, 1999). 비록 이러한 영향력이 흡연에 대한 인지욕구가 낮은 대상들이나 청소년에게 훨씬 더 강하다는 것이 밝혀졌으나(Petty & Priester, 1994), 주인공의 흡연 장면을 본 후 관객들이 실제로 현실에서도 흡연남성과 기꺼이 친구가 되려는 경향이 유의미하게 증가했다는 점은 미디어가 흡연과 같은 특정 메시지에 대하여 강력한 설득효과를 가지며 이 효과가 가상에서 현실로 충분히 전이될 수 있다는 점을 보여주었다(Gibson & Maurer, 2000). 실제로, Dixon (2003)은 영화 속 등장인물이 흡연을 하는 영상을 본 청소년들은 흡연을 하지 않는 영상을 본 청소년들보다 “실제 세상”에서의 성인 흡연율이 높을 것이라 인식하였다는 점을 지적하였다(Dixon, 2003).

따라서 영화 속 흡연의 폭로 효과는 현실에서의 흡연이 규범적 행동이라는 사실을 보여준다. 다시 말해, 흡연은 개인이 배태되어 있는 또래집단이나 사회적 환경을 통해 유발되는 사회적 학습행동인 것이다(Jung & Chung, 2013; Petty & Priester, 1994). 뿐만 아니라, 영화 속 흡연 장면에 대한 노출은 개인이 갖는 흡연의 사회적 결과에 대한 신념에도 영향을 미친다. 예컨대, 1990년대에 상영된 ‘청춘스케치(Reality Bites)’라는 영화의 이미지 프레임을 디지털 수정하여 흡연 장면을 편집한 후에, 편집되지 않은 영화의 원본을 본 청소년과 흡연 장면을 모두 편집한 영화버전을 본 청소년들의 반응을 비교했을 때, 미편집 영화를 본 흡연력이 없는 학생들은 영화를 본 후 흡연을 하였을 때 타인이 보는 자신의 사회적 지위가 신장될 거라는 인식을 갖게 되었다(Pechmann & Shih, 1999). 유사하게, Dixon (2003)은 매력적이고 사회적 지위가 높은 캐릭터들이 영화 속에서 흡연을 했을 때 관객들의 흡연의 영향에 대한 긍정적인 신념이 높아졌음을 보고하였다. 반대로, 매력적이지 않고, 지위가 낮은 캐릭터들이 영화 속에서 흡연을 했을 때는 긍정적인 신념이 저하되었다.

흡연에 대한 관객들의 신념 변화는 그들의 욕구와 행동의 변화까지 유발한다. 예컨대, 긍정적 캐릭터의 주연이 흡연을 자주 하는 영화를 본 경우 담배를 피워본 적이 없는 청소년 관객들의 흡연 의도가 유의미하게 증가하였다(Pechmann & Shih, 1999). 그리고 성인을 대상으로 한 연구에서도 영화 속 흡연이 관객의 흡연 의지를 높였다(Dixon et al., 2001; Hines et al., 2000). 이러한 영향력은 연구 참여자의 흡연 상태를 통제했을 때도 지속적으로 나타났으며, 습관적 또는 간헐적 남성 흡연자들의 경우에도 흡연 장면을 시청한 후 현재 흡연 욕구가 유의미하게 증가하였다(Hines et al., 2000). 결국, 영화 속 흡연 장면은 배우의 극중 비중, 폭로 횟수, 장면의 매력도, 또는 흡연의 맥락에 따라 상이할 수는 있지만, 전반적으로 관객의 흡연 신념과 태도를 긍정적으로 변화시켜 실제 관객의 흡연을 유발할 수 있다는 점에서 문제가 된다.

그런데, 이번 연구를 통해 영화의 흡연 장면이 갖는 폭로효과를 감소시킬 수 있는 정책적 방법도 발견할 수 있었다. 예를 들면, 흡연을 억제하는 장면에 대한 폭로를 통해 관객의 행동변화는 반대 방향으로도 작동할 여지가 있었다(Dixon et al., 2001). 물론 흡연의 부정적인 결과를 보여주는 영화는 극히 드물지만, 흡연에 대한 부정적인 메시지를 영화에 포함시키면 매력적인 흡연 장면이 관객의 흡연을 유도하는 것과 같은 논리로 관객의 금연을 촉진하는 것도 가능하다(Balbach & Glantz, 1998; Zucker et al., 2000). 더 나아가, 젊은 스타배우가 흡연을 하는 영화를 보기 직전에 금연광고를 청소년에게 보여줄 경우 흡연에 긍정적인 메시지의 영향을 차단하는 효과도 있었다(Pechmann & Shih, 1999). 이때 영화 자체에 대한 평가에는 부정적인 효과가 없었다는 점에서 영화 상영 전의 금연광고 삽입은 흡연 장면의 효과를 차감하는 좋은 전략이 될 수 있다. 다시 말해, 금연광고를 영화 상영 전에 보여주면 영화의 전반적인 재미를 저해하지 않고도 영화가 내포한 흡연찬성적인 메시지에 대한 면역 효과 줄 수 있다. 이와 같은 영화 상영 전 금연광고의

효과는 호주에서 대규모의 관객을 대상으로 재현되었는데, 흡연력이 없는 관객들 중 금연광고를 본 이들은 영화 속에서 흡연을 한 인물들에 대해 더 큰 반감을 나타냈다(Edwards et al., 2004). 뿐만 아니라, 현재 흡연 중인 관객들 중 금연광고를 보고 영화를 시청한 사람들의 경우 미래 흡연 의도가 상당히 감소하였다. 그러므로 흡연 장면이 등장하는 영화의 상영 전에 금연광고를 보여주는 것은 영화에서 흡연하는 배우들의 흡연 유발 효과를 반감시키는 효과적인 전략이라고 하겠다.

한편, 영화 속 흡연에 대한 관객의 반응을 논할 때, 관객들이 느끼는 몰입과 동일시 측면에서의 반응도 검토해볼 필요가 있다. 많은 연구들은 흡연 장면이 관객에게 미치는 영향력을 인정하지만 그 효과의 정도에 있어서는 상당한 차이를 보였으며 반응하는 관객 집단의 특성 역시 다양하였다. 즉, 관객이 청소년인지 성인인지(Pechmann & Shih, 1999), 흡연자인지 비흡연자인지(Gibson & Maurer, 2000), 흡연하는 배우가 남성인지 여성인지(Hines et al., 2000)에 따라서 관객이 배우에 동일시되는 정도는 다른 것으로 보인다. 물론, 극중에서 캐릭터가 가진 매력이 높고 사회경제적 배경이 자신과 유사할 경우 관객은 배역에 강하게 끌리게 된다. 그러나 흡연의 경우에는 자신이 흡연자인지부터 시작해서 배우가 흡연을 하는 이유와 맥락을 이해할 수 있는지 여부인 관객의 연령, 그리고 남성이나 여성 흡연자에 대한 사회적 고정관념 등이 더해져서 흡연 행위에 대한 동일시가 이루어지게 된다(Dixon, 2003; Hines et al., 2000; Jones & Carroll, 1998). 그러므로 관객들이 배우의 극중 캐릭터를 이해함으로서 배역에 동일시하게 되는 것처럼 흡연 행위에 대한 컨텍스트가 관객 자신과 유사할 경우 더욱 흡연 행위에 동일시하며 흡연 행동에 대한 강화로까지 이어질 수 있다.

이번 연구에는 몇 가지 제한점이 있다. 첫째, 문헌고찰 대상 논문들의 검색 시점이 2007년 12월로 그 이후의 연구 동향에 대해서는 분석대상에 포함하지 못하였다. 그러나 이 분야의 연구 논문들이 1980년 이후부터 나타났으므로 지난 20년 이상의 연구 동향을 이번 연구를 통해서 알 수 있다. 둘째, 체계적인 문헌고찰에도 불구하고 대부분의 연구는 서구와 유럽의 연구들이었다. 그 이유는 영화가 하나의 거대한 엔터테인먼트 산업으로 발전한 이후에야 이것이 갖는 미디어 효과가 사회적으로 논의되기 때문으로 풀이된다. 따라서 후속 연구에서는 좀 더 다양한 사회문화적 맥락에서 영화 속 흡연 장면이 갖는 폭로 효과가 연구될 필요가 있겠다. 그러나 이러한 제한점들에도 불구하고 흡연 장면이 부분적으로 관객들에게서 높은 수준의 각성 효과를 끌어냄으로써 엔터테인먼트적 효과를 발휘하는 것은 사실로 나타났다(Pechmann & Shih, 1999). 따라서 금연 정책의 연장선상에서 정책적이고 제도적인 규제가 필요한데, 사실 흡연 장면을 편집하였다고 해서 영화의 전반적인 반응이나 평가가 부정적이 되는 것은 아니며, 실제로 영화 속 흡연 장면의 양과 박스오피스의 흥행 정도 간에도 유의미한 연관성은 없다(Dalton et al., 2002). 그러므로 영화인들의 표현의 권리와 흡연 규제 정책이 충돌되는 지점이 문제가 된다면 관객의 연령에 따라서 모자이크 처리를 하는 방법도 가능할 것이다(Kim, 2012). 흡연 장면은 배역과 캐릭터를 살리고 감정을 전달하는 비언어적 행위의 하나이고 장면을 묘사하고 표현하는 도구의 하나일 뿐이다. 그러므로 영화에서의 흡연 장면이 갖는 필요성이나 실익은 크지 않으며 오히려 관객의 건강행태에 악영향을 미치고 흡연에 대한 왜곡된 신념을 조장한다는 점에서 정책적 검토와 규제가 필요한 것으로 보인다.

Ⅴ. 결론

영화 속 흡연 장면이라는 미디어 폭로가 관객의 흡연에 대한 태도, 신념, 행동에 미치는 영향은 크게 두 가지로 정리할 수 있다. 우선, 횡단연구 및 대규모 표본을 활용한 종단연구, 그리고 실험연구를 통해 알게 된 사실은, 영화 속 흡연 장면은 흡연에 대한 사람들의 사회적 규범에 대한 신념이나 흡연의 역할에 대한 신념, 궁극적으로는 개인의 흡연 행동에까지 영향을 미친다고 하겠다. 이러한 영향은 관객들의 개인적 특성과 컨텍스트에 대한 동일시에 따라 차이가 있지만, 그럼에도 불구하고 흡연을 특정 모습으로 묘사하는 영화의 경우 흡연에 찬성하는 신념을 강하게 자극했다. 다음으로, 실험연구를 통해 영화 속 흡연 장면에 일시적으로 노출되는 것이 통계적으로 유의미하게 관객들의 흡연에 대한 태도, 신념, 행동에 영향을 미친다고 하겠다. 아울러 담배에 대한 호의적인 내용을 담은 영화들은 실험연구 및 횡단연구에서 모두 흡연을 찬성하는 신념이나 흡

연 의도를 증가시켰다. 횡단연구에서는 영화 속 흡연 장면에 대한 노출이 흡연 행동과 연관이 있는 것으로 나타났으며, 종단연구에서는 이러한 폭로가 향후 관객의 흡연을 예측할 수 있는 요인인 것으로 나타났다. 폭력적인 미디어에 대한 노출이 관객의 공격성에 영향을 미치는지에 대한 메타연구(Anderson & Bushman, 2002)의 결론과 유사하게 미디어 폭로의 하나로써 영화의 흡연 장면은 상당히 포괄적이면서도 일관되게 관객의 흡연 태도, 신념, 행동에 영향을 주기 때문에, 공중파 텔레비전에서의 흡연 장면 규제처럼 우리나라에서 영화 속 흡연 장면의 규제 필요성에 대한 논의가 필요하다. 아울러, 우리나라에서 영화 속 흡연 장면이 어떻게 그려지고 있으며 얼마나 포함되어 있는지에 대한 실태조사와 모니터링 활동도 요청된다 하겠다.

참고문헌

Aloise-Young, P. A., Hennigan, K. M., & Graham, J. W. (1996). Role of the self-image and smoker stereotype in smoking onset during early adolescence: A longitudinal study. *Health Psychology, 15*(6), 494-497.

Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2002). The effects of media violence on society. *Science, 295*(5564), 2377-2379.

Armstrong, R., Waters, E., Jackson, N., Oliver, S., Popay, J., Shepherd, J., . . . Thomas, H. (2007). *Guidelines for Systematic reviews of health promotion and public health interventions*. Australia: Melbourne University.

Balbach, E. D., & Glantz, S. A. (1998). Tobacco control advocates must demand high-quality media campaigns: The california experience. *Tobacco Control, 7*(4), 397-408.

Bandura, A. (1994). Social cognitive theory of mass communication In J. Bryant, & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 61-90). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Barton, J., Chassin, L., Presson, C. C., & Sherman, S. J. (1982). Social image factors as motivators of smoking initiation in early and middle adolescence. *Child Development, 53*(6), 1499-1511.

Burton, D., S. Sussman, W. B. Hansen, C. A. Johnson, & B. R. Flay. (1989). Image attributions and smoking intentions among seventh grade students. J*ournal of Applied Social Psychology*, 19(8), 656-64.

Chassin, L., Presson, C. C., Sherman, S. J., Corty, E., & Olshavsky, R. W. (1981). Self-images and cigarette smoking in adolescents. *Personality and Social Psychology Bulletin, 7*(4), 670-676.

Crawford, M. A. (2001). Cigarette smoking and adolescents: Messages they see and hear. *Public Health Reports, 116*(Suppl 1), 203-215.

Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin, 112*, 155-59.

Dalton, M. A., Sargent, J. D., Beach, M. L., Titus-Ernstoff, L., Gibson, J. J., Ahrens, M. B., . . . Heatherton, T. F. (2003). Effect of viewing smoking in movies on adolescent smoking initiation: A cohort study. *Lancet, 362*(9380), 281-285.

Dalton, M. A., Tickle, J. J., Sargent, J. D., Beach, M. L., Ahrens, M. B., & Heatherton, T. F. (2002). The incidence and context of tobacco use in popular movies from 1988 to 1997. *Preventive Medicine, 34*(5), 516-523.

Distefan, J. M., Pierce, J. P., & Gilpin, E. A. (2004). Do favorite movie stars influence adolescent smoking initiation? *American Journal of Public Health, 94*(7), 1239-1244.

Distefan, J. M., Gilpin, E. A., Sargent, J. D., & Pierce, J. P. (1999). Do movie stars encourage adolescents to start smoking? Evidence from California. *Preventive Medicine, 28*(1), 1-11.

Dixon, H. G. (2003). *Portrayal of tobacco use in popular films: An investigation of audience impact* (Unpublished doctoral dissertaion). Melbourne University, Melbourne, Australia.

Dixon, H. G., Hill, D. J., Borland, R., & Paxton, S. J. (2001). Public reaction to the portrayal of the tobacco industry in the film The Insider. *Tobacco Control, 10*(3), 285-291.

Edwards, C. A., Harris, W. C., Cook, D. R., Bedford, K. F., & Zuo, Y. (2004). Out of the Smokescreen: Does an anti-smoking advertisement affect young women's perception of smoking in movies and their intention to smoke? *Tobacco Control, 13*, 277-282.

Everett, S. A., Schnuth, R. L., & Tribble, J. L. (1998). Tobacco and alcohol use in top-grossing American films. *Journal of Community Health, 23*(4), 317-324.

Gibson, B., & Maurer, J. (2000). Cigarette smoking in the movies: The influence of product placement on attitudes toward smoking and smokers. *Journal of Applied Social Psychology, 30*(7), 1457-73.

Glantz, S. A., Kacirk, K. W., & McCulloch, C. (2004). Back to the future: Smoking in movies in 2002 compared with 1950 levels. *American Journal of Public Health, 94*(2), 261-263.

Goldberg, M. E., & Baumgartner, H. (2002). Cross-country attraction as a motivation for product consumption. *Journal of Business Research, 55*(11), 901-906.

Goldberg, M. E. (2003). American media and the smoking-related behaviors of Asian adolescents. *Journal of Advertising Research, 43*(1), 2-11.

Groesz, L. M., M. P. Levine, & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1-16.

Grube, J. W., Weir, I. L., & Getzlaf, S. (1984). Own value system, value images, and cigarette smoking. *Personality and Social Psychology Bulletin, 10*, 306-313.

Hazan, A. R., Lipton, H. L., & Glantz, S. A. (1994). Popular films do not reflect current tobacco use. *American Journal of Public Health*, *84*(6), 998-1000.

Hines, D., Saris, R. N., & Throckmorton-Belzer, L. (2000). Cigarette smoking in popular films: Does it increase viewers' likelihood to smoke? *Journal of Applied Social Psychology*, *30*(11), 2246-2269.

Jones, B., & Carroll, M. (1998). The effect of a video character's smoking status on young females' perceptions of social characteristics. *Adolescence*, *33*(131), 657-667.

Jung, M., & Chung, D. (2013). Evidence of social contextual effects on adolescent smoking in South Korea. *Asia-Pacific Journal of Public Health*, *25*(3), 260-270.

Kim, Y. K. (2012). *Association between exposure to smoking scenes in movies and smoking behavior among Korean young adults* (Master's Thesis). Yonsei University, Seoul, Korea.

MacFadyen, L., Amos, A., Hastings, G., & Parkes, E. (2003). "They look like my kind of people" Perceptions of smoking images in youth magazines. *Social Science and Medicine*, *56*(3), 491-499.

MacKinnon, L., & Owen, L. (1998). *Smoking in films: A review*. London, England: University of North London and Health Education Authority.

McCool, J. P., Cameron, L. D., & Petrie, K. J. (2001). Adolescent perceptions of smoking imagery in film. *Social Science and Medicine*, *52*(10), 1577−1587.

McCool, J. P., Cameron, L. D., & Petrie, K. J. (2003). Interpretations of smoking in film by older teenagers. *Social Science and Medicine*, *56*(5), 1023−1032.

McCool, J. P., Cameron, L. D., & Petrie, K. J. (2005). The influence of smoking imagery on the smoking intentions of young people: Testing a media interpretation model. *Journal of Adolescent Health*, *36*(6), 475−485.

McGuire, W. J. (1985). Attitudes and attitude change. In G. Lindzey, & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (Vol 2, pp. 233-346). New York, NY: Random House.

Nichter, M., Nichter, M., & Van Sickle, D. (2004). Popular perceptions of tobacco products and patterns of use among male college students in India. *Social Science and Medicine*, *59*(2), 415-431.

Ng, C., & Dakake, B. (2002). *Tobacco at the movies: Tobacco use in PG-13 films*. Retrieved from http://static.masspirg.org/reports/TobaccoattheMovies.pdf

O'Keefe, A. M., & Pollay, R. W. (1996). Deadly targeting of women in promoting cigarettes. *Journal of the American Medical Women's Association*, *51*(1-2), 67-69.

Pechmann, C., & Shih, C. F. (1999). Smoking scenes in movies and antismoking advertisements before movies: Effects on youth. *Journal of Marketing*, *63*(3), 1-13.

Petty, R. E., & Priester, J. R. (1994). Mass media attitude change: Implications of the elaboration likelihood model of persuasion. In J. Bryant, & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 91-122). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Pierce, J. P., & Gilpin, E. A. (1995). A historical analysis of tobacco marketing and the uptake of smoking by youth in the United States: 1890-1977. *Health Psychology*, *14*(6), 500-508.

Pierce, J. P., Choi, W. S., Gilpin, E. A., Farkas, A. J., & Merritt, R. K. (1996). Validation of susceptibility as a predictor of which adolescents take up smoking in the United States. *Health Psychology*, *15*(5), 355-361.

Plano Clark, V. L., Miller, D. L., Creswell, J. W., McVea, K., McEntarffer, R., Harter, L. M., & Mikelson, W. T. (2002). In conversation: High school students talk to students about tobacco use and prevention strategies. *Qualitative Health Research*, *12*(9), 1264-1283.

Polansky, J. R., & S. A. Glantz. (2004). *First run smoking presentations in U.S. movies, 1999-2003*. Retrieved from http://repositories.cdlib.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1047&context=ctcre

Pollay, R. W. (1993). *Cigarette advertising and life (1937-1947): The history of advertising and archives*. Vancouver, Canada: University of British Columbia.

Roberts, D. F., Henriksen, L., & Christenson, P. G. (1999). *Substance use in popular movies and music*. Retrieved from http://ncadi.samhsa.gov/govstudy/mediastudy/default.aspx.

Sargent, J. D., Beach, M. L., Dalton, M. A., Mott, L. A., Tickle, J. J., Ahrens, M. B., & Heatherton, T. F. (2001). Effect of seeing tobacco use in films on trying smoking among adolescents: Cross sectional study. *British Medical Journal*, *323*(7326), 1394-1397.

Sargent, J. D., Dalton, M. A., Beach, M. L., Mott, L. A., Tickle, J. J., Ahrens, M. B., & Heatherton, T. F. (2002). Viewing tobacco use in movies: Does it shape attitudes that mediate adolescent smoking? *American Journal of Preventive Medicine*, *22*(3), 137-145.

Sargent, J. D., Dalton, M. A., Heatherton, T., & Beach, M. (2003). Modifying exposure to smoking depicted in movies: A novel approach to preventing adolescent smoking. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, *157*(7), 643-648.

Sargent, J. D., Beach, M. L., Adachi-Mejia, A. M., Gibson, J. J., Titus-Ernstoff, L. T., Carusi, C. P., Swain, S. D., . . . Dalton, M. A. (2005). Exposure to movie smoking: Its relation to smoking initiation among US adolescents. *Pediatrics*, *116*(5), 1183−1191.

Sargent, J. D., Beach, M. L., Dalton, M. A., Ernstoff, L. T., Gibson, J. J., Tickle, J. J., & Heatherton, T. F. (2004). Effect of parental R-rated movie restriction on adolescent smoking initiation: A prospective study. *Pediatrics*, *114*(1), 149-156.

Sargent, J. D., Tickle, J. J., Beach, M. L., Dalton, M. A., Ahrens, M.

B., & Heatherton, T. F. (2001). Brand appearances in contemporary cinema films and contribution to global marketing of cigarettes. *Lancet, 357*(9249), 29-32.

Shields, D. L., Carol, J., Balbach, E. D., & McGee, S. (1999). Hollywood on tobacco: How the entertainment industry understands tobacco portrayal. *Tobacco Control*, *8*(4), 378-386.

Stockwell, T. F., & Glantz, S. A. (1997). Tobacco use is increasing in popular films. *Tobacco Control*, *6*(4), 282-284.

Swann, W. B. (1983). Self-verification: Bringing social reality into harmony with the self. In J. Suls & A. G. Greenwald (Eds.), *Psychological perspectives on the self* (Vol 2, pp. 33-66). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Tickle, J. J., Sargent, J. D., Dalton, M. A., Beach, M. L., & Heatherton, T. F. (2001). Favourite movie stars, their tobacco use in contemporary movies, and its association with adolescent smoking. *Tobacco Control*, *10*(1), 16-22.

U.S. Department of Health and Human Services. (2001). *Women and smoking. A report of the Surgeon General*. Rockville, MD: U.S. Department of Health and Human Services, Public Health Service, Office of the Surgeon General.

Watson, N. A., Clarkson, J. P., Donovan, R. J., & Giles-Corti, B. (2003). Filthy or fashionable? Young people's perceptions of smoking in the media. *Health Education Research*, *18*(5), 554–67.

World Health Organization. (2003). *Bollywood: Victim or ally? A WHO study on the portrayal of tobacco in Indian cinema*. Retrieved from http://www.who.int/tobacco/wntd/2003/en/bollywood-exesum.pdf

Zucker, D., Hopkins, R. S., Sly, D. F., Urich, J., Kershaw, J. M., & Solari, S. (2000). Florida's "Truth" campaign: A counter-marketing, anti-tobacco media campaign. *Journal of Public Health Management and Practice*, *6*(3), 1-6.