

애니메이션 영화의 흥행에 관한 탐색적 연구

김 효 동*

The Success of Animation in Korean Film Industry: An Exploratory Analysis

Hyo D. Kim*

요 약

본 논문은 애니메이션 영화의 흥행성과 관련 된 요인들에 대한 탐색적인 연구방법을 제안한다. 2004-2013년 동안 흥행성적 상위 100위권에 들었던 애니메이션(104)을 선정된 후, (1) 개봉스크린 규모가 어떻게 변모하였으며; (2) 애니메이션 흥행 성적에 영향을 미치는 요소가 무엇인지; (3) 수입 애니메이션의 주류인 미국과 일본 애니메이션의 차이점; 그리고 (4) 미국 애니메이션이 갖는 특성의 미국시장, 세계시장, 그리고 한국시장의 성적에 대한 효과가 어떻게 비교되는지를 살펴보았다. 분석 결과, 스크린 규모는 10년 동안 꾸준히 증가하였으며, 애니메이션의 흥행 실적에 영향을 미치는 요인은 연도(FTA직후 시기), 월시기(여름과 겨울방학시기)와 스크린 규모라고 파악이 되었다. 미국과 일본 애니메이션은 자국의 애니메이션 산업에서 파생된 각각의 특징이 장르와 플롯에 존재한다고 분석하였다. 또한 미국, 세계, 한국 시장에서의 흥행성적에 모두 영향을 주는 요인은 점수주기에 참여한 사용자 숫자였으며, 한국시장의 흥행성적에만 영향을 준 요소는 연도(FTA)였고, 미국 내에서의 성공과 관련된 변인은 배우자지수와 예산을 꼽을 수 있었다. 애니메이션에 강점을 나타내는 미국, 일본 모두 애니메이션 문화의 역사성과 사회성이 존재하며, 자국에서의 관련 콘텐츠 소비가 해외시장에서의 선전과 관련이 있다고 분석하였다.

▶ Keywords : 애니메이션, 흥행성적, 영화

Abstract

The study proposes an exploratory analysis on the success of animation films in Korea industry. It identifies animation films that have been successful in the Korean film industry during 2004-2013 period and explores (1) how the number of screens allocated to the films have been changed; (2) what are the major factors that influence the success of the films; (3) what are the differences between Japan and the US animation in terms of plots and genres; and (4) how the characteristics of the US animations are

•제1저자 : 김효동

•투고일 : 2014. 11. 21, 심사일 : 2014. 12. 16, 게재확정일 : 2014. 12. 24.

* 아주대학교 미디어학과 (Dept of Media, Ajou University)

related to the success of the US market, the global market, and Korean market. Analyses show that the number of screens allocated to the animation films has been consistently increased due to the vertical integration of Korean film industry; and the (FTA) period, months in year (summer and winter break months for middle and high school students), and the number of screens allocated to the films were the major factors influencing the financial success of animations. It also finds that specific characteristics embedded in its own cultural trait were shown in the plots and genres in the animations. Lastly the study also finds that specific set of characteristics extracted from IMDB site influence certain markets. Budgets and actor's power were found to influence the success in the US market while period (pre-FTA, FTA, post-FTA) only influence the success in Korean market. The study points out that the success of the US and Japan animations in Korean film industry are due to the historicity of animation cultures which are not found in Korean animation industry.

▶ Keywords : Animation, Financial Success, Motion Picture

I. 서론

한류를 알리는 대표적인 콘텐츠 상품으로 흔히 영화, 애니메이션, 게임이 거론된다[1]. 그 중 애니메이션 분야는 향후 5년간 4.3%의 성장을 기록할 것이라고 하며, 방송과 출판, 영화 산업과 부가적인 캐릭터 산업에 직접적인 영향을 미치는 분야로 강조되며 정부의 창조경제 성장동력 분야로 자주 거론되고 있다[2]. 그러나 실제로는 한국 애니메이션이, 특히 극장용 애니메이션이 영상산업에서 차지하는 비중은 극히 일부인 것이 현실이다[3,4]. 미국 애니메이션 산업의 독보적인 우위가 가장 큰 이유였고, 다음으로는 우리 애니메이션의 약세가 그 다음의 이유이라고 하겠다. 90년대 시작되었던 애니메이션 콘텐츠 지원 사업이 〈슈퍼 차일드〉, 〈블루 시걸〉, 〈아마게돈〉과 2000년대의 〈윈더폴 데이즈〉 등의 흥행 실패로 이어지면서, 게임이나 캐릭터, K-팝과 같은 분야에 비해서 약소한 투자와 아웃풋을 유지하고 있다.

반면에 미국의 애니메이션은 40% 내외의 세계 시장점유율을 보이며 독보적인 위치를 차지하고 있다. 독보적인 경쟁력의 원동력은 극장용 애니메이션을 위한 과감한 투자와 구조화된 제작방법, 그리고 이 투자금을 회수하는 능력이라고 할 수 있다. 일본 또한 애니메이션에 대한 관심이 남다르다고 할 수 있다. 일본은 2003년 지적 재산 기본법을 기치로 콘텐츠 산업의 기간이 되는 캐릭터, 만화, 애니메이션 등에 대한 조사와 지원

을 아끼지 않고 제반 환경을 정리, 조성하고 있으며, 동시에 콘텐츠의 세계화, 세계적 인재양성을 목표로 두고 있다[5].

이 연구는 과거 2003년부터 2013년간 한국시장에서 흥행에 성공한 애니메이션을 선정하여, 이들의 특징과 특색을 탐색적으로 살펴보는 목적을 갖는다. 2003년 한국은 〈괴물〉이 흥행에 성공하면서 미국영화와의 경쟁에 대한 도전의식에 고취되는 시기였다. 또한 이 시기는 대 자본이 영화산업에 있어서 비교적 안정적인 상영과 배급부분에 투자를 하면서 스크린 독점이라는 이슈가 불거지기 시작한 시기이기도 하였다[6]. 또한 2006년 이후 스크린쿼터제 축소로 인한 한국영화의 위기 의식이 만연하기도 하였고, 2011년 이후에는 당시의 위기설이 무색할 정도로 미국영화에 맞서 잘 하고 있다는 평을 받고 있다. 반면 애니메이션은 이와 대조적으로 뚜렷한 성과를 못 내고 있는 형편이다. 특히 7년이라는 제작기간과 100억이 넘는 제작비의 투입에도 불구하고 흥행 참패를 맛 본 〈윈더폴 데이즈〉에 대한 충격은 2003년부터의 투자 위축과 작품의 부재로 이어졌고, 이와 함께 일본 애니메이션의 수입 또한 본격화되었다. 또한 스크린쿼터제의 축소화가 진행되면서 할리우드의 장편 애니메이션이 한국 애니메이션 산업의 주도권을 잡게 되었다[4].

이 연구는 애니메이션에 초점을 맞추어 한국에 수입된 애니메이션이 성공한 이유에 대해서 탐색적으로 살펴보고자 한다. 좀 더 구체적으로 언급하자면, 이 연구는 2003-2013년 동안 흥행성적 100위 안에 드는 애니메이션에 할당된 스크린 숫자가 어떻게 변화 하였는지를 살펴봄으로써 배급과 상영의

체계화에 대한 탐색을 시도하고 애니메이션 흥행성적에 영향을 미치는 요소로 어떤 것들을 들 수 있는지 알아보도록 한다. 또한 한국 애니메이션 시장에서 가시적인 성공을 보이는 미국과 일본 애니메이션의 소재와 플롯의 차이점을 조사하고 한편, 미국 애니메이션의 자국에서의 성공이 한국과 세계시장에서의 성공과 어떤 연관이 있는지 살펴보도록 한다.

이를 위해서 이 연구는 아래와 같은 논의를 진행하도록 한다. 우선 선행연구를 통하여 영화와 애니메이션의 흥행성과 관련된 요소에 대한 논의를 하는 한편 탐색적 연구문제를 제시한다. 이어서 관련된 데이터 수집에 대한 설명과 변인의 측정에 대한 소개에 이어서, 분석의 결과에 대한 논의를 진행하도록 한다. 다음 부분에서 각 분석이 의미하는 바가 한국 영화 산업(특히 애니메이션 산업)과 어떤 관계가 있는지에 대해서 토론 하도록 한다.

II. 관련 연구

영화나 애니메이션의 흥행성적에 영향을 미치는 요인으로 가장 많이 언급되는 것은 개봉 스크린 숫자(7,8), 제작비(9-12)와 전문가의 비평(13) 등이 있다. 이와 더불어 배우의 스타성(14), 관객의 등급, 수상실적, 감독의 스타성 등이 중요한 요소로 등장하는 연구가 있었으나 지속적으로 나타나는 요소들은 아니라는 의견이 대다수이다(15,16). 또한 인터넷 사용이 활성화되면서 나타나게 된 사용자들의 평가가 전문가의 평가와 함께 영화와 애니메이션의 흥행성적에 영향을 주는 요소로 등장했는데, 상당 수의 연구들이 전문가의 평점보다 인터넷 사용자들의 평점이 더 많은 영향을 준다는 것을 밝혔다(17,18).

한국 시장의 경우, 가장 많이 언급되는 흥행성적에 영향을 미치는 요인은 개봉스크린의 규모와 온라인 평가로 요약될 수 있다(15,19,20). 박승현과 송현주 등은 한국영화의 흥행결정 요인을 2006-2008년과 2009-2010년의 2차에 걸쳐 연구했는데, 전통적인 흥행 결정 요인이었던 제작비와 전문가 평점이 1차의 연구에서만 중요한 것으로 판단이 되었고, 2차 연구에서는 배급사의 영향력이 더 중요한 요인으로 밝혀졌다. 이는 2003년도 이후의 한국 영화 산업계를 보면 배급과 상영 부분을 중심으로 수직적인 통제함이 이루어졌다고 할 수 있는데, 이것이 후반기에 큰 작용을 한 것으로 보인다. 즉, 2000년대 후반기로 가면서 수직적으로 정비된 한국영화산업의 구조적인 특징이 영화의 흥행에 작용하기 시작했다는 것이다.

또한 한국영화의 경우, 배우나 감독의 스타성, 관람등급 등의 요인은 중요한 작용을 하는 것으로 밝혀지지 않았다. 애

니메이션 흥행성적에 대한 연구는 흔치 않은데, 정완규의 연구(21)는 개봉스크린 규모, 할리우드 배급사의 직접 배급, 네티즌의 온라인 평점, 그리고 여름시즌 개봉이 중요한 역할을 한다고 밝혔고, 권재웅과 홍병기는 개봉시점의 스크린 확보만이 중요한 역할을 한다고 주장하였다(22). 특히 후자의 연구는 제작단계와 배급단계 그리고 평가단계로 나누어 영화 등급, 국적, 개봉시점, 배급사 파워, 개봉스크린 규모, 전문가 평점, 온라인 평점과 평점에 참여한 전문가 수와 온라인 사용자 수 등을 독립변인으로 한 것으로, 그 중에서 스크린 규모만이 영향력을 미쳤다는 것이 흥미로웠다.

이처럼 스크린 숫자가 중요한 역할을 한다는 분석결과가 나타나는 것은 앞서 언급한 것처럼 2003년 무렵부터 가속화된 상영, 배급의 수직적 통합으로 인한 개봉 스크린 규모의 조정이 용이해진 점과 배급사의 영향력을 (상영사와 배급사가 다른 경우, 특히 배급사가 미국 직접배급사일 경우) 무력화시킬 수 있는 조직적 힘이 비축되었다는 의견 또한 있다(23). 이 의견은 이런 현상이 한국 영화와 미국 영화의 흥행 경쟁에는 한국영화에 유리하게 작용하지만, 한국 내 영화계의 다양성 측면에서는 불리하게 작용한다고 주장한다.

또한 일본 애니메이션과 미국 애니메이션은 자국의 애니메이션 산업 구조의 특징을 이어 받아서 다른 특징을 보이고, 이에 따라서 애니메이션의 수용자 층이 다르게 나타난다는 주장이 있다(24). 임경택은 미국 애니메이션의 경우 할리우드 영화 산업의 영향을 고스란히 받아서 대자본의 투입을 통한 극장용 애니메이션의 제작이 발달되어 있는 반면, 일본의 경우에는 잡지나 단행본을 통한 종이 만화(망가)라는 매체를 통한 산업적 기반이 TV나 극장용 애니메이션 작품 제작으로 이어지는 경우가 많고, 이것이 다시 캐릭터 산업 등과 연계되어 미디어 믹스 등의 현상으로 나타난다는 것이다(24). 이런 이유로 미국의 애니메이션은 가족을 대상으로 한 권선징악적 주제의 간단한 내용이 많아지는 경향이 있으며, 일본 애니메이션의 경우에는 아동부터 어른까지 다양한 층의 애니메이션 관객층을 가지고 있어서 코미디, 로맨스, 비극, 모험, 판타지 등의 다양한 장르의 애니메이션이 생산되고 있다고 한다(25). 한국의 경우에는 만화산업이나 조직적 산업구조로서의 애니메이션 생산체제가 존재하기보다는 게임을 중심으로 한 캐릭터와 캐릭터 애니메이션 산업이 발달한 편이다(26). 즉, 미국과 일본 애니메이션의 주(타겟) 관객층이 서로 다를 수 있다는 것을 뜻하는데, 이를 달리 해석하자면, 미국 애니메이션이 독점적인 위치를 차지하고 있는 상황에서 일본 애니메이션이 나름대로의 틈새시장을 공략하는데 성공하고 있다는 뜻도 된다.

이 연구는 2004년부터 2013년까지의 흥행성적 100위에 들었던 영화들을 수집한 후, 이 중에서 애니메이션만을 추려, 위의 선행연구들이 제시한 논의 내용들을 탐색적으로 살펴보고, 구체적으로는 이 시기에 개봉스크린 규모가 어떻게 변화하였는지를 우선 살펴보고, 한국에서 성공한 애니메이션들의 특징 중 흥행성적과 관계가 있는 것이 무엇인지를 살펴보고자 한다. 또한 수입 애니메이션의 주류인 미국과 일본 애니메이션의 장르별 특징과 플롯의 차이점이 무엇인지를 기술, 탐색적으로 살펴보는 한편, 마지막으로 미국애니메이션의 자국에서의 성적과 세계시장과 한국시장에서의 성적이 어떻게 비교되는지 보려고 한다. 따라서 아래와 같은 연구문제를 제시하였다.

연구문제 1: 2004-2013년 기간 중 개봉스크린 규모는 어떻게 변화하였으며 이것이 주는 함의는 무엇인가?

연구문제 2: 애니메이션의 흥행성적에 영향을 주는 요인으로는 무엇이 있는가?

연구문제 3: 미국과 일본 애니메이션의 차이점은 무엇인가? 특히 생산되는 작품의 장르의 차이점과 플롯의 차이점은 무엇인가?

연구문제 4: 미국 애니메이션의 자국시장, 세계시장, 한국시장에서의 성적은 어떻게 비교되는가

III. 데이터와 변인측정

영화진흥위원회의 데이터베이스를 이용하여, 2004년부터 2013년까지의 상업영화 중 박스 오피스 100위까지에 진입했던 애니메이션을 선정하여 분석의 대상으로 하였다. 그 결과 총 104개의 애니메이션을 선정하였다. 각 영화가 상영된 연도(YEAR), 순이익(PROFIT), 관객수(PATRON), 개봉 스크린 수(SCR), 제작 대표국가(COUN), 배급사(DIST)를 기록하여 두었다. 또한 다음(daum.net)포털의 영화 API를 이용, 각 애니메이션의 포털사용자의 점수(PS), 점수에 참여한 사용자 수(PSPart)와 각 영화에 대한 장르(GEN)를 기록하였다. 순이익은 작품에 따라서 상당한 편차를 보여 로그 값을 취하였다(한국수익, ProfitLog).

또한 imdb사이트의 API를 이용, 애니메이션의 추정된 투자금액(BUD)과 총이익(BoInUS), 수출총액(BoGlobal),

플롯 설명에서 사용된 내용의 키워드(kwords), 그리고 애니메이션의 플롯 소개글(plotstory)을 정리, 기록하여 두었다. 그러나, IMDB 사이트에서의 데이터는 애니메이션에 대한 평가점수(IMDB점수), 평가에 참여한 사용자수(IMDB참여자수)를 제외하고는 미국 애니메이션의 경우에만 믿을만한 데이터를 제공하였으므로, 이와 관련된 분석에 있어서는 미국 작품만을 대상으로 하였다.

위에서 정리한 변인들 중에서 영화의 제작 국가는 총 9개 국이었다. 미국과 일본을 제외한 국가의 애니메이션 숫자는 많지 않았기에, 제작국가에 대한 변인을 4가지의 명목변인으로 바꾸어서 사용하였다 (COU4: 1=한국, 2=미국, 3=일본, 4=기타국가). 또한 배급사의 경우, 애니메이션 배급의 규모에 따라서 CJ, 쇼박스, 롯데, 미국계열배급사, 기타 등 다섯 가지로 나누어 명목분류를 하였다 (DIST5). 마지막으로 2004년부터 2013년까지의 연도변인을 스크린 쿼터제 축소 본격적으로 시작된 FTA를 기준으로 2004-2006년까지를 PRE, 2007-2010까지를 FTA, 그리고 2011-2013년까지를 POST로 나누어 변인을 정리하였다(Y3).

표1. 애니메이션 제작 국가 현황과 연도별 작품 수
Table 1. Film producing countries and regions; and frequency of products by years and periods

제작 국가	빈도	제작 국가 지역	애니메이션	극장 영화	연도	연도 별 구분	작품 수
한국	5	한국	5	449	2004	Pre	4
미국	66	미국	66	451	2005		5
영국	4	일본	21	33	2006		8
일본	21	기타	12	67	2007		7
독일	2	Total	104	1000	2008	FTA	8
벨기에	3				2009		11
아이스	1				2010		13
인도	1				2011	Post	16
러시아	1				2012		16
Total	104				2013		16
					Total		104

정리한 결과, 국가별 애니메이션 작품의 숫자는 한국 5개, 미국 66개, 일본 21개, 그리고 기타국가가 12개로 나타났다. 미국의 애니메이션이 압도적으로 많았으며, 일본의 애니메이션이 그 뒤를 이었다. 흥행에 성공한 (상위 100위 권에 들었던 영화) 한국 애니메이션은 10년 동안 5편에 불과 하였다는 것에 주목하여, 애니메이션이 아닌 해당 기간 동안의 일반 영화의 제작 국가별 빈도수를 살펴보았다. 그 결과 한국의 영화는 449편, 미국은 451편으로 양국의 영화 숫자가 비등한 편이었고, 뒤를 이어, 일본이 33편 (그 중 21편이 애니메이션

영화였음), 그리고 그 외 국가의 영화가 67편에 달하였다 ([표 1] 참조). 애니메이션을 제외하고 한국영화에 비견할 만한 스크린 숫자를 확보하였는데, 유독 애니메이션에서는 열세를 보이고 있다는 것이 특징이었다. 한국 영화산업의 애니메이션 분야에 대한 투자가 미미한 실정을 보여주는 예라고 하겠다. 또 한 가지는 연도별 작품 수를 보면 상위 100위 권에 드는 애니메이션이 해가 갈수록 증가하는 추세라는 점이다. 2004, 2005년에는 각각 4편과 5편 밖에 안 되지만, 2011년 이후는 16편으로 400%의 성장을 보이고 있다.

위의 데이터를 이용하여 연구자는 한국영화시장에서의 스크린배당 숫자의 변화, 애니메이션의 흥행성적에 영향을 준 변인들, 그리고, 일본과 미국 애니메이션의 중점이 되는 장르와 플랫폼에 있어서의 차이점, 미국 애니메이션의 특징이 한국 시장, 미국시장, 그리고 수출시장에서의 성적과 어떤 연관이 있는지에 대해 살펴보았다.

IV. 분석

1. 스크린 규모

영화의 흥행에 관한 연구의 대다수가 언급하는 가장 중요한 요소 중의 하나가 영화에 배당되는 스크린 숫자이다. 스크린 숫자 변화의 추이를 살펴보기 위해서 연구자는 이를 종속변인으로 하고, 연도(Year, 2004-2013), 배급 상영사(DIST5: CJ, 쇼박스, 롯데, 미국계열배급사, 기타), 제작국가(COUN4: 한국, 미국, 일본, 기타)를 독립변인으로 하여 공분산분석을 실행하였다. 분석 결과 스크린 숫자에 영향을 준 주효과(main effect) 변인은 연도와 제작국가였으며 배급사와 연도의 상호작용효과(interaction effect)가 나타났다 (Adjusted R² = .579; [표 2] 참조).

표 2. 공분산분석 결과
Table 2. Result of Analysis of Covariance

공분산 분석 결과					
Source	SS	df	MS	F	Partial Eta ²
Cor Model	1702751.45a	53	32127.39	3.67	.795
Intcept	2340349.12	1	2340349.12	267.18	.842
Year***	624758.73	9	69417.636	7.93	.588
Dist5	66909.74	4	16727.434	1.91	.133
Coun**	155361.71	3	51787.237	5.91	.262

Year x Distrib	157586.04	15	10505.736	1.20	.265
Year x Coun	84288.23	10	8428.823	.96	.161
Distrib x Year*	99002.84	4	24750.710	2.83	.184
Error	437978.55	50	8759.571		
Total	12723874	104			
Cor Total	2140730	103			

종속변인: 스크린수
독립변인: Year = 연도; Dist5 = 배급사; Coun = 제작국가지역;
a. R² = .795 (Adjusted R² = .579)

우선 연도 별로 스크린 숫자 할당의 변화 추이를 보면, 매격년으로 개봉 숫자의 차이가 확연하게 나타나는 경향이 뚜렷하였다 (F(9, 50) = 7.93, p < .001). [그림 1]은 연도별 애니메이션 영화에 할당된 스크린 숫자의 추이를 보여주는데, 초반 2004년에는 100(미국배급사)에서 150(CJ엔터테인먼트)을 기록한 반면, 10년이 흐른 후에는 그 숫자가 400을 넘는 변화를 보였는데, 이는 1998년 배급, 상영을 중심으로 시작된 영화 산업의 수직계열화가 점차 자리를 잡아가는 과정을 보여주는 것이다.

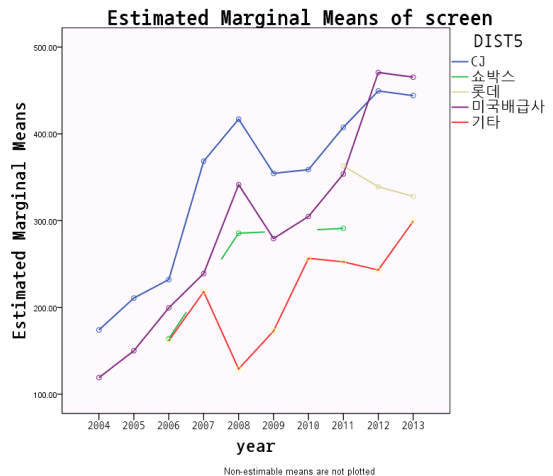


그림 1. 연도 별 배급사 스크린 숫자
Figure 1. The Number of Screens offered, based on distributors by years

국가 별로 보면, 미국 애니메이션이 스크린 숫자에 있어서 압도적인 우위를 보인다 (F(2, 50) = 5.91, p < .001; [그림 2] 참조). 특히 2007년에는 스크린 숫자가 400을 넘게 되는데, 이는 자유무역협정(FTA)이 한미 간 맺어지면서, 잠정적으로 스크린쿼터 제도 축소 영향력이 나타난 시기로 보

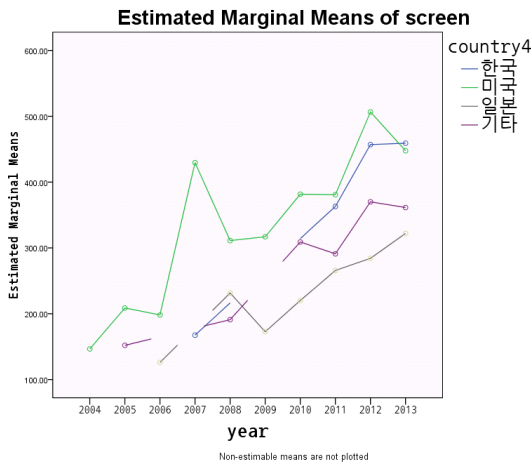


그림 2. 년도 별 제작국가 스크린 숫자
Figure 2. The number of screens, based on film producing countries by years

이며, 같은 시기에 기타국가지역의 애니메이션이 가장 약세를 보이고 있다(Year * Distrib 변인의 상호작용효과, $t = -.228, p < .05$). 미국 애니메이션의 독과점적 지위가 나타나고 있다는 사실이 놀랍지는 않지만, 일본의 애니메이션이 국내의 영화시장에서 선점하고 있다는 사실은 주목을 끈다. 전체적으로 보아서 상영 스크린 숫자가 가장 작은 수준이기는 하지만, 점점 증가 추세에 있고, 무엇보다도, 일본은 미국을 이어 지난 10년 동안 21편(국내 애니메이션은 5편)의 애니메이션 작품을 국내 수출하여 단일 국가로는 미국 다음을 잇는 영향력 있는 국가라고 하겠다.

2. 애니메이션 흥행성적

선정된 104개의 애니메이션의 흥행성적에 영향을 미치는 요소에 대한 분석을 위해서 ANCOVA(공분산 분석, Analysis of Covariance)을 이용하였다. 애니메이션의 총 수익 데이터가 양의 값으로 심하게 편재되어 있으므로 로그를 취하여 종속변인으로 사용하였고(한국수익), 독립변인으로는 년도(Y3: PRE, FTA, POST), 국가(COUN4: 한국, 미국, 일본, 기타), 애니메이션을 개봉한 시기(MON3: 여름방학, 겨울방학, 기타시기)의 명목측정 변인과 공분산 변인으로 포탈점수(PS, 다음 영화 사이트 사용자의 애니메이션에 대한 점수); 포탈점수참여자(PSPart: 포탈점수에 참여한 사용자의 숫자); IMDB점수(IMDB: imdb.com 의 점수); IMDB 점수참여자(IMDBPart: imdb 점수에 참여한 사용자 숫자), 그리고 스크린수(SCR: 애니메이션에 할당된 스크린 수

자), 연기자지수를 사용하였다. 연기자지수(AF, Actor Factor)는 애니메이션에 출연한 배우가 다른 애니메이션에 출연하면 가중치를 주고, 이를 작품의 지수에 반영하는 방법으로 구하였다. 출연자는 더빙에 참여한 연기자를 지칭하는데, 영화에서 잘 알려진 배우가 더빙에 참여하여 애니메이션의 지명도를 높이는 것이 최근의 추세이다. 따라서, 한 배우가 여러 애니메이션에 참여하였다면 그 배우의 역할이나 지명도가 높아질 것으로 판단, 가중치를 준 후, 이를 각 애니메이션에 반영하였다.

공분산분석 결과, 연도($F(2,72) = 17.0, p < .001$)와 월시기($F(2,72) = 6.52, p < .01$)의 주효과가 발견되었다. 즉, 연도별 시기에 따라서 종속변인인 총수익이 달라졌다. PRE시기와 FTA시기의 총수익이 FTA가 지난 시기보다 높은 총수익을 예측하는 것이었으며, 사후검증 결과, 세 그룹간의 평균에 통계학적인 차이가 있는 것으로 밝혀졌다. 월시기 또한 사후 검증 결과, 여름, 겨울방학 시기와 기타시기의 총수익 추정 평균에 차이가 있는 것으로 나타났다([표 3], [표 4], [표 5] 참조).

관측된 연도에 따른 평균치는 시간이 지나면서 총수익이 조금씩 증가하는 것으로 나타나는데 ([표 4] 참조). 이는 예측평균치와 방향을 달리하는 것이다. 그 이유는 스크린수가 독립변인으로 들어가고, 제어된 상태이기 때문인 것과 연도별로 제작된 작품 수가 다르기 때문인 것으로 파악된다. 첫째, 공분산 변인 중의 하나인 스크린 숫자를 2.46(181.97)에 제어해 둔 후, 총 수익의 변화 추이를 연도별 시기로 보면 각각 10.03, 9.73, 9.55의 평균 총수익이 예측된다(이를 원단위로 환산해 보면 107억 천 5백만원, 53억7천만원, 그리고 34억 5천만원 정도의 수익이 된다). 2004년 초반인 PRE, FTA, 그리고 POST, 세 시기의 스크린 숫자 변화를 보면 각각 178.88, 288.36 그리고 393.52의 차이가 나타나지만 이 스크린 숫자를 세 시기 모두 평균 값인 288.40(2.46)으로 제어하고 보면, 후반으로 갈수록 오히려 총수익의 감소로 나타난다. 여기에 더하여 할당된 스크린 숫자가 해를 두고 차이가 나타남에도 불구하고 각 해의 애니메이션 수익 평균이 큰 차이를 보이지 않는다는 것이 이 효과를 배가시킨다($F(9,94) = .79, p > .05$). 한 마디로 작은 스크린 숫자로 많은 수익을 냈다는 것을 의미한다. 이 두 가지 사항을 고려하고 총수익 평균을 예상해보면 시간이 갈수록 감소하는 현상이 나타나게 되는 것이다.

표 3. 공분산분석 결과: 종속변인 = 총수입(로그)
Table 3. Analysis of Covariance: DV = Total Earning(log)

Source	SS	df	MS	F	Eta2
수정모델	10.78a	29	.37	14.62	.86
절편	6.21	1	6.21	244.19	.77
PS	.021	1	.02	.836	.01
PSPart***	.53	1	.53	20.94	.23
IMDB	.004	1	.004	.15	.002
IMDBPart	.037	1	.037	1.47	.02
Scr***	1.75	1	1.75	68.69	.49
FA	.074	1	.074	2.90	.04
Year3***	.86	2	.43	17.00	.32
Count4	.14	3	.046	1.82	.07
Month3**	.33	2	.17	6.52	.15
Year3 x Count4*	.35	5	.07	2.76	.16
Year3 x Month3	.027	4	.007	.265	.02
Count4 x Month3	.073	5	.015	.58	.04
에러	1.83	72	.025		
토탈	9504.4	102			
수정토탈	12.61	101			

종속변인 = 총수입(로그)

독립변인: PS = 포탈점수; PSPart = 포탈점수 참여자수; IMDB = IMDB 점수; IMDBPart = IMDB 점수참여자수; Scr = 스크린 숫자; AF = Actor Factor, 연기자 지수; Year 3 = 연도3; Count4 = 지역4; Month3 = 월사기;

Levene의 분산 균등 테스트는 종속변인의 여러분산이 일정함으로 판단: F (23,78) = 1.07, p>.05

a. R² = .845 (Adjusted R² = .812)

표 4. 연도에 따른 예측평균
Table 4. Predicted mean by years

year3	관측평균	SD	예측평균	B	n
pre	9.57	0.27	10.03a,b	0.383	17
fta	9.66	0.38	9.73a,b	0.256	39
post	9.66	0.36	9.55a,b	0	46

a. 모델에 나타나는 공분산변인은 아래의 점수로 제어됨:
포탈점수 = 8.21, 포탈점수참여 = 2.16, imdb점수 = 6.57, imdb 점수참여 = 233.65, 스크린수 = 2.46, 연기자지수 = 118.01

b. Based on modified population marginal mean.

표 5. 월 시기에 따른 예측평균
Table 5. Predicted mean by month

omonth3	관측평균	SD	예측평균	B	N
summer	9.73	.36	9.823a,b	0.164	36
winter	9.56	.34	9.767a,b	0.109	37
others	9.62	.36	9.658a,b	0	29

a. 모델에 나타나는 공분산변인은 아래의 점수로 제어됨:
포탈점수 = 8.21, 포탈점수참여 = 2.16, imdb점수 = 6.57, imdb 점수참여 = 233.65, 스크린수 = 2.46, 연기자지수 = 118.01

b. Based on modified population marginal mean.

여름, 겨울, 그리고 기타의 시기로 일년을 나누어 살펴본 총수익은 여름, 겨울, 기타 순으로 나타났다. 즉, 여름방학을 이용한, 7,8월의 애니메이션이 흥행이 가장 많았으며, 이후 겨울방학 시기인 12,1월, 그리고 그 외의 시기 순으로 흥행성적이 발생했다는 것이다. 애니메이션이 학생들의 수요가 많은 장르라는 것을 보여준다. 일반인을 대상으로 하는 애니메이션의 부재가 한국 애니메이션의 문제점일 수 있다는 지적보다는 학생들의 수요를 충족할 수 있는 애니메이션의 숫자가 충분히 확보되는 것이 중요하다는 논의가 더 무게를 갖는다.

공분산 변인을 살펴보면, 스크린 숫자와 포탈점수참가자 숫자가 주 효과를 갖는다고 파악되었다. 반면에 포탈 사용자들이 직접 참여해서 만들어진 평가점수, IMDB사이트의 평가 점수와 평가에 참여한 사용자 숫자, 그리고, 연기자 비중이 고려된 연기자 지수 등의 효과는 발견되지 않았다.

애니메이션 총수익에 다음포탈 점수와 IMDB점수가 반영이 안 되는 것은 의외의 결과였다. 그러나, 애니메이션이 아동을 대상으로 하고 있고, 이들이 평가에 참여하게 된다면 분산이 작은 높은 수준의 평균값을 갖게 될 수 있으므로 이것이 반영되었다고 추측하였다. 이를 확인하기 위해서 2004-2013 동안의 100위권 영화에 대한 평가점수를 구해 애니메이션과 비애니메이션 군으로 나누어 보니 각각 8.12(SD=1.15)와 7.42(1.26)의 차이를 보였다 (F(1,996) = 28.05, p < .001). 즉, 작품에 대한 객관적인 평가라기 보다 자신이 관람한 작품에 비교적 높은 점수를 일관적으로 주었다는 것이다. 따라서 영화에 대한 평가점수는 (다음과 IMDB모두) 영향을 주는 독립변인으로 채택되지 않았다. 이외는 달리, 포탈점수에 참여한 사용자 숫자는 총수익을 예측하는 영향력을 보였다. 소수의 사용자가 높은 점수를 부여한 영화보다는 많은 사용자가 점수주기에 참여한 영화가 더 좋은 성적을 내었다는 뜻이다. 다음으로는 한국애니메이션 시장에서 중요한 공급국가로 확인된 미국과 일본의 애니메이션을 비교 분석하였다.

3. 일본과 미국 애니메이션 (장르)

어떤 장르의 애니메이션이 제작 상영되었는가를 파악하기 위해서 장르 별 작품을 기록하였다. [표 6]를 우선 살펴보면, 셀위치, C(10,10)에 해당하는 대각 값은 57인데 이는 57개의 애니메이션이 어드벤처로 분류되었다는 것을 의미한다. 또 한 셀 위치, C(2,11)의 값은 30인데 이것이 의미하는 것은 가족(2)으로 분류되면서 동시에 코미디(11)로 분류된 애니메이션이 30편에 달한다는 것이다.

표 6. 애니메이션 작품의 장르 구분 (전체)
table 6. Genre found in All animations (All countries)

	ID	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	SF	7	3	0	0	0	0	0	0	2	5	1	0
2	가족	3	44	0	0	1	0	0	0	3	19	30	12
3	드라마	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1
4	로맨셀	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
5	뮤지컬	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
6	미스터	0	0	0	0	0	4	2	1	0	1	0	0
7	범죄	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0
8	스릴러	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	0	0
9	액션	2	3	0	0	0	0	0	1	9	3	5	1
10	어드벤	5	19	1	0	0	1	0	0	3	57	26	8
11	코미디	1	30	0	0	1	0	0	0	5	26	53	9
12	판타지	0	12	1	1	0	0	0	0	1	8	9	24

표 7. 애니메이션 작품의 장르 구분 (미국)
Table 7. Genre found in th US animation

	미국												
	ID	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	SF	4	2	0	0	0	0	0	0	1	3	1	0
2	가족	2	34	0	0	0	0	0	0	2	14	27	10
3	드라마	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	로맨셀	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	뮤지컬	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	미스터	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	범죄	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	스릴러	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	액션	1	2	0	0	0	0	0	0	6	2	4	1
10	어드벤	3	14	0	0	0	0	0	0	2	35	23	3
11	코미디	1	27	0	0	0	0	0	0	4	23	44	7
12	판타지	0	10	1	0	0	0	0	0	1	3	7	13

표 8. 애니메이션 작품의 장르 구분 (일본)
Table 8. Genre found in the Japanese animation

	일본												
	ID	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	SF	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
2	가족	1	7	0	0	0	0	0	1	4	0	2	2
3	드라마	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	로맨셀	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	미스터	0	0	0	0	4	2	1	0	1	0	0	0
6	범죄	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0
7	스릴러	0	0	0	0	1	0	2	1	0	0	0	0
8	액션	1	1	0	0	0	0	1	3	1	0	1	0
9	어드벤	1	4	0	0	1	0	0	1	12	0	1	4
10	뮤지컬	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	코미디	0	2	0	0	0	0	0	1	1	0	4	0
12	판타지	0	2	0	0	0	0	0	0	4	0	0	6

이렇게 보면, 지난 10년 동안의 애니메이션은 어드벤처, 코미디, 가족 장르의 작품이 주(각각 57, 53, 44)를 이루었으며, 전체적으로는 이 셋을 배합한 작품이 많았다는 것을 알 수 있다(가령, 어드벤처이며 코미디 장르 작품은 26편; 어드벤처이며 가족 물은 19편). 일본과 미국의 애니메이션에 차이가 있는지를 살펴보기 위해서 두 국가별 장르 표를 만들어 보았는데 (한국과 기타 국가는 생략), 미국의 경우에는 모든 국가의 작품을 합산한 [표 7]와 같은 구조를 보였다. 일본의 경우에는 어드벤처, 판타지, 가족 장르가 추가 되는 것으로 나타났다. 특히 판타지, 미스터리 장르의 작품이 나타나는 것이 일본이 미국과 차별이 되는 점인데, 이는 국내에 잘 알려진 탐정 코난과 포켓몬, 그리고 도라에몽 등이 주요 수입작품이기 때문이다([표 8] 참조).

한국의 경우에는 10년 간 총 5편만이 상위 100위권의 애니메이션으로 (로보트태권V, 천년여우 여우비, 마당을 나온 암탉, 점박이: 한반도의 공룡, 뽀로로 극장판: 슈퍼셀매 대모험) 나타나, 미국과 일본에 비해 현저하게 뒤쳐진 상태이다. 특히, 같은 기간 동안 한국, 미국, 그리고 일본영화 작품의 숫자가 각각 449, 451, 33편인 것을 감안하면, 일본의 애니메이션이 상당한 활약을 하고 있음을 알 수 있다. 일본의 애니메이션은 실사 만화나 게임캐릭터에 기반을 두고 제작된 작품들이 대부분을 차지한다. 예를 들어 도라에몽과 명탐정 코난 등의 시리즈물은 출판사인 소학관에서 발행하는 잡지들에서 연재하는 만화작품을 영화화 한 것으로 이미 국내에도 상당한 팬 층을 확보하고 있는 특징을 갖는다[22].

포켓몬 시리즈 물 또한 닌텐도 게임으로 활성화된 캐릭터를 기반으로 만들어진 애니메이션이라서 앞의 두 작품과 같은 성격을 갖는다. 즉, 일본의 애니메이션 수입은 주로 다른 매체에서 성공한 작품이 극화되는 과정을 거치는 것으로 일정 정도의 성공을 예측할 수 있다는 특징이 있다.

반면 <로보트태권 V>와 같은 작품은 1976년의 작품을 복원한 것으로 새로운 작품이 아닌 것을 고려하면, 한국은 애니메이션의 명맥을 유지하고 있는 정도의 수준이라고 하겠다. 2000년대 초반의 <원더풀 데이즈> 그 이전 작품들의 실패가 투자 위축을 부르고, 이에 따라서 전체적인 제작 숫자가 턱없이 부족해진 형편이다.

다음으로는 일본과 미국 애니메이션에서 나타나는 플롯에 가시적인 차이점이 있는가를 알아보기 위해서 [영화 x 영화 플롯 설명에 사용된 단어]로 구성된 2-모드 매트릭스 데이터(X)를 얻었다. 이 데이터는 영화가 단어를 플롯 설명에 세 번 사용한다면 3을 주는 형식을 띤다. 이를 역치한 매트릭스 X'를 구한 후, X', X 순으로 곱하되, 각 셀을 직접 곱하여 더

한 F-test를 실시하였다. 애니메이션을 평가하는 요인이라고 할 수 있는 독립변인들이 미국에서의 성공과 얼마나 연관이 있는지, 또한 같은 조건이 해외수출성과와 얼마나 연관이 있는지, 마지막으로 한국에서의 성적과 얼마나 관계가 있는지를 알아보고자 실시하였다.

IMDB 사이트를 이용하여 얻을 수 있는 변수는 한국과 일본, 그리고 그 외의 애니메이션에는 해당되지 않았기에, 미국 애니메이션에 국한하여 테스트를 실시하였다. 관련 변인이라고 할 수 있는 IMDB점수와 수상경력 변인은 다중공선성 체크 방법 중의 하나인 VIF 검사 결과 (1/tolerance level), 5를 상회하였는데, 이는 두 변인이 다른 변인들과 선형상관계가 높아 계수추정과 해석에 방해를 줄 수 있다는 뜻으므로 제외하였다.

우선 세 종속변인은 다변량의 정규분포를 따르며(한국성적은 Log값을 취함) 분산의 양이 균등한 것으로 판단되었다. 전체적인 F-테스트의 결과를 살펴보기 위해 각 독립 변인에 대한 Wilk's 람다 값을 구한 후, 해당 F값의 통계적 유의량을 살펴보았다. 그 결과, 연기자지수(람다 = .78), 메타점수(.83), IMDB참여자 숫자(.52), 그리고 연도(.68)가 세 종속 변인들에 전체적인 영향을 주는 변인으로 파악되었다(각 변인의 F값과 유의도, 그리고 eta 제곱값, 효과측정지수는 [표 9] 참조). Box의 공분산행렬 동질성 테스트는 29.04를 보여, 종속변인의 공분산행렬이 독립변인 간에 일정하다는 판단을 내렸다 ($F(12, 7650.08) = 2.215, p = .009$). 이는 해당 독립변인에 대한 해석에 대한 제 1 종 오류의 가능성이 적다는 것을 의미하므로, 그룹 간 효과에 대한 결과를 살펴보았다.

표 9. MANCOVA: Multivariate 테스트 (윌크 람다)
Table 9. MANCOVA: Multivariate Test (Wilk's Lambda)

Effect	WLV	F	Hdf	Edf	Sig.	Eta2
Intercept	.013	1380.020	3	53	.000	.987
추정예산	.915	1.637	3	53	.192	.085
연기자	.784	4.861**	3	53	.005	.216
메타점수	.832	3.563*	3	53	.020	.168
IMDB	.517	16.507***	3	53	.000	.483
연도3	.682	3.724**	6	106	.002	.174

a. Design: Intercept + budget + actorFactor + metascore + imdbpartLog + year3
Hdf: Hypothesis df
Edf: Error df
IMDB: IMDB참여자수
연기자: 연기자지수

다변량 테스트의 결과에서 영향력을 보이는 것으로 나타난 독립변인들의 종속변인 각각에 대한 일원량 ANOVA 테스트를 살펴보았다(표 10) 참조, 우선 IMDB참여자수 변인은

세 종속변인 모두에 영향력을 주는 것으로 나타났다 (한국수익: $F(1, 55) = 13.78, p < .0001$; 미국수익: $F(1, 55) = 45.78, p < .0001$; 수출수익: $F(1, 55) = 27.01, p < .0001$). 이는 나라를 막론하고, 평가에 참여한 사용자들의 숫자가 많으면, 그 영화의 성적이 좋은 것을 의미한다. 얼마나 많은 사람들이 점수주기에 참여했는가 영화에 대한 만족도와 평가가 좋았음을 의미하는 것이고, 따라서 영화의 좋은 성적으로 귀결된다. 각각의 에타제곱 값은 .200, .454, .329(한국, 미국, 수출수익 순)를 기록하였는데, 미국수익이라는 종속변인에 대한 참가자 숫자의 영향력이 가장 큰 것 또한, IMDB사이트가 미국사이트이므로 당연하게 해석되었다.

연기자지수는 애니메이션 제작에 참여한 연기자, 배우 등의 중복출연을 영화에 반영하여, 중복출연이 많은 배우를 포함하는 영화에 가산점을 주는 방법으로 구하였다. 즉, 인기가 많은 배우, 연기자가 참여한 애니메이션이 더 좋은 성적을 보일 것이라는 가설이라고 하겠는데, 미국 내에서의 총수익에만 영향을 주는 것으로 나타났다 ($F(1,55)=11.81, p < .05$). 반면 미국을 제외한 국가와 한국에서의 성적에 대한 연기자지수의 영향력은 나타나질 않았다.

추정예산의 경우에도 미국수익에만 영향을 주었다 ($F(1,55) = 4.55, p < .05$). 자국시장에서는 애니메이션의 규모가 성적을 반영하는 것으로 나타나지만, 한국을 포함 수출국가에서는 그렇지 않다는 점이 흥미로웠다. 이는 앞서 한국시장 내에서의 애니메이션 영화 분석에서 나타난 것과 같이 배급상영사가 결정하는 스크린숫자, 당시에 경쟁하는 다른(해당 국가의) 영화와의 경쟁, 문화적 차이에 기인한 호불호의 차이 등등이 작용하는 것으로 풀이된다.

표 10. Between-subject 일원량 분석
Table 10. Between-subject Oneway ANOVA

Tests of Between-Subjects Effects							
Source	DV	SS	df	MS	F	Sig.	P. Eta2
수정 모델	한국수익	3.03a	6	.51	6.61	.000	.419
	미국수익	3729.42b	6	621.57	18.21	.000	.665
	수출수익	9226.83c	6	1537.81	8.52	.000	.482
절편	한국수익	272.14	1	272.14	3567.16	.000	.985
	미국수익	71.60	1	71.60	2.10	.153	.037
	수출수익	803.26	1	803.26	4.45	.039	.075
Budg	한국수익	.094	1	.094	1.23	.271	.022
	미국수익	155.20	1	155.20	4.55	.037	.076
	수출수익	314.84	1	314.84	1.74	.192	.031
AF	한국수익	.01	1	.01	.091	.765	.002
	미국수익	403.05	1	403.05	11.81	.001	.177
	수출수익	97.57	1	97.57	.54	.465	.010
MS	한국수익	.14	1	.14	1.80	.186	.032
	미국수익	302.24	1	302.24	8.85	.004	.139
	수출수익	1644.58	1	1644.58	9.11	.004	.142

IPL	한국수익	1.05	1	1.05	13.78	.000	.200
	미국수익	1562.93	1	1562.93	45.79	.000	.454
	수출수익	4875.34	1	4875.34	27.01	.000	.329
Y3	한국수익	.61	2	.31	3.99	.024	.127
	미국수익	199.14	2	99.57	2.92	.063	.096
	수출수익	892.04	2	446.02	2.47	.094	.082
에러	한국수익	4.20	55	.08			
	미국수익	1877.45	55	34.14			
	수출수익	9927.07	55	180.49			
합계	한국수익	5903.90	62				
	미국수익	22594.53	62				
	수출수익	63343.46	62				
수정 합계	한국수익	7.22	61				
	미국수익	5606.87	61				
	수출수익	19153.90	61				

독립변인:
 Budg = Budget, 추정예산; AF = ActorFact, 연기자지수;
 MS = Metascore, 메타점수;
 IPL = IMDB Participant (log), IMDB 참여자 (Log); Y3 = 연도3;
 a. R Squared = .419 (Adjusted R Squared = .356)
 b. R Squared = .665 (Adjusted R Squared = .629)
 c. R Squared = .482 (Adjusted R Squared = .425)

메타점수는 한국시장을 제외한 다른 시장에서 영향력이 나타났다 (미국수익: $F(1, 55) = 8.54, p < .01$; 수출수익: $F(1, 55) = 9.11, p < .001$). IMDB의 메타점수는 metacritic.com 사이트에서 집계하는 각종 영화평론가의 점수를 가중치를 주어 구한 점수를 의미하므로, IMDB 일반 사용자의 점수와 성격을 달리하는 경향이 있다 (<http://www.metacritic.com/about-metascores>). IMDB가 복수계정을 허용하기 때문에 전문가의 의견을 반영한 메타점수의 영화의 질, 재미, 예술성 등을 평가하는데 있어 신뢰도가 높다는 의견과, 전문가의 의견은 일반인의 취향, 선호도와 달라서 일반인의 점수인 IMDB점수가 더 믿을 만하다는 의견이 있다. 메타점수에 공헌하는 평론가들이 미국시장 내의 전문가임을 고려할 때, 메타점수가 미국시장에 영향을 주는 것은 당연하다고 하겠다.

연도의 영향력은 한국시장의 종속변인에만 영향을 주는 것으로 나타났다. FTA시점을 기준으로 이전기간(PRE), FTA 직후(FTA), 그리고 FTA이후(POST)의 기간 동안 영화성적이 달랐으며, 이 현상은 미국이나 다른 수출시장에서는 나타나지 않았다는 뜻이다. 각 기간의 사후검증 결과를 보면, PRE, FTA, POST로 시간이 흐를수록 애니메이션의 성적이 좋은 것으로 나타났다(표 11 참조). 앞서 언급했던 것처럼 배당 스크린숫자에 대한 고려를 제외하면, 애니메이션의 한국에서의 수익은 해가 갈수록 증가한 것으로 나타난 것과 해석이 일치한다. 즉, 한국시장에 있어서 미국 애니메이션은 꾸준히 관객을 유지하였다는 뜻인데, 사후검증은 각 시기 별로 영화의 성적이 달랐음을 나타냈다. 즉, 지난 10년간 미국 애니메이션은 한국 시장에서 꾸준한 성장을 하였다 것이다.

이는 일반영화가 2011년 이후 미국영화에 비해 선진하여, FTA의 스크린쿼터제도 축소의 영향력을 극복하였다는 연구 결과와는 다른 현상이라고 하겠다. 그 이유로는 앞서 언급한 것처럼 한국영화 산업에 있어서 애니메이션 산업의 역할이 크지 않기 때문이라고 하겠다. 66편의 영화가 100위권 안에 꾸준히 나타날 동안, 한국의 애니메이션은 5편만 나타났으니, 미국 애니메이션이 FTA를 기점으로 하는 시기에 영향력을 받지 않고 성장했다는 것이 놀랄 일은 아니다.

표 11. 모수치 추정 결과
 Table 11. Estimation of Population Parameters

Parameter Estimates							
DV	Parameter	B	Std. Error	t	Sig.	P. Eta ²	Obs. Power ^b
한국수익	Intercept	9.54	.16	60.91	.000	.985	1.000
	Bud	.0	0	1.11	.271	.022	.194
	AF	.0	.000	.30	.765	.002	.060
	MS	-.005	.004	-1.34	.186	.032	.261
	IPL	.002	.000	3.71	.000	.200	.954
	[Y3=1]	-.264	.099	-2.66	.010	.114	.744
	[Y3=2]	-.177	.083	-2.12	.038	.076	.551
[Y3=3]	0a	
미국수익	Intercept	3.725	3.312	1.13	.266	.022	.197
	Bud	3.71 E-008	1.74 E-008	2.13	.037	.076	.554
	AF	.008	.002	3.44	.001	.177	.922
	MS	.235	.079	2.98	.004	.139	.832
	IPL	.062	.009	6.77	.000	.454	1.000
	[Y3=1]	3.962	2.101	1.89	.065	.061	.458
	[Y3=2]	-.687	1.761	-.39	.698	.003	.067
[Y3=3]	0a	
수출수익	Intercept	21.806	7.616	2.86	.006	.130	.803
	Bud	.0	.0	1.32	.192	.031	.254
	AF	.004	.006	.76	.465	.010	.112
	MS	.549	.182	3.02	.004	.142	.843
	IPL	.110	.021	5.20	.000	.329	.999
	[Y3=1]	-9.132	4.831	-1.89	.064	.061	.459
	[Y3=2]	-7.884	4.050	-1.95	.057	.064	.481
[Y3=3]	0a	

P. Eta² = Partial Eta squared value
 Obs Power = Observed Power
 독립변인: budget = 예산; actorFactor = 연기자지수; metascore = 메타점수;
 imdbpartLog = imdb 점수 참여자 (log); Y3 = 연도3
 a. This parameter is set to zero because it is redundant.
 b. Computed using alpha = .05

V. 논의 및 결론

위의 탐색적인 분석과정은 다음과 같이 정리, 논의할 수 있다. 우선, 개봉스크린 규모는 해당기간 동안 상당히 많이 변화하였다. 초기의 150여개의 개봉 스크린 숫자는 후기에 가서는 400여개로 늘어나게 되는데, 이는 한국의 영화산업이 가장 안정적인 가치사슬인 상영사, 배급사를 중심으로 수직

계열화되었고 이것이 개봉스크린숫자의 확보에 영향을 미친 것으로 파악된다. 두 번째로 스크린 규모의 증가의 덕을 본 국가에는 미국과 일본 외에도 한국이 포함이 된다. 한국의 경우에는 총 애니메이션이 6개밖에 되지 않지만 상당한 규모의 스크린숫자를 확보하여 좋은 성적을 거두었다. 특히 〈마당을 나온 암탉〉은 국내 애니메이션으로 200만이 넘는 관객수를 동원하여 〈로봇 태권 V〉 애니메이션의 기록을 갱신하는 결과를 낳았다. 또한 2007년의 스크린쿼터제의 축소로 인해 미국 직배사의 애니메이션의 성과가 돋보이게 되었다. 즉, 미국 애니메이션이 FTA 시기로 묶은 2007-2010 시기에 가장 많은 스크린을 확보한 것으로 나타났다.

애니메이션 성공과 관련이 있는 변인은 연도와 월시기였다. 기술적인 통계를 보면 연도 별로 애니메이션의 총수익이 증가하였지만, 공변인 중의 하나인 스크린 규모를 상수화하고 살펴보았을 때는 PRE, FTA, POST 시기를 거치면서 감소한 것으로 나타났다. 즉, PRE 시대에는 작은 스크린 규모로 더 많은 수익을 냈다는 것을 뜻하는데, 이는 개봉기간을 늘림으로써 가능한 것으로 추측된다. POST 시대에 이것이 불가능했던 것은 개봉작품의 숫자가 초기의 150여개에서 400여개로 증가함으로써 개봉기간을 늘리는 것이 어려워진 것에 기인한다고 판단한다. 월시기의 영향력을 보면, 여름(7,8월), 겨울(12,1월)의 시기가 다른 시기와 다른 것으로 나타났는데, 이는 애니메이션이 청소년 학생들의 방학과 맞물려 있을 때 가장 좋은 성적을 낸다는 것을 의미한다. 또한 공분산 변인으로 투입된 개봉스크린규모와 포털 점수에 참여한 참가자 숫자가 흥행성적에 영향을 미친다고 판단되었다.

미국과 일본 애니메이션의 장르별 비교에서는 미국 애니메이션이 가족, 어드벤처, 코미디 장르에 걸쳐 나타나는 것에 비해 일본은 가족, 판타지, 어드벤처, 추리탐정 등의 장르물이 나타나는 것으로 파악되었다. 이와 같은 특징이 나타나는 이유 중의 하나는 일본 애니메이션은 그 숫자가 21에 달하지만 사실 그 내용을 보면 〈도라에몽〉 〈짱구는 못말려〉 〈포켓몬〉 그리고 〈탐정 코난〉 등의 몇 가지 시퀀스물이 대부분을 차지하기 때문이었다. 즉, 일본의 애니메이션은 이미 만화와 잡지를 통해서 소개되고 알려진 캐릭터를 중심으로 하여 재탄생된 것으로 가족을 타겟으로 하지는 않는다는 것이다. 이와 같은 특징은 IMDB사이트의 애니메이션 플롯 설명에서도 나타나는데, 일본 애니메이션의 플롯 설명에는 등장인물 혹은 주인공의 이름이 좀 더 많이 등장하는 경향이 있고, 미국의 경우에는 보편 타당한 단어들만 플롯 설명에 사용되는 경향이 있었다는 것이다. 시퀀스물이 많은 일본 애니메이션에 등장인물의 이름이 반복적으로 나타나는 것이 반영되었고, 송미나가

주장하는 것과 같이 보편타당한 주제를 훌륭한 스토리텔링으로 포장하여 많은 수의 관객을 확보하는 것이 미국 애니메이션에 반영된 것이라고 볼 수 있다[25].

마지막으로 미국애니메이션의 특성과 미국시장, 세계시장, 한국시장에서의 흥행 성공 간의 관계를 살펴본 분석을 보면, 세 시장 공통으로 영향을 주는 변인은 IMDB 점수주기에 참여한 사용자 숫자였다. 또한 미국시장에서의 흥행성공에만 영향을 준 요소로는 추정예산과, 연기자 지수가 있었으며, 한국시장에만 영향을 준 변인으로는 연도가 있다고 밝혔다. 이는 자국 시장의 관람객이 애니메이션에 참여한 연기자에 좀더 민감한 것이 반영된 것으로 파악할 수 있으며, 예산이 많이 들어간 영화일수록 자국인이 더 많이 관람하는 경향이 있다는 것을 나타낸다. 마지막으로 한국시장에만 영향을 준 것으로 연도가 파악된 것은 FTA를 기점으로 한 3시기를 독립변인(팩터)으로 사용하였기에 FTA 이후의 미국 애니메이션의 수익증가가 반영된 것이라고 파악된다.

분석을 통해 지난 10년 간 미국과 한국의 영화가 각각 451, 449편으로 비등한 비율을 보이는 반면에 한국과 미국, 일본의 애니메이션 비율은 5대 66 대 21의 비율을 보여, 애니메이션 분야는 요사이 영화가 만끽하는 자부심을 갖지는 못한다는 것을 알았다. 이렇게 된 이유로 투자와 지원의 중단으로 인한 작품 제작 중단이 가장 큰 이유이겠지만, 보단 근본적인 것을 찾아 보자면 한국 고유의 애니메이션 문화가 부재한다는 것을 지적하지 않을 수 없다. 앞서 언급한 것처럼 미국과 일본의 애니메이션은 각각 자국 애니메이션 문화의 특색에 뿌리를 두고 생겨난 결과물이다. 미국의 경우에는 1920년대에 선구적으로 시작된 디즈니사의 애니메이션에 대한 과감한 투자로 산업적으로 구조화된 애니메이션 생산이 가능해지고 이를 통해서 투자금의 회수, 애니메이션의 재생산으로 이어지게 되는 선순환 구조가 형성되었다는 점을 가장 큰 특징으로 들 수 있겠다. 일본의 경우에는 잡지와 단행본을 중심으로 한 만화의 독자층을 담보로 하는 애니메이션 생산과 판매의 특징을 갖는 점이 일본만의 특징이겠다. 이를 한 마디로 요약하자면 애니메이션의 역사성이라고 할 수 있는데, 애니메이션을 향유할 만한 문화적인 유산과 가치, 그리고, 이를 긍정적으로 받아들일 준비가 되어 있는 자국민이 존재함으로써 세계적으로 소비될 수 있는 애니메이션이 만들어진다는 것이다. 1990년대와 2000년대의 한국 애니메이션이 실패한 이유는 아마도 이와 같은 역사성의 부재에 있지 않을까 판단된다.

이 연구는 IMDB와 다음 포털, 그리고 영화진흥위원회의 API를 이용하여 데이터를 수집하여 분석하였다. 이 과정에서

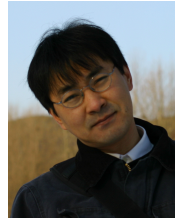
몇 가지 단점을 갖게 되는데, 우선 가장 중요한 점으로는 IMDB의 데이터가 한국이나 일본 애니메이션의 정보를 제공해주지는 않는다는 점이였다. 특히 영화에 소요된 경비와 예산 등은 미국 애니메이션의 경우만 가능한 데이터였으므로 이로 인한 분석의 제약이 있었다. 그럼에도 불구하고 이 연구는 한국 애니메이션 시장이 미국과 일본의 애니메이션이 추가 되어 있음을 지적하고, 이들이 성공한 요인을 기술, 통계학적으로 살펴보았다는 점에서 의의를 갖는다고 하겠다.

참고문헌

- [1] J. M. Ko, "Content Export 1%: More than the Value," *Creative Industries & Contents*, Vol. 6, Sep. 2013.
- [2] Korea Creative Content Agency (KOCCA), "Trends in Foreign Content Markets," KOCCA Report, Feb. 2012.
- [3] C. W. Park, "Light and Shdow of Hanryu" *Creative Industries & Contents*, Vol. 6, pp. 28-31, Sep. 2013.
- [4] W. Jung, "Predicting Box Office Performance for Animation Movies : Evidence from Movies Released in Korea, 2003-2008," *Catoon & Animation Studies*, pp. 21-32, Aug. 2009.
- [5] Y.-S. Kwon, "Study on Unfair Trade of Japanese Animation Industry," *Humanities Contens*, pp. 115-144, March 2010.
- [6] Y. Jung and W. Park, "The impacts of screen quota in the screen industry," *Journal of the Korea Society of Computer and Information*, Vol. 14(12), pp. 217-223, Dec. 2009.
- [7] B.-H. Chang and E.-J. Ki, "Devising a Practical Model for Predicting Theatrical Movie Success: Focusing on the Experience Good Property," *Journal of Media Economics*, Vol. 18, pp. 247-269, Oct. 2005.
- [8] J. Prag and J. Casavant, "An Empirical Study of the Determinants of Revenues and Marketing Expenditures in the Motion Picture Industry," *Journal of Cultural Economics*, Vol. 18, pp. 217-235, Sep. 1994.
- [9] A. Elberse, "The Power of Stars: Do Star Actors Drive the Success of Movies?," *Journal of Marketing*, Vol. 71, pp. 102-120, Oct. 2007.
- [10] A. Elberse and J. Eliashberg, "Demanding and Supply Dynamics for Sequentially Released Products in International Markets: The Case of Motion Pictures," *Marketing Science*, Vol. 22, pp. 329-354, April 2003.
- [11] B. R. Litman and L. S. Kohl, "Predicting financial success of motion pictures: The '80s experience," *Journal of Media Economics*, Vol. 2, pp. 35-50, Feb. 1989.
- [12] B. R. Litman, "Predicting Success of Theatrical Movies: An Empirical Study," *Journal of Popular Culture*, Vol. 16, pp. 159-175, March 1998.
- [13] J. Eliashberg and S. Sujan, "Film Critics: Influence or Predictors," *Journal of Marketing*, Vol. 61, pp. 61-68, May 1997.
- [14] W. T. Wallace, A. Seigerman, and M. Holbrook, "The Role of Actors and Actresses in the Success of Films: How Much is a Movie Star Worth?," *Journal of Cultural Economics*, Vol. 17, pp. 1-27, June 1993.
- [15] S.-H. Park and W.-K. Jung, "The Determinants of Motion Picture Box Office Performance: Evidence from Movies Released in Korea, 2006-2008," *Journal of Communication Science*, Vol. 9, pp. 243-276, Dec. 2009.
- [16] H. Y. Jeong and H. J. Yang, "Predicting Financial Success of a Movie Using Multiple Regression Analysis," *Conference of Korea society of computer and information*, Vol. 21, pp. 275-278, July 2013.
- [17] W. Duan, B. Gu, and A. B. Whinston, "The Dynamics of Online Word-of-Mouth and Product Sales: An Empirical Investigation of the Movie Industry," *Journal of Retailing*, Vol. 84, pp. 233-242, June 2008.
- [18] Y. Liu, "Word of Mouth for Movies: Its Dynamics and Impact on Box Office Revenue," *Journal of Marketing*, Vol. 70, Jan. 2006.
- [19] E.-M. Kim, "The Determinants of Motion

- Picture Box Office Performance: Evidence from Movies Exhibited in Korea," Korean Journal of Journalism & Communication Studies, Vol. 47, pp. 190-220, April 2003.
- [20] J. M. Ko, "Research on the Financial Success of Korean Films " Media Economics and Culture, Vol. 6, pp. 7-39, Nov. 2008.
- [21] W. K. Chung, "Analysis of Success of Animation in Korean Motion Picture Industry: 2006-2011," Cartoon Animation Research, Vol. 16, pp. 21-32, March 2009.
- [22] J. Kwon and B. Hong, "The Determinants of Animation Movies" Box Office Performance: Evidence from Movies Released in 2004~2011 in Korea," Culture Industry Research, Vol. 12, pp. 93-106, March 2012.
- [23] H. D. Kim, "Exploratory Analysis of the Success of Korean and the US Films in Korean Film Industry with Social Network Analysis Approach," The Korean Journal of Animation, Vol. 10, pp. 120-142, Dec. 2014.
- [24] K. T. Im, "A Thesis on Globalization of Japanese Poplular Culture," Korean Journal of Japanese Language and Literature, Vol. 55, pp. 259-281, Dec. 2012.
- [25] M. N. Seong, "Analysis of Competitiveness of Japanese Animation Industry," Academic Association of Global Cultural Contents, pp. 101-137, June 2011.
- [26] G. Ren and W. Jin, "The Comparison of Animation Industries of US, Japan, South Korea And China," in International Conference on Logistics Systems and Intelligent Management, 2010, pp. 1901-1904, Jan.

저 자 소개



김 효 동

1992: 서강대학교

사학과 문학사.

1997: University of Utah
Communications MS

2003: Rutgers University
Communications Ph.D.

현 재: 아주대학교

미디어학과 부교수

관심분야: 컴퓨터기술, 사회연결망

Email : hkimscil@ajou.ac.kr