

미국 극장용 애니메이션 흥행 결정요인 연구: 100대 흥행 애니메이션을 중심으로

Determinants of U. S. Theatrical Animation Box Office Performance

금현수, 박수경, 한서연, 홍선영, 전범수
한양대학교 신문방송학과

Hyun Soo Kuem(where_are_u@naver.com), Su Kyeong Park(sskk0220@hanmail.net),
Seo Yeon Han(borahappy7942@hanmail.net), Seon Yeong Hong(syh122@naver.com),
Bum Soo Chon(bumchon@naver.com)

요약

본 연구는 미국 극장용 애니메이션의 흥행을 결정하는 요인이 무엇인가를 분석하였다. 100대 흥행 애니메이션을 대상으로 일반적인 흥행 결정 요인과 더불어 내용 측면의 요인들을 투입하여 결정 요인을 탐색했다. 제작 측면은 제작비 규모, 제작 방식(2D, 3D), 속편 여부, 수상 여부, 평점으로 구성되었으며, 내용 측면은 원작 여부, 주인공 성별, 초능력, 영웅 설정, 캐릭터 디자인, 캐릭터 의인화 여부로 구성되었다. 또한 흥행을 미국 내 흥행 및 해외 흥행으로 분류하여 각 차이점을 살펴보았다. 분석 결과 첫째, 애니메이션 흥행 결정 요인은 제작 요인의 제작비 규모, 제작 방식, 속편 여부, 평점으로 나타났다. 제작비 규모가 클수록, 제작 방식이 2D일수록, 첫 작품이 아닌 속편일수록, 평점이 높을수록 흥행 가능성이 높은 것으로 분석되었다. 둘째 미국 시장 흥행 결정 요인은 제작비 규모, 제작 방식, 평점으로 나타났다. 한편 해외 시장 흥행 결정 요인은 제작비, 속편 여부, 수상여부, 평점 등이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 미국 및 해외 관객들이 애니메이션 관람 선택 요인이 다르다는 것을 나타낸다.

■ 중심어 : | 애니메이션 | 흥행 결정요인 | 픽사 | 드림웍스 | 디즈니 |

Abstract

This research examined factors in determining the success of theatrical U.S. animation movies. Based on movie characteristics and content factors, this study explore determinants of the success for animation movies. The results are follows: firstly, the success of animation movies were determined by some factors such as production expenses, the way of producing animation movies, sequential movies and viewer ratings. Secondly, there differences between the success in the U.S. and other countries. Although the success of animation movies in the U.S. were more production related factors, those in other countries were more quality related factors.

■ keyword : | Animation | Success of Animation | Pixar | Dreamworks | Disney |

I. 문제제기 및 연구목적

1990년대 디즈니의 라이온킹, 알라딘의 성공 이후 애

니메이션 장르는 중요한 영상 콘텐츠로 평가받기 시작
했다. 2012년 세계 애니메이션 시장규모는 148억 달러
로 2016년까지 연평균 4.2% 성장할 것으로 추정되고

접수일자 : 2013년 06월 20일
수정일자 : 2013년 10월 14일

심사완료일 : 2013년 10월 16일
교신저자 : 전범수, e-mail : bumchon@naver.com

있다[11]. 극영화 시장에서도 창구별 점유율이 매년 6% 이상 성장하는 추세를 나타내고 있다[23]. 이와 같은 결과는 애니메이션이 IPTV나 OTT의 VOD 서비스와 같이 가정 내에서 소비 가능한 플랫폼 서비스 이외에도 극장 시장에서도 경쟁력이 있다는 것을 나타내고 있다.

일반 극영화 시장과 마찬가지로 애니메이션 역시 미국의 독과점적 지배력이 그대로 나타나는 영역이다. 미국은 대체로 40% 내외의 애니메이션 시장 점유율을 갖고 있는 것으로 추정되고 있다[18]. 디즈니 픽사와 드림웍스를 양대 축으로 글로벌 경쟁력이 있는 애니메이션의 생산 및 유통이 지배적이기 때문이다.

미국 애니메이션 산업이 갖고 있는 경쟁력은 기획, 제작, 투자, 배급, 상영 등 모든 가치사슬을 수직적으로 결합하고 있는 구조로부터 나타난다. 이를 가능하게 하는 근거는 디즈니와 바이어컴, 뉴스 코퍼레이션 등 글로벌 미디어 기업들이 애니메이션에 대해 직접 투자하기 때문이다[17]. 일반 영화 제작 대비 2-3배 이상 제작비가 투입되는 애니메이션의 속성을 감안한다면 초기 투자비 리스크를 부담할 수 있는 사업자는 극히 제한적일 수밖에 없을 것이다. 소수 글로벌 미디어 기업들이 고위험 고수익 상품인 애니메이션 시장에 진입한 이유이다.

물론 미국 애니메이션이 모두 흥행 성공을 이루는 것은 아니다. 슈렉이나 토이스토리과 같이 글로벌 흥행 성공을 기록한 애니메이션이 있기도 했지만 높은 제작비 투입에도 흥행이 참패한 사례도 흔한 편이다. 가령 드림웍스의 가디언즈는 대표적인 흥행 실패 애니메이션이다(The Wrap, 2012)¹. 애니메이션으로 연속적인 상업적 성공을 기록했던 픽사의 애니메이션 작품들 중에서도 흥행성과는 매우 가변적인 것으로 나타난다. 그 만큼 애니메이션의 경제적 성과를 미리 추정하기는 어렵다.

결과적으로 일반 극영화와 유사하게 제작비를 많이 투입하거나 한다고 해서 애니메이션의 흥행이 자동적으로 보장되는 것은 아니다. 게다가 미국 애니메이션의 흥행성과는 미국 시장 내부와 해외 시장에서도 차별화되기도 한다. ‘카’와 같은 애니메이션은 미국 시장에서는 흥행에 성공했지만 해외 시장에서는 흥행성과가 만족스럽지 못했다. 글로벌 문화상품인 애니메이션의 국

가별 수용 및 소비구조가 다르기 때문으로 보인다.

미국 애니메이션이 글로벌 애니메이션 시장을 통제할 정도로 지배력이 강한 것은 사실이지만 애니메이션 별로 제작 및 내용 차원에서 차별화되는 흥행 요인들이 따로 있을 수 있다는 것을 추정해볼 수 있다. 아울러 미국 시장에서 상업적으로 성공하는 애니메이션은 무엇인지 동시에 미국 이외의 해외 시장에서 상업적으로 성공하는 애니메이션이 무엇인가를 살펴볼 필요가 있다.

본 연구는 미국 주요 애니메이션 흥행을 결정하는 요인들을 살펴보기 위해 미국 애니메이션의 속성을 제작 및 내용 차원으로 구분하여 실증적으로 검증해볼 것이다. 다음으로는 미국 애니메이션의 자국 시장 및 해외 시장에서의 흥행성과를 결정하는 요인들이 무엇인가를 탐색할 것이다.

II. 이론적 논의

1) 영화 흥행 결정 요인 연구

애니메이션 흥행 요인은 일반 영화 흥행 결정 요인과 유사하다. 애니메이션 기획, 제작, 투자, 배급, 상영 등 모든 가치 사슬 분야가 유사하기 때문이다. 따라서 애니메이션 흥행 결정 요인을 이해하기 위해서는 극영화 흥행 결정 요인을 먼저 살펴보아야 한다.

극영화 흥행 결정 요인은 다양한 분야를 거쳐 다양한 연구들이 누적되어 왔다[1]. 가령 미국 미디어 경제학자들은 영화 제작비 규모가 증가할수록 동시에 거대 메이저 배급사가 영화를 배급할 때 영화의 흥행성과가 증가하는 것을 연구했다[22]. 한편, 영화 비평가 같은 구전 커뮤니케이션이 영화 흥행에 직접적인 영향을 미친다는 연구[20][21]를 포함해 영화 출연 스타들이 영화에 미치는 흥행 영향성에 대한 연구들도 다수 있었다[19][23].

국내 영화 연구들에서도 미국의 연구 특성과 많은 점에서 공통점을 갖고 있다. 다시 말해 스크린 규모나 영화 시상식 수상 작품이나 스타 흥행성 등이 실제로 영화 흥행에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다[9][13]. 게다가 전문가 비평이나 영화 광고와 같이 영

1) <http://www.thewrap.com>. DreamWorks Animation Braces to Lose \$50M on 'Rise of the Guardians'

화 정보의 흐름이나 확산이 영화 흥행을 높일 수 있는 요인이라는 연구[4]를 포함해 애국심 등과 같은 심리문화적 요인이 영화 흥행에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나기도 했다[1]. 기타 국내 영화와 해외 영화의 흥행 요인 차이에 대한 연구들도 있었다[14].

결론적으로 영화 흥행 요인들은 한 두 개의 요인이 아니라 제작비를 포함해 스타 출연, 영화 정보의 확산 및 미디어 역할, 영화 소비와 연계된 사회문화적 요인, 영화 평점 등의 평가 요인, 영화 스토리 등이 복합적으로 구성되어 있는 것으로 보인다. 이와 같은 요인들을 감안한다면 애니메이션 영화의 흥행 결정 요인도 대체적으로 제작 요인과 내용 요인으로 구분해 접근해볼 수 있을 것이다.

2) 애니메이션 흥행에 영향을 미치는 제작 요인

극장용 애니메이션이 일반 극영화와 유사한 측면이 많기는 하지만 다른 점도 적지 않다. 애니메이션 작품에서는 실제 배우들이 등장하지 않을 뿐만 아니라 장면을 일일이 촬영하기보다는 제작한다는 측면에서 그 속성이 다르다. 한편, 애니메이션은 캐릭터가 차지하는 역할의 중요성이 크다. 따라서 캐릭터 목소리를 담당하는 할리우드 영화배우들의 출연 여부도 중요한 역할을 담당한다.

게다가 최근에는 3D 애니메이션의 등장 및 확산도 애니메이션의 흥행성과에 영향을 미치는 요인으로 평가되고 있다. 결과적으로 애니메이션 흥행 요인을 살펴보기 위해서는 극영화와 유사한 요인을 포함해 애니메이션에 특유한 속성 요인들을 통합적으로 감안해 연구들이 이루어져야 한다.

일반적으로 애니메이션의 상업적인 흥행성과 결정 요인에서는 배급사 파워, 개봉 스크린 규모, 개봉 시점, 영화 등급, 영화의 국적, 속편 형태, 수상실적, 평점 등이 핵심적인 역할을 차지하는 것으로 나타났다[16]. 권재웅과 홍병기[2]는 여름 시즌일수록, 개봉 스크린 수가 많을수록, 네티즌 애니메이션 평가 참여가 많을수록 애니메이션 흥행성과가 증가하는 것을 확인했다.

한편, 박세영[10]은 흥행성과 대신에 애니메이션 선호도 연구를 통해 캐릭터, 비평, 관객평, 관객평의 수,

수상 경력이 애니메이션 선호도에 영향을 미치는 것으로 살펴보았다. 이와 같은 결과는 극영화 흥행성과 결정 요인들과 대체적으로 유사한 것이다.

반면, 최근 애니메이션이 일반 극영화와 가장 구분되는 특성 중의 하나는 3D 애니메이션으로 제작된 애니메이션이 늘어난다는 것이다. 기존 2D 애니메이션이 수많은 프레임을 연속해서 만드는 방식인 반면[5], 3D 애니메이션은 입체감을 갖게 하는 새로운 시각적 차별성을 창출하는 콘텐츠이다. 한국콘텐츠진흥원[18]에 따르면 최근 미국 내 개봉되는 애니메이션 중 3D 애니메이션이 차지하는 비율이 계속 증가하는 것으로 나타났다.

결과적으로 애니메이션 영화가 갖고 있는 다른 극영화의 본질적 차이점인 3D와 같은 속성이다. 이들 속성은 애니메이션의 흥행성과에 직접적으로 영향을 미칠 수 있는 제작 방식으로 판단된다. 같은 극영화라 할지라도 아바타와 같이 2D와 3D 영화들의 흥행성과가 다르게 나타날 수 있다. 영화 소비자들에게 제공되는 만족도가 다르기 때문이다. 이와 같은 점을 감안해 본다면 애니메이션으로 제작되는 작품이 2D인지 3D인지에 따라 그 흥행성과는 차이가 나타날 수 있다. 특히 최근에는 미국 애니메이션 대부분이 3D로 제작되는 추세이다. 이는 기존 극영화와는 다른 독특한 경험을 소비자들에게 제공함으로써 영화 시장에서 갖게 되는 애니메이션의 시장 점유율을 유지하겠다는 전략으로 보인다.

3) 애니메이션 흥행에 영향을 미치는 내용 요인

애니메이션 흥행에는 제작 요인뿐만 아니라 스토리와 연계된 내용 요인들이 영향을 미칠 수도 있다[7][15]. 소비자들은 특정 애니메이션이 제공하는 스토리의 새로움이나 흥미로움에 따라 애니메이션에 대한 평가가 달라질 수 있기 때문이다. 애니메이션이 극영화에 비해 창조적이며 상상력이 요구되는 콘텐츠라는 점을 감안해본다면 스토리와 캐릭터를 만드는 작업이 애니메이션 제작에서 가장 중요한 역할을 차지하는 것으로 평가해볼 수 있다.

이와 같은 맥락에서 소요환[8]은 스토리를 포함해 캐릭터, 연출, 배경 미술, 배경 음악, 성우 더빙, 특수 효과 등이 애니메이션을 평가하는 핵심 기준으로 살펴보고

있다. 한편, 장옥상과 한부용[15]은 미국 주요 애니메이션을 분석하면서 서사와 상상력의 이미지가 성공 요인이라는 것을 검토하고 있다. 안중혁[12]은 품질 높은 애니메이션의 흥행은 서사 구조와 캐릭터 설정, 플롯 속의 아이러니, 캐릭터성과 대중성 등이 통합되어야 가능한 것으로 살펴보았다.

결과적으로 애니메이션의 흥행성과는 애니메이션이 포함하고 있는 스토리의 역동성과 상상력, 기타 스토리를 이끌어가는 캐릭터의 등장 및 전개 등이 중요한 영향을 미치는 것으로 추론된다. 애니메이션을 주로 소비하는 소비자들을 어린이뿐만 아니라 성인까지 포괄해서 살펴본다면 애니메이션이 단순히 틀에 박힌 상투적인 스토리와 캐릭터로는 상업적으로 성공하기가 쉽지 않다는 것을 이해할 수 있다.

애니메이션 흥행에 영향을 미치는 내용 요인 중에 또 다른 요인은 속편 구분에 대한 것이다. 애니메이션의 스토리가 특정 캐릭터를 중심으로 전개된다는 사실을 감안해 본다면 이와 같은 캐릭터가 연속적으로 출연하는 애니메이션 속편은 그 상업적 성공 가능성이 높아질 가능성이 있다. 극영화이든 애니메이션이든 경험재로서의 속성이 있는 만큼 처음에 쉽게 소비를 결정하기는 어렵다. 반면 글로벌 시장에서 상업적으로 성공을 기록한 애니메이션들은 자연스럽게 캐릭터와 스토리 구성으로 인해 소비자 선호도와 기대감을 높일 수 있는 점이 있다.

물론 초기 원작을 중심으로 속편들이 어느 정도까지 계속될 때 흥행성이 높아질 것인가에 대한 연구는 본 연구에서 다루지는 않는다. 다만, 애니메이션의 원작 여부 변수가 흥행에 영향을 미치는 요인인지 아닌지를 우선적으로 살펴볼 것이다. 이와 같은 맥락에서 본 연구는 애니메이션 영화 흥행에 영향을 미치는 내용 요인으로 캐릭터, 원작 여부를 변수로 투입했다.

III. 연구문제 및 연구방법

1) 연구문제

위와 같은 논의들을 바탕으로 애니메이션 흥행에 미

치는 요인들을 제작 측면과 내용 측면으로 분류하여 어떠한 요인이 애니메이션 흥행성과에 영향을 미치는지 살펴보고자 한다. 또한 이러한 요인들이 미국 시장 및 미국 외 글로벌 시장 흥행성과에 어떻게 차별적으로 영향력의 차이를 보이는지 살펴보기 위해 다음과 같은 연구문제들을 설정하였다.

연구문제 1. 극장용 애니메이션 흥행 결정 요인은 무엇인가?

연구문제 2. 극장용 애니메이션 흥행 결정 요인은 미국과 해외(미국 외)의 차이는 어떻게 나타나는가?

2) 연구대상

본 연구를 위한 자료들은 박스오피스 모조 닷컴²⁾에서 애니메이션 장르로 구분된 314편의 애니메이션 중 총 수익을 기준으로 상위 100개 작품(1위~100위)을 선정했다. 다만, 여러 단편을 모아서 만든 합본 형식의 애니메이션 1편은 분석에서 제외해 총 99개 애니메이션 작품이 분석에 포함되었다. 분석에 사용된 변수 중 제작 요인에서 배급사, 제작비, 수상여부, 평점, 제작 방식은 원자료를 그대로 투입했다, 반면, 제작 요인의 속편 여부, 내용 측면의 원작 여부, 주인공 성별, 주인공 초능력 유무, 주인공 영웅 설정 유무, 캐릭터 디자인, 캐릭터 의 인화 등은 애니메이션 자료와 영상을 추가로 분석하여 이를 코딩하였다. 이렇게 코딩된 자료는 후속 분석을 위해 더미 변수로 변환하였다.

표 1. 분석 대상 애니메이션

매출 순위	영화명	개봉 년도
1	슈렉 2	2004
2	라이언 킹	1994
3	토이스토리3	2010
4	니모를 찾아서	2003
5	슈렉 더 씨드	2007
6	업	2009
7	몬스터 주식회사	2001
8	슈렉	2001
9	인크레더블	2004
10	슈퍼배드	2010

2) <http://www.boxofficemojo.com/genres/chart/?id=animation.htm>

11	토이스토리2	1999
12	카	2003
13	슈렉 포에버	2010
14	메리다와 마법의 숲	2012
15	월-E	2008
16	미녀와 야수	1991
17	드래곤 길들이기	2010
18	알라딘	1992
19	마다가스카3 : 이번엔 서커스다!	2012
20	쿵푸팬더	2008
21	로렉스	2012
22	라따뚜이	2007
23	라퐁젤	2010
24	몬스터 vs 에이리언	2009
25	해피피트	2006
26	아이스 에이지 3 : 공룡시대	2009
27	에이지 2 : 더 멜트다운	2006
28	마다가스카	2005
29	토이스토리	1995
30	카 2	2011
31	주먹왕 랄프	2012
32	폴라 익스프레스	2004
33	십손 가족, 더 무비	2007
34	마다가스카 2	2008
35	아이스에이지	2002
36	타잔	1999
37	쿵푸팬더 2	2011
38	벅스 라이프	1998
39	아이스 에이지 4 : 대륙 이동설	2012
40	샤크	2004
41	누가 로저 래빗을 모함했나	1988
42	헛지	2006
43	크루즈 패밀리	2013
44	호튼	2008
45	장화신은 고양이	2011
46	메가마인드	2010
47	몬스터 호텔	2012
48	릴로 & 스티치	2002
49	리오	2011
50	포카혼타스	1995
51	크리스마스 캐롤	2009
52	다이너소어	2000
53	치킨 리틀	2005
54	로봇	2005
55	꿀벌 대소동	2007
56	하늘에서 음식이 내린다면	2009
57	랭고	2011
58	물란	1998
59	볼트	2008
60	인어 공주	1989
61	치킨 런	2000
62	공주와 개구리	2009
63	가디언즈	2012
64	이집트 왕자	1998
65	러그레츠 - 무비	1998
66	노틀담의 꼽추	1996
67	노미오와 줄리엣	2011
68	헤라클레스	1997
69	로빈슨가족	2007

70	개미	1998
71	스페이스 잼	1996
72	쿠스코?쿠스코	2000
73	포켓 몬스터-뮤츠의 역습	1999
74	보글보글 스폰지밥	2004
75	브라더 베어	2003
76	부그와 엘리엇	2006
77	아틀란티스-잃어버린제국	2001
78	베오울프	2007
79	천재 소년 지미 뉴트론	2001
80	틴틴의 모험: 유니콘호의 비밀	2011
81	러그레츠2-파리 대모험	2000
82	코렐라인: 비밀의 문	2009
83	크리스마스의 악몽	1993
84	올리버와 친구들	1988
85	몬스터 하우스	2006
86	스피릿	2002
87	신나는 동물농장	2006
88	플러쉬	2006
89	해피피트2	2011
90	토티와 코피	1981
91	비비스와버트헤드	1996
92	환타지아 2000(I max)	1999
93	환타지아 2000(35분)	1999
94	서핑업	2007
95	아나스타샤	1997
96	큐리어스 조지	2006
97	월레스와 그로밋-거대 토끼의 저주	2005
98	파라노만	2012
99	가디언의 전설	2010
100	이스케이프 프롬 플래닛 어스	2013

3) 측정 변수

(1) 제작 요인

제작요인에 포함된 변수들은 제작비, 제작 방식, 속편 여부, 수상 여부, 평점 등이다. 우선, 극장 영화의 흥행은 제작비에 영향을 받는 경향이 있다. 선행 연구들에 따르면 제작비 투입이 많을수록 영화 흥행성과가 높아지는 것으로 나타났다. 그러나 분석 대상의 상위 100편의 극장 애니메이션의 경우 제작비가 작품별 편차가 높게 나타나 측정된 제작비 규모는 로그값으로 변환해 분석 모델에 포함시켰다.

다음으로 작품의 수상과 평점은 영화 관객의 영화 선택에 있어서 중요한 요소이다. 따라서 수상 여부와 평점은 박스오피스 모조를 참고하여 작품의 수상 여부(0=있음, 1=없음) 및 평점(10점 만점)으로 측정했다. 작품의 제작 방식은 2D와 3D 방식으로 분류하였다(0=2D, 1=3D). 속편 여부는 초작 및 속편 등으로 구분했다(0=초작, 1=속편).

(2) 내용 요인

본 연구는 흥행 결정 요인과 더불어 내용 요인의 영향을 탐색적으로 살펴보고자 하였다. 따라서 내용 요인들은 애니메이션이 기본적으로 갖고 있는 캐릭터의 특성 및 스토리를 중심으로 구분했다. 이를 위해 탐색적으로 애니메이션의 캐릭터와 스토리 등을 구분할 수 있는 문항들을 개발했다.

본 연구에서 내용 요인은 원작 여부, 주인공 성별, 주인공의 초능력 보유 여부, 주인공의 영웅 설정 여부, 캐릭터 디자인 여부, 캐릭터 의인화 여부 등이 포함되었다. 이와 같은 내용 요인들의 차이가 실질적으로 애니메이션 영화의 흥행성과에 영향을 미치는 가를 살펴보았다.

이를 위해 우선적으로 애니메이션 원작 여부를 살펴 보았다. 미국 애니메이션들 대부분이 독창적인 대본을 통해 제작되기도 했지만 한편으로는 기존 만화나 동화를 각색한 것도 적지 않을 것으로 판단했다. 원작 여부는 자체 원작과 원작 인용으로 구분하였다(0=인용, 1=원작).

다음으로 캐릭터 특성은 주인공 캐릭터가 소유하고 있는 속성들을 중심으로 규정했다. 이에 따라 주인공 캐릭터의 성별(0=남성, 1=여성), 초능력 소유 여부(0=있음, 1=없음), 주인공의 영웅 설정 여부(0=영웅, 1=비영웅) 등을 구분했다. 이외에도 본 연구는 애니메이션 내용 요인으로 캐릭터 디자인을 측정했다. 주인공 캐릭터의 디자인이 사실주의인지 또는 SD(small design)인지 여부(0=사실주의, 1=SD)를 분류하였다. 캐릭터 의인화는 주인공이 동물이나 사물, 로봇인 경우와 사람인 경우를 나누어 의인화 유무(0=있음, 1=없음)를 측정했다.

(3) 종속 변수로서 흥행 수익

종속 변수로서 애니메이션 흥행성과는 극장용 애니메이션 수익으로 측정했다. 세부적으로는 특정 애니메이션의 글로벌 총수익 규모 및 미국 내 수익, 기타 미국을 제외한 해외 수익 등 3가지 요인으로 구분했다. 애니메이션의 수익 규모는 로그값으로 변환해 분석 모델에 투입했다.

IV. 연구결과

1) 100대 흥행 극장 애니메이션의 특성

본 연구 분석에 투입된 애니메이션 영화의 특성은 다음과 같다. 배급사는 픽사가 43.0%로 가장 많았으며 수상작 애니메이션 비율은 61.0%, 제작방식은 2D가 54.0%로 나타났다. 초작 영화 비율은 78.0%, 자체 원작이 71.4%, 주인공의 남성 비율은 85.7%였다. 이외에도 주인공 초능력 소유 비율은 16.3%, 영웅 설정 비율 11.2%였다. 한편, 캐릭터는 추상주의가 80.6%, 캐릭터의 의인화 비율이 71.4%로 나타났다.

표 2. 분석 애니메이션 특성

유목	특성	빈도	비율 (%)
배급사	파라마운트 드림웍스	21	21.0
	디즈니 픽사	43	43.0
	유니버설 스튜디오	3	3.0
	폭스	10	10.0
	소니	5	5.0
	파라마운트	9	9.0
	워너	7	7.0
수상여부	포커스	2	2.0
	수상	61	61.0
비수상	비수상	39	39.0
	2D	54	54.0
제작방식	3D	40	40.0
	기타	6	6.0
속편여부	초작	78	78.0
	속편	22	22.0
원작여부	원작인용	28	28.6
	자체원작	70	71.4
주인공 성별	남성	84	85.7
	여성	14	14.3
주인공 초능력	있음	16	16.3
	없음	82	83.7
주인공 영웅설정	영웅	11	11.2
	비영웅	87	88.8
캐릭터 디자인	사실주의	19	19.4
	추상주의(SD)	79	80.6
캐릭터 의인화	있음	70	71.4
	없음	28	28.6

2) 극장용 애니메이션 흥행 결정 요인

제작 요인과 내용 요인이 극장 애니메이션 총 수익에 미치는 영향을 검증하기 위해 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 실시하였다. 우선 1 단계에서 제작 요인 변수들을 투입하였다.

분석 결과 제작 요인의 평점($\beta=.501, p<.001$), 제작비($\beta=.482, p<.001$), 제작 방식($\beta=-.289, p<.01$), 속편 여부($\beta=.173, p<.05$)가 총수익에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀분석은 표준화된 회귀계수인 베타값(β)이 높고 유의수준(p 값)이 최소 0.05라는 조건을 충족할 때 타당성 있는 요인을 살펴볼 수 있다. 다시 말해, 평점 설명력이 가장 높고 다음으로 제작비, 제작 방식, 속편 여부 등의 요인 순으로 총 흥행성과를 설명하는 것으로 나타났다. 단, 제작 방식은 양의 방향이 아니라 음의 방향인 만큼 2D가 3D보다 설명력이 높은 것으로 나타났다. 결과적으로 제작 요인은 극장 애니메이션 총 수익의 45.4%를 설명하는 것으로 나타났다.

표 3. 총 흥행성과에 영향을 미치는 변수

구분		표준화된 회귀계수(β)	
		1단계	2단계
제작 요인	제작비	.482***	.470***
	제작방식	-.289**	-.247**
	속편여부	.173*	.171*
	수상여부	-.170	-.186
	평점	.501***	.539***
내용 요인	원작여부		-.068
	주인공 성별		-.058
	주인공 초능력		.064
	주인공 영웅설정		-.004
	캐릭터 디자인		-.103
	캐릭터 의인화		.075
	F	15.830	6.654
설명량(수정된 R ²)	.454	.433	

*** p < .001, ** p < .01, * p < .05

두 번째 단계에서는 내용 요인들을 추가로 투입하였다. 분석 결과 제작 요인의 평점($\beta=.539, p<.001$), 제작비($\beta=.470, p<.001$), 제작방식($\beta=-.247, p<.01$), 속편 여부($\beta=.171, p<.05$)가 총수익에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 내용 요인은 모두 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다. 베타값을 기준으로 살펴보다라도 1단계 분석 결과와 같이 평점 및 제작비 요인의 설명력이 가장 높게 나타났다. 제작 요인과 내용 요인의 총 설명력은 43.3%로 나타났다.

3) 미국 및 해외 시장 흥행 결정 요인

(1) 미국 시장 애니메이션 흥행 결정 요인

미국 내 애니메이션 흥행성과에 영향을 미치는 변수를 살펴보기 위해 미국 내 수익을 종속 변수로 위계적 회귀분석을 실시하였다.

분석 결과 제작 요인의 평점($\beta=.492, p<.001$), 제작비($\beta=.413, p<.001$), 제작방식($\beta=-.384, p<.001$)이 미국 내 수익에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 베타값을 기준으로 살펴볼 때 평점이나 제작비 설명력이 가장 높게 나타났다. 제작 방식은 음의 부호로 유의미한 설명력을 갖는 것으로 나타나 2D 흥행성과가 보다 높게 나타났다. 결과적으로 제작 요인은 미국 내 극장 애니메이션 수익의 45.2% 설명력을 나타냈다.

표 4. 미국 시장 흥행성과에 영향을 미치는 변수

구분		표준화된 회귀계수(β)	
		1단계	2단계
제작 요인	제작비	.413***	.397***
	제작방식	-.384***	-.344***
	속편여부	.107	.084
	수상여부	-.104	-.801
	평점	.492***	.497***
내용 요인	원작여부		-.112
	주인공 성별		-.033
	주인공 초능력		.050
	주인공 영웅설정		.056
	캐릭터 디자인		.007
	캐릭터 의인화		-.098
	F	15.694	7.500
설명량(수정된 R ²)	.452	.445	

*** p < .001, ** p < .01, * p < .05

2단계에서는 내용 요인을 추가로 투입한 결과 제작 요인의 평점($\beta=.497, p<.001$), 제작비($\beta=.397, p<.001$), 제작 방식($\beta=-.344, p<.001$)이 유의미한 영향을 미치는 것으로 검증되었으며, 내용 요인은 모두 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 제작 요인들의 설명력 순서는 앞서 살펴본 1단계 결과와 같이 평점 및 제작비가 가장 중요한 요인으로 나타났다. 제작 요인과 내용 요인의 총 설명력은 44.5%로 나타났다.

(2) 해외 시장 애니메이션 흥행 결정 요인

미국 애니메이션의 해외 시장 흥행성과에 영향을 미치는 변수를 살펴보기 위한 위계적 회귀분석 결과는 다음과 같다. 1단계 제작 요인을 투입한 결과 베타값 순서대로 살펴보면, 평점($\beta=.638, p<.001$), 제작비($\beta=.414, p<.001$), 속편 여부($\beta=.293, p<.001$), 수상여부($\beta=-.221, p<.05$), 제작 방식($\beta=-.170, p<.01$) 모두 해외 시장 수익에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 제작 요인 설명량은 57.4%였다.

표 5. 해외 시장 흥행성과에 영향을 미치는 변수

구분		표준화된 회귀계수(β)	
		1단계	2단계
제작 요인	제작비	.414***	.392***
	제작방식	-.170**	-.138
	속편여부	.293***	.273**
	수상여부	-.221*	-.260*
	평점	.638***	.667***
내용 요인	원작여부		-.060
	주인공 성별		-.128
	주인공 초능력		.017
	주인공 영웅설정		-.004
	캐릭터 디자인		-.054
	캐릭터 의인화		-.031
	F	24.210	11.185
설명량(수정된 R ²)	.574	.566	

*** p < .001, ** p < .01, * p < .05

2단계에서 내용 요인을 추가로 투입한 결과 평점($\beta=.667, p<.001$), 제작비($\beta=.392, p<.001$), 속편 여부($\beta=.273, p<.01$), 수상여부($\beta=-.260, p<.05$)가 영향을 미치며 내용 요인은 마찬가지로 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 제작 요인과 내용 요인의 설명량은 56.6%로 나타났다.

V. 결론 및 논의

본 연구는 극장용 애니메이션의 흥행을 예측하는 요인들을 제작 및 내용 요인들을 통해 검증하고자 했다.

또한 이러한 요인들이 미국 내 수익 및 해외 수익에 미치는 영향력에 차이가 있는지를 살펴보려 했다.

전체적인 분석 결과, 미국 애니메이션 흥행성과는 평점, 제작비, 제작 방식, 속편 여부 등의 요인에 따라 영향을 받는 것으로 나타났다. 이는 기존의 영화 흥행 결정 요인 연구나 애니메이션 흥행 결정 요인 연구들과 비슷한 결과이다.

극장용 애니메이션도 극영화와 마찬가지로 흥행이 결정되는 구조를 공유하는 것으로 보인다. 애니메이션을 극장에서 소비하기 위해서는 애니메이션에 투입된 제작비와 품질을 나타내는 평점, 불확실성을 감소시키는 속편 여부 등이 핵심적인 흥행 결정 요인으로 나타났다.

반면, 일반 극영화와 다른 점은 애니메이션 제작 방식이 흥행성과에 직접적인 영향을 미치는 요인으로 나타났다는 것이다. 보다 구체적으로 살펴보면, 3D 애니메이션 보다 2D 애니메이션의 흥행 가능성이 더욱 높은 것으로 나타났다. 그 이유를 추론해보기 위해서는 다양한 후속 연구들이 필요할 것이다.

현 시점에서는 몇 가지 해석들이 가능할 것이다. 우선, 최근 제작 추세는 분명히 3D 영화가 증가하고 있는 반면 100대 애니메이션에 포함된 영화들은 다양한 시점에 제작되었다는 사실을 살펴볼 수 있다. 과거 영화들은 2D로 많이 제작되었으며 상업적으로도 성공을 기록했기 때문이다.

다음으로 3D 영화의 시청에서 이루어지는 불편함 등의 요인도 잠재적인 3D 애니메이션 흥행성과에 부정적 영향을 미치는 것으로 추론할 수 있다. 김성래[6]는 3D 애니메이션이 시각 요소의 인식 방해 및 친밀감 저해 가능성이 있다는 주장을 내세웠다. 한편, 권혁인 등[3]은 3D 콘텐츠가 스트레스를 유발할 가능성을 강조하고 있다. 이와 같이 3D 애니메이션의 속성 자체가 부분적으로 흥행성과에 부정적 영향을 미쳤을 가능성이 있다.

이러한 선행연구들의 논의들을 토대로 생각해 볼 때 3D보다는 2D애니메이션이 시각적 측면에서 관객들에게 더욱 친숙하게 느껴질 수 있는 가능성이 있지만 이는 더욱 신중하고 지속적인 연구를 통해 검증되어야 할 것이다. 오히려 기술 방식보다 영화 가격 등 경제적

측면에서 접근하는 것이 보다 설득 가능성이 높다. 경제 지표가 하락하면서 2D에 비해 40% 정도 가격이 비싼 3D 애니메이션의 수요가 감소했을 수 있다는 점이다[32].

본 연구에서 특히 살펴보아야 할 부분 중의 하나는 애니메이션 내용 요인들이 흥행 수익에 영향을 미치지 않았다는 것이다. 반면, 애니메이션 제작 요인은 흥행성과에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 미국 애니메이션이 독특한 캐릭터를 개발하고 속편을 통해 캐릭터의 스타성을 활용하기도 하지만 이는 모든 애니메이션에서 공통적으로 살펴볼 수 있는 특성이다. 본 연구는 스토리도 중요하지만 보다 많은 제작비를 투입해 애니메이션 완성도를 높이는 한편 이를 통해 평점이 높아질 때 흥행성도 같이 증가한다는 것을 살펴보았다.

한편, 극장용 애니메이션 흥행 결정 요인은 미국 시장 내부와 해외 시장에서 각각 다르게 나타났다. 이는 미국에서 제작된 애니메이션의 실질적인 소비가 자국 시장 및 해외 시장에서 각각 차별적으로 이루어진다는 것을 나타낸다. 물론, 미국 시장 및 해외 시장 모두에서 공통적으로 나타난 요인은 제작비와 평점 요인으로 나타났다. 이들 요인은 애니메이션 흥행에 직접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 제작비가 많이 투입되는 한편 평점이 높은 애니메이션일수록 자국 시장이나 해외 시장 모두에서 흥행성과가 높게 나타났다. 그러나 나머지 요인들의 영향력은 미국 및 해외 시장에서 각각 차별적으로 나타났다.

미국의 경우에는 제작 방식 차이에 따라 흥행성과가 영향을 받는 것으로 나타났지만 해외 시장에서는 2단계 분석을 통해 영향을 받지 않는 것으로 나타났다. 다시 말해, 미국 시장에서는 2D 애니메이션의 흥행성과가 3D보다 높게 나타난 반면, 해외 시장에서는 이와 같은 차이가 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 오히려 해외 시장에서는 미국 애니메이션이 흥행작의 속편인지, 유명 시상식의 수상작인지에 따라 흥행성과가 더욱 많이 영향을 받는 것으로 나타났다. 그 만큼 해외 시장에서 이루어지는 미국 애니메이션 소비는 보수적으로 애니메이션의 친숙도나 품질에 반응하는 것으로 이해할 수 있다.

본 연구는 미국에서 제작된 극장용 애니메이션의 흥행 결정 요인을 살펴보기 위해 흥행 성적 상위 100개의 애니메이션을 대상으로 실증적인 분석을 시도하였다. 그러나 본 연구는 몇 가지 연구 한계점을 갖는다.

첫째, 흥행성과의 비교에 있어 단순히 미국과 해외 시장을 단순하게 비교하였다는 점이다. 다시 말해, 미국에서의 흥행실적 및 미국을 제외한 해외 전체 시장에서의 흥행 실적 등으로 2원화해서 살펴본 것이다. 미국 애니메이션 흥행성과를 대륙별이나 국가별로 비교하였다면 수입국의 특성을 더욱 면밀히 비교할 수 있을 것이다. 수입 국가의 문화적 요인이나 콘텐츠 환경에 따라 미국 애니메이션의 흥행 소비는 차별화될 수 있을 것이다. 따라서 후속 연구에서는 이러한 한계점이 보완되어야 할 것이다.

둘째, 애니메이션 내용 측면의 요인들이 단순하다는 점이다. 본 연구에서는 애니메이션에서 나타나는 다양한 캐릭터의 특성을 중점으로 흥행성과와의 인과관계를 살펴보았다. 그러나 캐릭터 특성이나 스토리 등은 애니메이션 흥행성과를 설명하는 핵심 요인으로 나타나지는 않았다. 따라서 후속 연구에서 여건이 된다면 개별 애니메이션에 포함된 서사 및 플롯, 음악 등을 포함한 다양한 요인들을 통합해 흥행성과와의 관계를 설명하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

이외에도 본 연구는 흥행성과를 중심으로 표본을 구성하였기 때문에 분석 대상 애니메이션들이 시기별, 특성별로 다양성을 갖고 있지 못했다. 특히 제작 방식에 따른 2D와 3D 애니메이션들이 다양한 시기별로 통합되어 있는 만큼 2D 흥행성과가 더 높게 나타나기도 했다. 앞으로 애니메이션 제작이 대부분 3D에 집중된 만큼 후속 연구들을 통해 제작 방식의 설명력을 보완해야 할 것이다. 후속 연구에서는 이러한 작품들의 시기 및 기술 환경, 영화 시장 구조에 따른 분류를 바탕으로 보다 정교한 분석 모델을 준비하는 것이 필요하다.

참고 문헌

- [1] 고정민, “미국영화와 한국영화의 흥행요인에 관

- 한 비교연구”, 문화산업연구, 제10권, 제2호, pp.71-96.
- [2] 권재웅, 홍병기, “애니메이션영화의 흥행성과 결정 요인에 관한 연구: 2004년~2011년 개봉작품을 중심으로”, 문화산업연구, 제12권, 제1호, pp.93-106, 2012.
- [3] 권혁인, 이현정, 박진완, “2D양상과 3D 입체영상에서의 액션 어드벤처 게임 몰입도 비교”, 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제1호, pp.157-164, 2011.
- [4] 김광수, “영화선택 및 평가에 관한 연구”, 광고연구, 제48호, pp.139-164, 2000.
- [5] 김남훈, “2D to 3D 애니메이션 캐릭터에 나타난 언캐니 밸리 효과의 사례분석 연구”, 디지털디자인학연구, 제12권, 제3호, pp.147-158, 2012.
- [6] 김성래, “비사실적 3D 캐릭터 애니메이션의 효과적인 2D 애니메이션 스타일 연출 연구”, 한국콘텐츠학회 추계학술대회 자료집, pp.894-898, 2007.
- [7] 김승리, 이상원 “흥행 애니메이션에 나타난 유희성에 관한 연구: <슈렉>과 <빨간모자의 진실>을 중심으로”, 한국애니메이션학회 춘계학술발표대회자료집, pp.35-36, 2012.
- [8] 소요환, “애니메이션 속성이 관람 후 평가에 미치는 영향”, 만화애니메이션연구, 제13권, pp.115-131, 2008.
- [9] 김휴중, 한국 영화산업, 돌파구는 없는가, 삼성경제연구소 연구보고서, 1999.
- [10] 박세영, “애니메이션 영화 흥행요인 분석”, 한국애니메이션학회, 제6권, 제4호, pp.23-37, 2010.
- [11] 신항우, “세계 콘텐츠 & 창조산업의 동향과 이슈”, 한국콘텐츠진흥원, 창조산업 동향과 이슈: 글로벌 동향, pp.63-68, 2013.
- [12] 안종혁, “애니메이션 <드래곤 길들이기>의 연출 분석”, 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제12호, pp.162-170, 2011.
- [13] 이화진, 김숙, “TV드라마 시청률에 영향을 미치는 요인: 내용변인을 중심으로”, 한국방송학보, 제21권, 제6호, pp.492-535, 2007.
- [14] 장병희, 이양환, 김병선, 남상현, “심리적 변인 활용을 통한 영화흥행 예측의 정교화”, 한국언론학보, 제53권, 제4호, pp.346-371, 2009.
- [15] 장옥상, 한부용, “미국 극장용 CG애니메이션의 흥행 요인 분석: 인물, 상황, 이미지를 중심으로”, 한국만화애니메이션학회, pp.59-86, 2013.
- [16] 정완규, “애니메이션 영화의 흥행결정 요인에 관한 연구: 2003-2008년 개봉작품을 중심으로”, 만화애니메이션연구, 제16호, pp.21-32, 2009.
- [17] 한국콘텐츠진흥원, “2010 애니메이션 산업백서”, 한국콘텐츠진흥원 보고서, 2010.
- [18] 한국콘텐츠진흥원 “2012 해외콘텐츠시장 동향조사”, 한국콘텐츠진흥원 보고서, 2012.
- [19] S. Basuroy, S. Chatterjee, and S. A. Ravid, “How critical are critical reviews?: The box office effects of film critics, star power, and budget,” Journal of Marketing, Vol.67, No.4, pp.103-117, 2003.
- [20] B. Chang and E. Ki, “Devising a practical model for predicting theatrical movie success,” Journal of Media Economics, Vol.18, No.4, pp.247-269, 2005.
- [21] V. Ginsbergh and S. Weyers, “On Perceived quality of movies,” Journal of Cultural Economics, No.23, pp.269-283, 1999.
- [22] B. Litman and H. Ahn, “Predicting financial success of motion pictures: The '90s experience. The Motion Picture Mega-Industry,” MA: Allyn & Bacon, pp.172-197, 1998.
- [23] PWC, Global Entertainment & Media Outlook 2012-2016, 2012(6).
- [24] Screen Digest 2013년 1월 23일자.

저 자 소 개

금 현 수(Hyun Soo Kuem)

정회원



- 2007년 2월 : 극동대 광고홍보학과(문학사)
- 2011년 2월 : 한양대 신문방송학과(문학석사)
- 2011년 9월 ~ 현재 : 한양대 신문방송학과 박사수료

<관심분야> : 미디어 효과, 미디어 의존, 온라인 저널리즘

박 수 경(Su Kyeong Park)

준회원



- 2012년 2월 : 창원대 신문방송학과(문학사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 한양대 신문방송학과 석사과정

<관심분야> : 미디어 산업

홍 선 영(Seon Yeong Hong)

준회원



- 2012년 2월 : 한양대 신문방송학과(문학사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 한양대 신문방송학과 석사과정

<관심분야> : 미디어 효과, 사이버커뮤니케이션, 뉴미디어

한 서 연(Seo Yeon Han)

준회원



- 2012년 2월 : 남서울대 광고홍보학과(경영학사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 한양대 신문방송학과 석사과정

<관심분야> : 사이버커뮤니케이션

전 범 수(Bum Soo Chon)

정회원



- 1991년 2월 : 한양대 신문방송학과(문학사)
- 1993년 2월 : 한양대 신문방송학과(문학석사)
- 2002년 2월 : 미국 뉴욕주립대(버팔로)(철학박사, 커뮤니케이션학)

▪ 2005년 3월 ~ 현재 : 한양대 언론정보대학 신방과 교수
<관심분야> : 미디어 산업, 미디어 경영, 미디어 정책