

# 애니메이션이 어린이 · 청소년층에 미치는 사회 · 문화적 영향 분석

2011

상명대학교 산학협력단



# 제 출 문

## 한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 「애니메이션이 어린이·청소년층에 미치는 사회·문화적 영향 분석」 연구의 최종보고서로 제출합니다.

2011년

상명대학교 산학협력단

단장 백 두 중

### 연구진

책임연구원 : 양 현 미 (상명대 문화예술경영학과 교수)

공동연구원 : 김 세 훈 (상명대 문화예술경영학과 교수)

민 현 준 (서울대학교 강사)

한 상 정 (한국예술종합학교 강사)

박 영 일 (한국콘텐츠진흥원 수석연구원)

보조연구원 : 안 승 기 (상명대 문화예술경영학과 석사과정)

심 창 훈 (홍익대학교 지식재산대학원 석사과정)

연구 조 원 : 진 시 윤 (상명대 문화예술경영학과 학부생)





# 목 차

<b>제1장 서 론</b> .....	<b>3</b>
1. 연구배경 및 목적 .....	3
2. 연구내용 .....	4
3. 연구방법 .....	6
<b>제2장 사회·문화적 영향의 관점과 범위</b> .....	<b>9</b>
1. 아동발달 연구 .....	9
1) 아동발달의 정의 .....	9
2) 아동발달의 주요 연구 .....	10
2. 예술효과 연구 .....	14
1) 예술효과 연구의 흐름 .....	14
2) 예술효과 정의 .....	15
3) 조슈아 게츠코브(Joshua Guetzkow, 2002)의 예술 효과 연구 .....	16
3. 애니메이션 영향 연구에의 적용 .....	18
<b>제3장 애니메이션 산업 및 정책 현황</b> .....	<b>23</b>
1. 국내 애니메이션 산업 및 정책 .....	23
1) 산업 .....	23
2) 정책 .....	32
2. 미국 애니메이션 산업 및 정책 .....	36
1) 산업 .....	36
2) 정책 .....	38
3. 프랑스 애니메이션 산업 및 정책 .....	42
1) 산업 .....	42
2) 정책 .....	51

4. 일본 애니메이션 산업 및 정책 .....	60
1) 산업 .....	60
2) 정책 .....	80
<b>제4장 애니메이션의 사회·문화적 영향에 관한 연구 분석 .....</b>	<b>89</b>
1. 국내 애니메이션 영향 연구 .....	89
1) 문화적 영향 - 교육적 효과 .....	89
2) 문화적 영향 - 정서적 효과 .....	94
3) 사회적 영향 - 사회적 효과 .....	97
2. 미국의 애니메이션 영향 연구 .....	99
1) 연구개관 .....	99
2) 문화적 영향 - 교육적 효과 .....	100
3) 사회적 영향 - 사회적 효과 .....	103
3. 프랑스의 애니메이션 영향 연구 .....	104
1) 문화적 영향 - 정서적 효과 .....	105
2) 사회적 영향 - 사회적 효과 .....	106
3) 기타 - 애니메이션 시청시 부모의 태도와 역할 중요성 .....	107
4. 일본의 애니메이션 영향 연구 .....	108
1) 연구 개관 .....	108
2) 문화적 영향 - 교육적 효과 .....	112
3) 문화적 영향 - 정서적 효과 .....	115
4) 사회적 영향 - 사회적 효과 .....	115
5. 분석 및 시사점 .....	116
1) 국가별 연구의 공통점과 차이점 분석 .....	116
2) 국가별 연구의 결론 분석 .....	117
3) 시사점 .....	118
<b>제5장 애니메이션의 사회·문화적 영향 사례 분석 .....</b>	<b>123</b>
1. 조사개요 .....	123
2. 국산 애니메이션 .....	124
1) 1960-70년대 .....	124

2) 1980-90년대 .....	126
3) 2000년대 .....	129
4) 2010년대 .....	135
<b>3. 해외 애니메이션 효과 .....</b>	<b>141</b>
1) 일본 애니메이션 .....	141
2) 미국·영국 애니메이션 .....	146
<b>4. 결론 및 시사점 .....</b>	<b>151</b>
<b>제6장 애니메이션이 어린이·청소년에게 미치는 사회·문화적 영향 조사 .....</b>	<b>155</b>
<b>1. 조사개요 .....</b>	<b>155</b>
1) 학부모 조사 .....	155
2) 어린이 조사 .....	157
<b>2. 어린이·청소년 애니메이션 이용실태 .....</b>	<b>161</b>
1) 자녀들의 애니메이션 시청실태 .....	161
2) 애니메이션 선정 기준 등 .....	172
3) 애니메이션에 대한 평가 .....	176
<b>3. 애니메이션이 어린이·청소년에 미치는 사회문화적 영향 .....</b>	<b>182</b>
1) 학습에 미친 효과 인식 .....	183
2) 정서에 미친 효과 인식 .....	186
3) 대인관계에 미친 효과 인식 .....	188
<b>4. 분석 및 시사점 .....</b>	<b>191</b>
1) 어린이들의 애니메이션 시청 실태 .....	191
2) 국내외 애니메이션에 대한 평가 .....	193
3) 애니메이션의 사회·문화적 영향 .....	195
4) 애니메이션의 사회문화적 효과 평가에 영향을 미치는 요인 .....	198
<b>제7장 결론 및 정책적 시사점 .....</b>	<b>207</b>
<b>1. 연구결과 요약 .....</b>	<b>207</b>
1) 국가별 연구 분석결과 .....	207
2) 국내외 애니메이션 사례조사 결과 .....	210
3) 어린이, 학부모 설문조사 결과 .....	211

2. 정책적 시사점 .....	213
1) 애니메이션 제작에 대한 시사점 .....	213
2) 애니메이션 소비에 대한 시사점 .....	213
3) 애니메이션 정책에 대한 시사점 .....	214
참고문헌 .....	217
[부록1] 애니메이션에 대한 학부모 인식조사 설문지 .....	225
[부록2] 애니메이션에 대한 어린이 인식조사 설문지 .....	233



# 표 목 차

〈표 1〉 어린이·청소년의 법적 정의	5
〈표 2〉 예술의 효과	16
〈표 3〉 아동발달 이론의 문화적·사회적 효과	19
〈표 4〉 Joshua Guetzkow(2002)의 개인에 대한 예술의 효과	19
〈표 5〉 애니메이션에 대한 사회·문화적 영향 분석틀	20
〈표 6〉 애니메이션 산업 총괄	24
〈표 7〉 애니메이션콘텐츠 제작관련 지출 현황	24
〈표 8〉 애니메이션산업 소분류별 종사자 현황	25
〈표 9〉 애니메이션 관람빈	28
〈표 10〉 즐겨보는 애니메이션 장르 성별/연령별 1순위	29
〈표11〉 선호하는 애니메이션 작품(만9세 이하) 복수응답	30
〈표 12〉 연도별 애니메이션 지원 현황	34
〈표 13〉 미국 디지털 애니메이션 연도별 수익과 시장점유율 (2009 - 2011 현재)	37
〈표 14〉 극장을 거치지 않은 애니메이션의 DVD 판매	38
〈표 15〉 연간 방송용 애니메이션 제작시간	42
〈표 16〉 방송용 애니메이션의 재원	43
〈표 17〉 프랑스 극장용 애니메이션 제작편수 및 전체 필름 중 비율	44
〈표 18〉 무료공중파를 통한 방송 시간	45
〈표 19〉 공중파 채널별 오전 8시 반 이전에 방송되는 애니메이션 시간	46
〈표 20〉 공중파 채널별 방송 애니메이션의 국적	46
〈표 21〉 극장에서 개봉된 장편애니메이션 숫자	47
〈표 22〉 극장개봉작의 카피본 숫자	48
〈표 23〉 공중파방송의 제공비율과 소비비율	49
〈표 24〉 극장관객	51
〈표 25〉 애니메이션 방송프로그램에 대한 지원	55
〈표 26〉 일본 콘텐츠 분류	60
〈표 27〉 2차 제작 분류	69
〈표 28〉 설문조사 대상	156
〈표 30〉 학부모와 어린이 대상 조사항목 비교	159



## 그림 목 차

〈그림 1〉 조절의 과정 .....	12
〈그림 2〉 상징성의 인지 과정 .....	12
〈그림 3〉 사회영역의 학습과정 .....	13
〈그림 4〉 평가의 스펙트럼 .....	15
〈그림 5〉 2009년 국내 및 해외 애니메이션 총 방영시간 .....	26
〈그림 6〉 2009년 애니메이션 전문채널의 애니메이션 방영시간 .....	26
〈그림 7〉 2008년 케이블/위성 애니메이션 전문채널의 국내 및 해외 애니메이션 방영현황 .....	27
〈그림 8〉 즐겨보는 애니메이션 장르 1순위 .....	29
〈그림 9〉 선호하는 애니메이션 작품(만 9세 이하)(1순위) .....	30
〈그림 10〉 선호하는 애니메이션 작품(만 10세~49세)(복수응답) .....	31
〈그림 11〉 방송용 애니메이션의 자원 .....	43
〈그림 12〉 공중파 애니메이션 방송시간 채널별 비율 .....	45
〈그림 13〉 극장에서 개봉된 장편애니메이션의 국가별 비율 .....	47
〈그림 14〉 2009년 나이별, 장르별 공중파 애니메이션 방송 소비현황 (5살이상) .....	50
〈그림 15〉 2009년 나이별, 장르별 공중파 애니메이션 방송 소비현황 (5살-11살) .....	50
〈그림 16〉 일본 콘텐츠 산업의 시장규모 2010(콘텐츠별/매체별) .....	61
〈그림 17〉 일본 애니메이션 시장 규모 추이 .....	62
〈그림 18〉 일본 애니메이션 산업 구조 .....	63
〈그림 19〉 TV 애니메이션 방영 편수 (1963-2010년) .....	64
〈그림 20〉 극장용 애니메이션 제작편수 및 흥행실적 (2000-2010년) .....	65
〈그림 21〉 일본 애니메이션 제작회사의 전국 분포도 .....	66
〈그림 22〉 일본 동화협회 애니메이션 해외 판매 동향 .....	67
〈그림 23〉 제작위원회 방식의 흐름도 일례 .....	68
〈그림 24〉 애니메이션 비디오소프트 출하금액 추이 .....	71
〈그림 25〉 일본 동화협회 온라인 배신 실적 .....	72
〈그림 26〉 애니메이션 업계 매출고 추이 .....	73
〈그림 27〉 2002~2009년 일본 동화협회 매상금액 앙케이트 조사결과 .....	74

〈그림 28〉 텔레비전 애니메이션 시청빈도 .....	75
〈그림 29〉 시청태도 .....	76
〈그림 30〉 애니메이션 시청 장르 순위 .....	77
〈그림 31〉 TV 방송 작품 방영시간대별 편수(2010) .....	78
〈그림 32〉 어린이 텔레비전/비디오 평균시청 시간 .....	110
〈그림 33〉 좋아하는 텔레비전 프로그램 (복수회답) .....	110
〈그림 34〉 어린이가 텔레비전을 자주 시청하는 시간대는? .....	111
〈그림 35〉 내용에 따라서는 어린이의 지능교육에 효과가 있다고 생각하십니까? .....	114
〈그림 36〉 텔레비전 시청에 대한 부모의 불안감 .....	114



제1장

서 론



# 제1장 서론

## 1. 연구배경 및 목적

### □ 애니메이션은 고부가가치산업

- 애니메이션은 TV 방송, 극장 영화, DVD 등 영상물 외에 캐릭터, 출판, 게임 등에서 전시, 공연, 테마파크 등 광범위한 영역까지 OSMU가 가능한 산업
- 애니메이션은 어린이, 청소년, 가족을 대상으로 하면서도 한 나라의 문화를 대변하면서 전 세계가 공유할 수 있는 보편적 문화요소를 창출하는 산업

### □ 국산 애니메이션, 사회적 편견으로 성장 한계

- 국내에 소비되는 애니메이션 중 일부 수입 애니메이션(일본 등)에서 나타나는 폭력성과 선정성 등이 전체 애니메이션의 문제로 인식됨
- 국내 학부모들 다수는 애니메이션이 학업 성적의 하락을 초래하는 등 부정적인 영향을 미친다는 막연한 이유로 자녀들의 애니메이션 시청을 제한함
- 이러한 사회적 편견은 애니메이션 소비를 축소하여 주요 유통채널인 지상파 등 방송매체에 서 국산 애니메이션을 어린이·청소년층이 시청하기 어려운 시간대에 편성하는 결과를 초래
- 이는 다시 애니메이션의 인지도 하락과 내수 소비의 축소라는 반복적 악순환 구조로 나타나 산업 성장의 한계를 노정
- 결국 산업 활성화를 위해서는 애니메이션에 대한 편견을 극복함으로써 국산 애니메이션에 대한 소비를 진작시키기 위한 대안 마련이 필요함

□ 애니메이션에 대한 올바른 인식 조성 필요 : 부정에서 긍정으로

- 그에 따라 부정적인 사회적 편견에 변화를 줄 수 있는 애니메이션의 긍정적 영향에 대한 체계적인 연구가 필요함
- 이를 통해 학부모와 주요 소비계층인 어린이·청소년에게 애니메이션에 대한 올바른 인식을 조성하고, 애니메이션 소비자 및 생산자, 나아가 정책 관계자에게 애니메이션의 장점을 효과적으로 설명할 수 있는 지침을 보급하고자 함

□ 연구 목적

- 애니메이션에 대한 긍정적인 영향에 대한 연구를 통해 기존 애니메이션의 사회적 편견 대신 올바른 애니메이션에 대한 영향을 증명함으로써 소비자들의 올바른 소비행태를 유도하고, 국산 애니메이션 산업의 새로운 도약기를 만드는 것이 본 연구의 주된 목적임

## 2. 연구내용

□ 연구범위

- 조사대상인 어린이·청소년은 법률적으로 다양한 연령대를 의미하므로 연구범위를 구체적으로 확정하는 것이 필요
- 어린이를 표시하는 법적 용어로 유아, 아동, 영유아 등이 있음
  - 유아교육법에 따르면, 유아는 만3세부터 초등학교 취학 전까지를 의미함
  - 아동복지법에 따르면, 아동은 만18세 미만의 자로 규정됨
  - 영유아보육법에 따르면, 영유아는 만6세 미만의 취학전 아동을 말함
  - 초중등교육법에 따르면, 초등학생은 만6세 이상 12세미만을 말함
- 청소년은 청소년기본법에서 만9세 이상 24세 이하로 정하고 있음
- 따라서 어린이·청소년은 법적으로는 24세 이하를 말함

### <표 1> 어린이·청소년의 법적 정의

구분	법적 근거	연령대	관련 기관
유아	유아교육법	만 3세부터 초등학교 취학전	유치원
영유아	영유아보육법	6세 미만의 취학 전 아동	보육시설
초등학생	초중등교육법	6세 이상 12세 미만	초등학교
아동	아동복지법	18세 미만의 자	아동복지시설
청소년	청소년기본법	9세 이상 24세 이하	청소년시설

- 그러나 본 연구에서 어린이·청소년은 국산 애니메이션의 주 소비층인 만6세 미만의 취학전 아동과 취학연령인 만6세 이상 12세 미만의 초등학생, 그리고 중고등학생을 주 대상으로 하고자 함
  - 단, 소비자조사의 경우 사회·문화적 발달과 영향에 보다 민감한 만6세 미만의 취학전 아동과 초등학생, 그리고 그 학부모를 대상으로 하고자 함

#### □ 연구내용

- 애니메이션의 사회·문화적 영향의 관점과 범위 정의
  - 아동발달 이론과 예술의 사회·문화적 효과성 측면
- 국가별 애니메이션 산업 및 정책 현황
  - 한국, 미국, 프랑스, 일본의 정책사례
- 애니메이션의 사회·문화적 영향에 관한 기존 연구와 이론 분석
  - 한국, 미국, 프랑스, 일본의 연구사례
- 애니메이션이 어린이·청소년에 미치는 사회문화적 영향 사례조사
  - 국내외 애니메이션 사례 분석
- 학부모와 어린이(유아, 초등학생)에 대한 설문조사
- 시사점 및 정책 제언

### 3. 연구방법

#### □ 문헌 연구

- 애니메이션의 사회·문화적 영향에 대한 기존 연구, 국내외 기사 검색
- 국내·외 아동발달 이론에 대한 연구, 청소년의 사회성에 관련된 국내외 연구

#### □ 사례 연구

- 조사대상 : 한국, 미국, 프랑스, 일본 (4개국)
- 조사내용
  - 국가별 애니메이션 산업 및 정책 현황
  - 국가별 애니메이션의 사회·문화적 영향 연구

#### □ 전문가 자문

- 조사대상 : 어린이·청소년 애니메이션 관련 전문가
- 조사내용
  - 어린이·청소년층의 애니메이션 시청과 문화수용
  - 어린이·청소년 보호 프로그램 및 관련 법제도
  - 어린이·청소년용 국산 애니메이션 산업 지원방안 등

#### □ 소비자 조사<sup>1)</sup>

- 조사대상 : 만3세-12세 자녀를 둔 학부모와 유아, 초등학생
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 웹조사 및 방문조사
- 조사내용
  - 애니메이션 이용실태
  - 애니메이션이 어린이·청소년에 미치는 사회·문화적 영향 인식

---

1) 연구와 별도로 전문 리서치 기관을 통해 실시하되 조사설계는 연구진에서 담당하고 연구 결과 반영

## 제2장

### 사회·문화적 영향의 관점과 범위



## 제2장 사회·문화적 영향의 관점과 범위

### 1. 아동발달 연구

- 아동발달 연구는 애니메이션이 개인이나 사회에 미치는 다양한 영향을 교육과 정서, 사회적 측면으로 규명하는 연구 중 하나라고 할 수 있음
- 교육과 문화의 측면에서 애니메이션이라는 콘텐츠가 어린이에게 영향을 미치기 위해서는 학습효과가 발생해야 하는데, 이를 아동발달의 단계를 통해 과학적으로 검증할 수 있음

#### 1) 아동발달의 정의

##### □ 아동발달의 정의와 단계

- 버저(Berger, 2000)는 아동의 발달을 아동이 변화하고 또는 일정기간 동안 동일한 상태로 머무르는 방식과 그 이유로 설명
  - 아동의 발달은 타고난 기질(유전적 요인)과 양육환경(환경적 요인)에 의해 영향을 받게 되며, 연속성(계속적인 과정)과 불연속성(별개의 독특한 단계) 모두의 과정을 통해 나타난다고 함
- 아동발달의 6단계<sup>2)</sup>
  - 아동발달은 어린이의 연관된 영역에서 성장과 변화를 보는 과정. 아동전문가들은 보통 아동 발달을 대운동, 미세운동, 언어, 인지, 사회, 자조의 6단계로 구분하며, 이중 언어, 인지, 사회 단계들은 아동의 사회·문화적 영향과 관련되어 있는 단계로 인식되고 있음

##### □ 아동의 능력

- 말과 언어능력
  - 의사소통을 배우는 것은 유아기에 있어서 가장 괄목할 만한 습득내용

---

2) 뇌성마비 아동의 이해 중 물리치료, 작업치료 및 언어치료/ 제리 슈말즈 블랙크린

- 언어발달은 보통 두 단계 즉, ‘수용언어’와 ‘표현언어’의 발달로 나뉘지는데, ‘수용언어’는 단어와 몸동작, 상징 등을 이해하고 기억하는 능력이며, ‘표현언어’는 단어, 몸동작 및 사용된 상징 등을 의사소통을 위해 사용하는 능력임
- 영아기의 아동은 일반적으로 ‘표현언어’보다 ‘수용언어’가 먼저 발달하고, 말하기 전에 먼저 의사소통을 위해서는 입술, 혀, 이빨, 볼, 구개 등의 조화된 움직임이 필요하기 때문에 아동은 아는 것을 말할 수 있기 전에 언어에 대한 방대한 이해가 필요함

### ○ 인지능력

- 인지는 ‘생각하고 이미지를 생성하거나 경험과 물체들에 대한 생각들을 합리적으로 생각하고 문제를 해결할 수 있는 능력’을 말함
- 전형적인 인지에 대한 개념들은 물체행위, 원인과 결과 관계, 수단과 결말의 개념 등을 포함하며, 이런 개념들에 대한 실례로, 시야에 보이지 않는 목적을 찾고(물체행위), 차를 움직이기 위해 버튼을 누르고(원인과 결과), 그리고 장난감을 얻기 위해 막대기를 뽑는 것(수단과 결말) 등을 들 수 있음

### ○ 사회적 기술

- 사회적 기술은 아동들에게 또래 사이의 관계를 정립하게 함
- 사회적 기술은 사랑과 접촉, 방어 그리고 의사소통 등에 의해 감정적인 연결들로부터 발전하게 됨
- 부모와 아동 사이에 성립된 소속감, 신뢰 그리고 사랑은 영유아기의 아동들에게 관계들을 성립할 수 있게끔 도와줌
- 영아는 초기에 부모와 떨어질 수 없지만 사람들과의 차이를 배우면서 자신만의 인격이 나타나게 되고, 사회적인 기술이 발달함에 따라 행동함에 있어 옳고 그름을 배우게 되며, 사회 생활의 규칙 등을 경험하고 배우게 됨

## 2) 아동발달의 주요 연구

### □ 언어발달 이론

- 레브 세마노비치 비고츠키는 사고는 어린이의 세계를 형성하는 사회 역사적 ‘가정 (Assumption)’들에 의해 결정된다고 주장하며 사고와 언어발달 간의 관계를 주장

- 의사소통을 배우는 것은 아마도 유아기에 가장 괄목할 만한 습득이며 또한 제일 중요한 것 중에 하나일 것. 언어발달은 보통 ‘수용언어’와 ‘표현언어’의 발달로 나누어짐
- 수용언어(언어이해)
  - 아동이 말의 뜻을 알아듣는데 어려움이 있을 때 언어이해력에 문제가 있다고 하며, 여기에는 단어를 정확히 이해하지 못하는 경우와 문장전체를 이해하지 못하는 경우가 있음
  - 언어발달은 언어이해력이 먼저 발달되고 이해된 말을 적절히 표현하는 표현언어가 발달되기 때문에 언어를 이해하는 데 문제가 있는 아동은 표현력에도 어려움이 나타남
- 표현언어
  - 표현언어는 발음기관(예: 혀, 입술, 성대, 입천장, 턱 등)을 통해서 의사를 표현하는 것을 의미함
  - 표현언어에 문제를 보이는 경우의 아동들에게 나타나는 공통적인 부분은 또래 아동보다 적은 단어로 이야기하거나, 심한 경우에는 전혀 말을 못하거나 몸짓만을 사용하기도 함

#### □ 인지발달 이론

- 인지능력은 앞서 언급된 것과 같이 ‘생각하고 이미지를 생성하거나 경험과 물체들에 대한 생각들을 합리적으로 생각하고 문제를 해결할 수 있는 능력’을 말함
- 피아제(Piaget)는 ‘아동의 사고는 동화와 조절의 두 가지 과정을 통해서 발달해 나간다’고 주장

— 한 아이가 엄마와 길을 가다가 자전거를 보았다. 아이는 엄마에게 “엄마, 저게 뭐야?”라고 물었다. 엄마는 “응, 자전거란다”라고 대답해주었다. 아이는 ‘바퀴가 두 개이고, 그 위에 사람이 타고 가는 것은 자전거다’라고 생각하게 되었다.

이것이 바로 자전거라는 새로운 개념이 형성된 것이다.

- 다음날, 그 아이는 엄마와 함께 버스를 타고 가다가 오토바이가 지나가는 것을 보았다. 아이는 바퀴가 두 개이고 그 위에 사람이 타고 있는 것을 보고 “야! 자전거다”라고 소리쳤다. 이것이 바로 동화이다.

- 즉, 자신이 가지고 있는 자전거라는 사고의 틀에 받아들인 것이다. 하지만 엄마가 오토바이라고 가르쳐 주면 아이는 혼란에 빠지게 된다. 하지만 곧 ‘바퀴가 두 개이고 사람이 직접 페달을 밟으면 자전거이고, 혼자서 그냥 달려가면 오토바이구나’라고 정리하게 된다.

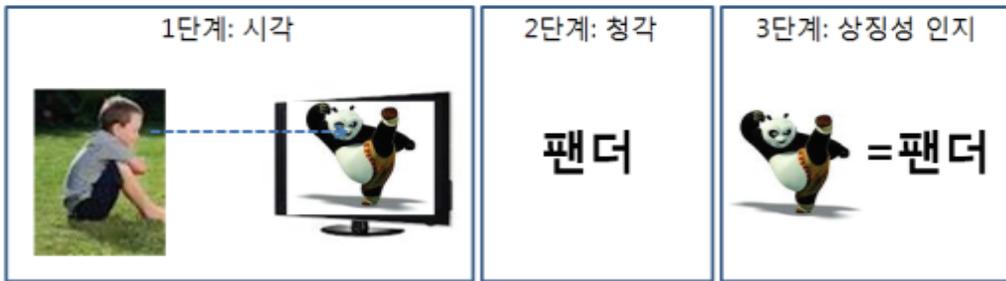
- 이처럼 기존에 자신이 가지고 있던 생각이 바뀌는 것을 조절이라고 한다.

<그림 1> 조절의 과정



- 피아제의 인지발달이론에 따르면 아동의 인지 발달은 전조작기(2~7세), 구체적 조작기(6,7~11, 12세), 형식적 조작기(11, 12세 이후)의 3단계로 구분됨
  - ‘전조작기’에서 아동은 언어, 그림, 가상놀이를 통해 상징성을 인지. 애니메이션은 ‘전조작기’의 아동이 상징성을 인지하게 되는 요소를 모두 포함하고 있으며, 단순 반복되는 간단한 언어와 화려한 색채의 단순한 이미지 그리고, 캐릭터들이 보여주는 다양한 가상놀이들이 그것임

<그림 2> 상징성의 인지 과정



- ‘구체적 조작기’에서는 애니메이션 캐릭터들이 보여주는 사회적 경험과 다양한 문제 해결의 모습을 간접 경험하며 타인과의 상호작용 과정에서 자신의 사고가 모순되었다든지 혹은 한 차원만 보고 다른 차원을 고려하지 못했다는 것을 발견하게 됨
- 이처럼 애니메이션 캐릭터의 문제 해결과정을 통한 간접 경험은 아동의 자기중심성을 감소시켜 아동의 사고 과정의 폭을 넓혀줌

□ 심리·사회발달 이론

- 정신분석학자로서 프로이드와 함께 아동발달에 지대한 영향을 끼친 학자 에릭슨은 아동

발달을 내적 본능과 사회, 문화적 요구가 서로 상호작용한 결과로 보았으며, 특히 자아를 중시

- 인간의 발달을 8단계로 나누고 각 단계별로 극복해야 할 심리사회적 위기와 발달 과업을 제시
- '신뢰감 대 불신감'처럼 영아기 때 심리사회적 위기를 잘 극복하면 신뢰감을, 그렇지 못하면 불신감을 얻게 된다는 식으로 에릭슨은 발달 과업의 성취여부를 양극의 개념으로 설명

○ 네덜란드의 심리학자 '비더스호벤(Guy Widdershoven)'은 인간과학에서 모델이나 메타포가 중요한 구실을 한다고 봄

- 인간발달 연구의 세 가지 모델, 즉 기계론모델, 유기체모델, 들려주기 모델 중에서 애니메이션을 통한 사회성 발달 교육을 위해서는 세 번째 들려주기 모델에 주목할 필요가 있음. 이는 다른 모델들과는 달리 이야기와 그 이야기의 해석이라는 상호작용에 의한 인간 발달 모델이라는 점 때문

○ 예로부터 이야기는 아동들의 감성 및 인성, 사회성 발달 교육에 활용되어 옴

- 할머니의 옛날이야기로부터 그림책이나 동화책 등은 아동의 정서함양에 도움이 되었다는 것을 부정할 수는 없으며, 들려주기 모델이 사회적 적응능력, 개인정서 조절능력, 대인관계 형성능력 증진에 효과적이었음은 실제 사례를 통해서 확인할 수 있음
- 애니메이션은 그림책이나 동화책을 보다 연속적인 장면으로 재생하는 방식만 다를 뿐 들려주기 모델을 그대로 사용
- 아동에게 세상에서 놀이의 공간을 제공하고, 상상놀이로 가는 길과 그 관문을 제공하고, 놀이를 위한 상상의 친구를 제공하기 때문에 자신만의 또 다른 사회를 만들어 간접적인 사회 적응훈련을 할 수 있도록 도와주기 때문

<그림 3> 사회영역의 학습과정



## 2. 예술효과 연구

### 1) 예술효과 연구의 흐름

#### □ 애니메이션에 대한 사회·문화적 영향 연구는 예술효과 연구의 일종

- 애니메이션에 대한 사회문화적 영향 연구는 크게 보면 예술효과 연구의 일종이라고 할 수 있음
  - 예술효과 연구는 예술이 개인이나 사회에 미치는 다양한 영향을 규명하는 연구라고 정의할 수 있음
  
- 예술효과 연구(Arts Impact Studies)의 효시
  - 서구에서 예술효과 연구의 효시는 그리스 시대 아리스토텔레스로, 그는 <시학>에서 비극을 보며 관객이 느끼는 감정을 카타르시스(katharsis)라 하였음
  - 카타르시스는 본래 의학적 용어로 몸이 나쁜 것을 배출하는 것을 의미하는데 이를 비극을 본 후 관객에게 일어나는 심리적 작용에 적용하였음
  - 아리스토텔레스는 이러한 카타르시스가 관객을 정화시킴으로써 그리스 사회를 도덕적으로 강화하는데 도움을 준다고 보았음
  - 이 연구는 예술의 심리적, 사회적 영향을 규명한 최초의 연구로서 오늘날에도 많은 연구가 이루어지고 있음

#### □ 현대의 예술효과 연구는 예술지원의 정당성 규명이 주 목적

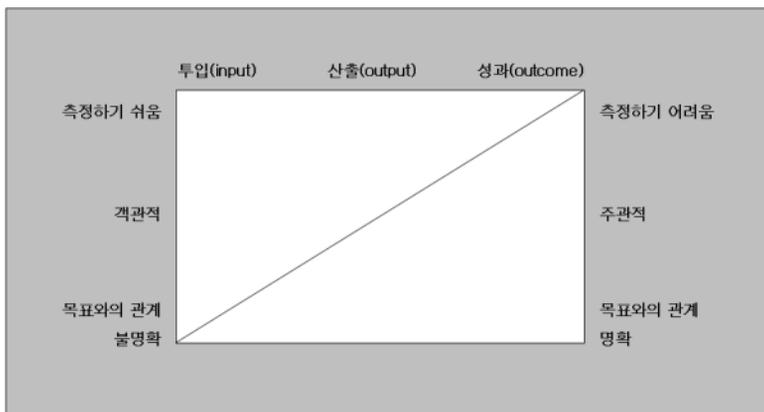
- 현대의 예술효과연구
  - 현대의 예술 효과 연구는 정부가 왜 예술을 지원해야 하는지 규명하기 위한 목적에서 이루어지고 있음
  
- 1980년대 이전에는 예술의 내재적 가치에 대한 논의 중심
  - 예술에 대한 지원은 미적 정당성과 문화의 내재적, 교화적 가치(civilizing values)에 근거
  - 예술의 내재적 가치는 공공정책에서 여전히 타당성을 가지나, 그것만으로는 예술에 필요한 자원을 충분히 확보하기 어려운 상황 도래
  
- 1980년대 이후부터 예술의 경제적, 사회적 가치를 실증적으로 규명하기 위한 예술 효과 연구 확대

- 예술이 경제에 미치는 효과에 대한 연구가 먼저 발전
- 최근 들어 예술이 자부심을 주며, 창의적인 사회를 만드는데 기여한다는 것을 입증하기 위한 사회적 효과 연구 확대
- 예술 효과 연구가 확대되고 있으나 체계적으로 효과를 증명할 수 있는 방법론과 데이터 부족으로 아직은 취약한 단계

## 2) 예술효과의 정의

- 랜드래펠(Landry et al, 1993)은 효과(impact)와 중요성(importance)을 구분
  - 중요성은 특수한 문제, 현상, 자원, 활동의 성격을 질적 또는 양적으로 기술함으로써 측정될 수 있는 정적 개념
  - 효과는 원인과 결과의 관계를 전제하는 역동적 개념이며 정책을 구성하는 특수한 행위들의 성과를 평가함으로써 측정될 수 있음
  - 따라서 효과와 중요성은 서로 다른 방법론을 필요로 함
- 링가야델(Lingayah et al, 1996)는 효과를 성과(outcome)로 정의
  - 예술활동의 수행과정은 투입, 산출, 성과로 구분됨
  - <그림 4> 평가의 스펙트럼을 보면, 왼쪽으로 갈수록 객관적이고 측정하기 쉬우나, 오른쪽으로 갈수록 주관적이고 측정하기 어려움
  - 예술의 효과는 예술활동의 목적에 비해 성과가 얼마나 달성되었는지 비교함으로써 측정될 수 있다고 봄

<그림 4> 평가의 스펙트럼



※ 출처: Michelle Reeves (2002), Measuring Economic and Social Impact of the Arts: a review

- 마타라소(Matarasso, 1999)는 효과를 산출(output)과 성과(outcome)의 합으로 정의
  - 예술활동의 총체적 성격과 결과의 지속가능성을 고려할 때 결과만으로는 예술의 효과를 측정하는 것이 어렵다고 판단
  - 효과는 산출과 성과의 합이자 결과의 전반적 분석이라고 봄
  - 사업완료 시점에서 측정되는 성과 외에도 프로젝트의 효과는 후속 이벤트가 전개됨에 따라 시간을 두고 변화할 수 있기 때문임
  
- 위의 논의를 종합하면, 예술의 효과는 다음과 같이 정의할 수 있음
  - 원인과 결과의 관계를 전제하는 역동적 개념으로서
  - 예술활동의 산출과 성과의 합, 즉 결과에 대한 전반적 분석

### 3) 조슈아 게츠크브(Joshua Guetzkow, 2002)의 예술 효과 연구

- 조슈아 게츠크브는 기존의 실증적 연구를 종합적으로 분석하여 개인과 사회에 대한 예술의 효과를 체계적으로 구분
  - 예술의 효과를 개인과 사회로 나누어 측정
  - 개인의 경우, 신체적 건강 효과, 인지적·심리적 효과, 대인관계 효과로 구분
  - 사회의 경우, 경제적 효과, 문화적 효과, 사회적 효과로 구분
  - 개인과 사회에 미치는 영향은 서로 조응하도록 되어 있음
  - 예술의 효과는 참여 정도에 따라 달라질 수 있다는 점을 감안하여 직접 예술 활동을 하는 경우, 관객으로서 참여하는 경우, 예술가나 예술단체기관이 지역사회에 존재하는 경우로 나누어 고찰

<표 2> 예술의 효과

구 분	개 인			사 회		
	신체적 건강 효과	인지적 심리적 효과	대인관계 효과	경제적 효과	문화적 효과	사회적 효과
직 접 참 여	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 건강을 증진시키는 대인관계 구축 및 자원봉사 촉진</li> <li>▶ 자기표현과 향유기회 증가</li> <li>▶ 청소년 범죄</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 개인의 효능감과 자아존중감 증가</li> <li>▶ 지역사회에 대한 개인의 소속감 증가</li> <li>▶ 인적자본-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 개인의 사회적 네트워크 형성 타인과의 협동 및 소통 능력 향상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 종업원에게 지불되는 임금</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 집단적 정체성과 효능감 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 사람들을 참여시키거나, 단체들을 서로 연계하거나, 참여자들에게 지역정부 및 비영리기관을</li> </ul>

구분	개 인			사 회		
	신체적 건강 효과	인지적 심리적 효과	대인관계 효과	경제적 효과	문화적 효과	사회적 효과
	감소	기술과 창조력 향상				조직하거나 협력하는 경험을 제공함으로써 사회적 자본 형성
관객 참여	▶향유기회 증가 ▶스트레스 감소	▶문화자본 증가 ▶시공간 추리력 향상(모차르트 효과) ▶학업성적 향상	▶타인에 대한 포용력 증가	▶사람들(특히 관광객/방문객)이 예술관람과 지역기업에 비용 지출 ▶이러한 예술 시설이나 기업이 지역에 지출함으로써 간접적으로 배가 효과를 낸	▶지역사회의 정체성과 자부심 형성 ▶다양성, 관용, 자유로운 표현 같은 긍정적인 공동체 규범 확산	▶이 기회가 아니면 서로 몰랐을 사람들이 함께 하게 됨
예술가 예술단체 및 기관의 존재	▶예술에 참여할 수 있는 개인의 기회 및 성향 증가			▶지역사회 구성원의 예술참여 성향 증가 ▶관광객, 기업, 사람들(특히 고숙련 노동자)과 투자자에게 지역 매력도 증가 ▶창조산업의 경제적 성장을 촉진하는 창조적 환경 조성 ▶경제부흥의 가능성이 더 높아짐	▶지역사회의 이미지와 위상 제고	▶이웃의 문화적 다양성 제고 ▶이웃의 범죄 및 비행 감소

※ 출처: Joshua Guetzkow (2002), How the Arts Impact Communities: an introduction to the literature on arts impact studies, Center for Arts and Cultural Policy Studies

### 3. 애니메이션 영향 연구에의 적용

- 어린이·청소년에 대한 애니메이션 영향에 관한 본 연구의 목적을 감안할 때 아동발달 이론과 조슈아 게츠코브의 예술 효과에 관한 연구를 본 연구의 분석틀로 활용하고자 함

#### □ 아동발달과 관계된 측면

- 아동발달 이론들을 통해 애니메이션이 어린이·청소년에게 미치는 영향 규명 가능
  - 하나는 교육도구로서의 기능을 통한 문화적 영향이고, 다른 하나는 사회 간접경험 제공의 도구로서의 기능을 통한 사회적 영향임

#### ○ 교육도구로서 애니메이션

- 엔터테인먼트적 요소를 포함하고 있는 시청각 교재로서의 기능을 통해 학습의 집중력을 높여줌
- 언어적 측면을 예로 들면, 단순한 어휘를 반복적 이미지와 함께 보여주면서 어린이와 청소년의 언어능력 습득에 도움을 줌
- 또한, 다양한 문제들을 혼자서 아닌 주변 캐릭터들과 해결해나가는 과정을 통해 자기중심적 사고에서 자신과 타인의 협력적 사고를 학습할 수 있음

#### ○ 사회 간접경험의 도구로서 애니메이션

- 육체적·정신적 미성숙으로 인하여 직접경험이 부족한 어린이와 청소년 계층에게 캐릭터를 통해 다양한 간접경험의 기회를 제공하여 문화적·사회적으로 성숙해질 수 있도록 도움을 줌

- 결국, 애니메이션은 교육도구로 활용됨으로써 어린이·청소년들에게 인지 능력과 심리적 성숙의 향상에 영향을 미치는데, 이는 종합적으로 문화영역 전반에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 볼 수 있음. 또한 애니메이션은 다양한 사회 간접경험을 제공하여 대인관계에 대한 올바른 가치관을 수립하게 하여 사회의 구성원으로서 소속감과 타인의 존중 등 사회영역 전반에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 분석할 수 있음

**<표 3> 아동발달 이론의 문화적 · 사회적 효과**

구 분	개 인		
	언어/인지적 효과	정서/심리적 효과	대인관계/사회적 가치관
교육도구로서의 애니메이션	1. 언어능력 향상 - 어휘력 향상 - 외국어 습득력 향상 2. 인지능력의 향상 - 사고력 증진 - 문제해결 능력 향상	1. 문화적 동질감 증가 2. 창의성 및 표현기회 향상 3. 스트레스 감소 및 안정감 증가	-
간접경험 도구로서의 애니메이션	-	-	1. 또래 관계(사회적 네트워크) 형성 2. 사회 규칙 준수 등 3. 타인에 대한 존중
영향	문화적 영향		사회적 영향

예술이 개인에게 미치는 영향과 관계된 측면

○ 조슈아 게츠코브가 규명한 예술의 효과 중에서 개인에게 미치는 영향 적용 필요

**<표 4> Joshua Guetzkow(2002)의 개인에 대한 예술의 효과**

구 분	개 인		
	신체적 건강 효과	인지적 심리적 효과	대인관계 효과
직 접 참여	1. 건강을 증진시키는 대인 관계 구축 및 자원봉사 촉진 2. 자기표현과 향유기회 증가 3. 청소년 범죄감소	1. 개인의 효능감과 자아 존중감 증가 2. 지역사회에 소속감 증가 3. 인적자본 - 기술과 창조력 향상	1. 개인의 사회적 네트워크 형성 2. 타인과의 협동 및 소통 능력 향상
관 객 참여	1. 향유기회 증가 2. 스트레스 감소	1. 문화자본 증가 2. 시공간 추리력 향상 (모차르트 효과) 3. 학업성적 향상	1. 타인에 대한 포용력 증가
예술가 예술단체 및 기관의 존재	1. 예술에 참여할 수 있는 개인의 기회 및 성향 증가		

애니메이션의 사회·문화적 영향 분석틀

○ 아동발달과 예술이 어린이·청소년에게 미치는 영향의 공통 요소를 고려할 때, 본 연구의

분석틀로서 언어/인지적 효과, 심리/정서적 효과, 그리고 대인관계 효과로 구분할 수 있음

- 언어/인지적 효과와 심리/정서적 효과를 구분한 것은 전자는 주로 학업과 관련된 지적능력의 성장과 관련된 것인 반면, 심리/정서적 효과는 정서적 안정과 표현력과 관련된 것으로서 서로 구분됨
- 이렇게 볼 때, 어린이·청소년에 대한 애니메이션의 사회적 영향은 주로 대인관계 와 관련된 효과, 문화적 영향은 주로 언어/인지적, 심리/정서적 효과를 의미
- 따라서 본 연구에서는 애니메이션의 사회·문화적 영향을 다음과 같이 사용하고자 함
  - 사회적 영향은 애니메이션이 개인에게 미치는 대인관계 효과를 의미
  - 문화적 영향은 언어적 효과와 인지적 효과, 심리적 효과와 정서적 효과를 의미
  - 다만, 본 보고서에서는 언어적 효과와 인지적 효과, 심리적 효과와 정서적 효과라는 용어가 일반인에 대한 이해나 설문조사시 어려움이 있는 관계로, 언어/인지적 효과는 교육적 효과로 심리/정서적 효과는 정서적 효과로 사용하였음

**<표 5> 애니메이션에 대한 사회·문화적 영향 분석틀**

개 인		
문화적 영향		사회적 영향
언어/인지적 효과	심리/정서적 효과	대인관계 효과
교육적 효과	정서적 효과	사회적 효과
1. 언어능력 향상 - 어휘력 향상 - 외국어 습득력 향상 2. 인지능력의 향상 - 사고력 증진 - 문제해결 능력 향상	1. 효능감과 자아 존중감 증가 2. 지역과 사회에 관한 소속감과 문화적 동질감 증가 3. 스트레스 감소 및 안정감 증가 4. 창의성 및 표현기회 향상 5. 자기표현과 향유기회 증가	1. 또래 관계(사회적 네트워크) 형성 2. 타인과의 협동 및 소통능력 향상 3. 타인에 대한 포용력 증가 4. 사회규칙 준수 및 사회적 가치관 형성 등

# 제3장

## 애니메이션 산업 및 정책 현황



# 제3장 애니메이션 산업 및 정책 현황

## 1. 국내 애니메이션 산업 및 정책

### 1) 산업

#### □ 2009년 애니메이션 산업 현황

##### ○ 2009년 애니메이션 산업

- 매출액은 4,207억 원이며 부가가치는 1,761억 원으로 집계되었음
- 업체 수는 289개이며 종사자는 4,170명으로 조사되었음

##### ○ 애니메이션 산업이 고부가가치 산업으로 전환되고 있음

- 2005년도 애니메이션 산업과 대비하여 매출액은 2,338억 원에서 4,185억 원으로 약 1.8배 성장한 수치임
- 사업체는 약 200개에서 289개로 20.2% 증가
- 부가가치액 또한 422억 원에서 1,752억 원 성장한 것으로 그 성장세가 매우 가파름

#### □ 국내 창작애니메이션의 해외진출이 성장동력

##### ○ 이러한 성장의 주요 원인은 저단가의 OEM방식에서 국내 창작 애니메이션이 국내 또는 해외에서 인정받기 시작하면서부터임

- 애니메이션 제작업 1인당 평균 매출액은 8천 5백만원이며, 이중 애니메이션 창작제작업은 1억 5백만 원, 애니메이션 하청 제작업은 6천 5백만원으로 집계됨
- 애니메이션 창작제작업이 애니메이션 하청제작업보다 1인당 평균 매출액이 약 4천만원 더 높았음
- 또한 사업체당 매출액 또한 애니메이션 창작제작업이 애니메이션 하청제작업보다 약 1억 8백만원 더 높은 것으로 분석되었음

<표 6> 애니메이션 산업 총괄

구 분	업체수 (개)	종사자 (명)	매출액 (백만 원)	부가가치 (백만 원)	부가 가치율(%)	수출액 (천 달러)	수입액 (천 달러)
2005	200	3,580	233,855	42,214	18.10	78,429	5,458
2006	260	3,412	288,564	70,333	30.96	66,834	5,095
2007	283	3,847	311,166	122,506	39.37	72,770	8,148
2008	276	3,924	404,760	167,287	41.33	80,583	6,132
2009	289	4,170	418,570	175,213	41.86	89,651	7,397
전년대비 증감율	4.7	6.3	3.4	4.7	1.3	11.3	20.6
연평균 증감율	20.2	7.9	33.8	103.7	52.1	6.9	16.4

출처 : 애니메이션 산업백서 (2010)

### (1) 제작

#### □ 제작비

- 창작 애니메이션 작품 증가로 작품 제작비 및 연구개발비 증가
  - 2009년 애니메이션산업 콘텐츠제작 비용 가운데 가장 높은 비용은 ‘작품제작비용’으로 613억 원으로 2008년 대비 10.0% 증가
  - 전년 대비 증감률이 가장 높은 분야는 연구개발 분야로 38.1% 증가
  - 이는 국내 창작 작품의 증가에 기인한 것으로 이러한 현상은 지속될 전망

<표 7> 애니메이션콘텐츠 제작관련 지출 현황

(단위 : 백만 원)

연도	작품제작 비용	로열티 지출	마케팅·홍보	연구개발	교육훈련	기타	합계
2007	43,993	2,982	2,869	5,007	113	1,293	56,257
2008	55,784	3,559	4,939	5,157	145	3,051	72,635
2009	61,345	4,327	65,85	7,123	174	3,322	82,876
전년도 증감률(%)	10.0	21.6	33.3	38.1	20.0	8.9	14.1
연평균 증감율(%)	18.1	20.5	51.5	19.3	24.1	60.3	21.4

출처 : 애니메이션 산업백서 (2010)

□ 종사자

○ 애니메이션 창작제작에 가장 많이 종사

- 애니메이션 종사자 수가 가장 많은 분야는 애니메이션 창작 제작에 종사하는 2,025천명으로 전체의 48.6%를 차지함
- 애니메이션 종사자 전년대비 증감율을 보면 애니메이션 하청제작 종사자가 0.5% 줄어든 것으로 나타남
- 전년 대비 증감률이 가장 높은 분야는 애니메이션 유통 및 배급업으로 전년 대비 28.7% 늘어난 것으로 나타남

<표 8> 애니메이션산업 소분류별 종사자 현황

중분류	소분류	종사자(명)			비중	전년대비 증감율 (%)	연평균 증감율 (%)
		2007	2008	2009			
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	1,694	1,801	2,025	48.6	12.4	6.0
	애니메이션 하청제작	1,941	1,906	1,896	45.5	△0.5	△0.3
	온라인인터넷·모바일애니메이션 제작	39	39	41	1.0	5.1	2.5
	소 계	3,674	3,746	3,962	95.0	5.8	2.8
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	86	87	112	2.7	28.7	13.5
	소 계	86	87	112	2.7	28.7	13.5
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션서비스업 (인터넷, 모바일)	87	91	96	2.3	5.5	2.7
	소 계	87	91	96	2.3	5.5	2.7
애니메이션 총합계		3,847	3,924	4,170	100.0	6.3	3.1

출처 : 애니메이션 산업백서 (2010)

(2) 유통

□ 지상파 방송사

○ 지상파 방송사의 국내 애니메이션 방영시간은 약 41%

- 2009년 한 해 동안 지상파 5개 채널에서, 국내 애니메이션은 54,930분, 약 916시간으로 전체 애니메이션 방영시간의 40.97%를 차지함

- 해외 애니메이션의 총 방영시간은 79,135분, 약 1,319시간으로 전체 애니메이션 방영 시간의 59.03%를 차지함
- 전년 대비 방영시간은 전체적으로 증가하였으며 특히 국내 애니메이션 방영시간이 49,470분에서 54,930시간으로 증가하였음

<그림 5> 2009년 국내 및 해외 애니메이션 총 방영시간

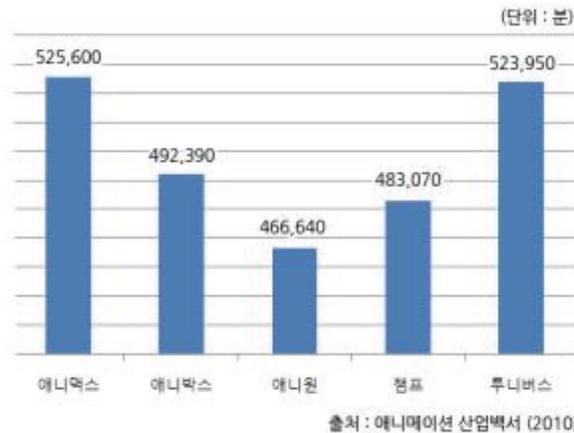


□ 전문채널(케이블/위성)

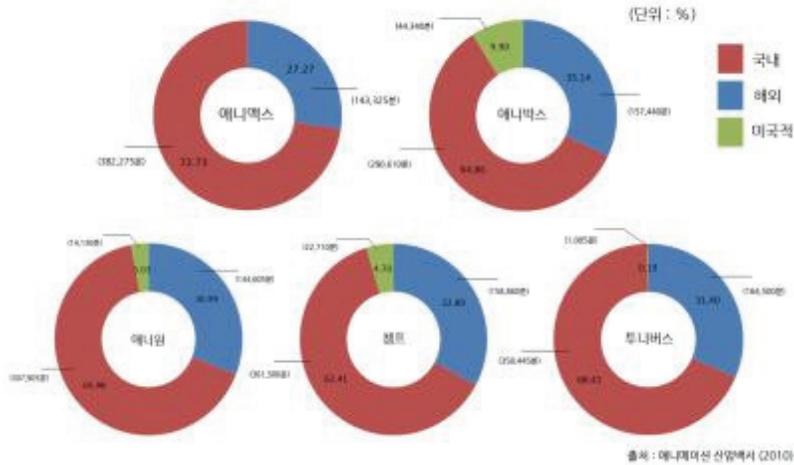
○ 전문채널의 애니메이션 방영시간

- 2009년 5개 애니메이션 전문채널의 연간 전체 방송시간은 525,600분, 8,760시간, 365일로 2008년보다 1일이 적었던 것으로 집계됐음
- 전문채널에서 국내 애니메이션 방영시간 비율은 27.2%에서 35.1%임

<그림 6> 2009년 애니메이션 전문채널의 애니메이션 방영시간



<그림 7> 2008년 케이블/위성 애니메이션 전문채널의 국내 및 해외 애니메이션 방영현황



### (3) 소비

#### □ 이용 매체

- 2008년에 이어서 TV애니메이션 비중이 89.6%로 가장 높았으며, 다음으로 인터넷 애니메이션, 그리고 극장애니메이션 순으로 나타났음
  - 애니메이션 이용 경험을 세부적으로 살펴보면, TV애니메이션 중에서 케이블 TV 경험률이 86%로 가장 높았음
  - 인터넷 애니메이션 중에서는 인터넷 사이트의 무료제공 애니메이션 58%로 나타났음
  - 극장용 애니메이션 이용 경험률은 32.7%로 2008년 대비 4.8% 소폭 증가하고 있는 것으로 나타났음
  - 애니메이션을 관람하는 비중이 케이블TV로 점점 집중되는 원인 중 하나는 케이블 TV의 애니메이션 관람 채널수 증가 및 시간에 대한 제약이 지상파TV에 비해 상대적으로 적기 때문인 것으로 분석됨

#### □ 관람빈도

- 애니메이션 관람빈도
  - 애니메이션을 이용하는 관람 이용 빈도는 일주일에 1번 이상이 41.9%로 가장 많은 것으로 나타났음

- 애니메이션을 관람하는 빈도는 성별로는 차이가 없는 것으로 나타났으며, 연령별로는 10대 초반이 가장 높았음
- 그 다음으로 10대 후반 42.3%, 30대 30.3% 순으로 나타났음
- 1회 평균 애니메이션을 관람하는 시간은 10대 초반 51.8분이 가장 높은 것으로 나타났음

<표 9> 애니메이션 관람빈

(단위 : %)

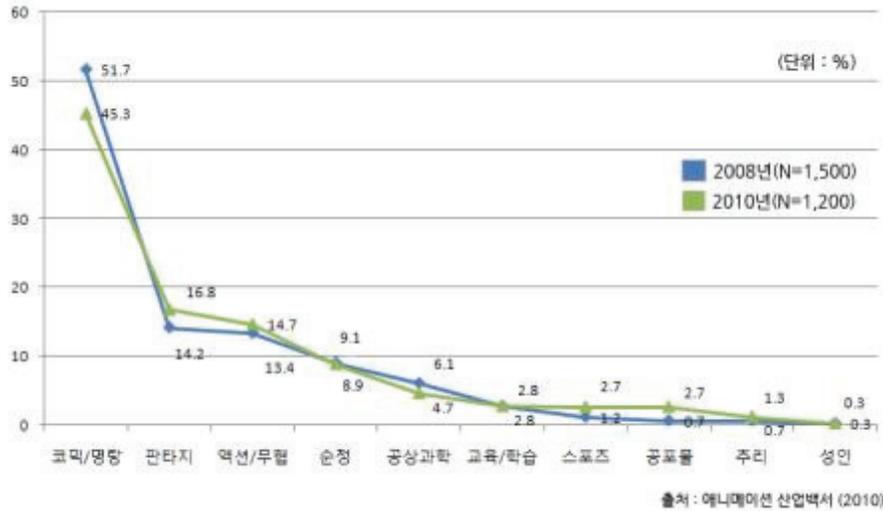
구분	전체	성별		연령별(세)					
		남자	여자	10~14	15~19	20~24	25~29	30~39	40~49
응답수(명)	1,200	606	594	313	267	205	215	145	55
거의 매일	10.3	9.4	11.3	22.4	7.5	3.9	4.2	10.3	3.6
일주일에 3~4번	9.3	12.7	5.9	20.8	8.6	2.9	4.7	4.8	1.8
일주일에 1~2번	22.3	19.8	24.7	32.3	26.2	15.6	16.3	15.2	12.7
1개월에 2~3번	19.6	17.7	21.5	10.9	24.0	20.5	20.0	24.1	30.9
1개월에 한번	16.8	18.5	15.2	7.3	16.5	20.0	24.7	21.4	18.2
2~3개월에 한번	21.7	21.9	21.4	6.4	17.2	37.1	30.2	24.1	32.7

출처 : 애니메이션 산업백서 (2010)

□ 즐겨보는 애니메이션 장르

- 애니메이션 장르 가운데 연도, 성별, 연령과 관계없이 ‘코믹/명랑’에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났음
  - 애니메이션에 대한 선호도는 2008년 51.7%에서 2010년 45.3%로 감소했으나 2008년과 동일하게 가장 선호하는 장르로 나타났음
- 1순위 기준 즐겨보는 애니메이션 장르로는 ‘코믹/명랑’(45.3%)이 선택됐고, 다음으로는 ‘판타지’(16.8%), ‘액션/무협’(14.7%), ‘순정’(8.9%)등임
- 성별로 보면 남녀 모두 ‘코믹/명랑’의 수치가 높았으나 남자는 그 다음으로 ‘액션/무협’(14.7%), 여자는 ‘순정’(25.6%)을 많이 응답함

<그림 8> 즐겨보는 애니메이션 장르 1순위



<표 10> 즐겨보는 애니메이션 장르 성별/연령별 1순위

(단위 : %)

1순위	전체	성별		연령별(세)					
		남자	여자	10~14	15~19	20~24	25~29	30~39	40~49
응답자수(명)	1,200	606	594	313	267	205	215	145	55
코믹/명랑	45.3	35.6	55.2	51.8	46.4	35.1	39.5	50.3	50.9
판타지	16.8	18.8	14.6	14.1	16.5	20.5	20.9	15.2	7.3
액션/무협	14.7	25.6	3.5	12.8	12.7	19.5	17.7	10.3	16.4
순정	8.9	2.6	15.3	8.9	11.6	9.3	6.5	7.6	7.3
공상과학	4.7	6.3	3.0	4.5	4.1	7.3	4.7	2.1	5.5
교육/학습	2.8	1.8	3.7	1.9	2.2	0.5	1.4	9.0	7.3
스포츠	2.7	4.6	0.7	2.6	3.0	2.9	2.8	1.4	3.6
공포물	2.7	2.8	2.5	2.2	3.0	2.9	3.3	2.1	1.8
추리	1.3	1.3	1.3	1.3	0.0	2.0	2.3	2.1	0.0
성인	0.3	0.5	0.0	0.0	0.4	0.0	0.9	0.0	0.0

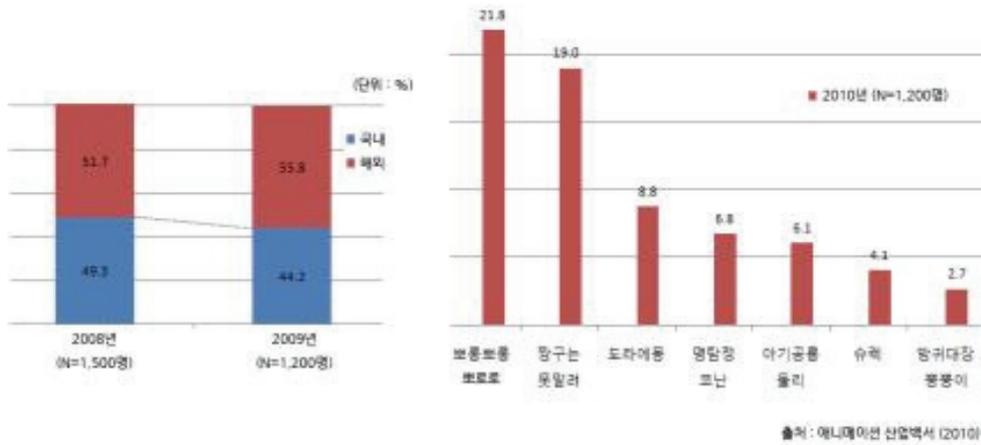
출처 : 애니메이션 산업백서 (2010)

□ 선호하는 애니메이션 작품

○ 만 9세 이하

- 응답자의 연령별로 애니메이션 선호도를 살펴본 결과, 만 9세 이하 가장 선호하는 애니메이션 작품은 <뽀롱뽀롱 뽀로로>가 21.8%인 것으로 나타났음
- 만9세 이하의 선호 작품 중 <짱구는 못말려>는 만8~9세 55.4%, 만6~7세 36.7%, 만5세 이하 23.0%로 나타나 연령대가 낮을수록 선호도가 낮았음
- 이와 반대로 <뽀롱뽀롱 뽀로로>는 만5세 이하 44.3%, 만6~7세 20.0%, 만8~9세 16.1%로 연령대가 높을수록 선호도가 낮아지는 것으로 나타났음
- 만 9세 이하 애니메이션 선호 작품 가운데 국내 애니메이션의 비중은 44.2%로 2008년 대비 감소하고 해외 애니메이션의 비중이 국내 애니메이션보다 더 높은 것으로 나타났음

<그림 9> 선호하는 애니메이션 작품(만 9세 이하)(1순위)



<표 11> 선호하는 애니메이션 작품(만9세 이하) 복수응답

(단위 : %)

구분	전체	성별		연령별(세)		
		남아	여아	만5세이하	만6~7	만8~9
사례수 (명)	147	68	79	61	30	56
짱구는 못말려	38.1	35.3	40.5	23.0	36.7	55.4
뽀롱뽀롱 뽀로로	28.6	26.5	30.4	44.3	20.0	16.1
도라에몽	17.7	26.5	10.1	16.4	23.3	16.1

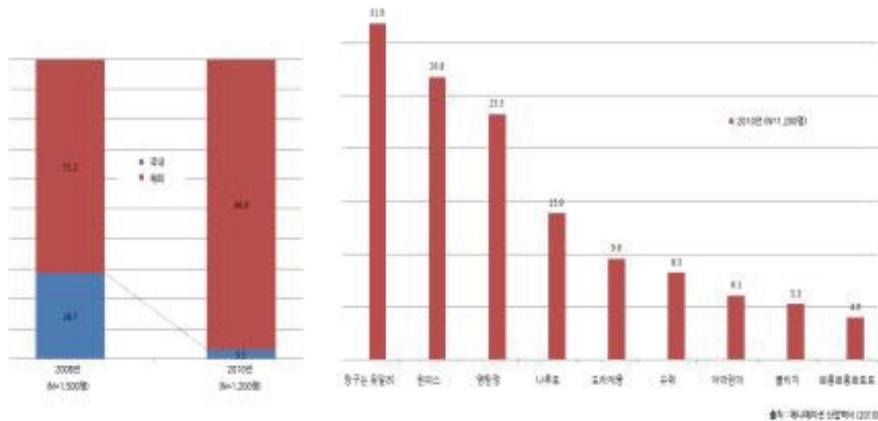
구분	전체	성별		연령별(세)		
		남아	여아	만5세이하	만6~7	만8~9
아기공룡 둘리	10.9	8.8	12.7	13.1	13.3	7.1
명탐정 코난	8.8	7.4	10.1	1.6	10.0	16.1
개구리 중사 케로로	7.5	5.9	8.9	4.9	10.0	8.9
슈렉	7.5	7.4	7.6	4.9	3.3	12.5
방귀대장 뽕뽕이	6.1	7.4	5.1	9.8	10.0	0.0
포켓몬스터	6.1	13.2	0.0	4.9	6.7	7.1
아따맘마	4.1	1.5	6.3	1.6	13.3	1.8

출처 : 애니메이션 산업백서 (2010)

○ 만 10세~49세

- 만 10세~49세에서 선호하는 애니메이션 작품은 <짱구는 못말려>, <원피스>, <명탐정 코난>, <나루토> 순으로 나타났음
- 만 10세~49세에서도 애니메이션 선호 작품 중 국내 애니메이션의 비중은 3.1%로 2008년 대비 25.6% 감소했음
- 해외 애니메이션의 비중은 2008년 71.8%에서 2010년 96.9%로 상승하였으며 국내 애니메이션의 비중보다 훨씬 더 높은 것으로 나타났음

<그림 10> 선호하는 애니메이션 작품(만 10세~49세)(복수응답)



## 2) 정책

### □ 기본방향

- 국내 애니메이션 산업이 하청사업에서 창작산업으로 진행되면서, 고부가가치 산업으로 발전하게 되었음
  - 애니메이션 산업은 캐릭터 라이선싱 사업과 OSMU 전략 등 사업 다각화로 떠오르기 시작하여, 해외 진출과 연계하여 작품의 질적 양적 성장을 이루었음
  - 하지만 국내 시장의 침체로 수익 창출이 어렵게 되었고, 국내 방송사의 편성 제약은 애니메이션의 미디어 유통 환경의 열악한 상황을 더욱 어렵게 만들었음
- 문화체육관광부에서는 2008년 [애니메이션 중장기 발전 전략] 발표
  - 문화체육관광부는 국내 애니메이션의 제한적인 시장의 한계를 극복하기 위하여 다양한 노력을 하고 있음
  - 국내 제작사가 어려워하는 것 중 하나인 해외 배급망 강화와 판권 수출, 공동 제작 등에 대한 지원과 다양한 수익을 내도록 부가 사업을 연계하여 주고 있음
  - 문화체육관광부 애니메이션 정책의 기본 방향은 국내 애니메이션산업이 스스로 원활하게 움직여 산업의 성공과 확장을 이룰 수 있도록 지원하는 것임

### (1) 규제정책

#### □ 영화 및 비디오물의 진흥에 대한 법률

- 영화 및 비디오 산업육성을 위한 진흥사항 이외에 영화 및 비디오가 지니고 있는 대중성으로 인하여 일반공중에게 미치는 부정적인 효과를 규제하기 위한 사항도 규정하고 있음
- 행정규제적 내용들이 다수 포함되어 있어 진흥법의 성격과 행정규제법적 성격을 동시에 지니고 있음

#### □ 청소년보호법

- 청소년 보호법에서 애니메이션은 규제적 대상이 될 수 있음
  - 동법에서 애니메이션은 비디오물, 방송프로그램, 영화, 영상정보 등의 매체물의 형태로

이용되므로 청소년유해매체물의 범위에 포함될 수 있기 때문임

- 청소년보호법은 ‘청소년보호위원회’가 청소년에게 유해한 것으로 결정하거나 확인하여 고시한 매체물, 각 심의기관이 청소년에게 유해한 것으로 의결 또는 결정하여 청소년보호위원회가 고시하거나 동법 제12조의 규정에 의하여 청소년에게 유해한 것으로 확인하여 청소년 보호위원회가 고시한 매체물을 ‘청소년유해매체물’로 정의하고 있음
- 유해성 여부는 현재 국내사회에서의 일반적인 통념에 따르되 그 매체물이 가지고 있는 문학적·예술적·교육적·의학적·과학적 측면과 특성을 동시에 고려해야 한다(동법 제10조 제2항)는 부분 등이 있어 애니메이션이 유해매체 대상이 될 수 있는 부분들이 있으나 애니메이션 자체를 유해매체로 보는 조항은 없음

## □ 형법

- 형법에서 애니메이션에 적용될만한 조항으로는 음화반포죄 등과 관련된 사항들이 있음
  - 이는 음화반포의 수단인 필름에 애니메이션이 포함되기 때문임. 형법 제243조 ‘음란한 문서, 도화, 필름 기타 물건을 반포, 판매 또는 임대하거나 공연히 전시한 자는 1년 이하의 징역 또는 500만 원이하의 벌금에 처한다’고 하고 있음

## □ 정보통신이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률

- 온라인으로 서비스되는 애니메이션의 내용에 음란성이나 불법정보에 관한 내용이 있다면, ‘정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률’의 적용을 받음

## (2) 지원정책

- 애니메이션은 문화콘텐츠 산업 중 고부가가치 산업으로 중앙정부에서 지방자치단체까지 다양하게 육성정책을 펼치고 있음
- 이는 애니메이션 산업이 아직 자생적으로 성장할 수 없기 때문이기도 함. 협소한 국내 소비시장과 투자자의 결여는 국가 차원의 지원을 통해 해결해나가고 있음
- 특히 2009년과 2010년을 계기로 애니메이션산업 발전은 점차 탄력을 받고 있음

## <표 12> 연도별 애니메이션 지원 현황

(단위 : 천 원)

◆ 애니메이션 우수파일럿 지원사업								
연도	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	합계
지원편수	16	23	22	19	14	7	7	108
지원금액	1,153,852	1,250,000	1,102,000	1,147,796	1,110,000	510,000	350,000	6,623,648
◆ 스타 프로젝트/글로벌애니메이션 발굴 지원사업								
연도	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	합계
지원편수	6	10	4	4	5(-3)	5	2	36
지원금액	3,290,000	3,375,000	3,270,000	2,980,000	2,980,000	2,200,000	1,400,000	19,495,000
◆ 단편애니메이션 제작 지원사업								
연도	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	합계
지원편수	-	-	-	14	21	19	20	35
지원금액	-	-	-	217,800	250,000	200,000	200,000	867,800

출처: www.kocca.kr

### □ 글로벌 애니메이션 프로젝트 제작지원 사업

- 글로벌 애니메이션 프로젝트 제작지원 사업은 애니메이션 작품들의 글로벌 경쟁력과 작품의 완성도를 끌어올리기 위한 지원사업임
  - 이를 통해 중국과 미국 시장을 타겟으로 해외진출 지원을 공략하기 위하여 스토리창작센터 및 스토리 뱅크 운영을 통해 콘텐츠 창작역량 강화를 꾀하고 있음
  - 뿐만 아니라 온·오프라인 콘텐츠 유통채널 마련 및 지원 강화와 유관기관과 연계한 지원을 확대 중임

### □ 애니메이션 산학 공동제작 지원사업

- 애니메이션 산학 공동제작 지원사업은 전문인력을 육성하고 애니메이션 산업에 대한 실질적인 지식을 쌓을 수 있도록 지원하는 사업임
  - 이를 통해 애니메이션 제작 스튜디오 사업의 3개년 일몰사업 평가 결과를 통해서 공공성 및 지원효과가 우수한 산학연계 프로그램으로 업그레이드 할 수 있음
  - 애니메이션 제작스튜디오 사업은 2009년부터 애니메이션산학 공동제작 지원사업으로 변경되어 업체와 학교가 연계된 시스템에서 프로젝트 중심으로 실제적인 인력을 양성하는 제작 지원 체제로 전화되어 실시되었음

## □ OSMU 킬러콘텐츠 애니메이션제작 지원사업

- 문화부와 한국콘텐츠진흥원에서 2008년부터 국내 콘텐츠산업 장르 간 협업 및 콘텐츠 수익 극대화 방안을 모색하기 위해 마련한 사업임
  - 마케팅, 제작, 스토리 투자 등 다양한 분야의 전문가로 구성된 평가위원의 공정한 심사를 통해 OSMU 기획의 우수성, 기획사의 제작능력, 다른 장르 콘텐츠 업체와의 견고한 협업 시스템 등을 고려하여 선발됨
- 이 지원사업은 애니메이션, 캐릭터, 만화를 기반으로 다양한 장르로의 콘텐츠 OSMU를 지원하고 있음
- 2009년에는 3개 프로젝트 및 향후 3~5개 과제를 선정(과제당 10억 원 규모)
  - 국제공동제작 및 해외투자유치, 콘텐츠 제작 후 국내외 마케팅까지 원스톱 지원(글로벌 콘텐츠센터, 제작자금원스톱지원, 국제견본시 참가 등), 투자자 유도(완성보증제도, 콘텐츠가치평가제도)를 피하였음

## □ 해외 마케팅 지원사업

- 해외 마케팅 지원사업에는 크게 ‘해외현지 마케팅 활성화 및 해외 인프라 운영지원사업’과 ‘해외 현지화 더빙, 번역 지원사업’이 있음
  - ‘해외현지 마케팅 활성화 및 해외 인프라 운영지원사업’은 국내 문화콘텐츠 수출 활성화를 위한 해외 진출 거점을 마련하는 것이 목표임
  - 이에 대한 사업 내용으로 수출 활성화 사업 4개 주요해외거점(일본, 중국, 미국, 유럽) 운영, 현지 출장 및 파견 기관/업체에 인프라 제공 지원, 국내 콘텐츠 수출 활성화 사업을 위한 인프라 운영이 있음
- 보조 지원으로는 ‘해외 현지화 더빙, 번역 지원사업’이 있음
  - 해외 진출을 목표로 하는 국내 창작애니메이션 제작사를 도와 번역 및 더빙에 필요한 자금을 일부 지원하며 언어는 영, 중, 일, 불, 스페인어 중 택일임
- 한국콘텐츠진흥원 외에도 서울애니메이션센터/경기디지털콘텐츠진흥원/광주정보문화산업진흥원/강원정보문화진흥원에서 제작지원 사업과 인력양성 사업, 해외 마케팅 지원, 유통 채널 지원, 공간 및 장비지원 등의 지원사업을 펼치고 있음

## 2. 미국 애니메이션 산업 및 정책

### 1) 산업

- 미국의 극장용 및 방송용 애니메이션 시장 동향에 관해서는 이미 2010년 (주) 스트라베이스가 연구수행한 “2009 해외콘텐츠시장조사(애니메이션)”이 있음<sup>3)</sup>
  - 따라서 본 연구에서는 2009년 이후의 눈에 띄는 동향을 중심으로 미국 애니메이션 산업을 정리하기로 함

#### □ 성장이 둔화되었으나 여전히 유지

- 애니메이션 산업은 최근 2-3년간 경제침체로 성장세가 둔화되기는 했으나, 여전히 성장세를 유지하고 있는 산업분야 중 하나임
- 오락용 애니메이션의 수요가 증가하고 있는 이유
  - 케이블과 위성방송 내의 방송 송출시간 증가
  - 애니메이션 프로그램의 증가와 인터넷 사용이 확산
  - 이전에는 주로 9세 이하의 어린이들을 주 고객으로 하였으나, 최근에는 틴에이지, 성인, 온가족을 대상으로 함
  - 심슨즈 (The Simpsons), 킹 오브 더 힐(King of the Hill)은 계속해서 황금시간을 확보하고 있음

#### □ 아시아로 2D 콘텐츠 제작 아웃소싱

- 아시아 국가들을 대상으로 한 애니메이션 콘텐츠 제작의 아웃소싱 (outsourcing) 이 계속 진행됨
  - 아시아 국가로의 아웃소싱이 이루어지는 이유는
    - 낮은 제작비, 강력한 컴퓨터 애니메이션 플랫폼 보유
    - 미국과 유럽에 비해 낮은 시간당 임금
  - 아웃소싱은 대부분 2D 애니메이션에서 이루어지며 3D는 상대적으로 적은 편임

3) 한국콘텐츠진흥원, “2009 해외콘텐츠 시장조사 (애니메이션),” 2010.1

□ 미국 애니메이션 시장 점유율 16%로 증가

- 2010년에 Toy Story 3 (Walt Disney Pictures) 가 \$415달러의 수입을 올려 Shrek 2 (Dreamworks SKG)의 \$554 달러 (인플레이션을 감안한 수치), Finding Nemo (Walt Disney Pictures) \$444 달러에 이어 디지털 애니메이션 역대 3위를 기록
  - 그 밖에도 Despicable Me (Universal) \$251 달러는 역대 13위
  - Shrek Forever After (Paramount Pictures) \$238달러는 역대 16위를 차지하는 등 디지털 애니메이션의 수익은 증가세임
  - 2011년에는 Cars 2 (Walt Disney Pictures)가 전체 영화 중 6위를 차지함

<표 13> 미국 디지털 애니메이션 연도별 수익과 시장점유율 (2009 - 2011 현재)

연도	개봉편수	시장점유율	매출액	인플레이션을 감안한 매출액
2009	17	10.24%	\$1,089,830,286	\$999,737,644
2010	15	14.52%	\$1,519,639,748	\$1,325,110,449
2011 (전반기)	14 <sup>4)</sup>	10.08%	\$841,518,557	\$726,430,063

- 위 표에서 볼 수 있듯이 시장점유율은 2009년 10%에서 2010년 16%로 증가하였고, 관람객 수도 약 30% 증가함

□ 디지털 애니메이션 판매 강세

- 전체 DVD 판매 (2011)에서도 디지털 애니메이션의 판매가 두드러짐
  - Tangled 1위 6,208,573 장 판매 \$95,280,386
  - Despicable Me 4위 (2010년 개봉)
  - Toy Story 3 12위 (2010년 개봉)
- 애니메이션 DVD 세일은 2005-6년을 정점으로 정체상태임
  - 대신에 VOD 서비스와 온라인 스트리밍이 DVD 세일을 대체하고 있음

4) 10월 30일 현재, 14편 중 다섯 편은 2010년 개봉되어 이월되었으므로 2011년 1월 1일 이후 개봉된 영화는 9편임. The Numbers (<http://www.the-numbers.com>) 참조.

- 생산국을 불문한 애니메이션이 극장을 거치지 않고 직접 DVD로 제작, 배포되는 경우는 꾸준히 늘고 있음

**<표 14> 극장을 거치지 않은 애니메이션의 DVD 판매**

2006	2007	2008	2009	2010	2011
64	79	152	326	390	

- 방송용 애니메이션 채널의 확장도 지속적으로 이루어지고 있음
  - IPTV 공급업자인 SyncTV 는 올 7월 일본 애니메이션 스튜디오인 Dream Link Entertainment (DLE) 와 계약을 맺고 일본 애니메이션을 미국에 공급하기로 했다고 발표
  - 디지털 채널 뿐 아니라 Roku set-top-boxes, 안드로이드 기반의 스마트폰, IPTV 등을 통해 콘텐츠 제공 예정
- 블루레이 3D (Blu-ray Discs (BD3D)) 는 2010년에 약 50만장이 판매됨
  - 2011년에는 상반기에만 100만장 이상이 판매되었으나 기대치에는 못 미치는 수치임

## 2) 정책

### □ 정부와 산업의 통제

- TV가 처음 등장한 것은 1939년 뉴욕에서 열린 세계박람회
- 1940년대 들어 생활필수품으로 자리 잡기 시작함
- 연방정부의 관여는 1934년 통신법 (Communication Act) 으로부터 시작됨
  - 통신법은 주파수는 공공의 자산이며, 따라서 공공의 주파수를 이용하기 위해서는 반드시 연방정부로부터 사용면허 (licence)를 얻도록 규정함
  - 이로써 연방정부는 방송국들이 “공공의 이익, 편리함, 필요”를 만족시킬 의무가 있다고 봄
  - Federal Communications Commission (FCC)과 Federal Trade Commission (FTC) 이 방송국 감시를 위해 설립됨
- FCC
  - FCC의 주요업무는 라이선스를 규제하는 것 이었지만, “언론의 자유”를 규제하지는 못함. 즉 검열을 할 수는 없었음

- 따라서 FCC는 대체로 시장의 자율적 규제에 맡긴다는 입장으로, 극단적인 경우에만 개입해옴

○ FTC

- FTC의 역할은 각 주의 상행위를 규제하는 것이었는데, TV와 관련해서는 “허위광고”의 규제를 담당했음

- FCC와 FTC는 20세기 말에 들어 어린이 텔레비전 프로그래밍과 광고에 있어서 “너무 규제를 안 하고 있다”는 비난을 받아왔음(Condry, 1989)

□ 소비자 운동

○ 미국 텔레비전 역사에서 가장 많은 규제의 대상이 되어온 것이 어린이 프로그램

- 이는 부분적으로는 소비자 운동 혹은 시민단체의 압력에서 기인

- 1950년대 중반에 Mattel 장난감과 Kellogg 시리얼이 ABC의 디즈니랜드(Disneyland)와 미키마우스클럽(The Mickey Mouse Club) 등에 직접광고를 해 엄청난 성공을 거둠

- 특히 디즈니는 이들 어린이 프로그램을 통해 극중 디즈니 상품의 간접광고, 새로운 디즈니 영화 소개, 디즈니 테마 파크 등의 광고를 통해 엄청난 매출신장을 이룸

○ 1960년대의 어린이 프로그램은 당시 FCC 의장이었던 Newton Minow가 “거대한 쓰레기장(vast wasteland)”이라고 표현했듯이 토요일 아침의 만화영화와 오후의 저예산 부실 프로그램이 대부분이었음

○ 정부의 간섭에 대하여 텔레비전 산업의 로비는 the National Association of Broadcasters (NAB)를 통해서 진행됨

- 1952년에 NAB는 어린이 프로그램에서 광고의 수를 자발적으로 제한하는 자체규정을 만들기도 하였으나 최소한의 규정에 불과

○ 1960년대에 어머니 단체에 의해 결성된 Action for Children's Television 은 70년대와 80년대를 거치는 동안 어린이 텔레비전 프로그램에서 상업주의를 감소시키고 양질의 교육프로그램을 늘리는데 큰 역할을 함

- 예를 들어 FCC는 어린이 프로그램과 광고 사이에 “광고를 듣겠습니다 (And Now a Word from Our Sponsors)” 와 같은 “완충장치 bumpers” 를 넣어 어린이들이 프로그램과 광고를 쉽게 구분할 수 있도록 하였고 프로그램 속에 등장한 상품의 광고를 금지시킴

- FCC는 이 밖에도 시간당 광고의 횟수, 프로그램 속의 간접광고 등을 규제함

○ 1980년대에 디즈니는 독자적인 채널 (Disney Channel)을 운영하며 광고 없는 방송으로서 건강한 방송국의 이미지를 만들어 나감

- 같은 시기 Nickelodeon 는 공중파 방송과 공영방송의 복합모델을 확립
- 또 하나의 애니메이션 방송국인 카툰 네트워크 (Cartoon Network) 은 워너브라더스 Warner Brothers, MGM 등의 클래식 애니메이션을 무기로 어린이와 어른 시청자 양자들에 게 어필함
- 1990년대 들어 어린이 애니메이션 시장은 Noggin, Toon Disney 등의 등장으로 더 세분화됨
- ACT 는 1990년에 the Children's Television Act (CTA) of 1990 이 통과된 이후 해산되었음
- CTA 는 방송국이 일정비율의 교육용 프로그램을 매주 내보내도록 규정하고 있으며 광고에 관한 매우 분명하고 엄격한 지침들을 명문화하고 있음
  - - 그렇지만 어린이 프로그램을 둘러싼 모든 논쟁에서 정작 어린이의 목소리는 존재하지 않아 왔다는 비난이 있음

## □ 공영방송

- 1960년대에는 주말 낮 시간대의 어린이 애니메이션 프로그램들이 장난감과 시리얼 제조회사들의 광고에 힘입어 양적인 확대를 이룸
  - Bugs Bunny, Porky Pig, Bullwinkle 등이 인기 프로그램이었음
- 60년대 말에 이르러 저예산 만화영화 (cartoons), 특히 액션-모험 이야기의 만화영화가 어린이 프로그램의 대명사가 되었는데, 이들 만화영화의 주인공들은 쉽사리 어린이 장난감으로 제작될 수 있는 특징을 지녔음
- 반면에 대부분의 교육용 프로그램은 재미없고 지루하다는 인상을 어린이들에게 심어 주었으며, 중도하차하는 경우가 많았음
- 이러한 문제를 해결하기 위하여 the Corporation for Public Broadcasting (CPB) 와 Public Broadcasting System (PBS)가 1967년에 세워짐
- 1970년대에 본격적으로 성장하기 시작한 공영방송은 양질의 교육적이고 비상업적인 프로그램을 내보내기 시작함으로써 네트워크 방송국들의 프로그램 질을 끌어올리는 역할도 함
  - - Schoolhouse Rock, The Metric Marvels 등이 그러한 예

## □ 레이건 시대의 규제완화 정책

- 1980년대 레이건 대통령의 규제완화정책은 어린이 프로그램에 존재해왔던 많은 상업적 제한을 없앴
  - 결과적으로 어린이 프로그램의 대다수를 만화영화 (cartoons) 가 차지하게 되었고 (주말

의 경우 90%) 이 중 66%의 프로그램이 장난감과 관련됨<sup>5)</sup>

- 규제완화정책의 결과 80년대 후반에 들어서는 상업방송에서 교육용 어린이 프로그램이 사라지게 됨
  - 이에 대응하여 의회에 압력을 가하기 위해 The Children's Television Act of 1990 (CTA) 가 결성됨
  - 상업방송국의 라이선스를 16세 이하 어린이들을 위한 교육프로그램 제공 여부와 연계시킴
  - 상업방송국들이 일시적으로 어린이 프로그램의 양을 늘리기는 했으나 내용의 측면에서는 큰 변화를 보이지 않음
- 이 시기에 미국심리학회 (the American Psychological Association, 1993), 국립과학아카데미 (the National Academy of Science, 1993), 국립소아과학회 (the American Academy of Pediatrics, 1995), 미국의학협회 (the American Medical Association, 1996) 등이 텔레비전과 폭력성의 상관관계에 관한 보고서를 발행
  - 대체적인 결론은 모두 “텔레비전에 나온 폭력은 어린이들에게 부정적 영향을 끼친다.”는 것이었음
  - 클린턴 대통령 집권 이후 1996년에 Children's Television Rules 가 발효되어 네트워크 방송국들이 일주일에 최소한 3시간 이상 교육용 프로그램을 방송하도록 규정함

## □ 그 밖의 관련 법

- CTA개정과 함께 1996년에 The Telecommunications Acts 가 통과됨
  - 어린이들에게 부적합한 내용 (폭력적인 내용, 성적인 내용) 과 언어에 따라 등급을 정하는 것을 주요 내용으로 함
  - FCC가 개발한 이 등급제도는 어린이를 기준으로 한 TV-Y (7세 이하 어린이용) 와 TV-Y7 (7세 이상 어린이용), 온가족을 기준으로 한 TV-G (전체 가), TV-PG (보호자의 지도 필요), TV-14 (14세 이상 관람 가) 그리고 TV-MA (성인 관객용) 등으로 구분됨
  - The Telecommunications Acts는 또한 새로운 텔레비전의 브이칩 (V-chip) 착용을 의무화시킴
  - 1997년에는 보다 자세한 내용정보가 등급에 더하여짐
    - \* FV (fantasy violence; TV-Y7에 적용됨)
    - \* V (violence), L (language), S (sex), D (Adult dialogue) 등이 사용됨

5) Wartella, Heintz, Aidman, & Mazzarella, 1990

□ 1990년대 이후

- 1990년대 들어, Barney and Friends 와 The Magic School Bus 등의 성공에도 불구하고, 케이블 방송국의 도전이 거세짐에 따라 PBS의 위상이 약해짐
  - 90년대에는 상업방송인 ABC, CBS, NBC, Fox, UPN, and WB 등이 교육용 프로그램의 약 80%를 제공
  - 이들 프로그램들이 대부분 애니메이션이며 주 타겟이 6세에서 11세 사이의 어린이이지만 규제는 전적으로 자체규제에 의존하고 있음

### 3. 프랑스 애니메이션 산업 및 정책

#### 1) 산업

##### (1) 제작

□ 방송용 애니메이션은 연간 약 211만 유로 제작비로 351시간이 제작되고 있음

- 2009년에 총 211.1 백만유로(백만유로=약 16억)의 비용으로 351시간의 텔레비전 프로그램 제작
  - 2000년부터 평균 매년 약 302시간이 제작되고 있음
- TV의 다른 장르들에 비해 프랑스 애니메이션은 외국 파트너들과의 협력이 잦은 편
  - 2009년의 경우 전체의 24.9% 이상이 합작품

<표 15> 연간 방송용 애니메이션 제작시간

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
제작시간	281	327	261	208	330	268	395	314	259	351
비용(백만유로)	185.5	209.2	171.6	128.6	194.4	154.9	214.9	176.5	151.6	211.1

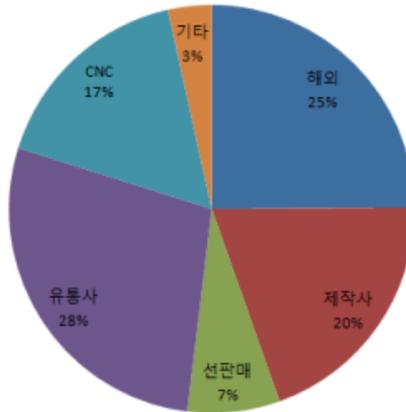
<표 16> 방송용 애니메이션의 자원

(단위 : 백만 유로)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
프랑스 자원	103.7	113.9	93.1	73.0	132.0	103.2	158.1	123.0	108.7	158.6
제작사	33.8	29.4	27.4	17.5	40.8	25.6	42.3	32.6	27.4	41.5
프랑스 내 선판매	2.5	6.6	9.5	3.0	6.8	8.4	10.2	9.2	6.4	15.6
유통사 (공중파, 유선, 케이블 등 포함)	36.6	41.2	30.9	27.6	47.6	39.7	56.1	50.0	40.1	58.8
SOFICA	4.4	8.1	2.8	3.6	4.0	2.0	5.5	1.2	2.1	3.7
CNC	24.6	27.6	20.1	18.2	28.7	24.7	38.2	25.6	27.9	35.3
기타	1.8	0.9	2.3	3.2	4.0	2.8	5.8	4.4	4.7	3.7
해외자원	81.8	95.4	78.5	55.6	62.4	51.7	56.7	53.5	42.9	52.5
공동제작사	64.3	53.1	54.2	36.7	40.9	29.8	32.7	35.2	25.7	31.9
해외 선판매	17.5	42.2	24.3	18.9	21.5	21.9	24.0	18.3	17.2	20.6
전체	185.5	209.2	171.6	128.6	194.4	154.9	214.9	176.5	151.6	211.1

<그림 11> 방송용 애니메이션의 자원

애니메이션 방송 자원



- 전체 방송프로그램의 종류 중에서 수출량이 많은 편
  - 평균 프랑스 TV 프로그램 전체의 약 10%를 차지하고 있지만, 전체 프로그램 해외수출 물량 중 1/3을 차지하고 있음

□ 극장용 애니메이션은 연간 5편~10편 가량 제작되며 평균제작비는 9.41백만유로임

○ 2009년에 5편<sup>6)</sup>이 제작됨

- 4편은 100% 프랑스만의 재원으로 제작되었고, 1편은 대부분이 프랑스 재원으로 제작됨

<표 17> 프랑스 극장용 애니메이션 제작편수 및 전체 필름 중 비율

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
극장용 애니메이션 제작수	6	4	3	6	4	8	5	5	10	5
전체 필름 제작수	164	195	200	212	203	240	203	228	240	230
극장용 애니메이션 비율(%)	3.7	2.1	1.5	2.8	2.0	3.3	2.5	2.2	4.2	2.2

○ 2009년에 제작된 작품들의 평균 견적은 9.41백만유로임

- 2000년부터 2009년에 제작된 작품들의 평균 견적은 11.57백만유로

- 전체 견적의 79.3%는 프랑스 국내재원, 20.7%는 해외 재원(주로 공동제작이나 선구입)

○ 프랑스 국내재원의 통계는 분석되고 있지 않으나, 공중파, 유선 등의 선구입, 투자, SOFICA<sup>7)</sup>, CNC의 사전 제작지원금 (평균 제작비의 6%<sup>8)</sup>) 또는 사후 제작지원금<sup>9)</sup>, 감세<sup>10)</sup>

## (2) 유통

□ 방송용은 공중파로 4,036시간 30분, 기타 채널이 약 90,000시간 방영되고 있음

○ 2009년 1년간 공중파<sup>11)</sup>의 애니메이션 방영시간은 총 12)임

6) 2010년에는 급속하게 성장. 총 24작품이 개봉했고, 그 중 11작품은 3D 디지털로도 상영되었음.

〈Bilan 2010, les films, les programmes audiovisuels, la production, la distribution, l'exploitation, l'exportation, la vidéo, les nouveaux médias〉, CNC, 2011 자료 참조.

7) Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et de l'audiovisuel((동영상산업 출자를 위한 회사)로 1985년에 법에 의해 설립되었다. 동영상산업에 관련된 제작을 위해 펀드를 모아 출자함.

8) 일반 영화의 사전제작지원비가 13.3%인 것에 비하면 상당히 약한 편임.

9) 2000년부터 2009년까지 사후제작지원비를 지원받은 애니메이션은 단 1편에 불과함

10) 2003년부터 2005년 12월까지 필름제작 활성화를 위해 만들어진 법제도가 계속 보충 또는 제정되어왔음. 2006년 1월부터 프랑스내에서 제작하는 영화작품을 제작하는 회사에 대해, 한 필름당 최대 백만유로에 대해 감세하는 혜택을 주는 제도

11) 공중파는 TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 이 여섯방송을 의미함.

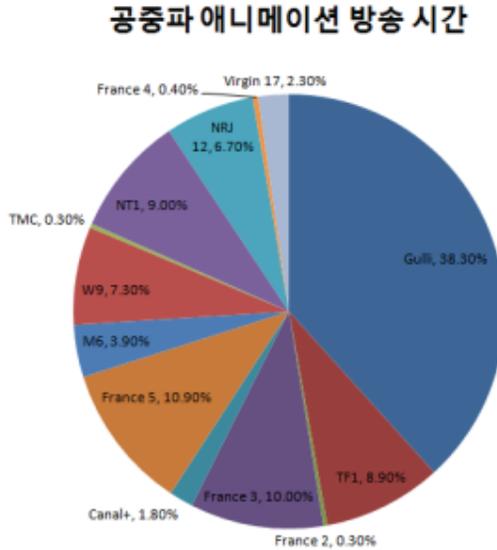
12) 극장용 장편 애니메이션의 텔레비전 방영시간 194시간을 포함한 시간임.

- 공중파의 애니메이션 방송시간은 전체 방송 프로그램의 약 8.5% 차지
  - 애니메이션 주요 공중파 방송사는 TF1, France 3, France 5 세 방송사임
  - 애니메이션 공중파 방송 전체의 57.8%가 05시-08시 30분에 방영됨
- 2009년 1년간 무료 디지털방송채널을 통해 6,700시간, 그리고 케이블, 위성 등의 유료채널을 통해 85,000시간을 방영했다고 추정함

**<표 18> 무료공중파를 통한 방송 시간**

	2008	2009
공중파	3 738h 51	4 036h 30
디지털 방송채널	6 715h 13	무언급
합계	10 454h 04	무언급

**<그림 12> 공중파 애니메이션 방송시간 채널별 비율**



<표 19> 공중파 채널별 오전 8시 반 이전에 방송되는 애니메이션 시간

채널	2008		2009	
	차지하는 시간	전체 애니메이션 방송 대비 이 시간 대 방영 %	차지하는 시간	전체 애니메이션 방송 대비 이 시간 대 방영%
TF1	648h 10	69.3	757h 09	76.0
France 2	32h 02	88.1	33h 58	86.5
France 3	550h 26	52.4	610h 44	55.2
Canal+	69h 21	22.1	174h 25	41.7
France5 5	509h 19	44.6	560h 24	46.7
M6	226h 54	53.5	309h 50	66.0
합계	2 036h 10	52.2	2 446h 30	57.8

- 공중파 방송으로 유통되는 애니메이션 전체의 42.7%<sup>13)</sup>가 프랑스 제작임
  - 미국산이 32%, 프랑스를 제외한 유럽연합산이 11.9%, 그 외가 13.4%(주로 일본, 호주, 캐나다)를 차지함

<표 20> 공중파 채널별 방송 애니메이션의 국적

	TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6	합계	%
프랑스	541h 21	27h 08	540h 46	90h 46	443h 28	132h 29	1 805h 57	42.7
유럽 (프랑스 제외)	106h 19	09h 13	32h 27	17h 02	222h 03	117h 50	504h 54	11.9
미국	295h 01	02h 54	464h 01	252h 28	264h 44	75h 09	1 354h 18	32.0
기타 국가	53h 53	-	40h 05	57h 52	269h 15	144h 20	565h 24	13.4
합계	996h 34	39h 15	1 107h 19	418h 08	1 199h 30	469h 48	4 230h 33	100.0

□ 극장용은 35편이 개봉되었고, 평균 373개 카피본으로 유통되며 입장수익 2억유로

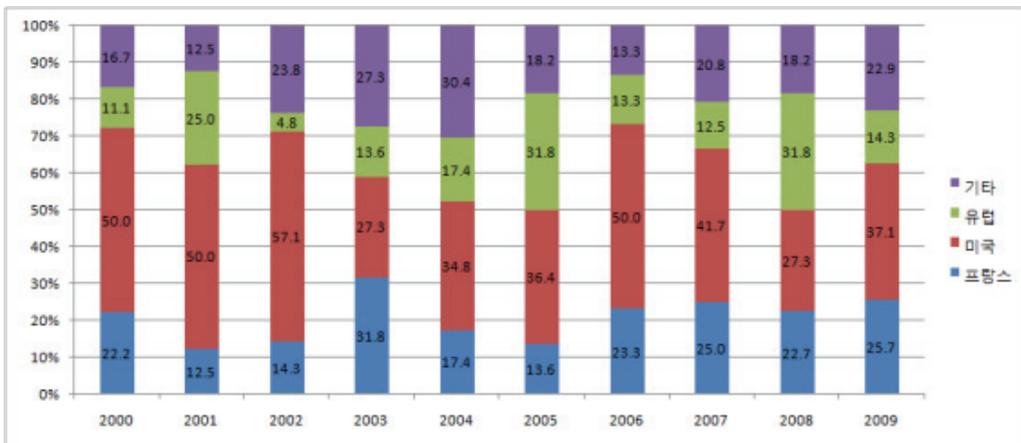
- 2009년 애니메이션 개봉작은 총 35편

13) 2010년엔 전체의 30.4%를 차지함.

<표 21> 극장에서 개봉된 장편애니메이션 숫자

	프랑스	미국	유럽	다른국적	통계
2000	4	9	2	3	18
2001	2	8	4	2	16
2002	3	12	1	5	21
2003	7	6	3	6	22
2004	4	8	4	7	23
2005	3	8	7	4	22
2006	7	15	4	4	30
2007	6	10	3	5	24
2008	5	6	7	4	22
2009	9	13	5	8	35

<그림 13> 극장에서 개봉된 장편애니메이션의 국가별 비율



- 2009년 개봉작 중 8개 작품(프랑스산 1, 미국산 7)이 500 카피 이상으로 유통되었고, 이는 전체 카피본의 22.9%를 차지함
- 애니메이션은 평균 373개의 카피본으로, 전체 영화 평균 173 카피본에 비해 월등함

<표 22> 극장개봉작의 카피본 숫자

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
100카피 이하	9	5	8	9	11	6	10	6	8	12
100-300	1	6	5	8	4	5	5	8	3	9
300-500	3	1	2	2	2	5	5	4	6	6
500카피 이상	5	4	6	3	6	6	10	6	5	8
합계	18	16	21	22	23	22	30	24	22	35

- 2010년 제작숫자의 증가와 3D 필름의 증가는 전년대비 약 9.8%가 증가한 약 2억 유로에 달하는 입장비 수익산출
  - 평균적으로 일반 애니메이션작품 티켓비용이 평균 6.55유로인데 반해, 3D애니메이션은 6.92유로로 상대적으로 높음

□ 비디오는 극장용, 극장용 주문용 비디오, 방송용, 방송용 주문용 비디오로 분류함

- 극장용 애니메이션의 비디오
  - 2009년에 극장용 애니메이션의 비디오(약 8백만 개가 팔림) 판매액은 전년 대비 1.9% 상승했고, 1억천이백만유로의 수익을 냈으며, 전체 필름 판매액의 14%를 차지
  - 2009년의 경우 비디오 판매의 94.7%가 DVD, 5.3%<sup>14)</sup>가 블루레이
  - 비디오로 유통되고 있는 극장용 애니메이션의 87.2%는 미국산이며 총 판매액의 88.9%를 차지하는 반면, 프랑스산은 6.4%, 총 판매액의 4.7%를 차지함
- 극장용 애니메이션 주문용 비디오(VOD)
  - 2009년에는 9개의 플랫폼이 존재
  - 2009년 한 해 동안 8개의 플랫폼에서 148개 작품이 이용가능하여 5,459개의 전체 영화 중 2.7%를 차지하며, 국적은 48%가 미국산, 25.7%가 프랑스산, 프랑스를 제외한 유럽산은 12.8%, 기타가 13.5% 차지
  - 애니메이션의 95.9%가 대여되었고, 31.8%가 다운로드 되었음. 점차 대여보다는 다운로드가 늘어가는 경향이 있음

14) VHS는 2005년 이후 더 이상 통계를 잡지 않고 있음.

- 2009년 작품의 53.4%가 극장에서의 입장객수가 50만명 미만이며, 전체적으로 출시기간이 영화개봉 후 36개월을 초과하는 작품이 대부분임

○ 방송용 애니메이션의 비디오

- 방송용 애니메이션을 별도로 분류한 연구 자료는 없으나, '아동용 자료'로 분류하고 있음
- 그에 따르면 판매규모로 본다면 총 17.6백만개를 판매하여 판매숫자의 17.6%를 차지, 총액 약 35.49백만유로, 전체 판매액의 19.9%를 차지하고 있음
- 아동들을 위한 비디오는 거의 100%가 DVD로 제작됨. 즉 99.5%가 DVD로 판매되고, 그 총액은 98.8%에 해당함. 나머지가 고화질의 블루레이임
- 아동들을 위한 비디오는 판매액 규모로 볼 경우, 16.4%가 프랑스산이며, 83.6%가 해외 프로그램임

○ 방송용 애니메이션 주문용 비디오(VOD)의 경우<sup>15)</sup>

- 29개의 플랫폼이 존재
- 특정 채널들은 자신들의 인터넷 사이트에서 프로그램 대여나 다운로드를 실행하고 있기도 하고, 또 다른 채널은 단일한 플랫폼을 형성해서 그곳에서만 서비스를 하고 있음

**(3) 소비**

□ 방송용 애니메이션은 전체 방송의 8.5%를 차지하며 5-11살 사이 아동이 가장 선호

- 애니메이션 방송은 전체 방송의 8.5%를 차지하지만, 5살 이상의 관객 전체 대상의 공중파 방송 소비의 2.5%를 차지함
- 5-11살의 아동들이 17.4%로 가장 선호하며, 12-15살의 청소년이 8.7% 차지하고 있음

**<표 23> 공중파방송의 제공비율과 소비비율**

	5살이상		5-11살		12-15살	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
제공(%)	7.8	8.5	7.8	8.5	7.8	8.5
소비(%)	2.5	2.5	17.4	17.4	9.2	8.7

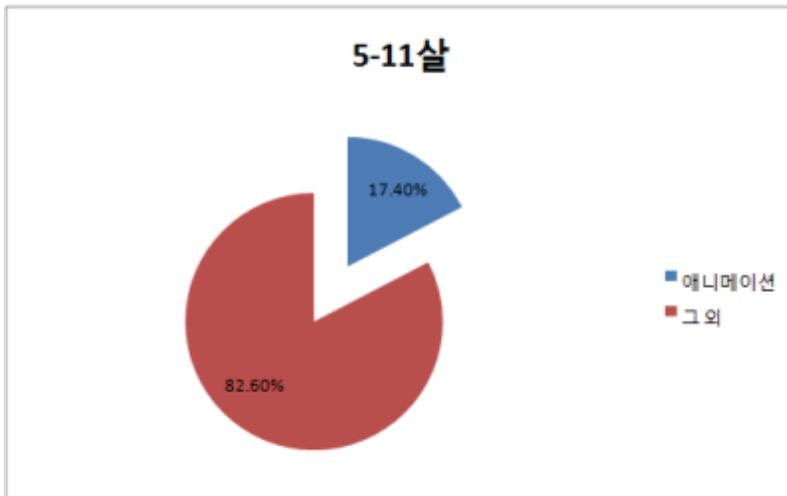
15) 상세한 자료 부재

- 5-11살의 아이들이 미국 애니메이션을 선호하는 반면, 12-15살의 청소년들은 프랑스 애니메이션을 선호함

<그림 14> 2009년 나이별, 장르별 공중파 애니메이션 방송 소비현황 (5살이상)



<그림 15> 2009년 나이별, 장르별 공중파 애니메이션 방송 소비현황 (5살-11살)



□ 극장용 애니메이션의 관객은 2,853만명으로 전체 영화관객의 14.1% 차지

- 2009년 극장관객은 2,853만명<sup>16)</sup>으로 전체 영화관객의 14.1% 차지
- 관객 중 4-15살(36.6%)과 26-50살(33.7%) 두 계층의 관객비율이 거의 유사함

<표 24> 극장관객

	2005	2006	2007	2008	2009
성					
남성	47.7	45.2	46.0	45.4	47.3
여성	52.3	54.8	54.0	54.6	52.7
나이					
아동(4-15)	36.2	38.0	33.3	39.7	36.6
청소년 (12-20)	13.2	19.8	21.7	13.8	16.1
청년 (16-25)	19.1	18.1	21.5	14.5	19.3
성인 (26-50)	34.5	33.9	34.9	33.8	33.7
장년 (51살 이상)	10.2	9.9	10.3	12.0	10.4
방문방식					
자주	20.3	14.7	12.9	14.2	12.6
규칙적으로	51.0	45.1	48.4	41.1	44.8
어쩌다가	28.7	40.3	38.8	44.7	42.6
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

## 2) 정책

- 정책은 크게 방송위원회(Conseil Sup rieur de l'Audiovisuel : 라디오, 텔레비전, 유무선 인터넷 방송총괄 : CSA)와 영화 및 동영상위원회(CNC)를 중심으로 살펴볼 수 있음
- CSA는 주로 규제 및 관리를, 그리고 CNC는 지원을 중심으로 진행됨

16) 2010년엔 2009년 대비 5% 증가해서 10년 이래 가장 많은 3,024만명.

## (1) 규제정책

### □ 상업적 광고에 대한 규제

- 영화광고용 포스터나 사진 등급분류는 폐기되었으나 영화광고용 필름은 등급분류를 받아야함
  - 영화광고용 포스터나 사진들에 대한 등급분류는 2008년 이후로 실지로 폐기되었음
  - 그러나 영화광고용 필름은 등급위원회에서 등급분류를 받아야 영화관에서 상영될 수 있음
  
- 방송의 경우 방송 후 방영금지를 요구할 수 있음
  - CSA는 1993년이후, 광고 방영 후 적절하지 않을시, 방영금지를 요구할 수 있음. 이러한 사태를 피하기 위해 광고제작사나 방송사는 방영이전에 미리 ‘광고전문조절팀<sup>17)</sup>에 사전 문의할 수 있음
  - 2009년부터 공공 공중파의 경우, 저녁 8시부터 아침 6시까지는 상업적인 광고를 금지하고 있음. 이 법에 따르면, 영화, 방송, 어린이용 프로그램 사이에 2번의 광고가 가능하며, 광고와 광고 사이에 최소한 20분 이상의 시청시간을 보장해야 함. 어떤 순간에 광고를 집어넣는가는 방송사가 알아서 선택하며, 어떤 프로그램이라도 총 6분을 넘길 수 없음
  - 프로그램 내 간접광고는 특정한 조건하에서 허용하고 있음

### □ 등급분류는 영화와 방송 모두 실행되고 있으나 방식은 약간 상이함

- 영화 등급분류는 CNC에서 담당하며 모두 5등급으로 분류됨
  - 28명으로 구성된 CNC의 등급위원회(Commission de classification)에서 담당. 영화 및 영화홍보용 필름도 포함됨
  - 등급위원회는 총 62명으로 구성된 등급소위원회를 구성하며, 분야에 따라 세분화됨. 약 6명 가량의 세분화된 위원회에서 우선 필름을 감상한 후 등급을 제안함
  - 등급소위원회는 일종의 필터역할을 하며, 소위원회의 의견이 그대로 받아들여지는 경우가 약 50%에 해당함
  - 등급은 전체상영가, 13살 이상, 17살 이상, 19살 이상, 그리고 X등급으로 분류함. X 등급은 별도의 상영관에서만 상영가능하며 자동적으로 19살 이하에게는 금지됨

17) l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité : ARPP

- 방송 등급분류는 방송사에서 자체적으로 4가지로 설정하고, 방송 후 문제제기 가능함
  - 방송사에서 자체적으로 4가지(11살 이상, 13살 이상, 17살 이상, 19살 이상)로 설정하고, 방송이후 특정 프로그램이 표시된 것과 다르다고 판단될 경우, 표시심의회에 보냄
  - 결과는 다시 CSA의 심의위원 한 사람이 주관하여 프로그램 윤리담당자와 청소년보호 담당자들 사이의 회의를 통해 다시 토론에 부쳐짐
  - 11살 이상(어린이 방송 프로그램으로 편성될 수 없지만, 낮동안에는 편성될 수 있음), 13살 이상(저녁 10시 이후에야 편성가능하며 영화전문채널이나 유료방송에서는 저녁 9시 이후에 편성가능), 17살 이상(10시 반 이후에야 편성가능), 19살 이상(자정이후, 새벽 5시 전까지 편성가능함. 디지털방송의 경우, 부모들이 비밀번호를 입력해야만 볼 수 있음)

#### □ 방송사의 방송쿼터제와 제작쿼터제

- 1986년 이래 방송쿼터제가 실행되고 있으며, 전체 방송중 40%가 프랑스산이어야 함
  - 공중파 방송용 프로그램과, 방송에 나가는 영화들은 재방송까지 포함해서 60%가 유럽산 프로그램이어야 하며, 그 중 40%는 프랑스산이어야 함
  - 유선이나 케이블은 최소한 50%가 유럽산 프로그램이어야 함
  - 이 쿼터제는 방송시간 전체에 대해서나, 또는 골든아워에 대해서도 동일한 비율로 적용되어야 함
  - 영화의 골든아워는 일반적인 채널에서 저녁 8시부터 10시 반이며, 영화채널과 유료방송 채널에서 골든아워는 저녁 6시부터 새벽2시에 해당함
  - 영화를 제외한 동영상 프로그램들의 경우, 공중파의 골든아워는 저녁 6시부터 저녁11시까지, 수요일의 경우 오후 2시부터 11시까지임. 디지털방송과 케이블 및 위성방송은 특정한 경우에 따라 약간의 변화가 있음
  - 케이블이나 위성, 디지털방송의 경우 위에 언급된 비율은 여러 해 동안 축적해서 산출하며, 케이블이나 위성방송의 경우 프랑스산 방송프로그램의 생산에 참여할 경우 유럽산 방영쿼터를 50%까지 낮출 수 있는 가능성이 있음
  - 영화전문채널이 아닌 채널의 경우, 한 해에 192개 이상의 영화를 방영할 수 없으며, 골든아워의 경우 144개 이상의 영화를 방영할 수 없음. 또한 토요일 종일, 일요일 저녁 8시 반 이전, 수요일과 금요일 저녁에는 영화를 방영할 수 없음
  - 영화전문채널의 경우 500개 이상의 영화를 방영할 수 없으며, 각 필름은 3주간 7회 이상 방영할 수 없음. 예외적으로 장애인을 위해 자막을 첨부하는 경우는 가능함. 또한 금요일 저녁 8시부터 9시, 토요일 6시부터 11시, 일요일 1시부터 6시까지는 영화를 방영할 수 없음

- 영화전문채널의 경우, 영화가 출시된 이후 방송에 방영되기까지 특별한 경우는 10개월이 지나야하며, 대부분의 경우는 12개월이 지나야 함
  - 공중파나 유료방송 등 영화비전문 채널의 경우, 전체수입의 3.2%를 영화공동제작에 투입한 경우, 이 기간은 22개월이 되며, 그렇지 않은 경우는 30개월후에야 방영가능함
  - 60분 이하의 영화는 동영상 프로그램으로 간주됨
- 제작쿼터제는 2001년부터 공중파방송, 디지털방송, 2002년부터 케이블과 위성방송에 부과되고 있으며, 애니메이션에도 부과되고 있으나 투자가 많지 않음
- 유럽산 영화와 동영상 작품들의 제작쿼터제는 2001년부터 공중파방송, 디지털 방송, 그리고 2002년부터는 케이블이나 위성방송에 부과됨
  - 이 중에서 애니메이션 부분에 투여되는 비용은 TF1이 전년도 전체수익의 0.6%, M6 1%, France 3 : 1.5백만유로, 케이블 및 위성방송에서 300 000유로의 투자에 불과함
- 제작 쿼터제 영화의 경우
- 공중파 채널의 경우, 한해에 52개 이상의 영화를 편성하고, 이 필름들을 104회 이상 편성할 경우, 유럽산 필름제작에 전년도 총수익의 3.2%를 투자해야 하며, 이 중 2.5%는 프랑스산 필름제작에 투자해야 함
  - 케이블과 위성, 디지털방송의 경우 1년에 52개의 필름이상, 그리고 104회 이상으로 편성되면 동일한 쿼터제가 적용됨
  - Canal+ 의 경우, 전년도 수입의 12%를 유럽산에, 그 중 최소한 9%를 프랑스산 영화제작에 투자해야 함
- 제작 쿼터제 동영상 작품들의 경우
- 선구입, 공동제작, 시나리오 제작, 권리 구입에 사용하는 모든 비용들을 포함함
  - TF1, M6, France 5 채널의 경우 전년 총 수익의 16%를 투자하는 방식, 그리고 유럽과 프랑스 신작들을 저녁 8시와 9시 사이에 120시간으로 편성하는 방식을 선택했음. France 5의 편성방식은 이와 다름
  - France 2 와 France 3 채널은 전년 총수익의 투자율을 더 높임으로서, 120시간이라는 규칙을 좀 더 유연하게 사용할 수 있는 방식을 선택했음. France 2는 18.5%, France 3은 19%이며, 이 중 프랑스산 작품들에 대한 비율은 16%에서 떨어지지 않아야 함
  - 영화전문채널인 Canal+는 동영상작품보다 영화영역에서 더 많이 투자하므로, 동영상작품에는 4.5%만 투자함

- 케이블이나 위성, 디지털 방송들은 기본적으로 16%를 유지해야 하나, 2003년부터 특정한 조건하에 이 비율들을 조율할 수 있음. 120시간이라는 방영시간 역시 방송사의 규모에 따라 약간씩의 변동이 있음

## (2) 지원정책

- 2010년부터, CNC는 중요한 두 가지 변화가 목격됨
- 이름의 변화 : 국립영화위원회(Centre national de la cinématographie)에서 국립영화와 동영상위원회(Centre national du cinéma et de l'image animée)로 변화
- 지원방식의 변화 : CNC가 직접 영화와 동영상 관련 세금을 확보하여, 그 세금을 지원액으로 지급하고 있음
- 2010년 지원액 : 약 576 백만유로(약 9,000억원)

### □ 애니메이션 방송 프로그램에 대한 지원

- 2009년 애니메이션 방송 프로그램에 대한 지원은 전년 대비 27.8% 상승한 37.8 백만유로임. 이 지원액은 CNC 전체 동영상 방송 지원액의 17.8%를 차지함
  - 제작지원은 선택적 지원 6.5백만유로, 자동적 지원 22.8백만유로, 그리고 선인세 6백만유로
  - 2009년의 지원액은 전체 제작비용의 16.7%를 차지

<표 25> 애니메이션 방송프로그램에 대한 지원

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2008년 대비 2009년
CNC 지원총액 (백만유로)	29.0	25.0	38.8	26.9	29.6	37.8	+27.8%
제작지원액 (백만유로)	28.7	24.7	38.2	25.6	27.9	35.3	+26.4%

- 애니메이션 부문에서 새로운 프로젝트 개발환경을 조성하기 위한 지원은 작가들에게 직접 지원방식, 2005년 11월부터 시작한“동영상 혁신을 위한 지원펀드”를 통하는 방식, 또는 제작사 지원을 통해 이뤄짐

## □ 시나리오 지원

- 이 지원은 '혁신적 특성을 지닌 동영상 작품 창조 지원펀드'에 의해, 문학적, 시각적 저자 한 커플에게 재정지원형태로 행해짐
  - 2009년에 7개의 프로젝트가 총 99,000유로를 지원받았음(2008년엔 8개의 프로젝트 95,000유로)

## □ 다양한 형태의 개발 지원

- '혁신적 특성을 지닌 동영상 작품 창조 지원펀드'의 개발지원
  - 이러한 프로젝트를 준비하는 제작사 지원
  - 2009년에 10개의 프로젝트가 총 237,000유로의 지원을 받음(2008년에는 9개의 프로젝트가 198,000유로)
- 파일럿 필름 지원
  - 자체적으로 제작비를 충당하기 어려워서 다른 파트너들을 찾아야만 하는 제작사들의 파일럿 필름에 대한 지원
  - 2009년에 16개의 프로젝트가 총 274,000유로를 지원받음
- CNC의 선택적 준비지원과 자동지원
  - 선택적 준비지원은 시리즈 제작을 준비할 목적으로 프로젝트들을 개발하고 있는 제작사들이 대상임
  - 자동지원은 모든 제작에 일괄적으로 적용됨
  - 2009년에 44개의 프로젝트가 총 2,504,287유로의 지원을 받았고, 그 중 118,000유로가 선택적 지원, 1,420,997유로가 자동지원, 965,290유로가 방송용 장편애니메이션을 위한 지원

## □ 장편 애니메이션 제작 및 유통에 대한 지원

- 장편 애니메이션 제작(개발, 선지원, 자동지원)에 대한 지원, 유통지원(자동지원과 선택적 지원)은 일반 영화에 대한 지원과 동일한 조건으로 지원됨
- 장편 애니메이션에 대한 지원
  - 시나리오 지원 : 2009년에는 1편이 선정됨
  - 개발 지원 : 2009년에 5개의 프로젝트가 총 254,400유로 지원(2008년은 7개의 프로젝트에 대해 306,000유로 지원)

- 제작 지원의 경우, 선택적 지원(선지원)이 2009년에 3작품 선정되었고, 자동지원은 영화 관 입장료 수입에서 텔레비전 유통을 위한 판매액, 비디오 판매 수익 등을 모두 총괄하여 계산됨. 이러한 지원은 다음 작품을 위한 투자로 활용되어야 함

□ 단편 애니메이션 제작 및 유통에 대한 지원

- 1시간 미만의 극장용 애니메이션의 제작, 또는 프로젝트 상태(재정적 지원), 또는 제작 이후 (우수작에 대한 수상제도)으로 분류
  - 재정적 지원 : 제작 이전에, 양질의 프로젝트를 대상으로 지원. 2009년에는 9개의 단편 애니메이션이 지원받음. 평균 약 64 375유로를 지원 받음
  - 제작사 프로그램에 대한 지원은 리스크가 큰 단편 애니메이션 제작에 대해 제작사에서 계속 제작할 수 있도록 지원. 7개의 프로젝트가 약 57 500유로씩 지원을 받았음

□ 기술산업, 멀티미디어, 비디오에 대한 지원

- 새로운 기술영역 개발에 대한 지원
  - 특히 게임 영역에 있어서 산업청과 파트너관계를 맺고 창작비용에 대한 세금을 감세해줌

□ 새로운 기술로 제작하는 영역에 대한 지원

- 2009년 24개의 프로젝트, 1.01백만유로 지원

□ 방송과 멀티미디어 영역의 연구와 혁신에 대한 지원(RIAM)

- 2001년부터 출발한 이 지원은 연구부, 산업부, 문화소통부에 의해 만들어졌고, CNC를 통해 배분함
  - 2009년에 15개의 프로젝트에 지원

□ 국제적 감세(Credit d'impôt)

- 프랑스에서 전체적 또는 부분적으로 제작되는 외국 애니메이션 작품들에 대해 2009년 12월 1일부터 감세를 지원함

## □ 비디오 게임에 대한 지원펀드

- 경제산업고용부와 CNC가 함께 조성한 비디오게임지원펀드
  - 목적은, 프리 프로덕션, 온라인 오프라인용 마케트 제작, 세미나 및 컨퍼런스나 축제에 대한 지원
  - 2009년 74개의 프로젝트에 대해 4 276 000 유로 지원

## □ 뉴미디어를 위한 프로젝트 지원

- 2007년 이후 동영상 작품을 동반한 새로운 매체들에서 활용할 수 있는 프로젝트를 지원하는 펀드. 온라인 오프라인과 예술적인 접근 또는 유통을 도움
  - 2009년에 다매체용으로 만들어진 작품들의 13%가 애니메이션을 포함하고 있음
  - 인터넷과 모바일용으로 만들어진 프로젝트들 중에서 애니메이션은 개발 중에 있는 프로젝트가 17%, 제작중인 프로젝트가 6%에 해당함

## □ 비디오 출시를 위한 지원

- 비디오출시의 경우 자동지원과 선택지원이 있음
  - 자동지원은 비디오화를 하는 경우 자동적으로 지원하는 시스템이며, 선택지원은 좀 더 문화적인 성격이 강한 프로젝트들을 진흥하기 위해 만들어졌음
  - 2009년, 287개의 작품들이 선택적 지원을 받았고, 총 액수는 1.58백만유로

## □ VOD 제작지원

- 2009년에 유통사 12개의 서류와 제작사 24개의 서류가 총 1,090,000유로의 지원을 받았음

## □ 수출 및 프로모션

- 극장용 프로그램의 수출 지원
  - 소개, 유통, 동시녹음과 자막, 오버레이 지원으로 이뤄짐
  - 2003년과 2009년 사이, 919개의 극장용 애니메이션이 지원을 받았고, 평균 필름당 20,119유로의 지원을 받았음

- 방송 프로그램의 수출 지원
  - 1995년에 제작사와 유통사에게 해외에서 작품들을 판매할 수 있도록 만들어줬음
  - 언어 동시녹음, 자막 및 홍보에 필요한 요소들을 지원하며, 2009년에 1,158, 000유로가 312개의 작품에 지원되었음
- 프로모션
  - 다양한 시장에 프랑스 애니메이션을 소개하기위해 CNC는 다양한 행사에 참여
  - 안시 국제애니메이션 페스티벌의 주요 파트너이며, TV France International 과 Unifrance Films 에게도 지원이 들어감

#### □ 우리나라 애니메이션 제작 및 소비 현황과 비교 분석 및 시사점

- 공중파, 유선 및 디지털 방송사의 애니메이션 제작비 쿼터제 및 방영 쿼터제의 유무 문제
  - 우리나라는 현재 공중파에만 방영쿼터제가 실시되고 있지만, 프랑스의 경우 거의 모든 방송에 방영쿼터제가 실시되고 있음
  - 제작비 쿼터제는 현재 우리나라에 없는 제도임
- 애니메이션 방송 시간의 문제
  - 전체 방영시간의 쿼터제만이 아니라 애니메이션을 볼 수 있는 시간대를 규제하는 부분은 프랑스에선 진행되고 있음
- 애니메이션 삽입 광고의 문제
  - 우리나라에서는 애니메이션 방영 전후로 광고를 허용하고 있지 않지만, 프랑스에서는 어 린이방송에도 광고를 허용하고 있음
  - 이 부분은 애니메이션 산업을 진흥하기 위해 고민의 여지가 필요하다고 봄
- 문화관광부만이 아니라 다양한 중앙 부처의 지원이 이뤄지고 있는 점
  - 지원의 성격에 따라 다양한 중앙부처들이 함께 애니메이션 관련 작업에 지원을 하고 있 다는 점 역시 눈여겨 보아야 함

## 4. 일본 애니메이션 산업 및 정책

### 1) 산업

#### (1) 제작

##### □ 일본의 국내 애니메이션 산업구조의 변천과 현황

- 2011년 9월 발표된 일본의 콘텐츠산업 규모는 2010년 기준 약 12조 641억 엔에 이르는 것으로 발표됨
- 일본에서는 디지털 환경에 의한 산업구조의 변화에 맞춰 문화산업의 분류기준을 변경하여, 일본 문화산업의 핵심이라 할 애니메이션, 영화, 음악, 게임소프트 등을 아래의 도표와 같이 분류됨

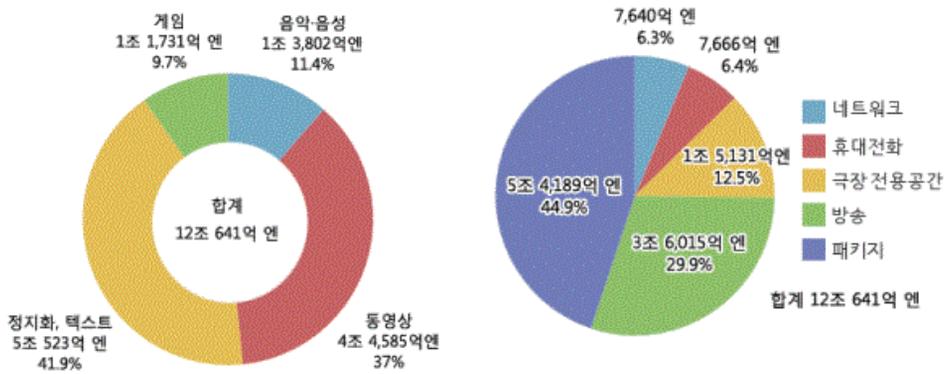
<표 26> 일본 콘텐츠 분류

콘텐츠	다양한 매체로 제작되어 동영상, 정지화(靜止畫), 음성, 문자, 프로그램 등으로 구성, 제공되는 <정보의 내용>. 영화, 애니메이션, 음악, 서적, 게임 등.
디지털 콘텐츠	디지털 형식으로 제공되는 콘텐츠

※ 출처: 재단법인 일본디지털콘텐츠협회(2011), 디지털콘텐츠백서 2011

- 일본 국내에서 문화산업 가운데에서도 콘텐츠 산업의 핵심 분야로 인식되고 있는 애니메이션 산업은 1990년대 이후, 셀 애니메이션을 중심으로 전개되던 기존의 산업구조에 디지털 애니메이션 제작시스템이 새롭게 도입되어 제작공정의 디지털화가 점진적으로 추진됨
- 그 결과 일본의 애니메이션 산업 구조는 1997~1999년을 기점으로 전면적으로 디지털 제작 시스템으로 이행되는 한편, 다양한 매체를 복합적으로 활용한 제작 및 유통 시스템을 통해 현재 활발히 전개되고 있음

<그림 16> 일본 콘텐츠 산업의 시장규모 2010(콘텐츠별/매체별)



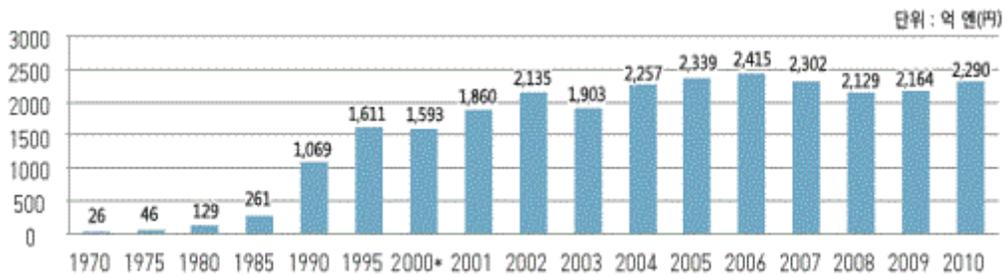
※ 출처: 재단법인 일본디지털콘텐츠협회(2011), 디지털콘텐츠백서 2011

- 일본의 상업 애니메이션은 기본적으로 제작 및 유통방식에 의해 크게 분류되고 있으며, 방송용, 극장용, OVA가 커다란 카테고리를 형성하며 업계의 커다란 수입원으로 자리매김해 왔음
- 2000년대 이후, 인터넷과 새로운 디지털 매체의 부상과 급속한 보급 등 최근의 사회, 경제, 문화적 변화 추세에 부합하여 통신매체를 이용해 배신되는 애니메이션이 새롭게 등장, 매년 시장 점유율을 점진적으로 높여가며 크게 주목받고 있음
- 아직까지도 일본 국내에서 발행되는 애니메이션 관련 보고서 내지는 조사결과에서는 방송용, 극장용, OVA용으로 크게 분류되던 기존의 분류방식을 사용하고 있으나, 앞으로 일본 애니메이션의 <형태 분류>는 아래와 같이 4가지 형태로 분류, 파악해야 할 것으로 사료됨
  - 방송용 애니메이션 : 지상파 방송, 케이블TV, 위성방송 등에서 방영될 목적으로 제작되는 애니메이션. 특수 장르로서는 심야방송용, BS애니메이션, CS애니메이션 등
  - 극장용 애니메이션 : 영화, 영화관 등에서 상영될 목적으로 제작되는 애니메이션. 극장용 애니메이션, 애니메이션 영화, 극장판 애니메이션 등
  - OVA(Original Video Animation) : 점포판매 또는 비디오대여점용으로 제작되는 애니메이션. VHS, LD, DVD, Blue-ray 등으로 제작, 유통됨
  - 웹 애니메이션 : 인터넷 및 온라인 네트워크를 통한 배신을 목적으로 제작되는 애니메이션. 일본 국외에서는 <Original Net Animation(ONA)>이라는 이름으로 불리기도 함

□ 2011년 7월, 미디어개발중연(MDRI)의 조사, 집계결과

- 극장용 애니메이션, 방송용 애니메이션, OVA, 온라인 매체를 통해 배신하는 웹 애니메이션 등을 포함하여, 일본 애니메이션 산업의 시장규모는 2010년 기준, 2,290억 엔으로, 전년대비 5.8% 증가한 것으로 집계, 파악됨
- 일본의 애니메이션 산업은 최고의 시장규모를 기록한 2006년 이후 감소추세를 보여주다 2009년부터 다시 회복되어 2년 연속 증가, 2011년 현재 상승 분위기를 이어가고 있는 추세로 분석, 보고됨

<그림 17> 일본 애니메이션 시장 규모 추이



※ 출처: 미디어개발중연(2011), 애니메이션 시장분석 프로젝트+자체 구성

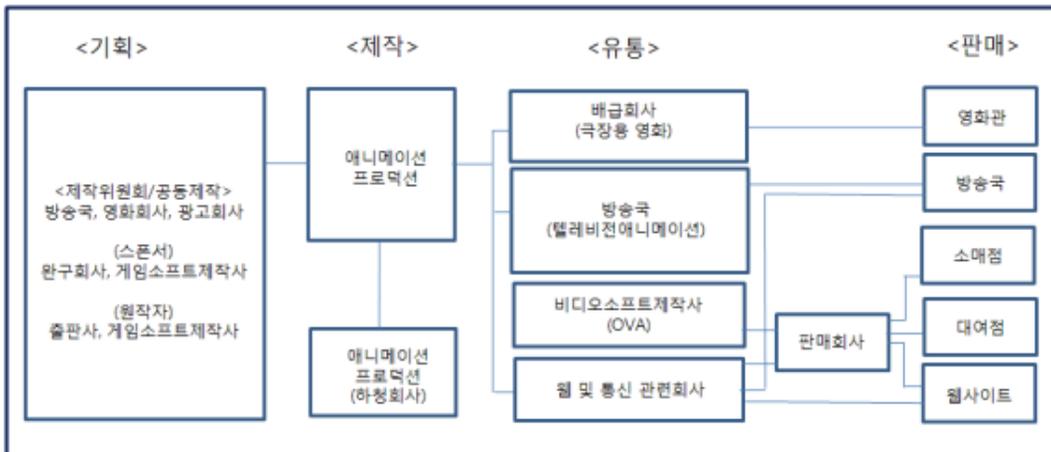
□ 일본 애니메이션의 제작방식

- 일본의 애니메이션은 기본적으로 다음과 같은 두 가지 방식으로 제작되고 있음.
  - ① 방송국, 광고회사, DVD판매회사와 출판사 등 복수의 회사가 출자하여 설립한 <제작위원회>와 제작회사 사이에서 제작 의뢰 및 유통거래 조건이 체결되는 방식(소위 제작위원회 방식)과 ② 제작위원회를 거치지 않고 텔레비전 방송국을 비롯하여 영화사, 애니메이션 배급회사 등이 애니메이션 제작회사에 제작을 직접 의뢰해 애니메이션을 제작하는 방식으로 나뉘어져 제작되고 있음
- 과거에는 주로 ②의 방식으로 제작되었으나, 1990년 중반부터는 대부분 ①의 방식, 즉 방송국, 영화회사, 광고회사, 출판사, 신문사, DVD판매회사, 완구회사, 식품회사, 게임소프트회사 등의 민간 기업이 출자스폰서로 참여, 결성된 <제작위원회>의 공동 기획을 애니메이션 제작회사가 수탁해 제작하는 <제작위원회 방식>으로 제작되고 있음
- 제작위원회방식은 법률적으로는 출자스폰서가 무한책임을 짚어지는 민법상의 임의조합단체

이나, 최근에는 출자에 머물러 있던 종래의 자격과 투자범위에서 벗어나 작품제작을 직접적으로 시도하거나 주도하기 위해 제작위원회가 <특별목적회사(SPC)>, <유한책임사업조합(LLP)>, 주식회사 등의 형태로 회사를 직접 설립, 운영하는 경우도 있음

- <제작위원회 방식>은 흥행 상의 리스크를 피하고 자금조달을 용이하게 하기 위해, 주도권을 쥔 핵심 회사가 복수의 기업으로부터 출자금을 거둬들여 흥행 리스크를 분산키는 한편, 이익분산을 출자비율에 맞춰 분배하는 민간기업의 공동투자방식
- 원래는 극장용 애니메이션이나 엔터테인먼트 상품 제작에 활용되던 투자방식이었으나, 1992년 제작된 텔레비전 방송용 애니메이션, <무책임 함장 타이라(無責任艦長タイラ)>에 도입된 이후, 일본에서는 상업 애니메이션 제작의 가장 일반적이면서도 매우 주요한 자금조달 및 기획방식으로 현재, 자리매김하고 있음

<그림 18> 일본 애니메이션 산업 구조



※ 출처: 일본무역진흥기구 일본경제정보과(2005), 일본 애니메이션산업의 동향(Industrial Report, JETRO Japan Economic Monthly)와 최근 동향에 대한 자체 조사를 결합, 재작성함.

#### □ 일본 방송용 애니메이션 제작현황

- 2010년 새로 제작된 방송용 애니메이션은 총 60편
- 지상파 방송, 케이블 방송, 위성 방송 등을 통해 2010년 방영된 편수는 기존에 방영되던 편수를 포함, 총 195편
- 주당 100편이 방영되기도 했던 텔레비전 방송용 애니메이션은 279편을 기록했던 2006년을 경계로 계속 감소추세. 2010년의 경우 7~8년 전과 똑같은 상황으로 되돌아가 2006년의 3/2에도 못 미치는 수치를 기록하고 있음

- 제작방식에 있어서도 2000년대 들어서면서부터 컴퓨터그래픽(CG) 또는 플래쉬 같은 디지털 제작기법을 활용한 숫 애니메이션이 증가하기도 했으나, 2007년 이후서부터는 이 또한 감소추세를 보여주고 있음

<그림 19> TV 애니메이션 방영 편수 (1963-2010년)

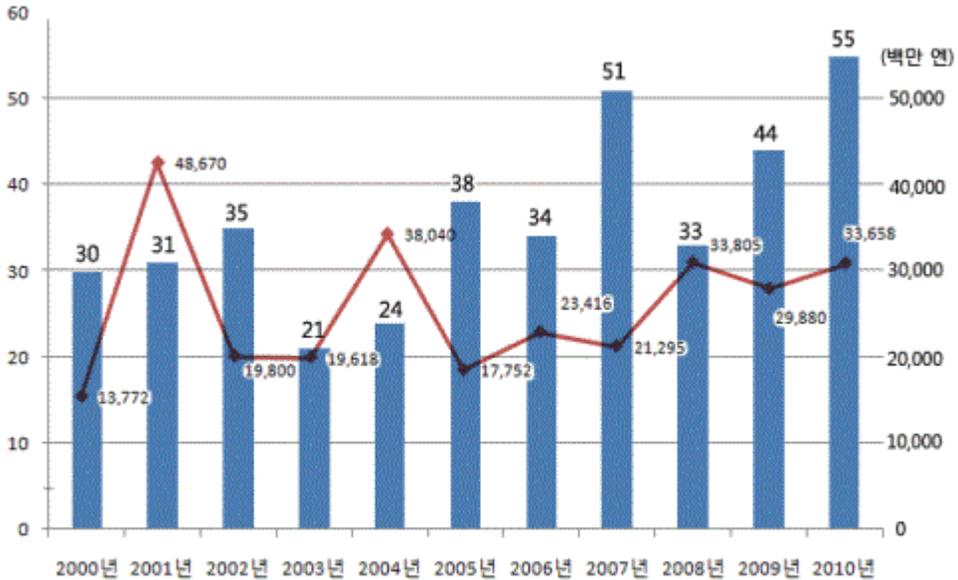


※ 출처: 일본동화협회(2011), 자체집계결과

### □ 일본 극장용 애니메이션 제작현황

- 2010년 일본에서 제작된 극장용 애니메이션은 총 55편. 이에 대해 일본 애니메이션 업계는 패키지 세일즈 방식이 중심이 되어 난항을 겪고 있는 방송용 애니메이션의 수익구조가 극장용 애니메이션으로 회귀한 결과로 파악하고 있으며, 이러한 현상은 앞으로도 계속될 것으로 전망하고 있음
- 일본의 극장용 애니메이션 개봉작품 수 자체는 2001년 이후 계속 증가 연간 평균 50~60편이 제작, 개봉되고 있음
- 이 가운데 히트하는 작품은 연간 평균 5~7편 정도. 연간 평균 제작편수가 배로 증가한 2000년대 이후에도 연간 평균 히트작품의 비율은 극장용 애니메이션 연간 제작 편수가 평균 30편 정도에 불과했던 2000년대 이전의 시기와 마찬가지로 9~15%에 그치고 있음
- 이와 더불어 일본의 방송용 및 극장용 애니메이션은 오리지널 작품으로 만들어지는 경우도 있지만, 대개는 만화를 원작으로 해 제작되는 경우가 많음
- 과거에는 애니메이션 텔레비전 방영권 또는 극장 수입에 의존하는 경우가 많았으나, 최근에는 순수한 방영권, 극장 수입, 해외 판매권 등 보다는 캐릭터 상품, DVD 판매, 게임 등과 연계된 2차 제작(패키지 상품화)을 통한 판권 수입을 겨냥해 기획 및 제작되는 경우가 많으며 수익구조 또한 2차 제작 및 판권수입에 크게 의존하고 있음

<그림 20> 극장용 애니메이션 제작편수 및 흥행실적 (2000-2010년)



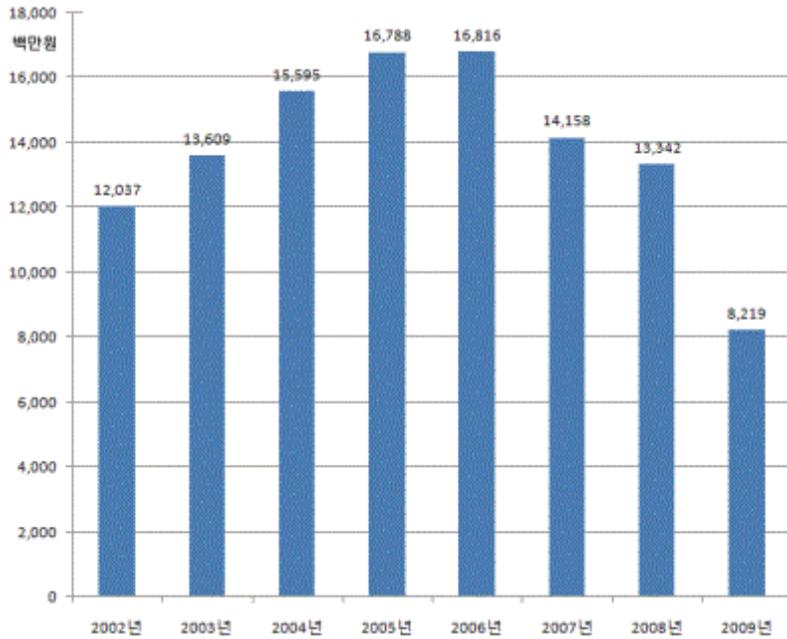
※ 출처: 일본동화협회(2011), 일본 애니메이션업계 시장의 최근 동향

#### □ 일본 애니메이션의 제작회사 구조 및 문제점

- 일본의 애니메이션 제작회사는 기획을 비롯하여 각본, 원화 및 동화 제작, 촬영, 편집, 음향 등을 주업으로 하는 업체
- 제작위원회로부터 직접 제작 수탁을 받는 기획·제작회사(직접 수탁 제작회사)와 원화 및 동화 제작, 음향, 촬영 등 대형 기획·제작회사 내지는 다른 제작회사로부터 제작의 전부 내지는 일부를 다시 수탁 받는 하청회사(재수탁 하청회사)로 크게 나뉘짐
- 2005년 359 업체였던 일본의 애니메이션 제작회사는 계속 증가, 2010년 기준 일본 전국에 419개의 업체가 활동하고 있음
- 예전과 변함없이 지금도 전체의 87%에 해당하는 365개의 제작회사가 동경에 집중적으로 위치해 운영되고 있으며, 자본금 1,000만 엔 이하, 종업원 10인 이하의 중소기업·영세업체가 약 42%에 차지, 일본 애니메이션 산업구조의 최고 문제로 다뤄지고 있음



<그림 22> 일본 동화협회 애니메이션 해외 판매 동향



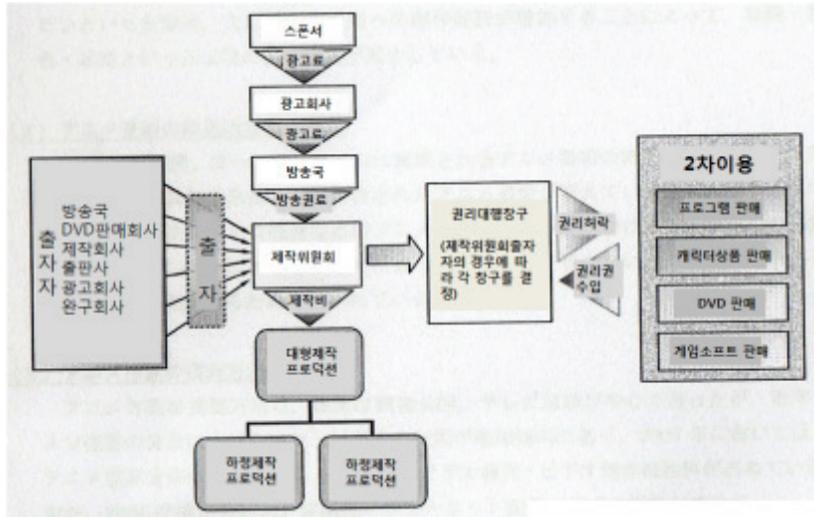
※ 출처: 재단법인 일본디지털콘텐츠협회(2011), 디지털콘텐츠백서 2011

## (2) 유통

### □ 일본 애니메이션의 유통방식

- 일본에서 애니메이션 및 2차 제작의 유통거래는 기본적으로 3가지 방식으로 이뤄지고 있음
  - ① 제작위원회 방식으로 제작 계약 시, 유통거래 조건을 함께 계약하는 방식
  - ② 제작위원회를 거치지 않고 텔레비전 방송국을 비롯하여 애니메이션 배급회사 등이 애니메이션 제작회사와 제작은 물론 유통조건도 함께 직접 체결하는 방식
  - ③ 과거에 텔레비전 방영된 애니메이션 작품의 방영권을 구입한 방송 프로그램 판매회사로부터 프로그램 방영권을 구입하거나 프로그램 판매회사가 제시한 프로그램 리스트를 토대로 애니메이션 작품을 선택, 프로그램 판매회사로부터 방영권을 구입하는 방식

<그림 23> 제작위원회 방식의 흐름도 일례



※ 출처: 일본 공정거래위원회사무총국(2009), 애니메이션 산업에 관한 실태조사 보고서

- 방송용과 극장용 애니메이션 제작은 물론 유통거래에서도 1990년대 중반서부터는 ①의 방식이 일반적인 방식으로 정착해 있으며, ③의 방식은 이미 제작된 애니메이션을 지방방송국, 케이블 방송국 또는 해외에 판매 시, 주로 사용되고 있음

#### □ 제작위원회의 방송용 애니메이션 유통방식

- 현재 일본 애니메이션 작품의 제작과 국내 유통거래에서 일반적인 방식으로 이해되는 <제작위원회 방식>(①)은 텔레비전 방송국 등이 제작위원회를 통해 애니메이션 제작물을 공급 받는 거래형태를 말함
- 제작위원회 방식으로 제작된 애니메이션의 경우, 제작회사의 거래 상대(발주자)는 방송국이 아니라 제작위원회가 됨. 제작위원회 방식으로 제작된 작품들은 대부분 방영권 구입 형태로 거래가 체결됨
- 경우에 따라서는 완성된 애니메이션의 방영권을 단순히 구입하는 것이 아니라 프로듀서 등 제작진을 파견하여 제작과정에 직접 관여하는 경우도 있으며, 제작위원회에 출자스폰서로 직접 참여하는 경우도 많음
- 방영권 등의 거래를 통해 방송국이 구입하는 방영권에는 방영회수, 유효기간이 조건부로 제시되는 동시에 그 유효기간에 맞춰 방영권과 함께 기한한정의 프로그램 판매권과 2차 제작 이익분배에 대한 권리가 포함되는 경우도 많음

## □ 제작위원회의 극장용 애니메이션 유통방식

- <제작위원회 방식>으로 제작되는 극장용 애니메이션의 경우는 다음과 같은 순서로 대부분 유통, 배포되고 있음
  - 제작회사를 비롯한 광고회사와 출판사 등 기획 발주자가 극장용 애니메이션 작품의 기획을 구상하고,
  - 기획의 발주자와 영화회사, 텔레비전 방송국, 광고회사 DVD판매회사 등이 출자스폰서로 참여해 제작위원회를 발족해,
  - 제작위원회로부터 제작회사로 극장용 애니메이션 작품의 제작위탁이 이뤄지고
  - 배급회사(영화회사)가 극장용 애니메이션의 배급 및 PR활동을 펼치고, ⑤ 방송용 및 극장용 애니메이션의 납입 후, 영화관 등에서 상영되어
  - 흥행수익과 2차 이용수익이 제작위원회로 출자비율에 맞춰 배분되는 방식으로 제작 및 유통, 거래 계약이 체결됨
- 아울러 애니메이션의 유통 형태로는 공중파 방송 및 극장 등을 통한 방영 및 공개 등의 애니메이션을 본래의 제작목적을 위한 이용(1차 제작) 외에, 부가가치 창출을 위해 또 다른 매체로 제작되어 이용되는 2차 제작의 유통방식이 존재함
- 2차 제작을 위한 유통 및 판매방식은 다양하나, 크게 분류하면 다음의 표와 같이 요약 가능함

**<표 27> 2차 제작 분류**

OVA 제작	공중파 텔레비전 및 극장용 애니메이션을 비디오 또는 DVD 등의 매체로 재제작, 판매하는 방식
패키지 상품화	텔레비전 애니메이션 또는 극장용 애니메이션의 캐릭터 등을 완구, 문구, 앨범, 의류, 장신구 등 같은 상품으로 제작, 판매하는 것
자동공중송신화	인터넷 또는 휴대전화 등 온라인 네트워크를 통해 애니메이션을 배신 또는 판매하는 방식
프로그램판매	방영된 텔레비전 애니메이션 또는 공개된 극장용 애니메이션을 국내의 다른 방송국(지방방송국, 케이블방송국 등)에 판매하는 한편, 해외의 방송국 등에 다시 판매하는 방식

※ 출처: 일본 공정거래위원회사무총국(2009), 애니메이션산업에 관한 실태조사보고서

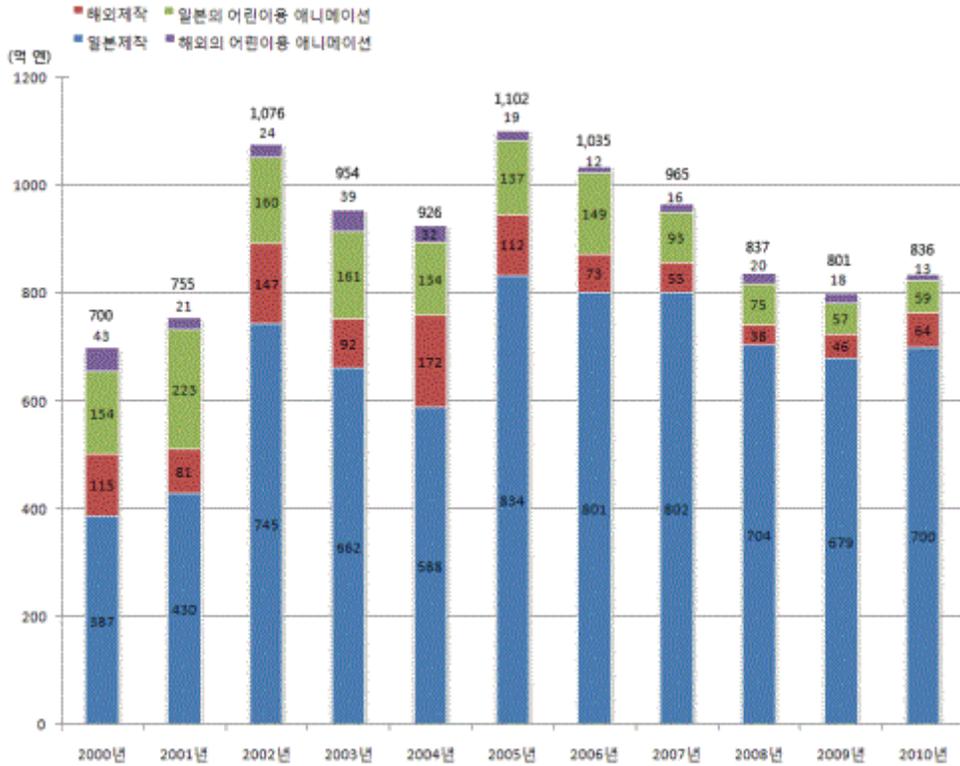
## □ 제작위원회의 OVA 애니메이션 유통방식

- 1차 제작을 우선시하는 텔레비전 방송용 애니메이션과 극장용 애니메이션과는 달리, OVA 애니메이션은 독립제작자에 의해 1차 제작되어 유통되는 경우도 있으나 기본적으로 텔레비전과 극장용 애니메이션을 재제작하여 유통, 판매함
- 제작보다는 유통에 역점을 두고 사업이 추진되고 있으며, 캐릭터 상품 등과의 연계를 통한 패키지 상품화를 통해 시장을 더욱 확대하고 있는 중
- OVA 애니메이션 역시 텔레비전 방송용 애니메이션의 제작위원회 방식과 똑같은 방식으로 대부분 제작되고 있음
- 기본적인 제작과 유통거래는 다음과 같은 단계 순으로 이뤄지고 있음
  - DVD판매회사가 중심이 되어 제작위원회를 발족하고
  - 제작위원회가 제작회사에 OVA작품 제작을 위탁하며,
  - 작품 납입 후, DVD판매회사가 OVA작품의 DVD를 시중에 유통 및 판매

## □ 일본 디지털콘텐츠협회의 <일본 애니메이션 제작 및 유통 현황> 조사보고서(2010년)

- 2010년 OVA 시장의 총 출하액은 759억 4,600만 엔. 최고를 기록했던 2005년에 비해 약 22% 정도 감소
- 2005년 이후 계속 감소하다 5년 만에 다시 증가하고 있는 추세로, 이는 OVA 시장규모의 축소라기보다는 전체적으로 침체 상태에 빠져 있는 애니메이션 산업의 영향 때문인 것으로 일본 업계에서는 분석
- 비디오, DVD, Blue-ray 등 다양한 디지털 매체로 제작되는 OVA 중에서 특히 Blue-ray로 제작된 OVA의 매출이 2008년 이후 눈부신 성장률을 보여 주고 있는데, 일본 Blue-ray 2010년 전체시장 매출 가운데 56.9%를 애니메이션 OVA가 점유한 것으로 집계, 조사됨

<그림 24> 애니메이션 비디오소프트 출하금액 추이



※ 출처: 재단법인 일본 디지털콘텐츠협회(2011), 디지털콘텐츠백서 2011

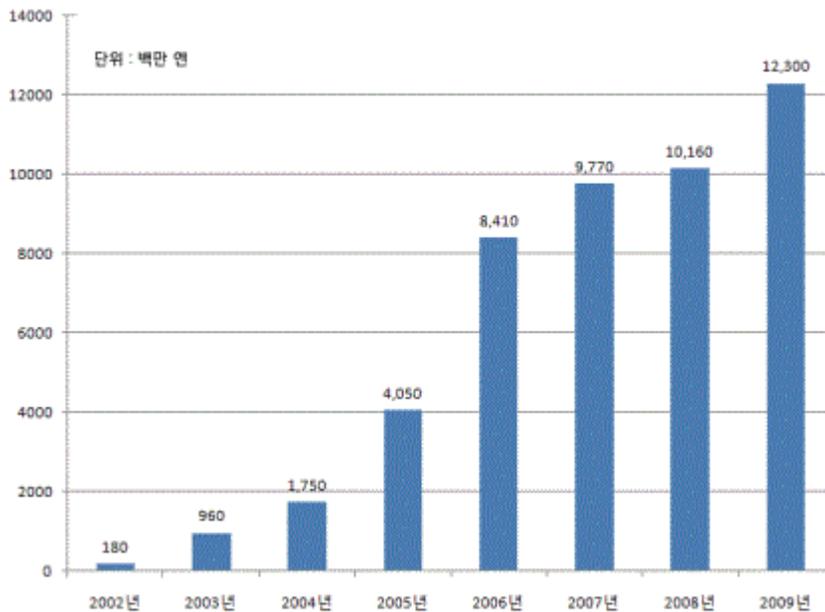
- 또한 일본 동화협회의 자체 조사결과(2011)에 따르면, 2007년도 일본 동화협회 가입 애니메이션 제작회사들의 총수입 2,396억 엔 가운데 OVA 판매수입이 약 30%를 차지
- 이는 애니메이션 제작회사의 총수입 중 가장 큰 비중을 차지하는 수치로 현재, 일본 애니메이션 제작회사의 수익구조가 극장용 또는 방송용 애니메이션보다도 비디오, DVD 등의 2차 제작 판매수익에 크게 의존, 운영되고 있음을 알 수 있음

□ 웹 애니메이션 제작 및 유통현황

- 인터넷과 휴대폰 등을 통한 온라인 애니메이션 유통시장이 크게 성장하고 있는데, 특히 최근 스마트폰, Android 단말기와 태블릿에 의한 본격적인 영상 배신이 개시됨에 따라, 가입자 및 이용자가 크게 늘어나고 있는 추세
- 이와 같은 현상은 더욱 증가할 것으로 예측되며 현재 온라인 배신을 통한 애니메이션 시장

이 현재 여러 가지 법적 규제로 인해 제한을 받고 있기는 하나, 앞으로 애니메이션 2차 제작 시장의 새로운 유통경로이자 수입원으로 크게 부상, 자리매김할 것으로 일본 애니메이션 업계에서는 전망

<그림 25> 일본 동화협회 온라인 배신 실적



※ 출처: 재단법인 일본 디지털콘텐츠협회(2011), 디지털콘텐츠백서 2011

- 2000년대 이후, 급부상하고 있는 웹 애니메이션은 기본적으로 기존의 극장용 혹은 텔레비전 방송용 애니메이션을 온라인 배신을 위해 재편집 후, 인터넷과 온라인 매체를 통해 배신하는 방식과, 텔레비전 방송용과 극장용 애니메이션과 OVA의 사전 방영을 목적으로 제작되어 온라인 상에서 일차적으로 공개된 후, 텔레비전 방송과 극장, OVA를 통해 오프라인 시장에 다시 공개하는 방식으로 나뉘어 현재 제작, 유통되고 있음

### (3) 소비

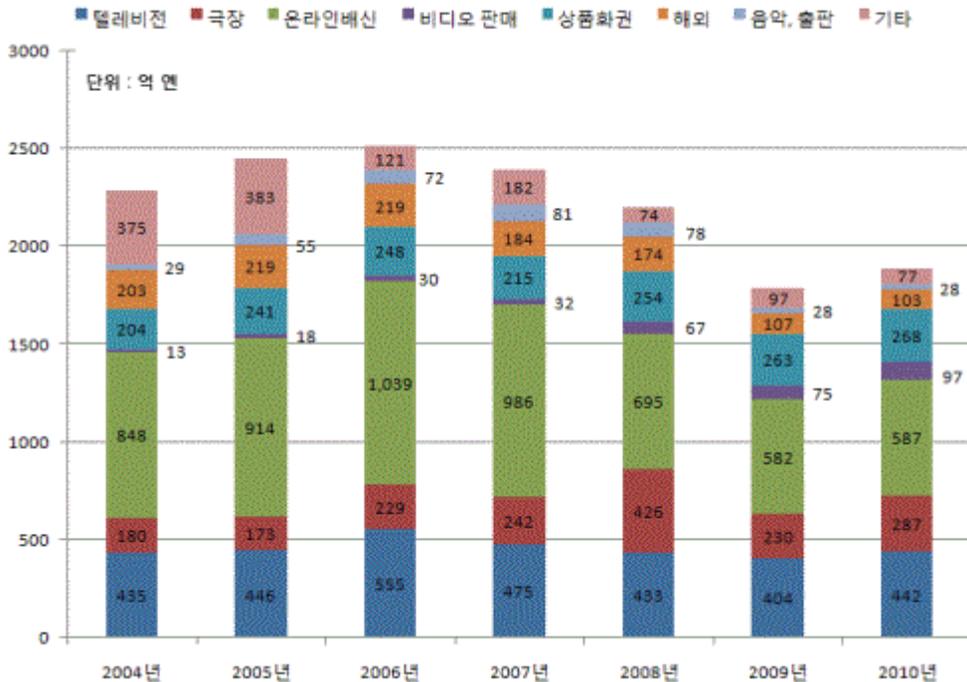
- 2010년 2,290억 엔의 시장규모(미디어개발총연 기준)를 기록한 일본의 애니메이션 산업의 분야별 매출상황을 살펴보면, 아래의 표와 같음
- 최근 일본 애니메이션 업계의 유통 및 판매 구도가 다극화되는 양상을 보여주고 있기는 하

나, 방송용, 극장용 및 OVA가 여전히 업계를 주도하고 있으며 전체시장의 매출고 가운데 약 70%를 점유하고 있음을 알 수 있음

□ 2011년 일본 동화협회의 애니메이션 소비현황 관련 조사보고서

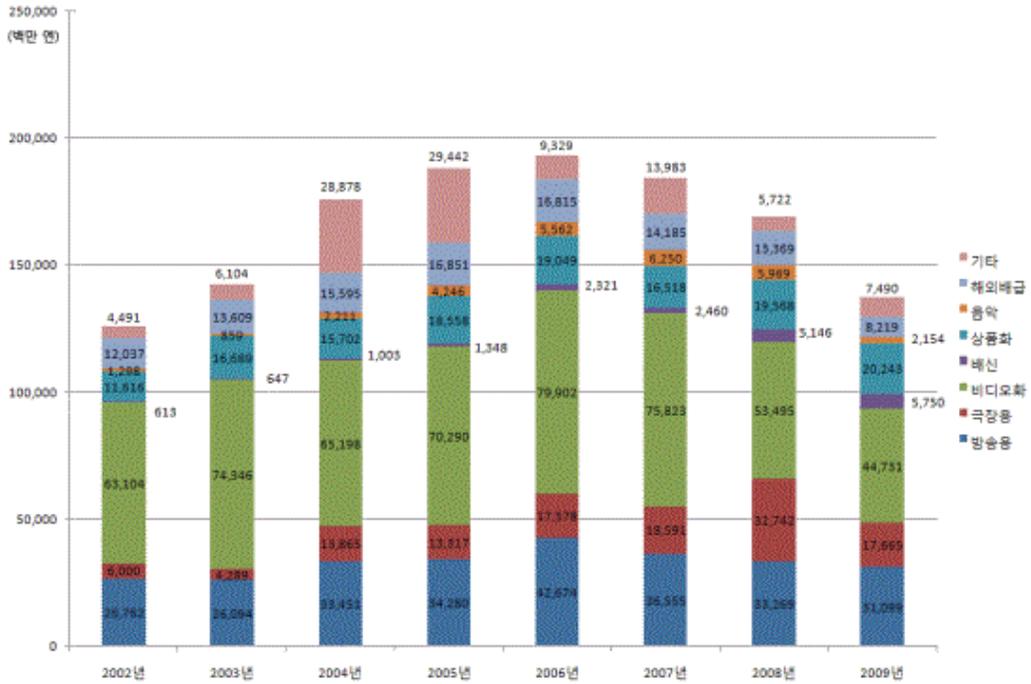
- 극장 수입과 텔레비전 방영료를 비롯하여 OVA 등 주요 분야의 시장규모가 모두 격감하고 있는데, 한동안 이러한 추세는 지속될 것으로 파악하는 입장을 보여줌
- 모든 분야가 침체 내지는 감소하고 있는 것만은 아니며 신장세를 보여주고 있는 분야도 있는데, 특히 2005년 무렵부터는 애니메이션의 인터넷 배신 등을 통한 수익이 점진적으로 증가하고 있는 것을 알 수 있으며, 2010년 상품화 및 배신 등의 분야 또한 전년대비 103.4%, 111.7%의 신장률을 기록하고 있음

<그림 26> 애니메이션 업계 매출고 추이



※ 출처: 재단법인 일본 디지털콘텐츠협회(2011), 디지털콘텐츠백서 2011

<그림 27> 2002~2009년 일본 동화협회 매상금액 앙케이트 조사결과

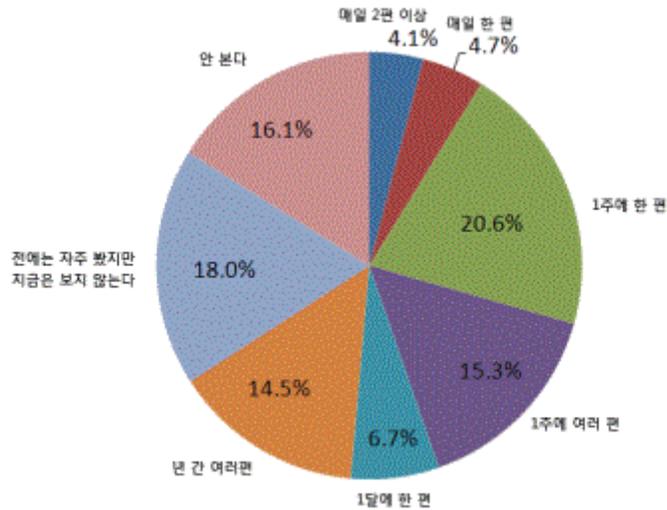


※ 출처: 일본동화협회(2011), 일본 동화협회 회원사 매상 앙케이트 결과 개요/애니메이션산업 리포트

□ 민간 조사기관의 일반 소비현황 조사보고서

- 그림에도 불구하고 지난 2008년 일본의 리서치전문기관 <MY VOICE>가 10대에서 50대에 이르는 시청자 14,060명을 대상으로 실시한 조사결과에 따르면, 전체 응답자의 65.9%가 여전히 애니메이션을 즐겨 보고 있는 것으로 조사, 발표된 적이 있음

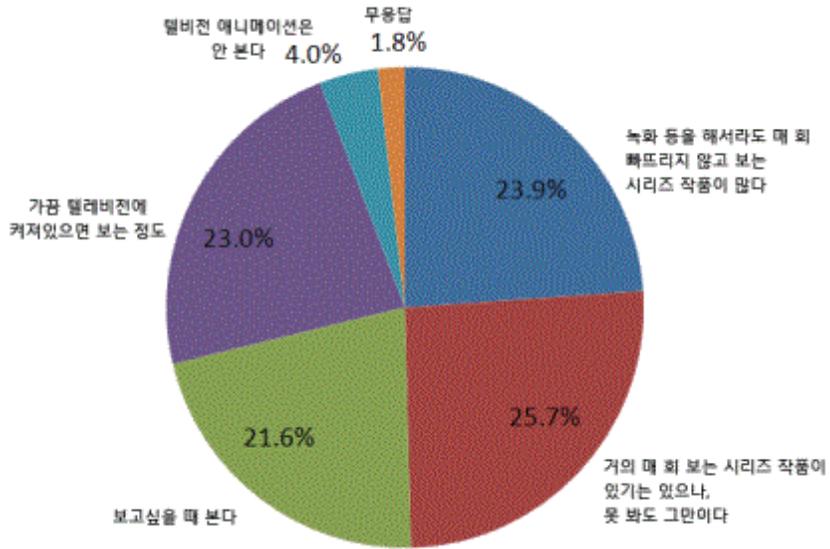
<그림 28> 텔레비전 애니메이션 시청빈도



※ 출처: My Voice(2008), 애니메이션에 관한 조사

- 2008년 또 다른 일본의 리서치전문기관 <weave>가 실시한 조사결과에 따르면, 전체 응답자의 60%가 텔레비전을 통해 애니메이션을 시청하고 있는 것으로 집계됨
- 텔레비전 애니메이션의 시청태도에 대한 2008년 <MY VOICE>의 설문 조사결과에 따르면, 텔레비전에서 방영되는 시리즈 애니메이션을 <녹화 등의 방법을 통해서라도 매회 빠지지 않고 시청하고 있다>고 23.9%가 응답하였으며, <텔레비전 애니메이션은 보지 않는다>고 응답한 사람들도 4%나 집계됨. 그리고 텔레비전 애니메이션 작품을 보지 않는 이유로는 <재미있는 작품이 없다(24.6%)>, <관심 없다(22.9%)>, <볼 시간이 없다(21.7%)> 등을 들고 있는데, 그 조사결과는 다음의 표와 같음

<그림 29> 시청태도



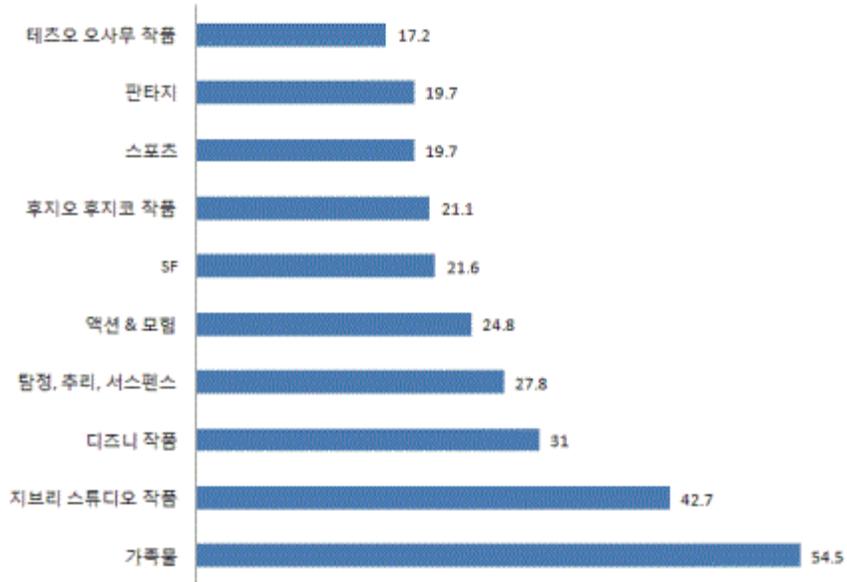
※ 출처: My Voice(2008), 애니메이션에 관한 조사

#### □ 방송용 애니메이션 소비 현황 및 소비자 선호도 조사결과

- 2010년 방영된 일본의 텔레비전 방송용 애니메이션은 총 195편
- 일반적으로 일본의 텔레비전 애니메이션은 1,000만 엔 정도의 예산을 투입해 편당 30분 포맷으로 제작되고 있는데, 2010년 방영된 텔레비전 방송용 애니메이션 195편 중 42편(전체 62%)이 30분 포맷으로 제작되어 방영됨
- 지상파방송, 케이블방송, 위성방송 등 다양한 채널을 통해 방영된 텔레비전 방송용 애니메이션의 2010년도 총 제작시간은 최고를 기록한 2006년도의 135,530분에서 약 34%, 전년도(2009) 108,342분에서 17% 감소한 89,586분으로 집계되었음
- 2008년도 일본 리서치기관 <My Voice>의 앙케이트 조사결과에 따르면, 일본 사람들이 즐겨보는 애니메이션 장르는 <가족물>이 54.5%로 가장 높았으며, 다음으로 <지브리스튜디오>와 <디즈니> 등의 제작물이 상위권을 차지하고 있음
- 2010년에 <일본 HMV>가 실시한 애니메이션 소비행태에 관한 앙케이트 조사결과에서는 남성의 경우 <로봇 애니메이션>, <액션모험>, <미소녀> 애니메이션이 1, 2, 3위를 기록한 반면, 여성들은 <액션모험>, <판타지>, <로맨스> 애니메이션을 즐겨 보는 것으로 순위가 집계됨

- 일본 사람들이 애니메이션 작품을 선택할 때 중요시 여기는 기준은 스토리 전개, 캐릭터, 감독 순 등인 것으로 조사되었음

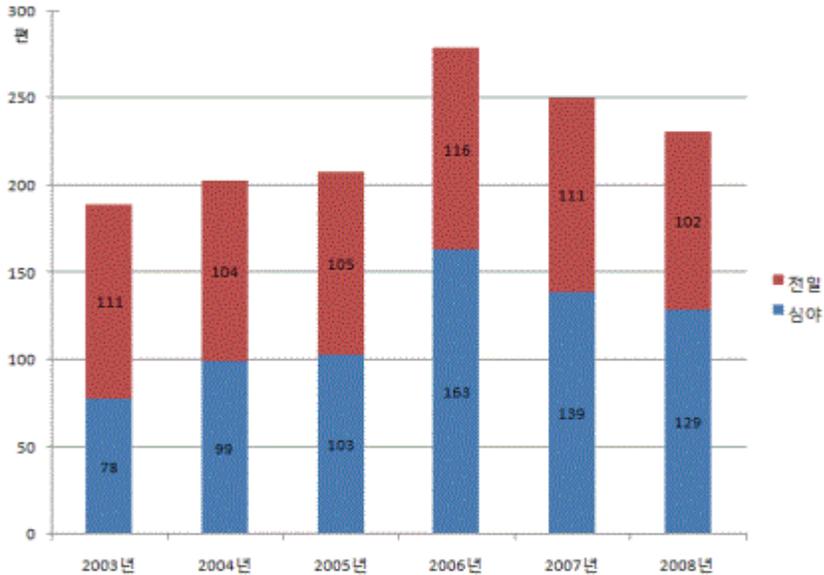
<그림 30> 애니메이션 시청 장르 순위



※ 출처: My Voice(2008), 애니메이션에 관한 조사

- 리서치기관 <MACROMILL>의 조사결과에서는 일본의 어린이들은 텔레비전을 통해 애니메이션을 주로 시청하는 것으로 파악되었으며, 주로 어린이들의 텔레비전 시청시간은 주로 오후 6시~8시 사이인 것으로 발표되었음
- 일본에서 텔레비전 애니메이션의 방송시간대는 기본적으로 전일시간대(5시~23시)와 심야시간대(23시~5시)로 분류되어 방송이 편성되는데, 전일시간대에는 어린이, 청소년, 가족용 애니메이션이, 심야 시간대에는 주로 일반 성인을 대상으로 한 애니메이션이 주로 방영되고 있음
- 1990년대 이후 골든타임 시간대에 방영되는 애니메이션 편수는 감소하고 심야시간대에 제작위원회 방식으로 제작된 일반인 대상의 애니메이션 방영이 점진적으로 증가하였으나, 2006년을 기점으로 심야시간 방영되던 애니메이션 편수도 감소하고 있는 추세임

<그림 31> TV 방송 작품 방영시간대별 편수(2010)



※ 출처: 일본동화협회(2011), 일본 애니메이션업계·시장의 최근 동향

- 이와 같은 텔레비전 애니메이션 시장의 축소현상에 대해 일본 애니메이션 업계는 일본 광고 시장의 침체와 축소로 인해 심야 애니메이션 방송편수가 많이 감소되었기 때문에 파악
- 다양한 온라인 매체의 보급과 활성화에 발맞춰 텔레비전에서 온라인 네트워크로 시청매체를 전환하는 시청자들의 소비행태전환을 또 다른 요인으로 지적하고 있음
- 현재 일본에서는 지상파 방송 애니메이션 시장은 계속 축소되고 있으나, 위성방송과 케이블 방송을 통한 애니메이션 채널 시청자는 계속 늘어나고 있으며 유료방송 시장 역시 확대되고 있는 상황
- 일본 미디어개발종합연구소의 조사결과에 따르면, 2009년 말 기준으로 애니메이션 전문 케이블채널인 <ANIMAX>의 가입세대수는 약 830만 세대. 이는 일본 유료채널 가운데 1위에 해당하는 수치. 이러한 점을 고려, 일본 애니메이션 업계는 <ANIMAX>가 BS방송을 시작하는 2011년 이후에는 유료방송을 통한 텔레비전 방송용 애니메이션 시청률이 다시 증가할 것으로 전망하는 낙관적 입장을 제시하고 있음

□ 극장용 애니메이션 소비현황

- 2010년 일본에서 제작된 극장용 애니메이션 총 55편 가운데 일본 국내에 공개된 편수는 32

편, 그리고 해외에서 제작된 애니메이션을 포함, 총 111편이 2010년 한 해 동안 일본 국내에서 개봉됨

- 2010년 극장용 애니메이션의 흥행실적은 약 336억5,000만 엔으로 전년 대비 12.7% 증가하였으며, 이외에도 제작편수, 제작 분수, 흥행수입 등 모두 전년을 웃돈 것으로 집계됨
- 2010년 10억 엔 이상의 흥행실적을 기록한 편수는 총 9편. 일본 국내 애니메이션 가운데는 <借りぐらしのアリエッティ(The Borrowed Arrietty)>가 92억 5천만 엔을, 그리고 2009년 12월 공개된 <ワンピース フィルムストングワールド>가 48억 엔의 흥행실적으로 올랐으며, 수입 애니메이션 가운데는 <토이 스토리 3>이 108억 엔으로 부문별 흥행실적 1위를 기록함
- 극장용 애니메이션의 히트 작품들은 대부분 저학년 대상의 텔레비전 시리즈 애니메이션임
- 2001년만 해도 극장용 애니메이션 패키지 상품의 매출실적 가운데 30%를 차지하고 있던 어린이용 작품의 비율이 2007년에는 10%로까지 감소했으며, 2008년도에는 2000년대 초반의 3/1에도 미치지 못하는 수준으로 격감된 반면, 일반 성인을 대상으로 한 패키지 상품의 매출실적은 눈에 띄게 증가해 압도적인 시장 점유율을 보여주고 있음
- 이러한 현상의 요인으로는 젊은 세대의 오타쿠화 현상과 심야시간대의 성인 애니메이션 증가, 제작위원회의 출자스폰서로 참여하는 광고회사의 마케팅전략 등이 지적되고 있으며, 일본 애니메이션 업계에서는 이러한 흐름이 앞으로도 계속 확대, 지속될 것으로 내다보고 있음

#### □ OVA 등 소비행태 조사결과

- 애니메이션 패키지상품을 개발하는 <반다이비주얼>이 지난 2009년 미취학아동과 초등학생을 대상으로 실시한 <어린이 DVD 시청 및 구입>에 관한 조사결과임
- 이에 따르면, 현재 DVD로 영상물을 시청하는 일본 어린이들 가운데 80%가 일본 국내 애니메이션을 즐겨 보고 있는 것으로 집계됨
- DVD 시청 시 40% 정도가 형제들과 같이, 그리고 30% 정도가 부모와 함께 시청하고 있는 것으로 집계됨
- 어린이들의 평균 DVD 시청빈도는 주당 2~3일 정도이고 초등학생보다는 미취학아동들의 DVD시청률이 더 높은 것으로 나타남
- 미취학 아동들 중에 애니메이션을 매일 시청하는 비율은 남자아이들이 31%, 여자아이는 27%이며, 연령이 높아질수록 DVD 시청률이 떨어지고 있음
- 어린이들의 경우 대개는 구입보다는 비디오대여점에서 대여를 통해 시청하나, 어린이들의 연간 신품 DVD 구입 수는 2편에서 3편이고, 평균 10편에서 14편 정도씩을 보유하고 있는 것으로 집계됨

- DVD 구입 작품결정은 전체 응답자의 57%가 시청자 어린이가 하고 있다고 응답하였으며, 시청 작품에 대한 보호자의 영향력은 비교적 낮은 것으로 발표됨

## 2) 정책

### (1) 규제정책

#### □ 애니메이션 규제정책 관련 일반 현황

- 일본에서 애니메이션에 대한 규제정책은 주로 표현의 자유 내지는 청소년 범죄와 관련되어 시행되고 있음
- 일본에서 상업적 목적으로 제작되는 영상물들은 기본적으로 자주규제 형식으로 제작되고 있는데, <표현의 자유>와 관련해서 극장용 애니메이션은 극장용 영화와 똑같이 <영화윤리위원회>를 준수하도록 되어 있음
- 텔레비전 방송용 애니메이션은 전파법과 방송법의 규정에 따라 방송사업자가 자체적으로 방송기준법·프로그램 기준(방송코드)을 규정, 운용하도록 되어 있으나, 일본민간방송연맹 가입회원 방송국들로 구성된 <방송윤리·프로그램 향상기구>(BPO)가 규정한 <방송기준법> 등에 따라 자주규제를 실시하고 있음

#### □ 애니메이션 방송 규제법과 <서브리미널 효과>이론

- 일본에는 <서브리미널 효과(Subliminal stimuli)>이론을 토대로 규정된 방송규제법이 실시되고 있음
- 1995년 옴진리교 사건 당시, 니혼 텔레비전 계열사 방송국에서 방영되고 있던 텔레비전 애니메이션 <시티 헌터 3> 제11화의 재방송에 옴진리교의 교단대표인 아사하라 쇼코(麻原 彰 晃)의 얼굴이 삽입된 사실이 TBS 뉴스를 통해 보도되면서 방송프로그램과 <서브리미널 효과>의 관계성에 대한 논의가 사회적으로 문제시됨
- 이를 계기로 1995년 일본방송협회(NHK)가, 1999년에는 일본민간방송연맹이 각자의 프로그램 방송기준으로 인지 부조화적인 표현방법을 금지하는 법안을 명문화함. 그 후, 일본 국내의 영화 및 텔레비전의 모든 프로그램에 이 금지법이 적용되고 있으며 애니메이션 또한 예외적이지 않음. 그 내용은 다음과 같음
  - 일본방송협회 국내 프로그램 기준

- 제1장 방송프로그램 일반 기준
- 제11항 표현
- 6 통상적으로 지각 불가능한 기법으로 잠재의식에 영향을 미치는 표현은 하지 않는다.
- 일본민간방송연맹 방송기준
  - 제8장 표현상의 배려
  - (59) 시청자가 통상적으로 감지할 수 없는 방법에 의해 무언가의 메시지 전달을 의도하는 수법(소위 인지 부조화적 표현수법)은 공정하지 않으며 방송에 어울리지 않음
- OVA와 웹 애니메이션과 관련해서는 자주규제에 관한 법적 규정과 임의단체 등은 존재하지 않음. 그러나 방송 판매권을 위해 텔레비전 애니메이션 및 극장용 애니메이션과 거의 같은 수준에서 자주규제가 행해지고 있음. 단, 성인용 비디오(Adult Video)에 준하는 내용의 성인용 애니메이션은 <일본 비디오 윤리협회>의 심사를 받도록 되어 있음
- 텔레비전 애니메이션의 패키지 상품 판매와 관련해서는 자주규제가 없기 때문에 텔레비전 방송에서 일반 프로그램에 제재를 가하고 있는 수준보다도 더 자극적이고 과격한 성적인 표현 내지는 폭력적인 장면을 추가하거나 교체해 방영하는 경우도 있음

#### □ 청소년 보호 관련 주요 애니메이션 규제법

- 애니메이션의 표현 제재 내지는 규제는 또한 청소년 보호정책과 연계되어 추진 또는 제정되고 있는데, 몇몇 주요 규제 법안을 정리하면 다음의 표와 같음
- 인터넷과 휴대폰, 스마트 폰을 이용한 웹 애니메이션 시장이 급속하게 성장하는 최근의 시장변화와 향후 시장 확대를 위해 최근, 아래와 같은 방송규제법의 일부 개정을 요구하는 애니메이션 업계의 제언이 계속 제기되고 있음
- 동경도 청소년의 건전한 육성에 관한 조례
  - 1964년에 제정된 조례로서, 18세 미만을 청소년으로 정의, 청소년의 환경정비를 조장하는 동시에 청소년의 복지를 저해하는 행위를 저지해, 청소년의 건전한 육성을 꾀할 것을 목적으로 하는 법안
  - 이를 기준으로 마련된 <동경도의 불건전 도서> 지정은 일본잡지협회, 일본서적출판협회 등 출판 4개 단체로 구성된 출판윤리협회의 자주규제에 의거, 실질적으로 전국적인 판매 규제의 기준으로 통용되고 있음
  - 2010년 12월 과도한 성적 표현이 있는 만화와 애니메이션 판매를 규제하는 법안이 가결되었는데, 개정된 내용을 살펴보면 다음과 같은 내용이 새로 추가 제정되어 있음을 알 수 있음

- 제7조 (도서류 등의 판매 및 흥행의 자주규제)

도서류의 발행, 판매 또는 대여를 업으로 하는 자 혹은 영화 등을 주최하는 자, 흥행장소를 운영하는 자는 도서류 또는 영화 등의 내용이 다음의 각호에 해당하는 것이라 인정될 시에는 상호 협력하고 밀접한 연락 하에 해당 도서 또는 영화 등을 청소년에게 판매, 배포, 대여, 또는 열람하지 못하도록 해야 한다.

1. 청소년에게 성적 감정을 자극하고, 잔혹성을 조장하거나 또는 자살 내지는 범죄를 유발하여 청소년의 건전한 성장을 저해할 위험이 있는 것.
2. 만화, 애니메이션 그 외의 이미지(실사를 제외한)로 형사처벌 규제에 저촉되는 성교 또는 성교유사행위, 결혼을 금지시키고 있는 근친간의 성교 또는 성교 유사행위를 부당하게 찬미하고 규제에 저촉되는 성교 또는 성교유사행위, 결혼을 금지시키거나 과장하는 듯, 묘사하거나 표현함으로써, 청소년의 성에 관한 건전한 판단능력의 형성을 방해하고, 청소년의 건전한 성장을 저해할 위험이 있는 것.

○ 청소년건전성장저해도서류규제법안

- 출판물 및 DVD 등에 대한 규제법
- 각 자치단체 별로 행해지고 있는 유해도서지정을 국가에서 일관해 실시하고자 하는 것으로, 내각부에 청소년건전육성추진위원회를 설치하고 규제대상과 기준을 정하고 있음
- 규제대상이 된 출판물과 DVD는 청소년에게 판매금지 및 일반 도서와의 분별 진열, 포장 등을 판매업자에게 의무화시킴
- 통신판매에 대해서도 배달 시, 지정도서류임을 표시할 것, 구입자의 연령 확인을 의무화시키고 있음
- 청소년에게 1) 성적 감정을 자극시키는 것, 2) 잔혹성을 조장하는 것, 3) 자살 또는 범죄를 유발시키는 것, 4) 심신 건강을 해하는 행위를 유발시키는 것 등 애매모호한 조항이 많아 출판업계로부터 문제제기를 받고 있기도 함

○ 아동포르노금지법개정안

- 1999년에 제정되어 3년마다 개정되는 법안으로, 2011년 올해 또 한 차례 국회에서 개정될 예정
- 2011년 올해 개정안에서의 쟁점은 아동포르노 동영상과 사진, DVD의 개인적 보존 및 소지도 형사처벌한다는 법안. 처음에는 <만화와 애니메이션에 대한 규제 법안>도 처벌 대상에 상정되었으나, 최근 거센 반대여론으로 인해 <만화와 애니메이션>은 잠정적으로 대상에서 제외시키기로 결정

- 청소년이 안전하게 안심하고 인터넷을 이용할 수 있는 환경 정비 등에 관한 법률
  - 2008년 참의원에서 가결, 성립된 법안으로, 휴대전화와 인터넷 등 온라인 매체에 청소년 유해정보 필터링 서비스를 원칙적으로 제공하는 것을 의무화하고, 보호자의 동의를 의무화한다는 것
  - 이 법률에서 정의하는 <청소년유해정보>란 인터넷을 이용하여 공중의 열람(시청을 포함)을 위해 제공되는 정보이며, 청소년의 건전한 성장을 저해하는 것(2조3항)으로 다음과 같은 항목들이 예시되고 있음
- 청소년이 안전하게 안심하고 인터넷을 이용할 수 있는 환경 정비 등에 관한 법률
  - 범죄자 또는 형사처벌 법령에 저촉하는 행위를 직접적 또는 명시적으로 칭부하고, 중개 혹은 유인하고 또는 자살을 직접적 혹은 명시적으로 유인하는 정보
  - 인간의 성행위 또는 성기 등 외설적인 묘사 및 성욕을 흥분시키거나 자극하는 정보
  - 살인, 처형, 학대 등의 장면 묘사와 그 외 잔혹한 내용의 정보

## (2) 지원정책

### □ 애니메이션 산업지원 관련 일반 현황

- 일본의 애니메이션, 게임, 만화 등은 기본적으로 정부에 의존해 성장해 온 산업이 아님
- 따라서 얼마 전까지만 해도 국제적인 지명도에도 불구하고, 일본 국내에서 일본 애니메이션에 대한 산업적 관심과 문화적 평가는 그다지 높은 편이 아니었음
- 일본 애니메이션의 국제적 인지도가 향상되면서 일본 정부에서도 관심을 갖기 시작하나, 얼마 전까지만 해도 일본 정부는 산업적 차원에서의 지원 및 정책 등을 마련해 주기보다는 표현에 대한 제재 및 규제 등을 완화시키는 방향에서 국제 경쟁력을 강화하고 애니메이션에 관심을 보여 주었을 뿐, 지금까지 애니메이션에 대한 산업 지원 및 장려방안 수립 등은 주로 민간 주도, 특히 제작위원회를 중심으로 추진되어 왔음
- 2000년 이후, <제작위원회> 중심으로 전개되던 애니메이션 산업에 대한 민간 지원정책에 변화가 발생함
- 그동안 방송국에 의존하는 산업구조와 제작위원회의 민법상의 지위로 인해 기관투자자와 금융관계자의 투자가 제한되어 왔으나, 저작권 및 방영권, 극장 배급권, 비디오 판매권 등을 담보로 일본 대형 금융기관 중 하나인 미주호은행이 애니메이션 제작회사에 5억 엔을 융자하고 제작에 유동적으로 투자하는 제도를 마련하면서부터 여러 대형은행 및 금융기관

에서도 애니메이션 제작회사에 자금을 공급하는 제도를 개발하고 있음

- 뿐만 아니라 여러 민간 기업에서도 애니메이션 산업에 대한 지원과 투자를 기존과 다른 방향에서 자체적으로 모색, 적극적으로 참여하는 모습들을 보여주고 있음
- 1989년 여아연속살인사건으로 인해 사회적으로 파문을 일으킨 젊은 세대들의 〈오타쿠화〉 현상과 그 연속선 상에서 일어난 1995년 〈옴진리교 지하철 독극물사건〉, 〈히키코모리 현상〉 등이 사회적으로 크게 주목받아 온 탓에, 애니메이션은 1990년대 이후 줄곧 부정적으로 인식되어 옴
- 그러한 애니메이션과 오타쿠 산업이 일본 국내에서 재평가받기 시작하는 것은 2002년 이후. 미야자키 하야오 감독의 〈센과 지히로의 행방불명〉이 일본 애니메이션으로는 사상 처음으로 아카데미 영화제에서 장편 애니메이션상, 베를린 국제영화제에서 금곰상 등을 수상하면서 애니메이션과 오타쿠산업을 콘텐츠산업의 핵심 산업으로 재인식, 정부의 지원정책이 본격적으로 마련되기 시작함
- 현재 일본 정부를 비롯하여 공적 기관에서 실시하는 진흥정책 혹은 실태조사들을 살펴보면, 애니메이션 산업에 대한 정부 차원의 정책 및 전략 수립방안들은 주로 제작 내지는 유통에 관한 것들이 대부분
- 애니메이션 산업 자체에 대한 지원 내지는 장려하는 방향에서 정책이 마련되고 있기보다는 캐릭터 상품과 게임소프트 개발 같은 2차 제작과 패키지 상품화, 연관 산업과의 연계방안 등을 확대하고 활성화시키는 콘텐츠 산업 내지는 지식산업 육성책의 일환 및 파급력을 고려한 방향에서 계획 또는 추진되고 있음
- 새로운 비즈니스모델 창출을 위한 방향에서 최근, 추진되고 있는 일본 정부의 정책 및 지원 방안은 주로 다음과 방향성에서 추진되고 있으나, 구체적인 시행방안을 비롯하여 자금투입과 예산확충에 대한 계획안은 여전히 명확하게 제시되고 있지 않음
  - 새로운 산업구조 구축을 위한 제작회사의 구조 개혁 및 자금조달 방법 재구축
  - 국제 경쟁력 강화를 위한 인재 육성과 새로운 기술 개발 촉진
  - 애니메이션 산업 환경 재구축 및 관련 사업과의 연대
  - 해외 경쟁력 강화 및 저작권 보호를 위한 대응대책 마련

## □ 중앙정부 주요 부처 및 지자체 정부의 애니메이션 지원정책

- 내각부
  - 2004년 세계 GDP 성장률보다 높은 수준으로 성장하는 콘텐츠산업을 선도적인 신산업분

야로서 인식, 국제적인 시장전개와 애니메이션의 캐릭터 개발 등을 통한 라이선스 비즈니스의 확대 방안을 모색하는 <신산업창조전략>을 마련하고자 지적재산본부를 설치, 지적 재산의 창조와 보호, 활용정책을 다각적으로 모색하고 있음

- 지적재산본부에서는 해외에서 높이 평가를 받고 있는 애니메이션, 만화, 영화, 게임소프트 개발 등을 세계적으로 통용되는 콘텐츠 산업으로 육성시키기 위해 산업동향의 변화에 맞춰 공적 자원을 시기적절하게 투입하는 방안을 추진하는 <지적재산추진계획>을 매년 수립, 발표하고 있음

○ 경제산업성

- 애니메이션 산업에 대한 산업진흥정책을 총체적으로 주관하는 기관
- 애니메이션 산업계의 자립화를 도모하기 위해 일본동화(動畫)협회를 법인화하여 지원
- 방송제작물에 방송국의 독점지위를 방지하기 위한 독점금지법, 애니메이션 제작회사의 자립경제 구축을 위한 자금조달환경 정비 및 재정 강화, 애니메이션 산업의 국제경쟁력 강화 및 해외진출을 위한 지원정책, 표준 동영상 데이터베이스의 기술적 기반구축을 위한 지원 등과 관련된 정책을 수립, 애니메이션 산업을 게임소프트 및 영화산업과 더불어 발전시키고 정비하고자 하는 사업을 다각적으로 전개하고 있음
- 지역 경제의 활성화 차원에서 지방(특히 간토지방)의 벤처기업을 지원하고 산업적으로 육성시키고 활성화시키기 위해 지방자치단체 및 민간단체와의 협력을 도모하는 정책을 다각적으로 모색 중
- 2004년 하청대금 지불지연 방지법을 제정, 기존의 산업구조 및 제작시스템의 문제점을 해결하고자 하는 움직임을 범국가적으로 보여주고 있는데, 2007년의 광고업, 2010년의 인쇄업에 이어 2011년 하반기에는 애니메이션 산업 가이드라인을 제정 공포할 예정
- 2010년부터 지역경제 활성화 및 음식산업, 패션산업, 디자인산업 등을 활성화시키고 해외 경쟁력을 강화하기 위해 <COOL JAPAN 민관 유직자 회의>를 개최, 2011년 5월 제언을 발표
- 2009년 일본의 애니메이션과 영화 등 콘텐츠산업의 해외진출, 벤처기업 지원, 신기술 개발 등을 위해 정부가 920억 엔, 콘텐츠 미디어 개발 관련 기업들이 100억 엔을 출자하고 정부보증에 의한 8000억 엔의 자금조달력을 갖고 운영되는 민관공동 출자의 국책투자펀드회사 <산업혁신기구>을 설립하였으며, 산업혁신기구가 60억 엔을 전액 출자, 해외 진출용 콘텐츠 기획개발회사를 2011년 10월 설립할 것으로 알려져 있음.

○ 문부과학성

- 2001년 만화와 애니메이션을 예술로서 진흥하고 지원하는 <문화예술진흥법>을 제정.  
(주: 문화예술 진흥법 제9조, 국가는 영화, 만화, 애니메이션 및 컴퓨터 등 전자기기 등을 이용한 예술(이하, <미디어예술>이라고 칭함)의 진흥을 꾀하기 위해, 미디어예술의 제작, 상영 등에 대한 지원과 그 밖의 필요한 시책을 강구하기로 한다.)
- 미디어예술작품 및 제작자의 창작활동을 지원하고 미디어예술에 대한 감상기회를 범국민적으로 확대하고 미디어예술을 국가적으로 발전시키고 진흥시키기 위해 1997년부터 <문화청미디어예술제>를 매년 개최 중
- 애니메이션 제작회사가 집중적으로 위치하고 있는 동경의 수기나미구에 수기나미애니메이션뮤지엄을 설치, 예술작품으로서의 애니메이션의 전시 및 판권조정 등을 정책적으로 지원하는 문화 창조의 전초지로서 운영하고 있음
- 수기나미지역의 학교 등과 연대하여, 기본적인 애니메이션 원리를 활용한 학교교육과 사회교육을 실시 중
- 2009년 정부의 신경제정책의 일환으로 미디어예술의 국제 경쟁력을 강화하고 관광산업으로 특화시키기 위해 <국립미디어예술종합센터>를 117억 엔을 투입, 동경도에 설립하겠다는 건립계획안 발표
- 2010년부터 애니메이션 영재 발굴과 인재육성을 위한 <청년 애니메이터 육성 프로그램 (PROGECTA)> 사업을 마련하여 일반사회법인 일본애니메이션연출협회(JAinCA)에 위탁, 국가공공사업으로 실시 중

○ 동경도

- 2007년 <동경도 산업진흥 기본전략>을 수립하여, 동경의 지역경제를 활성화시키고 향상시키는 중점산업으로 콘텐츠 산업과 패션 산업을 지정, 그 육성방안을 다각적으로 추진 중
- 특히 향후 유망 있는 애니메이션 제작자를 정책적으로 육성하기 위하여 애니메이션 업계, 교육기관 및 행정기관이 조직적으로 연대한 <애니메이션 인재육성 · 교육 프로그램 제작 위원회>의 운영을 지원하고 이를 통해 애니메이션의 창작교육프로그램으로서의 애니메이션의 보급과 개발을 도모하는 정책을 다각적인 방향에서 시행하고 있음
- 애니메이션의 제작기술을 체계적으로 교육시키기 위하여 2009년, 동경도가 자금을 출자하고, 민간단체인 <일본동화협회> 등이 참여해 일본 최초의 <애니메이션 교과서>를 산학 공동연구로 발행, 애니메이션 관련 전문학교에 보급

## 제4장

### 애니메이션의 사회·문화적 영향에 관한 연구 분석



# 제4장 애니메이션의 사회·문화적 영향에 관한 연구 분석

## 1. 국내 애니메이션 영향 연구

- 국내에서 애니메이션이 아동 및 청소년에 미치는 영향을 연구한 논문은 주로 학위논문에서 다루어짐
- 애니메이션의 영향은 크게 문화적 영향(교육적 효과와 정서적 효과), 사회적 영향(대인관계의 영향과 관련된 사회적 효과)으로 구분
  - 교육적 효과는 애니메이션을 활용한 언어소통능력 향상에 대해 고찰
  - 정서적 효과는 애니메이션이 표현능력과 창의성 향상에 있어서 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 조사됨
  - 사회적 효과는 애니메이션이 사회성, 사회적 가치관에 영향을 미친다고 보고 있음

### 1) 문화적 영향 - 교육적 효과

- (언어능력 향상) 애니메이션을 통한 학습이 외국어 능력 등 언어능력 향상에 긍정적인 영향을 미침
  - 초등학생과 중고등학생의 외국어 소통능력 증진을 위한 학습의 도구로서 애니메이션의 활용이 학습의 효과성을 높이는 것으로 연구됨
  - 실증연구의 공통점은 애니메이션이 외국어 학습에 대한 흥미와 동기를 유발하여 보다 집중력 있는 학습이 이루어지며, 대화에 좀 더 참여함으로써 의사소통에 있어 자신감을 상승시킨다는 점

- (인지능력 향상) 애니메이션을 통한 학습이 청소년(중고등학생)의 인지능력 향상
  - 애니메이션을 적용한 학습이 학습자의 공간시각화에 능력 향상에 긍정적 영향

### □ 언어능력 향상

- 애니메이션이 초등학생의 영어 듣기능력 향상에 긍정적 영향을 미침

〈애니메이션이 초등 영어 학습에 미치는 영향 : 듣기 쓰기 능력 향상 및 정의적 요인의 변화〉

2010/이희승, 계명대학교

- 이 연구는 애니메이션을 활용한 수업이 초등학생의 듣기, 쓰기 능력을 향상시킬 수 있고 정의적 요인의 변화에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 가정 하에 대구광역시 달서구 소재 J초등학교에서 방과 후 학교 영어 수업에 참가하는 14명의 학생들을 대상으로 두 달 가량 실험을 진행했는데, 이는 사전검사-8주간의 실험-사후 재평가로 이루어졌음
- 학습자들은 애니메이션을 시청하면서 듣기 이해에 초점을 맞춘 교사의 질문을 듣고 이에 대답을 하는 학습 활동을 가졌으며, 나머지 시간은 차시별 학습 목표와 관련된 쓰기 학습 활동에 참여하였음. 이를 통해 애니메이션을 활용한 수업은 비록 제한적이지만 학습자의 듣기 능력의 향상에 긍정적인 요소로 작용했음을 알 수 있었음
- 또한 이런 애니메이션을 활용한 수업이 좀 더 효과를 내기 위해서는 교사가 애니메이션의 문장 구조, 표현, 어휘 등에 대해 분석적으로 접근해야 하며, 학습자의 흥미 및 동기 유발을 위한 창의적인 장치가 요구됨

- 애니메이션 동화를 이용한 언어학습이 학습부진아의 국어 읽기, 쓰기 능력 향상에 긍정적 영향을 나타냄

〈애니메이션 동화를 활용한 총체적 언어학습이 학습부진아의 국어능력에 미치는 효과〉

2009/최정화, 대구교육대학교

- 이 연구는 애니메이션 동화를 활용한 총체적 언어학습이 학습부진아의 국어 능력에 미치는 효과를 알아보기 위해 칠곡군 B초등학교 4학년에 재학중인 학습부진아 5명을 실험집단으로 하고 실험집단과 동질집단인 인근 Y초등학교 통제집단 5명을 대상으로 7주간 총 20회에 걸쳐 연구
- 이를 통하여 애니메이션 동화를 이용한 총체적 언어학습이 학습 부진아의 읽기/쓰기 능력 향상에 효과적임을 알 수 있었음. 애니메이션 동화라는 미디어 매체는 아동의 흥미를 끌기에 충분했으며, 이해력과 표현력이 부족한 학습 부진아들이 텍스트와 함께 만들어진 애니메이션 동화에 많은 시간 노출되며 자신감과 표현의 적극성을 가질 수 있었음. 하지만 좀 더 많은 인원을 대상으로 한 확실하고 객관적인 검증이 이루어 질 것이 요구되고, 더 장기적으로 읽기 쓰기뿐만 아니라 말하기 듣기 영역까지 확장시켜 교육 현장에 적용할 수 있도록 연구해 볼 필요가 있었음
- 애니메이션 동화와 일반 동화를 비교 연구하여 효과를 검증하는 후속 연구 역시 의미 있으리라 판단됨

- 애니메이션을 활용한 영어 듣기 수업이 듣기에 대한 흥미와 동기 향상 및 어휘 습득에 긍정적 효과를 나타냄

〈애니메이션을 활용한 영어듣기 수업의 효과 연구 : 정의적 요인을 중심으로〉  
 2007/최유경, 한양대학교

- 이 연구는 문법, 독해 위주의 영어학습이 아닌 애니메이션을 활용한 듣기 수업을 통해 동기와 흥미를 유발하여 그 효과를 논의하기 위해 진행되었음. 실험기간은 총 9주로 학원에서 애니메이션 'The Incredibles'를 활용하여 중학교 2, 3학년을 대상으로 듣기 수업을 실시하였음
- 실험을 통해 애니메이션을 활용하여 듣기 수업을 학습한 학습자들은 듣기에 대한 흥미와 동기가 향상되었음을 알 수 있었으며, 애니메이션을 활용한 듣기 수업을 통해 학습자들의 자신감을 크게 상승시켰음을 발견할 수 있었음. 또한 어휘를 습득하는데도 도움을 주었음
- 하지만 이러한 애니메이션을 교실의 수업에서 적용하려면, 현재 나와 있는 애니메이션을 학년별 교과내용과 연계하여 체계적으로 수업할 수 있도록 후속 연구가 필수되어야 하며, 학년에 맞는 적절한 수업 설계와 교사의 숙지를 위한 연수가 필요할 것으로 보임

- 애니메이션을 활용한 고등학교 일본어 교육이 의사소통 기능 향상에 긍정적 효과를 나타냄

〈애니메이션을 활용한 고등학교 일본어 교육의 의사소통 기능 향상에 관한 고찰〉  
 2006/나성미, 계명대학교

- 애니메이션 '아즈망가대왕'과 '하울의 움직이는 성'의 대사문을 분석해보면 상당부분이 일본어 교육과정 예시문을 포함하고 있음에서 계기를 얻어 진행된 이 고찰은, 애니메이션을 통해 고등학교 일본어 교육이 좀 더 향상된 의사소통기능을 갖출 수 있음을 말해주고 있음
- 교과과정의 예시문은 비교적 딱딱한 표현으로, 실제 의사소통에서 사용하는 표현을 애니메이션에서 보완하는 등의 방법을 시도해야 할 필요성이 보임
- 이 연구는 애니메이션 대사문을 의사소통 기능예시문에 따라 분류-분석하여 좀 더 실생활에서 쓰이는 살아있는 표현을 쓸 수 있도록 하는데 중점을 두었음
- 하지만 제시한 수업방안이 고등학교 수업 현장에서 얼마만큼의 효과를 가질 수 있는지는 직접 활용하지 못했다는 한계가 있음. 고등학교 일본어 교육이 애니메이션을 활용하여 의사소통기능을 향상시킬 수 있는 방향으로 나아간다면 더욱 더 큰 학습효과가 가능하리라 기대됨

○ 애니메이션을 활용한 수업이 영어 말하기능력 향상에 긍정적 효과를 나타냄

〈애니메이션 영화가 영어 말하기 능력 향상에 미치는 영향〉 2010/김민숙, 국민대학교

- 이 연구는 애니메이션 영화가 영어 말하기 능력 향상에 미치는 영향을 연구하기 위해 진행되었음. 여기에는 서울특별시 소재한 D학원 중학교 1학년 학생 10명씩 2개 반의 집단으로 구성된 실험 내용으로, 실험대상은 수준별로 편성된 중위권 반의 학생들을 선택하였으며, 연구기간은 2010년 2월 12일부터 2010년 3월 19일까지였음
- 연구 결과 애니메이션을 활용한 수업 지도안을 통해 인지된 단어·속어·대화를 학습한 학생들은 기존 학교의 영어교과서에서 학습한 학생들보다 수업의 집중력을 높였으며, 좀 더 흥미있는 수업을 이끌고 대화에 더 잘 참여함으로써 영어 말하기의 정의적, 인지적 효과에 영향을 미쳤음을 알 수 있었음
- 또한 애니메이션을 통해 인지된 단어·속어·대화를 학습한 학생들은 기존 학교의 영어교과서를 통해 말하기를 학습한 학생보다 대화를 좀 더 쉽게 유도해 내며 영어 말하기의 상호적 효과에 더 많은 영향을 받았다고 할 수 있음

○ 애니메이션을 활용한 수업이 영어 듣기능력 향상에 긍정적 효과를 나타냄

〈애니메이션을 활용한 의미구 중심의 받아쓰기가 듣기 능력 향상에 미치는 영향〉  
2010/원미정, 국민대학교

- 이 연구는 애니메이션이 학습자들에게 청각 뿐 아니라 시각을 동시에 자극시킨다는 장점을 가지고 있다는 점을 살려, 애니메이션을 활용해 학생들의 영어 학습에 대한 흥미를 높이는 동시에 의미구 중심의 받아쓰기가 영어 듣기능력 향상에 미치는 영향을 알아보았음
- 그 결과 애니메이션을 활용한 의미구 중심의 받아쓰기 수업이 성취도의 향상이 있었음을 알 수 있었고, 상위권 학생뿐만 아니라 중·하위권 학생 모두에게서 영어듣기 능력을 향상 시킴으로서 영어수업에 대한 흥미를 높일 수 있었음. 이를 통해 애니메이션을 활용하는 학습이 영어 수업에 대한 흥미도를 높여주고 수업에 좀 더 집중할 수 있다는 것을 보여줄 수 있었음
- 그러나 애니메이션 수업이 학생들에게 자칫 시청위주로 흐르게 되면 오히려 학습의 효과보다는 오락의 효과를 주는 것에 치중하게 된다는 맹점이 있음. 따라서 교사는 학생들의 학습 효과를 증대시키기 위해 다양한 자료 제공은 물론, 학생들의 수준을 적절하게 파악하여 그것에 맞는 학습 자료의 준비가 필요함

## □ 인지능력 향상

### ○ 3D 애니메이션을 적용한 학습이 공간시각화 능력 향상에 미치는 긍정적 효과 입증

〈3D 애니메이션을 적용한 학습이 학습자의 인지양식에 따라 공간시각화 능력에 미치는 영향〉 2008/임육, 한국교원대학교

- 이 연구는 학습자의 인지적 특성에 맞는 효율적인 학습 자료와 방법을 모색하는데 목적을 두고 3D 애니메이션을 적용한 학습이 학습자의 인지양식에 따라 공간시각화 능력에 미치는 영향에 대해 알아보기 위해 진행되었음
- 연구에서는 3D 애니메이션을 적용한 학습이 장독립적 학습자와 장의존적 학습자 모두에게 공간시각화 능력 면에서 학습효과가 나타나는 것으로 분석되었고, 뿐만 아니라 장독립적 학습자는 3D 애니메이션을 적용한 학습에서 구체물을 통한 학습에서 보다 공간시각화 능력에 더 많은 학습효과를 나타내는 것으로 분석되었음
- 이러한 결과는 곧 학습효과를 높이려면 학습자의 특성에 맞게 학습자료를 제시하여야 한다는 것을 의미함. 이는 장독립적 학습자에게는 복잡한 정보기기의 사용과 상호작용이 빈번한 개별화된 학습 자료를 투입하여 추상적인 사고를 증진 시킬 수 있도록 도와야 하며, 반면에 장의존적 학습자에게는 추상적인 학습매체와 복잡한 자극을 피하고 구체적이고 순차적이며 협동적인 학습 환경을 조성해 주어야 함을 시사함

### ○ 애니메이션 영상이 청소년의 인지 능력 및 사회 문화성에 미치는 영향 입증

〈애니메이션 영상이 청소년의 사회문화성에 미치는 영향에 관한 연구〉

2004/서혜옥, 중앙대 첨단영상대학원

- 이 연구는 애니메이션 영상이 청소년의 사회문화성에 미치는 영향을 알아보기 위해 진행되었음. 이를 위해 서울소재 남녀 고등학교 1,2,3학년을 대상으로 애니메이션 선호도에 대한 1차 설문, 서울소재 남녀 중학교 1,2학년과 남녀 고등학교 1,2학년을 대상으로 애니메이션 수용에 따른 감정적, 행동적, 인지·문화적, 기본적 수용 태도에 대한 2차설문을 진행하였음
- 연구결과 애니메이션 영상이 청소년의 인지 능력에 미치는 영향이 상당하다는 것을 알 수 있었음. 구체적으로는 과반수의 청소년들이 현실에서도 애니메이션을 기억·연상한 경험이 있었으며, 일부는 현실 세계를 기피하고 애니메이션의 세계를 동경한 경험이 있다고 대답했음. 그러나 애니메이션 시청으로 학업에 지장을 초래할 정도는 아닌 것으로 나타났음
- 궁극적으로 청소년이 애니메이션 영상 해석의 수용 주체로 부상하였다는 것과, 애니메이션이 그들의 사회적·문화적 공간을 부여해주는 대중문화영역이 될 수 있는 가능성을 열었다는데 의의가 있음

## 2) 문화적 영향 - 정서적 효과

- 애니메이션이 유아와 초등학생의 표현능력, 창의력 향상과 정서 발달에 긍정적인 영향을 미침
- **(표현능력 증진)** 애니메이션은 사물의 형태나 그림을 인지하는 단계의 유아들에게 사물을 인지하는 능력 뿐만 아니라 대상을 사실에 가깝게 재현하고 묘사하는 능력을 증진시킨다는 결과 도출
- **(창의력 제고)** 애니메이션을 통한 학습이 유아의 창의성과 창의성을 구성하는 요인인 유창성, 융통성, 독창성, 상상력 등에 긍정적인 영향을 미침을 실험을 통해 입증
- **(정서적 능력 향상)** 애니메이션의 캐릭터가 유아에게 친근감 또는 정서적 안정감 등을 제공하고 감정인식의 대상이 됨으로써 정서 발달에 영향을 주고 있음을 제시

### □ 표현능력 증진

- 애니메이션이 아동의 미술 표현능력 향상에 긍정적 효과 입증

〈애니메이션에 의한 아동미술 표현능력의 증진방안에 관한 연구〉2003/정소영 대구가톨릭대  
- 20세기 이후 영상매체가 발달함에 따라 애니메이션은 그 성장세를 날이 키우며 우리 생활 속에 깊숙이 자리잡아왔음. 보통 애니메이션은 회화성이 없다는 이유로 예술적 가치를 인정하지 않는 경향이 있지만, 기존 오락의 한계를 넘어 이유기를 지나 사물의 형태나 그림을 인지하는 아동들에게 적지 않은 영향을 미치고 있는 것이 사실임. 때문에 본 연구는 애니메이션을 통한 아동미술 표현능력의 변화를 살피는 것에 목적을 두고 진행되었음  
- 연구과정에서는 애니메이션과 아동미술표현에 대한 관련된 자료 및 선행연구 문헌을 통한 이론적 고찰과 함께, 대구지역 초등학교 1~5학년까지의 남녀어린이 120명을 대상으로 실기지도를 하여 미술표현력이 변화되는 과정에서 수집된 대화, 사진, 그림 등의 자료분석을 통해서 아동미술표현력의 증진 가능성을 살폈음  
- 이를 통해 애니메이션 제작 프로젝트 접근 활동과정을 통해 비교적 단기간에 아동들이 대상을 사실에 가깝게 재현하고 구체적으로 묘사하는 능력이 증진되었다는 것을 알 수 있었음. 또한 애니메이션에 대한 현실적인 사고의 전환이 필요함이 여실히 드러났으며, 미술교육 자료로서 애니메이션을 한 단계 발전시키기 위해 애니메이션의 교육 활용에 대한 연구 및 개발에 대한 투자의 필요성이 강조되었음

## □ 창의성 제고

### ○ 애니메이션을 통한 음악 듣기활동이 유아의 창의성 향상에 긍정적 효과를 나타냄

〈애니메이션을 통한 음악 듣기활동이 유아의 창의성에 미치는 영향〉

2006/서현아, 김효지 경성대학교

- 본 연구는 애니메이션을 통한 음악듣기 활동이 유아의 창의성에 미치는 영향에 대해 알아 보는데 연구 목적을 두고 진행되었음. 이를 위해 B시에 소재한 U초등학교 병설유치원 만5세 유아 20명과, K초등학교 병설유치원 만5세 유아 20명을 연구대상으로 선정하였음. 실험집단인 U유치원은 애니메이션을 통한 음악듣기를 하고, 비교집단인 K유치원은 일반적인 유치원 생활을 하였음
- 사전검사와 사후검사를 통해 두 집단간의 창의성 구성요인인 유창성, 융통성, 독창성, 상상력에서의 차이를 검증하였음. 그 결과 창의성과 창의성 구성요인인 유창성, 융통성, 독창성, 상상력에서의 실험집단의 점수가 향상되어 애니메이션을 통한 음악 듣기활동이 유아의 창의성에 영향을 미침을 결론 낼 수 있었음
- 유치원 교육 현장에서 소홀이 다루지는 음악 듣기 활동과 고정관념에 박힌 방법에서 벗어나서 장기간의 지속적인 연구가 진행되는 것이 요구됨

### ○ 애니메이션 비디오 감상을 통한 스킵퍼 기법이 유아의 창의성에 미치는 긍정적 영향 입증

〈애니메이션 비디오 감상을 활용한 스킵퍼 기법이 유아의 창의성에 미치는 영향〉

2010/고민영, 한국교원대학교

- 이 연구는 애니메이션 비디오 감상을 활용한 스킵퍼 기법이 유아의 창의성에 미치는 영향에 대해 알아보는 것을 목적으로 하였으며, 유아교육 현장에서 애니메이션 비디오를 활용하여 스킵퍼 기법의 효과적인 활용방안을 모색해 보는데 그 의의를 두었음
- 연구 결과, 애니메이션 비디오 감상을 통한 스킵퍼 기법은 유아의 창의성에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 창의성의 하위영역인 유창성, 융통성, 독창성에 긍정적인 영향을 미쳤음. 그러나 같은 하위 영역 중 하나인 상상력에는 긍정적인 영향을 미치지 않았음
- 애니메이션 비디오 감상을 통한 스킵퍼 기법이 다양한 연령의 유아를 대상으로 할 수 있는 후속연구가 심도 있게 장기적으로 계속 될 필요 있을 것으로 보임. 보다 장기적이고 많은 수의 유아와 다양한 연령을 대상으로 한 연구와 질적인 분석이 요구됨

## □ 정서적 능력 향상

### ○ 애니메이션 캐릭터가 유아의 정서적 능력 향상에 미치는 긍정적 영향 입증

- 〈애니메이션 캐릭터가 유아발달에 미치는 영향에 관한 연구〉 2009/유소미, 홍익대학교
- 이 연구는 유아교육용 애니메이션 캐릭터의 특징에 의한 영향을 정서적 측면과 교육적 측면으로 나누어 유아기의 발달특성을 고려하여 적용되고 있는지 분석한 것임
  - 결론적으로 유아용 애니메이션에는 즐거움과 자극을 주는 오락적 재미뿐만 아니라 교육적인 내용이 포함되고 광범위한 예술적 스타일과 형식을 반영하여 유아들의 정서적 능력을 키워주는 것이 요구됨. 무엇보다 이 모든 요소들이 유아의 발달 단계에 적절해야 할 것임. 그 다음 각계 각층 전문가들이 내용은 조연과 연구를 종합하여 내용을 선정한 후 제작으로 반영해야 함
  - 그러므로 캐릭터 개발에 종사하는 관계자들은 유아용 애니메이션 캐릭터가 유아에게 미치는 영향의 중요성을 철저히 인식하여 단순한 흥미위주의 내용이나 컨셉보다 적절성을 고려하고 정서적, 교육적 가치를 한층 더 높일 수 있는 애니메이션 캐릭터를 개발하기 위해 노력하는 자세가 요구된다고 함

### ○ 애니메이션 캐릭터가 청소년의 인식과 정서에 미치는 영향 입증

- 〈애니메이션 캐릭터가 청소년에게 미치는 영향에 관한 연구〉 2000/김홍산외 한국디자인학회
- 오늘날 청소년들은 기존의 인간관계를 벗어나려는 욕구가 크고, 가정과 사회가 이들에게 요구하는 억압적인 인간관계에 저항하고 싶어함. 그들에게 있어서 대중문화란 그들의 억압된 욕망을 분출하는 공간임
  - 그러한 대중문화중 하나인 애니메이션 캐릭터를 접하는 청소년들은, 세계관과 의견이 확고히 형성되어 있지 않는 시기에 굉장히 큰 영향을 받게 됨 사회에서는 최대한의 정직성을 유지하고 여러 최고 가치들을 객관적으로 제시함으로써 청소년들이 그 가치를 인식하고 정서적으로 그것을 수용할 수 있도록 기회를 제공하는 일임
  - 때문에 우리 정서에 맞는 애니메이션 캐릭터를 우리 스스로 만들어야 하는 것이 급선무임. 우리 전통을 바탕으로 우리 미덕을 살리는 캐릭터를 창조하여 청소년들의 정서 함양에 도움이 되는 캐릭터를 만드는 것을 궁극적인 목표로 해야 할 것임

### 3) 사회적 영향 - 사회적 효과

- 애니메이션이 유아, 초등학생의 친사회적 행동과 타자에 대한 이해와 포용을 유도
- (친사회적 행동) 애니메이션을 통한 창의적 사고활동이 유아의 공유행동, 조력행동, 위로행동 향상에 효과적임을 증명
- (타자에 대한 이해 증진) 애니메이션을 통한 교육이 초등학생의 타인에 대한 행동적 측면과 인식적 측면의 태도에 긍정적 영향을 미치고 있음을 입증
- (사회적 가치관 형성) 애니메이션이 청소년(고등학생)의 공동체 의식 형성에 영향을 미치고 있으며, 애니메이션 장르에 따라 긍정적인 영향을 나타냄

#### □ 친사회적 행동

- 애니메이션을 통한 창의적 사고활동이 유아의 친사회적 행동 향상에 긍정적 효과 입증

〈동화 애니메이션을 통한 창의적 사고활동이 유아의 친사회적 행동에 미치는 영향〉

2001/박영태 외, 동아대학교

- 이 연구는 동화 애니메이션을 통한 창의적 사고활동이 유아의 친사회적 행동에 어떤 영향을 미치는지에 대해 알아보기 위해 진행되었음. 이를 위해 부산 시내에 있는 K유치원 유아 66명(남아는 35명 여아는 31명)을 대상으로 이들을 애니메이션을 통한 창의적 사고활동을 한 집단, 애니메이션 시청 집단, 단순히 일상생활을 한 집단 이렇게 세 그룹으로 나누어 실험하였음
- 동화 애니메이션을 통한 창의적 사고활동은 유아의 친 사회적 행동을 향상시키는 것으로 나타났으며, 동시에 단순히 동화 애니메이션을 시청만 한 집단은 통제집단에 비하여 친사회적 행동 증진에 큰 영향을 미치지 않고 있는 것으로 나타났음
- 동화 애니메이션을 이용한 창의적 사고활동의 효과적인 영향은 성별에 좌우되지 않았으며, 친사회적 행동 중 공유행동, 조력행동, 위로행동 향상에 효과적이었음. 하지만 접촉행동, 관심행동 향상에는 도움이 되지 않았음
- 이는 좋은 문학작품을 읽어주고 이에 대해 토론하는 활동과 유사한 친사회적 효과였음

## □ 타자에 대한 이해와 포용 증진

- 애니메이션을 통한 교육이 일반 아동의 장애아동에 대한 행동적 측면과 인식적, 정서적 측면의 태도에 미치는 긍정적 영향 입증

〈애니메이션이 일반아동의 장애아동에 대한 태도에 미치는 효과〉 2002/이영숙, 대구대학교

- 이 연구는 초등학교 1~6학년 아동을 대상으로 하여 애니메이션을 이용한 교육이 일반아동의 장애아동에 대한 태도 변화에 미치는 영향을 알아보기 위하여 진행되었음. 이를 위해 실험집단 332명과 통제집단 320명을 대상으로 하여 실험집단을 장애인과 관련된 2편의 애니메이션을 시청한 후 감상문을 쓰게 하였으며, 실험집단과 통제집단 공히 실험 전후의 태도검사를 실시하고 이를 분석하였음

- 그 결과, 애니메이션을 통한 교육이 일반 아동의 장애아동에 대한 행동적 측면과 인식적, 정서적 측면의 태도변화에 긍정적인 영향을 미쳤음을 알 수 있었으며, 이는 성별간에 차이가 있었음. 남자 아동 집단 같은 경우 행동적 측면에 있어서 여자아동보다 더 긍정적인 변화를 보였으며, 인식적, 정서적 측면에 있어서는 남·여 아동 모두가 긍정적인 변화를 보였음

- 모든 학년이 유의미한 변화를 보였으나, 그 중에서도 1~2학년들이 가장 긍정적인 변화를 보였음. 이는 어릴수록 교육적 감수성이 높다고 하는 것과 일맥상통함

## □ 사회적 가치관 형성

- 애니메이션이 장르에 따라 청소년들의 사회적 가치관 형성 및 그에 따른 행동에 미치는 영향을 입증
  - 특히 공동체 의식은 청소년들의 의복과 유행에 많은 영향을 미침

〈청소년들의 애니메이션 이용현황과 사회적 가치관, 의복행동에 대한 연구〉

2009/김태경 외 한국가정과교육학회

- 이 연구는 남녀 청소년들을 대상으로 하여 애니메이션에 대한 관심과 사회적 가치관의 관계를 알아보고, 사회적 가치관에 따른 의복 행동에의 영향력을 조사하여 청소년들이 나타내는 의복 행동에 대해 알아보기 위해 진행되었음. 조사 대상은 서울에 거주하는 고등학생

남학생 100명, 여학생이 87명으로 구성되었음

- 청소년들의 애니메이션 이용 현황과 사회적 가치관의 요인분석을 통해 유의미한 결과를 얻어내고자 하였음.
- 연구 결과 청소년들이 시청하는 애니메이션의 장르에 따라 공동체 의식과 물질주의에 유의미한 차이가 있으며, 이러한 공동체 의식과 물질주의는 의복 행동에 영향을 미쳤고, 특히 물질주의는 유행에 영향을 미치는 것으로 나타났음
- 이러한 결과로 미루어 보자면, 청소년들이 현실에서 볼 수 없는 이상적인 등장인물들의 사고방식이나 생활방식을 자신도 모르게 동경하며 모방하게 되는 것을 인식하고 그들의 올바른 가치관 형성에 도움이 되는 애니메이션을 창조해 내는 노력이 요구됨

## 2. 미국의 애니메이션 영향 연구

### 1) 연구개관

#### □ 미국 애니메이션 연구의 특징

- 애니메이션이 어린이들에게 미치는 영향에 관해서는 1950년대 이래로 많은 연구가 있어 왔으나 미국 학계는 탄탄한 산업적 기반을 갖고 있는 애니메이션 산업의 육성보다는 견제하는 것에 더 관심을 가짐
- 미국 학계에서는 애니메이션을 교육용 애니메이션과 오락용 애니메이션으로 구분하는 경향이 있음
  - 이때 교육용 애니메이션의 교육적 효과가 의심되는 경우는 거의 없으며, 오락용 애니메이션의 경우 대부분의 연구가 애니메이션이 어린이들에게 끼치는 부정적 영향 (학업, 사회성, 대인관계, 폭력성 등등)에 초점을 맞추어 왔음
- 애니메이션은 어린이들이 소비할 수 있는 수많은 교육적/문화적/엔터테인먼트 중의 하나이기에, 애니메이션의 연구는 대부분의 경우 미디어 스터디의 범주 안에서, 그 중에서도 특히 텔레비전 연구 내부에서 이루어졌음

## □ 최근 연구 경향

- 최근의 연구들은 비록 어린이들이 어른들과는 조금 다른 방식으로 애니메이션과 같은 매체를 수용한다고 할지라도 수동적으로 메시지를 흡수한다기보다는, 능동적으로 프로그램에 참여하고, 프로그램과 일종의 협상 (negotiation)을 벌이며 인지활동 (cognitive discernment)을 벌인다는 것을 밝혀내고 있음
  - 즉, 어린이들은 텔레비전을 보며 애니메이션 캐릭터에게 말을 걸거나 캐릭터들의 동작을 따라하는 등의 특징을 보임
  - 이러한 특징은 곧바로 Blue's Clue 나 Dora the Explorer 와 같은 프로그램의 개발로 이어지기도 했음<sup>18)</sup>
  - 예를 들어 Blue's Clue 에서는 등장인물인 스티브가 계속해서 질문을 던지면 잠시 후에 (약간의 공백이 있는 후에) 다른 등장인물이 답을 하는 형태를 취함으로써 어린이 관객이 스스로 답을 말하도록 유도하고, 또 그럴 수 있는 기회를 줌
  - (참고)<http://www.youtube.com/watch?v=8NkWb9HTFhw&noredirect=1>  
<http://www.youtube.com/watch?v=VX1cv5RlZRc&feature=related>
- 그러나 위와 같은 교육용으로 제작된 애니메이션이 아닌 경우에도, 애니메이션은 어린이들의 두뇌를 자극하고 인지발달에 영향을 미친다는 연구도 있음

## 2) 문화적 영향 - 교육적 효과

### □ 인지능력 향상에 관한 연구

- 텔레비전이 어린이들의 인지발달에 끼치는 영향에 관한 연구가 시작된 것은 70년대
  - 이는 커다란 연구 패러다임의 변화로서, 70년대 이전의 중심과제이었던 폭력성에 관한 연구와 더불어 인지적 영향에 대한 연구가 행해짐
- 이때 텔레비전에 관한 연구는 크게 4개의 질문에 대한 답으로 이루어짐
  - 첫째는 텔레비전의 이해정도가 어떻게 어린이들의 인지발달단계에 영향을 끼치는가?

---

18) Daniel Anderson, "Watching Children Watch Television and the Creation of Blue's Clues," in Nickelodeon Nation: The History, Politics, and Economics of America's Only TV Channel for Kids, ed. Heather Hendershot (New York: New York University Press, 2004), 241-68.

- 둘째는 미디어가 표현하고 있는 성적인 역할은 어떤 것인가?
  - 셋째는 광고가 어린이들에게 미치는 영향은 무엇인가?
  - 넷째는 미디어가 어린이들에게 미치는 장기적인 영향은 어떠한가?
- 결국 연과 〈세서미스트리트〉와 같은 교육용 프로그램(애니메이션 포함)이나 애니메이션은 도시 중산층 어린이의 인지능력 발달에 긍정적인 영향을 끼친다는 결론 도출
    - 이 중 어린이 인지(cognition)와 관련된 많은 연구가 〈세서미스트리트(Sesame Street)〉를 중심으로 이루어짐
  - 신연상주의 이론은 TV 프로그램이 어린이의 인지과정 형성과 발달에 영향을 미치고 있음을 입증

#### □ 〈세서미스트리트〉

- 1969년에 시작된 〈세서미스트리트〉는 이러한 어린이 프로그램에 대한 고정관념을 깬 프로그램
  - 카네기 재단이 금융지원을 함
  - 60년대 말 미국사회에서는 인종차별, 빈곤, 조기교육 등에 관한 공공정책이 주요 사회문제로 등장
  - 빈곤계층 자녀들에게 조기교육을 제공하는 방안이 모색되어짐
  - 무대는 “거리 (street)”로서 부유하지 않은 도시의 거리를 배경으로 하며, 여기에 다양한 인종과, 언어, 어른과 어린이 그리고 인형이 어우러져 등장함
    - \* 이러한 설정은 도시의 저소득층 어린이를 주 시청자로 상정하되 다양한 지역과 상황에 있는 많은 어린이들을 가급적 많이 포용하려는 의도
  - 광고와 애니메이션 기법을 채용 (전체적인 내러티브를 구성하지 않고, 짧은 에피소드 중심으로 제작)
  - 각각의 에피소드는 어린이들의 주의력 지속시간을 감안하여 4분 이내로 제작되었고, 에피소드 간에도 내러티브적 연관을 두지 않음
  - 많은 제작비를 들여 질 높은 프로그램 제작 (High production value)
  - 이러한 제작방식은 텔레비전 매체가 (독서에 비해) 어린이 인지능력 향상에 부정적 효과를 준다는 관념에 정면으로 도전하는 것이었음
  - “반-사회적 효과(anti-social effect)”가 아닌 “친-사회적 효과 (pro-social effect)”라는

연구 분야는 사실상 미취학 아동들을 위한 이 프로그램의 엄청난 인기에서 촉발되었음<sup>19)</sup>

- 〈세서미스트리트〉를 통해 본격적인 교육용 프로그램에 대한 연구가 본격화
  - 대다수의 연구들이 이 프로그램이 도시에 사는 중산층 어린이들에게 긍정적인 영향을 끼친다는 결론을 내었지만 어린이 교육프로그램이 아닌 어린이 오락프로그램이 어린이들의 인지발달에 끼치는 영향에 대한 연구를 촉발시키지는 못한 한계를 지님
  - 대신에 교육용 텔레비전 프로그램이 끼치는 긍정적 효과에 대한 강조는 교육과 관련된 미디어 논의를 크게 바꾸어 놓았음
  - 즉, 만약 프로그램이 교육용 수단으로 특별히 고안되기만 한다면, 텔레비전이 효과적인 교육수단이 될 가능성이 있다는 것이 받아들여지게 된 것임
  - 〈세서미스트리트〉의 성공은 이후 〈바니와 친구들 (Barney and Friends)〉, 〈아서 (Arthur)〉, 〈텔레토비 (Teletubbies)〉와 같은 프로그램이 등장
  
- 〈세서미스트리트〉 연구 결과 중 하나는 미디어의 독특한 특성과 어린이의 인지 능력 사이의 상호작용에 관한 것으로서, 미디어는 어린이 개개인의 경험과 지식의 양에 의해, 어린이가 그 미디어를 통해 무엇을 배울 수 있을지 그 한계가 결정된다는 것

#### □ 신연상주의 이론(Neoassociation Theory)

- 버크코위츠(Berkowitz)는 신연상주의 이론을 발전시키면서 인지과정에 주목함
  - 과거의 경험에서 얻어진 성향이 텔레비전 프로그램에 의해 “촉발”됨을 강조
  - 텔레비전 프로그래밍과 부분적으로 직접적인 연관이 있는 이 이론은 뇌관 혹은 프라이밍(priming)이라는 활동으로 알려짐
  - 프라이밍은 인지과정으로서 지속적인 사회경험 (대중 미디어를 통해서건 직접 경험을 통해서건)에 대한 반응으로서 끊임없이 발생하는 것
  - 각각의 경험이 기억 속에 이미 존재하는 정신적 구조물을 생산해 내거나 이에 반응하는 것
  - 텔레비전 내용물이 하나의 구축물을 프라임 시키고 (미리 준비시키고) 이로써 구축물에 더욱 더 쉽게 접근할 수 있게 한다고 가정됨
  
- 슈림(Schrum, 1995)은 인지과정에서 특정 정보의 중요성이나 만연함 (prevalence)의 정도

---

19) Cook & Conner, 1976

가 영향을 끼치게 됨을 연구

- 뉴콤과 콜린스(Newcomb and Collins)는 어린이들이 나이나 사회적 계층에 따라 다른 도식(schemata)을 사용하기 때문에 텔레비전 메시지를 이해하거나 혹은 오해하는 어린이들의 능력도 크게 달라진다는 가정을 내놓게 됨
  - 즉 시청자의 지식과 인지능력이 텔레비전 텍스트와 상호작용을 일으켜 의미를 생산한다는 것이 이 실험의 결과
  
- 호킹스와 핑그리(Hawkings and Pingree, 1986)의 연구에 따르면 텔레비전을 시청하며 어린이들이 사용하는 정신활동에는 집중, 형식적 특징들이 독해, 시간의 분배, 은유의 포착, 선지식의 활용, 평가, 연관 만들어내기 등등이 포함되어 있다고 함
  
- 이로써 텔레리터러시(Teleliteracy : 텔레비전 메시지를 해독하는 능력)는 1980년대 초반에 보다 더 중요한 연구영역이 되었는데, 어린이들의 학업향상을 위한 비판적인 관람 기술을 제공하려는 의도에서 고안된 실험들이 많이 행해짐
  - 이러한 이론은 만약 어린이들이 텔레비전에 나온 정보를 어떻게 해석하는지, 그리고 미디어의 형식적인 특징들이 갖는 역할을 어떻게 이해해야할지에 관한 지식을 받는다면, 어린이들이 텔레비전에 나온 정보에 대해 주도권을 잡고 자신의 삶에 영향을 끼치는 텔레비전을 중재해낼 수 있지 않을까하는 것이었음

### 3) 사회적 영향 - 사회적 효과

#### □ 사회인지 이론(Social Cognitive Theory)

- 반두라(Bandura)의 사회학습이론에서 발전하였는데, 개인들이 환경으로부터 다양하게 얻은 정보들을 통해 사회 인지과정이 형성됨을 이론적으로 발전시킴
  - 여기서 환경이란 가족, 동료, 학교, 종교, 텔레비전 및 기타 미디어를 모두 포함
  - 사회인지 이론에서는“지적 자료보관소”라고 불리는 도식 (schema)을 중시
  - 이 도식이 특정 상황에서의 개인의 행동을 결정하는 세세한 규칙으로 작용
  - 도식이론은 사람들이 과거의 경험을 바탕으로 새로운 지식을 구축하고 미래를 예측한다고 가정

- 이는 어린이들이 사물에 관해 배우거나 공간지각을 하는데 (Mandler, 1983), 사회적 역할 수행 (Bern, 1981), 텔레비전으로부터 내러티브와 사회정보를 동시에 배우는데 있어서의 조직원리가 됨을 증명

#### □ 카툰 애니메이션에 관한 연구

- 어린이들 사이에 카툰이 높은 인기를 누리고 있음에도 불구하고 어린이와 텔레비전에 관한 연구가 카툰이 지니는 매력과 카툰이 어린이들에게 미치는 영향에 대해서 말하고 있는 바는 극히 드물
- 윌리엄스(Williams, 1987)는 원래 무대에 올리기 위해 만들어진 텍스트가 카툰으로 만들어진 경우(즉 다양한 관객을 염두에 두고 만들어진)와 텔레비전 프로그램으로 처음부터 만들어진 경우(즉 어린이 관객을 염두에 두고 만들어진)를 비교
  - 윌리엄스는 비교를 통해 텔레비전 카툰이 집단성, 팀워크, 도덕성을 향한 집중, 임무에 대한 강조와 변화 등 사회적 규칙과 의무 준수의 내용을 더 많이 담고 있다는 것을 발견
- 미첼(Mitchell, 1995)은 <애니매니악스 (Animaniacs)>라는 카툰 프로그램을 중심으로 연구 진행
  - <애니매니악스>의 에피소드 10개를 분석한 결과 다음과 같은 주제가 나타남
    - \* 배움과 지식은 멋지다 (cool)
    - \* 자기중심적이고 버릇없는 행동에는 보상이 따르지 않는다
    - \* 대중에 현혹되지 말아라
    - \* 우리가 접하는 미디어에 대해 잘 아는 것이 중요하다

### 3. 프랑스의 애니메이션 영향 연구

- 애니메이션이 아동들에게 미치는 효과에 대한 전문적인 연구 보다는 아동용 프로그램에 포함되어 다뤄지는 경우가 많음
- 세르쥬 티서롱(Serge Tisseron, 2000)은 좋은 애니메이션은 어린이들의 정서발달과 대인관계 형성 등 사회적가치 체계 습득에 영향을 미침을 강조

- 애니메이션은 어린이의 정서적 발전의 측면(동반, 각성, 사회화, 상상력의 발전, 비판적 정신을 키우기)에 긍정적인 영향을 미침
- 또한 대인관계의 형성과 사회공동의 중요한 가치들, 협동, 나눔, 자신에 대한 존중 등 다양한 가치들을 가르쳐줌

## 1) 문화적 영향 - 정서적 효과

### □ 상상력 촉진

- 애니메이션의 시청각적인 이미지들이 줄 수 있는 매혹들
  - 애니메이션의 생생한 색깔이나, 대화의 톤들은 어린이들을 끌어들이며, 이들은 특히 자신들의 행동가능성을 훨씬 넘어서는 주인공들의 움직임에 매혹됨
  - 어린이들의 상상력은 천천히 구분하기 시작하는 친숙한 주인공들로 인해 채워짐
  - 예컨대 <텔레토비>는 어른들이 보기엔 느리고 재미없지만, 어린이들에게는 동작을 따라하고 되풀이할 시간을 줌. 사실상 이 프로그램은 기획자들이 어린이들을 관찰한 결과로 내놓은 작품이기도 참<sup>20)</sup>
- 어린이들은 만 세 살이 되면 픽션 일반, 특히 애니메이션의 전체를 잘 따라갈 가능성을 보유함
  - 이때부터 어린이들은 자신의 선호하는 영웅들을 선택하기 시작. 그가 시청하는 애니메이션의 이야기들이 그의 상상력을 키우고, 장난감들에게 생명을 부여함
  - 이것의 가장 커다란 문제는 모두가 그에게 보여주거나 이야기를 할 거라고 믿을 때 발생함. 따라서 사실과 거짓의 차이를 설명하기 위해 많은 시간을 보내야 함
  - 만 6-7세는 이성의 시기로 이때부터 어린이들은 명확하게 현실과 애니메이션 속 세계를 구분

### □ 정서 발달에 영향 - 살아갈 삶의 모습을 보며 이에 대처하는 방법을 배움

- 애니메이션은 어린이의 현실적인 삶에 더 많은 영향을 미치고 있음
  - 애니메이션은 어린이들이 살고 있는, 또는 살아갈 모습들에 대해 보여주며, 대부분의 정

20) 1998 BAFTA(British Academy of Film and Television Arts) 상을 받은 <텔레토비>에 대한 설명 : 미취학아동에게 있어 최고의 프로그램상.

- 서적인 감정들(슬픔, 우정, 사랑, 헤어짐 등)이 묘사되어 있음
- 이는 어린이들이 만날 수 있는 모든 상황들에 대해 대처하는 방법을 애니메이션을 통해 배우는 것임
- 어린이들은 자신을 주인공에게 완벽하게 일치시키지만, 커나가면서 비판적인 정신, 사색, 분석을 통해 점차 한 걸음씩 물러남
  - 어떤 어린이들은 자신만의 고유한 주인공들과 이야기들을 만들어내기 위해 애니메이션으로부터 영감을 받기도 함

## 2) 사회적 영향 - 사회적 효과

### □ 대인관계의 형성과 발달 유도

- 애니메이션은 나눔과 사회화의 도구 역할을 함
  - 어린이들은 학교에서 자신들이 좋아하는 공통의 주인공들에 대해 이야기하면서 일종의 사회화를 유발함
- 애니메이션은 또래 집단간, 어린이와 어른들 사이에서 대화와 토론을 유발하는 도구 역할을 수행
  - 어린이들은 서로 애니메이션에 대해 자신의 관점을 논의할 수 있음
  - 어린이들은 부모와의 대화에서도 자신의 관점을 피력할 수 있고, 부모들은 자신의 아이들이 좋아하는 영웅들을 보면서 어린이들의 특성을 파악할 수 있음
- 애니메이션은 어린이들이, 커나가고 성장하기 위한 과정의 하나로서, 어른들이 보는 관점과 다른 자신의 관점이 무엇인가를 설명하는데 기여함

### □ 사회공동의 가치 교육

- 애니메이션은 오늘날 어린이들의 삶과 지각 발달에 깊이 관여하고 있음
  - 어린이들은 이른 나이부터 성장하고, 자신을 규정하기 위해 영웅이 필요함
  - 아동용 애니메이션은 오락이면서도 동시에 교육임

- 좋은 애니메이션은 사회공동의 중요한 가치들, 협동, 나눔, 자신에 대한 존중 등 다양한 가치들을 가르쳐줌
  - 시리즈로 방송하는 것은 규칙적인 습관형성에 도움이 됨

### 3) 기타 - 애니메이션 시청시 부모의 태도와 역할 중요성

- 최근의 연구들은 대부분 부모들의 태도와 역할의 중요성을 강조
- 세르쥬 티서롱에 따르면, 애니메이션은 어린이에게 두가지 반대의 영향을 미칠 수 있음
  - 삶에서 필요한 기본적인 원칙들을 풍부하게 해주거나, 또는 작은 상상력의 세계에 스스로를 가두는 것이 모두 가능함. 이 상반된 효과의 주된 원인은 부모의 태도와 역할에 따라 달라짐
  - 부모들이 TV를 많이 보는 가정의 어린이들이 TV를 훨씬 더 많이 봄. 어린이들은 부모들로부터 직접적인 영향을 받기에 부모들 자체가 이미지들에 대해 어떤 자세를 가지는가 하는 것이 중요함
- TV 프로그램의 검열을 강화하는 것이 결국은 어떤 것도 보호하지 못할 것임
  - 세르쥬 티서롱은 아동들을 보호하기 위해 강력한 이미지들을 무차별적으로 삭제하기보다는 인식적이고 감정적인 측면을 제대로 고찰시키는 것이 훨씬 더 가치 있다고 봄
  - 시청금지로는 불충분하고, 어린이들에게 요구는 충분히 이해했으나 왜 그걸 실현시켜줄 수 없는지 충분히 설명해야만 함
  - ‘어리기 때문이라는 이유’를 대서는 안 됨. 이럴 경우 어린이들은 금지된 프로그램을 보는 것이 자신들을 빨리 성장시켜줄 거라고 생각하게 됨
- 부모들은 결코 어린이들을 완벽하게 통제할 수 없으며, 부모와 자식들 사이에 상호 신뢰를 형성해야만 함
  - 어린이들은 감정적 외로움과 허무감을 TV로 채우려고 함. 가족과 함께 하는 식사기회가 적어지면서 상호감정교환이 희귀하게 되었고, TV가 부모와의 감정교감을 대체해주고 있음
- 어린이들에게 애니메이션, 또는 TV에 등장하는 주인공들이 결코 현실이 아니며, 현실의 친구와 가족들과는 결코 대체될 수 없는 것이라는 것을 충분히 설명해야 함
  - 이것이 TV 소비를 줄여나가는데 도움이 되며, 특히 감정적으로 너무 과하게 몰두하지 않

도록 프로그램을 보며 부모들이 함께 설명을 하는 것이 좋음

- 한 연구<sup>21)</sup>는 종종 애니메이션과 혼동되는 광고를 어린이들에게 차이를 설명해주면, 어린이들은 그 광고가 애니메이션의 세계와 다르다는 것을 충분히 이해한다는 것을 보여줌
- 부모들의 무조건 금지보다는, 이들과 함께 성장하도록 돕는 것이 현실적임. TV를 보지만, 부모들이 정해진 시간에, 정해진 만큼 보면서 다른 활동들과 함께 겸하게 하는 것이 어린이들의 비판적 정신을 키우면서 애니메이션을 시청하게 하는 좋은 방식임

## 4. 일본의 애니메이션 영향 연구

### 1) 연구 개관

#### □ 일본의 어린이 애니메이션 소비행태

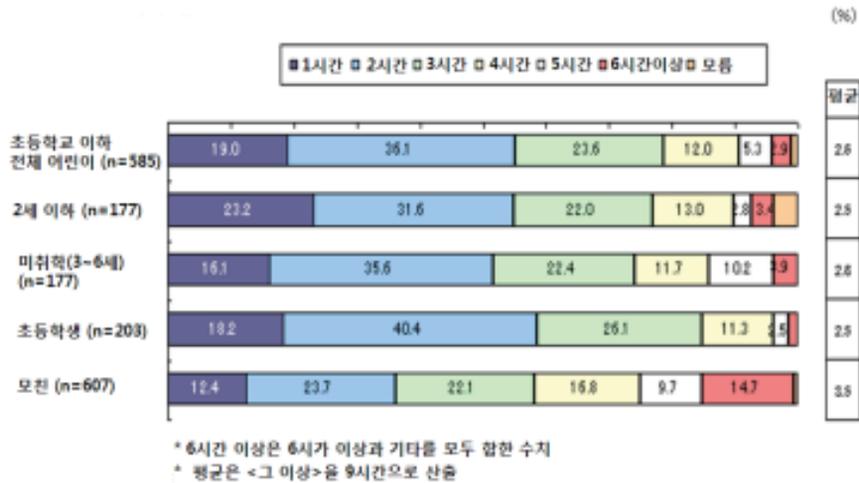
- 소비 연령대에 따라 <어린이용>, <청소년용>, <청년용>, <성인용> 등으로 분류되어 애니메이션이 기획, 제작, 유통되고 있는 일본에서 <어린이용 애니메이션>은 일반적으로 중학생 이하의 어린이를 대상으로 기획, 제작된 애니메이션을 지칭
- 그러나 어린이의 정신적 성장이 연(年) 단위로 진행되는 점을 고려, 시청 연령대를 기준으로 <유아용>, <초등학교 저학년>, <초등학교 고학년>으로 다시 크게 구분, 유통되고 있기도 함
- NHK 방송문화연구소의 2011년 유아시청률조사와 <MACROMILL>의 2004년 조사결과를 살펴보면, 미취학 유아들은 주로 텔레비전 방송용으로 제작된 <사자예상>, <지빠마루코>, <크레용신장> 같은 프로그램과 DVD를 통해 애니메이션을 즐겨 보는 반면, 초등학생들은 DVD보다는 텔레비전을 통해 <포켓몬스터>와 <나루토>, <명탐정 코난>, <도라에몽> 같은 작품들을 즐겨 보는 것으로 조사, 집계됨
- 초등학교 남학생들이 즐겨보는 애니메이션은 주로 <비일상적인 세계의 권선징악>을 큰 줄거리로 전개되는 로봇 애니메이션을, 여학생들의 경우는 <세일러 문>처럼 초능력 마법소녀가 주인공으로 등장해 <일상생활을 무대로 비일상적인 이야기>가 펼쳐지는 애니메이션을

21) Maguy Chailly, <D cryptage d'images ou Ce qu'on voit la t l vision peut-il se passer vraiment?>, Revue Fran aise de P dagogie, nQ 128, juillet-ao t-septembre 1999, 55-62. [http://www.inrp.fr/publications/edition-electronique/revue-francaise-de-pedagogie/INRP\\_RF128\\_6.pdf](http://www.inrp.fr/publications/edition-electronique/revue-francaise-de-pedagogie/INRP_RF128_6.pdf)

즐거보고 있으며, 텔레비전에서 방영되고 있는 애니메이션들 또한 이러한 내용의 것들이 주를 이루고 있음

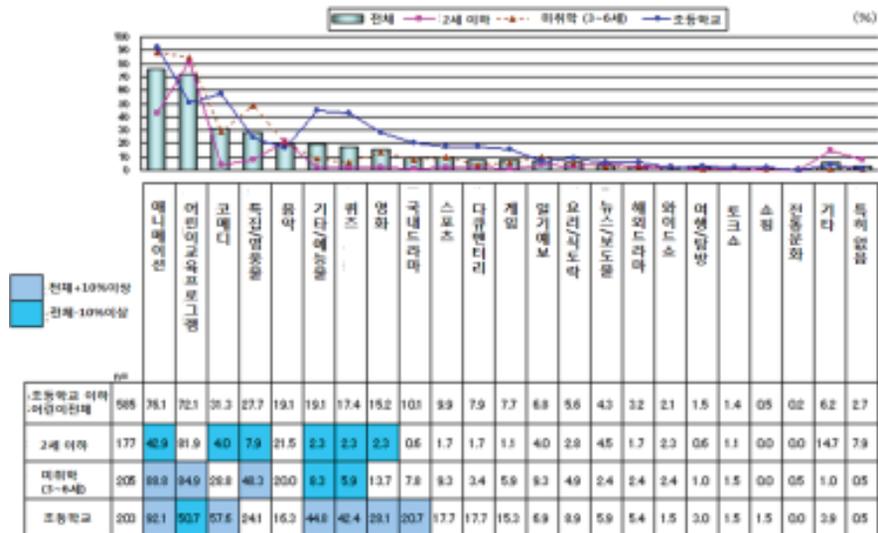
- 극장용 또는 OVA 작품들도 <지브리 스튜디오>와 <디즈니>의 제작물을 즐겨보기도 하지만, 대개는 <가족용> 또는 <텔레비전 시리즈물>을 그리고 해외에서 제작된 애니메이션보다는 일본 국내 제작물을 더 선호하는 것으로 조사, 발표되었음
- 어린이 애니메이션 소비행태에 관한 조사연구 결과
  - NHK 방송문화연구소의 2001년 전국 개인 텔레비전 시청률 조사결과에 의하면, 일본 국민 1인이 하루 평균 텔레비전을 시청하는 시간은 평균 3시간 36분으로 파악
  - 민간리서치기관 <MACROMILL>의 조사결과에 의하면, 초등학교 어린이들이 하루 평균 텔레비전 혹은 비디오를 시청하는 시간은 40.4%가 2시간, 26.1%가 3시간으로 응답, 평균 3시간 이내인 것으로 조사되었음. 가장 좋아하는 프로그램으로는 92.1%가 애니메이션 이라고 응답함
  - 2010년 조사된 리서치 연구기관 <MACHICOMI>의 앙케이트 조사결과를 살펴보면, 일본 어린이들이 텔레비전을 주로 시청하는 시간대는 오후 6시~8시 사이인 것으로 조사되었음. 어린이 애니메이션의 방영시간이 주로 오후시간대에 편성되어 있는 점을 고려한다면, 어린이의 텔레비전 시청 및 소비는 주로 애니메이션 시청을 중심으로 이뤄지고 있다고도 볼 수 있음
  - 일본에서 어린이의 애니메이션 소비에 관한 연구가 미흡한 현재 상황과 일본 어린이의 영상매체 소비실태조사 결과를 살펴 볼 때, 텔레비전이나 비디오, 텔레비전 게임 같은 영상매체 및 콘텐츠산업에 관한 연구결과들은 일본 어린이의 애니메이션 소비행태 및 어린이에게 미치는 애니메이션의 사회문화적 영향력에 대한 연구결과를 살펴보는 데 유효한 방법 및 자료가 될 수 있을 것으로 판단됨

<그림 32> 어린이 텔레비전/비디오 평균시청 시간



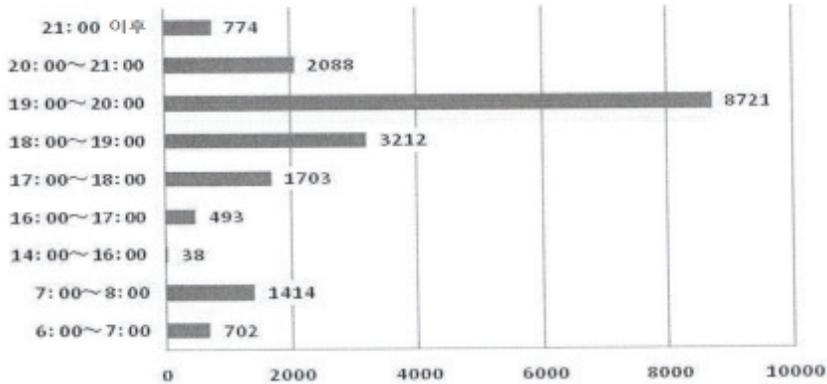
※ 출처: MACROMILL(2004), 어린이 텔레비전 및 비디오 시청에 관한 앙케이트

<그림 33> 좋아하는 텔레비전 프로그램 (복수회답)



※ 출처: MACROMILL(2004), 어린이 텔레비전 및 비디오 시청에 관한 앙케이트

<그림 34> 어린이가 텔레비전을 자주 시청하는 시간대는?



※ 출처: MACHICOMI(2010), <어린이 텔레비전 시청>에 관한 앙케이트

#### □ 일본의 애니메이션 연구의 일반적인 경향

- 일본에서도 최근, 경제적 파급효과 내지는 청년세대의 오타쿠 문화현상에 초점을 맞춰 애니메이션에 대한 연구가 활발히 이뤄지고 있기는 하나, 일반인을 상대로 한 애니메이션의 문화적 소비행태 또는 사회문화적 영향에 대한 연구는 물론 애니메이션이 어린이·청소년에게 미치는 사회문화적 영향력에 초점을 두고 이뤄지는 연구는 그다지 많은 편이 아님
  - 일본에서의 경제적 파급효과 내지는 청년세대의 오타쿠 문화현상에 초점을 맞춰 분석된 애니메이션에 대한 연구 역시 애니메이션 그 자체에 초점을 맞춰 이뤄지는 것이 아니라 대부분 만화를 비롯하여 게임, 캐릭터 상품 소비 또는 텔레비전 등과 같은 영상매체를 이용한 콘텐츠산업의 영향력 또는 소비행태와 관련된 연구에서 주로 다루지고 있음
  - 이는 최근 일본의 애니메이션의 산업 동향과도 깊은 관계가 있는 것으로도 파악되며, 2000년대 이후, 일본의 애니메이션 산업은 디지털 환경의 변화에 맞춰 다양한 영상매체 또는 콘텐츠산업과 복합적으로 연결된 형태로 전개되고 있기 때문인 것으로도 판단됨
  - 따라서 일본에서 행해진 애니메이션의 사회문화적 영향력에 대한 연구결과는 애니메이션 그 자체에 초점을 두고 조사, 분석하기보다는 텔레비전이나 비디오, 게임 같은 영상매체에 대한 연구결과를 추적해 살펴볼 수밖에 없음
  - 한편 한국과 달리 인터넷 게임보다는 주로 애니메이션의 동화(動畫)적 요소로 제작되거나 구성된 텔레비전 게임을 더 즐기는 일본 어린이(성인을 포함)의 놀이문화 특성을 고려한다면, 텔레비전 게임 소비에 관한 자료 또한 일본 어린이의 애니메이션 소비 및 사회문화적 영향력 연구에 주요한 자료로 활용 가능한 것으로 판단됨

- 이런 점에서 지난 2008년 일본 어린이들의 텔레비전 게임 소비에 대한 〈Eye Share〉(2008)의 〈텔레비전 게임이 어린이에게 미치는 영향력 조사〉 결과도 함께 눈여겨 볼만한 자료로 손꼽아 볼 수 있겠음

- 일본의 연구들 역시 대부분 이론적 전제 또는 접근방법은 해외의 주요이론에 바탕을 두고 있음. 그러나 그 해외의 연구 성과와 연구 흐름을 단순히 적용하기보다는 해외의 이론을 토대로 새로운 이론적 가설을 내세우는 경우도 많음
- 애니메이션을 비롯한 영상매체의 효과에 대한 의견은 일치되고 있지 않을 뿐만 아니라 연구 결과 또한 입장 및 접근방법, 조사기간 등에 따라 상이한 의견이 제시되고 있는 실정임. 다시 말해, 영상매체의 접촉이 어린이의 성장에 악영향을 미치는가에 대해 영향을 준다는 입장도 있고, 그렇지 않다고 보는 입장도 있음
- 뿐만 아니라 경우에 따라서는 이론적 가설과 전제 하에 출발해 이끌어 낸 학계의 연구결과와 민간조사기관가 자체적으로 실시한 실태조사와 설문조사를 통해 추출한 내용이 일치하지 않고 엇갈리는 경우도 많음

## 2) 문화적 영향 - 교육적 효과

- 교육적 측면에서 어린이의 영상매체(애니메이션을 포함) 소비 및 시청에 접근하는 연구는 주로 학습능력과 인지능력에 중점을 두고 이뤄지고 있음
- 애니메이션이 어린이 인지능력 향상에 지대한 영향을 주고 있으며, 시청태도는 어린이 언어 발달에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 증명

### □ 인지능력과 언어발달 능력 향상

- NHK 방송문화연구소의 〈어린이에게 좋은 방송 프로젝트〉 연구조사
  - 2005년 초등학교 2학년, 5학년, 중학교 2학년을 조사대상으로 선정, 텔레비전, 비디오, 텔레비전 게임 소비행태를 실시한 연구조사 결과
  - 이 조사결과에 근거해 어린이의 인지능력을 검토한 자료를 살펴보면, 조사대상 어린이·청소년 모두 다 텔레비전 시청으로 인해 인지능력 개발에 영향을 받고 있지 않음을 알

수 있음

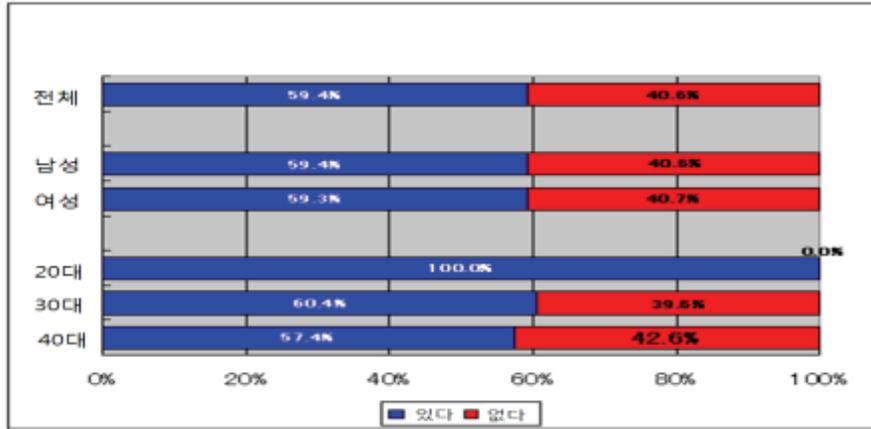
- 이 연구 외에도 텔레비전 시청이 어린이의 인지능력 향상에 미치는 영향력에 대해 실시된 지금까지의 여러 연구 결과에 따르면, 프로그램의 내용 여하에 의해 영향을 받는 것으로 알려져 있으며 교육적 내용의 프로그램은 오히려 어린이의 인지능력 향상에 지대한 영향을 주는 것으로 보고되고 있음
- 2005년 텔레비전과 비디오, 텔레비전 게임 등의 영상매체가 어린이의 심신발달에 어떤 영향을 미치는지에 대해 추적조사, 연구한 NHK 방송연구소의 <어린이에게 좋은 방송 프로젝트> 제2회 연구조사결과에서도 텔레비전 시청태도가 어린이의 언어발달에 영향을 미치고 있다는 결과가 판명됨
- 그러나 교육프로그램을 대상으로 한 조사에서는 보고 있는 아이들일수록 표현가능한 단어수가 더 풍부했다는 조사결과를 추출, 제시함
- 더불어 <밖에서 노는 시간>, <책을 읽혀주는 빈도> 등에 의해서도 유아들의 어휘력과 언어표현력이 영향을 받는다는 사실을 밝혀, 텔레비전 시청 자체가 아이들의 언어발달과 표현력에 영향을 주고 있는 것이 아니라 시청 태도와 환경에 의해 크게 좌우되고 있음을 추적 조사결과를 토대로 발표하기도 했음
- 텔레비전의 장기간 시청이 어린이의 공간 인지능력을 떨어뜨린다는 주장은 근거 없는 이야기라며, 그 내용과 제공 방식에 따라 어린이의 정보능력 향상과 공간 인지능력에 도움이 된다는 입장을 조사결과에 근거하여 제시하고 있음

- 케이오대학의 시부야 아키코는 <텔레비전 게임> 연구 조사를 통해 영상매체의 소비와 경험이 어린이의 ① 시각적 주의력 ② 공간의 시각화 ③ 평행처리능력 ④ 귀납적 문제해결 능력과 ⑤ 학습의욕발달에 긍정적인 영향을 준다는 내용의 연구결과를 발표하고 있기도 함

#### □ 지능과 학습능력 향상

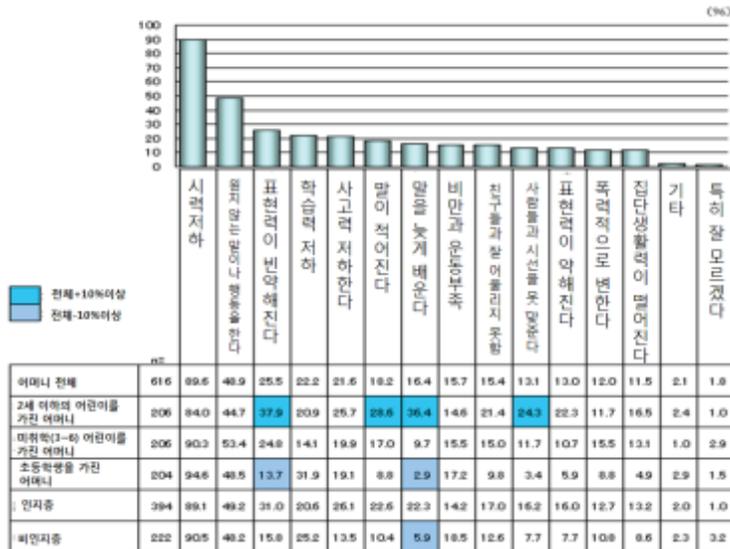
- <텔레비전 게임이 어린이에게 미치는 영향력에 대해 보호자들은 어떻게 생각하고 있는지>에 대해 학부모를 대상으로 실시한 <Eye Share>(2008)의 앙케이트 조사결과에 따르면, 60%에 가까운 응답자가 <텔레비전 게임이 내용 여하에 따라 어린이의 지능교육에 나름대로 좋은 영향을 주고 효과를 발휘한다>고 생각들 하는 것으로 발표되었음

<그림 35> 내용에 따라서는 어린이의 지능교육에 효과가 있다고 생각하십니까?



※ 출처: Eye Share(2008), 텔레비전 게임이 어린이에게 미치는 영향력 조사, 2008

<그림 36> 텔레비전 시청에 대한 부모의 불안감



※ 출처: MACROMILL(2004), 어린이 텔레비전 및 비디오 시청에 관한 앙케이트

- <MACROMILL>의 조사결과를 살펴보면, 어린이들의 텔레비전 시청과 관련하여 부모들이 우려하는 점은 지능 또는 학습능력 저하 등 같은 것이 아니라 신체적 능력, 특히 시력 저하 등과 같은 점들에 대해 불안해하거나 우려하고 있을 뿐, 텔레비전 시청이 어린이의 학습능력이나 언어행동력, 표현력 향상 등에 나쁜 영향을 준다고는 판단하고 있지 않는 것으로 조사, 집계되었음

### 3) 문화적 영향 - 정서적 효과

- 2005년 일본의 문부과학성의 <어린이의 영상매체 접촉과 심신 발달에 관한 조사연구>
  - 초등학교 4학년~6학년 어린이를 인터뷰 대상으로 조사한 연구조사결과임
  - 어린이들이 텔레비전을 통해 접하는 어린이의 애니메이션에서는 화면에 나타나는 한 컷 한 컷 순간적인 장면이 아이들에게는 강한 인상을 주고 있으며, 아이들은 그 장면들을 통해 논리성과 사고력을 얻기보다는 정의와 노력, 우정 등과 같은 심리적이고 정서적인 면에서 영향을 더 많이 받고 있는 것으로 발표
  
- NHK 방송문화연구소의 <어린이에게 좋은 방송 프로젝트> 연구조사
  - 어린이의 장시간 텔레비전 시청이 어린이들의 심신발달에 나쁜 영향과 현실감을 상실하게 만드는 동인으로만 작용하는 것은 아니라고 주장
  - 아이들이 텔레비전을 2~3시간 시청한다고 하더라도, 아이들은 2~3시간 내내 텔레비전 화면을 의식적으로 쳐다본다거나 집중해 시청하는 것이 아니라 기본적으로 다른 행동들을 하면서 시청을 한다는 것. 따라서 텔레비전의 정보 전체가 아이들에게 일방통행으로 전달될 수 없다는 주장을 제기
  
- 이 외에도 어린이의 텔레비전 게임 소비에 관한 한 연구결과에서는 텔레비전 게임이 어린이들에게서 불쾌감을 주는 것이 아니라 오히려 감소시키고 생활에 활력을 준다고 주장하기도 함

### 4) 사회적 영향 - 사회적 효과

- NHK 방송문화연구소의 <어린이에게 좋은 방송 프로젝트> 제4회 연구조사(2007)
  - <어린이의 텔레비전 시청에 대한 부모의 태도 또는 행동이 미치는 영향력에 대한 연구>를 실시한 조사결과
  - 이 연구에서는 사회성의 지표로 <협조성·공감>, <능동성·자기 주장>이 쓰였으며, 텔레비전 접촉량, 양 부모의 텔레비전 공유기능(예를 들면, 아이들과 같이 본다, 보고 있는 프로그램 내용에 대해 아이들과 이야기를 함께 나눈다 등)과 제어기능(좋은 프로그램과 봐서는 안 되는 프로그램이 정해져 있다, 보여주고 싶지 내용이 나오면 채널을 바꾼다 등)에 의한 영향에 대해서도 검토가 함께 이뤄졌음
  - 텔레비전 접촉량이 어린이의 행동에 미치는 영향력은 거의 찾아볼 수가 없었으나, 공유기능과 제어기능이 <협조성·공감>, <능동성·자기주장> 등에 영향을 미치고 있음을 알

수 있으며, 부모들이 아이들에게 텔레비전을 어떤 식으로 보여주느냐가 유년기의 사회성 발달에 지대한 영향을 미치고 있는 것으로 분석, 보고함

- 결론적으로 학습능력 또는 인지능력에 대한 연구와 마찬가지로, 텔레비전 시청이 어린이의 대인적, 대사회적 관계 능력 형성에 미치는 영향력에 대해 최근 발표된 연구결과를 살펴보면, 일본의 연구자들은 그렇다, 그렇지 않다는 상반된 의견들을 제시하고 있음
- 일본 국내에서 최근 행해지고 있는 애니메이션과 어린이의 대인관계 내지는 대사회적 관계의 형성에 관한 연구들에서 제기되고 있는 문제들과 연구결과를 살펴보면, 애니메이션의 내용 그 자체를 문제시하기보다는 애니메이션과 같은 영상매체의 소비가 요즘 어린이들에게서는 피할 수 없는 문화적 현실이자 소비의 최고 수단으로 자리하고 있다는 현실적인 측면을 고려, 애니메이션을 부정적으로 인식하기보다는 어린이들에게서 애니메이션(또는 영상매체)이 갖는 존재감에 대한 파악, 시청 태도와 환경 문제 등에 역점을 두고 연구가 이뤄지고 있으며, 연구과제가 제기되고 있음을 알 수 있음
- 이러한 내용들을 종합해 보면, 일본 어린이와 영상매체와의 관계성, 영상매체가 어린이에게 미치는 영향력은 영상 매체의 내용에 의해 좌우되기보다는 시청 환경과 지도방법, 가정 내에서의 생활습관, 부모의 가치관과 생활패턴 등에 의해 더 많은 영향력을 받고 있는 것으로 파악됨

## 5. 분석 및 시사점

### 1) 국가별 연구의 공통점과 차이점 분석

#### □ 공통점

- 애니메이션이 어린이·청소년에 미치는 사회·문화적 영향에 대해 유사한 결과를 나타냄
  - 교육적 목적을 가지고 제작된 애니메이션의 교육적 효과성 인정
  - \* 단, 교육용 애니메이션과 오락용 애니메이션을 구분하는 뚜렷한 기준은 없으며, 양자간의 차이도 점차 줄어드는 추세

- 초창기 연구들이 애니메이션의 직접적인 영향을 강조한데 반해, 70년대 이후에는 수용자의 역할을 강조하는 이론이 주류를 이룸
  - 어린이들도 8세만 되어도 픽션과 실재를 구별할 능력이 있으며, 양자의 질적인 차이를 구별할 수 있음
  - 콘텐츠 내용도 중요하지만 어린이의 이전 경험, 메시지 해독 능력, 부모의 관여 정도에 따라 문화적·사회적 효과가 달라질 수 있음
  - 따라서 모든 나라에서 공히 애니메이션 관람에 있어서 부모의 역할이 강조됨
- 애니메이션이 아동 및 청소년에 미치는 영향에 대한 연구는 장기간동안 통제된 실험군을 관찰하는 것이 필요하나, 현실적으로 이러한 실험을 하기는 매우 어려움
  - 따라서 대부분의 실험이 애니메이션 관람 후 발생하는 단기적인 반응을 중심으로 이루어지는 한계를 지님

## □ 차이점

- 한국의 경우 소규모 통제집단을 실험대상으로 교육용 애니메이션의 교육효과에 대한 학위 논문이 많이 생산되고 있음
- 미국의 경우 애니메이션이 어린이의 인지발달 및 사회성 형성과정에 초점
- 프랑스의 경우 관련 연구가 활발하지는 않으나 애니메이션이 인지발달이나 사회성 형성과정에 긍정적인 역할을 함에 주목하고 있음. 단 부모의 관여를 효과성의 중요한 요소로 보고 있음
- 일본의 경우 오타쿠 문화에 대한 연구 필요성으로 어린이 보다는 청소년들의 영상매체에 대한 의존성, 중독성 등에 대한 연구가 활발한 편임

## 2) 국가별 연구의 결론 분석

- 교육용 애니메이션과 오락용 애니메이션의 엄정한 구분이 행하여진 적은 없으나, 교육용으로 제작된 애니메이션의 교육적 효과는 당연히 되어 왔음
  - 이는 특히 국내 학위논문에서 많이 다루어져 왔는데 주로 국어, 영어, 일본어 등 언어교육,

- 그리고 미술, 음악 분야의 창의성과 관련한 교육 등에 교육효과가 있는 것으로 분석됨
- NHK 방송문화연구소의 <어린이에게 좋은 방송 프로젝트> 연구조사 등, 교육적 내용의 프로그램이 어린이의 인지능력 향상에 기여한다는 보고는 무수히 많음

- 오락용 애니메이션의 경우, 1970년대 이후 애니메이션이 갖는 고유한 효과라는 측면보다는 관람자의 능동적인 수용과정이 더 강조됨
  - 따라서 애니메이션의 사회·문화적 효과는 애니메이션과 소비자 사이에 지속적인 협상 (negotiation)과정을 통해서 그 정도가 달라진다는 점이 강조됨
  - 이러한 협상과정은 특히 인지능력 형성 초반기에 어린이들이 애니메이션 캐릭터와 대화 하며 두뇌 자극과 인지발달에 보다 긍정적인 영향을 미치고 있음
  - 이의 성공적인 사례로는 미국의 <Blue's Clue> 나 <Dora the Explorer>가 있음
  - 특히 세서미스트리트의 성공은 이전의 “반-사회적 효과”중심의 연구 패러다임을 친-사회적 효과”연구로 바꾸어 놓음

### 3) 시사점

- 양질의 애니메이션 제작 활성화
  - 어린이·청소년에게 있어 긍정적인 사회·문화적 영향을 미치는 양질의 애니메이션은 그 사회와 문화가 요구하는 교훈적인 내용을 담고 있을 뿐 아니라 재미요소까지 결합되어야 함
  - 양질의 애니메이션의 경우 어린이들에게 바람직한 사회공동체의 가치와 살아가는데 필요한 삶의 지혜 등을 전달할 수 있어야 함
  - 그러나 지나치게 교육적인 내용은 어린이들의 흥미를 끌지 못하는 경우가 있으므로, 교육적인 내용과 엔터테인먼트가 적절히 결합되어야 함
- 정부지원의 필요성
  - 좋은 평가를 받고 있는 대부분의 애니메이션들은 상당히 높은 제작비를 필요로 하기 때문에, 제작비의 상당부분이 공공지원으로 이루어졌다는 점은 중요한 시사점
  - 예를 들어 미국의 60년대 애니메이션은 지나친 상업주의와 저예산 부실 프로그램으로 어린이들로부터 외면 받는 동시에 공공지원의 필요성에 대한 소비자 운동을 촉발시킴
  - 어린이 프로그램의 질이 높아진 것은 60년대 말 카네기재단이 세서미스트리트 제작에 지원하면서 부터임
  - (어린이 프로그램에 있어서의 공영방송의 중요성) 미국의 경우 양질의 프로그램을 선도

한 것이 PBS, CAB이며, 이들이 작품의 질을 올려놓음에 따라 상업방송의 어린이 프로그램 수준도 올라갔음은 시사하는 바가 큼

- 프랑스의 경우에도 애니메이션 방송 프로그램에 대한 정부지원이 꾸준히 증가하고 있으며, 전체 제작비용의 약 17%가 정부지원으로 충당됨
- 일본의 경우, 정부의 직접적인 지원은 없으나 행정적 지원을 강화하고 있는 추세

#### ○ 애니메이션 소비와 리터러시에 대한 적극적 교육 필요

- 프랑스에서 활발히 논의되고 있는 것처럼, 애니메이션에 대한 정부의 통제 혹은 가정에서의 통제는 부작용을 낳는 경우가 더 많음. 예를 들어 텔레비전 애니메이션은 어린이들이 접할 수 있는 수많은 교육용, 오락용 매체 중의 하나이기에 일방적인 통제는 오히려 기타 매체의 음성적인 소비를 부추길 수 있음
- 따라서 애니메이션 소비에 있어서 부모가 적극적인 개입을 하는 것이 중요함
- 더불어 어린이들에게 애니메이션에 대한 리터러시를 키워주는 교육이 필요함. 이러한 교육은 유치원 혹은 초등학교 저학년 교실에서부터 애니메이션을 관람하고 이에 관해 토론하고 비판하는 교육이 이루어져야 함을 시사



# 제5장

## 애니메이션의 사회·문화적 영향 사례 분석



# 제5장 애니메이션의 사회·문화적 영향 사례 분석

## 1. 조사개요

### □ 조사개요

- 국내에서 방영된 적이 있는 국내외 애니메이션 중에서 어린이·청소년에게 인기가 있었던 작품을 중심으로 선정
- 신문기사, 논문, 보고서 등에서 해당 작품에 대한 사회문화적 효과를 언급한 문헌자료를 토대로 작성

### □ 분석대상

제작국가	작품명	비고
한국	돌리 로보트태권 V, 풀이장군 달려라 하니 배추도사 무도사 뽀로로 로보카 폴리 꼬마버스 타요 코코몽 미술대탐험(미술교육) 눈보리 안녕 자두 마당을 나온 암탉 올림푸스 가디언(그리스로마신화) 마법 천자문(한자교육) 후토스 유후와 친구들 꾸꾸와 야야의 생활습관 놀이 뽀뽀에 친구들(미술교육) 깨미(교육) 수학탐험대 우미주미(수학교육) 우당탕탕 아이쿠	

제작국가		작품명	비고
해외	일본	명탐정 코난 미래소년 코난 바람계곡의 나우시카 센과 치히로의 행방불명 개구리중사 케로로 짱구 우주소녀 아톰 포켓몬	
	미국	도라도라 미키의 클럽하우스 똑딱 똑딱 밥 아저씨 수퍼리더스	
	영국	토마스와 친구들 텔레토비	

## 2. 국산 애니메이션

### 1) 1960-70년대

#### ○ 산업적 배경

- 한국 애니메이션산업은 1960년대와 1970년대에 일본과 미국의 OEM시장 진입<sup>22)</sup>으로 본격화
- 1964년 <황금박쥐>를 시작으로 일본 OEM을 시작하였으며, 1979년부터는 미국 OEM을 시작

#### ○ 주요 국내 애니메이션 작품

- 한국 최초의 극장용 장편 애니메이션은 1967년 <홍길동>(신동헌 감독)으로 열악한 환경에도 불구하고 세계적 수준의 애니메이션이 제작됨
- 국내 극장용 애니메이션은 1972년 이후 제작이 중단되었다가 1976년 <로봇 태권 V>(김청기 감독)가 흥행에 성공하면서 다시 활기를 띠게 됨
- <태권동자 마루치 아라치>(1977), <똥이 장군>(1978) 등이 제작됨

22) 한국콘텐츠진흥원 전략정책본부 정책연구팀(2011.07), 한국 애니메이션 산업의 주요 현안과 개선방향

□ <로봇 태권 V>

구 분	내 용	이미지
제 목	로봇 태권 V	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	1976년	
제 작 사	(주)서울동화	
제작기법	셀	
유 형	극장용	
장 르	액션, 코메디, SF, 가족	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

○ 한국 대표 로봇 애니메이션

- 1970년대 후반 TV에서 마징가Z가 국내 작품인양 방영되어 엄청난 인기를 구가
- 김청기 감독은 일본 작품이 아닌 우리나라가 만든 로봇 작품을 보고 어린이들이 좋아했으면 좋겠다는 차원에서 기획하여 그 해 흥행 2위에 이르는 대성공을 이루면서 명실 공히 한국 대표 로봇 애니메이션으로 자리잡음 (서울신문, 2006년 8월 1일자 기사 참조)

○ 문화적 영향-정서적 효과

- 당시 각 학교에서 학생 대상으로 실시했던 태권도 교육과 맞물리면서 태권브이에 대한 인기가 높았음 (한국일보, 2001년 10월 8일자 기사 참조)
- 태권도는 우리의 국기(國技)이며 한국인이라면 누구나 태권도를 할 수 있다는 일종의 공감대가 형성되면서 당시 어린이들에게 자부심을 느끼게 해 줌 (데일리안, 2007년 1월 19일 기사 참조)

□ <뜰이 장군>

구 분	내 용	이미지
제 목	뜰이장군 제3땅굴편	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	1978년	
제 작 사	동아광고(주)	
제작기법	셀	
유 형	극장용	
장 르	코메디, 어드벤처, 가족	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

○ 문화적 영향-교육적/정서적 효과

- 김청기 감독 제작의 반공 애니메이션으로 애니메이션의 교육적 효과를 이념적으로 이용한 애니메이션으로 당시 큰 인기몰이를 함 (국민일보, 2000년 5월 15일자 기사 참조)
- 그러나 이후 정권이 바뀌면서 풀이 시리즈는 <꼬마 어사 풀이>(1980) <공룡 100만년 풀이>(1981) 등으로 이념성을 탈피함
- 풀이 장군은 냉전 시대에 만들어진 만화이기 때문에 어린이 만화임에도 불구하고 이념적 성향이 강해 후에 비판을 받기도 하였음 (미디어오늘, 2010년 9월 16일자 기사 참조)

## 2) 1980-90년대

○ 산업적 배경

- 우리나라 애니메이션 산업은 1980년대와 1990년대 중반까지 OEM이 활성화되어 1996년에 OEM 수입 1억불 달성
- 그러나 1996년 이후 OEM 시장이 붕괴되기 시작하였으며 이에 대한 자구책으로 창작 애니메이션이 태동하기 시작<sup>23)</sup>

○ 주요 애니메이션 작품

- 우리나라는 세계적인 애니메이션 하청기지였으나 1980년대 후반부터 자체 TV용 애니메이션 제작에 성공을 거두기 시작하였으며 이를 기반으로 극장용 애니메이션이 제작되었음
- 시청자의 호응을 받은 주요 작품으로는 <아기공룡 둘리>, <달려라 하니>, <옛날 옛적에>, <날아라 슈퍼보드> 등이 있음

### □ <아기공룡 둘리>

구 분	내 용	이미지
제 목	아기공룡 둘리	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	1988년	
제 작 사	(주)둘리나라	
제작기법	2D컴퓨터, 셀	
유 형	TV용, 극장용	
장 르	코메디, 어드벤처, 가족	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

23) 한국콘텐츠진흥원 전략정책본부 정책연구팀(2011.07), 한국 애니메이션 산업의 주요 현안과 개선방향

- (주)둘리나라에서 처음 제작하여 이후 꾸준히 사랑받고 있는 국민 애니메이션
  - 1980년대 말 TV 애니메이션으로 만들어져 큰 인기를 끄는 것을 시작으로 각종 캐릭터 상품, 극장용 애니메이션 등이 만들어짐
  - 원작의 이야기를 토대로, 스토리와 캐릭터의 자유로운 각색을 거쳐 극장용 애니메이션으로 2004년도까지 성공적인 흥행을 거둠 (한국일보, 2008년 5월 24일자 기사 참조)
  
- 문화적 영향-정서적 효과
  - 김수정은 어린이는 어린이다워야 한다는 아동관에 따라 말쑥꾸러기 어린이를 주인공으로 하는 작품을 구상함
  - 그러나 당시 만화 속 어린이는 교과서적인 행동만 해야 하고 버릇없는 행동을 하면 사전 심의를 통과하기 어려웠기 때문에 공룡을 주인공으로 하였음 (노컷뉴스, 2007년 7월 6일자 기사 참조)
  - 아기공룡 둘리는 동심을 꾸밈없이 표현함으로써 부모와 자녀 세대에 걸쳐 모두 공감할 수 있는 애니메이션이 되었음 (아시아경제, 2007년 7월 10일자 기사 참조)

□ <달려라 하니>

구 분	내 용	이미지
제 목	달려라 하니	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	1988년	
제 작 사	대원동화	
제작기법	2D컴퓨터, 셀	
유 형	TV용	
장 르	드라마, 스포츠, 가족	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 1980년대 후반 TV 애니메이션이 본격적으로 자리잡게 된 견인차 역할
  - 이진주가 그린 동명의 순정만화를 국내 최초 TV 애니메이션 시리즈로 기획되어 큰 인기를 누렸으며, 그 다음해에 <천방지축 하니>(1989. KBS)로 이어짐
  - 어린 나이에 어머니를 여읜 소녀 주인공 하니가 역경을 딛고 육상 선수로 성장하는 과정을 그리고 있음

○ 사회적 영향-사회적 효과

- 어린이에게 세상이 험난하더라도 굳세게 살아가야 한다는 건전한 가치관을 심어주었음  
(내일신문, 2010년 12월 16일자 기사 참조)

□ 〈옛날 옛적에〉

구 분	내 용	이미지
제 목	옛날 옛적에	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	1990년	
제 작 사	KBS, 한호홍업	
제작기법	셀	
유 형	TV용	
장 르	시대극/사극 드라마	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

○ 캐릭터 ‘배추도사’와 ‘무도사’가 전래동화를 전해주는 내용의 애니메이션

- 어린이들에게 친숙한 캐릭터를 이용하여 전래동화를 쉽고 재미있게 전하는 내용의 애니메이션
- 〈은비까비의 옛날 옛적에〉도 제작되며 옛날 옛적에라는 이름으로 시리즈화 되면서 90년대 중후반 교육용 애니메이션으로 큰 인기를 끄

○ 문화적 영향-정서/교육적 효과

- 관심을 갖고 아이들의 생활 주변을 돌아보면 아이들이 ‘우리 것, 우리 문화, 우리 정서’를 느끼고 받아들일 만한 것들이 아주 적음
- 〈옛날 옛적에〉는 과거와 현재를 자연스럽게 이어주어 역사와 전통문화에 대해 배울 수 있는 기회를 제공 (이계일, 2008, 에듀테인먼트 애니메이션의 특성에 관한 연구 : TV 시리즈 애니메이션을 중심으로, 순천향대학교 석사학위 논문 참조)

### □ <날아라 슈퍼보드>

구 분	내 용	이미지
제 목	날아라 슈퍼보드	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	1990년	
제 작 사	KBS, 한호홍업	
제작기법	셀	
유 형	TV용	
장 르	아동	

- <날아라 슈퍼보드>는 고전 소설인 서유기를 허영만이 현대적으로 재해석한 원작 만화 <미스티 손>을 애니메이션화한 작품임
- 문화적 영향-정서적 효과
  - 신나는 주제가와 사오정 신드롬이라는 말을 만들어낼 정도로 유머가 있는 스토리로 어린 이에게 즐거움을 주었음 (연합뉴스, 1998년 6월 30일자 기사 참조)

### 3) 2000년대

- 산업적 배경
  - 우리나라 애니메이션 산업은 2000년대에 들어서면서 하청 시스템에서 벗어나 세계 시장에서 한국 애니메이션의 입지를 다진 스타 콘텐츠가 등장
  - 에듀테인먼트 성격을 갖는 아동용 애니메이션이 주로 제작되었으며 2000년대 중반 이후 창작 애니메이션이 양적으로 성장
  - 이러한 산업 성장 배경에는 애니메이션 펀드 조성과 함께 2005년부터 국산 애니메이션 지상파 총량제가 시행되었기 때문
  - 2005년 국산 애니메이션 지상파 총량제 실시로 국내 창작 애니메이션 TV용 매출액이 연 평균 35.3% 증가한 것으로 나타남
- 주요 애니메이션 작품
  - 이 시기 아동용 애니메이션의 대표적인 작품은 <뽀롱뽀롱 뽀로로>, <올림푸스 가디언>, <냉장고 나라 코코몽> 등을 들 수 있음

□ <뽀롱뽀롱 뽀로로>

구 분	내 용	이미지
제 목	뽀롱뽀롱 뽀로로	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2003년	
제 작 사	하나로텔레콤(주), (주)오콘, (주)아이코닉스 엔터테인먼트, EBS, (유)미라클상사, 한국문화콘텐츠진흥원	
제작기법	3D컴퓨터	
유 형	TV용, 극장용	
장 르	드라마/아동	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 아이코닉스가 기획하고 오콘, SK브로드밴드, EBS가 공동제작한 Full 3D 애니메이션
  - EBS 방송 당시 평균 시청률을 웃도는 5%를 기록하였고 출판 및 완구, DVD 시장에서 돌풍을 일으킴
  - 전 세계 82개국에 수출되었으며, 특히 프랑스에서는 평균 시청점유율 47% 달성
- 문화적 영향-교육적 효과
  - 미취학 아동의 생활습관과 사고력 증진을 위한 에피소드 제공 (중앙일보, 2011년 6월 13일자 기사 참조)
  - 교육용 애니메이션이지만 잘 짜인 시나리오와 귀여운 캐릭터, 교육적 효과가 어우러져 어른이 함께 보기에 손색이 없음 (매일경제, 2009년 4월 21일자 기사 참조)

□ <올림포스 가디언>

구 분	내 용	이미지
제 목	올림포스가디언	
대상연령	7세 이상	
제작국가	한국	
제작연도	2003	
제 작 사	동우애니메이션(주), 가나에듀테인먼트(주), SBS프로덕션	
제작기법	2D컴퓨터, 셀, 종이	
유 형	TV용	
장 르	판타지, 액션, 코메디	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 그리스로마 신화를 애니메이션으로 제작하여 흥미진진한 스토리와 교육을 결합
  - 교육용 애니메이션이 가지고 있던 스토리의 단순함을 벗어나 흥미진진한 신화이야기를 애니메이션화하면서 인기를 끄
  - 이후 플래시 게임이나 책으로 제작되며 다른 콘텐츠와의 연계도 성공적으로 이룸
- 문화적 영향-교육적 효과
  - 그리스와 로마 신화의 교훈적인 내용을 학습할 수 있도록 제공 (매일경제, 2002년 12월 8일자 기사 참조)

□ <냉장고 나라 코코몽>

구 분	내 용	이미지
제 목	냉장고 나라 코코몽	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2008	
제 작 사	올리브스튜디오, 투니버스	
제작기법	3D컴퓨터	
유 형	TV용	
장 르	코메디	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 올리브 스튜디오와 투니버스가 합작하여 만든 아동 인성교육 애니메이션
  - <냉장고 나라 코코몽>은 4-7세 사이에서 흔히 벌어지는 상황 등을 재구성한 애니메이션으로 다양한 캐릭터 상품으로도 기획됨
  - 어린 시절부터 균형 있게 인성이 개발될 수 있도록 교육전문가의 자문을 받아 성품교육 커리큘럼을 토대로 기획하여 아이들의 인성교육에 도움을 줌
- 사회적 영향-사회적 효과
  - 유아의 생활습관, 사회와 관련된 주제를 쉽게 전달 (세계일보, 2008년 2월 27일자 기사 참조)
  - 사건을 해결하는 친사회적이고 건강하고 바른 습관, 또는 내적인 위기에서 더 긍정적인 가치관이 승리하여 대상을 획득하고 목적이 달성된다는 메시지 전달
  - 캐릭터들 가운데 비사회적인 가치관과 친사회적인 가치관을 가진 캐릭터군이 나누어져 갈등을 형성하는 가운데 친사회적인 가치관이 승리를 거두면서 아이들이 자연스럽게 친사회적인 가치관을 형성하도록 함

- 공간(냉장고나라)의 평화, 캐릭터들의 건강, 그리고 우정 관계의 유지라는 이야기 구조를 통해 아이들에게 친사회성의 유지를 보여줌 (이영미, 2012, 유아 교육 애니메이션의 캐릭터 스토리텔링 구조에 관한 연구 : EBS 유아 교육 애니메이션을 중심으로, 세종대학교 석사학위 논문 참조)

□ <후토스>

구 분	내 용	이미지
제 목	후토스	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2008	
제 작 사	KBS	
제작기법	3D컴퓨터, 실사	
유 형	TV용	
장 르	명랑, 코믹, 교육	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 동물에 대한 호기심을 유발하고 특성을 알아가게끔 하는 교육 애니메이션
  - 2007 KBS 10대 기획 프로그램으로 제작비 40억원, 100% 사전제작 등 어린이 프로그램으로는 이례적인 투자로 기획단계에서부터 주목을 끄
  - 스튜디오 일변도인 어린이 프로그램의 한계를 넘기 위해 전라남도 함평 자연생태공원 내에 있는 전용 세트장을 제작하고 3D컴퓨터와 실사를 혼합
  - 2010년에는 3D 컴퓨터 애니메이션으로 시즌 2를 제작하여 방영
- 사회적 영향-사회적 효과
  - 교육성과 도덕성에 초점을 맞춘 친숙한 내용으로 지구 환경과 연관된 자연 친화적 메시지를 전달하여 환경과 공생의 주제를 심화시키는 역할을 함 (뉴시스, 2010년 5월 24일자 기사 참조)
  - 5명의 친구들이 서로의 차이를 인정하며 마음을 열고 진정한 우정을 키워나가는 내용으로 문화적 다양성을 인지하고, 융합과 상생의 문화적 해석을 가능하게 함
  - 자연과 벗하며 만물과 어울리면서 생명의 존귀함과 공생의 법칙을 깨닫게 해줌
  - 친구에 대한 믿음과 우정, 참을 줄 아는 자세, 두려움에 굴하지 않는 마음 등의 다양한 교훈 전달 (이데일리, 2007년 10월 26일자 기사 참조)

□ <유후와 친구들>

구 분	내 용	이미지
제 목	유후와 친구들	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2009	
제 작 사	오로라월드(주), 엔썬엔터테인먼트	
제작기법	2D컴퓨터	
유 형	TV용	
장 르	코메디, 어드벤처	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 희귀동물을 주인공으로, 가드너의 다중지능이론을 결합하여 만든 교육용 애니메이션
  - 평소에 관심을 가지기 힘든 희귀동물을 아이들에게 자연스럽게 인식시킴
  - 주인공들의 성격을 가드너의 다중지능이론의 분야를 적용하여 만들어서 아이들의 잠재능을 깨닫도록 도와주고 재능을 더욱 개발할 수 있도록 함 (파이낸셜뉴스, 2009년 5월 3일 기사 참조)
  
- 사회적 영향-사회적 효과
  - 멸종 위기에 처한 희귀 동물을 주인공으로 하여 세계 각 대륙의 자연 유산들을 소개하고, 환경오염에 대한 경각심을 키워줌 (경향신문, 2011년 5월 31일자 기사 참조)
  - 캐릭터들이 그린씨앗을 찾기 위해 떠나는 모험을 통해 자연스럽게 친구들과의 우정, 환경 보호에 대한 메시지를 전달 (한국경제, 2011년 6월 13일자 기사 참조)
  - 환경을 아끼고 사랑하는 마음, 자연의 소중함을 느낄 수 있는 기회 제공

□ <빠빠에 친구들>

구 분	내 용	이미지
제 목	빠빠에 친구	
대상연령	전체	
제작국가	한국프랑스	
제작연도	2009	
제 작 사	(주)캐릭터플랜, 프랑스애니메이션	
제작기법	컷아웃	
유 형	TV용	
장 르	드라마	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 프랑스의 대표적 미술 작가 밀라 보팡의 감각적인 종이일러스트를 바탕으로 제작
  - 2년에 걸친 사전준비와 3년간의 계획, 제작 기간을 통해 탄탄한 작품 구성과 독창적인 스타일로 태어난 미술 교육 애니메이션 (이코노믹리뷰, 2008년 6월 23일자 기사 참조)
  - 평소에 접하기 힘든 새로운 미술 기법으로 주변의 사물이 여러 가지 방식으로 표현되는 것을 보여주며, 아이들의 창의력과 표현력을 키우게 함
  - 예술적으로 시각화된 재미있는 에피소드를 보며 다양한 색감에 보다 많이 접촉함으로써 아이들이 자연스럽게 색을 변별하게 해주며, 색상간의 조화로운 활용을 학습하게 됨 (이데일리, 2009년 6월 9일자 기사 참조)
  
- 문화적 영향-정서적 효과
  - 영유아 어린이들이 스스로 참여하고 체험할 수 있는 '인터랙티브 애니메이션'으로 매회 에피소드가 끝날 때마다 체험 코너인 '종이놀이 시간'을 통해 배경과 등장 캐릭터를 어떻게 만드는지 알려주면서 색채 감각과 미술 실력, 성취감과 자신감을 함께 얻을 수 있게 해줌 (이데일리, 2009년 6월 9일자 기사 참조)
  - 아이들 스스로 생각하게 하는 질문과 대사를 통해 아이들의 참여를 유도하여 상상력과 창의성을 길러줌 (서울신문, 2008년 6월 9일자 기사 참조)
  - 종이와 가진 느낌을 섬세하게 표현하는 '디지털컷아웃 애니메이션' 기술을 통해 따뜻한 아날로그 정서 전달 (PD저널, 2008년 6월 16일자 기사 참조)

□ <깨미>

구 분	내 용	이미지
제 목	깨미	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2009	
제 작 사	G&G 엔터테인먼트	
제작기법	3D컴퓨터	
유 형	TV용	
장 르	교육	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 사물들을 의인화시켜 아이들의 시선으로 재미있게 세상을 둘러보는 애니메이션
  - 주인공 '깨미'가 퍼니마트 안팎에서 일어나는 일들을 스스로 생각하고 해결해나가는 내용

- 의 애니메이션 (뉴시스, 2011년 5월 30일자 기사 참조)
- 이를 통해서 아이들에게 창의력과 사회력을 심어주는 것을 목표로 하고 있으며, 캐릭터를 이용한 다양한 온라인 통합교육시스템에 적용하고 있음

○ 문화적 영향-교육적/정서적 효과

- 호기심 가득한 주인공과 그 친구들이 사물에 대한 탐구와 신기한 자연현상의 세계를 체험 형태로 깨우쳐 가는 내용으로 아이들의 창의력과 감수성, 사회성을 동시에 키워주는 데 기여 (뉴시스, 2011년 11월 18일자 기사 참조)

#### 4) 2010년대

○ 산업적 배경

- 지상파 애니메이션 시청률이 1% 미만인 되면서 수익 악화, 투자 기피로 애니메이션 산업의 안정적 성장에 난항이 예상되고 있음
- 원인은 케이블, 위성, EBS 등으로 시청자가 분산되어 시청률이 낮아지자 지상파 TV에서 방영시간을 시청률이 낮은 시간대로 이동했기 때문임
- 그림에도 불구하고 국내 애니메이션이 보다 다원화되는 작품들이 나타나면서 새로운 발전 방향을 보여주고 있음

○ 주요 애니메이션 작품

- 2000년대 어린이 교육용 애니메이션의 맥을 잇는 작품으로 <마법 천자문>, <꼬마버스 타요>, <마당을 나온 암탉> 등이 있음

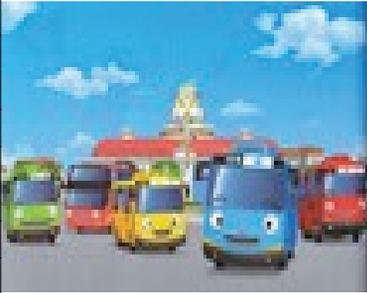
#### □ <마법 천자문>

구 분	내 용	이미지
제 목	마법천자문	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2010	
제 작 사	(주)디엔에이 프로덕션	
제작기법	2D 컴퓨터	
유 형	극장용	
장 르	어드벤처, 아동, 교육	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 한자에 마법이라는 요소를 더해 애니메이션으로는 물론 게임, 서적 모두 성공한 사례
  - 아이들의 상상력에 맞춤형 마케팅 전략을 통해 콘텐츠 하나가 다방면으로 인기를 얻음
  - <마법천자문>에서는 교육학적, 아동교육적인 측면에서 높은 수준의 인문학적 고민이 이루어졌으며 3D 입체 TV 애니메이션으로도 제작 방영됨
  
- 문화적 영향-교육적 효과
  - 어린이에게 익숙한 손오공 캐릭터를 이용한 흥미진진한 스토리 전개로 자연스럽게 한자를 익히도록 함 (디지털타임스, 2011년 11년 13일자 기사 참조)
  - 어린이들은 물론 성인층에게도 선풍적인 인기를 끌며 새로운 에듀테인먼트형 만화로 자리하면서 교육만화에 대한 인식을 바꾸는데 기여 (독서신문, 2010년 10월 13일자 기사 참조)

□ <꼬마버스 타요>

구 분	내 용	이미지
제 목	꼬마버스 타요	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2010	
제 작 사	(주)아이코닉스엔터테인먼트, EBS, 서울특별시	
제작기법	3D컴퓨터	
유 형	TV용	
장 르	아동, 가족	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 꼬마버스 타요가 서울시티의 버스로 활약하는 이야기를 담은 에듀테인먼트 애니메이션
  - 아이코닉스와 EBS, 서울특별시가 합작하였으며 서울특별시를 배경으로 하고 있어서 아동들에게 친근함을 줌
  - 63빌딩에 '타요 캐릭터존'을 만들고, 휴대폰 앱으로 제작하는 등 다양한 분야에서 활용되고 있는 성공한 애니메이션
  
- 사회적 영향-사회적 효과
  - 서울시 버스 '타요'가 자동차 친구들과 펼치는 유쾌한 이야기를 통해 교통안전은물론 우정과 협동심, 이해와 배려를 자연스럽게 깨우치게 함 (한국경제, 2011년 8월 17일자 기사 참조)

- 서울의 대표적 대중교통(버스, 지하철, 수상택시 등)의 특징을 살려 캐릭터화함으로써 어린이들이 서울의 대중교통에 대한 친밀감을 높일 수 있게 함 (뉴스웨이브, 2011년 2월 24일자 기사 참조)
- 우정과 협동심, 상대에 대한 이해와 배려 등을 자연스럽게 깨우칠 수 있게 함으로써 어린이들의 사회성 발달에 기여 (뉴시스, 2010년 7월 18일자 기사 참조)

□ <우당탕탕 아이쿠>

구 분	내 용	이미지
제 목	우당탕탕 아이쿠	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2010	
제 작 사	(주)마로스튜디오	
제작기법	3D컴퓨터	
유 형	TV용	
장 르	교육	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 동물에 대한 아이들의 호기심을 유발하고 특성을 알아가게끔 하는 교육 애니메이션
  - 광주시가 지난 2008년 CGI 활용 프로젝트 제작지원사업으로 선정해 제작지원한 ‘어린이 생활안전 교육용 3D 애니메이션’
  - 아동심리학 박사인 전문가의 감수를 통해 더욱 더 교육용 애니메이션의 퀄리티를 높임
- 문화/사회적 영향-교육적/사회적 효과
  - 일상 속에서 필요한 생활 습관부터 유괴예방, 교통안전, 생활안전까지 다루어 어린이들에게 쉽고 재미있게 안전 교육을 시킬 수 있음 (한국경제, 2011년 8월 4일자 기사 참조)
  - 아이 혼자 보는 것 보다 부모가 같이 이야기를 하며 보면 더욱 교육적인 효과를 얻을 수 있음 (이비뉴스, 2011년 8월 1일자 기사 참조)
  - 상황에 맞는 안전상식과 대처 요령을 부모와 함께 생각하고, 아이가 스스로 행동할 수 있도록 도와줌 (뉴스웨이브, 2011년 11월 9일자 기사 참조)

□ 〈로보카 폴리〉

구 분	내 용	이미지
제 목	로보카 폴리	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2011	
제 작 사	로이비주얼	
제작기법	3D컴퓨터	
유 형	TV용	
장 르	아동	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- EBS에서 방영되고 있는 미취학 아동 대상의 3D 애니메이션
  - 2010년 글로벌 완구기업과 국내 최초로 창작 애니메이션 캐릭터의 월드와이드 토이 라이선싱 계약을 체결
  - 프랑스 칸느에서 개최된 2010 미주니어(MIP Junior)의 제7회 라이선싱 챌린지에서 1위를 차지하기도 하는 등 작품성을 인정받고 있는 애니메이션
  
- 사회적 영향-사회적 효과
  - 어린이들이 자라면서 기본적으로 배워야할 양보하기, 상대방을 배려하고 이해하기, 질서 지키기 등을 잘 보여줌 (시사IN, 2012년 3월 9일자 기사 참조)
  - 캐릭터들이 각자 다른 역할을 수행하지만 서로 협력해 어려움을 해결해가는 모습을 보여줌으로써 아이들이 협동의 가치를 깨닫게 함
  - 다양성을 인정하고 배려와 존중을 배워나갈 수 있는 스토리 구성을 통해 교훈적 메시지 전달 (한국경제매거진, 2012년 4월 11일자 기사 참조)
  - 유아물에서 벗어날 나이의 남자 아이들이 정서적 완충기를 거치지 않고 너무 빨리 폭력적이거나 자극적인 애니메이션에 흡수되지 않도록 두 시기를 연결해주는 역할을 함 (뉴 데일리, 2011년 7월 12일자 기사 참조)

□ 〈안녕 자두야〉

구 분	내 용	이미지
제 목	안녕 자두야	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2011	
제 작 사	SBS, 투니버스, 아툰즈	
제작기법	2D컴퓨터	
유 형	TV용	
장 르	가족, 코믹, 명랑	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 1998년부터 만화로 연재된 동명의 작품을 애니메이션화하여 인기를 얻음
  - 〈안녕! 자두야〉는 80년대에 소녀기를 보낸, 요즘 10대들의 어머니들의 이야기를 애니메이션으로 만들
  - 온 가족이 함께 볼 수 있는 애니메이션으로 만화책과 애니메이션이 함께 사랑을 받은 한국 애니메이션의 긍정적 사례
  
- 문화적 영향-정서적 효과
  - 어린이층은 물론 부모와 청소년층까지 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 명랑 가족 만화 (부산일보, 2011년 7월 18일자 기사 참조)
  - 봉숭아물들이기, 이 잡기, 쥐잡기 소동, 배변 봉투사건 등 70~80년대를 겪어온 부모 세대들의 이야기를 담아 어른들의 추억과 향수를 불러일으킴 (아시아투데이, 2011년 7월 13일 기사 참조)
  - 어른들에게는 옛 시절의 그리운 추억을, 아이들에게는 웃음 가득한 가족 이야기를 들려 주어 부모세대와 아이들이 함께 소통하며 나눌 수 있는 따뜻하고 건강한 가족 애니메이션의 역할을 함 (한국경제, 2011년 7월 14일자 기사 참조)

□ <마당을 나온 암탉>

구 분	내 용	이미지
제 목	마당을 나온 암탉	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2011	
제 작 사	오돌또기, (주)명필름	
제작기법	3D컴퓨터	
유 형	극장용	
장 르	드라마, 어드벤처, 가족	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 동명의 유명 소설을 애니메이션화한 작품으로 작품성과 흥행을 동시에 달성
  - 전국 200만 관객을 돌파하고 전세계 40여 개국에 판매되며 아시아태평양영화제에서 최우수 애니메이션 작품상을 수상
  - 검증된 원작의 선택, 꼼꼼한 프리프로덕션과 시나리오 구성을 통해 만들어진 영화는 아이는 물론 성인 관객층에게도 호소력을 지닐 수 있음을 보여줌
  
- 문화/사회적 영향-교육적/사회적 효과
  - 다양한 관점에서의 해석이 가능한 은유적이고 상징적인 내용을 전함 (국민일보, 2000년 6월 13일자 기사 참조)
  - 철학적 문제의식과 사회적 리얼리티, 인간과 자연을 아우르는 근원적 사고 유도(세계일보, 2011년 7월 28일자 기사 참조)
  - 암탉과 청둥오리의 인연을 통해 꿈과 희망, 우정 용기, 모성애를 보여줌 (스포츠서울, 2011년 12월 15일자 기사 참조)
  - 양계장을 탈출한 암탉의 모험담을 통해 도전과 사랑, 화해의 메시지를 전함

□ <점박이 : 한반도의 공룡 3D>

구 분	내 용	이미지
제 목	점박이 : 한반도의 공룡	
대상연령	전체	
제작국가	한국	
제작연도	2011	
제 작 사	오돌또기, (주)명필름	
제작기법	3D컴퓨터	
유 형	극장용	
장 르	드라마, 어드벤처, 가족	

- 교육적 효과와 함께 가족애를 보여줌
  - <점박이 : 한반도의 공룡 3D>은 2008년 EBS를 통해 방송된 다큐멘터리 <한반도의 공룡>을 영화적인 구성에 맞춰 3D 리얼 애니메이션으로 제작한 작품
  - 한국 애니메이션 개봉 첫 주 관객 기록을 가진 가지고 있던 <마당을 나온 암탉>을 갱신한 것으로 나타남
  - 공룡과 관련된 도감이나 사전을 보는 듯한 영상으로 자연사 교육 효과를 갖고 있으며 스토리를 통해 가족애를 보여줌
  
- 문화적 영향-교육적/정서적 효과
  - 한반도 내 공룡에 대한 관심을 높임 (스포츠서울, 2012년 2월 9일자 기사 참조)
  - 주인공의 내레이션을 통해 아이들의 시각에 맞춰 공룡 이야기를 쉽게 설명 해줌 (한국경제, 2012년 1월 19일자 기사 참조)
  - 익숙한 지명이 붙은 공룡 등 17종의 공룡들을 골고루 비추는 교육적 효과가 있음 (공감코리아, 2012년 2월 16일자 기사 참조)
  - 주인공이 가족을 지키기 위해 펼치는 모험담을 통하여 아이들이 가족에 대한 사랑을 깨달을 수 있도록 함 (한국경제, 2012년 1월 27일자 기사 참조)

### 3. 해외 애니메이션 효과

#### 1) 일본 애니메이션

##### □ <명탐정 코난>

구 분	내 용	이미지
제 목	명탐정 코난	
대상연령	12세 이상	
제작국가	일본	
제작연도	1996~	
제 작 사	TMS	
제작기법	2D컴퓨터, 셀	
유 형	TV용	
장 르	추리/미스터리	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>), 투니랜드 (<http://www.tooniland.com>), 위키백과

- 1996년부터 원작만화를 애니메이션화하여 지금까지도 꾸준한 사랑을 받고 있음
  - 1994년부터 연재된 원작 만화를 애니메이션화, 명실 공히 일본 국민애니메이션으로 자리 잡았으며 세계 각국으로 수출하여 큰 이익과 명성을 얻음
  - 1997년에 처음으로 제작된 명탐정 코난의 극장판은 2011년까지 총 15편이 제작되었으며, 2012년 4월 14일에는 극장판 16기인 '11번째 스트라이커' 가 나올 예정
- 문화적 영향-교육적/정서적 효과
  - 탐정물은 사건을 해결해 나가는 과정에서 발생하는 스틸과 서스펜스를 통해 시청 자에게 지식과 정보를 재미요소와 함께 전달한다는 특징을 지님
  - 특히 탐정 추리에 과학적 지식과 논리, 다양한 정보를 동원하면 흥분과 긴장이 고조된 정점에 서 즉, 몰입이 가장 고조된 지점에서 지식과 정보를 효과적으로 전달할 수 있음(강현구 2008)
  - 탐정물의 기본은 전문지식과 과학적 분석, 창의력과 상상력에 기반을 둔 문제 해결 과정을 보여주는 것임. 어린이들은 탐정물을 보는 과정에서 논리력과 추리력을 배우게 됨

활용 사례 : 초등학교 교재로 활용(김포일보, 2009. 9. 29)

- 생각하는 힘 키우기로 “우리학교가 달라졌어요”, 대곶초 창의성교육 시범학교 운영보고회 가져
  - 대곶초등학교는 9월 29일 경기도교육청 하열우 장학관, 정보연구원 김청수 교수학습지원부장, 이준영 학무과장 및 김포, 부천, 고양, 광명, 시흥 소재 초등학교 교장, 교감 그리고 교사 등 150여명이 참석한 가운데 ‘『생각하는 힘 키우기』 교육활동을 통한 창의성 신장’이란 주제로 경기도 교육청지정 창의성교육 시범학교 운영보고회를 가짐
- 창의력과 집중력 향상
  - “평소에 한가지 일에 집중하지 못하였는데 명탐정 코난을 통하여 계속 문제를 풀다보니 끝까지 문제를 해결하려는 집중력이 생기고, 생활 속에서도 합리적인 이유를 생각하는 습관이 생겼어요! 생각하는 것이 재미있는 놀이(창의력 키우기 활동)라서 좋아요!” 라며 대곶초 최고의 명탐정 1호 우승범 학생(6학년)이 친구와 함께 생각펼치기 날의 소감을 나타냄.

#### □ <미래소년 코난>, <바람의 나우시카>

구 분	내 용	이미지
제 목	미래소년 코난	
대상연령	전체	
제작국가	일본	
제작연도	1978년	
제 작 사	Nippon Animation Co. Ltd., NHK	
제작기법	2D컴퓨터, 셀, 종이	
유 형	TV용	
장 르	액션, 코메디, 드라마, SF, 어드벤처	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>), 위키백과

구분	내용	이미지
제목	바람계곡의 나우시카	
대상연령	전체	
제작국가	일본	
제작연도	1984년	
제작사	Hakuhodo Incorporated, Studio Ghibli, Tokuma Shoten	
제작기법	셀	
유형	극장용	
장르	드라마, SF, 판타지, 전쟁	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>), 위키백과

- <미래소년 코난>은 세계적 감독 미야자키 하야오의 작품으로, 우리나라에서도 큰 인기를 얻음
  - 알렉산더 케이의 SF소설 <살아남은 사람들 The Incredible Tide>을 원작으로 하는 애니메이션으로, 흥미진진한 이야기 속에 깊은 주제를 담은 것이 특징
  - 하이바바 섬으로 대표되는 농촌 공동체와 인더스트리아로 대표되는 기계 문명 사회의 대립, 과학문명의 오용으로 인한 암울한 미래, 원시 공동체에의 동경등을 그려내 많은 사람들에게 생각할 거리를 던짐
  
- 미야자키 하야오의 작품으로 문명과 자연에 대해 깊이있게 고민하여 극찬을 받음
  - <바람계곡의 나우시카>는 1982년 일본의 월간 만화 잡지 애니메쥬에 연재한 만화 및 이를 원작으로, 1984년 애니메이션으로 제작됨
  - 제39회 마이니치콩쿨 오토상, 제2회 일본애니메이션페스티벌 일본 애니메이션대상 최우수작품상, 제14회 파리국제 SF&판타지 페스티벌 특별심사위원상을 받으며 일본내외로 인정받음
  
- 문화적 영향-교육적 효과
  - <미래소년 코난>, <바람계곡의 나우시카> 공해, 자연 훼손 등 가까운 미래에 직 면할 환경문제를 경고하고 계몽적 시각에서 해법 제시
  - <바람계곡의 나우시카>와 <미래소년 코난>은 미래에 대한 인간과 인간, 인간과자연의 문제에 대한 근본적인 성찰을 시도
  
- 사회적 영향-사회적 효과
  - 지구 파멸의 절망적 상황에서도 생존해야한다, 생존할 수 있다는 희망의 메시지를 전달하며, 이는 인간과 인간, 인간과 자연과의 상호 소통, 상호 이해의 자세를 통해 해소될 수 있음을 보여줌(박기수, 2004)

□ 〈센과 치히로의 행방불명〉

구 분	내 용	이미지
제 목	센과 치히로의 행방불명	
대상연령	전체	
제작국가	일본	
제작연도	2001년	
제 작 사	Dentsu Inc., Mitsubishi Commercial Affairs, NTV, Studio Ghibli, Tokuma Shoten, Touhoku Shinsha, Walt Disney Pictures	
제작기법	2D컴퓨터	
유 형	극장용	
장 르	어드벤처, 가족, 판타지	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 미야자키 하야오가 원작과 감독, 각본을 맡은 스튜디오 지브리의 애니메이션
  - 독특한 스토리와 구성으로 일본은 물론 우리나라에서도 한차례 일명 ‘센과 치히로’ 열풍을 불러일으킨 일본 애니메이션으로 큰 흥행을 함
  - 2002년 베를린 국제 영화제 금곰상 수상, 전미비평가협회상 장편 애니메이션 작품상 수상, 2003년 아카데미상 장편 애니메이션 작품상 수상의 화려한 경력이 돋보임
  
- 사회적 영향-사회적 효과
  - 오만한 인간 문명과 인간의 탐욕을 경고하며 타자에 대한 이해와 배려, 즉 사랑을 통해 이를 극복하는 내용을 전달 (김치완, 2011)

활용 사례 : 자국 문화콘텐츠화 및 세계화

- 〈바람계곡의 나우시카〉는 일본의 전래 설화를 차용, 〈센과 치히로의 행방불명〉은 일본의 전통문화를 배경으로 제작
  - 특히 〈센과 치히로의 행방불명〉은 일본의 생활문화인 온천장 문화와 노동의식, 공동체 의식 등을 소개하고 있으며, 와(和)사상의 우수성을 강조하고 있음
- 〈센과 치히로의 행방불명〉은 한국에서만 237만명 관람하여 한국 애니메이션 역대 흥행순위 7위를 기록하였으며 미국, 유럽 등 전세계 시장에 진출하여 일본 애니메이션 중 가장 성공한 작품으로 평가되고 있음

□ <우주소년 아톰>

구 분	내 용	이미지
제 목	우주소년 아톰	
대상연령	전체	
제작국가	일본	
제작연도	1963년	
제 작 사	후지TV, 무시 프로덕션	
제작기법	셀	
유 형	TV용	
장 르	액션, SF, 가족	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 인간이 되고 싶으나 로봇으로 태어나 인간사회를 동경하고 인간사회의 질서를 파괴하는 악당과 맞서 싸우는 로봇 영웅 아톰은 악당들과 주변 어른들로부터 박해를 받지만 정직하고 상대를 배려하는 캐릭터로 한국을 비롯하여 전세계 어린이들의 마음을 사로잡음
- 사회적 영향-사회적 효과
  - 불의에 맞서며 사회적 가치를 수호해야 한다는 메시지 전달

□ <포켓몬>

구 분	내 용	이미지
제 목	포켓몬스터	
대상연령	전체	
제작국가	일본	
제작연도	1997년	
제 작 사	SoftX, 닌텐도, TV도쿄	
제작기법	2D컴퓨터, 셀	
유 형	TV용	
장 르	드라마 어드벤처 아동	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- <포켓몬> 생명의 감동과 체험으로 어린이들의 친구가 됨
  - <포켓몬>은 미국·유럽·아시아 등 전 세계에서 성공한 애니메이션
  - 주식회사 포켓몬의 이시하라 시네키즈 사장은 포켓몬의 성공요인으로 ‘살아 있는 생물과 관련된 체험을 하고, 살아있는 생명을 접하는 즐거움을 전해 주는 것을 꼽음. “세계 어린

이들이 일상생활에서 즐길 수 있는 여러 체험을 포켓몬 스토리와 구조 안에 녹였기 때문이라는 것입니다. 강에서 물고기를 잡는다든지, 개를 키우면서 논다든지, 키우는 식물의 꽃이 폼다든지... 포켓몬은 이렇게 살아 있는 생물과 관련된 체험을 하고, 살아있는 생명을 접하는 즐거움을 전해 주지요.” (조선 비즈, 2012)

- 1997년 처음 전파를 탄 TV 애니메이션 '포켓몬스터'는 시리즈 4편이 제작돼 77개국에 방영됐고, 1998년 '뮤츠의 역습'을 시작으로 애니메이션 영화도 14편이 세계 영화관에 상영됨

○ 문화적 영향-정서적 영향

- 가상의 캐릭터가 등장하는 스토리 전개를 통해 아이들의 창의력, 상상력을 키워줌

## 2) 미국영국 애니메이션

### □ <도라도라>

구 분	내 용	이미지
제 목	도라도라 영어나라 (도라 탐험대Dora the Explorer)	
대상연령	전체	
제작국가	미국	
제작연도	2000년	
제 작 사	Nickelodeon Studios	
제작기법	2D컴퓨터	
유 형	TV용	
장 르	아동	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

○ 거의 10여 년간 전세계 어린이들의 사랑을 받고 있는 인기 애니메이션

- 텔레비전뿐만 아니라 장난감, 인형, 학용품 등 각종 캐릭터 상품으로 개발됨. 상업적 성공만을 누린 것이 아니라 학부모, 교사에게도 환영받는 콘텐츠로 인정
- 다인종 평등의 가치를 잘 구현한 애니메이션이며 또한, 텔레비전이 수동적 매체라는 기존의 관념을 뒤집고 아이들이 능동적으로 참여하게 하는 새로운 모델을 적용

○ 문화적 영향-교육적 효과

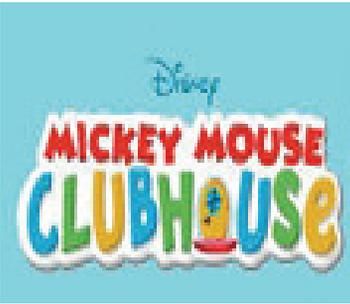
- 영어로 반복되는 단순한 어휘를 시청하는 아동이 직접 참여하며 활용하게 함으로서 정확하고 다양한 외국어 표현 능력과 어휘력의 향상에 기여
- 본 애니메이션은 기존의 어린이들이 집에서 그냥 보기만 하는 프로그램과 달리 끊임없이

참여를 유도. 주인공 캐릭터 ‘도라’가 질문을 던지면 시청하던 아이가 답을 하는데, 예컨대 ‘도라’가 배를 타고가고 있을 때 시청자에게 악어가 없는 물길이 어디인지 물어보면 아이들은 악어가 없는 방향을 큰 소리로 알려주는 방식

○ 사회적 영향-사회적 효과

- 사회적 효과로는 인종 편견이 없는 ‘도라’의 캐릭터가 주변 인물들에게 보여주는 인종차별이 없는 건전한 사회적 친교활동의 모습은 사회성의 형성기에 있는 아동들에게 건전하고 적극적인 사회성 형성에 긍정적인 영향을 나타냄
- 주인공 캐릭터 ‘도라’는 주어진 문제를 잘 해결하며, 인종 편견이 없으며 친절해서 처음 보는 친구와 금방 친해지는 성격을 갖고 있어 학부모들에게 내 아이가 ‘도라’와 같이 된다면 더 바랄 바가 없도록 생각하게 만들고 있음(라틴소녀 도라, 디즈니 애들이랑 달라요 - 오마이뉴스)

□ <미키의 클럽하우스>

구 분	내 용	이미지
제 목	미키의 클럽하우스	
대상연령	전체	
제작국가	미국	
제작연도	2007년	
제 작 사	Disney Channel	
제작기법	2D컴퓨터	
유 형	비디오용	
장 르	가족	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

○ <미키의 클럽하우스>는 2006년 5월부터 “플레이하우스 디즈니 채널”을 통해 한국을 포함해 전 세계에 방송되고 있음

- 디즈니 채널은 학부모와 방송인들로 이루어진 영향력 있는 미국의 PTC (Parents Television Council)에 의해 ‘어린이에게 가장 권장할 만한 채널’로 선정되기도 했으며, 아동 전인교육 프로그램(Whole Child Curriculum)에 입각한 프로그램 편성으로 ‘재미있는 학습’을 지향하는 부모들의 큰 관심을 끌고 있음

○ 문화적 영향-교육적 효과

- 외국어 교육 효과로서 영어로 이해하기 쉬운 언어를 반복적 사용으로 아이들의 외국어

교육에 효과를 나타냄

- 등장하는 캐릭터들이 다양한 도구를 상황에 따라 적절하게 사용해야 하는 문제해결방식의 형태로 아이들에게 자연스럽게 다양한 도구의 용도와 사용방법에 대한 학습효과와 문제를 해결하는 창의력 향상 효과
- <미키의 클럽하우스>에 등장하는 ‘마우스케틀즈’는 미키마우스의 만능 도구로써 아이들에게 상황에 따라 적절한 물건을 사용하는 방법을 아이들에게 알려줌

○ 사회적 영향-사회적 효과

- 다양한 캐릭터들이 문제를 해결해나가는 과정에서 보여주는 협동심은 올바른 사회성을 배양하는데 긍정적인 효과가 있음

□ <똑딱 똑딱 밥 아저씨>

구 분	내 용	이미지
제 목	똑딱마을 통통아저씨 Bob The Builder	
대상연령	전체	
제작국가	미국	
제작연도	1999년	
제 작 사	BBC, HIT ENTERTAINMENT	
제작기법	클레이	
유 형	TV용	
장 르	드라마, 아동, 가족	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

○ 전 세계 140여국에서 사랑받는 인기 클레이 애니메이션

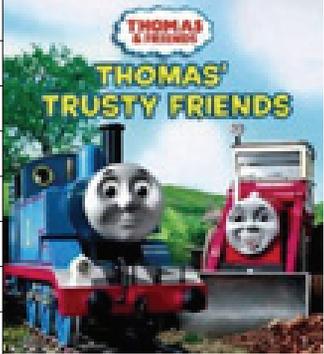
- 늘 ‘할 수 있다’는 긍정적인 생각으로 문제를 해결하는 캐릭터 ‘밥 아저씨’를 통해, 문제에 직면했을 때 긍정적인 자세를 가질 수 있는 자신감을 배양
- 주변에서 볼 수 있는 재활용 재료로 친환경적 마을을 건설하는 과정에서 환경에 대한 올바른 가치관을 학습하도록 유도함

○ 문화적/사회적 영향-교육적/사회적 효과

- 늘 ‘할 수 있다’는 긍정적인 생각으로 문제를 해결하는 캐릭터 ‘밥 아저씨’를 통해, 문제에 직면했을 때 긍정적인 자세를 가질 수 있는 자신감 배양
- 각자의 독특한 능력을 서로 협동하여 문제를 해결하는 모습을 통해 사회적 협동 심 배양

- 주변에서 볼 수 있는 재활용 재료로 친환경적 마을을 건설하는 과정에서 환경에 대한 올바른 가치관 학습

□ <토마스와 친구들>

구 분	내 용	이미지
제 목	토마스와 친구들	
대상연령	전체	
제작국가	영국	
제작연도	1984년	
제 작 사	HIT ENTERTAINMENT	
제작기법	픽셀레이션	
유 형	TV용	
장 르	드라마, 가족, 판타지	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

- 남자 아이들에게 인기 만점인 <토마스와 친구들>은 상상 속 공간인 ‘소도어 섬’에서 살아가는 마음씨 착한 기관차들과 사람들의 소소한 일상을 그린 애니메이션
  - 1984년 처음 방송한 후 지금까지 많은 아이들에게 사랑받는 작품으로, 주변에서 일어나는 일상을 통해 다양한 사람들과 어울려 살아가는 방법, 위기에 처했을 때 대처하는 능력, 자신의 능력을 발휘하는 방법 등을 자연스럽게 알려줄 수 있는 내용으로 구성
- 문화적 영향-교육적 효과
  - 주인공 ‘토마스와 친구들이 위기에 처했을 때, 각자의 능력을 발휘하는 방법 을 통해 문제를 해결해나가는 모습에서 아동 스스로가 자신의 능력을 자연스럽게 발휘할 수 있는 긍정적 문제해결 능력 향상에 영향을 줌
- 사회적 영향-사회적 효과
  - 주인공 혼자가 아닌 다양한 친구와 사람들과 어울려 살아가는 모습을 통해 협동심이 기반이 되는 건전한 사회성 배양에 긍정적 영향을 줌
  - 어린이의 문제해결 능력 향상과 협동심을 바탕으로 하는 올바른 사회성 형성에 영향을 미침

□ 〈텔레토비〉

구 분	내 용	이미지
제 목	텔레토비	
대상연령	전체	
제작국가	영국	
제작연도	1997	
제 작 사	BBC	
제작기법	실사, 2D컴퓨터	
유 형	TV용	
장 르	교육	

※ 출처: 한국영상자료원, 애니메이션 DB, (<http://www.anidb.or.kr>)

○ 세계적인 유아대상 교육 프로그램

- 1997년 4월 영국 BBC에서 방송을 시작하여 1998년 10월 한국의 KBS 2TV에 상영된 유아프로그램으로 KBS 2TV에서 2004년 2월16일 방송을 재계한 〈꼬꼬마 텔레토비〉는 영국 BBC가 유아교육 전문가들과 함께 수년간에 걸친 연구 조사를 거쳐, 듣고 말하는 능력이 완전치 못한 2~5세 유아들의 시각에 맞춰 제작한 세계적인 유아 교육 프로그램
- 키가 제일 큰 보라돌이, 귀염둥이 나나, 언제나 멋진 춤을 추는 뚜비, 스쿠터 타기를 좋아하는 귀여운 꼬마 뽀. 이렇게 뚜렷한 개성을 가진 4캐릭터들은 유아들이 좋아하는 놀이와 그 또래 유아들의 흥미와 재미를 끄는 이야기를 펼치며 언제나 밝은 웃음과 재미를 전달

○ 문화적 영향-교육적 효과

- 조금은 느린 듯, 하지만 쉬운 언어와 반복되는 영상은 유아들의 이해를 돕는데 좋으며, 더불어 확 트인 야외세트와 고운 색감, 신기할 정도로 정교한 컴퓨터 그래픽 효과는 유아들의 시선을 한눈에 사로잡는 데 큰 역할을 해 꼬꼬마 텔레토비의 교육적 효과를 극대화 시킴
- 텔레토비가 어린이들에게 인기를 끄는 것은 철저히 아이들의 눈높이에 맞추어진 유아교육과 언어학의 집결체이기 때문

## 4. 결론 및 시사점

### □ 교육적 효과

- 국내 애니메이션은 2000년대 이후 어린이를 대상으로 하는 교육용 애니메이션이 주를 이루어 왔음
  - 안전교육, 식습관 개선 등 생활습관을 개선하기 위한 애니메이션이나 미술교육, 독서 습관을 기르기 위한 애니메이션 등 교육목적도 세분화됨
- 또한 애니메이션은 재미를 활용하여 어려운 언어를 쉽게 습득할 수 있도록 돕기 때문에 외국어 학습을 위해 활용됨
- 사례 분석을 통하여 교육적 효과를 가진 대표적인 애니메이션을 탐색한 결과, 국내에는 <미술탐험대>, <마법 천자문>, <수학탐험대 우미주미> 등이 있고, 해외에는 <도라도라>, <미키의 클럽하우스> 등이 있음

### □ 정서적 효과

- 정서적 효과는 즐거움을 주고 스트레스를 해소하는 측면에서 가장 큰 효과를 갖고 있는데 특히 어드벤처나 오락, 유머가 있는 장르의 경우 이러한 효과가 높은 것으로 나타남
- 또한 드라마, 가족을 주제로 한 장르의 경우에는 공감을 불러일으키고 정서적 순화의 효과가 높은 것으로 나타남
- 사례 분석을 통하여 정서적 효과를 가진 애니메이션을 탐색한 결과, 국내에는 <아기공룡 둘리>, <뽀롱뽀롱 뽀로로>, <안녕 자두야> 등이 있고, 해외에는 <명탐정 코난>, <포켓몬> 등이 있음
- 또한 <명탐정 코난>은 창의력과 집중력 향상의 교재로 학교에서 활용되기도 함
  - 경기도 소재 대곡초등학교의 우승범 학생은 “평소에 한가지 일에 집중하지 못하였는데 명탐정 코난을 통하여 계속 문제를 풀다보니 끝까지 문제를 해결하려는 집중력이 생기고, 생활 속에서도 합리적인 이유를 생각하는 습관이 생겼다”며 애니메이션의 교육적, 정서적 효과를 설명

## □ 사회적 효과

- 애니메이션은 타자에 대한 이해, 사회적 관계에서 좋은 영향을 주는 것으로 나타나는데 인종차별이나 다름에 대해 이해할 수 있도록 하거나 타인과 협동심을 독려하는 내용을 통해서 사회 속에서 원만하게 살아갈 수 있는 가치관과 태도를 길러주고 있음
- 사례 분석을 통하여 사회적 효과를 가진 대표적인 애니메이션을 탐색한 결과, 국내에는 〈냉장고 나라 코코몽〉, 〈후토스〉, 〈로보카 폴리〉 등이 있고, 해외에는 〈센과 치히로의 행방불명〉, 〈똑딱 똑딱 밥 아저씨〉, 〈토마스과 친구들〉 등이 있음

## 제6장

**애니메이션이 어린이·청소년에게  
미치는 사회·문화적 영향 조사**



## 제6장 애니메이션이 어린이·청소년에게 미치는 사회·문화적 영향 조사

### 1. 조사개요

#### 1) 학부모 조사

##### □ 조사 목적

- 애니메이션이 어린이에게 미치는 영향을 교육, 정서, 사회적 효과 측면에서 살펴봄으로써 애니메이션의 사회·문화적 영향에 대한 학부모의 인식을 살펴보고자 함
- 애니메이션의 사회·문화적 영향에 대한 학부모 인식 분석을 통하여 어린이 대상 애니메이션 정책의 방향을 수립하고 문제점을 개선함

##### □ 조사방법 및 기간

- 웹 설문을 통한 온라인 조사
- 2011. 8월

##### □ 조사대상

- 만 3세 이상 12세 미만 어린이를 자녀로 둔 전국의 학부모 729명  
- 표집오차는 95%신뢰수준에서  $\pm 3.4\%$
- 미취학 아동, 초등학교 저학년, 초등학교 고학년 학부모 등 3부분으로 구분하여 설문. 최종 조사 결과 만 3-6세 자녀 학부모 36.2%, 만 7-9세 자녀 학부모 28.8%, 만 10-12세 자녀 학부모 35.0%로 구성

<표 28> 설문조사 대상

(단위 : %)

구분	응답자수 (명)	비율
□ 전 체 □	729	100.0
자녀연령		
만 3 -6 세	264	36.2
만 7 -9 세	210	28.8
만 10 -12 세	255	35.0
가구소득		
200 만원 이하	49	6.7
201 - 300 만원	138	18.9
301 - 400 만원	204	28.0
401 - 500 만원	172	23.6
501 만 원 이 상	166	22.8
거주지역		
서울	129	17.7
인천/경기	230	31.6
대전/충청	77	10.6
광주/전라	80	11.0
대구/경북	73	10.0
부산/울산/경남	108	14.8
강원/제주	32	4.4

□ 조사내용

- 자녀들의 애니메이션 이용 행태(이용시간, 이용매체, 프로그램 정보취득 통로, 이용방법, 선호프로그램 등)
- 시청 애니메이션 선정 기준
- 국내와 해외 애니메이션에 대한 학부모 평가
- 애니메이션이 자녀들에게 미치는 사회·문화적 영향(교육, 정서, 사회-대인관계 효과)
- 학부모의 애니메이션 선호도 등

## □ 분석틀

- 이 조사에서는 사회·문화적 효과를 학습, 정서, 사회(대인관계) 등 3가지 측면으로 구분하여 살펴봄
- 각각의 영역은 다시 5가지 세부항목으로 구성

영향력(종합)	구분	영역별 영향	세 부 항 목
사회 문화적 영향	문화적 영향	학습 측면	언어능력 논리적 사고능력 창의력* 호기심과 상상력* 음악, 그림 등 예술에 대한 흥미
		정서 측면	스트레스 해소 즐거움 정서적 안정 집중력 자신감
	사회적 영향	대인관계 측면	타인과의 소통 능력 타인에 대한 포용력 사교성 협동심 리더십

\* 문화적 영향의 중 '창의력'과 '호기심과 상상력'은 본 연구의 분석틀 상에서 심리/정서적 효과의 하위 항목으로 분류하였으나 학부모와 어린이를 대상으로 한 설문 구성시 보다 일반적이고 이해하기 쉽도록 학습 측면으로 분류함 (일반적으로 학부모와 어린이들이 학습능력 증진 혹은 학습성과 증진이라고 할 때, 언어능력, 논리력, 창의력, 사고력, 예능역량 등의 향상을 묶어서 얘기하고 있음)

## 2) 어린이 조사

### □ 조사 목적

- 어린이를 직접 조사대상으로 하여 애니메이션이 교육, 정서, 사회적 효과 측면에서 영향이 있는지를 살펴봄으로써 애니메이션의 사회·문화적 영향을 살펴봄
  - 학부모 조사는 부모가 자녀를 관찰하여 응답하는 간접적 방식을 취하기 때문에 학부모가 애니메이션에 대해 갖는 태도가 응답에 영향을 주게 됨
  - 이러한 학부모 조사의 한계를 보완하기 위해 어린이에 대한 직접 조사 실시

□ 조사방법 및 기간

- 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 면접조사
  - 취학전 아동 : 유치원 교사가 설명해 주고 어린이가 손을 들어 답변
  - 초등학생 : 설문지에 본인이 직접 기입
- 조사기간 : 2012. 8월

□ 조사대상

- 서울에 거주하는 만 3세 이상 12세 미만 어린이 266명
  - 서울지역에 소재하는 초등학교 1곳과 유치원 1곳을 선정하여 조사
- 미취학 아동, 초등학교 저학년, 초등학교 고학년 등 3부분으로 구분하여 설문
  - 미취학 아동은 94명, 초등 저학년은 98명, 고학년은 74명으로 총 266명

<표 29> 설문조사 대상

(단위 : %)

구분	응답자수 (명)	비율
■ 전 체 ■	266	100.0
연 령		
만 3 - 6 세	94	35.3
만 7 - 9 세	98	36.8
만 10 - 12 세	74	27.8

□ 조사내용

- 응답자 특성을 고려하여 학부모 설문지 일부를 쉽게 수정하여 16문항 조사
  - 애니메이션 선택기준 2문항
  - 애니메이션의 사회문화적 영향 5문항
  - 애니메이션에 대한 평가 6문항
  - 배경질문 3문항

<표 30> 학부모와 어린이 대상 조사항목 비교

	학부모		어린이	비고	
애니메이션 시청행태	시청빈도				
	전년도 대비 시청량 변화				
	시청시간	1회 평균 시청시간			
		1일 평균 시청시간			
	시청 시간대	주중 시청 시간대			
		주말 시청 시간대			
	관람 동반자				
	가장 선호하는 애니메이션 두 가지				
	애니메이션 정보 취득경로				
	애니메이션 선택 결정권자		○		
	애니메이션 선택 기준		○		
	시청 매체				
12 문항		2문항			
애니메이션의 사회문화적 영향	자녀의 성장, 발달에 영향		○	학습이나 생활에 도움	
	문화적 효과	학습	언어능력	○	
			논리적 사고능력	○	
			창의력		
			호기심과 상상력		
			음악, 그림 등 예술에 대한 흥미	○	
	정서		스트레스 해소		
			즐거움	○	
			정서적 안정		
			집중력		
			자신감		
	사회적 효과	대인 관계	타인과의 소통능력		
			타인에 대한 포용력		
			사교성	○	
			협동심		
			리더십		
	14문항		5문항		
애니메이션에	국내 애니메이션	재미	○		

	학부모		어린이	비고
대한 평가	평가	교육적	○	
		선정적		
		폭력적	○	
		상업적		
	해외 애니메이션 평가	재미	○	
		교육적	○	
		선정적		
		폭력적	○	
		상업적		
	10문항		6문항	
배경 질문	지역			
	성별		○	
	자녀	자녀 유무		
		자녀 수		
		가장 어린 자녀 연령		
	연령		○	
	학력			
	가구소득 수준			
	맞벌이 여부		○	
	애니메이션 선호 여부			
10문항		3문항		

#### □ 조사의 한계

- 학부모 조사에 비해 어린이 조사는 표본을 서울지역의 특정 학교를 선택하여 조사한 것이므로 전국적인 대표성을 갖기 어려움
- 또한 어린이 조사의 특성상 문항에 대한 이해력과 집중시간이 제한되어 학부모보다 단순하고 적은 문항으로 조사하였기 때문에 학부모 조사가 갖는 간접적 응답의 한계를 보완하는 차원에서 해석하는 것이 바람직함

## 2. 어린이·청소년 애니메이션 이용실태

### 1) 자녀들의 애니메이션 시청실태

#### (1) 애니메이션 이용 빈도

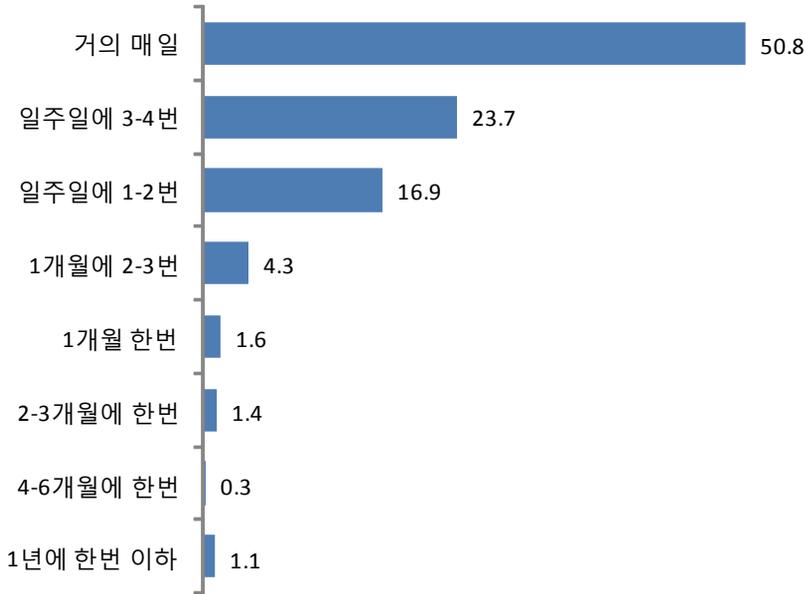
##### □ 거의 매일 애니메이션 시청

- 만3세 이상 12세 이하 어린이들은 거의 매일 애니메이션을 시청(50.8%)하거나 일주일에 3~4번 시청(23.7%)하는 비율이 전체의 75% 정도를 차지하고 있어, 어린이들이 애니메이션을 시청하는 빈도가 매우 높은 것으로 나타남
  - 우리나라 만3세부터 12세까지 아이들 10명 중 5명은 최근 1년간 거의 매일 애니메이션을 시청하는 것으로 나타남
  - 전국에 거주하는 만3세부터 12세 자녀를 둔 학부모를 대상으로 조사한 결과 응답자의 50.8%가 최근 1년 자녀의 애니메이션 시청 빈도를 묻는 질문에 '거의 매일'이라고 답함
  - 23.7%는 '일주일에 3~4번', 16.9%는 '일주일에 1~2번'이라고 답하여, 응답자의 91.4%는 일주일에 한 번 이상 애니메이션을 시청하고 있었음
  
- 자녀가 애니메이션을 거의 매일 본다는 응답은 △자녀의 연령이 어릴수록 △자녀수가 3명 이상인 가정 △부모 학력이 낮은 가정 △저소득층 △맞벌이 가정 △수도권보다는 지방 △부모가 애니메이션을 평소 즐겨보는 가정에서 상대적으로 높음
  
- 이것은 학교 수업이나 방과후 학원활동 등으로 바쁘기 때문에 애니메이션을 시청하는 경우가 적을 것이라는 당초 예상과 다른 것임

구분	거의매일	일주일 3~4회	일주일 1~2회	1개월에 2~3번 이하
비율	50.8%	23.7%	16.9%	8.6%

문) 최근 1년 기준으로 귀 닥 자녀의 애니메이션 시청 빈도는 어느 정도 되시나요?

(단위: %)

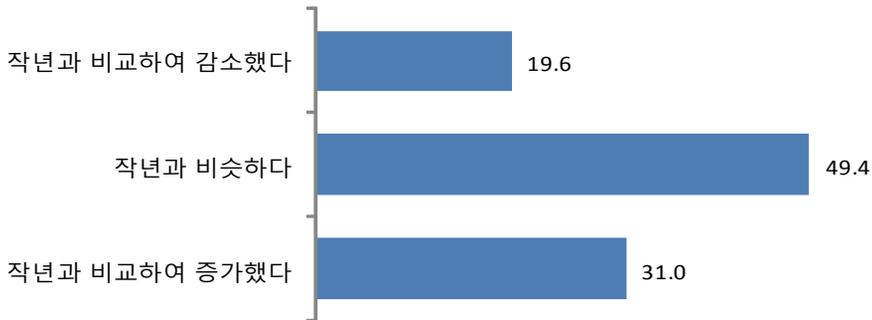


□ 전년 대비 자녀의 애니메이션 시청 빈도 변화정도

- 어린이들의 애니메이션 시청빈도는 전년도와 비교해서 비슷한 것으로 나타남
  - 만3세부터 12세까지 아이들 10명 중 5명은 전년도와 애니메이션 시청 빈도가 비슷한 으  
로 나타남
  - 학부모의 49.4%가 '자녀가 최근 애니메이션을 시청하는 정도가 작년과 비교하여 어떻 변  
화했는지' 묻는 질문에 '작년과 비슷하다'고 답함
  - 31.0%는 '작년과 비교하여 증가했다'고 한 반면, 19.6%만이 '작년과 비교하여 감소했다'  
고 답함

문) 귀 댁 자녀가 최근 애니메이션을 시청하는 정도는 작년과 비교하여 어떻게 변화한 것 같으신가요?

(단위: %)



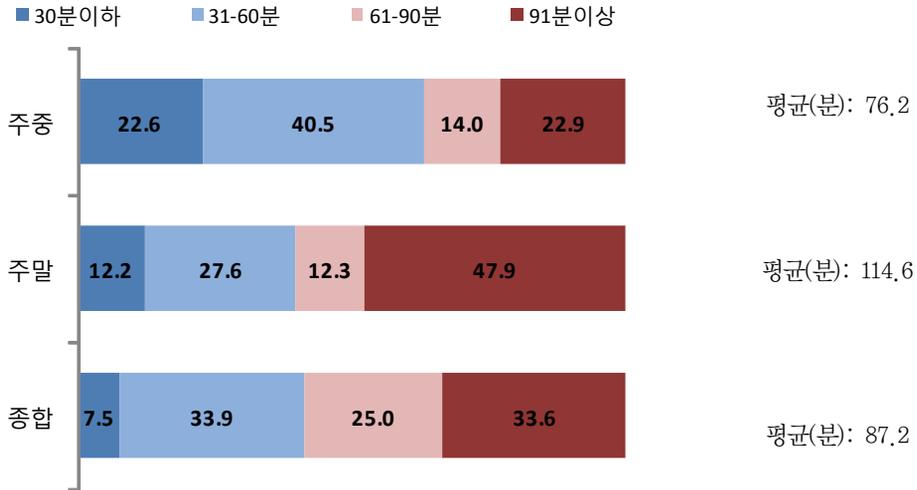
## (2) 애니메이션 이용 시간

### □ 1회 시청시간

- 어린이들의 주중 1회 평균 애니메이션 시청 시간은 31-60분이 40.5%로 가장 많았으며, 91분 이상도 22.9%로 나타남
  - 구체적으로는 1회 평균 시청시간이 주중에는 76.2분, 주말에는 114.6분 정도임
- 어린이들의 애니메이션 시청 시간은 부모의 맞벌이 여부와는 큰 관계가 없는 것으로 나타났으며, 취학 전 어린이가 초등학교 고학년 어린이보다 1회 시청시간이 긴 것으로 조사됨. 이러한 결과는 주중/주말을 종합해도 유사하게 나타남

문) 귀 닥 자녀의 애니메이션 1회 평균 시청 시간을 적어주세요. 1회 시청 시간이란 자녀가 애니메이션 보기 시작한 후 본인의 의사로 보지 않을 때까지의 시간을 의미합니다.

(단위: %)

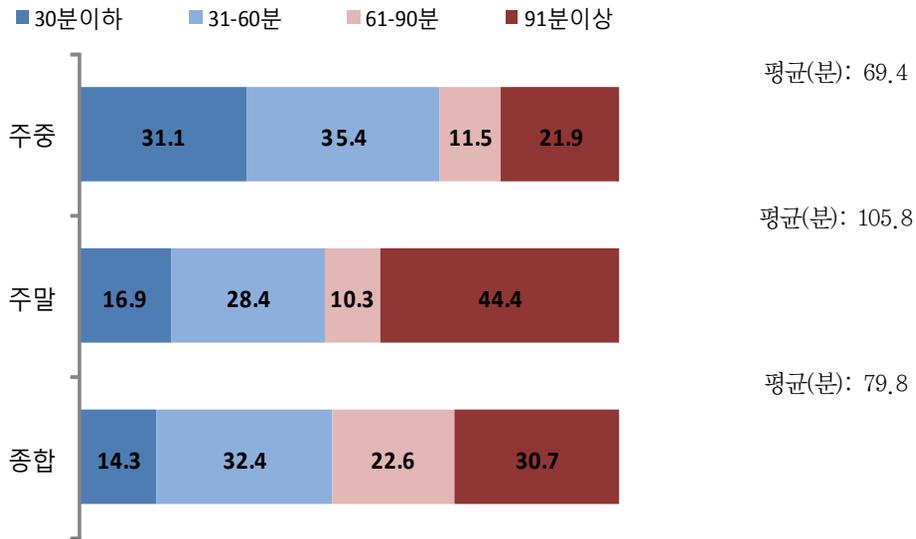


#### □ 1일 시청시간

- 어린이들의 1일 평균 애니메이션 시청 시간은 주중에는 31-60분이 35.4%로 가장 많았으며, 그 다음 30분 이하가 31.1%로 많은 것으로 나타남. 그러나 주말에는 91분 이상 시청이 전체의 44.4%로 가장 많았으며, 그 다음으로 31-60분이 28.4%로 많았음
  - 구체적으로는 1일 평균 시청시간이 주중에는 69.4분, 주말에는 105.8분 정도로 나타남
- 1일 평균 시청시간은 자녀의 연령이 어릴수록, 가구소득이 낮은 가정일수록, 수도권보다는 지방, 애니메이션을 주로 자녀 혼자 보는 경우일수록 상대적으로 높은 것으로 나타남
- 1일 시청시간과 1회 시청시간이 비슷한 것으로 나타나 1일 1회 시간을 정해서 보는 것으로 추정됨

문) 귀 댁 자녀는 하루 평균 몇 시간 정도 애니메이션을 보시나요?

(단위: %)

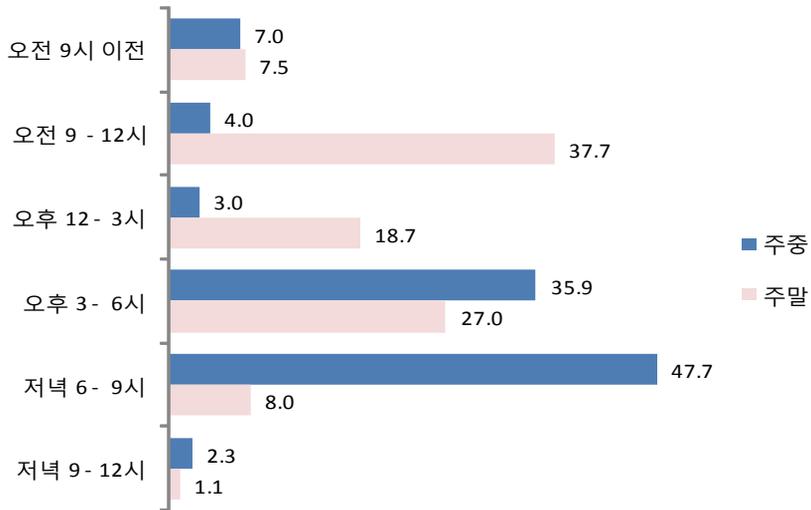


□ 주 시청 시간대

- 주로 시청하는 시간대는 저녁 6-9시가 47.7%로 가장 많았으며, 오후 3-6시가 35.9%로 그 다음을 차지하였음
- 주말에는 오전 9-12시가 37.7%로 가장 많이 차지하고, 저녁 6-9시는 매우 낮음
- 저녁에 많이 보는 비중은 초등학교 고학년일수록 높은 것으로 나타남

문) 귀 닥 자녀는 주중(월,화,수,목,금)에 주로 언제 애니메이션을 보는지요? &  
문) 귀 닥 자녀는 주말(토,일)에 주로 언제 애니메이션을 보는지요?

(단위: %)



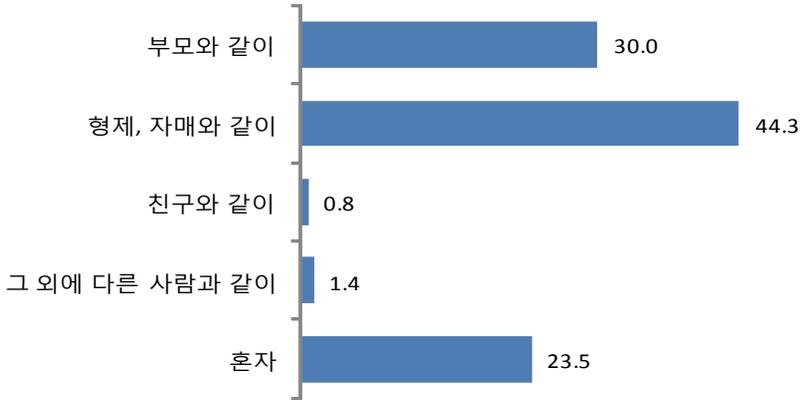
### (3) 애니메이션 시청 동반자

- 애니메이션은 주로 형제, 자매와 같이 보는 비율이 가장 높았으며(44.3%), 부모와 같이 보는 경우 30.0%, 혼자 보는 경우 23.5% 등의 순으로 나타남
- 초등학교 저학년까지는 부모 등 다른 사람과 같이 보는 비율이 매우 높고 초등학교 고학년은 혼자 보는 비중이 다른 경우에 비해 높게 나타남
- 미취학아동의 경우 부모와 같이 시청하고, 초등학교 저학년은 형제, 자매와 함께 시청하는 비중이 높음
- 맞벌이인 경우는 부모와 같이 보는 경우보다 혼자 보는 비율이 높게 나타남

구분	부모와 같이	형제/자매와 같이	친구등과 같이	혼자
비율	30.0%	44.3%	2.2%	23.5%

문) 귀 댁 자녀가 애니메이션을 볼 때 주로 같이 보는 사람은 누구인가요?

(단위: %)



- 연령 뿐만 아니라 부모의 애니메이션 관심도도 시청행태에 영향을 미치는 것으로 나타남. 곧, 부모가 애니메이션을 즐기는 경우, 어린이가 부모와 같이 시청하는 경우가 더 높게 나타났다으며, 그렇지 않은 경우 혼자 보는 비율이 높게 나타남. 부모의 애니메이션에 대한 선호도는 맞벌이 여부보다 더 큰 영향을 미치는 것으로 파악됨

#### (4) 선호하는 애니메이션

##### □ 선호하는 애니메이션

- 만3세부터 12세까지 아이들이 최근에 가장 선호하는 작품은〈짱구는 못말려〉로 나타남
  - 〈도라에몽〉(20.9%), 〈뽀롱뽀롱 뽀로로〉(19.5%), 〈명탐정코난〉(18.2%), 〈포켓몬스터〉(13.6%)가 그 뒤를 이음. 5위 안 작품 중 〈뽀롱뽀롱 뽀로로〉를 제외한 네 작품이 모두 일본에서 제작한 것임
  - 연령대별로 선호하는 애니메이션 작품을 보면, 만3세부터 6세까지 아이들은 〈뽀롱뽀롱 뽀로로〉를, 만7세부터 9세까지 아이들과 만10세부터 12세까지 아이들은 〈짱구는 못말려〉를 가장 선호함

문) 귀 닥의 자녀가 최근에 가장 선호하는 애니메이션 작품을 두 가지만 적어주세요.

순위	작품명	%(1+2순위 합산)
1	짱구는 못말려	44.0
2	도라에몽	20.9
3	뽀롱뽀롱 뽀로로	19.5
4	명탐정 코난	18.2
5	포켓몬스터	13.6
6	로보카폴리	7.8
7	꼬마버스 타요	5.8
8	코코몽	4.4
9	원피스	3.6
10	검정고무신	3.2
11	아기공룡 둘리	3.2
12	나루토	3.0
13	캐로로중사	2.9
14	아따맘마	2.6
15	스핀지밥 네모바지	2.6
16	파워레인저	2.3
17	꿈빛파티시엘	2.1
18	메탈베이블레이드	1.6
19	부릉 부릉 브루미즈	1.4
20	툼과 제리	1.4
21	키테레즈 대백과	1.4
22	썬더일레븐	1.2
23	깨미	1.1
24	토마스왕친구들	1.0
25	오스카의 오아시스	1.0
26	안녕 자두야	1.0

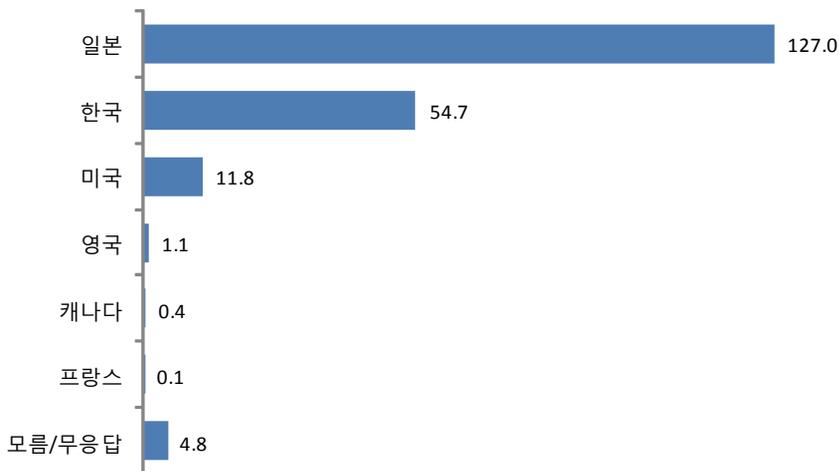
문) 귀 닥의 자녀가 최근에 가장 선호하는 애니메이션 작품을 두 가지만 적어주세요.

순위	작품명	전체	만3-6세	만7-9세	만10-12세
1	짱구는 못말려	44.0	27.3	49.0	57.3
2	도라에몽	20.9	13.3	28.6	22.4
3	뽀롱뽀롱 뽀로로	19.5	37.5	12.4	6.7
4	명탐정 코난	18.2	5.7	15.7	33.3
5	포켓몬스터	13.6	9.5	18.6	13.7
6	로보카폴리	7.8	19.3	1.4	1.2
7	꼬마버스 타요	5.8	12.1	4.3	0.4
8	코코몽	4.4	9.1	1.9	1.6
9	원피스	3.6	0.4	5.2	5.5
10	검정고무신	3.2	0.4	2.4	6.7
11	아기공룡 둘리	3.2	3.0	2.9	3.5
12	나루토	3.0	1.1	1.0	6.7

□ 선호하는 애니메이션 제작국가

- 선호하는 애니메이션과 관련하여 5순위 이내(1순위와 1,2순위 종합한 경우 모두)에는 국내 애니메이션이 1개만 포함
- 어린이들이 선호하는 애니메이션의 제작국가는 '일본'이 127.0%로 압도적으로 높았으며, 다음으로 '한국'(54.7%), '미국'(11.8%), '영국'(1.1%) 등의 순으로 나타남(중복응답)

(단위: %, 1+2순위 합산)



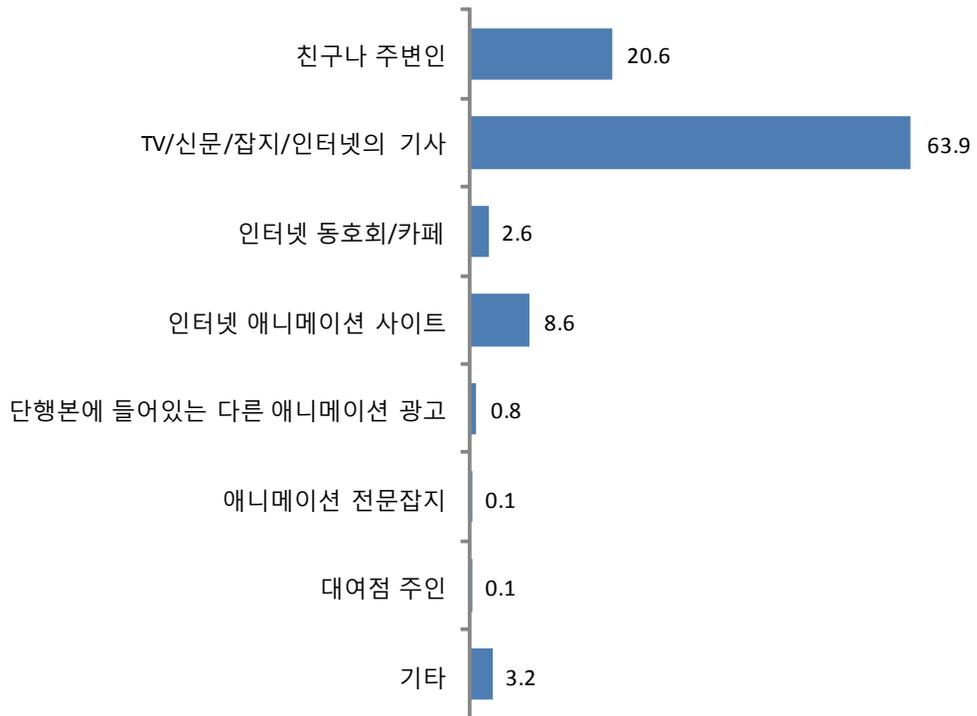
### (5) 애니메이션 정보 출처

- 애니메이션에 대한 정보는 주로 일반적인 대중 매체나 방송/언론 등을 통해 취득하고 있으며, 그 다음으로 사람을 통해 정보를 획득하는 것으로 나타남
- 이에 비해 애니메이션 전문 잡지나 전문 사이트 등 애니메이션과 관련된 전문매체를 통해 정보를 얻는 경우는 매우 낮음

구분	TV/신문/잡지/인터넷 등	친구/주변인	인터넷 애니메이션 사이트	인터넷동호회/카페	애니메이션 전문잡지	기타
비율	63.9%	20.6%	8.6%	2.6%	0.1%	4.2%

문) 귀하께서는 애니메이션 작품에 대한 정보는 주로 무엇을 통해 얻으시나요? 아래 보기 중에 한 가지만 선택해 주세요.

(단위: %, 1+2순위 합산)

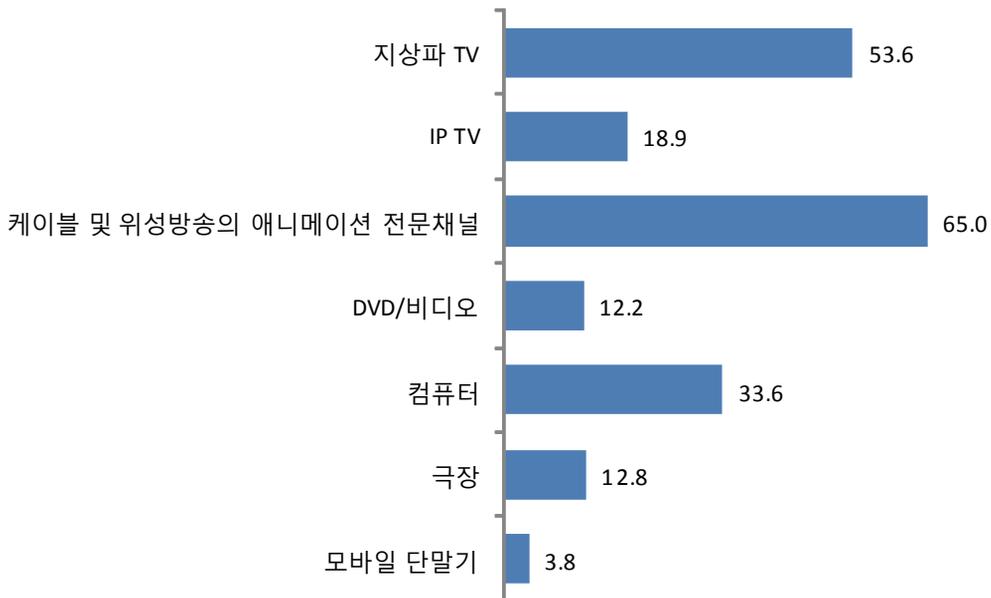


## (6) 애니메이션 시청 매체

- 가장 많이 활용하는 매체는 케이블 및 위성방송의 애니메이션 전문채널이었으며, 그 다음으로 지상파 TV를 통해서 보는 경우가 많았음
- 이에 비해 극장이나 DVD 등은 매우 낮게 나타남
- 1,2순위를 종합할 경우에도 케이블 및 위성방송의 애니메이션 전문채널이 가장 많고 그 다음으로 지상파 TV가 많은 것으로 조사됨
- 컴퓨터를 통해서 시청하는 경우는 1순위에서는 5.3%로 매우 낮았으나, 1, 2순위를 종합할 경우 33.6%로 적지 않은 비중을 차지하였음

문) 귀댁의 자녀가 애니메이션을 시청할 때 주로 이용하는 매체는 무엇인가요? 주로 이용하는 순서대로 2가지만 말씀해 주세요.

(단위: %, 1+2순위 합산)



## 2) 애니메이션 선정 기준 등

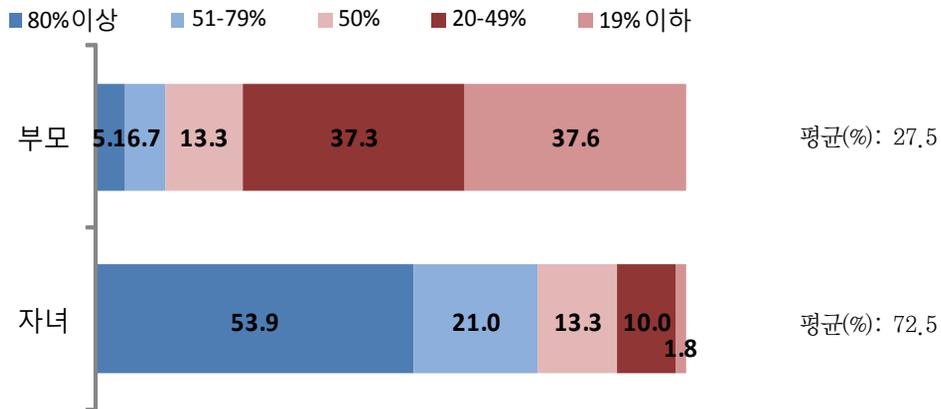
### (1) 애니메이션 선택시 부모와 자녀의 영향력 정도

#### □ 학부모 조사

- 자녀가 볼 애니메이션은 주로 누가 선택하는 편인지를 살펴본 결과, 학부모의 평균값은 27.5%에 그친 반면, 자녀의 평균값은 72.5%로 나타나 애니메이션 프로그램은 주 시청자인 어린이들에 의해 선택되고 있는 것으로 파악됨
- 이러한 결과는 자녀 연령별로 차이를 보이는데, 초등학교 고학년의 경우 주로 자녀의 의견이 반영되는 비중이 높는데 비해 미취학아동은 상대적으로 부모의 영향력이 큰 것으로 나타남
- 그러나 이 경우라고 할지라도 50%이상 자녀가 결정하는 경우가 79.6%에 달해 애니메이션 프로그램은 주로 자녀들에 의해 결정되는 것으로 나타남
- 부모의 학력이 미치는 영향은 미미함

문) 귀댁의 자녀가 볼 애니메이션은 주로 누가 선택하는 편인가요? 부모와 자녀의 영향력을 각각 쓰시되 합이 100%가 되게 작성해주세요.

(단위: %)



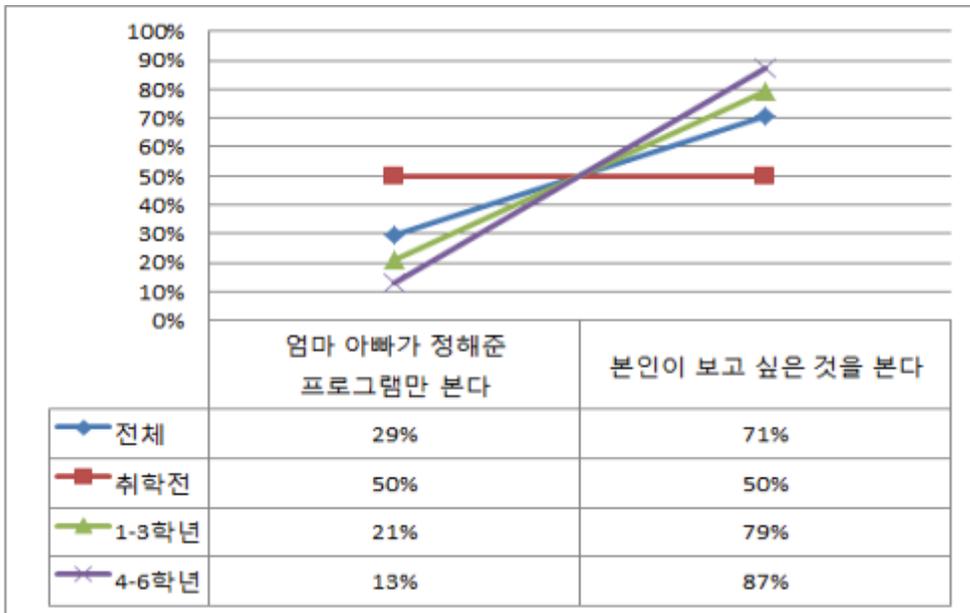
#### □ 어린이 조사

- 애니메이션 선택 결정권자는 전체적으로 본인이 결정하는 비율이 부모가 결정하는 경우보다 훨씬 높게 나타남
  - 본인이 보고 싶은 것을 본다 71%, 부모가 정해 준 프로그램만 본다 29%
- 취학전에는 부모와 본인의 비중이 비슷하나 고학년으로 올라갈수록 본인 결정 비율이 높아

지는 것으로 나타남

- 취학전 애니메이션 선택 결정권자는 본인 50%, 부모 50%
  - 초등학생은 본인 결정 비율이 저학년 79%, 고학년 87%
- 애니메이션 동반 시청자를 조사했을 때 혼자 보는 비율이 높아지는 것과 비례해서 선택 결정권자에서도 본인 결정이 늘어나는 것으로 나타남
- 본인 결정 비율은 취학전 50%, 저학년 79%, 고학년 87%
  - 혼자 시청 비율은 취학전 28%, 저학년 44%, 고학년 47%

애니메이션 선택 결정권자



□ 종합

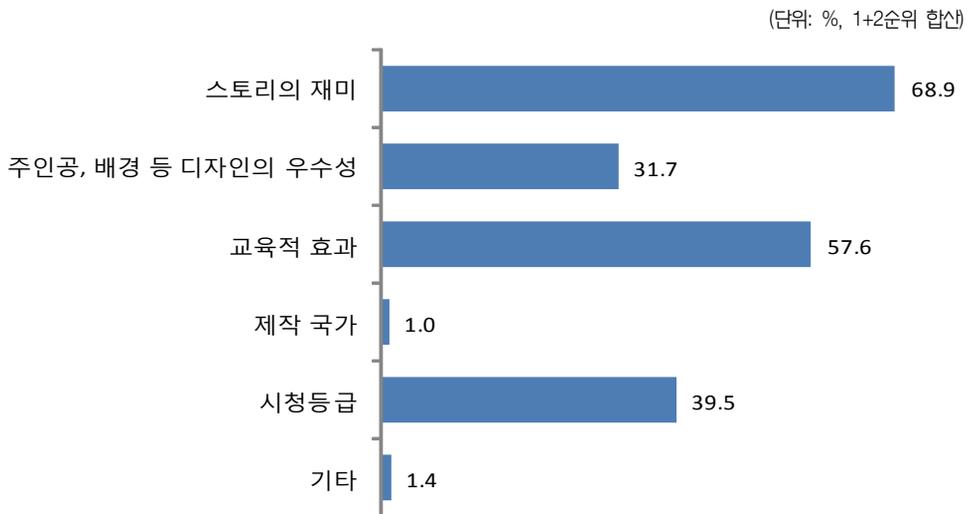
- 애니메이션 프로그램 선택과 관련하여서는, 부모의 영향력이 80% 이상되는 경우가 5.1%에 불과한 반면, 자녀의 선택권이 80% 이상되는 경우가 53.9%로 애니메이션 프로그램은 주로 어린이들에 의해 선택되고 있는 것으로 나타남. 또한 고학년으로 올라갈수록 어린이의 결정 비중이 높아지는 것으로 보임

## (2) 애니메이션 선정 기준

### □ 학부모 조사

- 애니메이션 선정 기준(1순위)은 ‘교육적 효과’(38.5%)와 ‘스토리의 재미’(35.7%)가 비슷한 비중을 보이는 가운데 ‘교육적 효과’가 약간 높게 나타남
- 그러나 1, 2순위를 종합한 경우 ‘스토리의 재미’(68.9%)가 ‘교육적 효과’(57.6%)를 상당 부분 앞서는 것으로 나타남. 특히 ‘시청등급’(39.5%)도 매우 중요한 선정기준이 되는 것으로 나타남
- 이에 비해 ‘제작 국가’(1.0%)는 중요한 선정 기준으로 거의 고려되고 있지 않음

문) 귀하께서 자녀에게 보여줄 애니메이션을 선택하실 때 기준은 무엇인가요? 중요한 순서대로 2가지만 말씀해주세요.



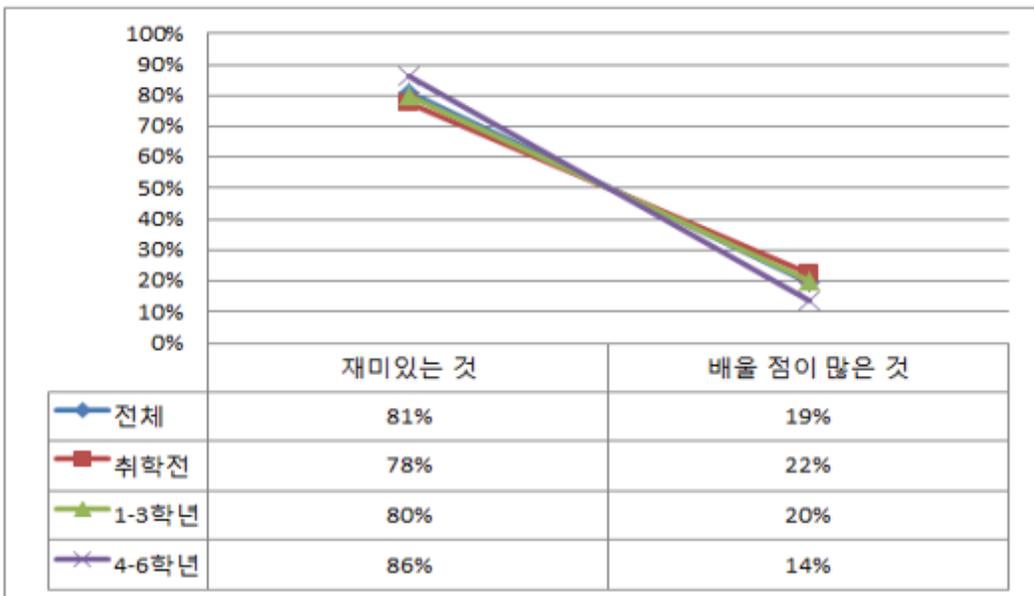
- 전반적으로 애니메이션 선택 시 가장 고려하는 것으로 ‘스토리의 재미’라는 응답이 높은 가운데, ‘교육적 효과’를 더 고려한다는 응답은 자녀의 연령이 낮을수록, 저소득층, 애니메이션을 주로 부모와 같이 보는 가정, 애니메이션 선택시 부모의 결정력이 상대적으로 큰 가정에서 상대적으로 높음

### □ 어린이 조사

- 애니메이션 선택기준은 재미있는 것과 배울 점이 많은 것 중에서 전체적으로 재미있는 것이 높게 나타남

- 연령대별로 큰 차이는 없으나 연령이 높아질수록 재미있는 것을 선택기준으로 삼는 비율이 더 높게 나타남
- 이러한 경향은 혼자 보면서 본인이 보고 싶은 것을 보는 비율이 늘어나는 것과 관련이 있다고 할 수 있음
  - 재미 선택 비율은 취학전 78%, 저학년 80%, 고학년 86%
  - 혼자 시청 비율은 취학전 28%, 저학년 44%, 고학년 47%
  - 본인 결정 비율은 취학전 50%, 저학년 79%, 고학년 87%

애니메이션 선택기준



□ 종합

- 학부모의 경우, 스토리의 재미, 교육적 효과, 시청등급이 애니메이션 선정시 중요한 기준으로 작용함. 어린이는 연령이 높아질수록 재미있는 것을 선택 기준으로 삼는 비율이 늘어나는 경향을 보임

### 3) 애니메이션에 대한 평가

#### (1) 국내 애니메이션에 대한 평가

##### □ 학부모 조사

- 부모들은 해외 애니메이션보다 우리나라 애니메이션을 여러 측면에서 매우 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 나타남
- 우리나라 애니메이션에 대해서는 재미있다(56.9%), 교육적이다(54.2%)는 측면을 크게 긍정적으로 평가하고 있는데 비해, 선정적이다(5.3%), 폭력적이다(8.8%), 상업적이다(21.5%)는 평가에 대해서는 동의하지 않음

문) 귀하께서는 '우리나라 애니메이션'하면 어떤 느낌이 드세요?

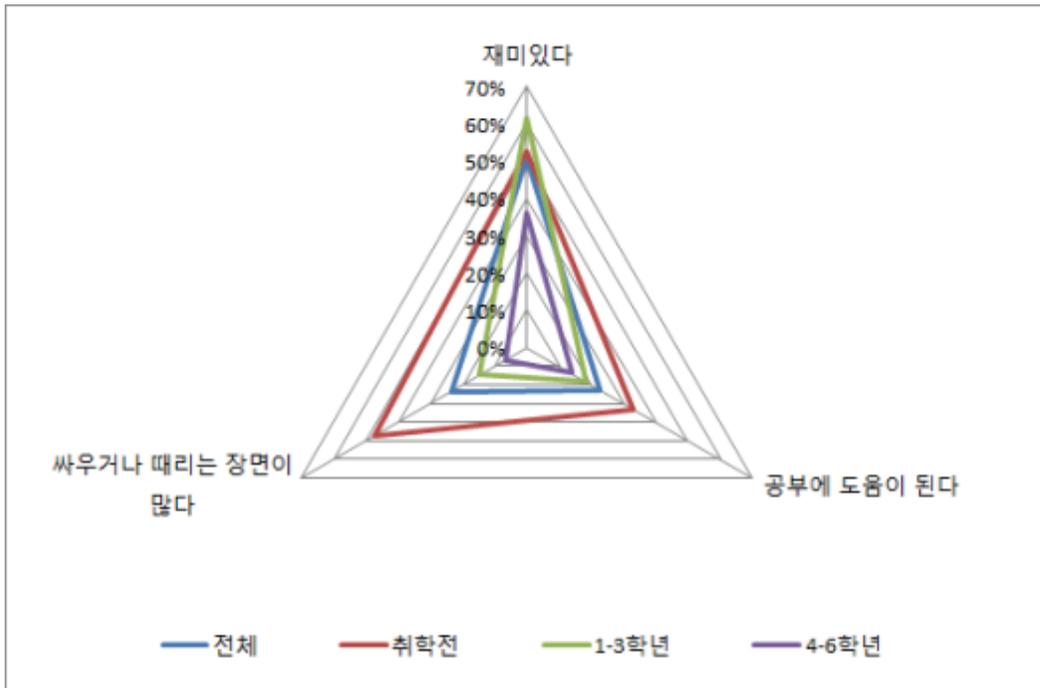
(단위 : %)

	① 전혀 그렇지 않다	② 별로 그렇지 않다	그렇지 않다 (①+②)	③ 반반 이다	④ 대체로 그렇다	⑤ 매우 그렇다	그렇다 (③+④)
재미있다	0.1	6.3	6.4	36.6	52.7	4.3	56.9
교육적이다	0.1	3.7	3.8	42.0	48.0	6.2	54.2
선정적이다	8.5	57.6	66.1	28.5	5.3	0.0	5.3
폭력적이다	5.1	51.9	56.9	34.3	8.5	0.3	8.8
상업적이다	1.8	24.3	26.1	52.4	19.2	2.3	21.5

##### □ 어린이 조사

- 국산 애니메이션에 대한 평가는 재미있지만 공부에 별로 도움이 된다고 생각하지는 않는 것으로 나타남
- 국산 애니메이션을 재미있게 생각하는 연령대는 취학전과 저학년으로, 국산 애니메이션 주력해온 아동용 애니메이션에서 어느 정도 성과를 거두고 있음을 보여줌

### 국내 애니메이션에 대한 평가



### 국내 애니메이션에 대한 평가

평가기준	전체	취학전	1-3학년	4-6학년
재미있다	51%	52%	61%	36%
공부에 도움이 된다	22%	33%	18%	14%
싸우거나 때리는 장면이 많다	24%	48%	15%	7%

#### □ 종합

- 학부모들은 국산 애니메이션에 대해 재미와 교육적인 면에서 크게 긍정적인 평가를 내림.  
어린이 역시 재미있다는 평가가 가장 많음

## (2) 해외 애니메이션에 대한 평가

### □ 학부모 조사

- 반면, 해외 애니메이션에 대해서는 재미있다(65.9%)는 응답이 우리나라보다 높았을 뿐, 교육적이다(12.8%)는 평가는 매우 낮았고, 선정적이다(54.0%), 폭력적이다(63.9%), 상업적이다(65.3%)는 평가는 매우 높아서 대체적으로 우리나라 애니메이션에 대한 평가가 호의적임을 알 수 있음

문) 귀하께서는 '해외 애니메이션'하면 어떤 느낌이 드세요?

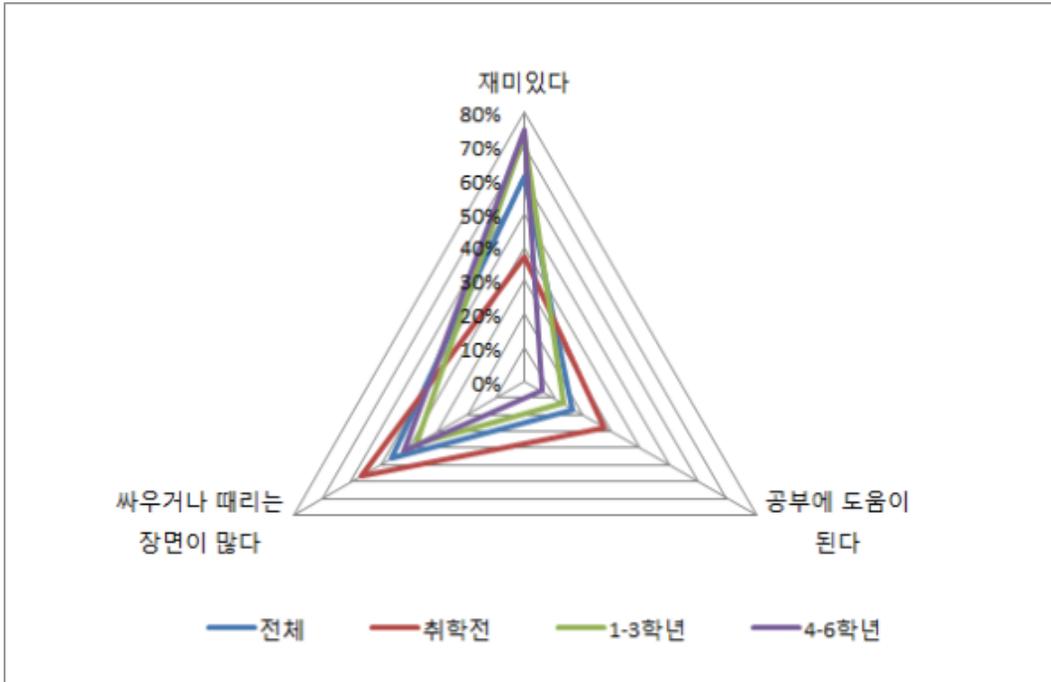
(단위 : %)

	① 전혀 그렇지 않다	② 별로 그렇지 않다	그렇지 않다 (①+②)	③ 반반 이다	④ 대체로 그렇다	⑤ 매우 그렇다	그렇다 (③+④)
재미있다	0.0	2.6	2.6	31.4	59.9	6.0	66.0
교육적이다	3.4	30.6	34.0	53.2	12.2	0.5	12.8
선정적이다	1.1	9.6	10.7	35.3	47.5	6.6	54.0
폭력적이다	0.8	6.7	7.5	28.5	52.9	11.0	63.9
상업적이다	0.5	5.1	5.6	28.9	50.5	15.0	65.4

### □ 어린이 조사

- 해외 애니메이션에 대한 평가는 재미있지만 싸우거나 때리는 장면이 많으며 공부에는 도움이 되지 않는다고 봄
  - 재미있다 61%, 폭력적 46%, 공부에 도움이 된다 17% 순으로 나타남
- 해외 애니메이션이 재미있다고 응답한 연령대는 주로 초등학교 고학년과 저학년인 것으로 나타남
  - 고학년 75%, 저학년 75%, 취학전 37%

## 해외 애니메이션 평가



## 해외 애니메이션 평가

	전체	취학전	1-3학년	4-6학년
재미있다	61%	37%	73%	75%
공부에 도움이 된다	17%	28%	13%	6%
싸우거나 때리는 장면이 많다	46%	56%	38%	42%

### □ 종합

- 해외 애니메이션에 평가 항목에서, **학부모 응답자들의 경우 재미는 있으나 선정성, 폭력성이 강하고 교육적이지 않다**는 평가를 내림. 어린이들 역시 재미적인 부분에서는 높은 평가를 하지만, 폭력적이라는 의견도 많음

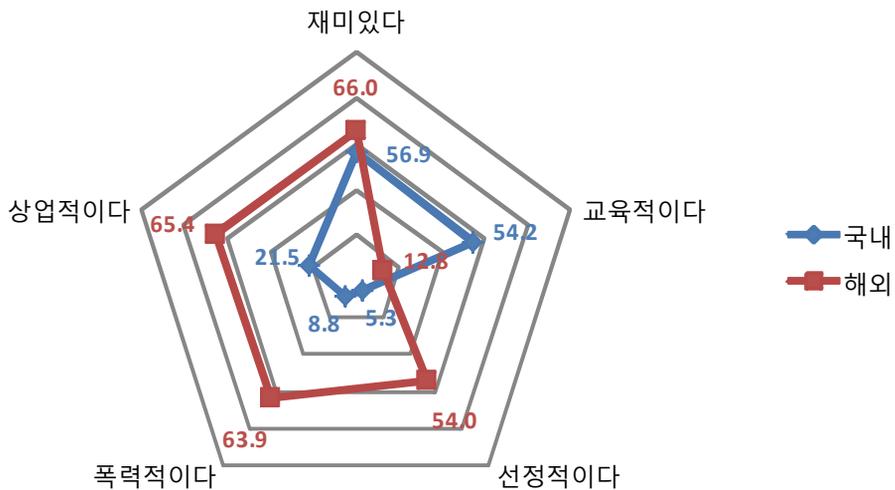
### (3) 국·내외 애니메이션에 대한 평가 비교

#### □ 학부모 조사

- 교육적인 측면에서는 국내 애니메이션에 대한 평가가 훨씬 더 긍정적인 반면, 흥미 측면에서는 국내 애니메이션이 해외 애니메이션보다 평가에서 조금 뒤처짐. 그러나 상업성, 폭력성, 선정성 등 유해한 부문과 관련해서는 국내 애니메이션이 해외 애니메이션에 비해 훨씬 더 긍정적인 평가를 받고 있음

문) 귀하께서는 '우리나라 애니메이션'하면 어떤 느낌이 드세요? &  
문) 귀하께서는 '해외 애니메이션'하면 어떤 느낌이 드세요?

(단위: 그렇다, %)

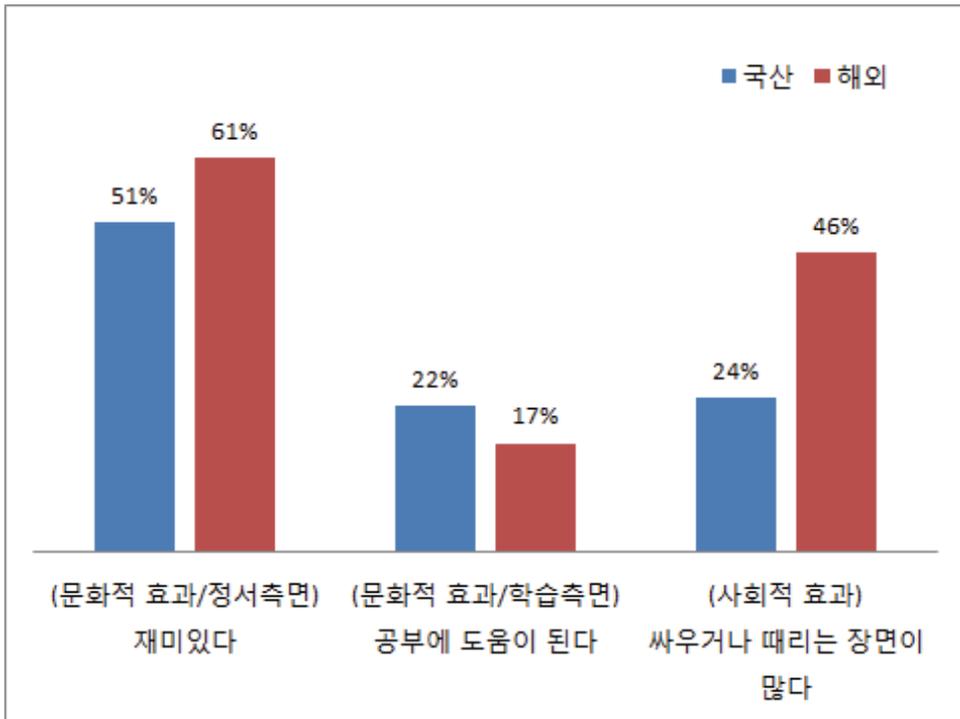


- 주목할 것은 학부모의 우리나라 애니메이션에 대한 평가가 높기는 하지만, 실제 애니메이션 프로그램의 선정은 자녀들에게 맡겨져 있으며, 시청하고 있는 프로그램 대부분도 주로 해외 애니메이션이라는 점임

□ 어린이 조사

- 국산 애니메이션은 해외 애니메이션보다 재미(문화적 효과/정서)는 약간 적으나 폭력적이지 않아 부정적인 사회적 효과가 적으며 공부(문화적 효과/학습)에 약간 더 도움이 되는 것으로 나타남

국산과 해외 애니메이션 평가 비교



- 취학전 어린이는 전체 평균과 달리 국산 애니메이션이 더 재미있다고 생각하며 해외 애니메이션보다 덜하지만 싸우거나 때리는 장면도 많다고 응답함
  - 이러한 결과는 취학전 어린이에게서 선호하는 애니메이션이 1순위와 2순위 모두 국산 애니메이션이 선택된 것과 맥락을 같이 하고 있음
- 초등학교 저학년부터 국산 애니메이션을 재미있다고 여기는 응답이 낮아지며 고학년이 되면 격차가 더 크게 벌어지는 것으로 나타남
  - 고학년이 될수록 애니메이션 선택 결정에서 본인이 결정하는 비중이 높아지고, 재미를 선정의 최우선 기준으로 함에 따라 일본 애니메이션 선호가 늘어남

- 이와 함께 애니메이션이 공부에 도움이 된다는 의견이 급격하게 줄어들게 되는데 이는 초등학교 취학 전과 후에 공부의 성격 자체가 달라지는 데에도 원인이 있음

□ 종합

- 학부모들은 ‘재미’항목에 대해서는 해외 애니메이션에 더 좋은 점수를 주었지만, 나머지 교육성, 선정성, 폭력성, 상업성 항목에서는 국내 애니메이션을 더 긍정적으로 평가함. 이러한 경향은 어린이 조사 결과에서도 비슷하게 나타남

### 3. 애니메이션이 어린이·청소년에 미치는 사회문화적 영향

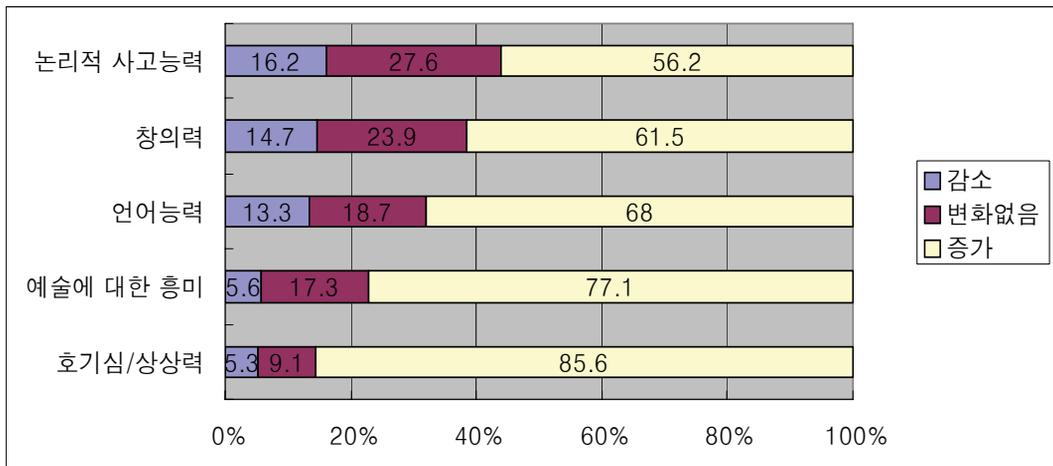
- 각 문항별 만족도에서 3개의 영역별 영향력 점수를 산출하고, 다시 3개의 영역별 영향력 점수에서 종합 영향력 점수를 산출함
  - 각 문항별로 11점 척도를 11점으로 환산함

세 부 항 목	영역별 영향력	영향력 (종합)
언어능력 논리적 사고능력 창의력 호기심과 상상력 음악, 그림 등 예술에 대한 흥미	학습 측면 영향력	종합 영향력
스트레스 해소 즐거움 정서적 안정 집중력 자신감	정서 측면 영향력	
타인과의 소통 능력 타인에 대한 포용력 사교성 협동심 리더쉽	대인관계 측면 영향력	

## 1) 학습에 미친 효과 인식

### □ 학부모 조사

- 애니메이션 시청이 자녀들의 학습역량에 미치는 효과에 대해 ‘영향을 미친다’는 응답이 71.5%로 ‘영향을 미치지 않는다’는 응답 28.5% 보다 크게 나타나, 부모들은 애니메이션이 자녀들의 학습역량에 영향을 미치는 것으로 인식하고 있음
- 학습역량에 미치는 영향은 긍정적이라는 응답이 부정적인 응답보다 높게 나타남
- 구체적으로 살펴보면, 학부모의 44.0%가 애니메이션이 학습증진에 긍정적으로 영향을 미친 것으로 응답하였으며, 27.4%는 부정적인 효과를 준 것으로 응답
- 구체적으로는 ‘호기심과 상상력’에 대한 긍정적 응답자가 85.6%로 가장 많고, 다음으로 ‘예술에 대한 흥미’(77.1%), ‘언어능력’(68.0%), ‘창의력’(61.5%), ‘논리적 사고능력’(56.2%) 등에 긍정적 영향을 미치는 것으로 응답함
- 영향을 미치는 정도와 관련하여서도, ‘호기심과 상상력’ 8점, ‘예술에 대한 흥미’ 7.8점, ‘언어능력’ 7.2점, ‘창의력’ 7.0점, ‘논리적 사고능력’ 6.7점 등의 순으로 나타나 평균 7.34점을 보임



※ 감소 1-5, 보통 6, 증가 7-11

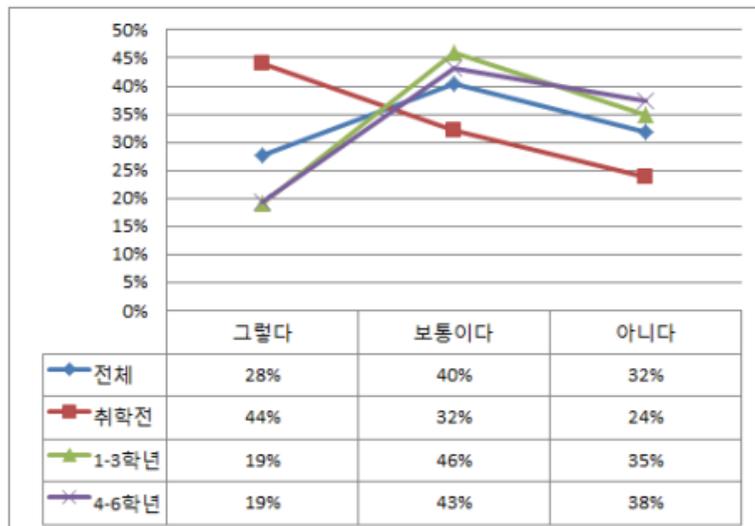
※ 각 항목별 평균: 호기심과 상상력(8.0), 예술에 대한 흥미(7.8), 언어능력(7.2), 창의력(7.0), 논리적 사고능력(6.7)

- 학습증진에 미친 효과와 관련하여서는 **미취학 아동을 둔 부모는 긍정적 영향(55.3%)**이 부정적 영향(18.6%)보다 높다고 응답한 반면, **초등학교 고학년을 둔 부모는 부정적 영향(35.3%)을 미친다는** 응답이 긍정적 영향(34.1%)을 미친다는 응답보다 약간 높게 나타남
- 부모의 학력과 관련하여 **고졸이하나 저소득층은 학습증진에 미친 효과에 대해 상대적으로 긍정적 평가가 높는데 비해, 대학 재학이상이나 고소득층은 위 계층에 비해 부정적 평가가 높게 나타남**
- 부모가 애니메이션을 즐기는지의 여부가 애니메이션이 자녀들의 학습증진에 미치는 영향에 대한 평가에 큰 영향을 미치는 것으로 나타남. **애니메이션을 즐기는 부모의 경우, 학습증진에 대한 긍정적 평가가 53.9%로 높은 반면, 그렇지 않은 부모에서는 39.0%로 낮게 나타남**으로써 효과에 대한 인식의 차이가 크게 나타남

□ 어린이 조사

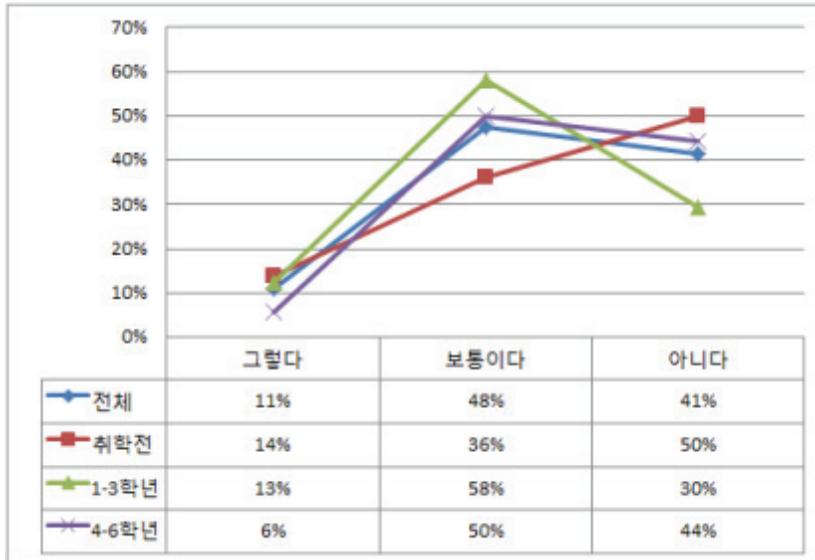
- **애니메이션에 나온 말을 사용해 본 적이 있느냐는 질문에 대해 사용해 본적이 있다는 비율은 취학전에서 높게 나타남**
  - 취학전 44%, 저학년 19%, 고학년 19%
  - 취학전은 언어를 습득하는 시기이기 때문에 높게 나타난 것으로 판단됨

문화적 효과/학습 측면 : 말을 사용해 본 적이 있다



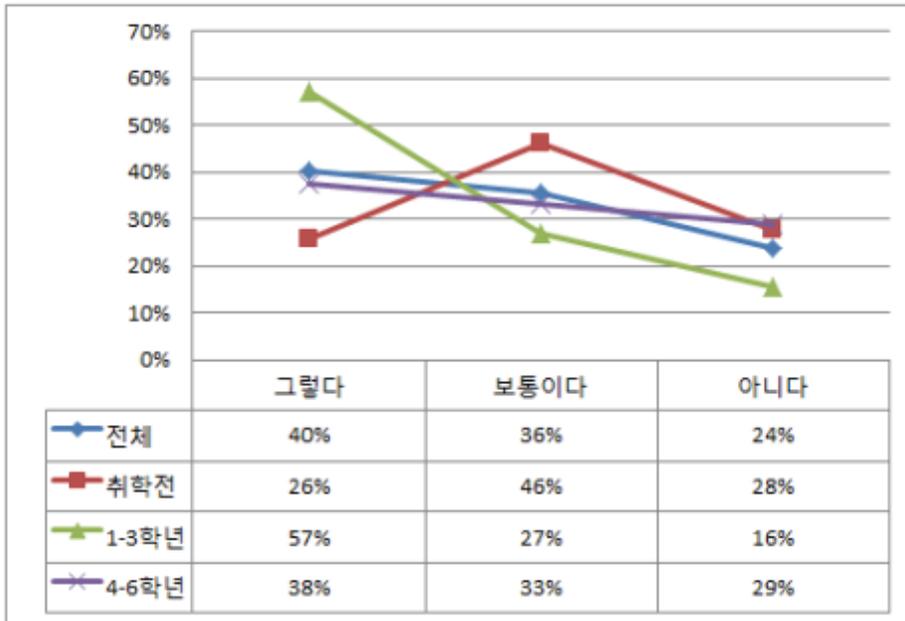
- 애니메이션을 보면 자신이 똑똑해지는 것 같으나는 질문에 대해 그렇다는 응답은 11%로 매우 낮게 나타남
  - 연령대별로 살펴보면, 연령이 높아질수록 애니메이션을 보고 똑똑해지는 것 같다고 응답하는 비율이 감소하는 것으로 나타남
  - 취학전 14%, 저학년 13%, 고학년 6%

문화적 효과/학습 측면 : 똑똑해지는 것 같다



- 애니메이션을 보고 그림이나 음악이 좋아지게 되었냐는 질문에 대해 그렇다는 응답은 전체 평균 40% 정도로 나타남
  - 연령대별로 살펴보면, 취학전보다는 초등학교 저학년에서 영향이 있다고 응답하는 비율이 가장 높게 나타남
  - 저학년 57%, 고학년 38%, 취학전 26% 순으로 응답

문화적 효과/학습 측면 : 그림이나 음악을 좋아하게 되었다



□ 종합

- 부모들은 애니메이션이 자녀들의 학습역량에 영향을 미치는 것으로 인식하고 있으며, **학습 역량에 미치는 영향은 긍정적이라는 응답이 부정적인 응답보다 높게 나타남**. 특히 '호기심과 상상력'에 대한 긍정적 응답자가 85.6%로 가장 많음. 어린이의 경우, 애니메이션을 통해 그림이나 음악이 좋아졌다는 응답이 전체 평균 40%정도로 높게 나타남

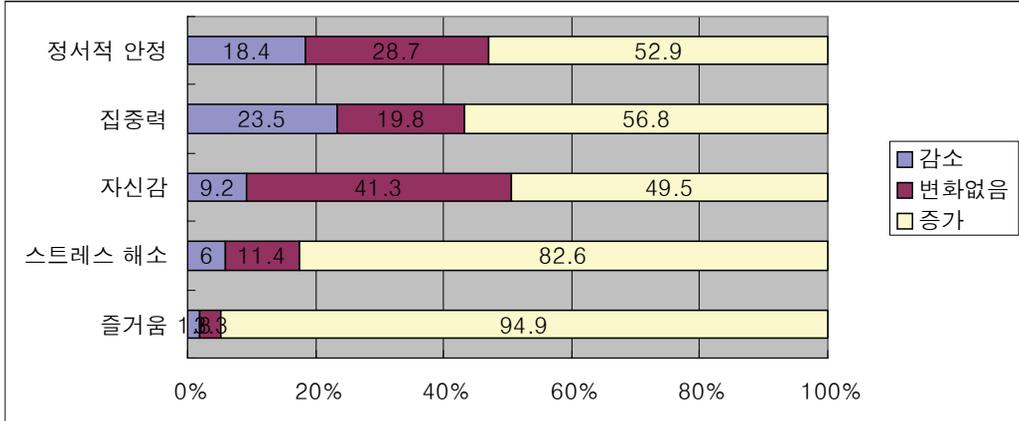
2) 정서에 미친 효과 인식

□ 학부모 조사

- 부모들은 애니메이션이 자녀들의 정서에 영향을 미치는 것으로 인식하고 있음. 곧, **애니메이션이 자녀들의 정서에 영향을 미친다는 응답이 68.7%로 영향을 미치지 않는다는 응답 31.3% 보다 높게 나타남**
- 영향의 성격에 대해서는 **55.3%가 긍정적인 영향을 미친다고** 응답하였으며, 13.4%가 부정적인 영향을 미친다고 응답하였음
- 정서효과와 관련해서는 '**즐거움을 증진**'시키고 '**스트레스를 해소**'하는데 가장 큰 영향을 미

치는 것으로 인식하고 있음. 이에 비해 ‘정서안정’이나 ‘집중력’, ‘자신감’ 등은 긍정적 영향으로는 평가하되 그 정도는 크지 않은 것으로 나타남

- 구체적으로는 ‘즐거움’에 대한 긍정적 응답자가 94.9%로 가장 많고, 다음으로 ‘스트레스 해소’(82.6%), ‘집중력’(56.8%), ‘정서적 안정’(52.9%), ‘자신감’(49.5%) 순으로 나타남



※ 감소 1-5, 보통 6, 증가 7-11

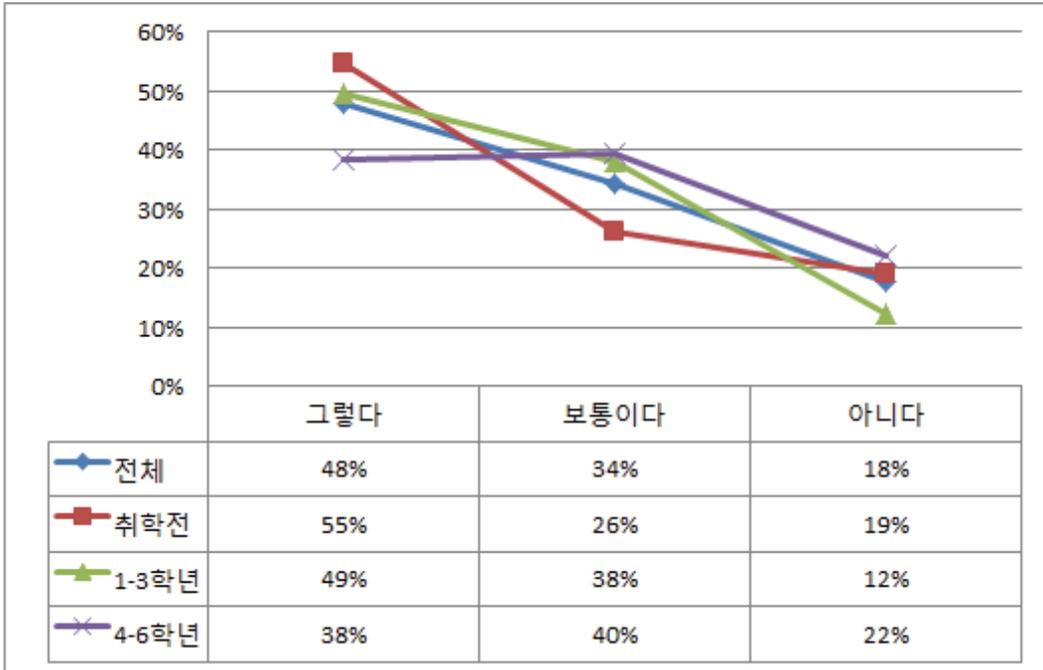
※ 각 항목별 평균: 즐거움(8.6), 스트레스 해소(7.7), 자신감(6.8), 집중력(6.7), 정서적 안정(6.8)

- 정서에 미친 영향에 대한 긍정적 평가는 미취학아동을 자녀로 둔 부모(58.3%)와 애니메이션을 부모와 같이 보는 가정(63.5%)에서 높게 나타남
- 영향을 미치는 정도와 관련하여서도, ‘즐거움’ 8.6점, ‘스트레스 해소’ 7.7점, ‘자신감’ 6.8점, ‘정서적 안정’ 6.8점, ‘집중력’ 6.7점 등의 순으로 나타나 평균 7.32점을 보임

#### □ 어린이 조사

- 애니메이션을 보고 즐겁고 신이 났느냐는 질문에 대해 그렇다는 응답은 전체 평균 48%로 나타남
- 연령대가 낮아질수록 애니메이션을 보고 즐겁고 신이 난다고 응답하는 비율이 높게 나타남
  - 취학전 55%, 저학년 49%, 고학년 38%

### 문화적 효과/정서 측면 : 즐겁고 신이 난다



#### □ 종합

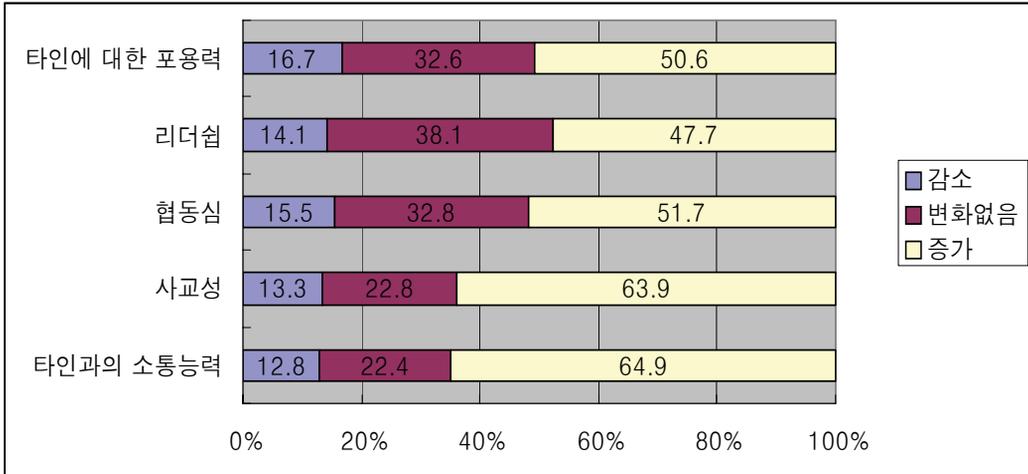
- 부모들은 애니메이션이 자녀들의 정서에 영향을 미치는 것으로 인식하고 있으며, 부정적인 영향보다 긍정적인 영향을 미친다고 응답한 비율이 더 높게 나타남. 정서효과와 관련해서는 '즐거움을 증진'시키고 '스트레스를 해소'하는데 가장 큰 영향을 미치는 것으로 인식하고 있음. 어린이의 경우, 애니메이션을 보고 즐겁고 신이 났다는 응답이 전체 평균 48%로 나타났으며, 연령이 어릴수록 이 비율이 늘어나는 경향을 보임

### 3) 대인관계에 미친 효과 인식

#### □ 학부모 조사

- 애니메이션이 자녀들의 대인관계에 영향을 미치는지 여부에 대해서 부모들은 영향을 미치지 않는다(28.9%)는 인식보다 영향을 미친다(71.1%)는 인식을 많이 하고 있는 것으로 나타남
- 애니메이션 시청이 대인관계에 미치는 영향의 방향에 대해서는 54.7%가 긍정적인 방향, 16.3%가 부정적인 방향으로 영향을 미친다고 응답

- 대인관계 효과와 관련하여서는 애니메이션을 시청함으로써 ‘소통’과 ‘사교성’이 상대적으로 증가된 것으로 인식하였으며, ‘포용력’이나 ‘협동심’, ‘리더쉽’도 긍정적으로 평가 되었음
- 대인관계에 영향을 미치는 영역을 세분화하여 살펴보면 ‘타인과의 소통능력’에 대한 긍정적 응답자가 64.9%로 가장 많고, 다음으로 ‘사교성’(63.9%), ‘협동심’(51.7%), ‘타인에 대한 포용력’(50.6%), ‘리더쉽’(47.7%) 순임



※ 감소 1-5, 보통 6, 증가 7-11

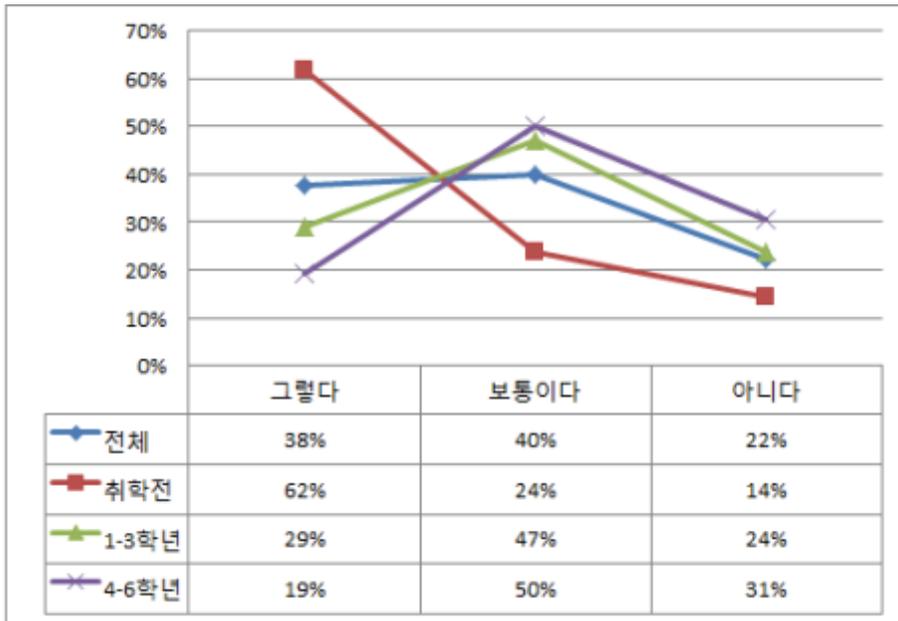
※ 각 항목별 평균: 타인에 대한 포용력(6.7), 리더쉽(6.7), 협동심(6.7), 사교성(7.1), 타인과의 소통능력(7.1)

- 대인관계부문의 영향력 평균은 애니메이션을 주로 부모와 같이 보는 가정에서 높은 것으로 나타남
- 영향을 미치는 정도와 관련하여서도, ‘타인과의 소통능력’ 7.1점, ‘사교성’ 7.1점, ‘타인에 대한 포용력’ 6.7점, ‘리더쉽’ 6.7점, ‘협동심’ 6.7점 등의 순으로 나타나 평균 6.86점을 보임

#### □ 어린이 조사

- 애니메이션을 보고 친구들과 더 친하게 지내게 되었느냐는 질문에 대해서는 보통이다와 그렇다는 응답이 비슷하게 나왔음
  - 보통이다 40%, 그렇다 38%, 아니다 22%
- 연령대별로 살펴보면, 취학전 어린이에게서 그렇다는 응답이 매우 높게 나타나 다른 연령대에 비해 사회적 계발에 상당한 영향을 준다는 것을 알 수 있음
  - 취학전 62%, 저학년 29%, 고학년 19%

### 사회적 효과 : 친구들과 더 친하게 지낼 수 있다



#### □ 종합

- 부모들은 애니메이션이 자식들의 대인관계에 영향을 미친다(71.1%)는 인식을 많이 하고 있는 것으로 나타남. 또한 영향의 방향에 대해서는 긍정적인 방향이 부정적인 방향보다 높은 응답을 나타냄. 세분화하여 살펴보면 ‘타인과의 소통능력’에 대한 긍정적 응답자가 64.9%로 가장 많음. 특히 취학 전 어린이들의 경우, 애니메이션을 보고 친구들과 더 친하게 지내게 되었느냐는 질문에 그렇다는 대답이 매우 높게 나타나, 다른 연령에 비해 사회성 계발에 상당한 영향을 준다는 것을 알 수 있음

## 4. 분석 및 시사점

- 애니메이션이 어린이들에게 미치는 영향은 크게 세 부분으로 구분하여 살펴볼 수 있음. 첫째, 어린이들이 애니메이션을 얼마만큼 시청하고 있는지, 둘째, 애니메이션이 어린이들에게 미치는 영향은 어느 정도인지, 셋째, 이러한 영향에 대한 (부모의) 평가가 부모의 학력이나 소득정도, 맞벌이 여부, 애니메이션에 대한 선호도 등에 따라 어떠한 차이를 보이는지 하는 것임

### 1) 어린이들의 애니메이션 시청 실태

- 조사 결과, 방과후 다양한 학습활동 시간이나 수면, 식사 등 필수생활시간 등을 고려하면 어린이들의 애니메이션 시청 시간은 적지 않은 것으로 나타남
- 어린이들의 애니메이션 시청 시간은 주중에는 31-60분으로 주로 밤 시간대(오후 6-9시)에 이루어지는 반면, 주말에는 91분 이상으로 주로 낮 시간(오전9-12시)대에 이루어지고 있음
- 이러한 시청시간은 지난 해(2010년)와 비교하여 전반적으로는 증가하였다는 응답(31.0%)이 감소하였다는 응답(19.6%)보다 높았으나, 연령별로 차이가 있어 미취학 아동의 경우에는 지난 해보다 증가하였다는 응답(51.9%)이 감소하였다는(9.1%)는 응답보다 높았고, 초등학교 고학년의 경우에는 감소하였다는 응답(28.6%)이 증가하였다는 응답(15.3%)보다 높게 나타남

(단위 : %)

구 분	작년과 비교하여 감소했다	작년과 비슷하다	작년과 비교하여 증가했다	계
만 3 -6 세	9.1	39.0	51.9	100.0
만 7 -9 세	21.9	54.3	23.8	100.0
만 10 -12 세	28.6	56.1	15.3	100.0

- 시청행태와 관련해서는 애니메이션을 혼자 시청하기보다는 부모나 형제자매, 친구 등과 함께 보는 비율(74.3%)이 많은 것으로 나타나지만, 혼자 시청하는 비율(23.5%)도 적지 않게 나타남
- 시청은 주로 외국에서 제작된 애니메이션을 중심으로 이루어지고 있으며, 우리나라 애니메

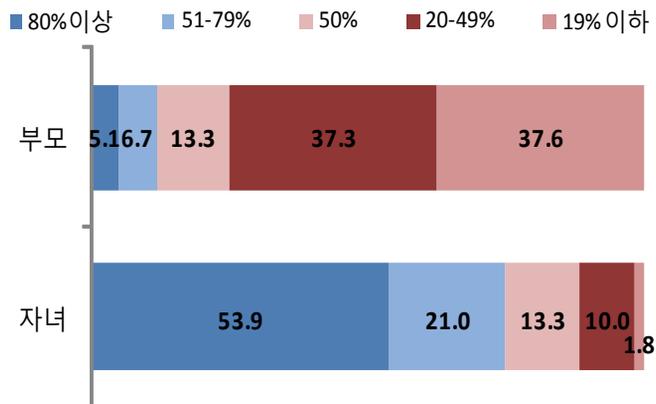
이선은 <뽀롱뽀롱 뽀로로>가 유일하게 즐겨 보는 프로그램으로 나타나, 외국 애니메이션에 대한 편중현상이 있음

- '1순위'로 선호하는 애니메이션 비중 가운데 5위까지가 61.8%를 차지하고 있으며, 이 가운데 국내 애니메이션 <뽀롱뽀롱 뽀로로>이 차지하는 비중은 13.9%임
- 다만, 이러한 편중은 주로 어린이의 연령에 영향을 많이 받는 것으로 조사되었는데, 미취학 아동의 경우 국내 애니메이션인 <뽀롱뽀롱 뽀로로>의 시청률이 가장 높았으며, 초등학생의 경우 일본 애니메이션인 <짱구는 못말려>가 가장 높은 시청률을 보임

(단위 : %)

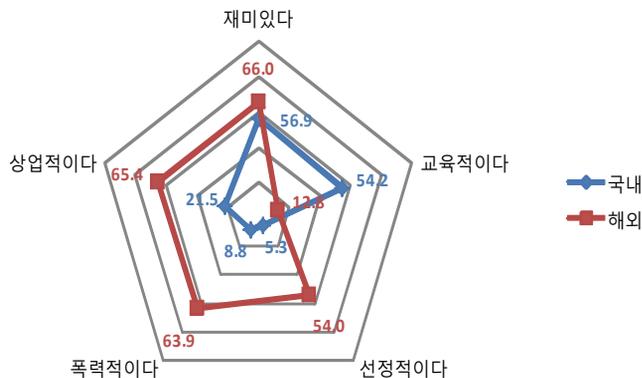
순위	작품명	전체	만3-6세	만7-9세	만10-12세
1	짱구는 못말려	44.0	27.3	49.0	57.3
2	도라에몽	20.9	13.3	28.6	22.4
3	뽀롱뽀롱 뽀로로	19.5	37.5	12.4	6.7
4	명탐정 코난	18.2	5.7	15.7	33.3
5	포켓몬스터	13.6	9.5	18.6	13.7

- 애니메이션 프로그램 선택과 관련하여서는, 부모의 영향력이 80% 이상되는 경우가 5.1%에 불과한 반면, 자녀의 선택권이 80% 이상되는 경우가 53.9%로 애니메이션 프로그램은 주로 어린이들에 의해 선택되고 있는 것으로 나타남



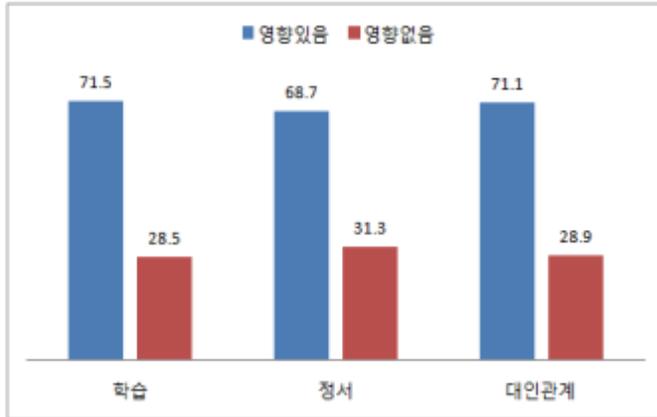
## 2) 국내외 애니메이션에 대한 평가

- 애니메이션에 대한 부모의 평가와 관련하여, 3세이상 12세까지의 자녀를 둔 학부모들은 국내 애니메이션에 대해서는 긍정적 평가를, 해외 애니메이션에 대해서는 부정적 평가를 내리고 있는 것으로 나타남
  - 국내 애니메이션에 대해서는 ‘교육적이다’는 응답이 54.2%에 달한 반면, 해외 애니메이션에 대해서는 12.8%에 불과
  - 이에 비해 ‘상업적이다’, ‘폭력적이다’, ‘선정적이다’는 응답은 국내 애니메이션이 각각 21.5%, 8.8%, 5.3%에 불과한 반면, 해외 애니메이션은 65.4%, 63.9%, 54.0%로 매우 높게 나타남
  - ‘재미있다’는 응답은 해외 애니메이션이나 국내 애니메이션에서 모두 높게 나타났는데, 해외 애니메이션(66.0%)이 국내 애니메이션(56.9%)보다 9%가량 높음
- 주목할 만한 것은, 부모들의 국내 애니메이션에 대한 평가가 좋음에도 불구하고, 실제 어린이들이 시청하는 애니메이션은 해외 애니메이션이 대다수를 차지하고 있다는 사실임
- 이러한 현상은 몇 가지로 나누어 살펴볼 수 있는데, 첫째는 부모의 평가와 어린이의 선택은 서로 다를 수 있다는 점(실제 프로그램 선택은 주로 어린이들에 의해 이루어지고 있는 것으로 나타남), 둘째, 어린이들의 프로그램 선택 기준은 ‘재미’에 초점이 맞추어져 있을 수 있다는 점(‘좋다’는 평가와 ‘재미있다’는 평가는 서로 다를 수 있으며, 실제 국내 애니메이션보다 해외 애니메이션이 재미있다는 평가가 더 높음), 셋째, 전반적인 평가와 세부 프로그램에 대한 평가는 다를 수 있다는 점 등이 영향을 미칠 수 있는 요인으로 분석됨



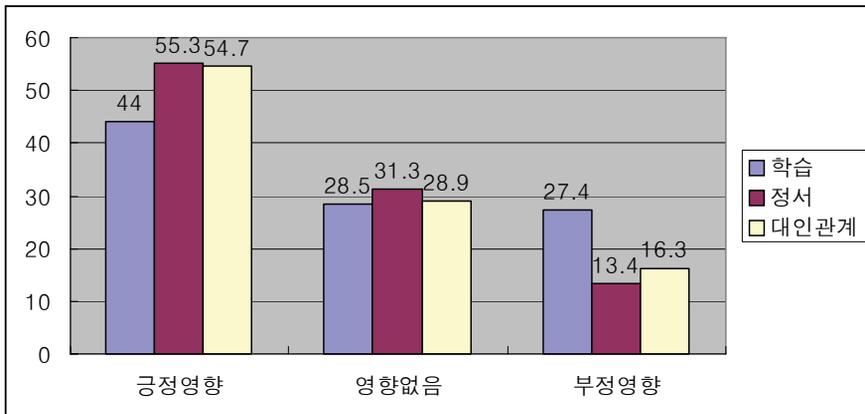
- 애니메이션이 어린이들에게 영향을 미친다고 인식하는지와 관련된 질문과 관련하여서는 종합적으로 볼 때, 긍정과 부정의 방향에 관계없이 애니메이션이 자녀들에게 영향을 미친다는 응답이 70%를 넘나들고 있어, 부모들은 애니메이션이 자녀들의 학습, 정서, 대인관계에 영향을 미치고 있는 것으로 인식하고 있음

(단위: %)



- 애니메이션의 영향을 긍정적으로 인식하는지 부정적으로 인식하는지를 살펴본 결과, 학습, 정서, 대인관계 측면 모두에서 긍정적 영향이 크다고 인식하고 있는 것으로 나타남. 다만, 상대적인 차원에서 볼 때 정서나 대인관계보다 학습 측면에서 부정적 영향이 크다고 인식하고 있는 것으로 분석됨

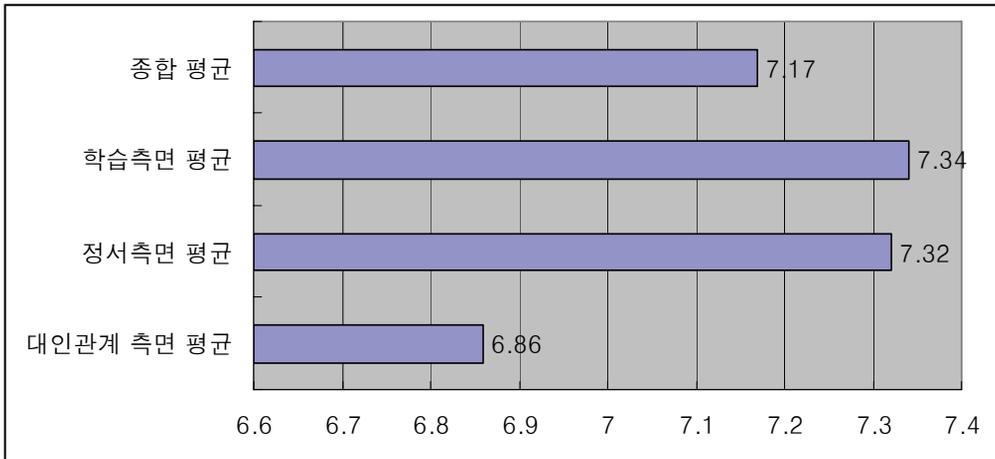
(단위: %)



### 3) 애니메이션의 사회·문화적 영향

#### □ 학부모 조사

- 세부적으로는 학습, 정서, 대인관계 측면에 대한 애니메이션 영향 평균은 각각 7.34점, 7.32점, 6.86점으로 학습과 정서 측면의 평가가 좋고, 상대적으로 대인관계 측면의 평가는 낮은 것으로 나타남<sup>24)</sup>



※ 감소 1-5, 보통 6, 증가 7-11

- 학습, 정서, 대인관계 측면을 고려하지 않고, 애니메이션이 영향을 미치는 영역을 순위별로 살펴보면, 즐거움을 제공함 8.6점, 호기심과 상상력을 높임 8.0점, 그림 그리기 등 예술에 대한 관심 확대 7.8점, 스트레스 해소 7.7점 등에서 긍정적인 효과를 상대적으로 높게 보이고, 논리적 사고능력, 집중력, 포용력, 협동심, 리더십은 6.7점으로 긍정적인 효과가 상대적으로 낮게 인식하고 있는 것으로 나타남

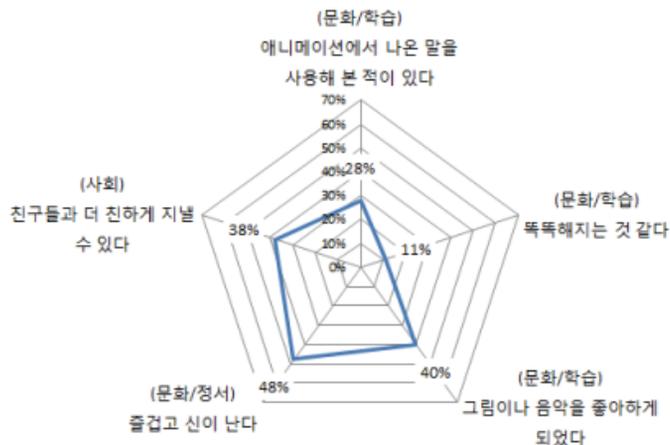
24) '전반적 효과' 한 항목에 대한 평가가 아니라 이를 제외한 각 영역(학습, 정서, 대인관계)의 세부 5개 항목들의 평균점수임

영향력 순위	항 목	점수	영향력 순위	항 목	점수
1	즐거움	8.6	8	창의력	7.0
2	호기심과 상상력	8.0	9	정서적 안정 자신감	6.8
3	예술에 대한 흥미	7.8			
4	스트레스 해소	7.7	10	집중력 협동심/리더십 타인에 대한 포용력 논리적 사고능력	6.7
5	언어능력	7.2			
6	타인과의 소통능력	7.1			
7	사교성	7.1			

□ 어린이 조사

- 사회문화적 효과를 종합적으로 고찰하면, 문화적 효과중 정서에 미치는 영향이 가장 크고 문화적 효과 중 학습에 미치는 영향, 사회적 효과 순으로 나타남
  - 1순위 (문화/정서) 즐겁고 신이난다 48%
  - 2순위 (문화/학습) 그림이나 음악을 좋아하게 되었다 40%
  - 3순위 (사회) 친구들과 더 친하게 지낼 수 있다 38%

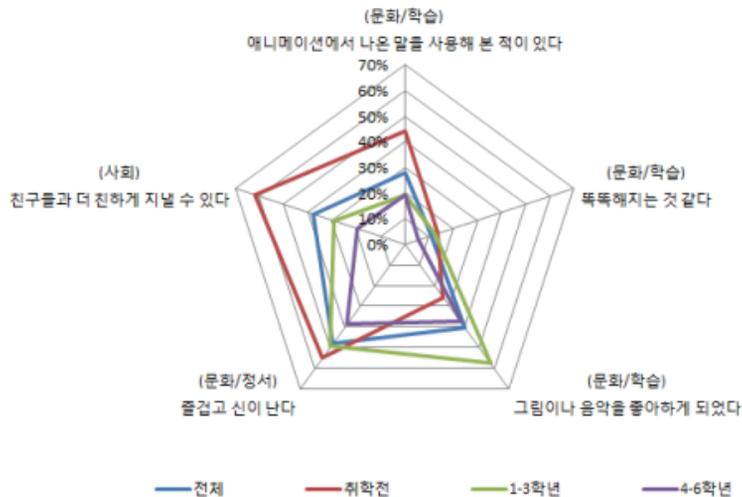
애니메이션의 사회문화적 영향



- 문화적 효과 중 학습에 미치는 영향은 구체적인 내용에 따라 큰 차이를 나타냄
  - 1순위 : 그림이나 음악을 좋아하게 되었다 40%

- 2순위 : 애니메이션에서 나온 말을 사용해 본 적이 있다 28%
  - 3순위 : 똑똑해지는 것 같다 11%
- 연령대별 영향을 비교해 보면, **취학전 어린이에게 미치는 사회문화적 효과는 보다 다각도로 나타나고 특히 사회적 효과가 높은 것으로 나타남**
- 1순위 : (사회) 친구들과 더 친하게 지낼 수 있다 62%
  - 2순위 : (문화/정서) 즐겁고 신이난다 55%
  - 3순위 : (문화/학습) 애니메이션에서 나온 말을 사용해 본 적이 있다 44%

### 연령대별 애니메이션의 사회문화적 영향 비교



- 문화적 효과 중 학습 측면에서 나타나는 효과는 전반적으로 낮은 편인데, **취학전 어린이의 언어 사용에 미치는 효과가 큰 것으로 나타남**
- **취학전 어린이의 44%가 언어사용에 영향을 받는 것으로 나타남**
  - 애니메이션에서 나온 말을 사용해 본 적이 있다는 응답은 좋은 말과 나쁜 말을 구분하지 않고 물었기 때문에 언어 능력 향상으로 직결되는 것은 아님
  - 애니메이션이 그만큼 취학전 어린이에게 영향을 많이 주므로 애니메이션 제작시 언어 사용에 유의할 필요가 있다고 할 수 있음
  - 애니메이션에서 올바른 언어를 사용할 경우 어린이의 언어 능력 향상에 긍정적인 영향을 줄 수 있을 것으로 판단됨

### 애니메이션의 사회문화적 영향 (종합)

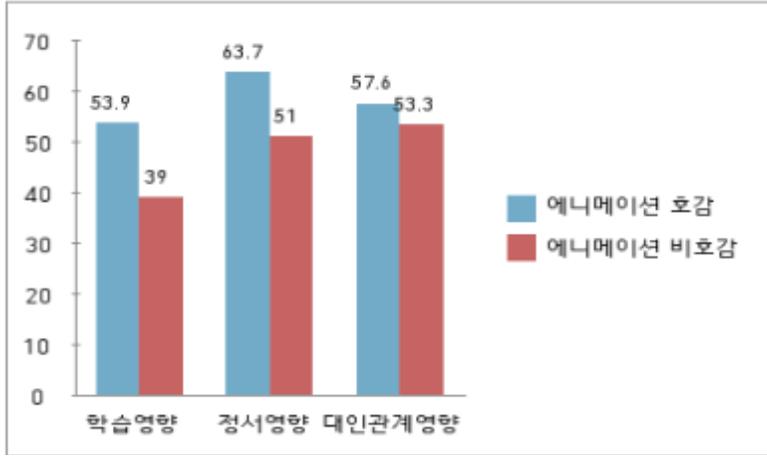
구 분		전체	취학전	1-3학년	4-6학년	
전반적 인식	학습, 생활에 도움이 된다	18%	24%	18%	8%	
문화적 효과	학습	애니메이션에서 나온 말을 사용해 본 적이 있다	28%	44%	19%	19%
		똑똑해지는 것 같다	11%	14%	13%	6%
		그림이나 음악을 좋아하게 되었다	40%	26%	57%	38%
	정서	즐겁고 신이 난다	48%	55%	49%	38%
사회적 효과	친구들과 더 친하게 지낼 수 있다	38%	62%	29%	19%	

#### 4) 애니메이션의 사회문화적 효과 평가에 영향을 미치는 요인

- 설문조사 결과 나타난 응답은 어린이가 직접 응답한 것이 아니라 부모들이 응답하였다는 점에서 어린이들에게 미친 사회·문화적 효과 여부를 측정하는데 일정한 한계를 가지고 있음
- 뿐만 아니라 ‘사회·문화적 효과 자체’에 대한 평가가 아니라 그러한 ‘효과에 대한 인식’을 평가하고 있다는 점에서도 해석상에 주의를 기울일 것이 요구됨
- 곧, 애니메이션이 어린이들에게 미치는 평가를 응답한 부모의 속성이 응답 자체에 영향을 미칠 수도 있으며, 이외에 어린이들의 시청 환경 또는 여건이 어떤 특정한 영향을 증가 또는 감소시켰을 수 있는 여지가 존재함
  - 예를 들어, 부모의 학력이 자녀들에게 미치는 애니메이션의 효과에 대한 평가에 영향을 미쳤을 수 있으며, 어린이의 연령이 부모의 사회·문화적 효과에 대한 평가에 영향을 미쳤을 수도 있음. 따라서 조사결과 나타난 사회·문화적 영향에 대한 평가를 다양한 요인들을 중심으로 보다 세분화하여 살펴볼 필요가 있음
- (부모의 애니메이션에 대한 선호도) 애니메이션의 사회·문화적 영향에 대한 평가에 있어서 큰 영향을 미치는 요인 가운데 하나가 ‘부모가 애니메이션을 즐기는지’ 여부임
  - 조사 결과, 애니메이션 관람을 즐기는 부모들이 33.6%로 즐기지 않는 부모 66.4%보다 적었으나, 즐기는 경우에는 애니메이션의 사회·문화적 효과에 대해 긍정적 평가를 내리는 경우가 많은 것으로 나타남

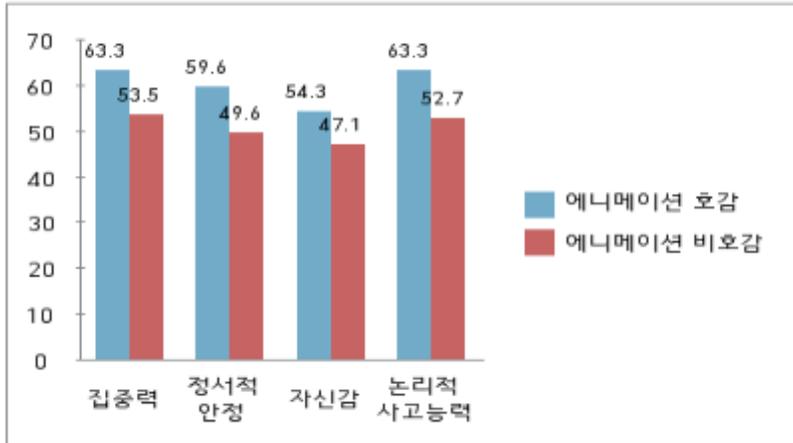
- 예를 들어, 애니메이션이 학습, 정서, 대인관계 측면에 미치는 전반적 영향을 묻는 질문에 애니메이션을 평소 즐기는 부모의 경우 긍정적 응답(학습: 53.9%, 정서: 63.7%, 대인관계: 57.6%)이 평소 즐기지 않는 부모의 긍정적 응답(학습: 39.0%, 정서: 51.0%, 대인관계: 53.3%)보다 대인관계 측면을 제외하고는 월등히 높게 나타남
- 특히, 학습측면에서의 긍정적 영향에 대한 평가에서 큰 차이를 드러냄

(단위: %)



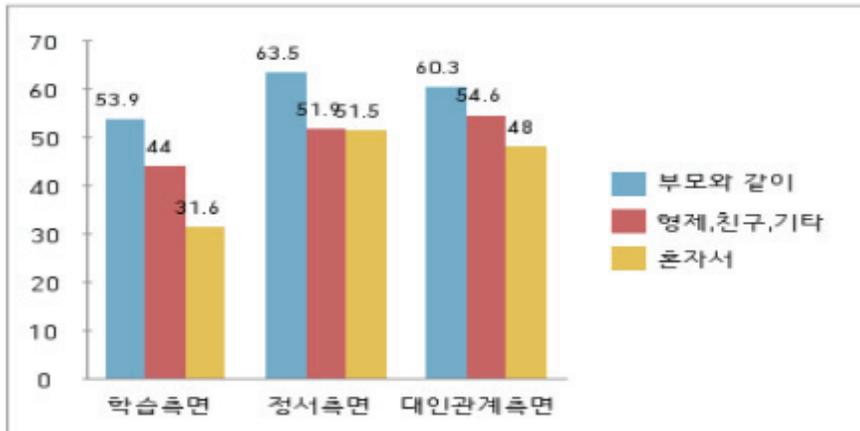
- 부모가 애니메이션을 즐기는지의 여부가 애니메이션이 자녀들에게 미치는 사회·문화적 영향을 평가하는데 매우 중요한 변인이 된다는 사실은, 전반적으로 가장 낮게 평가된 항목(집중력, 자신감, 정서적 안정, 논리적 사고능력 등)에 대한 영향력에서도 확인할 수 있음
- 예를 들어, 애니메이션이 집중력, 정서적 안정, 자신감, 논리적 사고능력에 미치는 긍정적 영향에 대해 애니메이션을 즐기는 부모들은 각각 63.3%, 59.6%, 54.3%, 63.3%의 높은 평가를 주고 있는 반면, 애니메이션을 즐기지 않는 부모들은 53.5%, 49.6%, 47.1%, 52.7% 로 낮은 평가를 주고 있는 것으로 나타남

(단위: %)



- (부모의 동반 시청 여부) 또 한가지 중요한 요인은 부모들이 애니메이션을 함께 시청하는지, 그렇지 않은지의 여부임. 애니메이션을 자녀와 함께 시청하는 경우는 그렇지 않은 경우에 비해 애니메이션이 미치는 사회·문화적 영향에 대해 긍정적으로 응답하는 비율인 매우 높은 반면, 그렇지 않은 경우는 낮게 나타남
  - 애니메이션을 부모와 함께 시청하는 경우, 애니메이션이 학습, 정서, 대인관계 측면에 미친 긍정적 효과를 각각 53.9%, 63.5%, 60.3%로 평가하는데 비해, 애니메이션을 혼자보는 경우 각각에 미치는 긍정적 효과에 대한 평가는 31.6%, 51.5%, 48.0%로 낮음

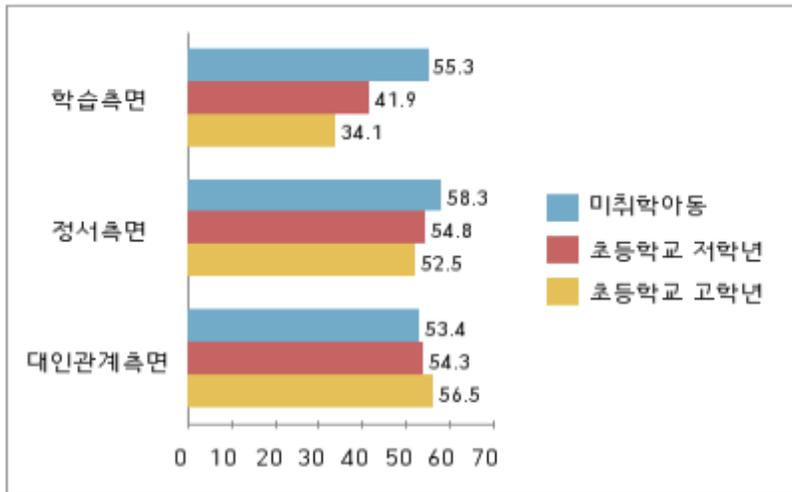
(단위: %)



- (어린이 연령대) 애니메이션이 미치는 사회·문화적 영향에 대한 평가와 관련하여 중요한 또 한 가지 변수는 어린이의 연령임

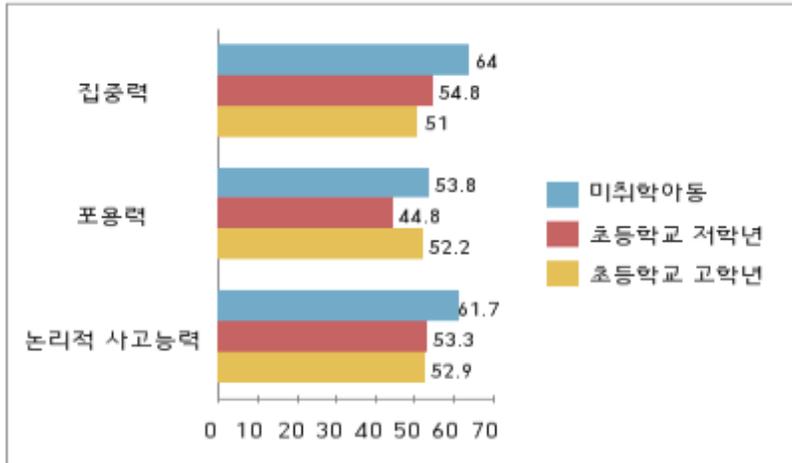
- 애니메이션을 시청하는 어린이들이 미취학 어린이인지, 또는 초등학교 저학년인지, 고학년인지의 여부가 애니메이션이 어린이들에게 미치는 사회문화적 영향에 큰 차이를 보임
- 예를 들어, 애니메이션이 어린이의 정서적, 대인관계적 측면에 미치는 영향은 연령에 따라 큰 차이를 보이지 않았지만, 학습측면에 대한 평가에 있어서는 매우 큰 차이가 있는 것으로 응답함
- 구체적으로 살펴보면, **애니메이션이 학습에 미치는 영향과 관련하여 미취학아동을 둔 부모는 긍정적 영향에 대한 응답(55.3%)이 초등학교 고학년을 자녀로 둔 학부모(34.1%)보다 월등히 높은 것으로 나타남**

(단위: %)



- 어린이의 연령이 애니메이션의 효과에 대한 부모의 평가에 있어 차이를 가져온다는 점은, 전반적으로 가장 낮게 평가된 항목(집중력, 포용력, 논리적 사고능력 등)에 대한 영향력에서도 확인할 수 있음
- 미취학 어린이를 자녀로 둔 부모는 애니메이션이 자녀들의 집중력이나 논리적 사고능력을 증진시키는데 일정한 효과를 미친다고 평가하는데 비해, 초등학교 고학년을 자녀로 둔 부모는 상대적으로 그러한 인식에 대해 낮게 평가하는 것으로 나타남

(단위: %)



- 이외에도 부모의 학력이나 소득정도, 맞벌이 여부 등이 각 항목에 대해 일부 서로 다른 응답을 나타내기는 하지만, 전반적으로 일정한 영향을 가져오는 변인은 위의 세 요인이 가장 중요하다고 할 수 있음
- 이러한 사실은 애니메이션이 어린이에게 미치는 사회문화적 효과와 관련하여 다음의 몇 가지 시사점을 제시함
  - ✓ 첫째, 애니메이션이 어린이들에게 일정한 영향을 미치고 있으며, 그 영향은 부정적인 것보다는 긍정적인 것이라는 평가가 높음
  - ✓ 둘째, 애니메이션이 미치는 사회·문화적 효과를 학습, 정서, 대인관계 측면으로 구분하여 살펴보면, 대체적으로는 정서 > 대인관계 > 학습측면의 순으로 긍정적 효과가 있다고 인식하고 있으나 영향력의 정도(강도)에 있어서는 학습 > 정서 > 대인관계 측면의 순으로 나타남
  - ✓ 셋째, 분야와 관련없이 살펴보면 즐거움, 호기심과 상상력, 예술에 대한 흥미, 스트레스 해소, 언어능력 등은 상대적으로 긍정적 효과가 높게 나타나는 반면 집중력, 협동심, 리더십, 타인에 대한 포용력, 논리적 사고능력 등은 긍정적 효과가 다소 낮음
  - ✓ 넷째, 애니메이션의 사회·문화적 효과는 어린이의 연령에 따라 차이가 있는 것으로 나타남. 미취학 아동의 경우 애니메이션이 학습측면에 미치는 효과가 상대적으로 크다고

인식되는 반면, 초등학교 고학년의 경우에는 미취학아동보다 낮은 것으로 인식됨

- √ 다섯째, 애니메이션의 사회·문화적 효과 평가와 관련하여 큰 영향을 미치는 요인은 **부모들이 애니메이션을 즐기는지 여부**인 것으로 나타남. 곧, 애니메이션을 즐기는 부모의 경우 애니메이션의 사회·문화적 효과에 대해 긍정적 응답이 많은 반면, 그렇지 않은 경우에는 긍정적 응답이 상대적으로 적음
- √ 여섯째, 애니메이션에 호감을 갖는 부모의 경우 자녀들과 함께 애니메이션을 시청하는 경우가 많으며, 그렇지 않은 경우에는 자녀들이 혼자 애니메이션을 시청하는 경우가 많음
- √ 일곱째, 애니메이션을 **부모와 같이 시청하는 경우 애니메이션의 사회·문화적 효과에 대한 긍정적 평가**가 혼자 시청하는 경우보다 높게 나타나고 있어 궁극적으로는 부모의 애니메이션에 대한 태도가 애니메이션의 사회문화적 효과에 대한 평가에 큰 영향을 미치는 것으로 분석됨



# 제7장

## 결론 및 정책적 시사점



## 제7장 결론 및 정책적 시사점

### 1. 연구결과 요약

#### 1) 국가별 연구 분석결과

##### □ 공통점

- 애니메이션이 어린이·청소년에 미치는 사회·문화적 영향에 대해 유사한 결과를 나타냄
  - 교육적 목적을 가지고 제작된 애니메이션의 교육적 효과성 인정
  - 오락용 애니메이션에 관한 연구는 많지 않음
    - \* 단, 교육용 애니메이션과 오락용 애니메이션을 구분하는 뚜렷한 기준은 없으며, 양자간의 차이도 점차 줄어드는 추세
- 초창기 연구들이 애니메이션의 직접적인 영향을 강조한데 반해, 70년대 이후에는 수용자의 역할을 강조하는 이론이 주류를 이룸
  - 어린이들도 8세만 되어도 픽션과 실재를 구별할 능력이 있으며, 양자의 질적인 차이를 구별할 수 있음
  - 콘텐츠 내용도 중요하지만 어린이의 이전 경험, 메시지 해독 능력, 부모의 관여 정도에 따라 사회적·문화적 효과가 달라질 수 있음
  - 따라서 모든 나라에서 공히 애니메이션 관람에 있어서 부모의 역할이 강조됨
- 애니메이션이 아동 및 청소년에 미치는 영향에 대한 연구는 장기간동안 통제된 실험군을 관찰하는 것이 필요하나, 현실적으로 이러한 실험을 하기는 매우 어려움
  - 따라서 대부분의 실험이 애니메이션 관람 후 발생하는 단기적인 반응을 중심으로 이루어지는 한계를 지님

##### □ 차이점

- 한국의 경우 소규모 통제집단을 실험대상으로 교육용 애니메이션의 교육효과에 대한 학위논문이 많이 생산되고 있음

- 미국의 경우 애니메이션이 어린이의 인지발달 및 사회성 형성과정에 초점
- 프랑스의 경우 관련 연구가 활발하지는 않으나 애니메이션이 인지발달이나 사회성 형성과정에 긍정적인 역할을 함에 주목하고 있음. 단 부모의 관여를 효과성의 중요한 요소로 보고 있음
- 일본의 경우 오타쿠 문화에 대한 연구 필요성으로 어린이 보다는 청소년들의 영상매체에 대한 의존성, 중독성 등에 대한 연구가 활발한 편임

#### □ 국가별 연구의 결론

- 교육용 애니메이션과 오락용 애니메이션의 엄정한 구분이 행하여진 적은 없으나, 교육용으로 제작된 애니메이션의 교육적 효과는 당연히 되어 왔음
  - 이는 특히 국내 학위논문에서 많이 다루어져 왔는데 주로 국어, 영어, 일본어 등 언어교육, 그리고 미술, 음악 분야의 창의성과 관련한 교육 등에 교육효과가 있는 것으로 분석됨
  - NHK 방송문화연구소의 <어린이에게 좋은 방송 프로젝트> 연구조사 등, 교육적 내용의 프로그램이 어린이의 인지능력 향상에 기여한다는 보고는 무수히 많음
- 오락용 애니메이션의 경우, 1970년대 이후 애니메이션이 갖는 고유한 효과라는 측면보다는 관람자의 능동적인 수용과정이 더 강조됨
  - 따라서 애니메이션의 사회·문화적 효과는 애니메이션과 소비자 사이에 지속적인 협상(negotiation)과정을 통해서 그 정도가 달라진다는 점이 강조됨
  - 이러한 협상과정은 특히 인지능력 형성 초반기에 어린이들이 애니메이션 캐릭터와 대화하며 두뇌 자극과 인지발달에 보다 긍정적인 영향을 미치고 있음
  - 이의 성공적인 사례로는 미국의 <Blue's Clue> 나 <Dora the Explorer>가 있음
  - 특히 세서미스트리트의 성공은 이전의 “반-사회적 효과”중심의 연구 패러다임을 친-사회적 효과”연구로 바꾸어 놓음

#### □ 시사점

- 양질의 애니메이션 제작 활성화
  - 어린이·청소년에게 있어 긍정적인 사회·문화적 영향을 미치는 양질의 애니메이션은 그 사

- 회와 문화가 요구하는 교훈적인 내용을 담고 있을 뿐 아니라 재미요소까지 결합되어야 함
- 양질의 애니메이션의 경우 어린이들에게 바람직한 사회공동체의 가치와 살아가는데 필요한 삶의 지혜 등을 전달할 수 있어야 함
- 그러나 지나치게 교육적인 내용은 어린이들의 흥미를 끌지 못하는 경우가 있으므로, **교육적인 내용과 엔터테인먼트가 적절히 결합되어야 함**

#### ○ 정부지원의 필요성

- 좋은 평가를 받고 있는 대부분의 애니메이션들은 상당히 높은 제작비를 필요로 하기 때문에, 제작비의 상당부분이 공공지원으로 이루어졌다는 점은 중요한 시사점
- 예를 들어 미국의 60년대 애니메이션은 지나친 상업주의와 저예산 부실 프로그램으로 어린이들로부터 외면 받는 동시에 공공지원의 필요성에 대한 소비자 운동을 촉발시킴
- 어린이 프로그램의 질이 높아진 것은 60년대 말 카네기재단이 세서미스트리트 제작지원 하면서 부터임
- (어린이 프로그램에 있어서의 공영방송의 중요성) 미국의 경우 양질의 프로그램을 선 것이 PBS, CAB이며, 이들이 작품의 질을 올려놓음에 따라 상업방송의 어린이 프로그램 수준도 올라갔음은 시사하는 바가 큼
- 프랑스의 경우에도 애니메이션 방송 프로그램에 대한 정부지원이 꾸준히 증가하고 있, 전체 제작비용의 약 17%가 정부지원으로 충당됨
- 일본의 경우, 정부의 직접적인 지원은 없으나 행정적 지원을 강화하고 있는 추세

#### ○ 애니메이션 소비와 리터러시에 대한 적극적 교육 필요

- 프랑스에서 활발히 논의되고 있는 것처럼, 애니메이션에 대한 정부의 통제 혹은 가정에서의 통제는 부작용을 낳는 경우가 더 많음. 예를 들어 텔레비전 애니메이션은 어린이들이 접할 수 있는 수많은 교육용, 오락용 매체 중의 하나이기에 일방적인 통제는 오히려 기타 매체의 음성적인 소비를 부추길 수 있음
- 따라서 애니메이션 소비에 있어서 부모가 적극적인 개입을 하는 것이 중요함
- 더불어 어린이들에게 애니메이션에 대한 리터러시를 키워주는 교육이 필요함. 이러한 교육은 유치원 혹은 초등학교 저학년 교실에서부터 애니메이션을 관람하고 이에 관해 토론하고 비판하는 교육이 이루어져야 함을 시사

## 2) 국내외 애니메이션 사례조사 결과

### □ 교육적 효과

- 국내 애니메이션은 2000년대 이후 어린이를 대상으로 하는 교육용 애니메이션이 주를 이루어 왔음
  - 안전교육, 식습관 개선 등 생활습관을 개선하기 위한 애니메이션이나 미술교육, 독서 습관을 기르기 위한 애니메이션 등 교육목적도 세분화됨
- 또한 애니메이션은 재미를 활용하여 어려운 언어를 쉽게 습득할 수 있도록 돕기 때문에 외국어 학습을 위해 활용됨
- 사례 분석을 통하여 교육적 효과를 가진 대표적인 애니메이션을 탐색한 결과, 국내에는 <미술탐험대>, <마법 천자문>, <수학탐험대 우미주미> 등이 있고, 해외에는 <도라도라>, <미키의 클럽하우스> 등이 있음

### □ 정서적 효과

- 정서적 효과는 즐거움을 주고 스트레스를 해소하는 측면에서 가장 큰 효과를 갖고 있는데 특히 어드벤처나 오락, 유머가 있는 장르의 경우 이러한 효과가 높은 것으로 나타남
- 또한 드라마, 가족을 주제로 한 장르의 경우에는 공감을 불러일으키고 정서적 순화의 효과가 높은 것으로 나타남
- 사례 분석을 통하여 정서적 효과를 가진 애니메이션을 탐색한 결과, 국내에는 <아기공룡 둘리>, <뽀롱뽀롱 뽀로로>, <안녕 자두야> 등이 있고, 해외에는 <명탐정 코난>, <포켓몬> 등이 있음
- 또한 <명탐정 코난>은 창의력과 집중력 향상의 교재로 학교에서 활용되기도 함
  - 경기도 소재 대곶초등학교의 우승범 학생은 “평소에 한가지 일에 집중하지 못하였는데 명탐정 코난을 통하여 계속 문제를 풀다보니 끝까지 문제를 해결하려는 집중력이 생기고, 생활 속에서도 합리적인 이유를 생각하는 습관이 생겼다”며 애니메이션의 교육적, 정서적 효과를 설명

## □ 사회적 효과

- 애니메이션은 타자에 대한 이해, 사회적 관계에서 좋은 영향을 주는 것으로 나타나는데 인종차별이나 다름에 대해 이해할 수 있도록 하거나 타인과 협동심을 독려하는 내용을 통해서 사회 속에서 원만하게 살아갈 수 있는 가치관과 태도를 길러주고 있음
- 사례 분석을 통하여 사회적 효과를 가진 대표적인 애니메이션을 탐색한 결과, 국내에는 〈냉장고 나라 코코몽〉, 〈후토스〉, 〈로보카 폴리〉 등이 있고, 해외에는 〈센과 치히로의 행방불명〉, 〈똑딱 똑딱 밥 아저씨〉, 〈토마스과 친구들〉 등이 있음

## 3) 어린이, 학부모 설문조사 결과

### □ 애니메이션 선택 기준은 스토리의 재미

- 애니메이션 선택권은 어린이
  - 애니메이션 프로그램 선택과 관련하여서는, 자녀의 선택권이 80% 이상되는 경우가 53.9%로 애니메이션 프로그램은 주로 어린이들에 의해 선택되고 있는 것으로 나타남
- 애니메이션 선택 기준은 스토리의 재미
  - 애니메이션 선정 기준(1:2순위 종합)은 ‘스토리의 재미’(68.9%)가 ‘교육적 효과’(57.6%)를 상당부분 앞서는 것으로 나타남

### □ 국산 애니메이션은 해외 애니메이션에 비해 교육적이지만 재미가 적음

- 학부모들은 국내 애니메이션에 대해 교육적이라는 긍정적 평가
  - 국내 애니메이션에 대해서는 ‘교육적이다’는 응답이 54.2%에 달한 반면, 해외 애니메이션에 대해서는 12.8%에 불과
  - ‘재미있다’는 응답은 해외 애니메이션(66.0%)이 국내 애니메이션(56.9%)보다 9%가량 높음
- 주목할 만한 것은, 부모들의 국내 애니메이션에 대한 평가가 좋음에도 불구하고, 실제 어린이들이 시청하는 애니메이션은 해외 애니메이션이 대다수를 차지하고 있다는 사실임
  - 이는 애니메이션을 주로 어린이들이 선택하고 있기 때문임

□ 애니메이션의 사회·문화적 효과에 대한 인식은 긍정적

- 애니메이션이 어린이들에게 일정한 영향을 미치고 있으며, 그 영향은 부정적인 것보다는 긍정적인 것이라는 평가가 높음

□ 정서 > 대인관계 > 학습 순으로 긍정적 효과 인식

- 애니메이션이 미치는 사회문화적 효과를 학습, 정서, 대인관계 측면으로 구분하여 살펴보면, 대체적으로는 정서 > 대인관계 > 학습측면의 순으로 긍정적 효과가 있다고 인식하고 있으나 영향력의 정도(강도)에 있어서는 학습 > 정서 > 대인관계 측면의 순으로 나타남
  - 분야와 관련 없이 살펴보면, 즐거움, 호기심과 상상력, 예술에 대한 흥미, 스트레스 해소, 언어능력 등은 상대적으로 긍정적 효과가 높게 나타나는 반면 집중력, 협동심, 리더십, 타인에 대한 포용력, 논리적 사고능력 등은 긍정적 효과가 다소 낮음
  - 애니메이션의 사회문화적 효과는 어린이의 연령에 따라 차이가 있는 것으로 나타남. 미취학 아동의 경우 애니메이션이 학습측면에 미치는 효과가 상대적으로 크다고 인식되는 반면, 초등학교 고학년의 경우에는 미취학아동보다 낮은 것으로 인식됨

□ 부모의 애니메이션 선호도가 사회·문화적 효과 평가에 영향

- 애니메이션의 사회·문화적 효과 평가와 관련하여 큰 영향을 미치는 요인은 부모들이 애니메이션을 즐기는지 여부인 것으로 나타남.
  - 애니메이션을 즐기는 부모의 경우 애니메이션의 사회·문화적 효과에 대해 긍정적 응답이 많은 반면, 그렇지 않은 경우에는 긍정적 응답이 상대적으로 적음
  - 애니메이션에 호감을 갖는 부모의 경우 자녀들과 함께 애니메이션을 시청하는 경우가 많으며, 그렇지 않은 경우에는 자녀들이 혼자 애니메이션을 시청하는 경우가 많음
  - 애니메이션을 부모와 같이 시청하는 경우 애니메이션의 사회·문화적 효과에 대한 긍정적 평가가 혼자 시청하는 경우보다 높게 나타나고 있어 궁극적으로는 부모의 애니메이션에 대한 태도가 애니메이션의 사회·문화적 효과에 대한 평가에 큰 영향을 미치는 것으로 분석됨

## 2. 정책적 시사점

### 1) 애니메이션 제작에 대한 시사점

- 애니메이션의 사회문화적 영향에 대한 실증적 데이터를 얻는 작업은 상당한 시일과 비용이 필요
- 양질의 애니메이션의 경우 어린이들에게 바람직한 사회공동체의 가치와 살아가는데 필요한 삶의 지혜 등을 전달할 수 있음
- 그러나 지나치게 교육적인 내용은 어린이들의 흥미를 끌지 못하는 경우가 있으므로, 교육적인 내용과 엔터테인먼트가 적절히 결합되어야 함
- 애니메이션 선택기준은 스토리의 재미이며 그 다음으로 교육적 효과로 나타남
  - 학부모는 국산 애니메이션이 해외와 비교할 때 교육적이지만 재미가 덜한 것으로 인식하고 있었음
- 따라서 제작 측면에서는 국산 애니메이션의 장점인 교육적 효과를 견지하면서도 스토리의 재미를 보강하는 것이 필요함

### 2) 애니메이션 소비에 대한 시사점

- 부모가 애니메이션을 선호할 경우, 부모가 자녀와 함께 시청할 경우 자녀의 애니메이션 시청에 대한 평가가 긍정적으로 나타남
  - 반면에 애니메이션이 공부에 방해가 된다는 인식은 부모가 애니메이션을 좋아하지 않는 경우 더 높게 나타났음
  - 학부모의 애니메이션에 대한 인식을 전환하는 가장 좋은 방법은 부모가 애니메이션을 즐길 수 있도록 해주는 것임
- 부모가 자녀와 함께 애니메이션을 시청하도록 하고 애니메이션을 매개로 자녀와 대화를 권장하는 캠페인이 필요함
  - 또한 우리나라의 경우 가족이 함께 볼 수 있는 애니메이션이 적다는 점에서 이러한 방향

으로 국산 애니메이션을 활성화하는 것이 필요함

### 3) 애니메이션 정책에 대한 시사점

#### ○ 국산 애니메이션 시청 및 활용 가이드북 제작 및 배포 추진 검토

- 국산 애니메이션의 사회·문화적 효과를 분석하여 학부모와 어린이·청소년에게 제공하여 양질의 애니메이션을 취사선택할 수 있도록 하는 지침서 제작
- 2013년 이후로 국산 애니메이션 ‘방송총량제’가 확대 시행됨에 따라 창작애니메이션의 공급은 날로 확대될 것인 바, 연령대에 맞는 양질의 애니메이션을 선택하고 시청할 수 있는 고급정보의 제공이 필요한 시점
- 본 연구의 결과로 볼 때, 미취학 아동 대상의 애니메이션 지침서가 초등학생 보다 더 효과성이 있어 보이며, 미취학 아동에 관한 지침서는 학부모와 유치원 교사가 같이 볼 수 있는 형태로 제작될 필요 있음
- 가이드 북의 제작에는 애니메이션과, 아동발달, 예술 분야의 교사, 교수, 전문가 등이 참여할 수 있어야 하며, 주기적으로 제작·배포되어야 함

#### ○ 학부모에 대한 애니메이션 친숙성 제고 프로그램 도입 검토

- 연구결과에서 나타난 바와 같이 어린이·청소년에 대한 애니메이션의 긍정적인 효과는 학부모의 관여 정도와 선호에 따라 달라지므로 학부모와 애니메이션간의 접점 확대가 필요
- 사업방안으로 i) 학부모와 애니메이션 제작자(작가, 감독 등)만남과 교육적 내용에 대한 강좌 ii) 애니메이션 테마파크내 어린이·청소년의 사회·문화적 영향을 체험하고 학습할 수 있는 프로그램 도입 지원 등 추진
- 현재 어린이들이 많이 찾고 있으며, 시설이 확대되고 있는 애니메이션 캐릭터 체험관(뽀로로, 부르미즈, 코코몽, 딸기마을 등)은 캐릭터를 테마로 할 뿐 천편일률적인 유아의 신체발달 놀이 중심으로 구성되어 있어 사회·문화적 효과 체험관으로서의 위상은 정립되지 않음
- 정부는 관련 사업자에게 애니메이션의 에피소드와 관련된 사회적 교훈, 교육적 내용이나 정서발달과 관련된 체험과 학습 프로그램을 개발을 유도하고, 도입하는 경우 지원방안 검토

#### ○ 우수 에듀테인먼트 제작지원 검토 추진

- 교육적인 내용과 재미 요소가 결합된 에듀테인먼트 애니메이션의 개발을 장려하는 지원

### 체계 도입

- 연구결과에서 보듯이 교육용 애니메이션 혹은 간접경험의 도구로서의 애니메이션의 효용성은 매우 높으며, 한국의 교육용 애니메이션의 국제경쟁력 또한 높은 것으로 알려져 있어 에듀테인먼트 애니메이션의 전문화와 국제화 지원을 확대할 필요 있음
- 미국의 애니메이션 전문채널(니켈로디언, 디즈니 등)의 경우도 특히 미취학 연령대를 대상으로 하는 애니메이션의 경우 교육용 애니메이션이나 애니메이션의 교육적 커리큘럼을 요구하는 경향이 있어 에듀테인먼트적 요소의 구비는 미국시장을 비롯한 글로벌시장 진출에 필요한 요소임
- 애니메이션 개발시 교육적 내용에 대한 전문가 감수, 교육적 커리큘럼 동시 개발, 교육제품 동시 기획, 애니메이션 프로모션 이벤트로서 애니메이션의 사회적·문화적 효용에 대한 설명회, 강연 추진 등에 대한 정부지원 체계 마련 필요



## 참고문헌

### 단행본

- Bruno Bettelheim, 『Psychanalyse des contes de fées』, Pocket, 1999.
- Claude Allard & Cécile Doll, 『Qu'est-ce qu'il y a là-tout ?』, Albin Michel, 2005.
- Françoise Soury-Ligier, 『Parle petit, là-tout-tout!』, L'Harmattan, 2003.
- Geneviève Djati, 『Psychanalyse des dessins animés』, Pocket Evolution, 2001.
- Michelle Reeves, Measuring Economic and Social Impact of the Arts: a review, 2002.
- Nicolas Montigneaux, 『Les marques parlent aux enfants grâce aux personnages imaginaires』, Editions d'Organisation, 2002.
- Serge Tisseron, 『Manuel à l'usage des parents dont les enfants regardent trop la télévision』, Bayard, 2004.
- Serge Tisseron, 『Enfants sous influence, les écrans rendent-ils les jeunes violents ?』, Armand Colin, 2000.
- Stéphane Clerget, 『Enfants accros de la télévision!』, Marabout, 2003.
- 김치완, 애니메이션으로 떠나는 철학여행, 인문산책, 2011.
- 모리 아키오, 게임 뇌의 공포, NHK출판, 2002. (森 昭雄, ゲーム脳の恐怖, NHK出版, 2002)
- 모리 아키오, IT에 살해당하는 아이들-만연하는 게임 뇌, 코단사, 2004 (森 昭雄, ITに殺される子どもたち-蔓延するゲーム脳, 講談社, 2004)
- 박기수, 애니메이션 서사 구조와 전략 : 애니메이션 서사가 힘이다, 논형학술, 2004.
- 사카모토 아키라, 미디어와 인간의 발달-텔레비전, 텔레비전 게임, 인터넷 그리고 로봇트의 심리적 영향, 학문사, 2003. (坂元 章, メディアと人間の発達-テレビ、テレビゲーム、インターネット、そしてロボットの心理的影響, 学文社, 2003)
- 사카모토 아키라, 텔레비전 게임과 아이들의 마음, 메타모루출판, 2004. (坂元 章, テレビゲームと子どもの心-子どもたちは凶暴化していくのか?, メタモル出版, 2004)
- 재단법인 일본디지털콘텐츠협회, 일본디지털콘텐츠백서 2011, 2011. (日本デジタルコンテンツ協会, デジタルコンテンツ白書2011, 2011)
- Lawrence Kutner & Cheryl Olson, Grand Theft Childhood: The Surprising Truth About Violent Video Games, Simon & Schuster, 2008

## 논문

Daniel Anderson, "Watching Children Watch Television and the Creation of Blue's Clues," in Nickelodeon Nation: The History, Politics, and Economics of America's Only TV Channel for Kids, ed. Heather Hendershot, New York: New York University Press, 2004.

J r me Lacari re, <L'Impact des dessins anim s sur les enfants : comprendre pour agir>, EFAP 졸업논문, 2007.

Joshua Guetzkow, How the Arts Impact Communities: an introduction to the literature on arts impact studies, Center for Arts and Cultural Policy Studies, 2002.

Maguy Chailly, <D cryptage d'images ou Ce qu'on voit la t l vision peut-il se passer vraiment?>, Revue Fran aise de P dagogie, nQ 128, juillet-ao t-septembre 1999, 55-62.

[http://www.inrp.fr/publications/edition-electronique/revue-francaise-de-pedagogie/INR\\_P\\_RF128\\_6.pdf](http://www.inrp.fr/publications/edition-electronique/revue-francaise-de-pedagogie/INR_P_RF128_6.pdf)

사카키바라 요이치, 고도정보화사회에서 마음의 발달, 모자보건정보 제54호, 2006년11월 (榊原洋一、高度情報化社会における心の発達、母子保健情報第54号、2006年11月).

[http://www.aiiku.or.jp/aiiku/jigyo/contents/kaisetsu/ks0705/ks0705\\_2.pdf](http://www.aiiku.or.jp/aiiku/jigyo/contents/kaisetsu/ks0705/ks0705_2.pdf)

시미즈 케이수케·수기무라 노리유키, 텔레비전 게임이 어린이들에게 미치는 심리적 영향, 교육실천학 연구 6, 2000 (清水圭介·梶村憲之、テレビゲームが子供たちに与える心理的影響、教育実践学研究6、2000).

[http://ci.nii.ac.jp/els/110000086374.pdf?id=ART0000430287&type=pdf&lang=en&host=cinii&order\\_no=&ppv\\_type=0&lang\\_sw=&no=1316943129&cp=](http://ci.nii.ac.jp/els/110000086374.pdf?id=ART0000430287&type=pdf&lang=en&host=cinii&order_no=&ppv_type=0&lang_sw=&no=1316943129&cp=)

시부야 아키코, 텔레비전 게임이 어린이의 심리에 미치는 영향, 세키구치글로벌연구회(SGRA), 텔레비전 게임이 어린이의 성장에 미치는 영향에 대해 생각한다, 제35회 SGRA포럼, 2009 (渋谷明子、テレビゲームが子供たちの心理に与える影響、関口グローバル開発研究会(SGRA)、第35回SGRAフォーラム、2009).

<http://www.aisf.or.jp/sgra/member/nikkan/report/SGRAreport51.pdf>

아오키 마사루, 일본 애니메이션 산업의 현황과 과제, 환경과 경제: 시주오카산업대학논집, 제12

권제2호, 2006 (青木 優, 日本アニメ産業の現状と課題、環境と経済:静岡産業大学論集, 第12巻第2号, 2006).

[http://ci.nii.ac.jp/els/110006459187.pdf?id=ART0008476252&type=pdf&lang=en&host=cini&order\\_no=&ppv\\_type=0&lang\\_sw=&no=1316945135&cp=](http://ci.nii.ac.jp/els/110006459187.pdf?id=ART0008476252&type=pdf&lang=en&host=cini&order_no=&ppv_type=0&lang_sw=&no=1316945135&cp=)

이케이마 카주오·사카모토 히데노리, 초등학교 아동과 만화, 텔레비전 프로그램, 카고시마대학교 교육학부 연구기요, 인문·사회과학편, 1996 (池山和子·坂本英紀, 小学校児童とマンガ、テレビ番組, 鹿児島大学教育学部紀要人文・社会科学編, 1996).

[http://ir.kagoshima-u.ac.jp/bitstream/10232/7742/1/AN00408529\\_1995\\_006.pdf?type=0&lang\\_sw=&no=1316943034&cp=](http://ir.kagoshima-u.ac.jp/bitstream/10232/7742/1/AN00408529_1995_006.pdf?type=0&lang_sw=&no=1316943034&cp=)

일본무역진흥기구 일본경제정보과, 일본 애니메이션산업 동향, JETRO Japan Economic Monthly, 2005년6월 (日本貿易振興機構日本經濟情報課, 日本のアニメーション産業の動向, JETRO Japan Economic Monthly, 2005年6月).

[http://www.jetro.go.jp/jfile/report/05000977/05000977\\_001\\_BUP\\_0.pdf](http://www.jetro.go.jp/jfile/report/05000977/05000977_001_BUP_0.pdf)

Yuwen SUN, 일본 애니메이션 시청자의 국제비교분석-JGSS-2208과 TSCS-2008의 데이터를 활용하여, 일본판 종합적사회조사공동연구거점 연구논문집(JGSS) No.7, 2008 (孫郁雯, 日本アニメ-視聴者の国際比較分析-JGSS-2008とTSCS-2008のデータを用いて, 日本版総合的社会調査共同研究拠点研究論文集(JGSS Research Series) No.7, 2008).

[http://jgss.daishodai.ac.jp/research/monographs/jgssm10/jgssm10\\_14.pdf](http://jgss.daishodai.ac.jp/research/monographs/jgssm10/jgssm10_14.pdf)

쿠레이시 와타루·요시다 케이코, 텔레비전은 어린이의 성적에 영향을 미치는가, 모모야마대학 경제경영논집 제51권제1호, 2009 (暮石 渉·吉田恵子, テレビは子供の成績に影響を与えるか?, 桃山学院大学經濟経営論集, 第51巻第1号, 2009).

<http://www.kiser.or.jp/ja/others/pdf/02.pdf>

## 조사보고서

〈Le marche de l'animation 2009〉, CNC, juin 2010.

〈Bilan 2010, les films : les programmes audiovisuels, la production, la distribution, l'exploitation, l'exportation, la vidéo, les nouveaux médias〉, CNC, 2011.

국립국회도서관, 어린이의 정보행동에 관한 조사연구, 도서관 조사연구 리포트 NO.10, 2008 (国会図書館, 子どもの情報行動に関する調査研究, 図書館調査リポート NO.10, 2008).

<http://current.ndl.go.jp/report/no10>

노동정책연구·연수기구, 콘텐츠산업의 고용과 인재육성-애니메이션산업 실태조사, 노동정책연구보고서No.25, 2005 (労働政策研究・研修機構、コンテンツ産業の雇用と人材育成、労働政策研究報告書 No.25, 2005).

<http://www.jil.go.jp/institute/reports/2005/documents/025.pdf>

문부과학성, 어린이의 미디어 접촉과 심신발달에 관한 조사·연구 2005년도 사업보고서, 2005 (文部科学省、子どものメディア接触と心身の発達に関する調査・研究 2005年度事業報告書、2005).

[http://www.mext.go.jp/a\\_menu/sports/ikusei/06112702.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/ikusei/06112702.htm)

미디어개발중연, 애니메이션 시장분석 프로젝트, 2011.

NHK방송문화연구, <어린이에게 좋은 방송 프로젝트> 조사연구보고서 (NHK放送文化研究所、“子どもによい放送”プロジェクト調査結果報告、2003~).

[http://www.nhk.or.jp/bunken/research/category/bangumi\\_kodomo/kekka.html](http://www.nhk.or.jp/bunken/research/category/bangumi_kodomo/kekka.html)

일본공정거래위원회회사무총국, 애니메이션산업에 관한 실태조사보고서, 2009 (公正取引委員会事務総局、アニメーション産業に関する実態調査報告書、2009).

<http://www.jftec.go.jp/pressrelease/09.january/090123houkokusyo01.pdf>

일본무역진흥기구 일본경제정보과, 일본 애니메이션산업의 동향(Industrial Report, JETRO Japan Economic Monthly), 2005.

일본종합연구소, 『네오 애니메』 산업 비즈니스 모델에 관한 조사연구, 2007 (日本総合研究所、『neo anime』産業のビジネスモデルに関する調査研究、2007).

[http://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/contents/downloadfiles/anime.pdf](http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/downloadfiles/anime.pdf)

카나가와현청소년문제협의회, 2008/2009 카나가와현청소년문제협의회보고서 정보화사회에서 어린이와 미디어의 관계, 2010 (神奈川県青少年問題協議会、2008/2009神奈川県青少年問題協議会報告：情報化社会における子どもとメディアとの関わり-乳幼児期から小学校低学年期を中心に、2010).

<http://www.pref.kanagawa.jp/uploaded/attachment/47822.pdf>

일본동화협회, 일본동화협회회원대상 앙케이트 결과개요/애니메이션 산업 리포트, 2011.

[http://www.aja.gr.jp/data/doc/100908\\_08aja\\_ans.pdf](http://www.aja.gr.jp/data/doc/100908_08aja_ans.pdf)

-----, 일본 애니메이션업계·시장의 최근 동향, 2011.

[http://www.aja.gr.jp/data/doc/100908\\_08aja\\_ans.pdf](http://www.aja.gr.jp/data/doc/100908_08aja_ans.pdf)

-----, 일본 애니메이션산업의 해외전개, 2011.

<http://www.aja.gr.jp/data/doc/sekaikeiyaku-0509.pdf>

-----, 일본 애니메이션 제작회사의 분포, 2011.  
<http://www.aja.gr.jp/data/doc/seisakugaisya-0428.pdf>  
 Bandai Visual, 어린이 DVD 시청·구입상황 앙케이트, 2009.  
<http://www.bandavisual.co.jp/pdf/2009/pr090723-2.pdf>  
 Eye Share, 텔레비전 게임이 어린이에게 미치는 영향력 조사, 2008.  
[http://www.gamenews.ne.jp/archives/2008/09/6\\_56.html](http://www.gamenews.ne.jp/archives/2008/09/6_56.html)  
 HMV, 애니메이션에 관한 의식조사, 2010.  
<http://www.hmv.co.jp/news/article/1007050057/>  
 MACHICOMI, 어린이 텔레비전 시청에 관한 앙케이트, 2010.  
[http://machicomi.jp/research/report\\_026/](http://machicomi.jp/research/report_026/)  
 MACROMILL, 어린이 텔레비전 및 비디오 시청에 관한 앙케이트, 2004.  
[http://www.macromill.com/r\\_data/20040623media/](http://www.macromill.com/r_data/20040623media/)  
 My Voice, 애니메이션에 관한 조사, 2008.  
 (<http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/11910/index.html>)  
 한국콘텐츠진흥원, 2009 해외콘텐츠 시장조사(애니메이션), 2010.1.  
 한국콘텐츠진흥원 전략정책본부 정책연구팀, 한국 애니메이션 산업의 주요 현안과 개선방향,  
 2011.07.

#### 웹사이트

투니랜드 : <http://www.tooniland.com>

한국영상자료원 애니메이션 DB : <http://www.anidb.or.kr>

L'influence de la t l sur les enfants

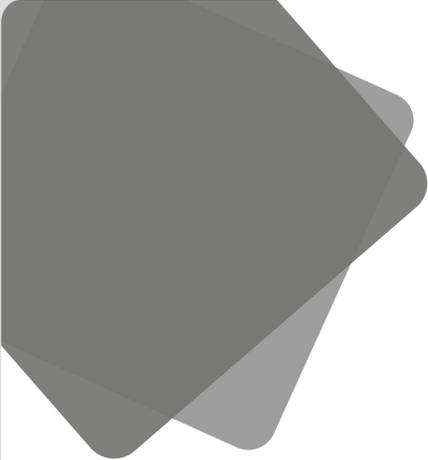
: [www.media-awareness.ca/francais/.../television/influence\\_tele.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/.../television/influence_tele.cfm) -

CSA (Conseil Sup ieur de l'Audiovisuel) : <http://www.csa.fr>

CNC (Centre national du cin ma et de l'image anim e) : <http://www.cnc.fr>

The Numbers: <http://www.the-numbers.com>





# 부 록



## [부록1] 애니메이션에 대한 학부모 인식조사 설문지

선문1. 지역

- |       |        |
|-------|--------|
| 1. 서울 | 9. 강원  |
| 2. 부산 | 10. 충북 |
| 3. 대구 | 11. 충남 |
| 4. 인천 | 12. 전북 |
| 5. 광주 | 13. 전남 |
| 6. 대전 | 14. 경북 |
| 7. 울산 | 15. 경남 |
| 8. 경기 | 16. 제주 |

선문2. 성별(면접원 : 묻지 말고 기록)

1. 남자
2. 여자

선문3. 슬하에 자녀가 있으십니까?

1. 자녀 없음 → 설문 중단
2. 자녀 있음 → 선문4

선문4. 자녀는 몇 명입니까?

\_\_\_\_\_ 명

선문5. 가장 어린 자녀의 나이는 만으로 몇 살입니까?

만 \_\_\_\_\_ 세 → 만3세 미만이거나 만12세 초과일 경우 설문 중단

선문6. 귀하의 연세는 만으로 어떻게 되시나요?

만 \_\_\_\_\_ 세

<일러두기>

※ 지금부터 설문에서 말하는 자녀는 귀 닥의 가장 어린 자녀를 의미합니다. 자녀가 1명일 경우에는 그 자녀에 대해서 말씀해주시면 됩니다.

※ 애니메이션은 ‘만화나 인형을 이용하여 그것이 마치 살아 있는 것처럼 생동감 있게 촬영한 영화’를 의미합니다. 텔레비전, 비디오, 극장에서 상영하는 모든 영화를 포함합니다.

※ 지금부터 하실 문항 중에는 자녀의 애니메이션 시청 행태와 관련한 문항이 일부 있습니다. 만약 귀하께서 해당 문항에 대해 잘 모른다고 판단되실 경우 해당 자녀에게 물어봐서 응답해주시기 바랍니다.

문1. 최근 1년 기준으로 귀 닥 자녀의 애니메이션 시청 빈도는 어느 정도 되시나요?

※ 애니메이션 시청은 자녀가 애니메이션을 보기 시작 한 후 30분 이상 정도 시청한 것을 1번으로 생각하시면 됩니다.

1. 거의 매일
2. 일주일에 3-4번
3. 일주일에 1-2번
4. 1개월에 2-3번
5. 1개월 한번
6. 2-3개월에 한번
7. 4-6개월에 한번
8. 1년에 한번 이하

문2. 귀 닥 자녀가 최근 애니메이션을 시청하는 정도는 작년과 비교하여 어떻게 변화한 것 같으신가요?

1. 작년과 비교하여 감소했다
2. 작년과 비슷하다
3. 작년과 비교하여 증가했다

문3-1. 귀 닥 자녀의 애니메이션 1회 평균 시청 시간을 적어주세요.

● 주중(월,화,수,목,금) 1회 시청시간: 평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분

● 주말(토,일) 1회 시청시간: 평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분

※ 1회 시청 시간이란 자녀가 애니메이션 보기 시작 한 후 본인의 의사로 보지 않을 때까지의 시간을 의미합니다.

문3-2. 귀 닥 자녀는 하루 평균 몇 시간 정도 애니메이션을 보는지요?

● 주중(월,화,수,목,금) 1일 시청 시간: 평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분

● 주말(토,일) 1일 시청 시간: 평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분

문4-1. 귀 닥 자녀는 주중(월,화,수,목,금)에 주로 언제 애니메이션을 보는지요?

1. 오전 9시 이전
2. 오전 9 - 12시
3. 오후 12 - 3시
4. 오후 3 - 6시
5. 저녁 6 - 9시
6. 저녁 9 - 12시

문4-2. 귀 닥 자녀는 주말(토,일)에 주로 언제 애니메이션을 보는지요?

1. 오전 9시 이전
2. 오전 9 - 12시
3. 오후 12 - 3시
4. 오후 3 - 6시
5. 저녁 6 - 9시
6. 저녁 9 - 12시

문5. 귀 닥 자녀가 애니메이션을 볼 때 주로 같이 보는 사람은 누구인가요?

1. 부모와 같이
2. 형제, 자매와 같이
3. 친구와 같이
4. 그 외에 다른 사람과 같이
5. 혼자

문6 귀 닥의 자녀가 최근에 가장 선호하는 애니메이션 작품을 두 가지만 적어주세요.

- 가장 좋아하는 애니메이션: \_\_\_\_\_
- 다음으로 좋아하는 애니메이션: \_\_\_\_\_

※ 아래 제목은 예시이므로 관계없이 적으시면 됩니다.

<제목 예시>

국내 애니메이션: 뽀롱뽀롱 뽀로로, 아기공룡둘리, 검정고무신, 코코몽, 꼬마버스타요, 깨미, 부릉! 부릉! 브루미즈, 로보카 폴리 등  
해외 애니메이션: 메이저, 짱구는 못말려, 도라에몽, 명탐정코난, 개구리 중사 케로로, 원피스, 나루토, 포켓몬 등

문7. 귀하께서는 애니메이션 작품에 대한 정보는 주로 무엇을 통해 얻으시나요? 아래 보기 중에 한 가지만 선택해 주세요.

1. 친구나 주변인
2. TV/신문/잡지/인터넷의 기사
3. 인터넷 동호회/카페
4. 인터넷 애니메이션 사이트
5. 단행본에 들어있는 다른 애니메이션 광고
6. 애니메이션 전문잡지
7. 대여점 주인
8. 기타 \_\_\_\_\_

문8. 귀댁의 자녀가 볼 애니메이션은 주로 누가 선택하는 편인가요? 부모와 자녀의 영향력을 각각 쓰시되 합이 100이 되게 작성해주세요.

선택 결정권자 비중	
부모 _____	%
자녀 _____	%
합계 100 %	

문9. 귀하께서 자녀에게 보여줄 애니메이션을 선택하실 때 기준은 무엇인가요? 중요한 순서대로 2가지만 말씀해 주세요.

● 가장 : \_\_\_\_\_ ● 그 다음 : \_\_\_\_\_

1. 스토리의 재미
2. 주인공, 배경 등 디자인의 우수성
3. 교육적 효과
4. 제작 국가
5. 시청등급(12세 연령가, 15세 연령가 등)
6. 기타 \_\_\_\_\_

문10. 귀댁의 자녀가 애니메이션을 시청할 때 주로 이용하는 매체는 무엇인가요?  
 주로 이용하는 순서대로 2가지만 말씀해 주세요.

● 가장 : \_\_\_\_\_ ● 그 다음 : \_\_\_\_\_

1. 지상파 TV
2. IP TV
3. 케이블 및 위성방송의 애니메이션 전문채널
4. DVD/비디오
5. 컴퓨터
6. 극장
7. MP3, PMP, 핸드폰, 아이패드 등 모바일 단말기

문11. 자녀의 애니메이션 시청이 자녀의 성장이나 발달에 어떠한 영향을 미친다고  
 생각하십니까?

1. 전혀 도움이 되지 않는다
2. 별로 도움이 되지 않는 편이다
3. 반반이다
4. 도움이 되는 편이다
5. 매우 도움이 된다

문12. 애니메이션 시청이나 관람이 귀 댁 자녀에게 어떠한 영향을 주었다고  
 생각하십니까? 자녀가 지금까지 본 애니메이션의 영향을 종합적으로 고려하여  
 응답해 주시면 됩니다.

문12-1. [학습 측면]

		감 소					변 화 없 음					증 가
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
1.	언어능력											
2.	논리적 사고능력											
3.	창의력											
4.	호기심과 상상력											
5.	음악, 그림 등 예술에 대한 흥미											
6.	전반적으로 학습증진에 미친 효과											

문12-2. [심리 측면]

		감소					변 화 없 음					증 가
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
1.	스트레스 해소											
2.	즐거움											
3.	정서적 안정											
4.	집중력											
5.	자신감											
6.	전반적으로 심리안정에 미친 효과											

문12-3. [대인관계 측면]

		감소					변 화 없 음					증 가
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
1.	타인과의 소통 능력											
2.	타인에 대한 포용력											
3.	사교성											
4.	협동심											
5.	리더십											
6.	전반적으로 대인관계증진에 미친 효과											

문13-1. 귀하께서는 ‘우리나라 애니메이션’하면 어떤 느낌이 드세요?

		전혀 그렇지 않다		반반이다		매우 그렇다
		1.	2.	3.	4.	5.
1.	재미있다					
2.	교육적이다					
3.	선정적이다					
4.	폭력적이다					
5.	상업적이다					

문13-2. 귀하께서는 ‘해외 애니메이션’하면 어떤 느낌이 드세요?

		전혀 그렇지 않다		반반이다		매우 그렇다
		1.	2.	3.	4.	5.
1.	재미있다					
2.	교육적이다					
3.	선정적이다					
4.	폭력적이다					
5.	상업적이다					

문14. 귀하께서는 평소 애니메이션을 즐겨 보는 편이세요?

1. 전혀 그렇지 않다
2. 별로 그렇지 않다
3. 대체로 그렇다
4. 매우 그렇다

## 배경질문

배문1. 선생님께서는 학교를 어디까지 마치셨나요?

1. 중졸이하
2. 고졸
3. 대학(전문대 포함) 재학 및 졸업

배문2. \_\_\_님 닉의 한 달 가구소득은 얼마인가요? 보너스, 은행이자 등을 모두 포함하여 말씀해 주세요.

1. 200만원 이하
2. 201-300만원
3. 301-400만원
4. 401-500만원
5. 501만원 이상

배문3. 귀 닉에서는 현재 맞벌이를 하시나요?

1. 그렇다
2. 아니다

● 끝까지 설문에 참여하여 주셔서 대단히 감사합니다 ●

## [부록2] 애니메이션에 대한 어린이 인식조사 설문지

설문 대상 아동 연령은? (만 세) (남: 명, 여: 명)

<일러두기>

※ 애니메이션은 ‘만화나 인형을 이용하여 그것이 마치 살아 있는 것처럼 생동감 있게 촬영한 영화’를 의미합니다. 텔레비전, 비디오, 극장에서 상영하는 모든 영화를 포함합니다.

문1. 여러분은 애니메이션을 얼마나 자주 보나요?

1. 매일
2. 주 1-2회 혹은 주말에만
3. 1년에 한 번 이하

문2. 여러분은 한 번 시청을 할 때 몇 시간 정도 애니메이션을 보나요?

※ 애니메이션 시청은 애니메이션을 보기 시작 한 후 30분 정도(시리즈물 1편) 시청한 것을 1번으로 생각하시면 됩니다.

1. 30분
2. 1시간
3. 2시간 이상

문3 여러분은 주로 몇 시쯤 애니메이션을 보나요?

1. 오전 9시 이전 (유아의 경우 어린이집 혹은 유치원 등원 이전)
2. 오후 3시 이후 (유아의 경우 어린이집 혹은 유치원 하원 이후)
3. 오전, 오후 모두

문4. 애니메이션을 누구랑 같이 보나요?

1. 어머니나 아버지랑 같이
2. 부모님을 제외하고 동생, 언니나 누나, 형과
5. 혼자

문5. 여러분이 좋아하는 애니메이션을 두 가지만 적어주세요.

가장 많이 나온 답변을 두 가지로 적어주세요.

※ 아래 제목은 예시이므로 관계없이 적으시면 됩니다.

<제목 예시>

국내 애니메이션: 뽀롱뽀롱 뽀로로, 아기공룡 둘리, 검정고무신, 코코몽, 꼬마버스타요, 깨미, 부릉! 부릉! 브루미즈, 로보카 폴리 등  
해외 애니메이션: 메이저, 짱구는 못말려, 도라에몽, 명탐정코난, 개구리 중사 케로로, 원피스, 나루토, 포켓몬 등

문6. 어떤 애니메이션을 볼지 주로 누가 정하나요? 어머니나 아버지인가요, 자기인가요?

1. 엄마, 아빠가 정해준 프로그램만 본다.
2. 본인이 보고 싶은 것을 본다.

문7. 애니메이션을 고를 때 어떤 것을 먼저 생각하나요? (중요한 순서대로 2가지만 말씀해 주세요)

1. 재미있는 것
2. 배울 점이 많은 것

문8. 애니메이션은 어떤 기기로 보나요?

1. 텔레비전으로만
2. 텔레비전 외 컴퓨터
3. 텔레비전, 컴퓨터 외 MP3, PMP, 핸드폰, 아이패드 등 모바일 단말기

문9. 애니메이션 보면 학습이나 생활에 도움이 된다고 생각하나요?

1. 전혀 도움이 되지 않는다
2. 보통이다
3. 도움이 되는 편이다

문10. 애니메이션 보면 어떤 것에 도움이 되나요?

문10-1. [학습 측면]

1. 애니메이션에서 나온 말을 사용해 본 적이 있다.

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

2. 똑똑해지는 것 같다.

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

3. 애니메이션을 보고 그림이나 음악을 좋아하게 되었다.

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

문10-2. [심리 측면] 애니메이션을 보면 즐겁고 신이난다.

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

문10-3. [대인관계 측면] 애니메이션을 보고나서 친구들과 더 친하게 지낼 수 있다.

(친구들 간에 애니메이션이나 관련 캐릭터 얘기를 한다)

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

문11-1. 우리나라 애니메이션을 보면 어떤 느낌이 드나요?

(예시 : 뽀롱뽀롱 뽀로로, 아기공룡둘리, 검정고무신, 코코몽, 꼬마버스타요, 깨미,  
부릉부릉, 브루미즈, 로보카 폴리 등)

1. 재미있다.

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

2. 공부에 도움이 된다.

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

3. 싸우는 거나 때리는 장면이 많다.

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

문11-2. 외국 애니메이션을 보면 어떤 느낌이 드나요?

(예시 : 메이저, 짱구는 못말려, 도라에몽, 명탐정코난, 개구리 중사 케로로, 원피스, 나루토, 포켓몬 등)

1. 재미있다.

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

2. 공부에 도움이 된다.

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

3. 싸우는 거나 때리는 장면이 많다.

① 그렇다(        )    ② 보통이다(        )    ③ 아니다(        )

## 배경질문

배문1. 아버지, 어머니가 모두 일을 하시나요?

1. 네

2. 아니오

● 끝까지 설문에 참여하여 주셔서 대단히 감사합니다 ●



연구진

책임연구원 : 양 현 미 (상명대 문화예술경영학과 교수)

공동연구원 : 김 세 훈 (상명대 문화예술경영학과 교수)

민 현 준 (서울대학교 강사)

한 상 정 (한국예술종합학교 강사)

박 영 일 (한국콘텐츠진흥원 수석연구원)

보조연구원 : 안 승 기 (상명대 문화예술경영학과 석사과정)

심 창 훈 (홍익대학교 지식재산대학원 석사과정)

연구 조 원 : 진 시 윤 (상명대 문화예술경영학과 학부생)

감 수 : 윤 호 진 (한국콘텐츠진흥원 정책연구팀장)

koCCA 연구보고서 11-35

## 애니메이션이 어린이·청소년층에 미치는 사회·문화적 영향 분석

발 행 인 : 이재웅

발 행 일 : 2011년 8월 31일

발 행 처 : 한국콘텐츠진흥원

서울 마포구 월드컵북로 400

전화 (02) 3153-1114 / 팩스 (02) 3153-1115

인쇄처 : (사)한국장애인이워크협회

ISBN: 978-89-6514-119-8 93600

비매품