

# 델파이 기법을 이용한 애니메이션의 재미요소 도출

## Factor Analysis for Fun of Animation Using Delphi Technique

성례아

백석대학교 디자인영상학부

Re-A Sung(leo@bu.ac.kr)

### 요약

21세기에 급부상하고 있는 가치는 재미이다. 특히, 애니메이션에서의 재미는 흥행과 관련된 것으로 애니메이션의 산업 발전에 중요한 역할을 하지만, 애니메이션의 연구 중 재미에 관한 논의는 매우 부족하다. 따라서 이 연구에서는 애니메이션의 재미가 무엇인지, 애니메이션의 어떠한 요소들이 관객에게 재미를 경험하게 하는지를 살펴볼 것이다. 먼저, 애니메이션의 재미에 대한 이해를 돕고자 재미 이론을 살펴보았다. 이를 바탕으로 애니메이션의 독특한 특성과 관련된 재미요소의 초안을 마련하였다. 이 초안을 가지고 총 3회에 걸친 델파이 조사(총14명)를 통해 재미요소를 도출한 후, 이를 과학적으로 검증하기 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 시행하여 최종적으로 애니메이션의 재미요소를 스토리의 재미요소, 이미지의 재미요소, 사운드의 재미요소, 움직임의 재미요소, 심리적 재미요소로 도출하였고, 세부항목으로는 18개의 항목이 도출되었다.

■ 중심어 : | 애니메이션 | 재미 | 델파이 |

### Abstract

The value that is emerging in the 21st century is fun. To be involved in the fun of the show and animation, especially plays an important role in the development of the animation industry. However, the discussion of research in the fun of the animation is very low. Therefore, in this study, what is the fun of animation, animation of any element how to experience the fun for the audience will see. First, I looked for fun animation to help you understand the theory of fun. I prepared a draft of a fun factor associated with the unique characteristics of the animation. Conducted a factor analysis and reliability analysis of the final draft through the Delphi survey across a total of three times, and then derive an element of fun to it scientifically proven derive the animation of an element of fun. Through this process, the fun factor of the animation was drawn to the fun factor of 5(story, image, sound, movement, psychology) and the details of 18.

■ keyword : | Animation | Fun | Delphi |

## 1. 서론

21세기의 핵심가치는 재미이다[1]. 행복보다는 성공

을 우선시하는 사회적 가치 때문에 재미와 즐거움의 추구는 어리석은 일이라 여겨져 왔다. 하지만 최근 들어 이러한 경향은 점점 변화되고 있다. 경쟁이 만연한 사

회에서 재미와 즐거움은 스트레스를 해소하는 역할을 할 뿐만 아니라, 창의성을 자극하고 생산성을 극대화하는 중요한 역할을 담당하게 된 것이다. 재미의 중요성이 주목받으면서 경영, 교육, 마케팅, 콘텐츠산업, 여가산업 등 많은 분야에서 재미를 추구하고 있다. 편 경영, 편 리더십은 직원들에게 재미있게 일할 수 있는 분위기를 만들어 주어, 일의 능률을 향상시킨다. 소비자들 또한 재미를 원한다. 소비자들은 실용적인 목적으로 상품을 소비하기도 하지만, 재미, 슬픔, 공포, 놀라움과 같은 감성적 차원[2]을 목적으로 상품을 소비하기도 한다. 최근에는 단순히 웃기고 재미있다는 이유로 제품을 구매하는 사람들이 늘고 있다[3]. 제품이 필요해서 구매하는 것이 아니라, 소비자에게 얼마나 많은 재미와 즐거움을 주느냐가 중요한 구매요인이라는 것이다. 소비의 감성적 차원(재미, 슬픔, 공포 등)은 애니메이션, 영화, 음악과 같은 문화상품을 소비하는 목적이다. 세계적으로 큰 인기를 끌었던 싸이의 강남스타일만 보더라도 그렇다. 싸이의 강남스타일은 유튜브에 올려져있는 뮤직비디오를 통해 급속도로 전 세계에 퍼져 나갔다. 그의 음악이 음악적으로 뛰어나다기보다는 반복되는 가사와 코믹하고 촌스럽기도 한 뮤직비디오 영상이 소비자들에게 재미를 주었기 때문이다. 이처럼 재미의 가치는 21세기에 급부상하고 있다.

사람들은 주로 재미를 얻기 위하여 애니메이션을 관람한다. 할리우드의 애니메이션이 강세인 이유도 수준 높은 스토리텔링과 3D 입체영상 기술로 관객에게 재미를 주었기 때문[4]이며, 어린이들이 TV 애니메이션에서 가장 중요하게 생각하는 것도 재미와 액션[5]이다. 재미는 애니메이션의 흥행 여부와 관련된 것으로, 애니메이션이 관객에게 재미를 제공해야 한다는 점은 논란의 여지가 없다. 따라서 이 연구는 재미에 대한 이론을 바탕으로 애니메이션에서 재미를 유발하는 요소들을 도출하고자 한다.

## II. 재미관련 이론

### 1. Fun의 개념

Fun이라는 단어는 어리석다, 속이다, 꿀탕을 먹이다라는 의미로 18세기까지 사용되었다. 지금 같이 흥분되거나 즐거움과 관련된 의미로 사용된 것은 산업혁명 이후의 일이다[6]. 산업혁명으로 노동이 기계화되고 합리화되어, 시간의 개념이 일하는 시간과 여가 시간으로 나누어지는 과정에서 Fun이라는 용어가 나타난 것으로, Fun은 쉬거나 놀이할 때 경험되는 것이다. 호이징가(Huizinga)도 재미는 놀이의 본질이자 존재 이유[7]라고 하였으며, 재미를 경험하게 하는 통로인 놀이를 문화에 포함시켜 놀이의 중요성을 주장하였다. 쉴러(Schiller)는 인성이 감각충동과 이성충동이라는 두 가지 기본 충동으로 이루어진다고 규정하고, 인성의 통일은 감각충동과 이성충동이 조화롭게 결합한 유희충동에서 가능하며 유희(놀이)를 통해서만 인간은 온전하여진다[8]고 주장하였다. 그러므로 유희충동을 통한 재미의 추구는 인간 내면의 욕구에 따른 것이라 할 수 있다.

어느 누구도 재미(Fun)의 실체에 대해서는 부정할 수 없지만, 재미란 용어를 정확하게 정의내리기가 쉽지 않다. 따라서 재미의 다양한 개념에 대한 검토가 필요하다. 스테빈스(Stebbins)는 재미가 쾌락주의자의 자아만족을 주는 활동으로, 재미있는 경험에는 쾌락 그 이상의 어떤 것이 내포되어 있으며, 쾌락의 지향이라는 특성이야말로 여가에서 필수적인 요소[9]라 보았다. 켈리(Kelly)에 따르면, 재미는 무엇인가를 행함으로써 얻어지는 즉각적이고 즐거운 경험[10]이며, 건터와 스탠리(Gunter & Stanley)는 재미는 유희함과 즐거움 속에서 항상 확인될 수 있으며 놀이와 밀접한 관계가 있다[11]고 하였다. 놀이는 비교적 그 자체가 목적인 자기목적적인 활동이며 놀이에 참가하는 행동이 바로 즉각적으로 보상되기 때문이다. 포딜착(Podilchak)은 재미는 어떤 활동에 대한 의식적인 선택과 자유가 있다는 전제하에 그 활동에 적극 참여하고 열중함으로써 경험되는 것으로, 보상이나 목적을 기대하지 않고 그 활동 자체에만 몰두하여 얻는 적극적인 감정 상태이며 흥분을 유발하는 것[12]이라고 보았다.

이렇듯 재미라는 개념 속에는 오락, 웃음, 놀이, 기쁨, 욕망, 만족 등의 의미를 포함하고 있으므로 쉽게 정의하기 어렵지만, 위에서 언급된 재미의 개념을 종합해

보면, 재미는 대상이나 사물로 구성된 것이 아니라 다양한 문화적 생산물을 통해 경험되어지는 감정적 반응을 가리키는 용어임과 동시에 재미는 유희충동을 충족시키기 위한 자기 목적적인 활동을 함으로써 경험되는 적극적인 감정 상태로 삶을 지탱하는 힘이라 할 수 있을 것이다.

브리스와 한센잘(Blythe & Hanssenszahl)에 따르면, 재미는 사소함(Triviality), 반복(Repetition), 볼거리(Spectacle), 위반(Transgression)이라는 경험적이고 문화적인 의미를 지닌다[13]. 궁극적으로 Fun은 일에서의 해방이라는 의미가 있기 때문에, 재미를 주는 것은 사소하고 시시한 것이며, 자신에게 큰 의미도 없다. 드보르(Debord)의 말처럼 재미는 우리의 감각을 현혹해 명하게 만든다. 재미를 경험하는 동안 사람들은 자기로부터 벗어나, 자신의 문제를 더 이상 중요하게 생각하지 않는다. 그러므로 재미는 자기 자신에 집중함으로써 얻어지는 것이 아니라, 그렇지 않음으로써 경험된다.

재미는 반복을 통해 경험된다. 베르그송(Bergson)도 희극성의 요소로 반복을 언급하고 있다. 반복은 일련의 사건들이 새로운 환경이나 분위기에서 몇 번이고 되풀이되는 것으로 변화하는 삶의 흐름과 대조를 이루는 것이다. 재미는 반복되는 것이 좀 더 복잡하고 자연스럽게 이어지거나 의미가 중복되는 것을 통해 경험된다. 드라마와 영화 같은 대중문화도 특정 테마의 반복에 기초한 끝없는 변형에 관심을 두며, 컴퓨터 게임도 키보드와 마우스의 반복적인 조작뿐 아니라, 뛰고 싸우는 등의 행동을 반복함으로써 재미를 경험한다.

재미있는 것은 스펙터클하다. 화려한 볼거리와 현란한 색상은 재미의 신호이다. 시각적인 볼거리로 가득한 할리우드영화는 우리에게 더 많은 재미를 준다. 지각된 스펙터클의 강도에 따라 재미의 경험에도 차이가 나므로, 주위를 끌기 위해 더욱 더 자극적이고 폭력적인 볼거리가 지속적으로 요구된다. 그러므로 재미는 화려한 시각적인 자극이다.

재미의 경험은 위반을 통해서 가능하다. 재미있는 것은 규범에서 어긋나고, 어딘가가 이상하고 올바르지 못한 것과 연관되며, 진지함이나 규칙으로부터 벗어난 일시적인 일탈이라 간주되어 질 수 있다. 재미가 사회문

화적인 규범으로부터 일탈과 위반을 일삼는다는 점에서 바흐친의 카니발적인 성격을 가진다고 할 수 있다. 위반한다는 것은 한 영역에서 다른 영역으로 경계를 넘어서고자 하는 인간의 통과 의례적인 의미, 억압에 대한 충들의 발산이라는 심리적 의미, 인간 주체의 자유의지에 대한 열망 등이 들어 있다고 볼 수 있다[14]. 따라서 위반은 인간의 본능적 호기심에서 비롯된다.

이처럼 재미는 사소하고 반복적이며 화려한 볼거리와 위반이라는 의미를 지닌다. 그러므로 재미는 경쟁이 만연한 현대사회에서 받은 스트레스를 해소하거나 자신이 가지고 있는 걱정거리나 문제로부터 벗어나 반복적이며 화려한 볼거리를 통해 기분을 전환한다는 의미를 지닌다고 할 수 있다.

## 2. 재미의 경험

재미는 주관적이다. 동일한 외부 자극이라 할지라도 인간의 내면 상태에 따라 재미를 경험할 수도 있고 그렇지 않을 수도 있다. 재미를 경험하기 위해서는 내적 요소와 외적 요소[15] 두 가지가 충족되어야 하며, 재미를 경험하기 위한 내적 요소는 인간의 주관적인 심리 상태를, 외적 요소는 재미를 유발하는 외부 자극을 말한다.

### 2.1 재미를 경험하는 심리적 상태

재미를 경험하기 위한 인간의 내적 요소는 목표, 의식, 감정 상태이다[16]. 사람들이 어떠한 목표와 의식, 감정 상태를 가졌는지에 따라 재미있는 경험이 될 수도 있고 재미없는 경험이 될 수도 있다. 이제 각각의 내적 요소들이 어떠한 상태에 놓였을 때 재미를 경험하게 되는지 살펴보고자 한다.

#### ① 목표에 따른 재미의 경험

목표는 어떤 목적을 이루려고 최종적으로 지향하는 것으로, 얼마나 한결같이 동기부여가 되느냐에 달려있다. 동기는 크게 내적 동기와 외적 동기로 분류된다. 내적으로 동기가 부여된 행동은 활동 자체가 목적이 되며 그 활동 자체로부터 만족을 느끼는 것이며, 외적으로 동기 부여된 행동은 보상이나 처벌의 회피와 같은 일정

한 목적을 달성하기 위한 것이다. 사람들은 외적 자극에 대해 단순히 수동적으로 반응하는 존재가 아니라 내적 동기를 통해 능동적으로 반응하는 존재이기 때문에 내적 동기에 대한 중요성이 강조되고 있다. 한센잘(Hanssenzahl)은 앵터(Apter)의 전환이론을 사용자의 경험에 응용하여 목표가 있고 없음의 여부에 따라 목표지향과 행동지향으로 구분하였다[17]. 정확한 목표가 있는 사람들은 목표 달성이 최우선이므로, 현재의 목표가 모든 행동을 결정하며 과정보다 결과를 중요시하고 목표를 달성한 뒤에 큰 만족감을 느낀다. 그러나 목표를 이루는데 너무 집착하게 되면 목표를 달성하는 과정에서 얻을 수 있는 재미는 무시되기 쉽다. 반면에 행동지향적일 때 사람들은 자발적이고 충동적이다. 그들은 행동이 중요하며 현재의 행동에 따라 목표를 결정하지만, 그 목표는 쉽게 변화될 수 있다. 또한, 미래에 대해 무관심하며 활동으로부터 얻어지는 감각적 쾌락을 경험하는데 만족하지만 자극이 사라지면 바로 지루해한다.

목표나 행동을 지향하는 것은 일반적으로 성격적인 특성이 아니라 어떠한 상태에서 나타나는 것으로, 제한된 시간 내에 과제를 완성해 제출하는 것을 예로 들 수 있다. 이와 같은 상황에서는 목표지향적이 될 수 있지만, 그러한 제한 없이 시간을 보내는 것이라면 행동지향적이 될 것이다. 즉 사람들은 어떤 활동을 하는 데 있어 목표지향적이 될 수도 있고 행동지향적이 될 수도 있다. 행동지향적인 상태에 있는 사람들은 어떠한 것을 얻기 위해서가 아니라 단순한 호기심이나 흥미에 이끌려 활동을 하게 되므로 재미와 같은 유희적인 요소들을 중요하게 생각한다. 따라서 목표지향보다는 행동지향적인 상태에서 재미를 경험할 수 있다.

## ② 의식에 따른 재미의 경험

의식은 경험의 인지적 측면[18]을 구성하며, 깨어있는 상태에서 자기 자신이나 사물에 대하여 느끼거나 인식하는 모든 정신 작용을 말한다. 의식은 지능이나 기억력과 같은 인지적 요소들을 활용해서 감각체를 통해 들어오는 다양한 정보들을 목표에 따라 순서화하는 기능을 한다[19]. 그러므로 명확한 목표에 따라 의식은 정

보들의 순서를 정하고, 그것들을 머릿속에 그려보고 해석하여 행동하게 하는 것이다. 이런 점에서 의식은 감각, 지각, 감정 사고와 같은 정보들을 집합시킨 후 우선순위를 정하는 정보본부로 의식을 통해서만 인간은 여러 감각이 전해주는 정보들의 우선순위를 파악하고, 행동하며 또 새로운 정보를 만들어 낼 수도 있다[20]. 의식이 있다는 것은 어떤 사건을 일으킬 수 있으며, 이 사건을 조절할 수 있다는 것이다. 현실에서는 경험이 의식의 내용을 구성하기도 하지만, 의식은 경험한 사건들을 능동적이고 선별하여 새로운 현실세계를 구성한다. 즉 의식은 감각기관에 의해 입력된 정보들을 처리하는 중심기관인 것이다.

의식의 수준은 각성된 정도에 따라 활성화와 비활성화 상태로 구분된다[21]. 의식이 각성된 상태에서는 자극에 반응하는 속도가 빠르지만, 각성이 덜 된 상태에서는 느리게 반응한다. 목표에 따라 의식의 각성도 달라진다. 목표를 추구할 때는 그 목표에만 주의를 기울이게 되며 목표 이외의 다른 것들은 잠시 잊어버리게 된다. 따라서 목표지향적인 상태에서 적절한 각성은 자신이 중요하게 생각하는 정보만을 질서정연하게 배치하여 의식의 질서를 갖추게 되지만 지나친 각성은 의식의 질서를 흐트러뜨려 스트레스가 될 수 있다. 또한, 목표지향적인 상태에서 의식은 특정 목표에 맞추어 정보를 배열하기 때문에, 목표에서 벗어난 자극은 알아채지 못할 뿐 아니라, 예상치 못한 자극에는 거부반응을 보일 수 있다. 반면 목표가 없거나 의식이 활성화되지 않은 상태라면 여러 가지 정보를 무질서하게 방치함으로써 여유를 가지고 자유롭게 반응할 수 있게 한다. 자유로운 각성상태에서는 다양한 정보에 대해 유동적으로 반응할 수 있으며, 예상하지 못한 자극에도 당황하지 않고 적절하게 반응할 수 있다. 행동지향적인 상태에서는 적절한 각성은 기분을 북돋으며 그 활동에 관심을 기울이게 한다.

따라서 재미를 경험하기 위해서는 적절하게 활성화된 의식 상태가 필요하다. 또한, 목표지향적인 상태가 아니라 자유롭게 활동 자체를 즐기는 행동지향적인 상태여야 다양한 외부자극에 자유롭게 즉흥적으로 반응할 수 있으며, 더욱 쉽게 재미를 경험할 수 있다. 예를

들어 감상문을 써야한다는 강박관념에 사로잡혀 영화를 본다면, 의식이 감상문 쓰기라는 목표에 맞춰져 있기 때문에 그에 맞는 정보들만을 질서정연하게 배치하여, 자유로운 의식 상태에서는 경험할 수 있는 영화의 다양한 재미를 놓치게 된다는 것이다.

### ③ 감정에 따른 재미의 경험

감정은 경험의 정서적인 측면을 구성한다. 감정은 경험의 최종적인 결과로서, 주관적인 경험의 내용을 결정짓는 요소[22]이며, 어떤 감정을 느끼느냐에 따라 유쾌한 경험과 불쾌한 경험으로 구분된다.

감정은 의식 안의 상태[23]를 말해주는 것으로 의식 상태와 매우 밀접한 연관이 있다[24]. 의식은 인간이 외부 자극에 대해서 인지하고 느끼는 모든 과정을 포함하기 때문에 의식의 각성 수준은 감정 상태에 큰 영향을 끼쳐 다양한 감정 상태를 분류하는 기준이 된다[24].

의식이 비활성화된 상태에서 불쾌함을 느끼면 슬프고 우울하고 무기력하고 피곤하지만, 유쾌함을 만나면 만족하고 편안하며 차분한 감정을 느끼게 된다. 이처럼 의식이 질서를 갖추어 각성 수준이 낮아진 비활성화된 상태에서는 풍부하고 활발한 감정을 느낄 수 없다. 반면에 각성 수준이 높아 질서없이 활성화된 상태에서는 사소한 외부 자극에도 민감하게 반응하여 더욱 다양한 감정들을 활발하게 느낄 수 있다[25]. 활성화된 상태에서 유쾌함을 만나면 각성되고 흥분되며, 흥겹고 행복한 감정을 느낀다. 이처럼 적정하게 활성화되고 유쾌한 감정을 유지해야 재미를 경험할 수 있다. 흥겨운 상태에서는 다양한 외부 자극에 유연하게 대처하며, 변화를 즐긴다. 특정한 자극에 집중하거나 무엇인가를 특별히 바라지는 않지만, 적정하게 각성되어 외부의 자극에 즉흥적이고 유쾌하게 반응할 수 있다. 애니메이션을 관람할 때 사람들은 어떤 목적을 가지고 보지 않기 때문에, 감각을 통해서 들어오는 다양한 정보들을 질서없이 즉흥적으로 배치하면서 활발하게 움직이는 활성화된 상태가 된다. 이렇게 대상에 지나치게 몰입하지 않고 대상과 적당한 거리를 유지하며 적정하게 각성된 상태에서 재미는 유발된다. 따라서 재미는 뚜렷한 목표 없이 행동 자체를 즐기며, 질서없이 자유롭고 활성화된 의식

상태에서 행복과 흥겨움을 느끼는 경험을 통해 얻게 된다는 것을 알 수 있다.

## 2.2 재미를 유발하는 외부자극의 특성

재미는 자기 자신의 주관적이고 심리적인 요소와 외부 자극과의 상호작용에 따라 경험되는 것이라 할 수 있다. 지금까지는 재미 경험의 내적 요소인 주체의 심리적인 상태와 관련하여 언급하였으므로, 이제는 일반적으로 재미를 유발하게 하는 외부자극의 특성에 대하여 살펴보고자 한다. 김학진과 그의 동료는 재미를 유발하는 외부자극의 특성을 상상력을 불러일으키는 자극, 신뢰에 기반을 둔 예상을 깨는 자극, 이해와 공감대를 형성할 수 있는 자극, 살아 움직이는 생생한 자극이라 하였다[26]. 그는 알고 있는 사실을 기반으로 새로운 사실을 만드는 상상력이 재미를 유발한다고 보았다. 여기서 가장 중요한 것은 사실, 즉 현실을 기반으로 한다는 것이다. 어디까지나 현실을 기반으로 새롭게 보여주거나 현실을 다른 시각으로 보여주는 것만으로도 재미를 경험할 수 있다는 것이다. 그렇다면 상상력을 극대화한 애니메이션이야말로 재미를 유발하는 최고의 문화콘텐츠라 할 수 있다. 또한, 그가 제시한 신뢰에 기반을 둔 예상을 깨는 자극, 이해와 공감대를 형성할 수 있는 자극은 상상력을 자극하는 것에 포함된다 할 수 있다. 현실을 기반으로 한다는 것은 신뢰가 밑바탕에 깔렸어야 가능하며, 이해와 공감대를 형성할 수 있다는 것도 마찬가지로 현실을 기반으로 하기 때문에 큰 범주로 볼 때, 상상력을 자극하는 것에 포함된다.

또한, 그는 재미를 유발하는 외부자극의 특성으로 살아 움직이는 생생한 자극을 제시하였다. 외부 자극이 늘 변함없고 한결같다면 재미없고 지루하겠지만, 반복되고 변화하는 스펙터클한 자극은 재미를 유발한다는 것이다. 이러한 생생한 자극은 시각, 청각, 촉각 등의 감각을 통해서 즉각적으로 경험되는 것으로, 재미가 스펙터클하고 화려한 볼거리라는 문화적 경험적 의미를 지닌다는 브리스와 한센잘(Blythe & Hanssenszahl)의 주장과도 일맥상통한다. 호이징가(Huizinga)도 그의 저서 호모루텐스에서 재미는 본래 끊임없이 변하는, 반짝이는, 강렬한 등을 의미[27]하는 용어였다고 하였다. 그러

므로 재미는 살아 움직이는 듯한 생생한 외부자극을 통해 유발된다고 할 수 있다.

아이란 네자드(Iran-Nejad)는 스토리를 읽는 과정에서 놀라움 자체가 재미를 유발하는 것이 아니라, 예상하지 못했던 사건을 해결하는 과정에서 재미가 유발된다[28]고 보았다. 유명화도 실험 연구를 통해 스토리가 있는 애니메이션에서도 놀라움과 사후추정이 재미를 유발[29]한다고 주장하였으며, 김성일은 인과관계가 끊어진 이야기를 읽을 때, 그 빠진 부분을 추론하고 인지하는 활동에서 더 많은 재미를 경험[30]한다고 하였다. 따라서 재미는 부조화를 해결하려는 지적활동의 결과이며, 놀라움과 새로움 등을 통해 발생한 부조화의 해결이 재미를 유발하는 외부자극의 특성이라 할 수 있다.

그러므로 재미를 유발하는 외부자극의 특성은 상상력의 극대화, 생생하고 스펙터클한 자극, 불일치, 부조화의 해결이라 할 수 있다. 현실을 기반으로 한 상상력의 극대화와 생생하고 스펙터클한 자극을 통해 발생한 놀라움, 새로움, 비현실성, 부조화는 사람들에게 심리적으로 정체를 일으키게 하며, 사람들은 이를 해소하기 위해 추론하고 해석하고 이해하는 인지의 과정을 거쳐 심리적 정체를 해소함으로써 재미를 경험한다 할 수 있다.

### III. 전문가 델파이

#### 1. 재미요소 도출을 위한 초안 제작

재미요소 도출을 위한 과정은 다음과 같다. 먼저, 재미와 관련된 선행연구들을 검토하여 애니메이션에 필요한 특징적인 재미 관련 키워드를 추출하였다. 이를 통해, 기대와 상식에서 벗어난 플롯, 캐릭터의 외모나 성격, 과장되고 비전형적인 캐릭터의 설정, 대결과정의 극적묘사, 비현실적이고 과장된 표현, 화려한 액션장면, 대사보다는 행동이나 움직임, 언어놀이, 말투, 유희적 대사, 동일시, 실재감 등의 재미요소를 추출할 수 있었다. 그 다음으로 애니메이션의 구성요소인 스토리, 이미지, 사운드, 움직임의 특징을 검토하였다. 상상력을 극대화할 수 있는 애니메이션의 스토리와 비현실적인 이미지, 현실세계의 자연법칙이 적용되지 않는 움직임, 불

일치한 사운드의 특징에서 재미요소를 추출할 수 있었다. 마지막으로 동일시와 낯섦을 통해 관객이 심리적으로 경험하는 재미와 관련된 재미요소도 추출할 수 있었다. 문헌연구 검토 후, 좀 더 심도 있는 연구를 위해 전문가 면접조사를 실시하였다. 인터뷰 내용은 애니메이션의 재미에 필요한 요소에 관한 것으로 면접, 전화, 이메일 등의 방법을 통해 실시하였다. 모든 내용은 기록, 녹취, 저장하였다. 이 중 주요 사항을 요약하여 애니메이션의 재미요소 도출을 위한 초안을 마련하는데 활용하였다.

#### 2. 전문가 델파이

이 연구에서 전문가 패널은 동료집단으로부터 연구 실적이나 실무경력이 많은 전문가들을 추천받아서 구성하였으며, 10년 이상의 경력을 가진 애니메이션 분야의 전문가들로 학계전문가 6명과 실무전문가 8명, 총 14명으로 구성하였다. 전문가 델파이 조사는 총 3회에 걸쳐 이루어졌다.

전문가 델파이 1차 조사는 추정하려는 연구문제에 대하여 반개방형 설문지를 작성하여 응답하도록 하였다. 설문지의 구성은 문헌연구와 전문가 면접조사를 통해 수렴된 애니메이션의 재미 속성을 제시하였다. 전문가 델파이 1차 조사내용은 제시된 장편 애니메이션의 재미요소들이 적절한지, 적절하지 않은지를 표시하고 제시된 내용 외에 더 추가되어야 할 요소들이 있으면 자유롭게 기술하도록 하였다. 전문가 델파이 1차 조사 종료 후, 그 결과를 종합하여 소수 의견을 제거하고 자유롭게 기술한 응답 내용을 수렴하여 유사한 항목끼리 분류하고 정리하여, 장편 애니메이션의 재미요소를 스토리의 재미요소, 이미지의 재미요소, 움직임의 재미요소, 사운드의 재미요소, 심리적 재미요소 5가지로 분류하여 그에 해당하는 세부 문항들을 구조화하였다. 2차 조사에는 이러한 요인 분류의 적절성에 대해 질의하였고, 항목의 분류에서 수정이 필요한 사항에 대하여 자유롭게 의견을 제시하도록 하였다. 전문가 델파이 2차 조사가 끝난 후, 종합적 의견에서 소수의 의견을 보인 항목을 제거하고 항목 분류에서 조정되어야 할 부분을 다시 배열하고, 재배열된 항목을 전문가들이 알아볼 수 있도록

록 표시하였다. 3차 조사에서는 장편 애니메이션의 재미요소에 대한 중요도를 평가하고자 각 항목에 대하여 5점 리커트 척도를 사용하여 재미요소를 평가하도록 하였다. 이와 같은 과정을 통하여 장편 애니메이션의 재미요소를 다음 [표 1]과 같이 도출할 수 있었다.

표 1. 델파이를 통해 도출한 애니메이션의 재미요소

애니메이션의 재미요소 : 총 34개	
스토리의 재미요소	1. 잘 짜인 탄탄한 스토리
	2. 사건 전개에 대한 궁금증
	3. 캐릭터의 성격과 가치관
	4. 명확한 주제
	5. 감동을 주는 스토리
	6. 환상적인 스토리(환타지)
	7. 예상과 다른 결말
	8. 이색적인 소재
	9. 이해하기 쉬운 간결한 스토리
이미지의 재미요소	10. 캐릭터와 성격이 일치하는 외모
	11. 화려한 배경 이미지(스펙터클한 이미지)
	12. 눈을 사로잡는 특수효과
	13. 조화로운 배색
	14. 뛰어난 화면 구도
	15. 현실과 다른 세계에 대한 묘사
	16. 독특한 표현기법
	17. 배경과 캐릭터의 조화
	18. 연출에 알맞은 카메라의 배치
사운드의 재미요소	19. 유희적 대사
	20. 실감나게 표현된 음향
	21. 독특한 억양이나 말투
	22. 캐릭터의 성격과 일치하는 더빙
	23. 애니메이션의 분위기를 알 수 있는 음악
움직임의 재미요소	24. 움직임은 동작의 절묘한 타이밍
	25. 현실에서 경험할 수 없는 과장된 움직임
	26. 대사보다 행동으로 표현되는 움직임
	27. 동물이나 사물의 의인화된 움직임
	28. 캐릭터의 성격이 드러나는 움직임
	29. 역동적인 움직임(스펙터클한 움직임)
심리적 재미요소	30. 캐릭터와의 동일시
	31. 낯선 세계의 경험
	33. 심리적 만족감
	34. 실재감(프레즌스)

### 3. 타당도 분석

전문가 델파이 조사를 통해 도출된 애니메이션의 재미요소가 측정 도구로써 개념이나 속성을 정확히 측정하고 있는가에 대한 타당성을 측정하기 위하여 애니메이션 관객 535명을 대상으로 설문조사를 실시한 후, 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 시행하였다. 전문가 델파이를 통해 도출된 34개의 문항으로 1차 요인분석을 시행한 결과, 아이겐 값이 1.0 이상인 요인이 5개 추출되었고, 요인 적재량이 0.4 이하인 문항과 구성타당도를 저해하는 문항을 삭제하여 총 18개의 세부 문항이 도출되었다.

표 2. 탐색적 요인분석

설문문항	요인				
	스토리의 재미요소	심리적 재미요소	움직임의 재미요소	이미지의 재미요소	사운드의 재미요소
사건 전개에 대한 궁금증	.81				
잘 짜인 탄탄한 스토리	.76				
캐릭터의 성격과 가치관	.73				
명확한 주제	.71				
감동을 주는 스토리	.62				
자신이 애니메이션 속에 존재한다는 느낌		.86			
캐릭터를 자신과 동일하게 생각하는 것		.80			
심리적 만족감		.67			
낯선 세계의 경험		.45			
대사보다 행동으로 표현되는 움직임			.83		
현실에서 경험할 수 없는 과장된 움직임			.71		
동물이나 사물의 의인화된 움직임			.69		
역동적인 움직임			.45		
화려한 배경이미지				.84	
눈을 사로잡는 특수효과				.82	
조화로운 배색				.70	
독특한 억양이나 말투					.84
우스운 대사					.83
아이겐 값	6.04	1.70	1.43	1.35	1.17
분산 %	33.55	9.45	7.92	7.49	6.49
누적 %	33.55	43.00	50.92	58.41	64.90

요인추출 방법: 주성분 분석.  
회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.  
요인 적재량이 0.4 이하일 때는 삭제.

요인 1은 스토리의 주제, 소재, 사건의 전개나 캐릭터의 가치관 등 애니메이션의 내러티브와 관련된 문항으로 묶일 수 있으므로 '스토리의 재미요소'로 명명하였으며, 아이겐 값은 6.04, 분산은 33.55%로 나타났다. 요인 2는 캐릭터와의 동일시와, 실재감, 만족감 등 관객의 심리에 관련된 문항으로 아이겐 값은 1.70, 분산은 9.45%로 나타났으며, '심리적 재미요소'로 명명하였다. 요인 3은 현실세계의 질서를 위반하는 독특한 애니메이션만의 움직임 을 통해 재미를 경험하게 하는 문항으로 '움직임의 재미요소'라 명명하였으며, 아이겐 값은 1.43, 분산은 7.92%로 나타났다. 요인 4는 화려한 배경이나 특수효과, 배색 등 시각적 정보를 전달하는 이미지에 관련된 것으로 '이미지의 재미요소'로 명명하였으며, 아이겐 값은 1.35, 분산은 7.49%로 나타났다. 마지막 요인 5는 애니메이션의 사운드와 관련된 독특한 억양이나 말투, 우스운 대사로 아이겐 값은 1.17, 분산은 6.49%로 나타났으며, '사운드의 재미요소'로 명명하였다. 위에서 언급된 바와 같이 탐색적 요인분석 결과 나타난 전체 누적분산은 64.90%로 애니메이션의 재미는 5개의 요인으로 묶을 수 있으며, 이는 64.90%의 설명력을 지닌 것을 알 수 있다.

#### 4. 신뢰도 분석

이 연구에서는 재미요소의 하위 항목들에 대한 신뢰도를 알아보기 위해 크론바하 알파(Cronbach's  $\alpha$ )를 이용하여 항목 간의 내적일치도를 알아보았다. 크론바하 알파 값은 최소 0.6이나 0.7의 수준은 갖추어야 항목 간의 내적일치도가 있다고 보기 때문에, 내적일관성을 낮추는 문항은 삭제하여야 한다. 탐색적 요인분석을 통해 최종적으로 도출된 재미요소의 크론바하 알파 값을 산출하였다.

[표 3]에서 보는 바와 같이 가장 높은 신뢰계수를 보인 재미요소는 스토리의 재미요소로 크론바하 알파(Cronbach's  $\alpha$ )값이 .82로 나타났고, 그다음은 심리적 재미요소(Cronbach's  $\alpha$ =.81), 이미지의 재미요소(Cronbach's  $\alpha$ =.75), 움직임의 재미요소(Cronbach's  $\alpha$ =.74) 순으로 나타났다. 사운드의 재미요소는 척도가 2개이므로 크론바하 알파값이 의미가 없어서 제시하지

않았다. 스토리와 심리적 재미요소는 크론바하 알파값이 .80을 넘어 충분히 신뢰할만하므로, 다른 한 척도를 제거하면 알파값이 얼마나 커지는가에 대해서 계산할 필요가 없었으며, 움직임과 이미지의 재미요소는 다른 한 척도를 제거한다 해도 크게 값이 변하지 않았다. 신뢰도 분석 결과, 전체적으로 0.74 이상의 항목 간 신뢰도 계수를 나타내고 있으므로 만족할 만한 신뢰수준이라 할 수 있다.

표 3. 신뢰도 분석

요소	세부문항	Cronbach's $\alpha$
스토리의 재미요소	잘 짜인 탄탄한 스토리	.82
	사건 전개에 대한 궁금증	
	캐릭터의 성격과 가치관	
	명확한 주제	
이미지의 재미요소	감동을 주는 스토리	.75
	화려한 배경이미지	
	눈을 사로잡는 특수효과	
사운드의 재미요소	조화로운 배색	-
	우스운 대사	
	독특한 억양이나 말투	
움직임의 재미요소	현실에서 경험할 수 없는 움직임	.74
	대사보다 행동으로 표현되는 움직임	
	동물이나 사물의 의인화된 움직임	
	역동적인 움직임	
심리적 재미요소	캐릭터와의 동일시	.81
	낯선 세계의 경험	
	심리적 만족감	
	실재감(프레즌스)	

#### IV. 결론

이 연구에서는 재미이론과 선행연구들을 종합하여 애니메이션의 재미에 필요한 요소들의 초안을 마련하고 이를 가지고 전문가 델파이 기법을 이용하여 5가지의 재미요소와 34개의 세부 항목을 도출하였다. 이렇게 도출된 재미요소가 측정도구로써 타당한지와 신뢰할만한지를 측정하기 위해 애니메이션 관객을 대상으로 설문조사를 한 후, 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 시행하여 5가지의 재미요소와 18개의 세부 항목을 최종 도출하였다.

요인 1인 스토리의 재미요소는 관객의 상상력을 극대화시키는 것으로 현실세계에서는 경험해보지 못한 환상적인 스토리나 소재, 캐릭터 등에 기초를 둔 재미요



소이다. 이것은 스토리를 기반으로 하는 분야인 영화나 문학에서도 공통으로 찾아볼 수 있는 재미로, 지각된 자극을 능동적으로 추론하고 해석하여 이해하는 인지의 과정을 통해 얻어지는 재미라 할 수 있다. 요인 2인 이미지의 재미요소는 시각을 통해 지각되는 애니메이션 이미지의 독특한 특성과 관련된 것으로 끊임없이 변화하며 화려하고 강렬한 자극을 주는 것만이 재미요소로 인정됨을 알 수 있다. 애니메이션의 이미지는 현실적인 대상을 형상화하는 동시에 해체하는 측면을 가지고 있으므로 이미지를 통한 재미는 비사실적이며 비정상적이고 상징질서에서 벗어난 특성과 관련된다. 캐릭터의 형태변형과 과장, 비현실적인 세계에 대한 표현, 눈을 자극하는 현란한 이미지 등이 여기에 속한다. 요인 3인 사운드의 재미요소는 청각으로 지각되는 재미로 애니메이션의 정서적인 분위기와 관련이 깊다. 애니메이션에서 사운드란 소리와 소리가 재현하는 운동 사이의 유사성을 연상[31]하게 하는 것인데, 늘 한결같은 자극은 관객을 지루하게 만들기 때문에 소리가 재현하는 운동 사이의 유사성을 과장 또는 왜곡하여 우습고 독특하며 불일치한 사운드를 사용함으로써 애니메이션에 재미를 더해준다. 요인 4인 움직임의 재미요소는 움직임을 지각함으로써 경험되는 것으로 애니메이션을 존재하게 하는 가장 강력한 재미요소이다. 움직임의 재미요소는 에이젠슈타인이 언급한 플라즈마적 특성에서 찾을 수 있다. 플라즈마적 특성은 모든 것으로 변화가 능한 유동적인 것을 의미한다. 즉 움직임의 재미요소는 시간의 조절에 따라 왜곡되거나 과장되어 나타나는 움직임의 비현실성과 플라즈마적인 특성을 통해 나타난다. 요인 5인 심리적 요인은 애니메이션 자체에 대한 재미가 아니라 애니메이션 관람하면서 발생하는 심리적 감정을 통해 얻어지는 재미이다. 관객이 심리적으로 경험하는 재미감정은 동일시나 낯설게 하기와 관련된 것으로 동일시나 낯설의 정도에 따라 재미경험은 달라진다.

이 연구는 재미의 주관성과 감성적인 부분들을 사회과학적인 접근을 통하여 객관화하려고 노력하였으며, 델파이 기법을 통해 전문가들과 지속적인 상호작용을 함으로써 재미요소들을 좀 더 정교화하였다는데 의미가 있다. 그러나 애니메이션의 재미를 데이터화되거나

객관화할 수 있는가 하는 문제는 논란의 여지가 있다. 그러나 디지털 시대에서 가장 주목받는 콘텐츠인 애니메이션이 다양한 관객들의 관심을 사로잡기 위해서는 재미가 필수적이다. 그러므로 이 연구에서 도출된 재미요소를 바탕으로 애니메이션의 재미를 평가하는 것이 필요하며, 실제 애니메이션의 제작에 적용하여 이를 더욱 객관적으로 발전시켜나가야 할 것이다.

### 참고 문헌

- [1] 김학진, *디지털 팬! 재미가 가치를 창조한다*, 삼성경제연구소, 2007.
- [2] M. E. Shapiro and T. Bigger, *Emotion eliciting qualities in the motion picture viewing situation and audience evaluations*, In Austin, B. A.(Eds.), *Current research in film: Audiences, Economics and Law*, Ablex Publishing Corporation, 1987.
- [3] 이재록, 구혜경, “재미광고효과에 관한 실증적 연구”, *한국광고홍보학보*, Vol.9, No.3, pp.219-245, 2007.
- [4] 한국콘텐츠진흥원, *2011 애니메이션 산업백서*, 2011.
- [5] 소요한, 김준수, “어린이의 텔레비전 애니메이션 평가요인”, *만화애니메이션연구*, 제16호, pp.33-47, 2009.
- [6] M. A. Blythe and M. Hassenzahl, *The semantics of fun: Differentiating enjoyable experiences*, In Blythe, M. A., Overbeeke, K., Monk, A. F., Wright, P. C.(Eds.), *Funology: From Usability to Enjoyment*, Kluwer Academic Publishers, 2003.
- [7] Johan Huizinga, 김윤수 역, *호모 루덴스*, 까치글방, 1997.
- [8] Friedrich Schiller, 안인희 역, *인간의 미적 교육에 관한 편지*, 청하, 1995.
- [9] R. A. Stebbins, “Serious leisure: A conceptual statement,” *Pacific Sociological Review*, Vol.25, No.2, 1982.

- [10] 박원임, 김길양, “여가 속 즐거움과 재미에 대한 고찰”, 여가레크리에이션연구, Vol.12, pp.134-141, 1995 재인용.
- [11] B. G. Gunter and J. Stanley, “Theoretical issues in Leisure study in Transitions to Leisure,” Conceptual and Human issues, 1985.
- [12] W. Podilchak, “Distinctions of fun, enjoyment and leisure, Leisure Studies,” Vol.10, No.2, pp.133-148, 1991.
- [13] M. A. Blythe and M. Hassenzahl, *The semantics of fun: Differentiating enjoyable experiences*, In Blythe, M. A., Overbeeke, K., Monk, A. F., Wright, P. C.(Eds.), *Funology: From Usability to Enjoyment*, Kluwer Academic Publishers, 2003.
- [14] 조미라, *상상력의 미학 애니메이션*, 한울, 2009.
- [15] 김학진, *디지털 편! 재미가 가치를 창조한다*, 삼성경제연구소, 2007.
- [16] 윤지은, “재미를 위한 H-HCI 관점에서의 재미 있는 경험에 대한 개념적 연구”, 한국HCI학회 논문지, pp.63-71, 2006.
- [17] M. Hassenzahl, *The Thing and I: Understanding the Relationship Between User and Product*, In Blythe, M. A., Overbeeke, K., Monk, A. F., Wright, P. C.(Eds.), *Funology: From Usability to Enjoyment*, Kluwer Academic Publishers, pp.31-42, 2003.
- [19] Ned Block, *The nature of Consciousness*, MIT press, 1997.
- [20] J. R. Searle, “Consciousness,” Annual Review of Neuroscience, Vol.23, 2000.
- [21] Mihaly Csikzentmihalyi, 최인수 역, *몰입 Flow : 미치도록 행복한 나를 만난다*, 한울림, 2004.
- [22] Richard M. Ryan and Edward L. Deci, “On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being,” Annual Review of Psychology, Vol.52, pp.141-166, 2001.
- [23] Mihaly Csikzentmihalyi, 이희재 역, *몰입의 즐거움*, 해냄, 2007.
- [24] Chris Frith, Richard Perry, and Erik Lumer, “The neural correlates of conscious experience: an experimental framework,” Trend in Cognitive Sciences, Vol.3, pp.105-114, 1999.
- [25] Lisa Feldman Barrett and James A. Russell, “The Structure of Current Affect: Controversies and Emerging Consensus,” Current Directins in Pstchological Science, Vol.8, pp.10-14, 1999.
- [26] 김학진, *디지털 편! 재미가 가치를 창조한다*, 삼성경제연구소, 2007.
- [27] Johan Huizinga, 김윤수 역, *호모 루덴스*, 까치글방, 1997.
- [28] A. Iran-Nejad, “Cognitive and affective causes of interest and liking,” Journal of Educational Psychology, Vol.79, No.2, 1987.
- [29] 유영화, *놀라움과 사후추경이 인지적 재미에 미치는 영향*, 연세대학교 석사학위논문, 2001.
- [30] S. I. Kim, “Causal bridging interface: A cause of story interestingness,” British Journal of Psychology, Vol.90, pp.57-71, 1999.
- [31] Michel Chion, 윤경진 역, *오디오 비전*, 한나래, 2004.

저 자 소 개

성 례 아(Re-A Sung)

정회원



- 1996년 2월 : 배재대학교 미술교 육학과 시각디자인(미술학사)
- 2002년 8월 : 홍익대학교 산업대 학원 애니메이션(미술학석사)
- 2013년 2월 : 홍익대학교 일반대 학원 영상디자인(미술학박사)
- 2004년 3월 ~ 현재 : 백석대학교 디자인영상학부 영 상애니메이션전공 교수

<관심분야> : 애니메이션, 영상디자인, 재미