

## 애니메이션 전문 정보지의 기사 분석: 『애니메이툰』의 기사 항목과 특성에 대한 고찰

- I. 서론
- II. 콘텐츠로서의 잡지 산업에 대한 위기의식과 잡지의 전문성의 강화
- III. 잡지의 전문화와 애니메이션 잡지의 전문화
- IV. 잡지로서의 『애니메이툰』의 성격과 특성
- V. 『애니메이툰』에 포함되어 있는 전문잡지로서의 요소
- VI. 결론

권재웅

### 초 록

애니메이션 산업의 발전은 산업 분야 자체뿐만 아니라 이를 둘러싼 여러 분야에서 같이 이루어져야 한다. 애니메이션을 다루는 잡지 또한 이러한 애니메이션 산업의 발전에 있어서 중요한 부분 중의 하나이다. 그러나 이러한 애니메이션 담당 잡지에 대한 연구가 부족하기 때문에 1995년부터 현재까지 20년 넘게 발행을 유지해온 『애니메이툰』을 창간호부터 115호까지를 대상으로 전수조사를 수행했다. 『애니메이툰』은 애니메이션에 관한 정보 제공을 목적으로 1995년에 창간된 애니메이션 대상 잡지로서 1985년부터 애니메이션 제작을 담당하는 기업으로서 활동을 시작한 에이콤 프로덕션이 창간하면서 대표이사인 벨스 신씨를 편집장으로 지그까지 운영을 맡아오고 있다.

이 연구를 통해 밝혀진 것은 다음과 같다. 첫째, 기사의 방향을 보여주는 항목화를 시행하고 있다는 점과 둘째, 다른 잡지와는 달리 해외 통신원 등을 활용한 영문 기사를 원문과 함께 제시함으로써 해외 정보를 다양하고 자세하게 제시하고 있다는 점, 셋째로 비기사 항목을 통해 일반기사로 분류되기에 적합하지 않은 것들을 별도로 제시하되 애니메이션 관련 용어 및 제작에 관한 기술적, 산업적 지식을 제공하고 있다는 점, 그리고 마지막으로 잡지로서는 광고에 대한 비중이 낮다는 점을 도출해냈다. 이러한 점들은 다양한 기사를 매호당 약 35개에 가까운 기사를 제공하면서 기사의 성격을 드러낼 수 있게 해주면서, 국내뿐만이 아닌 해외의 흐름과 동향을 제공하려는 범위의 확장을 보여주면서, 현황과 흐름뿐만이 아닌 기본 지식을 제공하려는 목적을 보여준 것이다.

결국 이러한 점들은 『애니메이툰』이 전문지로서 가져야 하는 특성을 갖추고 있다는 점을 보여준다. 즉, 『애니메이툰』도 자신의 전문분야만을 대상으로 하고 있고, 둘째로 제작자, 기획자, 정책관련자들과 같은 전문분야관계자들이 관심을 가질 정보를 제공하면서 그들을 독자로 하려고 하고 있다는 것이 보이고 있으며, 셋째로 애니메이션의 발전을 위해 정보의 범위를 국내뿐만 아니라 국외까지 넓혀놓고 있다. 비록 애니메이션 분야의 상품 혹은 서비스 관련 광고가 부족한 편이지만, 게재된 광고 모두 관련 업계의 광고라는 점은 전문지로서의 역할을 수행하려는 모습으로 고려할 수 있다.

주제어 : 애니메이툰, 전문잡지, 애니메이션 기사

## I. 서론

콘텐츠 산업이 국가의 주요 경제 분야로서 인정받기 시작하면 서부터 각 분야에 대한 발전을 이끌어내려는 움직임이 이어지고 있다. 콘텐츠 산업은 다양한 분야가 다양한 플랫폼을 통해서 구현되기 때문에 다양한 분야를 유지하는 것은 중요하다. 그 중에서 가장 오래된 콘텐츠 분야 중의 하나로 꼽을 수 있는 것이 잡지 산업이다.

잡지 산업은 다른 산업 분야와는 달리 독립적인 콘텐츠인 동시에 다른 콘텐츠 분야를 받쳐주는 역할도 해왔다. 심층적이고도 전문적인 정보를 제공해줌과 동시에 여론을 이끌어내는 역할 등을 해왔던 것이다. 하지만, 경제의 흐름에 민감하게 반응할 수밖에 없는 분야로서 경기 침체는 잡지 산업의 침체라는 직접적인 반응이 쉽게 나타나기 때문에 잡지 산업의 위기론은 상존하고 있다고 말할 수 있을 정도이다. 게다가 잡지를 대체할 매체의 기술적 발전은 이러한 위기론을 부추기게 되었다. 인터넷의 등장과 블로그의 운영은 잡지에 위협이 되는 요소였고, 이제는 스마트폰이 잡지를 위협하는 요소가 되고 있다.

이러한 위기를 재촉하는 요소들의 지속적 상존에 대해 잡지의 위기를 극복하고자 하는 정책 대안의 개발과 함께 전자책(e-book)과 같은 기술적 방안도 지속적으로 제시되고 있다. 그러나 이러한 대안과 함께 잡지의 고유한 역할을 더욱 강조함으로써 잡지 역할의 고유성을 확보하는 것도 중요하게 고려되고 있는데 그 중의 하나가 잡지의 전문성의 강조이다. 전문잡지로서 분야의 전문성을 강조하는 것은 모든 콘텐츠 분야에서 필요한 것이기에 전문잡지 자체로서 뿐만 아니라 각 분야에서 전문성을 고려한 잡지 연구가 이뤄질 필요가 있다.

애니메이션 분야도 마찬가지이다. 다른 콘텐츠 분야와의 연동 가능성이 높은 애니메이션을 발전시키기 위한 역할로서 잡지의 위상을 설정하고 활용하는 것은 잡지의 가치를 높이고 잡지 산업을 발전시키는데 도움이 될 것이다. 이와 같은 역할을 할 수 있

는 잡지가 바로 『애니메이툰』이다. 그러나 창간 후 100호를 넘게 발간하고 있음에도 이러한 『애니메이툰』에 대한 심층적 연구는 커녕 분석 차원의 조사 연구도 이뤄진 적이 없으므로, 본 연구는 애니메이션에 대한 전문적 정보를 제공하는 『애니메이툰』을 다루고자 한다.

## II. 콘텐츠로서의 잡지 산업에 대한 위기의식과 잡지의 전문성의 강화

콘텐츠 분야 중에서도 가장 오래된 분야 중의 하나로 꼽히는 잡지에 대한 연구는 오랜 세월이 걸쳐 꾸준히 이루어져 왔다. 잡지에 대한 정의도 다각도로 이루어져 왔고, 잡지에 대한 연구도 외형, 내용 등 접근 관점을 달리해서 이루어져 왔다. 이러한 잡지에 관한 연구는 21세기에 들면서 변화가 나타나기 시작했는데 콘텐츠 산업의 하나의 축이라는 관점에서 잡지 산업의 생존 전략 제시라는 관점이 부각되기 시작한 것이다.

우선 콘텐츠로서의 잡지에 대한 특성의 유형화가 나타났다. 기본적으로 콘텐츠로서의 잡지가 가지고 있는 특성에 대해 장용오 등은 심층적 지식과 정보를 기본으로 하는 전문성과 생활밀착형 콘텐츠가 제공되는 유희성, 잡지가 발행되는 국가와 사회 정체성을 보여주는 문화적 가치성, 그리고 융합 환경에 적합한 개별 잡지기사들의 모듈성이라는 것으로 제시했다. 즉, 잡지가 가져다 줄 수 있는 특성을 그 유형에 관계없이 보여준 것이다. 이와 함께 이러한 특성을 제시하는 잡지를 유형에 따라 구분했는데, 첫째로 일반 생활양식을 제공하는 ‘종합지’가 있고, 둘째로는 틈새시장의 생활양식을 제공하는 ‘교양지’, 그리고 셋째로 지식과 취미 기반산업과 결합하여 특정한 분야를 다루는 ‘전문지’이다.<sup>1)</sup>

1) 장용호, 공병훈, 진전은영, 「전문잡지의 생태계 모델 분석 : 잡지사·커뮤니티·사용자의 협업체계를 중심으로」, 『한국산학기술학회논문지』, 제15권 제8호 (2014), pp.4832.

이와 같은 특성의 카테고리화와 잡지의 성격에 따른 분류가 다시 이뤄진 것은 잡지 산업에 대한 위기 인지와 극복 방안을 도출해내기 위한 목적에서 나타나는 것이라고 할 수 있다. 한국언론진흥재단의 조사에 따르면 콘텐츠로서의 잡지 산업의 동향은 무척 부정적으로 나타나고 있다. 우선 경제적 측면에서 잡지 산업은 광고수익 악화와 함께 인건비 인상, 판매부수의 감소로 폐간을 부추기는 경향이 나오고 있다고 보고 있다. 둘째로는 잡지 매체의 사회 및 문화적 위상의 하락이다. 잡지 접촉도와 열독률 등 잡지를 매체로 인식하는지를 확인할 수 있는 지표에서 하락세가 나타나고 있다. 셋째로는 기술적 차원에서의 접근이다. 온라인 잡지, 잡지 애플리케이션 등 기술적 발전으로 인해 등장하는 다른 형식의 잡지에 대한 관심이 증대되고 있으며 이를 발전시키기 위한 움직임도 있다고 보고 있다.<sup>2)</sup>

이 중 주목할 만한 것은 광고지면의 감소부분이다. 2012년은 2010년에 비해 잡지의 평균 발행면수가 감소하기도 했지만, 광고지면이 차지하는 비중이 2010년 14.7%에서 2012년 10.2%로 줄었다는 것은 잡지의 구독자라 늘어나지 않는 상황을 고려해 볼 때 잡지 산업의 부정적인 현상이라고 보고 있는 점이다. 왜냐하면, 잡지의 주 수익원은 광고이기 때문에 잡지 출판물의 광고가 감소를 의미하는 것이고, 인터넷 매체가 기존 신문이란 잡지 광고 시장을 흡수해감으로서 앞으로의 광고 감소는 지속적이고 잡지 산업에 큰 장애 요소가 된다는 것을 의미하기 때문이다.<sup>3)</sup>

이와 같은 상황에 대한 대처 방안으로 여러 가지가 언급될 수 있는데 그 중에서 가장 고려되고 있는 것은 바로 잡지 자체의 차별화 혹은 특성화라는 점이다. 즉, 잡지의 전문성을 강조하는 방법이야말로 잡지 산업이 스스로의 콘텐츠를 강화하면서 동시에 잡지 산업을 발전시킬 수 있는 방안으로 생각하는 것이다. 이러한 방안은 경제적 상황이나 기술적 변동에 관계없이 잡지 산업을

2) 한국언론진흥재단, 『전문잡지 콘텐츠 경쟁력 강화 방안에 대한 연구』, 한국언론진흥재단, 2014.

3) 윤세민, 「한국 잡지산업의 현황 및 발전방안 연구 : 전문가 대상의 실증조사를 중심으로」, 『한국출판학연구』, 통권 제68호(2014), pp.144-145, 151.

유지시키기 위한 기본적 방법이라는 점에서 중요하다고 할 수 있다.

### III. 잡지의 전문화와 애니메이션 잡지의 전문화

콘텐츠의 각 분야에는 두 가지 형태의 출판물이 필요하다. 첫째는 학술지이며, 둘째는 잡지이다. 우선 학술지는 전문지로서 산업과 정책 등 전반에 걸친 정보의 제공 및 학술적 이론 등 다양한 관점에서의 연구 결과 제공을 목적으로 산업계와 학계를 주 대상이라고 할 수 있다. 반면 잡지는 대중적 성격이 강한 것으로서 그 내용도 깊이를 가지기보다는 쉽게 접근할 수 있는 수준의 내용으로서 최대한 넓은 범위를 대상으로 삼고 있다. 해당 분야의 콘텐츠를 소비하는 사람들을 주 대상이라 볼 수 있다. 이처럼 두 형태의 출판물은 성격이 명확히 다르고 목적도 다르다.

이와 같은 출판물의 구분에서 잡지의 경우는 학술지에 비해 상대적으로 전문성보다는 대중성을, 심층정보보다는 다양성을 강조하는 것으로 볼 수 있다. 그러나 이제는 잡지도 전문성을 강화하는 것이 잡지를 위해 필요한 것으로 보고 있는 것이다. 이는 언론진흥재단의 잡지 콘텐츠의 경쟁력 강화방안에서 명확하게 나타나고 있다. 즉, 전문잡지가 관련 산업 및 문화를 주도하는 오피니언 리더로서의 역할을 한다는 것에 초점을 맞추고 이런 점을 부각시켜야 한다는 것으로서 이러한 방향이 바로 디지털 환경에서 잡지가 생존할 수 있는 방안으로 본 것이다.<sup>4)</sup>

이와 함께 기존에는 만들어져 있는 얇은 전문잡지에 대한 개념 정리를 시도하면서 “정치, 경제, 사회, 문화, 시사, 산업, 과학, 종교, 교육, 체육 등에 대해 ‘전체분야’가 아닌 ‘특정분야’를 보도, 논평하거나 여론 및 정보를 전파하는 간행물”로 제시했다.<sup>5)</sup> 이와 같은 전문잡지로서의 잡지 개념을 정의는 잡지 전체를 바라보는 관점에서 뿐만 아니라 특정 분야의 잡지 차원에

4) 한국언론진흥재단, 앞의 책 요약문 정리.

5) 한국언론진흥재단, 앞의 책, pp.23-24.

서도 나타나고 있다. 춤을 다루는 춤 관련 잡지가 전문 잡지로서의 성격에 대한 규명을 하는 과정에서 나타난 전문 잡지의 정의가 그 사례라고 할 수 있다. 조유현은 “전문지라 함은 잡지의 한 종류로 특정한 산업분야, 특정한 취미, 관심, 직업을 가진 집단이나 특정한 연령층을 대상으로 특수한 자료를 수집, 수록한 정기 간행물이다”<sup>6)</sup>라고 정의하면서 전문지들이 가져야 하는 특성을 아래와 같은 정리했다.<sup>7)</sup>

첫째, 대체로 자신의 전문분야만을 대상으로 함을 원칙으로 하고 있다.

둘째, 대체로 자신의 전문분야관계자들을 주요 독자로 하고 있다.

셋째, 대체로 자신의 전문분야의 발전과 이익증진에 기여함을 원칙으로 하고 있다.

넷째, 대체로 자신의 전문분야의 상품이나 서비스 등 기업의 광고를 싣고 있다.

그리고 이러한 특성에 따라 무용전문지에 대한 정의를 다음과 같이 내리고 있다.<sup>8)</sup>

첫째, 무용전문지는 무용만을 전문으로 다뤄야 한다.

둘째, 무용전문지는 무용계의 정보나 지식, 당면문제들에 관한 의견을 공적으로 토론하고 교환할 수 있는 장을 만들어 주는 공개시장의 역할을 해야 한다.

셋째, 무용전문지는 전문적인 해설과 분석을 통해 교육적, 계몽적, 설득적인 기능으로 무용인들을 계몽시키는데 선도적 역할을 해야 한다.

넷째, 무용전문지는 무용예술에 대한 기록을 역사화시킨다.

다섯째, 무용전문지는 저널리즘의 측면과 아카데미즘의 측면을 절충하는 연구보고서 역할을 한다.

---

6) 조유현, 「『월간 춤』잡지를 통해 본 전문잡지의 역할」, 『한국출판학연구』, 통권 제68호(2014), p.226.

7) 조유현, 앞의 논문, p.227.

8) 조유현, 앞의 논문, p.227.

여섯째, 무용전문지는 무용문화의 창조와 통합의 기능을 수행한다.

이러한 잡지의 전문성을 강조한 기본 정의와 분야에 따른 조작적 정의는 다른 분야의 잡지에도 적용될 가능성을 보여주고 있으며, 애니메이션 분야의 경우에 있어서도 적용이 필요하다. 애니메이션 분야의 잡지도 다른 분야와 마찬가지로 위축되는 경향을 보여주고 있기 때문이다.

애니메이션 분야의 출판물을 위에서 언급한 기준대로 분류해보면 다음과 같다. 우선 학술지 유형에서 두 가지가 있다. 하나는 한국만화애니메이션학회의 『만화애니메이션연구』이고, 다른 하나는 한국애니메이션학회의 『애니메이션연구』이다. 『만화애니메이션연구』는 1997년부터 발행하기 시작해서 2015년까지 총 40권을 발행했고, 『애니메이션연구』는 2005년부터 발행을 시작해서 총 36권을 발행했다. 이 두 학술지를 통해서 수백편의 논문이 축적되어 있다는 점에서 두 학술지는 역할을 충분히 하고 있는 것으로 볼 수 있다.

그러나 잡지의 경우는 차이가 있다. 2015년 상반기까지 애니메이션 관련 잡지는 『New Type』과 『애니메이툰』이 있었다. 『애니메이툰』은 1995년부터 발간을 시작했고, 『New Type』<sup>9)</sup>은 1999년부터 발간을 했다. 하나는 국내 순수 잡지이고 다른 하나는 일본 라이선스 잡지로서 유지, 운영되어 왔다는 특성도 있다. 그러나 일본 카도카와 출판사가 국제적으로 라이선싱을 부여하는 잡지였던 『New Type』은 2015년 6월호를 마지막으로 휴간에 들어감으로서 현재는 『애니메이툰』만 존재하게 된 것이다. 이러한 시점에서 『애니메이툰』의 가치는 높게 평가될 수밖에 없는 것이다. 일반인은 물론 애니메이션 관계자가 볼 수 있는 잡지라는 점에서, 그리고 성격에 관계없이 잡지로서 현재 유일하게 운영되는 잡지이기 때문이다.

---

9)

<http://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=1609981&memberNo=2492061&vType=VERTICAL>

그렇기 때문에 『애니메이툰』은 어떠한 기사를 어느 정도 다뤄왔고, 그러한 기사들에 대한 양적, 질적 분석을 통해 애니메이션 분야에 대한 기여를 살펴볼 필요가 있는 것이다. 본 연구는 이런 연구 필요성에 기반을 두면서 애니메이션 분야의 잡지로서 『애니메이툰』에 대한 기본적 고찰과 함께 전문지로서의 성격을 가지고 있는지를 살펴보고자 한다. 즉, 애니메이션 작품 자체와 애니메이션 산업 동향 및 정책 관련 정보를 제공하면서, 예술적, 산업적, 상업적 시각에서의 다양한 기사를 통해 다양한 소비층이 애니메이션에 대해 접근하기 용이한 모습을 갖추고 있는지를 살펴보고자 한다.

본 연구는 『애니메이툰』 잡지 자체를 연구대상으로 전수조사를 시행한다. 1995년부터 2015년 상반기까지 발행된 115호까지를 조사대상으로 해서 이 안에 제시된 『애니메이툰』의 기사들 전체에 대한 양적 조사를 우선적으로 하고, 둘째로 『애니메이툰』 자체가 제시하고 있는 항목에 따라 기사의 유형을 보고자 한다. 기사에 대한 내용분석이 아닌 전체 기사의 경향을 살펴보는 것으로서, 이러한 조사를 통해 나타난 『애니메이툰』에 대한 기본 정보를 바탕으로 『애니메이툰』이 잡지로서의 기능을 어떤 식으로 하고 있는지를 확인함으로써 애니메이션에 대한 전문 잡지로서의 기능을 하는지를 살펴볼 수 있다.

#### IV. 잡지로서의 『애니메이툰』의 성격과 특성

##### 1. 『애니메이툰』의 잡지로서의 성격

『애니메이툰』은 애니메이션에 관한 정보 제공을 목적으로 1995년에 창간되었다. 1985년부터 애니메이션 제작을 담당하는 기업으로서 활동을 시작한 에이콤 프로덕션이 1995년에 창간하면서 에이콤의 대표이사인 벨슨 신씨를 편집장으로서 지금까지 운영을 맡아오고 있다.

에이콤 프로덕션이 활동을 시작하던 그 해에 미국에서는 Animation Magazine이 창간되었다. Animation Magazine은 1985년



테리 토렌(Terry Thoren)에 창간되었는데 오프라인 버전은 1년에 10회 발행을 하고 있으며<sup>10)</sup> 2015년까지 총 255호를 발행했고, 온라인 버전은 2006년부터 시작했다. 『애니메이툰』은 이로부터 10년 후에 창간되었지만 에이콤 프로덕션이 미국과 연계된 사업을 하면서 Animation Magazine을 접할 기회가 있었을 것이고, 이를 통해 한국만의 잡지의 필요성으로 이어진 것으로 유추해볼 수 있다.<sup>11)</sup>



그림 1. Animation Magazine과 『애니메이툰』<sup>12)</sup>

『애니메이툰』의 기본 성격을 보면 다음과 같다. 우선 잡지의 외형이다. 출간이후 115호를 발간할 때까지 『애니메이툰』은 중간에 약간의 변화가 있었지만 기본적인 외형은 유지하고 있다. 초기에는 스테이플을 이용하는 중철제본방식을 이용했었고 이는

10) [https://en.wikipedia.org/wiki/Animation\\_Magazine](https://en.wikipedia.org/wiki/Animation_Magazine)

11) 이 부분에 대해서는 벨슨 신 편집장 등 애니메이툰 관련자와의 인터뷰를 통해서 확인할 수 있겠지만 이번 연구에서는 별도의 인터뷰는 진행하지 않았기에 유추 수준으로 제시하고 있다.

12) 출처는 다음과 같다.

Animation Magazine:

<http://www.animationmagazine.net/archives/241-july-2014/>,

애니메이툰: [http://www.animatoon.co.kr/soft/head\\_main\\_view.php?no=120](http://www.animatoon.co.kr/soft/head_main_view.php?no=120)

27호까지 유지되었다. 그러나 28호부터는 현재와 같은 무선제본 방식을 이용하고 있다.<sup>13)</sup> 크기는 1호부터 11호까지는 너비가 210mm, 높이가 280mm의 크기를 보였으나, 12호부터는 높이가 297mm로 늘어나면서 일반 A4지 사이즈와 동일해졌다. 210 x 280 사이즈는 A4도 아니고 레터지 (216 x 279)도 아닌 형태로 A4와 레터지의 중간 정도라고 보일 정도였다. 아마도 초기에는 미국에서 일반적으로 사용하는 레터지 형식을 비슷하게 따르려고 했다가 우리나라에서 일반적인 A4로 바꾼 것이 아닌가로 유추된다.

제본	1호(1995) - 27호(2000)	총 27권	중철제본
방식	28호(2000) - 15호(2015)	총 88권	무선제본

표 1. 『애니메이툰』의 제본 방식

크기	1호(1995) - 11호(1997)	총 11권	210mm x 280mm
	12호(1998) - 115호(2015)	총 104권	210mm x 297mm

표 2. 『애니메이툰』의 크기

그리고 내부의 구성 방식이다. 기사는 3단 칼럼 형식으로 제시되고 있고, 안쪽 바깥쪽 여백은 모두 15mm씩, 위, 아래 여백<sup>14)</sup>은 각각 28mm, 21mm 정도로 설정되어 있다. 제시되는 모든 이미지들은 컬러로 되어 있으며 『애니메이툰』 발행처 정보와 편집장의 머리말(Editor's Note), 그리고 목차(Contents)가 순서대로 맨 먼저 나오는 형식으로 되어 있다.<sup>15)</sup> 둘째로는 발간주기와 권당가격이다. 다른 정기간행물과는 달리 『애니메이툰』은 처음 발행되었던 1995년부터 격월제로 시작했으며 지금까지 유지되고 있

13) <http://blog.naver.com/growtech1?Redirect=Log&logNo=110151430739>,

<http://blog.naver.com/uniprints?Redirect=Log&logNo=220284231689>

이 사이트들을 볼 때 크기는 무선제본, 중철제본, 스프링제본이 있고 성격에 따라 더 세분화될 수 있는 듯하다.

14) 본문 기사를 기준으로 한 것으로 제목이나 항목이 있는 경우에는 위 여백은 더 적게 설정되어 있다.

15) 최근 발행본을 기준으로 한 것으로 초기 발행본은 광고가 들어가 있는 경우도 있다.

다. 단지 초기에는 홀수 달에 발간했으나 현재는 짝수 달로 발간 달을 바꾼 것이 변화라고 할 수 있다. 한편 가격은 제본 방식이나 규격의 변화와는 달리 2번 바뀌었다. 1호부터 6호까지는 4,500원의 가격을, 7호부터 70호까지는 6,000원의 가격을 유지하다가 71호부터는 현재의 8,000원으로 변동되었다.

가격	1호(1995) - 6호(1996)	총 6권	4,500원
	7호(1996) - 70호(2007)	총 64권	6,000원
	71호(2008) - 115호(2015)	총 45권	8,000원

표 3. 『애니메이툰』의 권당 가격

셋째는 전체 발행 분량이다. <표 4>에 나타난 것처럼 1호부터 115호까지 발행되었던 총 면수는 10,720면으로서 호당 평균 93.21면씩 발행되었던 것으로 나타났다. 이중 1997년의 11호가 130면으로 최다 면수를 기록했었고, 반대로 최소 면수를 기록한 것은 2007년의 66호, 2014년의 108호, 그리고 2015년의 113호로서 이들 모두 76면만 발행했던 것으로 나타났다. 그리고 전체 기사 수는 4,019개로서 이 중에서 일반기사는 2,974개, 그리고 비기사는 1,045개로 나타났으며, 호당 평균 34.95개의 기사를 게재한 것으로 나타났다.

면 수	전체 면 수	10,720면
	호당 평균 면 수	약 93.21면
기사 수	전체 기사 수 <sup>16)</sup>	4,019개
	호당 평균 기사 수	약 34.95개
이미지 수	전체 이미지 수 <sup>17)</sup>	23,293개
	호당 평균 이미지 수	약 202.55개
표 수	전체 표 수	236개
	호당 평균 표 수	약 2.05개

표 4. 『애니메이툰』의 면수와 기사 수

16) 전체 기사란 목차 속에 포함되는 일반기사와 별도로 제시되는 비기사를 모두 합한 것이다. 비기사 항목들은 아래의 <표 13> 참조.

17) 이미지의 경우 자막이 하나라도 그 안에 여러 개의 별도의 이미지가 하나로 제시된 것으로 판단되면 각각의 이미지를 하나로 간주했다.

기사의 경우 일반기사와 비기사로 나뉘는데 일반기사란 목차 안에 제시되는 기사들로서 『애니메이툰』이 기사로서 판단해서 제시되는 것들을 의미하는 것들로서 뒤에 제시될 항목에 의해 구분되는 것들이다. 비기사는 목차 안에 제시되지 않고 별도로 나타나는 것들로서 이에는 ‘발행정보’, 머리말인 ‘Editor’s Note’와 목차인 ‘Contents’도 포함되어 있다. 따라서 1,045개의 비기사 수치 중에서 매호 필수 구성요소로 제시되는 ‘발행정보’, ‘Editor’s Note’, ‘Contents’를 제외하면 순수 비기사는 700개에 달한다.<sup>18)</sup>

그리고 1호부터 115호까지 제시된 이미지는 총 23,294개로서 호당 평균 202.55개의 이미지를 게재하고 있었고, 표의 경우에는 총 236개로서 호당 평균 2.05개의 표를 싣고 있는 것으로 나타났다. 이미지와는 별도로 『애니메이툰』은 유명한 카툰 작품을 별도로 제시했는데 총 248 작품으로서 평균 2.16 작품이 매호 소개되었다.

박기현에 의하면 잡지는 몇 가지 기준에 따라 그 유형과 성격이 구분될 수 있는데 그 기준으로 거래관행, 발행 간기, 발행 성격, 형태를 제시하고 있다.<sup>19)</sup> 이에 따라 살펴본 『애니메이툰』은 거래관행에 따르면 독자들로부터 일정액을 받는 유가지이고, 발행 간기로 볼 때 두 달에 한번 발행하는 격월간지 성격을 가지고 있으며, 발행 성격으로 보면 특정 분야의 전문적인 내용을 주로 한 전문 잡지로서, 그 형태는 A4판 잡지로 정리될 수 있다.

한편, 『애니메이툰』은 2012년에 100호를 발간하면서 100호까지 게재된 내용들을 중심으로 아래의 <표 5>와 같이 정리된 것을 제시했다. 290명의 관련 인물을 소개하고 531편의 단/장편/TV 애니메이션을 소개하면서 151개의 관련 행사와 184개의 관련 기관들을 소개했다는 것이다. 이러한 소개 자료들을 통해서 『애니메이툰』은 크게는 작품, 기관(교육, 제작), 이벤트, 인물이라는 4

18) 발행초기에는 비기사 항목이 일반 목차에 포함되어 있었고, 별도로 분리되어 있지 않았다. 그래서 별도로 분리된 항목들은 초기에는 목차에 포함되어 있더라도 비기사로 분류했다.

19) 박기현, 『한국의 잡지출판』, 늘푸른소나무, 2003, pp.34-36.

개의 유목을 중심으로 기사를 제공하려 시도한다는 것을 알 수 있다.

	유형	국내	국외	합계
1	인물	181명	109명	총 290명
2	작품(단편)	44편	69편	총 113편
3	작품(장편)	44편	250편	총 294편
4	작품(TV 시리즈)	82편	42편	총 124편
5	페스티벌	76개	75개	총 151개
6	교육기관	55개 대학, 4개 고교	37개 대학	총 96개
7	스튜디오	-	-	총 88개

표 5. 1호부터 100호까지 『애니메이툰』에 제시된 유형

## 2. 『애니메이툰』의 특성

『애니메이툰』은 20여년의 발행을 통해서 일관적으로 나타나는 특징이 몇 가지 있다. 첫째는 기사의 항목화를 통해 기사의 방향을 제공하고 있다는 점이고, 둘째는 영어 기사를 제공하고 있다는 점이며, 셋째는 고정 비기사 정보를 통해 단신 팩트 혹은 애니메이션 관련 지식 제공 공간을 별도로 가지고 있다는 점이며, 마지막으로 광고의 비중이 적다는 점이다.

『애니메이툰』이 가지고 있는 첫 번째 특성으로는 기사의 항목화이다. 항목화는 『애니메이툰』이 매 기사의 상단에 기사 내용의 종류를 짐작할 수 있도록 제시하는 단어들로서 키워드처럼 짧은 단어로 제시하는 것을 의미한다. 하지만, 카테고리를 명확하게 정의하고 하는 것은 아니다. 이 항목화는 창간호부터 나타난 것으로서 그때그때 그 명칭이 바뀌고 있고 발행 호수가 늘어날수록 항목의 종류도 계속해서 증가함으로써, 이는 기준에 따른 유형이 제한되어 제시되는 것은 아니라고 할 수 있다. 창간호부터 지금까지 제시되는 항목의 숫자는 총 167개에 이르고 있다. 한글로 된 항목이 125개이고 영어로 된 항목이 42개이며, 초기에는 한글 항목이 주를 이루었지만 13호부터 점차 영어 항목이 증

가하는 모습을 보였다. 항목은 기사의 내용에 따라 다른 기사라도 동일한 항목명을 달고 있는 경우가 있기 때문에 기사의 건수와 항목의 건수는 다르게 나타날 수밖에 없다.

항목에 따라 분류되는 기사는 전체 기사 중에서 일반기사에만 해당되는데 총 2,974개의 일반기사가 167개 항목 안에서 제시됨으로써 한 항목당 17.81개 정도의 기사가 115호가 발간되는 동안 제시되었던 것으로 나타났다. 그리고 일반기사의 면수는 총 7,785면<sup>20)</sup>으로서 115호가 발행되는 동안 항목 당 약 46.62면이 제시된 것으로 나타났다.

항목 종류 수	167개 (한글 항목: 125, 영어 항목: 42)
항목 당 기사 수	약 17.81개
항목 당 면 수	약 46.62면

표 6. 『애니메이툰』에 제시된 항목 관련 수치

그러나 이처럼 많은 항목의 종류는 일반적인 유형화와는 거리가 있는 것으로 보인다. 이는 『애니메이툰』이 항목에 대한 조작적 정의를 자체적으로 설정하고 이를 기반으로 기사의 유형을 미리 설정한 후 이를 바탕으로 기사를 엄밀히 분류함으로써 구독자에게 명확히 제시하고자 하는 목적을 처음부터 가지고 있지 않았다는 것을 의미한다. 그보다는 기사의 주요 주제를 표현해주는 목적에 따라 이루어진 것으로 볼 수 있다. 그렇기 때문에 항목 중에서 기사를 담고 있는 수치의 차이가 크게 나타나고 있다. 이는 아래의 <표 7>과 같다.

기사 건수	400개 이상	300개 이상	100-200개	51-100개	41-50개	31-40개	21-30개	11-20개	1-10개
항목 개수	1	1	8	4	2	4	4	8	135

표 7. 기사 건수별 항목 수: 전체

20) 115호까지의 발행 면수는 10,720면이지만, 이 중 항목에 따라 분류되는 일반 기사의 면수는 7,785면이다.

위의 표에서 나타난 것처럼 기사를 많이 제시했던 항목의 수는 전체 항목 중에서 일부에 해당한다. 100개 이상의 기사를 포함하는 항목은 총 10개에 불과하다. 즉, 5.99%에 불과한 항목이 일반 기사 1,768개를 포함하고 있음으로서 전체 2,974개 중에서 59.45%라는 비중을 가지고 있는 것이다. 반면, 기사를 1개에서 10개 이하로 포함하고 있던 항목은 전체 167개 중에서 135개에 해당되었다. 전체 167개 중에서 80.84%에 해당하는 항목이 단지 321개의 기사를 다룸으로서 기사 건수로 볼 때 이 항목들의 비중은 10.79%밖에 되지 않는 것으로 나타난 것이다.

항목	기사 건수	유형	항목	기사 건수	유형
Festival Spotlight	460	이벤트	통신원 리포트	141	모두
Animatoon Report	334	모두	기획	136	모두
Review	173	작품	Coming Soon	132	작품
People	167	인물	Focus	127	모두
Festival Preview	146	이벤트	Animation School	114	기관

표 8. 100건 이상 기사 포함 항목

위의 <표 8>은 기사 건수가 100건 이상인 항목들을 나열한 것이다. ‘Festival Preview’의 항목이 총 460건의 기사로 가장 많은 기사를 포함한 것으로 나타났고, ‘Animatoon Report’가 334건이라는 수치를 기록했다. 이외에 ‘Review’를 포함한 8개의 항목이 각각 100건 이상씩의 기사를 제시했던 것으로 나타났다. 한편 이들 항목의 유형을 보면 ‘Festival Spotlight’과 ‘Festival Preview’는 이벤트, ‘Review’와 ‘Coming Soon’은 애니메이션 작품, ‘People’은 애니메이션과 관련된 다양한 인물들, ‘Animation School’은 기관이라는 유형으로 구분되는 항목들이지만 나머지 ‘Animatoon Report’와 ‘통신원 리포트’, ‘기획’, ‘Focus’는 특정 유형으로 구분되기보다는 인

물, 기관, 작품, 이벤트, 산업/정책의 모든 유형을 그때그때 다루고 있다. 즉, 100건 이상의 기사를 포함하고 있는 항목 10개 중에서 4개가 모든 유형을 다루고 있다는 뜻으로, 항목화가 엄밀한 기준에서 기사를 구별하려는 목적을 가지기 보다는 기사의 방향을 짐작할 수 있게 하는 수준 정도에서 키워드 식으로 제시된 것임을 다시 한 번 확인하게 해준다.

한편 이러한 기사의 집중이 두드러지게 나타나는 항목들은 게재되는 회수에서도 비슷한 모습을 보이고 있다. 우선, 전체 항목들이 115호까지 몇 회에 걸쳐 게재되는지를 살펴본 것이 <표 9>로서 91개호 이상에 걸쳐 게재된 항목들은 ‘Festival Preview’, ‘Animatoon Report’, ‘Cover Story’ 로 나타났다. 그리고 100건 이상의 기사를 포함한 항목들 모두 최소 50개호 이상에 걸쳐 게재된 것으로 나타났다.<sup>21)</sup>

<표 10>은 50개호 이상에 걸쳐 등장하는 항목들을 나열한 것으로서 - 순서에서는 약간의 변동이 있지만 - 위의 <표 8>에 나타난 항목들이 모두 나타나고 있는 것을 보여주고 있다. 이 중에서 ‘Festival Spotlight’ 와 ‘Animation Report’ 는 포함 기사 건수나 게재 회수 면에서 모두 최상위 권을 기록함으로써 『애니메이툰』 이 페스티벌과 같은 행사에 많은 비중을 두고 있다는 점과 항목화는 제시를 하지만 엄격한 구분이 아닌 키워드식 기사 방향 제시라는 것을 확인할 수 있게 해주고 있다.

게재 회수	91회 이상	81-90	71-80	61-70	51-60	41-50	31-40	21-30	11-20	1-10
항목 개수	3	0	1	2	6	3	0	6	9	137

표 9. 게재 회수별 항목 수

21) 이 중에서 ‘Cover Story’ 와 ‘넬슨 신 칼럼’ 또한 기사 건수 면에서는 97건과 60건을 포함하고 있어서 <표 8>에 나타난 ‘Animation School’ 다음으로 등장하기 때문에 기사 건수가 많은 항목이 게재 호수 면에서도 비슷한 양상을 보이는 것으로 나타났다.



항목	계재 회수	항목	계재 회수
Festival Spot light	99	Coming Soon	60
Animatoon Report	98	넬슨 신 칼럼	60
Cover Story	93	기획	59
Animation School	80	Festival Preview	57
People	69	통신원 리포트	55
Focus	68	Review	52

표 10. 50회 이상 게재된 항목

『애니메이툰』이 가지고 있는 두 번째 특징으로는 영어원문기사가 제공된다는 점이다. 영어기사는 두 가지 형태로 제시된다. 하나는 일반기사들로서 제시되는 것이고, 다른 하나는 단신 정보를 묶어 제시하는 것이다. 일반기사 방식의 영문기사는 주로 해외통신원들을 활용해서 애니메이션 관련 해외 소식과 정보를 제공하고 있는데 창간호부터 제시되고 있다. 단신 정보 영문기사는 ‘World Animation News’ 라는 항목으로 제시되는 것으로서 기사로 제시하기에 짧은 소식들을 묶어 제시하는 것이다. 그래서 성격상 『애니메이툰』 내에서도 ‘애니메이션 지상특강’ 이나 ‘Best Cartoon of The Month’, ‘독자로부터의 편지’ 등 과 같이 별도의 항목으로 분류되고 있다. 그러나 두 방식 모두 원문만 제공하는 것이 아니라 원문과 한글 번역을 같이 제공하고 있다.

영문으로 된 면수는 115호까지 발행되는 동안 총 1,689면이 등장하는데 이는 호당 14.69면의 영문이 제시된 것임을 의미한다. 이 중에서 일반기사 내에 등장하는 영문 면수는 1,337면이고, 비기사 항목에 제시된 영문 면수는 352면으로 나타났다.

일반기사들의 경우 호당 평균 약 11.63면 분량으로 제시되고 있는데, 48호와 52호가 각각 7개 항목과 6개 항목에서 23면씩으로 가장 많은 영어 면수를 보여주었으나, 4호는 영문 면수가 전혀 없는 것으로 나타났다. 한편 ‘World Animation News’ 는 총 1,132면을 제공하고 있는데 이 중에서 한글은 783면이고 영문은

349면으로 구성되어 있다. 즉, 일반기사의 영문 면수와 합치면 1,689면으로서 이는 전체 10,720면의 15.76%라는 비중을 차지하고 있다. 잡지 중에서 이와 같은 분량의 영문 기사를 제시하는 드문 일로 평가될 수 있다.

일반 영어기사 면수	1,337면
비기사 영어 면수 <sup>22)</sup>	352면
총 영어 면수	1,689면 (15.76%)

표 11. 영어기사의 비중

한편 영문을 담고 있는 기사를 개수와 항목에 따라 구분하면 다음과 같다. ‘World Animation News’ 와 ‘DVD 이야기’ 를 제외한 일반기사의 영어기사 개수는 총 564개로서 전체 2,994개의 일반기사 중에서 18.84%의 비중으로 호당 4.90개 정도의 일반 영어기사가 게재되었던 것이다.<sup>23)</sup> 그리고 이를 항목 수로 살펴보면 영어기사가 포함된 경우가 있는 항목은 총 52개로 나타났다. 즉, 전체 167개의 항목 중 52종에 나타남으로서 31.14%의 비중을 가지는 것으로 나타났다.

영어기사 수	564 (전체 2,994개의 18.84%)	영어기사 항목 수	52 (전체 167개의 31.14%)
--------	-------------------------------	--------------	----------------------------

표 12. 영어 기사 및 항목별 분포

22) 비기사 항목 중에서 영문 면이 등장하는 것은 ‘World Animation News’ 와 ‘DVD 이야기’ 이다.

23) 영문 항목을 계산할 때 고려해야 했던 점은 한글 번역본이 ‘통신원 리포트’ 처럼 각각의 항목명을 가지고 있지만 해당 영문 것은 ‘Animatoon Report’ 로 나와 있는 경우가 대부분이라는 점이다. 반면 항목명이 영어로 되어 있는 한글 번역본의 경우에는 해당 영문 항목명을 그대로 쓰는 경우가 일반적이다. 예를 들어 ‘Festival Preview’ 라고 되어 있는 한글 번역본의 경우에는 영문 원문도 ‘Festival Preview’ 라고 되어 있다. 따라서 본 연구에서는 영문 원문의 항목은 한글 번역본의 항목을 따르기로 했다. 예를 들어 ‘통신원 리포트’ 의 한글본이 ‘Animatoon Report’ 라고 되어 있으면 ‘통신원 리포트’ 항목으로 고려했다.

그러나 영어기사가 포함되어 있는 기사의 개수로 볼 때 꾸준히 영문 기사가 포함되어 지속적으로 게재된 항목은 드물다. 항목 중에서 ‘통신원 리포트’가 55개호에 걸쳐 393면, ‘Animatoon Report’가 33개호에 걸쳐 125면, ‘Festival Spotlight’가 69개호에 걸쳐 327면으로 100면 단위의 기사량을 담고 있다. 이들 세 항목이 총 845면으로 전체 영어 면수 중에서 50.03%라는 비중을 가지고 있는 것으로 나타났다.<sup>24)</sup> 반면 다른 항목들은 대부분이 한 자리 숫자 분량을 보여주었다. 영문 기사량이 1면을 보인 항목만도 5개나 있다. 즉 다양한 형태의 항목으로 영문 기사가 포함되어 제시되었지만 실질적으로는 ‘통신원 리포트’, ‘Animatoon Report’, ‘Festival Spotlight’라는 항목에만 집중된 것이다. 이러한 특정 항목에 대한 집중은 소개되는 영문 기사의 주제와 관계가 있는 것으로 보인다.

『애니메이튼』의 세 번째 특징으로는 고정 비기사들이 있다는 점이다. 이들은 잡지의 기본 구성에 필요한 요소들도 있지만 애니메이션 분야 자체에 대한 기사와는 다른 목적을 가지고 있는 것들로 볼 수 있다. 즉, 기사들이 일반적으로 애니메이션 관련 분야에 대한 정보와 소식이라면, 고정 항목에 포함되는 정보는 지식성 정보로서 애니메이션 용어나 단신 소식들이다.

이들은 위치에 따라 크게 두 유형으로 나뉘볼 수 있다. 하나는 목차 전 제시 정보이다. 여기에는 ‘발행정보’, ‘Editor's Note’, ‘Contents’ 등이 있고, 다른 하나는 목차 내 비기사로서 - 115호 기준으로 볼 때 - ‘애니메이션 지상특강’, ‘Info & info’, ‘독자로부터의 편지’, ‘Culture News Of This Month’, ‘World Animation News’, ‘Best Cartoon Of The Month’, ‘과월호 안내’가 있다.<sup>25)</sup> 이들 항목 중에서 목차 내 비기사들 중에서 ‘독자로부터의 편지’는 유일하게 구독자와의 커뮤니케이션이 이루어지는 것이고, 나머지 비기사 항목들은 대

24) 비기사 항목을 포함하는 1,689면 기준.

25) 이들 외에도 이전에 ‘애니메이션관련 용어상식’ 등 다른 항목들이 게재되었으며, ‘On Air, Book Review 등은 기사 목록에 있다가 비기사 항목에 등장하기도 하는데 이런 경우에는 주로 등장한 곳으로 고려했다. <표 13> 참고.

부분 특정 정보 제공형 사항들이라고 할 수 있다.

115호의 경우에는 총 10개가 제시되었는데 이 중에서 ‘발행정보’, ‘Editor’s Note’, ‘Contents’ 제외한 나머지 7개가 별도로 제시되었다. 목차에서 별도로 제시되는 형식을 갖추기 시작한 것은 38호부터 시작되었다. 이전에는 별도 기사에 포함될 만한 것들로서는 ‘애니메이션 용어 해설’이라는 것이 창간호부터 있었고, ‘독자로부터의 편지’는 2호부터 바로 나타나기 시작했지만, 목차 안에 포함되어 있었다. 그러나 38호부터 ‘World Animation News’, ‘Info & Info’, ‘Best Cartoons of the Month’, ‘독자로부터의 편지’, ‘과월호 안내’의 5개가 별도로 실리면서 현재와 같은 구성을 갖추게 되었다. 이러한 비기사 항목은 기사 부분의 항목이 엄격한 형식과 단어에 구애받지 않고 제시되는 것과 유사하게 자유스럽게 제시되었고, 별도로 제시되는 것도 엄격한 기준에 따라 구분되는 것이 아니어서 ‘On Air’, ‘Plus Info’, ‘Book Review’ 등은 목차 내에 포함되기도 하다가 별도로 제시되기도 했다. <표 13>은 주로 비기사 항목으로 제시된 것들을 나열한 것이다.

비기사 항목 중에서 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것은 ‘World Animation News’<sup>26)</sup>와 ‘Info & Info’이다. 대부분의 비기사들이 1-2면 정도만 제시되는 것에 비해 이 두 항목은 양적으로 큰 비중을 차지하고 있다. ‘World Animation News’는 115호까지 단 한 번도 빠지지 않고 제시되면서 총 1,132면을 차지하고 있다. 특히 한글본과 영어본이 같이 게재되었는데 한글부분은 783면이고, 영어부분은 349면을 차지하고 있다. 한편, ‘Info & Info’는 115호까지 중에서 총 103회 게재되면서 441면을 차지하고 있다.

이와 함께 지식이나 정보 제공형이 아닌 별도의 비기사로서 살펴볼 것은 ‘The Best Cartoon Of The Month’이다.<sup>27)</sup> 애니메이션

26) 발간 초기에는 ‘Animation World News’, ‘World Animation Trends’로 불리다가 13호부터 현재의 제목으로 바뀌었다.

27) ‘Best Animation Of The Month’라는 제목으로 나오기도 했지만, 이는 ‘Best Cartoon Of The Month’와 동일한 것임.

선과는 직접적 연관은 없지만 국내에서 접하기 쉽지 않은 해외의 카툰을 매번 소개해줌으로서 잡지 구독자들에게 카툰 작품을 알려주는 기회를 제공하고 있다. 총 96회에 걸쳐 246 작품을 게재하면서 49개국의 작품이 소개되었다. 국가별로 보면 한국 작품이 32편으로 제일 많았고,<sup>28)</sup> 권역별로 보면 유럽 지역이 133편으로 제일 많은 것으로 나타났다.<sup>29)</sup>

구분	종류	내용	계재 호
목차 전 비기사	발행정보	발행처 정보, 웹사이트 소개, 판매서점 소개	1-115
	Editor's Note	편집장의 머리글. 한글, 영문 동시 소개	1-115
	Contents	목차로서 기사 전체의 순서를 제시	1-115
목차 내 비기사	Best Cartoon of The Month	애니메이션에서 제시하는 세계 유명 카툰	16-19, 22-66, 68-115
	애니메이션 지상특강	애니메이션 제작 관련 정보	108-115
	World Animation News	애니메이션 관련 해외 단신	1-115
	Info & Info	DVD, 비디오, 영화, 신간, 만화, 게임의 새 작품 소개	13-115
	독자로부터의 편지	구독자 질문과 답변	2-115
	Culture News Of This Month	기타 전시나 공연에 대한 소개	78-115
	애니메이션 용어해설	애니메이션 관련 용어 소개	1-14
	애니메이션 관련 용어 상식	애니메이션 관련 용어 소개	72-105
	Graphic News	산업계 현황을 이미지화된	43-48,51

28) 한국 32편, 중국 30편, 크로아티아 26편, 루마니아 20편의 순으로 비중을 차지하고 있다.

29) 유럽이 133편, 아시아가 98편으로 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

		데이터와 설명으로 소개	,53-55, 57-60,62 ,78
	DVD 이야기	신작 DVD 소개	31-37,39 -48, 50-77
	Plus Information <sup>30)</sup>	페스티벌, 영화제 수상작 소개 및 설명	61-66,72 -74,76,8 1,84,88, 95,113
	Photo Story	진행중인 페스티벌의 행사장 소개 사진	68,69
	이달의 문화행사	해당 달에 예정된 각종 행사 소개	78
	과월호 안내	과월호 소개 및 구입 방법 소개	13-75,81 -115

표 13. 고정 비기사 요소

네 번째로 살펴봐야 하는 특성으로는 『애니메이툰』에 게재되는 광고에 관한 것이다. 잡지는 그 수익원으로 광고가 중요하지만 『애니메이툰』은 일반적인 잡지와는 달리 광고 게재가 적다고 할 수 있다.

우선 애니메이션과 관련이 없는 광고는 다른 분야의 광고는 전혀 실리지 않았다. 『애니메이툰』의 광고는 그 성격에 따라 크게 내부 광고와 외부 광고로 나눌 수 있다. 내부 광고는 에이콤 프로덕션이나 『애니메이툰』을 홍보하는 성격을 담고 있는 것들이고, 외부 광고는 그 이외의 모든 광고들을 의미한다. 즉, 엄밀한 의미에서 광고 수익을 고려할 수 있는 것은 외부 광고라고 할 수 있다. 내부 광고는 광고게재방식을 알리는 광고와 에이콤 프로덕션 자체를 홍보하는 광고 등 『애니메이툰』과 관련 기업인 에이콤 프로덕션, 그리고 KOAA Film Seoul이라는 계열 기업과 직간접적으로 연관되는 것들이 모두 해당된다. 외부 광고로는 여러

30) 비기사 항목에 있다가 기사 목록에 들어가 있는 경우도 있음. 그러나 일관성 유지를 위해 비기사 항목으로 간주한다.

형태가 나타나는데, 서적(책, 잡지) 광고, 기업/기관 광고, 행사 광고(이벤트 페스티벌), 공모전 광고, 제품/서비스 광고, 학교/학원 광고 유형으로 구분될 수 있다.

1호부터 115호까지 게재된 광고 전체 건수는 총 596건으로 나타나고 있으며 이 중에서 내부 광고는 147건, 외부 광고는 449건으로서 호당 평균 5.18건의 광고가 실린 것으로 나타남으로서 광고의 비중이 압도적인 캐릭터 분야의 잡지인 『I Love Character』과는 차이를 보이는 것으로 나타났다.<sup>31)</sup> 6호까지는 내/외부 광고 합쳐서 두 자리 수 게재가 유지되었지만 7호 이후부터는 단 한 번도 두 자리 수의 광고가 게재되지 않았다.

광고를 형식별로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 부분/전면 광고 유형에 대해서 살펴보면, 대부분의 광고는 전면 광고로 제시되고 있으며 부분 광고는 전체 596건 중에서 40건 밖에 되지 않는다. 이러한 부분 광고는 내부 광고에서는 나타나지 않고 오직 외부 광고에서만 나타나며 24호까지만 게재되고 이후의 모든 광고는 전면 광고로만 나오고 있다. 한편 전면이 아닌 2면에 걸친 양면 광고도 제시되었으나 1호, 2호, 3호, 4호, 30호, 36호에만 나타나고 있다. 1호, 2호, 3호, 4호에 게재된 양면 광고는 기업 광고이지만 30호와 36호에 등장한 광고는 제품/서비스 광고 유형이다.

내부 광고	147 (24.66%)	외부 광고	449 (75.34%)
전면 광고 <sup>32)</sup>	556 (93.29%)	부분 광고	40 (6.71%)

표 14. 광고 게재 건수

그리고 광고 소재를 유형별로 보면 다음과 같다. 내부 광고의 경우에는 기업홍보가 가장 많은 것으로 나타났는데, 에이콤 프로덕션에 대한 자체 홍보를 의미한다. 제품/서비스는 계열기업인

31) 예를 들어 『I Love Character』는 2016년 4월호에만 총 50여건의 광고가 게재됨으로서 단순 건수 비교만으로도 큰 차이가 있는 것을 알 수 있다.

32) 두 면에 걸쳐 나오는 양면 광고를 포함하고 있다.

KOAA Film Seoul사가 제작한 애니메이션 작품집에 대한 홍보이고, 애니메이션 작품은 에이콤에서 제작했던 애니메이션 <왕후심청>에 대한 것이다.

기업 홍보	광고 게재	구인	애니메이션 작품	제품 /서비스	이벤트	합계
57	18	1	34	35	2	147

표 15. 유형별 광고 건수 (내부 광고)

공모전	구인	기관/ 기업	제품/ 서비스	서적	애니 작품	이벤트 /행사	학교 /학원	합계
4	2	91	43	74	11	181	43	449

표 16. 유형별 광고 건수 (외부 광고)

외부 광고의 경우에는 이벤트/행사가 181건으로 압도적인 비중을 차지하고 있다. 주로 애니메이션 페스티벌을 소개하는 것들로서 히로시마, 자그레브, 오타와 등 해외 애니메이션 페스티벌을 비롯해서 SICAF, PISAF 등 국내 애니메이션 페스티벌 모두 나타나고 있는데 내부, 외부 광고 전체에 걸쳐 볼 때 가장 꾸준히 등장하는 광고라고 할 수 있다. 115호에 걸쳐 181회 게재되는 동안 105개호에 걸쳐 나타나고 있다. 두 번째로 게재 건수가 많은 기관/기업의 경우는 대부분이 기업으로서 WB나 Universal같은 해외 기업의 경우에는 특별한 문구를 담기보다는 기업의 로고만을 제시하는 형태로 대부분이 50호 이전에 나타나고 있다.

## V. 『애니메이툰』에 포함되어 있는 전문잡지로서의 요소

위에서 제시된 것들과 같은 특성들은 『애니메이툰』을 전문잡지로서 보기 위한 다음과 같은 요소들로 연결되게 된다. 첫째, 『애니메이툰』은 다른 잡지들과는 달리 해외 소개에 대한 경향이 강하게 나타나고 있다는 점이다. 이러한 특징은 여러 요소를



통해서 나타나는데 첫 번째가 ‘통신원 리포트’ 라는 항목이다. 총 141개의 기사를 776면에 걸쳐 제시했던 이 항목은 47호에 처음 나온 이래 84호부터는 조사 대상인 115호까지 쉬지 않고 계속 연재되고 있다. 여러 명의 해외 애니메이션 관계자들이 기고를 하면서 해외 페스티벌, 작품, 제3국<sup>33)</sup> 작품 동향과 같은 정보를 꾸준히 제공해주었다. 특히, 칼 코헨(Karl Cohen), 팻 레인 웹(Pat Raine Webb)의 경우에는 초기부터 지금까지 계속해서 기사를 제공해주고 있다.

두 번째 요소로는 ‘Festival Spotlight’ 과 ‘Festival Preview’ 등을 통해 해외 행사에 대한 소개를 발행 초기부터 적극적으로 이어오고 있다는 점이다. ‘Festival Spotlight’ 은 99회, ‘Festival Preview’ 는 57회에 걸쳐 연재하면서 총 606개의 기사를 1,640면에 걸쳐 제시하고 있는 비중이 높은 항목이라고 할 수 있다. 안시, 히로시마, 오타와, 자그레브와 같은 세계4대 애니메이션 페스티벌 및 카툰즈 온 더 베이 (Cartoons on the Bay) 등의 페스티벌과 밍컴(MIPCOM), 밍티비(MIPTV), 시그래프(SIGGRAPH) 등 다양한 국제 행사 외에 SICAF(서울국제만화애니메이션페스티벌), PISAF(부천국제학생애니메이션페스티벌), 춘천국제애니메이션페스티벌, 동아·LG 국제만화페스티벌 등 국내 행사에 대해 수상작, 행사 진행 과정, 참여 인물 등 다양한 관점에서 접근된 기사를 제공했다. 이는 편집장인 넬슨 신부터 ‘통신원 리포트’ 등을 통해 기사를 제공하는 칼 코헨, 팻 레인 웹, 그리고 ASIFA<sup>34)</sup> 관계자들 등 다양한 사람들에 의해 기사가 제공되었다.

세 번째 요소로는 페스티벌과 관련된 광고의 게재이다. 위에서 제시되었던 것처럼 『애니메이툰』은 호당 약 5건 정도의 광고를 게재하는, 다른 잡지에 비해 광고의 비중이 낮은 편으로 볼 수 있다. 그런 449건의 외부 광고 중에서 페스티벌을 포함한 이벤트

33) 예를 들어, 베트남, 인도네시아, 모로코, 에디오피아, 나이지리아, 모잠비크, 브라질, 체코 등이 소개되었다.

34) Associationn Internationale Du film d' Animation의 약자로서 국제애니메이션필름협회를 지칭한다.

/행사 광고는 181건으로서 외부 광고의 40.31%를 차지하는 것으로 나타났다. (<표 16> 참조). 특히 이벤트를 제외한 순수 페스티벌 광고는 179건으로서 페스티벌에 대한 『애니메이툰』의 관심은 매우 높다고 볼 수 있다.

이처럼 페스티벌과 같은 행사에 대한 관심이 높은 이유는 애니메이션 산업의 활성화를 국제화와 연결시키려는 의미로 볼 수 있다. 『애니메이툰』이 창간한 1995년을 전후로 문화산업에 대한 인식이 높아지면서 애니메이션 산업에 대한 인식도 변화가 나타나게 되었다. 즉, 정부차원에서의 지원을 통한 활성화, 하청 위주 중심의 산업 구도의 변화, 창작 애니메이션의 기획력 강화와 같은 의견들이 좀 더 표출되기 시작했고 애니메이션과 같은 콘텐츠의 유통체계의 정비나 해외시장 진출을 위한 여건 확립과 같은 의견도 등장하기 시작했던 것이다.<sup>35)</sup> 이런 시점에서 해외시장 진출을 위한 방안을 수립하기 위해서는 대표적인 시장인 해외 페스티벌에 대한 전문적이고 집중적인 소개가 필요했던 것이고 이를 인지하고 있던 『애니메이툰』은 해외 페스티벌을 꾸준히 다루어왔던 것이다. 그래서 위의 항목 외에 시장이라는 차원에서 ‘Market’, ‘Market & Exhibition’, ‘Market & Screening’이라는 항목들이 총 40건의 기사들로 제시되기도 했다.

두 번째로 제시할 수 있는 『애니메이툰』의 전문성이 드러나는 부분은 정부 혹은 관련 기관의 정책과 지원 사업 등에 관한 정보를 꾸준히 제공하고 있다는 점이다. 특히 이러한 정보는 애니메이션 분야 관계 전문가들을 대상으로 하는 정보라는 점에서도 중요하다.

이처럼 정책이나 법에 관련된 이슈들이 중요하게 고려될 수밖에 없는 것은 애니메이션을 비롯한 콘텐츠 산업에 대해 정부차원의 지원 사업이나 육성 전략을 시행하기 때문이다. 그리고 애니메이션이 윈도우 전략, OSMU 전략 등 다양한 연계 산업 활성화 전략안의 중요한 부분으로도 평가받으면서 애니메이션에 대한 법

---

35) 한국문화정책개발원, 『문화산업 지원 정책개발 연구: 영화, 만화영화, 비디오 부문 등 영상산업을 중심으로』, 한국문화정책개발원, 1995, p.42.

적, 정책적 차원의 지원은 한국 애니메이션 산업에서 중요한 요소가 되었기 때문이다.

문화산업(혹은 콘텐츠 산업)의 차원이나 애니메이션의 수준에서 법적인 부분이나 정책, 그리고 지원사업과 같은 내용을 담고 있는 기사는 총 114건이 제시되었다. 이는 호당 평균 1건에 못 미치는 수준인 것이다. 기사의 빈도와 같은 양적인 수준에서만 본다면 정책/법 관련 기사는 적은 듯 보이지만 이는 『애니메이툰』 발행 초반 7년 동안에는 관련 기사가 드물었기 때문이다. 1995년의 1호부터 2002년의 40호까지는 정책/법 관련 기사는 17건에 불과함으로서 평균 약 0.4건에 불과하다. 하지만 2003년의 41호부터 2015년의 115호까지는 97건의 관련기사가 제시됨으로서 호당 평균 1.29건으로 다른 모습을 보이게 된다. 이는 애니메이션을 지원대상 산업중의 하나로 설정하고 있는 한국문화콘텐츠진흥원이 2001년 8월에 설립되고 2002년 10월에 법인화된 것과 무관하지 않다고 할 수 있다. 정부 예산을 기반으로 하는 지원사업의 주체가 명확해지고 이에 따른 사업의 집행이 이루어지기 때문에 정책/법과 관련된 기사가 늘어날 수밖에 없는 것이다. 특히, 지역차원의 정책집행기관이라 할 수 있는 서울애니메이션센터와 경기콘텐츠진흥원이 21세기에 들어 지원사업의 주체로 활동을 하면서 정책/법 관련 기사는 『애니메이툰』이 다뤄야 하는 분야가 된 것이다. 정책/법 관련 기사는 ‘Animatoon Report’, ‘Focus’, ‘기획’ 등 몇몇 항목을 통해 제시되었는데 이 중에서 ‘Animatoon Report’가 거의 대부분을 다루고 있다. 이러한 정책 및 법 관련 기사는 지원을 필요로 하는 애니메이션 관련 실무자들을 대상으로 한 것이기 때문에 기사 내용의 전문성이 중요하고 결국 『애니메이툰』은 애니메이션 관련 전문가들을 대상으로 하고 있다는 것을 보여준다.

세 번째로 제시할 수 있는 『애니메이툰』만 특징은 교육적 기능의 강조를 통한 구독 타겟의 일반화이다. 잡지가 가지고 있는 순기능으로 뉴스 보도의 기능, 논평 상보의 기능, 교육(전문지식 정보 제공) 계몽 기능, 오락 제공 기능, 광고 정보 제공 기능 등

을 열거할 수 있는데,<sup>36)</sup> 『애니메이툰』은 이러한 일반적 기능들 중에서 교육 계몽 기능에 초점을 맞추고 있다고 볼 수 있다. 이는 『애니메이툰』이 관계 분야 전문가들뿐만 아니라 애니메이션의 소비자가 되는 일반 구독자들 또한 타깃으로 설정하고 있다는 것을 의미한다.

이는 비기사 항목에서 드러나는 부분이 많다. 우선 애니메이션 용어와 관련된 항목이다. 초기에 나타난 ‘애니메이션 용어해설’과 72호부터 105호까지 게재되었던 ‘애니메이션 관련용어상식’, 그리고 최근에 연재중인 ‘애니메이션 지상특강’ 등을 그 사례로 들 수 있다. 애니메이션 제작과 관련된 용어들을 제시함으로써 작품에 대한 접근만이 아닌 제작에 대한 이해도 가능하도록 유도하고 있다. 두 번째 요소로는 애니메이션 역사에 대한 연재이다. ‘애니메이션의 역사’, ‘Animation History’라는 항목을 통해 발간 초기에 집중적으로 제시했다. 이 두 항목은 통틀어 20건(103면)의 기사를 20개호에 걸쳐 제시하면서 통시대적 접근과 함께 작품 중심의 접근 방식도 시도함으로써 일반 애니메이션 관련 전문 서적과 같은 정보를 제공했던 것이다. 세 번째 요소로는 애니메이션 작품에 대한 정보의 꾸준한 제공이다. ‘해외 화제작 Review’, ‘화제의 TV시리즈’, ‘Coming Soon TV’, ‘On Air’, ‘TV 애니메이션’ 등 많은 항목을 통해서 극장용과 텔레비전용 애니메이션에 대한 정보를 꾸준히 제공해 줌으로써 작품 자체에 대한 기본 정보를 쉽게 접근할 수 있도록 해주고 있다. 특히, 원작에 대한 설명, 제작진에 대한 소개 등 작품의 스토리뿐만 아니라 작품 제작과 관련된 정보를 포함하여 정보의 폭을 넓게 해주고 있다. 즉, 일반 구독자를 대상으로 한 것이라도 그 정보의 깊이는 단순한 작품 소개 수준 이상을 보여줌으로써 전문지적인 모습을 이 경우를 통해서도 보여주고 있다.

---

36) 박기현, 『한국의 잡지출판』, 늘푸른소나무, 2003, pp.50-56.

## VI. 결론

애니메이션 산업의 발전은 산업 분야 자체뿐만 아니라 이를 둘러싼 여러 분야에서 같이 이루어져야 한다. 애니메이션을 다루는 전문잡지 또한 이러한 애니메이션 산업의 발전에 있어서 중요한 부분 중의 하나이다. 산업을 다루면서 학문적 관점 또한 유지가 가능하기 때문이다.

이러한 배경을 기반으로 본 연구는 1995년부터 현재까지 20년 넘게 발행을 유지해온 『애니메이툰』을 창간호부터 115호까지 살펴보았다. 애니메이션 분야를 다루는 유일한 잡지로서 지속성을 유지하고 있음에도 이에 대한 연구가 이뤄진 적이 없기에 본 연구를 통해 잡지로서의 성격을 고찰해보고 전문잡지로서의 역할을 살펴보고자 했다.

첫째, 기사의 방향을 보여주는 항목화를 시행하고 있다는 점과 둘째, 다른 잡지와는 달리 해외 통신원 등을 활용한 영문 기사를 원문과 함께 제시함으로써 해외 정보를 다양하고 자세하게 제시하고 있다는 점, 셋째로 비기사 항목을 통해 일반기사로 분류되기에 적합하지 않은 것들을 별도로 제시하되 애니메이션 관련 용어 및 제작에 관한 기술적, 산업적 지식을 제공하고 있다는 점, 그리고 마지막으로 잡지로서는 광고에 대한 비중이 낮다는 점을 도출해냈다. 이러한 점들은 다양한 기사를 매호당 약 35개에 가까운 기사를 제공하면서 기사의 성격을 드러낼 수 있게 해주면서, 국내뿐만이 아닌 해외의 흐름과 동향을 제공하려는 범위의 확장을 보여주면서, 현황과 흐름뿐만이 아닌 기본 지식을 제공하려는 목적을 보여준 것이다.

결국 이러한 점들은 앞에서 조유현이 제시했던 전문지들이 가져야 하는 특성에 부합하는 모습을 보여주고 있는 것이다.<sup>37)</sup> 그의 전문지에 대한 규정에 따라 『애니메이툰』도 자신의 전문분야만을 대상으로 하고 있는 것이 드러났고, 둘째로 제작자, 기획

---

37) 조유현, 앞의 논문, p.226.

자, 정책관련자들과 같은 전문분야 관계자들이 관심을 가질 정보를 제공하면서 그들을 독자로 하려고 하고 있다는 것이 보이고 있으며, 셋째로 애니메이션의 발전을 위해 정보의 범위를 국내뿐만 아니라 국외까지 넓혀놓고 있다. 비록 애니메이션 분야의 상품 혹은 서비스 관련 광고가 부족한 편이지만, 게재된 광고 모두 관련 업계의 광고라는 점은 전문지로서의 역할을 수행하려는 모습으로 고려할 수 있다.

이러한 애니메이션 전문잡지로서의 모습은 앞에서 제시되었던 무용전문지에 대한 정의처럼 정의가 내려질 때 더 명확하게 나타난다. 즉, 『애니메이툰』은 애니메이션만을 전문으로 다루고 있고, 작품, 관련 기관의 활동, 관련 행사 및 정부의 지원사업과 관련된 정책 등 애니메이션계의 정보나 지식, 당면문제들에 관한 공론적 장소 역할을 하고 있다. 그리고 해설과 분석을 통해 애니메이션 전문가뿐만 아니라 일반 구독자들을 대상으로 할 수 있는 교육적이고 계몽적인 정보를 제공하면서, 기사와 연구보고라는 저널리즘적 측면과 아카데미즘적 측면을 모두 보여주면서 애니메이션의 역사 자체와 함께 애니메이션 분야에 대한 기록의 축적이라는 역사화를 이루고 있는 것이다.

다시 말해, 『애니메이툰』이 전문지로서 더 발전하기 위한 방향 설정은 내용구성이라는 차원에서 본다면 정확하다는 것을 의미한다. 그러나 이러한 전문지가 콘텐츠 산업에 기여하기 위한 차원이라는 좀 더 확대된 시각에서 본다면 전문지의 운영 측면에 대한 검토가 더 이뤄져야 한다. 『애니메이툰』 운영자들뿐만 아니라 전문지 연구자들 모두 앞으로 이 점에 집중할 필요가 있다는 결론도 이 논문을 통해 제시할 수 있다.

그러나 이러한 연구결과와 함께 연구의 한계 또한 드러나게 된다. 전수조사를 통한 양적 측정과 빈도 수 중심의 계량적 분석은 위와 같은 특성과 유형을 도출시킬 수 있었지만, 우선 신뢰도를 높이기 위해 개인 단위의 연구로서 한계가 있었고, 그 다음으로는 통시대적 흐름 속에서 잡지가 끌어낼 수 있는 경향 분석까지 이어질 수는 없었다. 따라서 이에 대한 별도의 연구가 진행될 필요

가 있다. 이에 대한 연구 제안으로 두 가지가 있는데 첫 번째는 해외통신원을 통해 제시되는 기사의 경향 분석이다. 이들이 20여 년에 걸쳐 제시되는 기사의 흐름을 통해 해외 애니메이션 시장과 산업에 대해 어떤 식으로 조명되었으며 어떻게 변화되는지를 살펴볼 수 있을 것이다. 두 번째 제안은 항목 중에서 ‘Animatoon Report’의 내용분석이다. 위에서 언급되었던 것처럼 ‘Animatoon Report’은 기사의 건수가 두 번째로 많고, 게재 회수도 두 번째로 많은 것으로 나타났다. 그렇지만 항목에서 다루는 주제 유형은 ‘Festival Spotlight’처럼 행사에 초점이 맞추어진 것이 아닌 다양한 주제를 다루고 있다. 특히, 법, 정책 관련된 기사들은 상당수가 ‘Animatoon Report’ 항목에서 제시되고 있다. 따라서 이 항목에서 제시되는 기사의 유형을 좀 더 세분화하고 내용 분석적 접근을 시도한다면 『애니메이툰』이 강조하고자 하는 애니메이션 분야의 이슈를 도출해낼 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- 김세은, 오수정, 남유원, 『잡지산업 실태조사』, 한국언론진흥재단, 2015.
- 박기현, 『한국의 잡지출판』, 늘푸른소나무, 2003.
- 한국문화정책개발원, 『문화산업 지원 정책개발 연구: 영화, 만화영화, 비디오 부문 등 영상산업을 중심으로』, 한국문화정책개발원, 1995.
- 한국언론진흥재단, 『전문잡지 콘텐츠 경쟁력 강화 방안에 대한 연구』, 한국언론진흥재단, 2014.
- 권재웅, 「애니메이션 제작 공정에 관한 이론적 고찰」, 『만화애니메이션 연구』, 통권 제33호(2013), pp.173-202.
- 김영재, 「방송영상 콘텐츠로서의 애니메이션 지원제도 연구」, 『만화애니메이션 연구』, 통권 제39호(2015), pp.27-58.
- 김윤아, 목혜정, 한국 극장용 장편 애니메이션 산업의 발전 방향에 대한

- 연구, 통권 제26호(2012), pp.109-129.
- 박동구, 「2천년대 문화변동에 따른 한국 잡지 활성화 연구」, 『한국출판학연구』, 통권 64호(2013), pp.111-137.
- 서정수, 「지역 애니메이션 산업 클러스터의 진흥 성과 진단 연구」, 『만화애니메이션 연구』, 통권 제28호(2012), pp.209-233.
- 윤세민, 「한국 잡지산업의 현황 및 발전방안 연구 : 전문가 대상의 실증조사를 중심으로」, 『한국출판학연구』, 통권 제68호(2014), pp.137-159.
- 이경미, 「전문비평과 공연전문잡지의 현주소」, 『연극평론』, 통권 61호(2011), pp.83-88.
- 이기형, 「문화강국 이끌 등불 '지식검색'만으로는 안 된다 : 미디어 환경변화 속 비평전문잡지의 부침」, 『신문과 방송』, 통권 514호(2013), pp.18-21.
- 장용호, 공병훈, 진전은영, 「전문잡지의 생태계 모델 분석 : 잡지사·커뮤니티·사용자의 협업체계를 중심으로」, 『한국산학기술학회논문지』, 제15권 제8호(2014), pp.4831-4843.
- 조유현, 「『월간 춤』 잡지를 통해 본 전문잡지의 역할」, 『한국출판학연구』, 통권 제68호(2014), pp.219-240.
- 『애니메이툰』, 1-115호, 애니메이툰, 1995-2015.



## ABSTRACT

### An Article Analysis of Animation-specialized Magazine: Focusing on Animatoon magazine

Kwon, Jae-Woong

In order to develop the animation industry, it is essential to encourage other related areas because all related industries can create synergy effects through exchanging their business. The magazine industry dealing with animation is one of them since the animation magazine plays an critical role in providing information and knowledge as well as analyzing market and industry from the practical viewpoint. But, there is only one magazine working in Korea, and it has never been researched so far even though over 20 years has passed since its first publication in 1995. It is Animatoon that is published by the company of Akom Production Co. who produced animation from the mid-1980s and Nelson Shin, the CEO of Akom, has worked as the Chief Editor.

This research deals with Animatoon from the first issue till vol. 115 which was published in 2015, and tries to explore the characteristics. The result is as follows. First, Animatoon provides items to understand every article easily. Second, it provides original English articles written by foreign correspondents. Third, it provides different type of articles such as terminology explanation, production pipeline related knowledge, information about newly-released animation DVDs and so on. In addition, it is found out that Animatoon has small amount of advertisements. These characteristics shows that Animatoon helps subscribers to judge the contents of articles easier, tries to focus on the global trend, and provides basic and critical information.

Therefore it can be said that Animatoon has enough features to be judged as the specialized magazine. First, Animatoon has its own specialized area, which is animation. Second, considering the type of articles, Animatoon tries to have all the parties concerned as its subscribers. Although, the amount of ads in Animatoon is small, only animation related ads are run through the whole issues.

Key Word : Animatoon, Animation-specialized Magazine,

Animation-related Article

권재웅  
한림대학교 미디어커뮤니케이션학부 디지털미디어콘텐츠전공 부교수  
(24252) 강원도 춘천시 한림대학길 1  
Tel : 033-248-1936  
kwonjw@hallym.ac.kr

논문투고일 : 2016.04.30.

심사종료일 : 2016.05.26.

게재확정일 : 2016.05.31.