

일본 라이트노벨의 현황과 특징에 관한 연구

A Study on the Characteristics and Status of Japanese Light Novel

최신원, 김상헌

한국외국어대학교 대학원 글로벌문화콘텐츠학과

Choi shin-won, Kim Sang-Heon

Hankuk University of Foreign Studies

요약

일본의 문화콘텐츠 가운데 최근 주목받는 분야로 라이트노벨(Light Novel)을 들 수 있다. 삽화가 들어있으며 중고생과 젊은이를 타깃으로 하는 오락소설로 출발하여 인접한 타미디어와 긴밀한 관계를 맺으며 발전하였다. 현재는 문화산업적 영향력과 파급효과가 크며 하나의 독자적인 영역으로 자리잡았다.

I. 서론

라이트노벨은 현대 일본의 서브컬처 문화에서 발생한 소설의 한 형식이다. 영어 단어 Light와 Novel을 조합한 일본식 영어조어로 영어권에서 일반적으로 쓰이는 단어는 아니다. 영어권에서 라이트노벨이라는 단어를 사용할 경우는 일본의 라이트노벨을 지칭한다.

그 개념 정의에 아직 불확실한 부분이 남아있으나 주로 '표지 및 본문에 애니메이션풍의 삽화가 다수 들어있으며 주로 젊은이를 대상으로 한 소설[1]' 혹은 '중고생을 주 타깃으로 하며 부담없이 읽을 수 있도록 쓰여진 오락소설[2]'을 라이트노벨이라 칭한다. 일본 전체 출판시장의 1할을 차지하고 있으며 그 추정판매금액이 2004년 265억엔, 2006년에는 344억엔에 달할 정도로 큰 시장을 이루고 있다. 라이트노벨은 진입장벽이 낮기 때문에 상기한 3가지 미디어에 소스를 제공하는 기초적이고 출발점적인 역할을 하고 있다. 또한 미디어의 특성이나 제약으로 인해 상기 3가지 미디어로 다 제작되지 못한 내용이 라이트노벨로 만들어지는 등, 상호보완적인 기능을 수행하고 있다. 본 연구는 라이트노벨의 문화산업적 가치와 하나의 독립된 장르라는 것을 밝히고자 한다.

II. 명칭의 유래

라이트노벨이라는 명칭의 특이한 점은 제작자측에서 붙인 명칭이 아니라 그것을 소비하는 독자층이 논의를 통해 붙인 명칭이라는 점이다.[3] 80년대 가도카와 스니커 문고와 후지미 판타지아 문고라는 두가지 레이블을 중심으로 주로 중고생과 젊은이를 타깃으로 하며 삽화를 다수 채용한 소설들이 나오게 되었다. 제작자측은 단지 재미있는 소설을 만들려고 노력한 것 뿐이라고 밝히고 있으나 독자들은 지금까지의 소설과는 다른 일종의 '긍정적인 위화감'을 느끼게 되었다. 그래서 1990년대 초 일본의 PC통신상에서는 당시의 SF나 판타지 소설과는 다른 독립된 게시판에서 이에 대한 의견을 나눌 필요가 생겼다. 이름을 붙이기 위한 논의가 시작되었으며 다양한 후보가 존재했다. 주브나일 노벨(juvenile novel), 영어덜트 노벨(young-adult novel), 주니어 노벨(junior novel), 니트 노벨(neat novel), 지망가字漫画 등이 그것이다. 주브나일 노벨은 초등학생을 대상으로 하는 소설 같다고 하여 기각되었고 영어덜트 노벨은 젊은 사람이 보는 성인소설로 오해될 소지가 있는 등의 이유로 최종적으로는 가볍게 볼 수 있는 라이트노벨이 남게 되었다.

Ⅲ. 라이트노벨의 특징

1. 가벼움

Light라는 단어의 의미에 충실하게 3가지에서 가볍다는 의미를 지닌다. ① 내용적으로 부담없이 쉽게, 가볍게 읽을 수 있는 소설이다. ② 가격이 부담없이 가벼운 편에 속한다. 일반 소설이 1000엔 이상인데 비해 라이트노벨은 대부분 5~600엔대의 가격대를 형성하고 있다. ③ 대부분 문고본의 형태로 발간되어 실제 중량이 가볍다. 이는 쉽게 가지고 다닐 수 있어 휴대성으로 연결된다.

2. 삽화

다른 소설과 외관상 구분되는 특징중 하나로 표지 및 본문에 애니메이션풍의 삽화를 다수 채용하였다. 이는 주 소비자층이 만화, 애니메이션을 소비하는 계층인 것과 관련되어 있다. 그리고 외곽선이 뚜렷하게 구분되는 애니메이션 풍의 그림체는 밑그림, 채색, 소품, 메카닉, 배경 등을 여러 사람이 나눠서 작업하기 쉽게 해준다.

글만 있는 소설책과 그림만 있는 화보집의 중간 단계를 만화라고 설정한다면, 라이트노벨은 글만 있는 소설과 만화의 중간단계에 해당된다고 볼 수 있다.

3. 회화체 문장

등장 인물의 대사를 표현할 때 간접화법보다는 직접화법을 많이 사용한다. 낫표 「」(한국어의 따옴표 “ ”에 해당)안에 대사를 넣어 만화의 말풍선과 유사한 느낌을 준다. 이는 설명조의 문장보다 쉽게 읽을 수 있게 해주나 여러 사람이 말할 경우 인물을 구분하기 어려워진다. 그래서 인물별로 독특한 말투나 말꼬리를 쓰는 경우도 자주 있다.

4. 기타

라이트노벨은 같은 출판 미디어이면서 생산자, 소비자층을 공유하는 만화와 유사한 특징을 보인다. 공모전을 통해 작품을 선별하며 인기 있는 작품은 잡지를 통해 연재된다. 독자엽서를 통해 인기순위를 집계하여 소

비자의 요구에 부응하고 작품의 방향에 반영된다. 그리고 그 연재분을 모아서 단행본을 출간하며 연재작품이 아닌 라이트노벨도 매달 레이블별로 정해진 날짜에 출간된다. 이는 형태상으로는 단행본일지라도 ‘연재가 이야기별로 분책되어 있는 월간지’에 가까운 개념이다. 실제로 서점에서도 만화와 가까운 위치에 진열되는 경우가 많다.

Ⅳ. 타미디어로의 미디어믹스

라이트노벨은 텍스트 기반 콘텐츠로서 타 미디어로의 출발점 역할을 한다. 이를 미디어믹스라 하는데 특정 오락작품이 일정한 경제효과를 가질 때 그 부차적작품이 다른 오락 미디어로 제작되어 팬서비스 기능을 하며 상품판매를 촉진하는 수법을 의미한다.

라이트노벨 가이드북에서 독자들의 인기투표를 통해 매년 1~10위의 순위를 매기는데 2006~2010년간 순위에 든 50개 작품 가운데 64%가 만화, 58%가 애니메이션, 36%가 게임으로 미디어믹스되었다.[4] 이는 라이트노벨이 상기 3가지 미디어와 소비자층을 공유하고 있다는 사실과 낮은 진입장벽으로 다양한 이야기가 모이고 그 가운데 검증된 이야기가 안정적으로 타미디어로 진출함을 보여준다.

그리고 상기 3가지 미디어가 라이트노벨로 미디어믹스 되는 사례도 쉽게 찾아볼 수 있다. 지면(용량), 방송시간이나 인력, 자본 등의 문제로 다루지 못한 내용이나 혹은 외전격 이야기를 라이트노벨로 출간하여 작품의 병행세계를 확장하며 소비자들의 욕구를 다양하게 충족시켜주는 역할을 하고 있다.

또한 이와 같은 현상은 90년대 이후 이야기 소비에서 데이터베이스 소비로의 이행하는 과정과 맥락을 같이 한다.[5] 커다란 이야기는 몰락하고 캐릭터와 세계관 등의 데이터베이스, 즉 커다란 비이야기를 바탕으로 무한하게 파생되는 작품 중 한가지로 지금까지 순수문학에서는 찾아볼 수 없었던 엔터테인먼트 소설이 등장했다는 관점은 라이트노벨의 현황과 잘 부합된다.

V. 결론

라이트노벨은 처음에는 중고생과 젊은이를 주요 타겟으로 시작되었다. 시장이 커지고 즐기는 소비자층이 성장하고 제작자측으로 진출하면서 고연령층을 향해 롱테일(Long Tail)을 그리게 되었고 만화, 애니메이션 등의 미디어와 연계성을 강화하면서 하나의 분야로 자리를 잡았다. 아직 장르의 정의에 대해 불명확하거나 유동적인 부분, 예외도 남아있다. 그러나 라이트노벨은 침체 일로를 걷고 있는 한국의 만화, 애니메이션 업계 그리고 지속되지 못하고 단발성으로 끝나는 콘텐츠 관련 사업에 시사하는 바가 크다. 낮은 진입장벽으로 많은 이야기를 모으고 인접 미디어와 효율적으로 연계성하여 문화산업적 가치와 파급효과를 높인 점에 주목하여야 할 것이다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] “라이트노벨 완전독본 vol.1”, 넷케이BP사, 2004.
- [2] 에노모토 아키, “라이트노벨 문학론”, NTT출판, 2008.
- [3] 신조 가즈마, “라이트노벨 초입문”, 소프트뱅크, 2006.
- [4] “이 라이트노벨이 대단하다! 2006~2010”, 다카라지 마사, 2006~2010.
- [5] 아즈마 히로키, “동물화하는 포스트모던”, pp 95-101, 문학동네, 2007.