

## 디지털 테크놀로지의 시대, 21세기 한국 소설의 새로운 지형도\*

김소륜\*\*

1. 서론
2. 뉴미디어의 등장: 소설의 변화를 향한 시선들
3. 뉴미디어와 결합: 소설을 향한 새로운 이름들
  - 3-1. 스크린셀러와 미디어셀러
  - 3-2. 인터넷 연재소설
  - 3-3. 웹소설
  - 3-4. 초단편 소설과 스마트 소설
  - 3-5. 라이트 노벨
4. 결론

### 국문요약

오늘날의 한국 현대 소설은 다소 애매한 지점에 발을 딛고 있다. 학계에서 주목하는 연구 대상은 여전히 해방 전·후 시기에 집중되어있는 반면, 일반 대중은 웹소설을 기반으로 한 다양한 장르 소설들을 폭발적으로 소비하고 있기 때문이다. 본 논문은 이러한 간극에 관한 의문을 출발점으로 삼고, 오늘날 급변하는 디지털 테크놀로지의 발전이 우리 문학, 그 가운데에서도 현대 소설에 미친 영향을 살펴보는 것을 목적으로 삼는다.

---

\* 본 논문은 교육부와 한국연구재단이 주관하는 대학인문역량강화사업(CORE)의 게재료 지원을 받았음.(이 논문은 2018년 9월 29일에 개최된 '제1회 모빌리티인문학 국내 학술대회'에서 발표되었던 것을 수정·보완하였다.)

\*\* 이화여자대학교 국어국문학과 조교수.

본론에서는 뉴미디어와 정통 소설의 결합이 가져온 변화를 주목하고, 이를 통해 야기된 다양한 문제제기들을 살펴보고 있다. 이를 위해 스크린셀러, 미디어셀러, 인터넷 연재소설, 웹소설, 초단편 소설, 스마트 소설, 라이트 노벨이라는 다양한 이름으로 불리는 소설들을 주목하였다. 그리고 오늘날 한국 사회 내에서 소설이 어떠한 양상으로 전개되고 있는지를 다각도에서 구체적으로 분석하고자 노력하였다.

이제 우리는 변화하는 서사의 흐름 속에서 이전과는 전혀 다른 소설의 가치를 조명해야만 한다. 그런 의미에서 본 논문은 디지털 테크놀로지와 정통 소설의 결합을 바탕으로 작가와 독자에 관한 새로운 개념 정립은 물론, 소설에 관한 새로운 가치를 사유하기 위한 질문을 던진다는 점에서 의의를 갖는다.

(주제어: 디지털 테크놀로지, 스크린셀러, 미디어셀러, 인터넷 연재소설, 웹소설, 초단편 소설, 스마트소설, 라이트노벨)

## 1. 서론

창조경제시대의 도래는 미래의 과학기술인재 양성을 통해 기술혁신을 이끌어낸다는 프레임을 내걸고 거침없는 행보를 이어가고 있다. 이런 가운데 “문송합니다(문과라 죄송합니다)”라는 신조어가 생겨날 만큼 인문계 학생들의 취업문은 더욱 좁아지고, 대학평가를 앞세워 국문과를 폐지하는 움직임도 더 이상 새로운 논란거리가 되지 않고 있다. 물론 인문학과 공학을 연계하는 다양한 시도들이 진행 중이고, 21세기 부가산업으로 각광받고 있는 문화콘텐츠 시장에서 문화원형 탐색을 위한 설화와 민담류의 고전 서사에 대한 관심도 꾸준히 높아지고 있다. 그러나 문제는 이러한 현상

이 과연 문학 본질에 대한 탐색으로 이어지고 있는가이다.

한국콘텐츠진흥원에서 발행한 『2017 콘텐츠 교육기관 및 인력수요 현황조사』에 따르면, 2012년 1,190개에 해당하던 콘텐츠 관련 학과는 2017년에 1,483개 학과로 증가했음이 확인된다. 이는 같은 시기 전체 학과가 26,233개에서 26,093개로 감소했다는 점과 비교할 때 중요한 의미를 갖는다.<sup>1)</sup> 이 가운데 일부 대학의 국문과는 ‘한국언어문화’라는 큰 틀로 통폐합되었고, 이제 국문학은 학문적 연구 대상이 아닌 미디어 콘텐츠를 구성하기 위한 이야기 소스(source) 정도로 그 의미가 축소되어가고 있다.

이러한 현실 속에서, 오늘날의 한국 현대문학은 상당히 애매한 지점에 발을 딛고 있다. 학계에서 연구대상으로 삼고 있는 작품 대부분은 여전히 해방 전·후를 맴돌고 있는 반면, 일반 대중은 웹소설을 기반으로 다양한 장르 소설들을 폭발적으로 소비하고 있기 때문이다. 이러한 간극 속에서 90년대 말 불거졌던 ‘문학의 위기’는 이제 더 이상 논의의 대상마저 되지 못하고 있는 듯하다. 그러나 다른 한편으로는 우리가 지칭하는 문학, 소설의 개념 자체가 달라져야 하는 것이 아닌가라는 질문도 제기된다. 인터넷 공간을 통해 소비되는 소설들 역시 문학의 범주 안에 포함된다면, 오늘날 폭발적인 성장세를 보여주는 웹소설 시장이야말로 문학의 위기를 극복한 성공적인 사례로 설명될 수 있기 때문이다. 물론 그러기에는 여전히 인터넷 소설과 기존의 정통 소설을 지향하는 순문학과의 경계는 견고하기만 하다. 그런데 문제는 이러한 구분이 문학의 순수성, 그 ‘순수(純粹)’를 무엇으로 규정할 것인가라는 질문으로 다시금 이어진다는 점이다.

---

1) KOCCA 연구보고서 17-15, 『2017 콘텐츠 교육기관 및 인력수요 현황조사』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 14쪽, 최종접속일: 2018.9.14. (<http://www.kocca.kr/cop/bbs/view/B000147/1835036.do?menuNo=200904#>)

그러나 무엇보다 분명한 것은 디지털 매체의 등장이 이야기를 소비하는 방식에 뚜렷한 변화를 가져왔다는 사실이다. 스마트폰과 태블릿 PC의 상용화는 웹툰, 웹소설, 웹드라마라는 새로운 장르를 생산해냈고, ‘팬픽(fanfic)’이라는 2차 창작을 통해 독자들이 또 하나의 창작자가 될 수 있는 길을 열어주었다. 뿐만 아니라 최근에는 AI가 쓴 소설이 문학상 공모전에서 예심을 통과함은 물론,<sup>2)</sup> 디지털스토리텔링 지원도구인 ‘스토리헬퍼’류의 프로그램을 통해 누구나 이야기를 창작할 수 있는 시대가 열렸다.<sup>3)</sup> 그렇다면 디지털 미디어 시대를 표방하는 오늘날 우리 사회에서 생산되고 있는 문학 작품과 작가, 그리고 그것을 소비하는 독자에 대해서도 새로운 관점과 개념 규정이 요구되어야하지 않을까? 새로운 매체가 등장하고, 새로운 개념이 형성되었다면, 그것을 해석하고 바라보는 틀 역시 새로워져야하기 때문이다. 따라서 더 이상 정통 소설에 비해 빈약한 주제 의식과 다듬어지지 않은 문체를 구사한다는 점에서, 인터넷 소설이 한국 문학 전반의 질적 저하를 야기할 것이라는 비관적인 전망을 넘어설 필요가 있다.

이에 본 논문은 뉴미디어의 출현과 그 속에서 우리 문학, 특히 현대소

2) 일본에서는 지난 2016년에 인공지능 프로젝트가 창작한 단편 소설이 문학상 공모전 예선을 통과하는 사례가 있었다. 이는 창작이 더 이상 인간 고유의 영역이 아니라는 메시지를 던져준 사건으로 평가된다. 그러나 해당 소설이 100% 인공지능의 힘으로 이루어졌다고 보기는 어렵다. 이는 구체적인 스토리와 상황을 설정하는 것은 어디까지나 인간의 영역이었기 때문이다. 실제로도 해당 연구진은 인간의 비중이 소설 창작의 약 80%를 차지했다고 설명하였다.

3) 국내에서 2013년에 처음 서비스를 시작한 ‘스토리헬퍼’는 콘텐츠 제작을 위한 아이디어를 도출하고, 스토리 완성을 지원하는 소프트웨어라고 볼 수 있다. 이에 관한 세부 내용은 “STORY HELPER” 홈페이지(<http://www.storyhelper.co.kr/>)에 있는 『스토리헬퍼 2015 이용가이드 VERSION 1.0』을 통해 살펴볼 수 있다. 이외에도 ‘스토리헬퍼’의 후속작에 해당하는 ‘스토리타블로’는 이미지 기반의 사용자 참여형 시나리오 저작도구로, 협업을 통한 창작 가능성을 제시한다.

설이 처한 위치에 관한 고민을 시도하고자 한다. 새로운 매체를 바탕으로, 변화하는 소설의 속성과 구조에 관한 새로운 조명이 요구되는 까닭이다. 이를 위해 2장에서는 뉴미디어와 정통 소설의 결합이 가져온 변화를 주목하고, 이에 관해 야기된 다양한 문제제기들을 기존의 연구 동향을 통해 파악해보고자 한다. 그리고 3장을 통해 21세기 한국 현대 소설의 위치를 구체적인 사례들을 중심으로 살펴볼 것이다. 나아가 4장에서는 이러한 문제제기와 사례를 바탕으로 앞으로 우리 소설이 나아갈 방향성에 관한 탐색을 진행하고자 한다.

## 2. 뉴미디어의 등장, 소설의 변화를 향한 시선들

오늘날 우리 사회는 인터넷을 기반으로 한 다양한 매체의 탄생과 변화가 급속도로 빠르게 진행 중에 있다. 이러한 변화에 맞춰 ‘소설’ 역시 인터넷을 통한 새로운 존재 가치를 구축하기 위한 발걸음을 재촉하고 있다. 대표적인 예로 ‘인터넷 소설 공모전’을 살펴볼 수 있다. 정통 소설에 비해 문학적 완성도가 떨어진다는 이유로 비판의 대상이 되었던 ‘인터넷 소설’은 현대사회의 새로운 부가가치 산업으로 큰 주목을 받고 있기 때문이다. 이에 각종 ‘공모전’이라는 형식으로 꾸준히 그 영역을 확장해 나가고 있다. 국내에서 최초로 이루어진 인터넷 소설 공모전은 2000년도에 동아닷컴과 YES24가 주최한 ‘제1회 디지털 문학공모전’이며, 가장 폭발적인 주목을 받은 것은 2004년도에 실시된 ‘제1회 SBSi 인터넷 소설 공모전’으로 알려져 있다. 당시 인터넷 소설에 관한 사회의 부정적 시각에도 불구하고, 무려 1만 3,610명이라는 응모자가 몰렸다는 것은 변화하는 미디어 시대의 단초를 보여주는 상징적 사례로 평가된다.<sup>4)</sup> 그리

고 이러한 관심은 2018년 현재, 일 년에 2차례(2월, 11월) 정기적으로 이루어지고 있는 네이버 웹소설 공모전을 비롯해서 대한민국 웹소설 공모대전, KT 웹소설 공모전, 77페스티벌 웹소설 공모전, 저스툰 웹툰/웹소설 공모전, 원스토어 북스 웹소설/웹툰 공모전 등으로 활발하게 이어지고 있다. 여기에 카카오페이지, 조아라, 문피아, 북팔, 레진 코믹스, 웹소설me소설 등의 업체들이 진행하는 공모전까지 합한다면 인터넷 소설의 영향력이 얼마나 막강해졌는지를 가늠해볼 수 있다. 그러나 인터넷 소설의 특징은 이러한 공모전 형태의 등단으로 한정되지 않는다. 누구나 인터넷 공간에 글을 올리고, 누적 조회수를 바탕으로 인기 작가가 될 수 있는 기반이 마련되었음이 핵심이다.

이러한 변화는 기존의 출판 환경에도 막대한 변화를 가져왔다. 그래서인지 뉴미디어와 문학에 관한 논의 대부분은 출판과 유통, 그리고 전자책으로의 전환 문제에 집중되어 있는 편이다. 조정미와 최희수<sup>5)</sup>는 디지털 기술의 발전과 전자책의 진화에 대한 사례를 연구하며 종이책의 디지털 재현에서 뉴미디어 출판에 관해 나름의 단계별 접근을 제시하고 있다. 20세기 말 디지털 기술의 도입 이후, 전통적인 종이 편찬이 디지털화 되어가는 과정에서 드러난 변화를 총 세 개의 단계로 구분하고 있는 것이다. 그 내용은 기존 종이책의 디지털 재현, 종이책 출판을 대체하는 새로운 출판의 도구로 사용된 디지털 출판, 종이책을 넘어서는 뉴미디어 출판이라는 세 단계로의 구분이다. 오늘날은 제일 마지막 단계에 속하는 시점으로, 실제로 올해 출간된 서적들 중에는 전자책으로만

4) 『인터넷소설 응모 13,610명 몰려...사상 최대 규모』, 『동아일보』, 2004.11.22, 최종접속일: 2018.9.19, (<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=103&oid=020&aid=0000271718>)

5) 조정미·최희수, 『디지털 기술의 발전과 전자책의 진화에 대한 사례 연구: 종이책의 디지털 재현에서 뉴미디어 출판에 이르기까지』, 『글로벌문화콘텐츠학회 학술대회』 제2016권 제12호, 글로벌문화콘텐츠학회, 2016.

발행한 것들도 상당수 발견된다.

한편, 대부분의 연구자들이 주목하는 것은 스마트폰의 등장과 각종 SNS의 상용화가 ‘읽기’를 ‘보기’로 대체하였다는 사실이다. 따라서 앞으로 아날로그 미디어인 ‘책’을 대상으로 하는 독서 시장의 입지는 더욱 좁아질 것으로 예상된다. 또한 그동안 비주류 문학으로 분류되었던 로맨스·무협·판타지와 같은 장르가 전자책과의 결합을 통해 지속적으로 출간됨으로써 순수문학 계열의 문학도서의 위치 역시 더욱 위태로워질 것이라고 전망되고 있다.<sup>6)</sup>

이외에도 최근에는 달라진 출판 환경이 가져온 구조적 변화만이 아니라, 문학 내부의 문제에 해당하는 작가와 독자의 의미에 관한 연구들도 꾸준히 늘어가고 있다. 대표적으로 김기태의 논의를 주목할 수 있다. 연구자는 작가의 개념 자체가 과거와 크게 달라졌음을 언급하며, 우리가 ‘작가’ 혹은 ‘시인’으로 부르던 문학가의 범주가 인터넷 작가와 스토리텔링 전문가까지를 포함하는 개념으로 확대되고 있음을 지적한다.<sup>7)</sup> 더불어 문학의 생산방식도 인터넷을 기반으로 다양한 디지털 매체와의 결합을 통해 이루어지고 있으며, 판타지 중심의 장르 문학을 소비하는 10대 이용자들이 생산 및 유통 영역에까지 영향력을 행사하는 절대 세력으로 부상하고 있음에 주목해야 한다고 강조한다.<sup>8)</sup>

이때 주목되는 것이 바로 ‘독자’의 문제이다. 이에 이지원은 디지털 다매체 환경을 통해 촉발된 독자 변화의 핵심을 세 가지 측면에서 제시한다. 독자들이 더 이상 선형적 질서로서의 책임기가 아닌 ‘하이퍼텍스트

6) 김기태, 『국내 문학도서의 베스트셀러 요인 분석 연구』, 『한국문예창작』 제14권 제2호, 한국문예창작학회, 2015, 246쪽.

7) 김기태, 『국내 문학도서의 베스트셀러 요인 분석 연구』, 『한국문예창작』 제14권 제2호, 한국문예창작학회, 2015, 227쪽.

8) 김기태, 『국내 문학도서의 베스트셀러 요인 분석 연구』, 『한국문예창작』 제14권 제2호, 한국문예창작학회, 2015, 226쪽.

적'인 읽기를 하고 있으며, 다양한 매체를 통해 새로운 융합 텍스트를 생산하는 재전유 방식을 추구함으로써 새로운 배급자이자 유통의 주체로 자리를 옮겨가고 있다는 것이다. 안미영 역시 문학 독자의 외연과 내포를 확인함으로써 소설의 정체성을 확인할 필요성을 제시한다는 점에서 주목된다.<sup>9)</sup>

실제로 인터넷 문학의 가장 큰 특징은 독자들이 미디어 매체를 통해서 정보를 폭발적으로 흡수하고, 원창작자와 쌍방향으로 소통하며 자신들만의 이야기를 증식해 나간다는 점에 있다. 그 결과 “저자의 경계는 모호해지고, 다변적이고 참여적인 형태의 서사”가 등장하게 되었다.<sup>10)</sup>

이외에도 뉴미디어 시대 속 문학의 변화가 적극적으로 다루어지지 않는 근본적인 이유를 문학 내부에서 찾는 논의들도 늘어가고 있다. 문학이 엘리트주의적 관점을 벗어나야 하며, 이전과는 다른 새로운 시각을 가져야 한다는 목소리가 점차 커지고 있는 것이다.<sup>11)</sup> 이용옥은 “AI가 소설을 창작하고 딥러닝 기술이 예술의 알고리즘을 학습하는 디지털 시대에, 문학연구는 왜 새로운 학문 영역을 개척하지 못하고 여전히 ‘이광수와’와 ‘일제강점기’에 머물고 있는지”를 반성해야 한다고 강조한다.<sup>12)</sup>

그런 면에서 문학을 위축시키는 요인으로 지적되는 문화산업이 오히려 문학의 새로운 가능성을 여는 기회가 될 수 있다는 박상천의 의견을 주목하게 된다. 그는 문화야말로 문화산업의 핵심적인 내용물이며 특히

9) 이지원, 「디지털 다매체 환경과 문학의 새로운 유통 양상—바이럴(Viral) 문학의 가능성을 중심으로」, 『인문콘텐츠』 제46권, 인문콘텐츠학회, 2017, 157-158쪽.

10) 김소륜, 「AI(artificial intelligence) 시대 속 한국 문학, ‘창조’하는 작가에서 ‘배치’하는 작가로의 이행」, 『현대소설연구』 제68호, 한국현대소설학회, 2017, 18쪽.

11) 박상천, 「디지털 시대의 문학의 확장 가능성」, 『한국언어문화』 제31집, 한국언어문화학회, 2006, 14쪽.

12) 이용옥, 「한국 현대문학의 재영역화와 연구 방향」, 『어문연구』 제95권, 어문연구학회, 2018, 300-301쪽.



문학은 문화의 핵심에 놓여있다고 설명하고 있기 때문이다.<sup>13)</sup> 비슷한 맥락에서 유현주<sup>14)</sup>는 디지털 공간에서의 ‘새로운’ 미학전략을 언급하며, 이를 브레히트의 ‘생소화 효과’와 연결 짓고 있음이 주목된다. 의도적인 흐름의 중단과 이질적인 요소의 삽입이라는 브레히트의 장치가 관객의 몰입을 방해함으로써 수용자와 대상간의 비판적 거리를 확보했다면, 이와 반대로 오늘날은 현실과 가상 간의 경계가 무너짐으로써 관찰하는 주체와 대상간의 거리가 실종되었다는 것이다. 따라서 이러한 거리를 가상적으로 복원하는 것이야말로 하이퍼미디어 문학이 추구해야 할 예술적 목표가 되어야 한다고 강조한다. 즉, 새로운 매체 안에서 다양한 문학적 실험을 시도하자는 것이다. 이는 “문화산업은 팽창할 것이고 문학시장은 갈수록 축소될” 것이며, 이러한 조건 아래에서는 “문학이 ‘문학적’으로 살아남을 수 있는 방법”을 찾아야 할 것이라고 언급한 김형중의 의견을 떠올리게 한다.<sup>15)</sup>

이상에서 살펴본 바와 같이 최근에는 소설과 디지털 매체와의 결합, 그리고 인터넷 문학에 관한 인문학적 및 비평적 접근이 점차 늘어가고 있는 추세이다.<sup>16)</sup> 따라서 뉴미디어 시대에 발맞춘 출판 시장의 변화, 작가와 독자의 개념 변화에 관한 연구자들의 관심은 앞으로도 지속될 것은 물론, 연구 범위도 점차 확장되어 갈 것으로 기대된다.

13) 박상천, 「디지털 시대의 문학의 확장 가능성」, 『한국언어문화』 제31집, 한국언어문화학회, 2006, 19쪽.

14) 유현주, 「하이퍼미디어 문학의 미학전략—디지털 문학에서의 생소화 효과」, 『브레히트와 현대연극』 제17권, 브레히트와 현대연극, 2007.

15) 김형중 외, 「뉴미디어 시대 문학의 새로운 지형을 말한다」, 『문학동네』 제11권 제3호, 문학동네, 2004, 14쪽.

16) 「“본격문학 작가들이 웹소설을 쓸 수 없는 이유란?” 이용희 작가와의 인터뷰」, 『뉴스페이퍼』, 2018.1.7, 최종접속일: 2018.9.16, (<http://www.news-paper.co.kr/news/articleView.html?idxno=22181>)

### 3. 뉴미디어와 결합, 소설을 향한 새로운 이름들

#### 3-1. 스크린셀러와 미디어셀러

최근 영화화를 두고 논란을 불러온 〈82년생 김지영(감독: 김도영)〉은 조남주 작가의 동명소설을 원작으로 삼고 있다. 또한 올 3월에 개봉한 〈7년의 밤(감독: 추창민)〉 역시 정유정 작가의 동명 소설을, 2017년 9월에 개봉한 영화 〈살인자의 기억법(감독: 원신연)〉도 김영하의 동명 소설을 영화화한 것이다. 이외에도 소설을 원작으로 영화와 드라마가 된 사례는 일일이 나열할 수 없을 만큼 다양하다. 이때 해당 작품들은 대부분 원작 소설의 인기에 힘입어 영화화가 이루어진 작품이라는 공통점을 갖는다. 이러한 현상은 TV와 영화라는 영상매체의 등장 이후 지속적으로 이루어진 작업들의 결과이다.

그러나 최근에는 영화화 이후, 제목을 영화와 동일하게 바꾸거나 영화의 스틸 컷을 표지로 삼아 영화 개봉에 맞춰 출간을 하는 소설들도 늘어나고 있다. 이처럼 드라마와 영화의 흥행 성공으로 주목받게 된 원작소설을 의미하는 ‘스크린셀러(screen-seller)’<sup>17)</sup>의 등장은 뉴미디어 시대에 등장한 새로운 현상으로 주목할 만하다. 대중이 소설을 접근하는 방식에서 나타난 분명한 변화를 보여주기 때문이다. 즉, 대중은 인쇄 매체로 출간된 소설 작품을 1차적으로 소비하는 것이 아니라, 영상 매체를 통해 접한 뒤에 2차적으로 소비한다는 것이다.

17) 영화를 뜻하는 ‘스크린(screen)’과 ‘베스트셀러(bestseller)’를 합친 신조어로, 영화로 성공한 작품이 소설화되는 경우가 늘어나면서 등장한 말로, 영화가 개봉한 뒤 주목받게 된 원작을 가리키는 말로 쓰이기도 한다. - 시사상식사전, 검색어, “스크린셀러”, 최종접속일: 2018.9.18. (<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=936038&cid=43667&categoryId=43667>)



2016년 출간된 문유석의 『미스 함무라비』(문학동네)의 표지에는 올 5월 방영된 드라마 〈미스 함무라비〉(JTBC) 주연 배우들의 사진이 실려 있다.(사진: 인터넷 교보문고)

비슷한 맥락에서 파급력이 큰 미디어와 책의 만남을 통틀어 지칭하는 ‘미디어셀러(mediaseller)’를 살펴볼 수 있다. 예를 들면, 예능 〈숲속의 작은 집〉(tvn)에 소개된 사노 요코의 『죽는 게 뭐라고』(마음산책)는 방영 다음날 무려 1천부 가까이 팔려 나갔고,<sup>18)</sup> 또 다른 예능 〈알아두면 쓸데없는 신기한 잡학사전 1〉(tvn)에 출연했던 김영하와 유시민의 작품은 출연진이 언급한 서적들과 함께 방송 이후 베스트셀러에 오르는 기록을 세웠다. 이외에도 드라마와 영화 속에서 노출된 소설들이 방영 이후 놀라운 판매량 급증을

보여주는 사례를 찾기란 결코 어렵지 않다. 이는 미디어가 출판시장에 가져온 분명한 변화라고 볼 수 있다.

그러나 이러한 ‘스크린셀러’와 ‘미디어셀러’는 결국 영상 미디어의 ‘강력함’과 책의 ‘미약함’을 방증한다는 점에서 분명한 우려 대상이 되고 있다.<sup>19)</sup> 이는 “오늘날 베스트셀러는 작품성 또는 독자층에 의한 자연스러운 현상으로 이해되는 것이 아니라 대중적 미디어와의 결탁에 의한 산물이라는 불명예스러운 이미지”를 가질 수밖에 없다는 김기태의 의견과

18) 『출판시장에 새바람 ‘미디어셀러’ 아시나요』, 『연합뉴스』, 2018.7.9, 최종접속일: 2018.9.15, (<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2018/07/05/0200000000AKR20180705106200797.HTML?input=1195m>)

19) 『양날의 칼 미디어셀러』, 『독서신문』, 2015.6.16, 최종접속일: 2018.9.15, (<http://www.readersnews.com/news/articleView.html?idxno=54675>)

맞닿는다.<sup>20)</sup> 또한 이들 소설들은 영상물을 통해 독자에게 재인식되는 특성을 지니지만, 작가에 의해 하나의 완성된 세계를 제공받는다라는 점에서 기존의 소설과 별다른 차이를 발견하기도 어렵다. 즉, 전통적인 종이 편찬을 통해 출판이 이루어지고 있다는 점에서, 디지털 문화를 반영하는 내용이나 형식적 차별점이 발견되지 않는다는 것이다. 그럼에도 불구하고, 스크린셀러와 미디어셀러는 뉴미디어가 기존의 출판 시장에 판매와 유통 면에서 어떠한 변화를 가져왔는가를 가늠할 수 있는 중요한 시사점을 제공한다는 점에서 반드시 주목하고 넘어가야 할 대상이 된다.

### 3-2. 인터넷 연재소설

새로운 미디어의 등장은 기성 작가들로 하여금 글쓰기 방식에 많은 변화를 가져왔다. 원고지가 아닌 노트북을 통해 창작하고, 인쇄 매체가 아닌 디지털 매체를 통해 소설을 발표하는 시대를 연 것이다. 이는 창작 방식의 변화만이 아니라 소설을 유통하는 방식에도 다양한 변화를 가져왔다. 그리고 이러한 변화는 동일한 인터넷 매체 안에서도 지속적인 진행 중에 있다. 이를 두고 안미영은 공간의 이동, 연재 주체의 변화에 따라 인터넷 연재소설을 크게 3기로 구분한 바 있다. 인터넷 연재소설 1기는 이우혁과 이영도로 대표되는 PC통신 세대, 2기는 ‘귀여니’ 열풍이 보여준 인터넷 아마추어소설, 3기는 2007년부터 시작된 기성작가의 인터넷 연재소설로 구분된다는 것이다. 실제로 2010년대를 전후로 정통 소설을 창작하던 많은 작가들이 인터넷을 통해 작품을 연재하고 출간하는

20) 김기태, 『국내 문학도서의 베스트셀러 요인 분석 연구』, 『한국문예창작』 제14권 제2호, 한국문예창작학회, 2015, 250쪽.

사례가 늘어나고 있다. 그런데 문제는 이들에게서 발견되는 소설이 과연 인터넷이라는 새로운 매체의 특성을 반영한 글쓰기로 이어지는가에 대한 질문이다. 이는 대부분의 소설이 기존의 소설적 특징을 그대로 유지한 채, 작품을 연재하는 매체만을 인터넷으로 전환했다는 인상을 주기 때문이다. 따라서 인터넷을 통해 연재한 작품들을 모아 책으로 출간하는 방식은 대표적인 종이 매체인 '신문' 연재소설의 특징과 뚜렷한 변별점을 보여주지 않는다. 이는 작가가 원고지로 쓴 작품을 출판사에서 인터넷 매체에 타이핑하는 방식으로 연재를 진행한 김훈의 사례를 떠올릴 때 더욱 분명해진다.

기존의 종이 매체를 통해 출간된 소설이 작가의 메시지를 일방적으로 전달받는 경향이 강했다면, 인터넷 매체를 통해 이루어지는 소설 연재의 핵심은 독자와의 쌍방향 소통에 있을 것이다. 이른바 '골방'에서 혼자만의 글쓰기에 몰두하던 작가들이 인터넷을 통해 수많은 독자와 소통하는 '광장'으로 옮겨왔다고 볼 수 있다. 그러나 실제로 인터넷 소설이 작가와 독자와의 쌍방향 소통을 반영하고 있는지는 미지수이다.

그럼에도 불구하고 인터넷 연재소설은 정통 소설이 디지털 테크놀로지와 결합하여 보인 첫 번째 형식적 전환이라는 점에서 주목할 만하다. 이때 짚고 넘어갈 점은 본 논문에서 언급하는 '인터넷 연재소설'의 범위이다. 그동안 순문학으로 분류되었던 작가들의 작품이 인터넷이라는 매체를 통해 소개된 것으로, '귀여니'류의 인터넷 소설과는 구별된다. 즉, 전문작가로서 원고료를 받고 정기적으로 인터넷에 작품을 연재한 경우로 한정한다고 할 수 있다.

전문작가로서 최초로 인터넷에 작품을 연재한 주인공은 박범신이다. 그는 지난 2007년에, 네이버 블로그를 통해 장편 『출라체』를 총 102회에 걸쳐 연재하였다. 이후에도 『당산-꽃잎보다 붉던』과 『유리』를 각각 네

이버 문학동네 카페와 카카오페이지를 통해 연재하였다. 이후로는 김훈의 『공무도하』, 김언수의 『설계자들』, 백영옥의 『비정상 로맨스』, 심상대의 『나쁜 봄』, 은희경의 『소년을 위로해줘』, 황석영의 『개밥바라기 별』 등이 네이버 카페를 통해 연재되어 주목을 받았다. 이들 가운데 상당수는 인터넷 연재를 진행하는 가운데 보여준 독자들의 반응에 실시간으로 응답하고, 댓글을 통해 독자와 소통하는 모습을 보여주었기 때문이다. 이런 식의 ‘관계맺음’은 ‘작가와의 대답’ 혹은 ‘저자 사인회’ 정도로 한정되어 있던 독자와 작가와의 관계 확장을 보여주는 명확한 변화점이다. 그러나 이러한 변화가 과연 작품의 내용이나 형식에 실질적인 변화를 가져왔는지는 확인하기 어렵다. 일종의 ‘팬카페’ 분위기를 연상시키는 작가와 독자의 소통 속에서, 작가가 독자의 의견을 받아들여 내용을 수정하거나 형식에 변화를 가했다는 증거를 찾기란 쉽지 않기 때문이다.

그런데 비교적 최근에는 독자의 의견을 반영하여 소통적 글쓰기를 시도하는 작가들이 늘어가고 있다. 그 예로 소설의 내용을 바꾸어 달라는 독자의 의견을 반영하여 죽음을 맞이한 주인공의 수명을 연장하겠다는 의사를 밝힌 김언수의 사례를 들 수 있다.<sup>21)</sup> 작가가 독자의 의견을 적극적으로 경청하고, 이를 수용하는 자세를 보인 것이다. 이를 통해 독자는 일방적으로 작품을 소비하는 수동적 존재에서 벗어나, 마치 협업을 통해 ‘함께’ 이야기를 만들어가는 위치로 전환한다. 인터넷 소설이 갖는 특징이 바로 여기에 있다. 독자와 작가의 경계가 모호해지고, 독자는 원창작자의 작품을 능동적으로 소비함으로써 또 하나의 창작자로 옮겨가는 것이다.

그러나 작가의 권위를 강조하는 문단의 보수적인 관점에서 바라봤을

21) 해당 예는 신종락의 『전자책과 인터넷 글쓰기로 인한 문학 패러다임의 변화와 영향』(『코기토』 제71권, 부산대학교 인문학연구소, 2012)을 통해 구체적으로 살펴볼 수 있다.

때, 독자의 요구에 의해 작품을 수정할 수 있다는 발상 자체를 비판적으로 보는 시각도 분명 존재한다.<sup>22)</sup> 그러나 독자의 반응을 실시간으로 확인하고 이를 작품에 반영할 수 있다는 것 자체가 인터넷 연재소설이 갖는 특징이라는 점에서, 기존의 인터넷 소설이 단순히 소설을 전달하는 매체의 변화로만 치부되어서는 곤란하지 않을까 한다. 작가와 독자에 관한 고전적 의미에 관한 새로운 개념 규정이 요구된다는 점에서, 인터넷 연재소설을 새롭게 바라볼 필요성이 제기된다.

### 3-3. 웹소설

KT경제경영연구소에 따르면 2013년 형성된 웹소설 시장의 규모는 매해 2배씩 성장세를 보이고 있으며, 업계는 연간 매출액 1억 원 이상을 기록하는 작가가 100명을 넘을 것으로 추산하고 있다.<sup>23)</sup> 이처럼 최근 몇 년 새 무서운 성장을 보여주는 웹소설은 뉴미디어를 통해 등장한 새로운 문학 양식, 그 가운데에서도 소설의 가장 극적인 변화를 보여주고 있다. 그 결과 최근 학계에서는 웹소설을 대상으로 삼은 학문적 접근이 점차 확대되어가고 있다. 2018년도에만 약 5편의 학위 논문<sup>24)</sup>이 발표되었고, 웹소설에 관한 소논문도 다양한 방면에서 꾸준히 축적되고 있다. 연구

22) 임대근, 「한국에서 '트위터 문학'은 가능한가?: 뉴미디어의 등장과 새로운 문학의 출현에 관한 시론」, 『외국문학연구』 제53호, 한국외국어대학교 외국문학연구소, 2014, 293쪽.

23) 「출판사들도 잇달아 진출... 진격의 웹소설」, 『한국일보』, 2017.2.23, 최종접속일: 2018.9.19. (<http://www.hankookilbo.com/News/Read/201702230454197893>)

24) 김명기, 「한국 웹소설의 특성 연구」, 한양대학교 석사학위논문, 2018; 서용원, 「모바일 웹소설의 문학성 연구」, 이화여자대학교 석사학위논문, 2018; 손지은, 「모바일 문학의 대화성 연구」, 서강대학교 석사학위논문, 2018; 이용희, 「한국 판타지 소설의 역사와 의미 연구」, 한양대학교 석사학위논문, 2018; 최재현, 「한국 웹소설의 유형에 관한 연구」, 청주대학교 석사학위논문, 2018.

내용으로는 웹소설 창작방법론에 관한 논의, 웹소설의 재매개 양상에 대한 연구, 웹소설의 서사 그 가운데에서도 로맨스 웹소설의 구조 서사 연구, 한국 웹소설의 특징에 관한 연구 등을 들 수 있다. 이외에도 국외 웹소설의 현황과 특성을 살펴보는 연구들도 발견되는데, 이는 현재 한국의 웹소설 시장이 다른 국가에 비해 상대적으로 높은 위치를 점유하고 있는 까닭으로 이해된다. 실제로 2014년도에 일본에서 출간된 웹소설 관련 비평서에서는 한국에서 인기를 끄는 웹소설이라는 장르가 일본에서 어떻게 시장 진입을 할 것인지를 논하고 있으며, 중국에서는 이미 한국의 웹소설이 큰 인기를 얻고 있기 때문이다.<sup>25)</sup> 현재 국내 웹소설은 중국 시장은 물론이고 태국, 인도를 비롯한 북미 지역으로의 진출을 추진 중에 있다.<sup>26)</sup> 그런 의미에서 웹소설은 더 이상 인터넷 소설 초기에 유행했던 10대 여학생 취향의 ‘귀여니’ 소설이 아닌, 전세계적으로 그 영향력을 확장해 나갈 문화 산업의 핵심 요소로 접근되어야 할 것이다.

물론 ‘귀여니’류의 소설이 갖는 의미도 주목할 만하다. 이는 인터넷에 관한 대부분의 연구가 디지털 매체에 의한 문학 유통 및 변화의 단서를 2001년의 ‘귀여니’ 소설을 통해 찾고 있음을 통해 알 수 있다. 중요한 것은 작품성 자체만이 아니라, 그것이 갖고 온 변화의 틀에 있는 까닭이다. 이에 이지원은 “PC 문학, 통신문학, 사이버 문학 등의 새로운 문학 담론이 활발하게 논의되던 시기에 나타난 ‘귀여니 신드롬’은 10대 아마추어 작가의 인터넷 대중소설이 엘리트주의적 문학 지형을 위협했다는 면”에

25) 김봉석, 『K-literature 해외 진출 전략수립을 위한 이슈체크 4: 도약하는 웹소설 시장을 잡아라』, 『한류 NOW' 한류심층분석보고서』 제22권, 한국문화산업교류재단, 2018, 54쪽.

26) 『조아라, 태국 콘텐츠 플랫폼 옥비(Ookbee)에 웹소설 5개 작품 공급』, 『thewebdaily』, 2018.9.4, 최종접속일: 2018.9.20. ([http://news.webdaily.co.kr/view.php?ud=20180904104945451939302b8b8d\\_7](http://news.webdaily.co.kr/view.php?ud=20180904104945451939302b8b8d_7))



서 의미를 갖는다고 분석한다.<sup>27)</sup> 인터넷 청소년 소설가가 ‘등단’이라는 “기존의 권위적 제도를 배제하면서 스스로 작가가 될 수 있음”은 물론 “기존의 문학 생산 방식에 균열”을 낼 수 있음을 보여주었다는 것이다.<sup>28)</sup> 임대근 역시 ‘귀여니’를 폐쇄적인 절차를 밟아야만 진입이 가능했던 문학 환경 내부로의 새로운 진입 방식을 보여준 상징적인 사례라고 설명하고 있다.

이처럼 대표적인 인터넷 소설로 분류되는 웹소설의 가치는 ‘등단’이라는 기존의 권위적 제도에 균열을 가하고, 누구나 작가가 될 수 있다는 새로운 문화를 창출해냈다는 점에서 찾을 수 있다. 즉, 신춘문예나 각종 신인문학상이라는 좁은 문을 통과하지 않고도 ‘누구나 작가가 될 수 있다’는 가능성이 기존의 문학 생산 방식은 물론, 유통의 흐름에까지 변화를 가져온 것이다.

또한 최근에는 순수문학으로 분류되었던 작가들도 웹소설 시장으로 그 활동 영역을 넓혀가고 있다. 김연수, 성석제, 장강명, 전경린, 천관명 등의 국내 유명 소설가들이 웹소설을 통해 초단편 소설을 발표하고 있기 때문이다.<sup>29)</sup> 이처럼 웹소설에 관한 소설가들의 달라진 태도는 출판계에도 변화를 가져왔다. 민음사의 장르문학 브랜드인 황금가지가 온라인 소설 플랫폼 ‘브릿G’를, 출판사 위즈덤하우스는 웹소설과 웹툰을 연재하는 온라인 사이트 ‘저스툰’을, 교보문고는 ‘톡소다’라는 웹소설 플랫폼을 만들어 운영 중에 있기 때문이다.<sup>30)</sup>

27) 이지원, 「디지털 다매체 환경과 문학의 새로운 유통 양상—바이럴(Viral) 문학의 가능성을 중심으로」, 『인문콘텐츠』 제46권, 인문콘텐츠학회, 2017, 158쪽.

28) 이지원, 「디지털 다매체 환경과 문학의 새로운 유통 양상—바이럴(Viral) 문학의 가능성을 중심으로」, 『인문콘텐츠』 제46권, 인문콘텐츠학회, 2017, 159쪽.

29) 「저명 소설가도 참여한 웹소설 플랫폼 만든 사람」, 『jobsN』, 2018.9.10, 최종접속일: 2018.9.18, (<https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=16676035&memberNo=27908841&searchKeyword=%EC%9B%B9%EC%86%8C%EC%84%A4&searchRank=1>)

이를 통해 웹소설은 더이상 빈약한 주제의식과 다듬어지지 않은 문체를 구사하는 통속 소설이 아닌, 문학의 새로운 유형으로서 그 가치가 재정의되어야 할 것이다. 실제로 지난 2015년도에는 순문학 작가들의 요청으로 ‘웹소설’ 강연이 추진된 바 있다.<sup>31)</sup> ‘전자출판과 장르문학의 문법을 배우고 싶다’며 특강을 요청한 것이다. 아래 표는 당시 강의를 진행한 이문영 편집주간(장르소설 출판사 파란미디어)이 밝힌 ‘웹소설 쓰기 10계명’으로, 웹소설이 기존의 정통적인 소설과 어떤 점에서 변별되는지를 파악할 수 있는 보기를 제시한다.

**웹소설 작가와 전자책 출판사 관계자들이 밝힌  
웹소설 쓰기 10계명**

1. 독자가 모바일 기기로 소설을 본다는 사실을 절대 잊지 마라.
2. 문장은 최대한 짧게 써라
3. 문단 개념을 잊어라.
4. 한 문장마다 줄을 바꾸고, 한 줄을 띄어 써라.
5. 이야기는 서사 대신 대화 형식을 진행해라.
6. 영화 시나리오와 유사하게 써라.
7. 독자들은 화면을 내렸다가 다시 올리는 걸 귀찮아한다는 걸 명심하라.
8. 스토리는 시간 순으로 전개하고 문장은 이미지가 떠오르게

30) 『출판사들도 잇달아 진출... 진격의 웹소설』, 『한국일보』, 2017.2.23, 최종접속일: 2018.9.19. (<http://www.hankookilbo.com/News/Read/201702230454197893>)

31) 해당 강연은 지난 2015년에 9월 4일, 전자책업체 리더북스에서 개최한 ‘전자책 스토리텔링 강연회’를 말한다. 관련 내용은 다음의 기사를 중심으로 정리하였다. 『똑 똑 똑... 순문학 작가들 장르문학 문을 두드리다』, 『donga.com』, 2015.9.8, 최종접속일: 2018.9.20. (<http://news.donga.com/3/all/20150908/73488724/1>)

작성하라.

9. 한 회는 5500자면 족하다. 단, 한 회 분량 내에서도 기승전결을 갖춰라.

10. 드라마처럼 마지막 부분에는 다음 회가 궁금하도록 끝내라.

위의 표에서 확인할 수 있듯이, 웹소설은 단순히 웹상에서 연재된다는 것만이 아니라 기존의 정통 소설이 갖는 형식과 내용면에서 분명한 차별점을 보여준다. 순문학에서 요구되는 것이 작품의 구성력, 개연성, 완결성, 문체 미학에 있다면, 웹소설은 “기존 출판계에서 만족할 수 없던 새로운 상상력과 재미가 우선시”되어야 한다는 것이다.<sup>32)</sup> 그런 면에서 웹소설은 디지털미디어 시대 변화를 반영한 새로운 소설로서 가장 주목 받을 분야라고 볼 수 있다. 그러나 이때 요구되는 ‘기존에 볼 수 없던 새로움’이란 무엇이며, 그것을 판단하는 기준을 무엇으로 삼을 것인가라는 질문들이 야기된다. 점차 영향력이 커져가는 웹소설의 입지를 떠올린다면, 단순히 인터넷이라는 매체를 통해 제공되는 소설이 아니라 웹소설 자체가 함의하는 장르적 특성에 관한 개념 규정 역시 적극적으로 이루어져야 할 것이다. 그런 점에서 웹소설의 정확한 명칭부터 재정립할 필요성이 제기된다. 장르문학 작가이자 비평가인 이용희는 웹소설이라는 명칭이 2013년 1월 인터넷 포털 사이트인 네이버가 ‘네이버 웹소설’이라는 이름으로 공모전을 개최하면서 보편화되었다고 말한다. 그러나 이전에도 유료로 거래되는 편 단위의 소설 형태가 존재했으며, 이를 네이버 소설 또는 인터넷 소설 등의 명칭으로 혼용하여 왔다고 설명한다. 따라서 오늘날 우리가 사용하는 웹소설이라는 용어란 “학문적 입법 과

32) 『출판사들도 잇달아 진출... 진격의 웹소설』, 『한국일보』, 2017.2.23, 최종접속일: 2018.9.19, (<http://www.hankookilbo.com/News/Read/201702230454197893>)

정을 쓴 명칭도 아닐뿐더러, 비평적으로 조어진 용어도 아니고 시장에 서도 단순히 보급된 명칭”이라는 지적이 의미심장하다.<sup>33)</sup> 그런 면에서 최근 늘어가는 웹소설 연구에 관한 관심은 웹소설을 무엇으로 규정할 것인가라는 논의로부터 출발해야 한다는 문제의식을 남긴다.

### 3-4. 초단편 소설과 스마트 소설

앞서 언급한 바와 같이 최근에는 순수문학으로 분류되었던 전문 작가들이 웹소설을 통해 소설을 발표하는 사례가 늘어가고 있다. 웹소설의 형식에 맞게 기존 단편소설보다 짧은 ‘초단편 소설’을 창작하고 있는 것이다. 대부분 200자 원고지 7매부터 30매 내외에 해당하는 짧은 소설들로, 문예지에서 발표되던 기존의 단편소설들이 200자 원고지 80매 내외라는 점을 떠올릴 때 파격적인 분량 축소라고 볼 수 있다.<sup>34)</sup> 그러나 웹상에서 제공되는 초단편 소설이 모두 웹소설을 의미하는 것은 아니다. 이는 오프라인상에서도 초단편 소설이 지속적으로 출간되고 있기 때문이다.

현재 초단편 소설과 같은 짧은소설은 “엽편(葉篇) 소설, 손바닥 소설, 스마트 소설, ‘플래시픽션’, 그밖에 미니픽션, 서든픽션, 마이크로픽션,

33) 이용희, 『“한국 웹소설의 마스터 플롯 연구: 모험 서사의 변이로 본 ‘차원 이동’ 연구”에 대한 토론편』, 『제62회 국어국문학회 전국 학술대회: 제4차 산업혁명 시대를 위한 국어국문학(1)』, 국어국문학회, 2018.5.25, 257쪽.

34) “최근 소셜미디어를 통한 문화 콘텐츠 소비가 일상화되며 길이는 짧지만 장편 이상의 긴 여운을 남기는 초단편 소설 붐이 일고 있다. 초단편 소설은 책 5쪽 내외의 짧은 분량을 가졌으나 하나의 독립적인 이야기로 완결성을 갖고 있는 것이 특징이다. 이러한 가운데 문학·출판 업계에서도 초단편·단편 작품을 통해 순문학의 매력을 알리려는 시도가 이어지고 있다.” -『네이버, 모바일홈서 작가 15인의 초단편 소설 소개』, 『파이낸셜뉴스』, 2017.4.6, 최종접속일: 2018.9.17. (<http://cn.moneta.co.kr/Service/stock/ShellView.asp?ArticleID=2017040610525500723&LinkID=532&NewsSetID=5617&Title=파이낸셜뉴스>)

마이크로스토리, 쇼트쇼트스토리, 엽서소설, 프로즈트리(Prosetry), 담배 짬소설, 커피잔소설 등”으로 다양하게 불리고 있다.<sup>35)</sup> 아직 명확하게 용어 정립이 이루어지지 않았지만, 이들은 한결같이 신속함, 명료함, 간결함, 영상 문화와의 유연한 결합 등을 공통된 특징으로 삼고 있다.<sup>36)</sup> 이 가운데 ‘스마트폰’이라는 환경에 적합하다는 의미에서 따온 ‘스마트 소설’이라는 용어를 주목할 수 있다.<sup>37)</sup>

2012년부터 매해 발간되고 있는 『스마트소설, 박인성문학상 작품집』에서는 ‘스마트소설’이 달라진 문학적 환경을 맞아 “달라진 전자환경 시대에 어울리는 방향으로 문학을 변화”시킬 필요성에 관한 응답이라고 설명하고 있다.<sup>38)</sup> 무엇보다 ‘스마트소설’이란 스마트폰 환경과 소설이라는 장르의 결합을 시도하는 “새로운 변환의 문학 장르”로서, “짧은 분량·빠른 소통·강렬한 시사성을 핵심 가치”로 내세운다는 특징을 지닌다.<sup>39)</sup> 그러나 과연 새로운 미디어 매체의 요구가 단순히 짧은 분량에만 있을까?

최근 문단에서는 초단편 소설의 출간이 매우 활발하게 진행 중에 있고, 이러한 현상은 앞으로도 지속될 것으로 예측된다.<sup>40)</sup> 그러나 오프라

35) 『단편소설(小說)보다 더 ‘작은’ 소설이 온다』, 『인천in.com』, 2018.7.23, 최종접속일: 2018.11.10, ([http://www.incheonin.com/2014/news/news\\_view.php?m\\_no=1&sq=44717&thread=001001000&sec=2](http://www.incheonin.com/2014/news/news_view.php?m_no=1&sq=44717&thread=001001000&sec=2))

36) 『아코디언북 짧은 소설 프로젝트 원고지 30매 내외 10편 수상작』, 『인천일보』, 2018.7.23, 최종접속일: 2018.9.20, (<http://www.incheonilbo.com/news/articleView.html?idxno=819638#08hF>)

37) 『바쁜 현대생활 짧은 초단편 소설이 “대세”』, 『경상일보』, 2017.2.20, 최종접속일: 2018.9.20, (<http://www.ksilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=579533>)

38) 주수자 외, 『스마트소설 박인성 문학상: 2013 수상작품집』, 문학나무, 2012, 7쪽.

39) 김소륜, 『AI(artificial intelligence) 시대 속 한국 문학, ‘창조’하는 작가에서 ‘배치’하는 작가로의 이행』, 『현대소설연구』 제68호, 한국현대소설학회, 2017, 41쪽.

40) 최근 3-4년 사이에 발표된 국내 초단편 소설집의 목록을 살펴보면 다음과 같다.(가나다 순) 김남숙 외 21인, 『이해 없이 당분간』, 걷는사람, 2017; 김솔, 『망상, 어』, 문학동네, 2017; 박인 외 6인, 『네 여자, 세 남자』, 문학나무, 2016; 박희팔, 『풍월주인』, 뫼뫼문화사, 2018; 백가흠, 『그리스는 달랐다』, 난다, 2017; 성석제, 『사랑하는, 너무

인 상에서 발표된 일련의 소설들이 과연 뉴미디어의 특징을 반영한 소설의 형식적 전환이라고 볼 수 있을지는 미지수이다. 짧은 분량의 소설이 주목하는 것은 스마트폰 사용에 익숙해진 대중들이 소화할 수 있는 호흡의 글쓰기라는데 있다. 그런데 이것이 단지 분량상의 축소만을 의미하지는 않을 것이다. 그러나 현재 발표되고 있는 소설들은 분량의 차이만이 있을 뿐, 기존의 정통적인 소설 창작과 출간 방식에서 큰 차이를 발견하기 어렵다. 이는 일본의 휴대폰 소설과 비교할 때 더욱 분명하게 드러난다.

일본의 ‘휴대폰 소설’이란 휴대폰으로 창작한 소설을 “휴대폰 소설 전용 사이트에 올리고, 다시 독자들이 휴대폰으로 내려 받아 읽는 소설”을 의미한다.<sup>41)</sup> 소설의 창작과 유통, 그리고 소비가 모두 휴대폰이라는 매체 안에서 이루어진다는 특징을 갖기에 ‘셀폰 소설’이라고도 표현된다. 현재 휴대폰을 통해 공유된 ‘셀폰 소설’은 인쇄매체로 출간되고 있으며, 이는 일본에서 베스트셀러 반열에 오를 만큼 높은 인기를 누리고 있다.<sup>42)</sup> 최근에는 국내에서도 일본의 휴대폰 소설에 관한 비평적 담론이 늘어가고 있는데, 이는 이러한 문화적 특징이 국내에서 적용될 가능성

---

도 사랑하는, 문학동네, 2017; 안영실, 『화요앵답』, 헤르츠나인, 2016; 양진채, 『달로 간 자전거』, 문학나무, 2017; 이기호, 『웬만해선 아무렇지 않다』, 마음산책, 2016; 이웅준, 『소년을 위한 사랑의 해석』, 문학과지성사, 2017; 임상태, 『나의 유희문화 답사기』, 몽트, 2018; 임정현, 『미래가 왔어』, 부크크, 2016; 장주원, 『ㅋㅋㅋ』, 문학세계사, 2014; 정이현, 『말하자면 좋은 사람』, 마음산책, 2014; 조경란, 『후후후의 숲』, 스윙밴드, 2016; 주수자, 『빛소리몽환도』, 문학나무, 2017; 최민석, 『미시시피 모기페의 역습』, 보라빛소, 2016.

41) 강현구, 「뉴미디어 시대의 휴대폰 소설: 일본 휴대폰 소설의 서사적 특성을 중심으로」, 『대중서사연구』 제20호, 대중서사학회, 2008, 77쪽.

42) Norimitsu Onishi, “Thumbs Race as Japan’s Best Sellers Go Cellular”, *The New York Times*, 2008.1.20, 최종접속일: 2017.10.10, (<http://www.nytimes.com/2008/01/20/world/asia/20japan.html?em&ex=1200978000&en=9275f067f59eb69c&ei=5087%40A>)

이 점차 커지고 있는 까닭이라고 판단된다. 이에 휴대폰 소설의 서사 분석에 관한 연구를 통해 해당 소설의 특징을 살펴본다면 다음과 같다.

강현구<sup>43)</sup>는 일본의 ‘휴대폰 소설’이 갖는 서사적 특징을 분석하며 “휴대폰 소설 사이트의 이용자가 가장 많이 접속하는 시간이 밤 11시에서 새벽 2시까지”라는 점을 들고, 독자들은 가장 고요한 자신만의 시공간 속에서 마치 자신에게 걸려온 통화를 받듯이 이야기를 읽어나간다는 특징을 제시한다. 이에 휴대폰 소설에서 발견되는 서사적 특징은 개인의 ‘내밀한 상처’를 고백하는 솔직함에 있다고 강조한다.<sup>44)</sup> 즉, 휴대폰 소설이란 개인의 내밀한 상처가 고백되는 문학이라는 점에서 고백의 수사를 주된 특징으로 삼는다는 것이다. 또한 휴대폰 소설은 자전적 사실을 유난히 강조하는데, 무려 100만 편 이상의 소설이 게시되어 있는 ‘마법의 I랜드’라는 일본의 유명 휴대폰 소설 사이트의 작가 대부분이 전문작가 혹은 문학적 수련을 거치지 않은 일반인이라는 점을 근거로 제시한다.<sup>45)</sup> 이에 따르면 일본의 휴대폰 소설은 내밀한 자기 고백의 서사라는 특징을 지닌다는 결론이 도출된다.

그렇다면 국내의 경우는 어떠할까? 국내의 경우는 일본의 휴대폰 소설과 같은 독특한 서사를 발견하기 어렵다. 대부분 스마트폰을 활용한 글이 아닌, 스마트폰 환경에 부합하는 짧은 소설들이 지면을 통해 발표되고 있기 때문이다. 이는 휴대폰이 아니면 읽는 것 자체가 불가능하다

43) 강현구는 휴대폰 소설을 두고 “휴대폰으로 쓰여지고 휴대폰으로 읽혀지는 소설을 협의의 휴대폰소설로, 다시 이 소설을 책으로 출간한 경우를 광의의 휴대폰 소설로 정의”한다. - 강현구, 「뉴미디어 시대의 휴대폰 소설: 일본 휴대폰 소설의 서사적 특성을 중심으로」, 『대중서사연구』 제20호, 대중서사학회, 2008, 78쪽.

44) 강현구, 「뉴미디어 시대의 휴대폰 소설: 일본 휴대폰 소설의 서사적 특성을 중심으로」, 『대중서사연구』 제20호, 대중서사학회, 2008, 79쪽.

45) 강현구, 「뉴미디어 시대의 휴대폰 소설: 일본 휴대폰 소설의 서사적 특성을 중심으로」, 『대중서사연구』 제20호, 대중서사학회, 2008, 88쪽.

는 독일의 휴대폰 소설과 비교해서도 아쉬움으로 남는다.<sup>46)</sup> 즉, 국내의 초단편 소설은 마치 박희팔<sup>47)</sup> 소설의 부제처럼 “스마트폰으로 읽을 만한” 짧은 분량의 소설들이라는 특징만을 보여주기 때문이다.

그러나 다른 한편으로는 신문소설의 인기가 장편소설의 부흥을 이끌어낸 것처럼, 모바일 매체의 등장이 초단편 소설의 유행을 이끌어내고 있다는 분석을 간과할 수 없다. 그런 면에서 초단편 소설의 의의는 2018년 현재, 매체와 소설의 상관관계를 드러내는 분명한 근거를 제시한다는 데 있을 것이다. 이에 앞으로 이 둘의 상관관계에 관한 보다 적극적인 논의가 기대된다.

### 3-5. 라이트 노벨

지난 6월 23일 ‘2018서울국제도서전’에서는 새로운 미디어 시대 ‘책이란 무엇인가’를 재정의하며 ‘라이트 노벨 페스티벌’이라는 이벤트가 진행되었다. 이는 국내 출판 시장에서 최근 몇 년 새 급부상하고 있는 소설 장르인 ‘라이트 노벨’의 위상을 보여주는 사례라고 볼 수 있다. 실제로 라이트 노벨은 국내 도서 시장에서 5~6%의 비중을 차지할 만큼 높은 영향력을 행사하고 있다. 이에 국내 주요 온라인 서점 사이트에 접속하면 ‘라이트 노벨’이라는 카테고리를 쉽게 마주할 수 있다.<sup>48)</sup> 이러한 영향 때문인지 올해 열린 서울국제도서전에서는 “라이트 노벨, 한 번 읽어보지 않았어요?”는 주제로 라이트 노벨의 특징과 창작, 시장 가능성에 관한

46) 이정준, 『휴대폰 소설-새 매체 속의 새로운 문학 장르』, 『독일문학』 제116집, 한국독어독문학회, 2010, 204쪽.

47) 박희팔, 『풍월주인: 스마트폰으로 읽을 만한 짧은 소설』, 뒤편문화사, 2018.

48) 『라이트 노벨 열풍... 독자를 모으는 힘은 어디서 오는가』, 『엑스포즈 뉴스』, 2018.6.24, 최종접속일: 2018.9.17. (<http://www.xportsnews.com>)



강연이 진행된 바 있다.

‘라이트 노벨’이란 일반적으로 일본 내 10대 중고생이 많이 읽는 소설의 한 장르로, 만화 애니 풍의 일러스트를 사용하는 오락소설이라고 정의되고 있다. 국내에서는 이러한 ‘라이트 노벨’을 ‘장르 소설’ 또는 ‘웹소설’이라는 이름 안에 포괄적으로 포함하고 있으나, 2017년 서울국제도서전에 참가한 한 업체는 웹소설의 하위 카테고리에 무협, 판타지, 로맨스와 함께 라이트 노벨을 배치하였다. 또한 라이트 노벨 가운데에는 로맨스, 학원물, 판타지, SF 등 다양한 장르가 포함되어 있으며, 일러스트가 아예 없거나 만화풍이 아닌 경우도 존재한다. 그런 면에서 특정한 장르나 형식에 구애되기보다는 스스로 ‘라이트 노벨’을 표방한 소설을 ‘라이트 노벨’이라고 보는 것이 적합하다는 의견이 지배적이다. 이는 아직 ‘라이트 노벨’에 관한 명확한 정의가 이루어지지 않고 있음을 보여주는 사례라고 볼 수 있다.

이에 〈월간 채널예스〉에서는 ‘웹소설’과 ‘라이트노벨’이 어떤 점에서 다른 지를 비교하여 설명하는 기사가 실리기도 하였다.<sup>49)</sup> 이 글에 따르면 기본적으로 웹소설은 웹에서 발생했으나, 라이트 노벨은 출간을 기본 형식으로 삼는다는 특징을 갖는다고 볼 수 있다. 웹소설 독자는 단행본이 나와도 전자책으로 구매하는 편이라면, 라이트 노벨 독자는 문고 단행본의 구매를 선호한다는 것이다. 그러나 최근에는 점차 그 경계가 허물어지고 있는데, 문고판 출판 형식이 기본이었던 라이트 노벨이 점차 전자책으로 전환하여 웹상에 올라오고 있기 때문이다. 그 결과 웹에 올라온 라이트 노벨 또한 사실상 웹소설의 범주에 포함시킬 수 있다는 주장이 가능해진다.

49) 『웹소설 VS 라이트노벨』, 『월간 채널예스』, 2018년 6월호 특집, 채널예스, 2018, 최종 접속일: 2018.9.18, (<http://ch.yes24.com/Article/View/36242>)

또한, 라이트 노벨이 주목받는 이유로 스토리와 캐릭터성을 동시에 갖추고 있다는 점을 들 수 있다. 즉, 만화·애니메이션·게임 등 여러 매체로 옮겨 가기 용이하다는 특징을 갖는다. 하나의 작품이 다수의 미디어를 통해 등장함으로써 새로운 팝징성이 발생한다는 것이다. 매체 간의 변환이 다채롭게 이루어질 수 있다는 가능성, 이것이야말로 디지털미디어 시대에 부합하는 가장 중요한 특징이라고 볼 수 있다. 이는 새로운 참여문화 현상에 해당하는 ‘트랜스미디어 스토리텔링(trans-media storytelling)’이라는 개념을 떠올릴 때 더욱 분명해진다. 헨리 젠킨스가 제안한 ‘트랜스미디어 스토리텔링’이라는 개념은 “스토리가 다양한 미디어 플랫폼을 통해 공개되며, 각각의 새로운 텍스트가 전체 스토리”에 기여를 한다는 특징을 지닌다.<sup>50)</sup> 즉, 하나의 스토리가 영화·텔레비전·게임·놀이공원 명소 등으로 경험되며, 각각은 독립된 서사를 충족시킨다는 것이다. 라이트노벨이 이러한 트랜스미디어 스토리텔링의 특징을 지닌다는 점에서, 21세기 부가가치 산업으로서의 가능성에 대한 기대 역시 점차 높아지고 있다. 그래서인지 최근 국내에서는 라이트 노벨을 전문으로 하는 출판사가 생겨나고 있으며, 한국형 라이트 노벨을 만들고자 하는 작가들도 점차 늘어나고 있다는 점에서 자체적인 발전이 기대된다.

50) 헨리 젠킨스, 『컨버전스 컬처』, 김정희원·김동신 옮김, 비즈앤비즈, 2008, 149쪽.

#### 4. 결론

지식의 전달과 보존이 제대로 이루어질 수 없던 구술문화 시대를 살아가던 인류는 문자의 발명, 그리고 인쇄매체의 등장을 통해 새로운 문명의 시대를 열었다. 그리고 21세기인 오늘날, 과거와는 비교할 수조차 없는 막대한 정보양과 폭발적인 파급력을 앞세운 디지털 테크놀로지의 등장이 우리의 삶을 매순간 혁명에 가깝게 전환시키고 있다. 물론 인터넷 문화는 걸러지지 않은 정보와 조작된 여론 조성 등의 문제로 “지식의 쓰레기장”이라는 오명을 쓰고도 있지만, 다른 한편으로는 “풍부한 자료와 자기검열로 점차 지식의 백과사전으로서의 역할”을 수행해가는 자정단계에 들어서고 있음도 사실이다.<sup>51)</sup> 이처럼 인터넷 문화 내부에는 수많은 균열과 세밀한 층위가 공존한다. 이러한 균열은 미디어 테크놀로지의 발전이 소설에 미친 영향 속에서도 고스란히 반복되고 있다. 이에 본 논문은 2018년 현재, 우리의 현대소설이 마주한 다양한 변화의 면모를 살펴보고, 각각의 가능성을 탐구하는데 초점을 두고 있다.

본 논문에서 주목한 대상은 스크린셀러, 미디어셀러, 인터넷 연재소설, 웹소설, 초단편 소설, 스마트 소설, 라이트 노벨이었다. 기존의 정통소설과 구분되는 새로운 이름들로 분류했지만, 사실상 넓게 보면 이들은 각각 독립적으로 구분되기 보다는 일정한 교집합 속에서 맞물려 있다고 볼 수 있다. 기성 작가들의 작품이 인터넷상에서 발표되고 있을 뿐 아니라, 기존의 웹소설이 지닌 형식적 특징을 반영하여 초단편이라는 새로운 형식으로 출판되고 있기 때문이다. 또한 웹소설 내에서도 라이트 노벨로 분류될 수 있는 작품들이 다수 존재하며, 철학적 사유와 인문학적 소양을 지향하는 작품들도 지속적으로 발표되고 있다. 그런 의미

51) 최혜실, 『문자문화에서 전자문화로』, 한길사, 2007, 23-24쪽.

에서 본 논문에서 언급한 한국 현대 소설을 지칭하는 다양한 이름들은 그 자체로 고정적이라기보단, 유동적 분류에 해당한다고 볼 수 있다. 이는 대표적으로 웹소설이라는 용어를 통해 접근되는 지점이다. 이는 앞에서 언급한 바와 같이 오늘날 우리가 사용하는 웹소설이라는 용어가 “학문적 입법 과정을 쓴 명칭”도, “비평적으로 조어진 용어”도 아니기 때문이다.<sup>52)</sup> 따라서 웹소설을 하나의 하위 범주화된 ‘장르’로 볼 것인지, 단순히 인터넷에서 제공되는 매체적 형태로만 볼 것인지도 구분되어야 한다. 그러나 아직까지도 명확한 규정이 쉽지 않다. 이는 웹소설이라는 현상 자체가 현재진행형 가운데 있기에 다양한 정체성이 혼재되어 있는 까닭이다. 따라서 웹소설을 어떠한 관점에서 바라보느냐에 따라 그 개념과 정의는 달라질 수밖에 없다. 이는 기성 작가들이 창작한 소설이 웹상에 소개된다는 이유만으로 그들의 작품을 웹소설이라고 분류할 수 없는 상황과 맞닿는 부분이다.

또한 기성 작가들이 뉴미디어 플랫폼 안으로 진출하는 이유가 단지 인터넷 소설의 가치가 증폭되어가는 현실적 상황의 반영이 아니라, 인터넷 소설만으로는 채워지지 않는 공백을 채우기 위한 미디어 플랫폼의 적극적인 요청일 수 있다는 가능성도 고려되어야 한다. 뿐만 아니라 영상물을 통한 접근성이 현대 사회의 피할 수 없는 현실이라는 점에서, 해당 영상물을 통해 노출된 서적을 찾아서 읽는 독자층의 존재에 대한 주목도 간과해서는 곤란하다. 이는 중국 웹소설 시장의 성장 배경이 활자와 책에 익숙한 중국인의 독서 습관과 연관된다는 분석을 떠올릴 때 더욱 분명해진다. 이는 인쇄 매체와 전자 매체가 더 이상 대립항이 아닌

52) 이용희, 『“한국 웹소설의 마스터 플롯 연구: 모험 서사의 변이로 본 ‘차원 이동’ 연구”에 대한 토론편』, 『제62회 국어국문학회 전국 학술대회: 제4차 산업혁명 시대를 위한 국어국문학(1)』, 국어국문학회, 2018.5.25, 257쪽.

상호보완의 관계임을 유추하도록 이끈다. 따라서 뉴미디어와의 결합을 통해 생성된 소설들과 기존의 정통 소설들을 더 이상 대척점에 놓인 관계로 규정해서는 곤란할 것이다.

무엇보다 인터넷을 통한 소설 연재는 독자들과의 실시간 소통을 통해 의견을 교류하고, 독자들이 원작자의 작품을 토대로 나름의 새로운 작품들을 창작해 나갈 수 있다는 가능성을 제시한다는 점에서 의미를 갖는다. 그러나 여전히 문단 내부에서는 독자의 의견을 반영해서 작품 내용을 수정하는 것을 부정적으로 바라보는 분위기가 존재한다. 그 예로 ‘트위터 문학’에 관한 질문에서 작가가 작품으로 독자와 소통해야 하는 것은 인정하지만, 그것은 어디까지나 인간으로서의 소통이지 작가로서는 곤란하다는 이문열의 발언을 살펴볼 수 있다. 그는 “작가의 권위를 버려 단기적으로는 환영을 받겠지만 길게 보면 땅에 떨어진 작가의 권위가 문학을 버림받게 만들 것”이라고 경고하고 있기 때문이다.<sup>53)</sup> 이러한 발언은 작가를 권위를 지닌 존재로 상정하고 있는 기성 문인들의 사고 일부분을 드러낸다. 물론 작가의 창작자로서의 위치는 존중받아야 마땅하다. 그러나 새로운 미디어의 등장은 대중이 소설을 소비하는 방식에 분명한 변화를 가져왔다. 일방적으로 작가가 창조한 글을 수용하는 것이 아니라, 그것을 능동적으로 변용하고 창조하며 독자가 스스로 작가가 되는 위치로 옮겨가는 현실을 주목해야만 한다. 이는 ‘등단’이라는 기존의 권위적 제도에 균열을 가하고, 누구나 작가가 될 수 있다는 새로운 문화를 창출해냈다는 점에서 큰 의의를 갖는다. 따라서 앞으로 인터넷 소설은 빈약한 주제의식과 다듬어지지 않은 문체를 구사하는 하

53) 『조선 인터뷰 이문열』, 『조선일보』, 2010.9.6, A33면, 임대근, 「한국에서 ‘트위터 문학’은 가능한가?: 뉴미디어의 등장과 새로운 문학의 출현에 관한 시론」, 『외국문학연구』 제53호, 한국외국어대학교 외국문학연구소, 2014, 293쪽에서 재인용.

위문화가 아니라, 우리 문화 산업을 선도하는 핵심 주체로서 새로운 정의를 요구받아야 할 것이다. 실제로도 뉴미디어 플랫폼의 활성화는 기존의 문학, 작가와 독자의 개념을 보다 다층화하고 있다.

전반적으로 한국 현대문학의 흐름을 살펴보면, 50-60년대는 분단과 전후의 문학, 70-80년대는 산업화 시대의 문학, 90년대는 포스트모던 시대의 문학으로 여성문학, 환상문학, 내면성의 문학 등의 다양한 담론을 형성해왔다. 그런데 2000년대 문학을 돌아보면, 뚜렷한 경향으로 묶일 만한 특정 작가군의 형성조차 쉽지 않다는 의견이 지배적이다.<sup>54)</sup> 그렇다면 2000년대 이후 문학이 갖는 경향은 작품의 주제적 특징이 아니라, 그것이 가져온 형식의 변화에서 찾을 수 있을 것이다. IMF 이후 야기된 출판 시장의 위축과 문학의 위기는 어쩌면 2000년대를 주도하는 디지털 테크놀로지와의 결합을 통해 새로운 전환점을 맞이하였기 때문이다.

이 부분은 본 논문에서 다루지 않은 AI를 통한 소설 창작의 가능성을 통해 더 깊이 고민되는 바이다. 최근 1인 창작자를 위한 웹소설 플랫폼 ‘블라이스’를 런칭한 KT 인사이트는 한국콘텐츠진흥원 후원으로 AI 알고리즘 기반으로 쓰여진 웹소설 공모전을 개최한다고 발표하였다. 알고리즘 개발 역량을 보유한 개인과 스타트업 등 누구나 참가할 수 있다는 점에서 소설 창작이 더 이상 인간 고유의 영역이나, 작가 1인의 고유한 창작물이 되어야 한다는 사고에 균열을 가하고 있는 것이다. 새로운 디지털 매체의 등장과 그를 통한 뉴미디어와 소설의 결합은 점차 다양한 양상으로 전개되어 나갈 것이다. 그 가운데 작가와 독자, 나아가 소설의 개념 역시 새로운 정의를 통해 접근되어야만 한다. 그리고 이러한 변화가 우리 문학이 마주한 위기가 아니라, 새로운 도약을 가능하게 할 전환

54) 김형중 외, 『뉴미디어 시대 문학의 새로운 지형을 말한다』, 『문학동네』 제11권 제3호, 문학동네, 2004, 2쪽.

점이 될 수 있음을 주목해야할 것이다. 이제 우리는 변화하는 서사의 흐름 속에서 이전과는 전혀 다른 소설의 새로운 가치를 가늠할 필요성을 적극적으로 논의해야 할 것이다.

## 참고문헌

### 1. 논문과 단행본

- 강현구, 『뉴미디어 시대의 휴대폰 소설－일본 휴대폰 소설의 서사적 특성을 중심으로』, 『대중서사연구』 제20호, 대중서사학회, 2008, 75-106쪽.
- 김기태, 『국내 문학도서의 베스트셀러 요인 분석 연구』, 『한국문예창작』 제14권 제2호, 한국문예창작학회, 2015, 225-254쪽.
- 김봉석, 『K-literature 해외 진출 전략수립을 위한 이슈체크 4－도약하는 웹소설 시장을 잡아라』, 『한류 NOW' 한류심층분석보고서』 제22권, 한국문화산업교류재단, 2018, 48-54쪽.
- 김소륜, 『AI(artificial intelligence) 시대 속 한국 문학, '창조'하는 작가에서 '배치'하는 작가로의 이행』, 『현대소설연구』 제68호, 한국현대소설학회, 2017, 5-35쪽.
- 김형중 외, 『뉴미디어 시대 문학의 새로운 지형을 말한다』, 『문학동네』 제11권 제3호, 문학동네, 2004.
- 박상천, 『디지털 시대의 문학의 확장 가능성』, 『한국언어문화』 제31집, 한국언어문화학회, 2006, 5-28쪽.
- 신종락, 『전자책과 인터넷 글쓰기로 인한 문학 패러다임의 변화와 영향』, 『코기토』 제71권, 부산대학교 인문학연구소, 2012, 435-466쪽.
- 안미영, 『뉴미디어시대 '문학 독자'의 위상과 소설의 방향성』, 『스토리&이미지텔링』 제4권, 건국대학교 스토리앤이미지텔링연구소, 2012, 68-98쪽.
- 유현주, 『하이퍼미디어 문학의 미학전략－디지털 문학에서의 생소화 효과』, 『브레히트와 현대연극』 제17권, 브레히트와 현대연극, 2007, 167-184쪽.
- 이용옥, 『한국 현대문학의 재영역화와 연구 방향』, 『어문연구』 제95권, 어문연구학회, 2018, 295-313쪽.
- 이정준, 『휴대폰 소설－새 매체 속의 새로운 문학 장르』, 『독일문학』 제116집, 한국독어독문학회, 2010, 189-214쪽.
- 이지원, 『디지털 다매체 환경과 문학의 새로운 유통 양상- 바이럴(Viral) 문학의 가능성을 중심으로』, 『인문콘텐츠』 제46권, 인문콘텐츠학회, 2017, 153-173쪽.
- 임대근, 『한국에서 '트위터 문학'은 가능한가?－뉴미디어의 등장과 새로운 문학의 출현에 관한 시론』, 『외국문학연구』 제53호, 한국외국어대학교 외국문학연구소, 2014, 285-301쪽.
- 조정미·최희수, 『디지털 기술의 발전과 전자책의 진화에 대한 사례 연구－종이책의



디지털 재현에서 뉴미디어 출판에 이르기까지』, 『글로벌문화콘텐츠학회 학술대회』 제2016권 제12호, 글로벌문화콘텐츠학회, 2016.12, 237-243쪽.  
주수자 외, 『스마트소설 박인성 문학상-2013 수상작품집』, 문학나무, 2012.  
최혜실, 『문자문화에서 전자문화로』, 한길사, 2007.  
헨리 젠킨스, 『컨버전스 컬처』, 김정희원·김동신 옮김, 비즈앤비즈, 2008.  
KOCCA 연구보고서 17-15, 『2017 콘텐츠 교육기관 및 인력수급 현황조사』, 한국콘텐츠진흥원, 2017.

## 2. 기타 자료

『웹소설 특집 웹소설 VS 라이트노벨』, 『월간 채널에스』, 2018년 6월호.  
『아코디언북 짧은 소설 프로젝트 원고지 30매 내외 10편 수상작』, 『인천일보』, 2018.7.23.  
『양날의 칼 미디어셀러』, 『독서신문』, 2015.6.16.  
『“본격문학 작가들이 웹소설을 쓸 수 없는 이유란?” 이용희 작가와의 인터뷰』, 『뉴스페이퍼』, 2018.1.7.  
『네이버, 모바일홈서 작가 15인의 초단편 소설 소개』, 『파이낸셜뉴스』, 2017.4.6.  
『단편소설(小說)보다 더 ‘작은’ 소설이 온다』, 『인천in.com』, 2018.7.23.  
『똑 똑 똑… 순문학 작가들 장르문학 문을 두드리다』, 『donga.com』, 2015.9.8.  
『라이트 노벨 열풍… 독자를 모으는 힘은 어디서 오는가』, 『엑스포츠뉴스』, 2018.6.24.  
『바쁜 현대생활 짧은 초단편 소설이 “대세”』, 『경상일보』, 2017.2.20.  
『스마트폰으로 돈 벌 수 있는 소자본 비즈니스, 전화 통해 글 전송 ‘셀폰 소설 작가’ 인기직종 급부상』, 『LA중앙일보』, 2010.10.18.  
『인터넷소설 응모 13,610명 몰려… 사상 최대 규모』, 『동아일보』, 2004.11.22.  
『저명 소설가도 참여한 웹소설 플랫폼 만든 사람』, 『jobsN』, 2018.9.10.  
『조아라, 태국 콘텐츠 플랫폼 옥비(Ookbee)에 웹소설 5개 작품 공급』, 『thewebdaily』, 2018.9.4.  
『출판시장에 새바람 ‘미디어셀러’ 아시나요』, 『연합뉴스』, 2018.7.9.  
『출판사들도 잇달아 진출... 진격의 웹소설』, 『한국일보』, 2017.2.23.  
Norimitsu Onishi, “Thumbs Race as Japan’s Best Sellers Go Cellular”, *The New York Times*, 2008.1.20.

## Abstract

### A New Topography of Korean Novels in the 21st Century, the Era of Digital Technology

Kim, So-Ryun(Ewha Womans University)

Contemporary Korean modern novels take an ambiguous position. In the academic area, scholars still emphasize the research on novels published before and after the liberation of Korea. But the general public is reading various genres of novels based on web novels. This paper starts with a question concerning the gap between the scholars and the public. The purpose of this research is to study the influence of the development of modern digital technology to literature, with particular focus on the effects on modern novels.

I therefore focus on the changes brought about by the combination of new media and traditional novels and study the various problems posed by them. Furthermore, through the various types of novels such as screen-sellers, media sellers, internet serial novels, web novels, short stories, smart novels, and light novels, various aspects of contemporary novels concerning contemporary Korean literature are analyzed in detail. We are currently facing the need for a new definition of the novel, which has a totally different value from the past.

In this sense, this paper has questions concerning not only the new concepts of writers and readers based on the combination of digital technology and traditional novels but also the value of new novels.

(Keywords: Digital technology, Screen-sellers, Media sellers, Internet serial novels, Web novels, Short short stories, Smart novels, Light novels)

논문투고일 : 2018년 10월 10일

논문심사일 : 2018년 11월 5일

수정완료일 : 2018년 11월 10일

게재확정일 : 2018년 11월 13일