

日本轻小说模式的演变及特征^{*}

◎ 于 丽

摘要：日本轻小说是二次元产业的重要环节，从20世纪70年代登上历史舞台，每隔十年左右会有革新性的变化，不但在风格写作上逐渐类型化，在这个过程中也成为日本动画产业的重要组成部分。日本轻小说呈现出三个典型化的特征：轻设计、角色中心制和全面的视觉化。在商业化层面，轻小说以新人奖海选、多媒体联动等形成了完善的作家作品培养体系，成为具有自我创新能力的产业。

关键词：日本轻小说 二次元 动漫 跨媒体

DOI:10.19393/j.cnki.cn11-1537/g2.2017.08.025

跨媒体叙事成为目前娱乐行业的成熟模式，对于传统出版来说，如何从单一的实体出版向大文化产业转型现在鲜有成熟的案例。即使网络文学的IP操作，仍是以“改编”为核心，并没有形成真正的“故事核”，当然也很难成为跨媒体的叙事。

在日本的二次元产业中，虽然没有跨媒体叙事的提法，但在实际操作中已经形成跨媒体的产业链条，轻小说、漫画、动画、广播剧、TV、电影等不同媒体围绕统一的世界观，打造同一IP。在这个链条中，轻小说常常是产业的源头。

轻小说如何成为跨媒体的叙事起点？并因此具有了什么样的特点？这些特点又是如何发展并与其他媒介互动？其中又带来了什么样的问题？这些因素对我国的出版创新，特别是跨媒体叙事具有什么样启发和意义？这是本文要探讨的问题。

轻小说是从日本翻译过来的说法，日文称轻小说为ライトノベル（light novel），乃是一个和制英语，这个词的确切来源已经不能考据，其中最著名的说法是，一些读者参加NIFTY SERVE (@NIFTY) 的SF·Fantasy电子会议室，在讨论的时候造出的词，意思是“轻的小说”，现在大致可以解释为“可轻松阅读的小说”^[1]。但时至今日，轻小说仍然没有一个统一明确的定义。日本经济新闻社认为，一个比较令人信服的定义是：“轻小说指多用以动画为基调的插图和封面，面向年轻读者群体的小说。”轻小说题材多样，主要以青少年、初中生及高中生等年轻读者为主要对象，目标是为了娱乐读者，是属于亚文化的一个分支。

一、轻小说发展的关键历程

日本轻小说定义的不确定性与其多变的历史有关，从上世纪70年代至今，日本轻小说在不到半个世纪的历程中，几乎每一个十年都会有大的调整，直至形成今天的形态。

1. 科技与浪漫时代（20世纪70年代）

轻小说在最初发源，与日本动画产业完全是平行的关系。一般认为，1975年11月10日ソノラマ文库发行的合并版《宇宙战舰大和号 地球灭亡篇》与《宇宙战舰大和号 地球复活篇》是日本第一部轻小说，标志着日本轻小说的诞生。但如果按照出版日期计算，《宇宙战舰大和号 地球灭亡篇》出版于1974年10月20日，这个时间要早于合并版的出版。

2. 轻小说的黄金时代（20世纪80年代）

80年代的科幻轻小说出现了很多史诗级作品，《银河铁道999》（1981）、《银河英雄传说》（1982）、《王立宇宙军》（1986）、《罗德斯岛战记》（1988年）等先后出版，其中田中芳树的《银河英雄传说》被誉为“科幻界的三国演义”。《罗德斯岛战记》被日本网友称为“日本的魔戒三部曲”，《罗德斯岛战记》带有欧美的奇幻风格，又有一定的日式RPG冒险游戏桥段，可以说代表了日本国产奇幻轻小说的最高水平。从此，轻小说的内容逐渐从少女小说转型为少年向的奇幻小说。

80年代末，富士见Fantasia书房与角川Sneaker文库成立，标志着轻小说业界逐步成熟，已经开始向完整的商业业态过渡。

^{*} 本文受对外经济贸易大学中央高校基本科研业务费专项资金资助（批准号CXTD6-05）。

3. 转型时期 (20 世纪 90 年代)

在 90 年代之前,日本轻小说仍有传统小说的厚重感,并没有明显的类型文学的特征,从 90 年代开始,日本轻小说开始以轻松娱乐为主,形成特独的风格,为轻小说真正实现娱乐化奠定了基础。《失落的宇宙》在一些艰涩的情节里加入了很多的娱乐要素。《十二国记》在故事设定和服装设定上有很多东方文化元素在里面,是具有小清新风格的奇幻故事,《秀逗魔导师》在宏大的奇幻设定下,却是打打闹闹、轻松娱乐的行文风格。

在这一时期,动画厂商也开始关注轻小说。在制作委员会制度被广泛采用后,轻小说家、出版商、动画厂商和周边厂商多方联动成为成熟的商业模式。改编动漫作品时人物和故事等设定可以直接借鉴轻小说相关内容。^[2]

4. 轻小说的跨媒体联动时代 (21 世纪初)

进入 21 世纪后,轻小说的娱乐元素增加,日轻小说进入黄金时期。主要表现在三个方面:

一是大量优秀作品的涌现,如《凉宫春日》系列,《魔法禁书目录》《奇诺之旅》《无头骑士异闻录》《狼与香辛料》《神曲奏界》《人类衰退之后》《文学少女》等。

二是标杆作品的出现。从 2008 年开始连载的《我的妹妹不可能这么可爱》(简称俺妹)单行本累计销量超过 500 万册。《魔法禁书目录》累计销量超过 1000 万册^[3],《刀剑神域》累计发行量超过 1400 万册^[4],成为日本轻小说销量的高峰。

其三,在出版领域,大量的轻小说出版商 GA 文库, HJ 文库相继成立,日本传统漫画的三大出版社讲谈社、集英社、小学馆全部涉足轻小说领域,轻小说出版商的竞争加剧。

二、日本轻小说的特点

1. 基于用户需求的“轻设计”

轻小说完全是迎合用户需求的产品。从内容、版式和版本设计上都强调“轻”。

在题材选择上,无论是上世纪 90 年代的奇幻冒险、本世纪初 10 年的现代异能,还是校园恋爱喜剧,以及转生穿越热潮,都是远离沉重生活现实的空想场景,作者完全是自由创想,为青少年提供有充分想象力的文字世界。

其次,在行文风格上,轻小说的笔触轻松,作者在写作时尽量采用口语化的表述,不会用非常书面或晦涩

的文字。行文多以对话为主体,甚至标点符号也会口语化。甚至在描写激烈的战斗时也给人平淡的感觉。^[5]

另外,在轻小说实体书籍的设计上,轻的特点也表现得特别突出。轻小说书籍的尺寸多为 A6 大小,随手放在口袋里,人们在上下班的公车和地铁里随时可以阅读,打发碎片时间。

最后,轻小说通过类型化和世界观设定解决了这个问题,让读者更容易进入故事世界,作者以和青少年读者相同的视点描述作者本身认为有趣的故事。^[6]以科学奇幻为例,从 20 世纪 70 年代开始,从最初的宇宙军到 EVA、银河英雄、高达,在一轮轮的作品浪潮中,巨大机器人、战斗装甲、科学实验、超能力等,一系列关于 SF 的设定都在传承,形成 SF 特有的世界观设定体系和资料网络。科学奇幻的作者基于这些资料和网络构思小说,读者在这些世界观中获得对于这些设定的认知和理解,使读者能更容易地消费和解读内容。

2. 角色形象中心制

在轻小说中,最主要的角色是“我”和“你”。男主角(我)与女主角(你)为中心的关系(我和你),辐射至社会,并与世界的危机和灭亡等抽象的大问题发生联系,在解决这些大问题的过程中,最终解决主人公的问题。这就形成了轻小说的世界系。

EVA 有了世界系的雏形,此后,轻小说的故事一直对世界系进行深入改造并将其娱乐化。世界系的基本形式是少年的“我”与少女的“你”引发的故事,这是故事中最重要的人物关系。

轻小说采用第一视角叙述,“我”的角色是读者自身的投影,并随着主角的境遇、心理、愿望,与之产生共鸣。典型的世界系故事中,男主角通常是懵懂和迷茫的状态,性格上有优柔寡断、唯唯诺诺的一面,在人际关系中总是处于弱势。忽然,会有一位少女从天而降,改变“我”的生活状态。

对于“我”的设定正是青少年读者本身状况的投射。每个人的学生时期都是处在被动安排中的,过着从家庭到学校两点一线的生活,“我”在现实中无法实现的想法都可以在空想世界里实现。所有想要实现的想法和愿望,在空想世界里都会有一个代表物,在轻小说里,这个代表物或者说愿望的容器就是美少女。

美少女是无穷多的愿望构成的集合。这并非物质或

者真实意义上的人,而是代表价值的意义。说得简要一些,“你”是由一套符号组织而成的价值代表物。^[7]

在商业层面,角色是小说的核心消费内容。无论小说的角色多么不真实,只要读者能够在角色身上感受到价值力量,得到精神的满足,这个角色就是成功的。

这种考虑决定了轻小说的角色设定上必须围绕人物,必须把所有使角色可爱的属性都拿来,让美少女们去环绕着男主角,这是最为有效的吸引读者的方案。最能体现角色中心特点的是后宫向小说。“我”在主动被动收后宫的过程就是获得不同价值代表物的过程,每一卷出现的美少女都暗示了“我”的价值需求,与美少女的相互了解的过程,就是读者发现自我、解决自己的烦恼,最终“我”会与美少女成为朋友,建立超越朋友的关系。在这种曲曲折折,但终有所获的暧昧过程中,读者获得心理上的满足。

3. 全面视觉化

为了达到轻松阅读的目的,轻小说写作上强调构图和画面感,力求使读者“望文生图”,大幅的插画和配图是轻小说的标配。甚至有戏谑的说法称轻小说为“买插画送厕纸”,甚至出现专门为轻小说作插图的画师。其核心思路归结为两点:依靠封面彩图进行主要角色的偶像化;通过黑白插页实现关键戏剧场景的视觉化。^[8]

有些极端的做法,作者会把最简单的一个短语反反复复写满一页,以表现角色的感情强烈程度,或者用超大号字体印刷,几个字就占满一个页面。在轻小说中《她和我和大家的直播》,作者为了表现 Nico 直播时的弹幕效果,小说里用跨页展现弹幕内容,还原 Nico 弹幕的效果。

在轻小说标题的制作上,编辑和作者为了突出与其他作品的差异,会采用各种策略。如在标题长度上做文章。比较典型的,一本有着超长名字的轻小说《普通攻击是全体攻击而且能二次攻击的妈妈你喜欢吗?》(以下简称《全体攻击的妈妈》),靠标题长度吸引市场注意力,在两周时间,作品销量过万,带来火爆的人气。

三、日本轻小说的产业模式

轻小说的创作和商业运营已经形成了成熟的产业模式。

1. 新人奖的海选机制

日本每年出版的轻小说有 2000 余种,印刷量数百

万册,但最后真正能够热卖的作品并不太多。为了从海量作品中发现有潜质的轻小说,日本出版界以文学大奖赛的形式建立了层层选拔的海选机制。

在轻小说领域,电击文库是目前市场占有率最高的文库,创刊于 1993 年 6 月,每年都会举办电击小说大奖的征稿活动,主要分为大奖、金赏、银赏,大奖正赏+副赏可得 100 万日元(约 8.1 万元人民币),金赏正赏+副赏可得 50 万日元,银赏正赏+副赏可得 30 万日元,还有名为选考委员奖励赏的特别赏。

电击小说大奖是新人奖中奖励最丰厚的大奖,借助这种奖项,电击文库能够发现新人和好作品。《刀剑神域》(《Sword Art Online》)也曾在 2002 年投稿在电击文库大赏。即使没有在大奖中获奖的作家,也会因为作品的曝光获得出版机会,如时雨泽惠一、伏见司等作家,参加了电击大奖,虽未获奖,但其作品都获得出版。像《奇诺之旅》销量破千万,《电波女与青春男》和《我的妹妹不可能这么可爱》也都登上了 TV 动画的舞台。

除了电击文库,从 2004 年 MF 文库 J 轻小说新人奖开始,其奖金与电击文库相同,分别为最优秀奖正负赏 100 万日元,优秀奖 50 万日元,佳作 10 万日元。

另外,其他出版机构都有相应的文库大奖,如富士见 Fantasia 文库的 Fantasia 长篇小说大赏,Fami 通文库设立了名为“Enterbrain Entame 大奖小说部门”的新人奖等。轻小说作者通过向新人奖投稿获得出版机会。获奖的新人作品将会发行单行本,专业的评论媒体会对新人作品进行专业的书评。单行本在市场也会受到考验。

2. 多媒体联动的“偶像”之路

轻小说单行本出版至 2~3 卷之后,一般就会开始改编成漫画和广播剧。漫画改编不一定由原作的画师担当。轻小说作者和画师可以从改编权授卖中获得收入。

广播剧是改编中非常重要的一个环节,一般来说,出了广播剧的轻小说可以确定会被动画化。动画版会沿用广播剧的声优,既满足了作品的粉丝,也满足了声优的粉丝。

漫画化和广播剧化的一段时间内,大人气作品有时候会出 OVA(原创动画录影带)或者剧场版动画来进行动画化的尝试,有的则会直接改编成 TV 动画发行。

在作品有一定人气后,主人公的周边产品,包括手办、文具、生活用品、抱枕、公仔等开始合作生产,由

此形成一个复杂而完整的产业链。

除此之外,轻小说的作者和画师会出席一些漫展或发售会的活动,宣传作品,提高人气。同时也能获得收入。

3. 残酷的作家生存曲线

从1975年到2015年,日本共计有4000多位轻小说作家出版作品,其中,22.7%的轻小说作者在出完第一本小说后就离开了轻小说的创作。其余77.3%的轻小说作者,在出道5年后的残留率(生存率)为41%,每2.5位轻小说作者就有一位能在5年后继续推出自己的轻小说。而到了出道第10年生存率就剩下26.2%。像伏见司、川原砾、镰池和马这些轻小说作者出道都有十年的时间,是轻小说行业真正的中流砥柱级的作者。^[9]

从作家收入来看,高收入作者只是极少部分。以《凉宫春日》系列作品为例,累计销量850万册,按照每本70日元的版税标准,作者谷川流约可获得6亿日元的版税收入,折算到每个月,谷川流每个月的收入为619万日元。

但对于多数的轻小说作者来说,单纯靠写作轻小说难以维持基本的生活需要。轻小说作家群体中,只有不到5%的作家年收入能突破1000万日元。轻小说本身的题材与要求,随着潮流不断变化,对于作者来说充满着更大的不确定性。

四、结语

经过数十年的发展,轻小说在不断的变化与调整中形成了具有自我创新能力的产业。近年来,在整个行业仍在蓬勃发展的同时,很多问题也显现出来,比如,在每年出版的海量作品中,真正高品质的作品太少。一部作品成功后,马上会出现跟风的作品,从设定、标题都有同质化,让读者产生厌烦。为制造话题,提高销量,轻小说“官能化”越来越明显,内容和插画大打擦边球,美其名曰“送福利”,迎合读者口味。为追求市场效应,出版机构甚至忽略情节和文学性,极端追求角色的中心化。只要塑造出有卖点的角色,其他的都可以忽略,将轻小说的创作演变为流水线的模式。

更值得注意的是,自媒体与社交网站兴起,轻小说开始从传统渠道延伸到网络。轻小说的创作内容上,“起点化”趋势明显。以异世界战斗为题材的网络轻小说数量越来越多,小说内容的同质化也越来越严重。各

大轻小说排行榜的网络小说作品里面,越来越多的网游化或魔法设定,主人公的设定也有“起点化”的特征,主人公或有奇遇或在落后的世界里拥有使用现代世界先进知识的能力。传统轻小说与网络小说要素正通过各种方式融合在一起。

在出版创作模式上,传统出版商的文库出版之外,轻小说在线创作兴起。很多轻小说作家除了向出版社投稿,在投稿网站连载。以“成为轻小说家吧”为代表的投稿网站迎来大爆发。网络小说改编的轻小说实体书的销售份额占到整体销售的一半。

另外,轻小说的读者群开始发生变化。经过几十年的发展,跟随着轻小说成长起来的青少年已经步入中青年时代,这批30~40岁的忠实读者是轻小说的重要阅读群体,与十几岁的读者共同构成了目前轻小说的阅读群。轻小说的成人化如何发展是未来需要摸索的问题。

面临着如此多的变化与环境,也许,日本轻小说又到了需要变革与转型的时期。

参考文献

- [1] 榎本秋. 轻小说文学论 [M]. NTT出版, 2008.
- [2] 陈少峰. 浅析动漫对“轻小说”的改编 [J]. 电影文学, 2012 (9).
- [3] 魔禁 1500 万! 三木一马曝光人气作品发行量 [EB/OL]. (2015-11-10). <http://comic.qq.com/a/20151110/063524.htm>.
- [4] 《刀剑神域》系列累计发行量突破千万 [EB/OL]. (2014-07-31). <http://manhua.weibo.com/zx/manga/6596>.
- [5] 郝浩红. 浅议轻小说内容特征及其对中国动漫产业的推动作用 [J]. 新西部 (下旬·理论), 2012 (5).
- [6] 余珺宇, 周焕柳. 轻小说: 一种青少年阅读的文化潮流 [J]. 北京青年研究, 2017 (2).
- [7] 轻小说地图 [EB/OL]. (2017-05-20). <https://acg12.com/171228/>.
- [8] 李涵睿. 我国“轻小说”的现状与对策 [J]. 新闻与出版, 2014 (8).
- [9] 比体力比耐力比创作力, 日本轻小说作家的生存率 [EB/OL]. (2017-04-15). http://www.sohu.com/a/134236239_502834.

(作者单位: 对外经济贸易大学外语学院)