

일본 애니메이션은 어떻게 극장가를 점령했나

글 | 라이너 영화 평론가 rainermr@naver.com

주토피아를 뒤흔들 엄청난 사건이 온다!

Culture Pick 📢





그림1 귀멸의 칼날 스틸컷(출처: CGV)

극장을 점령한 건 일본이다. 솔직히 말하자면, 나는 이 열풍이 처음에는 좀 어색하게 느껴졌다. 물론 이제껏 일본 애니메이션이 우리나라의 극장에서 성과를 거두는 것을 보지 못했던 건 아니다. 지브리의 미야자키 하야오가 그랬고, 신카이 마코토가 그랬다. 드물게는 <더 퍼스트 슬램덩크> 등의 일본 애니메이션도 박스 오피스 최상위에 이름을 올리기도 했다. 하지만 이런 작품들의 성공은 어디까지나 특정한 개인의 성취, 또는 오래도록 쌓아둔 만화, 애니메이션의 추억에 호소하는 경향이 컸다. ‘열풍’이라고 하기에는 딱 부족한, 샛별처럼 잠깐 반짝이고 끝나는 비연속적인 것들이었다.

작년 박스오피스 결과를 보면서 나는 그 생각을 바꿨다. 1위는 <주토피아 2>였고, 2위는 <극장판 귀멸의 칼날: 무한성편>이었다. 미국과 일본이 나란히 정상을 나뉘 가진 이 장면이 흥미로운 건, 두 작품이 이야기를 건네는 방식이 완전히 다르기 때문이다. <주토피아 2>는 전편의 따뜻한 감동을 기억하는 관객들을 다시 불러들였다. 전편을 사랑했던 사람들이 그 기억을 안고 극장을 찾은

것이다. 반면 무한성편은 그런 종류의 향수와는 무관하다. 원작 만화를 읽지 않은 관객도, 시리즈를 처음부터 따라오지 않은 관객도 극장을 찾았다. 기존 팬덤을 넘어 새로운 관객을 끌어들이었다는 것. 이 차이가 지금 이 열풍의 본질을 설명하는 단서다.

대체 왜 이렇게 됐을까. 흔히 듣는 설명은 OTT의 보급이다. 넷플릭스 덕분에 일본 애니메이션에 쉽게 접근할 수 있게 됐고, 그래서 팬덤이 커졌다는 식의 이야기. 틀린 말은 아닌데, 한참 부족한 설명이다. 플랫폼이 생겼다고 해서 모든 콘텐츠가 극장을 점령하지는 않으니깐. 나는 이 열풍의 본질이 접근성이 아니라 다른 데 있다고 생각한다. 지금 세대가 원하는 이야기 자체가 달라졌다는 것이다. 그리고 그 변화를 가장 먼저, 가장 정확하게 감지한 건 일본이었다.

2010년대까지 극장 애니메이션의 문법은 단순했다. 선한 자가 이기고, 노력은 보상받으며, 결국엔 다 잘 된다. 그것이 틀렸다는 게 아니다. 다만 지금 10대와 20대는 그 공식을 이미 의심하면서 자란 세대다. 팬데

믹을 겪었고, 기후 위기를 어릴 때부터 들었고, 열심히 한다고 해서 원하는 것을 얻을 수 있다는 보장이 없다는 걸 너무 일찍 알아버렸다. 이런 세대에게 ‘결국엔 다 잘 될 거야’라는 이야기는 위로가 되기보다 어딘가 공허하게 들린다. 때로는 모욕처럼 느껴지기도 한다. 일본 애니메이션은 그 지점을 파고들었다.

귀멸의 칼날은 걸로 보면 꽤 고전적인 작품이다. 가족을 잃고 복수를 다짐하는 소년, 선과 악의 또렷한 구도. 그런데 이 작품이 유독 지금 세대를 사로잡은 이유는 의외로 단순한 데 있다. 등장인물들이 감정을 숨기지 않는다. 쉽게 울고, 쉽게 무너지며, 그 취약함을 부끄러워하지 않는다. 강하다는 것이 감정을 억누르는 게 아니라, 감정을 끌어안고도 한 발 더 내딛는 것이라고 작품은 말한다. 강한 척하는 것에 지쳐있는 세대에게 그 메시지는 조용하지만 깊은 데까지 닿는다. 무한성편은 그 감정의 밀도가 시리즈 전체를 통틀어 가장 높은 작품이다. 주술회전 역시 비슷한 감수성 위에서 있다. 좋은 사람이 죽고, 나쁜 사람이 살아남으며, 세계는 나아지기보다 계속 균열



소년과 소녀의 폭발하는 여름



그림2 체인소 맨 스틸컷(출처: CGV)

된다. 그 안에서도 주인공은 싸운다. 의미 있는 죽음을 위해서가 아니라, 의미 없는 죽음에 저항하기 위해서. 허무주의와 영웅주의 사이 어딘가에 있는 이 감각이 지금 세대에게 정확하게 꽃힌다.

이야기만이 아니다. 유포테이블이라는 제작사가 이 시리즈에 붙여넣은 영상의 힘이 그 밀도를 완성시킨다. 이 스튜디오는 2D 작화와 3D CG를 결합하는 방식을 다른 어떤 스튜디오보다 정교하게 구현해낸다. 검격의 궤적이 빛의 입자로 흩어지고, 불꽃과 물의 호흡이 살아 움직이는 그 연출은 단순한 시각 효과가 아니다. 움직임 자체가 감정이 된다. 그 순간 관객은 이걸 큰 화면으로 봐야 한다는 욕구를 느낀다. 스트리밍 시대에 사람들을 굳이 극장으로 불러낸 힘이 거기 있었다.

올해 극장을 찾은 <체인소맨: 레제편>은 조금 다른 방식으로 이 세대에게 말을 건다. 체인소맨의 주인공 덴지는 처음부터 영웅과는 거리가 멀다. 인류를 구하겠다는 사명 같은 건 없다. 맛있는 걸 먹고, 따뜻한 데서 자고 싶다. 그게 전부인 인물이다. 레제편은 그런 덴지 앞에 레제라는 인물을 세워놓는다. 소련이 비밀리에 훈련시킨 암살자로, 덴지의 심장을 빼앗기 위해 접근하도록 설계된 존재. 그런데 이 작품이 탁월한 건, 레제를 그 이상의 인물로 그린다.는 점이다.

레제는 덴지에게 글을 가르쳐준다. 의무 교육을 받지 못해 문맹인 덴지에게. 학교 수영장에서 수영도 가르쳐주고, 이십 우화의 시골 쥐와 도시 쥐 이야기를 꺼내며 묻는다. 어느 쪽이 더 좋냐고. 덴지는 망설임 없이 도시 쥐를 고른다. 맛있는 것도 먹

고 즐거운 삶. 레제는 시골 쥐를 고른다. 평화로운 삶을 동경한다며. 훈련받은 암살자에게서 나오기 어려운 대답이다. 그리고 나중에야 드러나는 사실, 레제도 학교에 가본 적이 없다. 덴지에게 들려준 평범한 학창 생활은 전부 거짓이었다. 하지만 평범한 삶을 향한 동경만큼은 진심이었다. 암살자로 설계된 인간이 평범함을 꿈꾼다는 것. 이 아이러니가 이 작품의 핵심이다.

결국 레제는 임무를 포기하고 덴지에게 돌아오기로 한다. 덴지가 기다리는 카페를 눈앞에 두고 골목에서 발걸음을 빠르게 하던 레제는, 그 자리에서 마키마에게 가로막혀 쓰러진다. 카페 창문 너머로 보이는 건 커다란 꽃다발을 든 채 자신을 기다리는 덴지의 뒷모습이었다. 레제의 마지막 말은 이것이었다. "덴지, 사실은 말이야. 나도 학교에 가본 적이



그림3 주술회전 스틸컷(출처: CGV)

없어." 텐지는 끝내 그 말을 듣지 못한다. 평범한 삶을 한 번도 살아본 적 없는 두 사람이 잠깐 서로의 곁에서 그것을 흉내 내다 헤어지는 이야기. 구원도 없고, 해피엔딩도 없다. 그냥 달을 뻘뻘하다가 닿지 못하고 끝난다. 그 허무함이 지금 세대가 살아가는 방식과 어딘가 닮아있다.

이런 작품들이 극장을 채우는 데는 산업 구조의 변화도 한몫했다. 예전의 일본 애니메이션은 TV 방영으로 팬덤을 쌓고, 그 팬덤을 상대로 극장판과 굿즈를 파는 구조였다. 넷플릭스와 크런치롤 같은 글로벌 플랫폼이 등장하면서 그 구조가 뒤집혔다. 일본 애니메이션이 방영과 동시에 전 세계에 공개되면서, 팬덤이 한 나

라 안에서 천천히 자라는 게 아니라 전 세계적으로 동시에 형성되기 시작했다. 소셜미디어가 그 열기를 실시간으로 증폭시킨다. 이 구조 안에서 일본 애니메이션은 어느 순간 마니아들만의 것이 아니게 됐다. 픽사와 디즈니가 이 흐름에서 비껴나 있는 것도 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 보편적 가족주의의 위에서 있는 그들의 문법은 훌륭하지만, 지금 젊은 관객들이 원하는 것과는 방향이 다르다. 그들은 모두의 이야기보다 자신만의 이야기를 원한다. 일본 애니메이션은 꽤 오랫동안 그 욕망에 민감하게 반응해 왔고, 지금 그 응답이 극장이라는 형태로 터져 나오고 있다.

결국 이 열풍은 흥행 성적표 이상의 무언가를 담고 있다. 지금 세대가 어떤 이야기를 원하는지, 무엇에 공명하는지가 그대로 반영된 현상이다. 완벽한 영웅보다 불완전한 인간을 원하고, 깔끔한 해답보다 솔직한 질문을 원하고, 구원의 서사보다 구원 없이도 버텨내는 방법을 원하는 세대. 일본 애니메이션은 지금 그 이야기를 가장 정확하게 하고 있다. 그리고 그 이야기는 매년 극장 안에서 조금씩 더 크게 울리고 있다. 셋벌처럼 반짝이던 시절은 지났다. 이젠 이제 열풍이다.



필자 | 라이너

영화 평론가이자 방송인, 영화감독. KBS 1TV <인생이 영화>, KBS 2TV <영화가 좋다>, <매블쇼> '시네마 지옥' 등에 고정 출연 중이며, 유튜브 채널 <라이너의 컬처쇼크>와 <라이너TV>를 운영한다. 장편영화 <인격 살인>의 연출·각본을 맡았고, 저서로 『영화 유튜브 라이너의 철학 사회』, 『10개의 시점으로 보는 영화감상법』, 『인생영화 21』이 있다.