

# 일본의 연예인 사진집 출판

백원근 | 재단법인 한국출판연구소 선임연구원

## 문학출판과 비슷한 시장규모의 연예인 사진집

탤런트 이승연의 누드 영상 화보집 발행 시도 파문으로 한참 동안 여론의 비난이 거셌다. 얼토당토않게 중군 위안부 할머니들을 컨셉으로 삼은 것이 문제의 핵심이었을 뿐, 잘 나가는 연예인의 세미 누드 째름은 더 이상 화제가 되지도 않는 사회 분위기다. 하지만, 불황기 IT공화국에서 수년 전부터 급부상한 모바일 누드집 열풍이 가라앉을지는 아직 미지수로 보인다.

오늘날 우리나라의 누드집은 대부분 출판이 아닌 IT의 소산이다. 책으로 출판되는 것이 아니라 인터넷과 모바일로, 사적이고 비밀스러우며, 박리다매를 노린다. 이에 비해 누드 사진집의 본산지인 일본의 그것은 책으로 출판되며, 공개적이고, 고가다매를 노린다. 때문에 대중적으로 알려진 누드 사진 작가, 그 앞에 줄을 선 현역·퇴역 및 신인 연예인, 사진집을 팔아 빌딩을 세우는 전문 출판사, 컬렉션에 열중하는 서점, 연예인 모델의 사인회 아닌 '악수회'를 위해 끝도 없이 길게 줄지어 선 마니아 독자층의 순환 고리가 생겨나는 것이다.

《완전 자살 매뉴얼》(1993)이 상징하듯, 상업 전선에서 일체의 터부를 거부하는 일본 출판계에서 연예인 사진집 출판은 대형 종합출판사나 전문 출판사를 가리지 않는다. 대형 출판사의 경우, 우리의 옛 〈선데이 서울〉에 해당하는 〈주간 현대〉 등의 주간지에 밀봉 누드 페이지를 붙여 판매하는지라, 사진 잘 받는 신인들을 골라 '연동 기획' 형태로 사진집을 내는 것은 당연지사였다. 그런 출판사들이 그나마 사회적으로 높은 평판을 받는 이유는, 그렇게 번 돈을 아낌없이 투자해 전문사전이나 대형 기획물 등 가치 있는 기념비적 출판물을 다수 발행하기 때문이다.

일본 누드 사진집의 대명사는 우리에게도 잘 알려진 《산타페 Santa Fe》(1991)이다. 당시 최



도쿄 시내 서점(福家書店 銀座店)의 사진집·연예인책 코너.

고 인기 배우이던 미야자와 리에(宮澤りえ)의 지명도 탓에 현재까지 165만 부 이상 판매되어 전무후무한 기록을 세웠다. 결과적으로는 언론이 판매상 역할을 톡톡히 했음은 물론이다. 누드 사진집 역사 구분(?)에서 '산타페'는 하나의 분수령을 이룬다. 1980년대 초부터 사회적으로 성윤리가 해체되고 급성장하는 외설 잡지에 편승해 형성되기 시작한 누드 사진집 시장은, 산타페 이전에는 "1만 부 히트, 10만 부 대 히트"로 불릴 만큼 소규모에 지나지 않았던 것이다. 1982년부터 발행된 쇼각칸(小學館)의 값싼 누드사진 문고본(激寫文庫) 시리즈 등이 남학생들에게 날개 돋친 듯 10~20만 부 단위로 팔린 것이 고작이었다. 또 '산타페' 발행 이후인 1992년에 영화윤리위원회가 헤어누드(치모 노출 누드) 해금을 결정한 것도 성표현의 자유를 둘러싼 논란에 중지부를 찍게 만들었다.

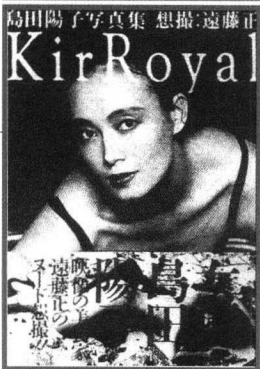
일본의 연예인 사진집은 흔히 '탤런트 사진집'으로 불린다. 여기서 탤런트란 배우·탤런트·가수 등의 아티스트, 모델, 레이싱 걸(자동차경주 도우미), 예로 AV(비디오) 배우, 인기 스포츠 선수 등

1 2 3  
1990년대 초반 누드 사진집 열풍을 만들어 낸 베스트셀러 3권.

4  
표지에 "대망의 첫 사진집" 문구가 붙은 보아의 프랑스 여행 사진집 《내츄럴》(와니북스, 2003.12, 2800엔).

# Japan

1  
2  
3  
4



을 포괄한다. 2002년 발행된 연예인 사진집 신간은 총 709종이었다. 1992년의 199종, 1998년의 389종에 비추어보면, 10년간 3.6배나 성장한 것이다. 도서 전체의 발행종수가 10년간 10퍼센트 증가한 데 비해 사진집 출판이 매우 활발했음을 알 수 있다. 잡지와 연동, 높은 채산성으로 뒷받침되는 양산 체제이다. 시장규모는 약 1,300억 원으로 추정되어 문학시장과 맞먹는 수준이다. 평균 가격은 2만 3천 원인데, 문고본 크기의 미니 사진집이 증가하여 평균가가 낮춰졌지만 4만 원대에 이르는 고가품도 적지 않다. 미니 사진집은 일반 사진집 발행부수(평균 6천 부)의 2~3배에 달하는 1만2천 부 대가 많고, 인기 연예인의 경우는 초판을 4~5만 부까지 발행한다.

## 누드집은 내리막길 - 사진집 베스트셀러 변천사

일본 출판과학연구소가 발행하는 <출판월보>가 1993년과 2003년에 '탤런트 사진집' 특집을 낸 바 있는데, 그 자료를 중심으로 연예인 사진집출판 변천사를 간략히 소개한다.

연예인 사진집은 크게 보아 스타(idol) 사진집과 누드 사진집으로 구분된다. 스타 사진집의 경우는 초기의 미소짓는 얼굴 위주 스타일에서, 최근에는 사적인 공간이나 콘서트 광경 등 현장감 있는 다큐멘터리 풍으로 바뀐 편집 스타일이 인기를 모은다. 고정 팬들이 주요 독자층이다. 이에 비해 누드 사진집은 1980년대까지는 낯뜨거운 대상이었으나 1990년대 초반의 누드 사진집 열풍 이후 '그저 그런 것'으로 시민권을 얻게 되었다.

1991년 유명 연예인들의 헤어누드 사진집 《water fruit》(판매량 55만 부, 이하 같음), 《Santa Fe》(165만 부)의 히트에 이어, 1992년 《Kir Royal》(55만 부), 1993년 《WOMAN》(52만 부)

연도	신간 발행 종수	발행 부수	시장규모	1종당 부수	평균가격
	종	만부	억엔	100부	엔
1998	389	434	115	112	2,653
2000	553	440	115	80	2,605
2002	709	576	131	81	2,277

연예인 사진집 발행 추이

등이 연속해 폭발적인 반응을 얻었다. 동시에 왕년에 활약했던 중년(熟女) 연예인들의 살 붙은 사진집들이 가세했다. 이런 흐름을 타고 1994년에 발행종수 200종대를 돌파한 누드집은 지속적인 붐으로 연결되지 못하고 1995년 들어 헤어누드 발행량이 10분의 1로 주는 등 퇴조기에 접어들었다. 판매가 줄자 값비싼 모델료를 줄이고자 신인과 외국인을 기용하는 등 방향전환이 모색되기도 했다. 이로써 1990년대 중반부터는 10만 원 대를 넘는 고가의 누드 사진집이 나오는 등 침체기 속에서 차별화가 모색되는 한편, 누드가 아닌 일반 스타 사진집이 다시 르네상스기를 맞는다. 1996년에는 인기 정상의 미소년 그룹 스마프SMAP의 《木村拓哉》(50만 부), 미소녀 스타[廣末凉子]의 《H》《R》(47만 부), 1998년 소녀 그룹 스피드SPEED의 《SPEED YES, LOVE!》(25만 부), 영화 '타이타닉'의 네오나르도 디 카프리오 사진집이 히트했고, 드물게 인기 연예인들의 누드 사진집 《NUDITY》(54만 부) 《RIONA》(50만 부)도 베스트셀러에 올랐다.



이 글을 쓴 백원근은 현재 (재)한국출판연구소 선임연구원으로 재직하고 있으며 일본출판학회 정회원으로 일본 매스컴업계 주간지 <文化通信>에 칼럼을 연재하고 있다. 2002년 일본 문화청에서 주최한 <동아시아 출판문화 심포지엄>에 한국 대표로 참여했으며 펴낸 책으로는 번역서 <출판광고> 등이 있다.

# Japan

2000년에 접어든 이후에도 스타들의 일반 사진집 주도 분위기는 이어졌다. 해산한 그룹 스피드의 <SPEED RUNS, Our Graduation>(18만 부), 스마프의 콘서트 화보집 <Snap>(45만 부), 인기 그룹 모닝걸(モーニング娘)의 <Hello! Project 2001>(28만 부)에 이은 멤버별 사진집, 2002 월드컵을 기해 일본 여성들의 광적인 지지로 최고의 스타덤에 오른 축구선수 <벤키> 등이 성황리에 판매됐다. 이 시기에 누드 사진집은 거의 물밑으로 가라앉아 <사쿠라 전설>(20만 부)이 돌출적인 판매량을 기록했을 뿐이다.

이상에서 1990년대 이후 일본 사진집의 추이를 살펴봤다. 현재의 연예인 사진집은 연예계 풍향계와 마찬가지로 인기도에 정비례한다. 다만 과거처럼 50만 부 단위의 판매량은 자취가 사라졌고, 많아 봐야 최고 10~20만 부 전후로 알려진다. 집중적인 조명을 받는 스타의 부재도 이런 흐름에 일조한다는 분석이다. 1990년대 전반기에 붐이 끝난 누드 사진집은 이제 DVD, 인터넷, 잡지 등과 자웅을 겨루고 있다. 값싸고 편리한 매체가 널리 있기 때문이다. 센세이션에 의존한 상업주의도 이제 물릴 만큼 물린 상황이다. 다만, 스타들의 투병기나 포토 에세이, 내면세계, 동물이나 환경과의 교감 등 새로운 스타일의 감동적 사진집들은 혹독한 불황 속에서도 독자들의 사랑을 받고 있다.

## 불황과 사진집의 함수관계

일본에서 1980년대까지의 고도 경제성장 거품이 꺼지고, 불황 탈출을 모색하는 책들이 팔리기 시작한 1990년대 초반에 누드 사진집이 붐을 이룬 것은 시사적이다. 단지 '젊은 시절을 기념하는 한 컷' 개념의 동기가 아니라, 상업자본의 유희과 맞물린 연예인들의 부와 인지도 체고 욕구가 불황기의 출판 현상으로 드러났기 때문이다. 이제 일본의 누드 사진집 호황의 거품은 사라졌지만 형태를 바꾼 노골적인 음란의 진화는 출판에서 거듭되고 있다.

이에 대응한 법적 제재도 만화를 중심으로 엄해지고 있다. 지난 1월 13일 도쿄지방법재판소는 이례적으로 지나친 음란성에 대한 책임을 물어 만화 <밀실>의 발행사 대표에게 징역 1년을 구형했고, 도쿄도는 청소년문제협의회의 자문을 통해 이른바 '불건전도서'의 포장판매 의무화를 추진하고 있다. 음란물과 표현의 자유를 둘러싼 공방이 새로운 국면에서 가열될 조짐이다.

부채를 해결하기 위해 누드 사진집을 찍었다는 일부 일본 스타들의 고백이나, 무명을 벗어나거나 인기 유지의 발판용으로 여기는 연예인들의 자세에서 뭉크의 '절규'가 떠오르는 것은 왜일까. 누드 사진집 문제는 일본에 비해 우리 출판의 도덕적 건강성을 환기시켜 주지만, 불황 앞에서 갖가지 '누드적 상업주의'를 드러내는 다른 측면의 건강하지 못한 절규들은 어쩔 것인가. ■