

1960년대 『새농민』 표지에 표상된 여성 이미지

박 선 지 · 임 은 혁*

MUV. 대표
성균관대학교 의상학과 부교수*

요 약

시각매체에 재현된 여성 이미지는 여성성에 관한 이데올로기의 표상에 적극적으로 이용되어왔다. 우리나라는 1960년대에 대중매체의 발달이 급속하게 이루어지면서 본격적으로 대중사회로 전환되었으며, 이 과정에서 여성의 초상이 빈번하게 활용되었다. 대중매체가 정비되던 1960년대의 지배적 담론은 농업의 근대화로서 『새농민』을 비롯한 관제 대중매체가 이러한 농촌 근대화 담론을 뒷받침하였다. 본 연구는 우리나라 1960년대 관제 농민 잡지 『새농민』 표지의 변화를 분석함으로써 여성 이미지의 재현 양상과 그 의미를 살펴보고 1960년대의 잡지를 통한 매스미디어의 역할을 고찰하였다. 연구방법으로는 문헌연구를 통해 당시의 사회적 배경을 조사한 후, 사례 연구를 통해 1961년 10월 창간호부터 1966년 12월호까지의 총 99권의 『새농민』의 표지를 분석하였다. 잡지 표지에 사용된 사진은 독자에게 잡지의 내용을 1차적으로 이미지화해서 전달하여 독자의 흥미를 유발하고 구매 의욕을 자극하며, 당시 사회문화적 배경 및 이데올로기를 내포한다. 본 연구의 『새농민』 표지 분석 결과, 1960년대 『새농민』의 표지에 재현된 여성의 이미지는 다음의 세 시기로 파악되었다. 제 1기의 표지는 이상적인 ‘새농민’의 모습을 전파하기 위해 실제 농민 여성을 모티브로 한 농민 여성의 모습으로 나타났고, 제 2기에는 대중에게 정부 정책과 농촌 근대화 담론을 호소하기 위해 농민 역활의 여자 연예인으로 변화되었으며, 마지막 제 3기에는 대다수의 국민이 구독하는 대중잡지로 변모하면서 유행을 전파시키는 패션모델로서의 여자 연예인의 양상이 나타났다. 본 연구를 통해 잡지 표지에 나타나는 여성 이미지가 당시 해당 잡지가 형성하는 담론에 따라 변화한다는 것과 당시 사회에서 긍정적으로 바라보는 여성상이 변화함에 따라 잡지 표지의 여성의 이미지가 변화됨을 알 수 있었다.

주제어 : 새농민, 여성 이미지, 1960년대 농촌 근대화, 농민 잡지, 잡지 표지

*교신저자: 임은혁, chyim@skku.edu

접수일: 2017년 10월 23일, 수정논문접수일: 2017년 11월 23일, 게재확정일: 2017년 12월 7일

I. 서론

시각매체에 재현된 여성의 이미지는 그 당시의 이상적인 여성에 대한 담론이 담겨있음을 알 수 있다. 역사적으로 시각매체에 재현된 여성의 초상은 여성성에 관한 이데올로기를 표상하는 데 있어 적극적으로 이용되어왔다. 근대사회로 접어들면서 다양한 형태의 시각 매체들이 등장하기 시작했으며 이들 매체를 통해 나타난 여성 이미지는 당시의 여성성이 내포되어 있었다.

우리나라는 1960년대에 와서 TV, 신문, 잡지와 같은 대중매체의 발달이 급속하게 이루어지면서 본격적으로 대중사회로 전환되었으며, 이 과정에서 여성의 이미지가 빈번하게 활용되었다. 대중매체가 정비되던 1960년대 한국의 지배적 담론은 농업의 근대화였다. 당시 농촌의 근대화 이념을 뒷받침하는 핵심 담론으로 농촌의 영웅적 지도자상이 내세워졌으며 그들은 게으름과 무지함을 벗어난 영웅으로 묘사되었다(Jung, 2009). 이러한 농촌 근대화 이념 또는 담론을 뒷받침하기 위한 것이 잡지 『새농민』을 비롯한 관제 대중매체였다. 1960년대에 근대화 이념을 실현하고자 농촌 근대화 담론을 지지하기 위한 관제 대중매체의 발간은 필수 불가결한 것이었다(Jung, 2009). 1960년대 한국에서 여성의 이미지는 다양한 매체들에서 활용되었는데, 주목할 점은 이 시기에 농촌의 근대화 담론과 정부가 의도한 성실한 농촌의 영웅상이라는 담론을 전파시키기 위해서 관제 잡지인 『새농민』 표지에서 여성의 초상이 활용되었다는 점이다. 당대 가장 중요한 관제 잡지이자 농민들을 위한 농업전문 잡지의 표지에서 여성의 초상이 전면으로 이용되었다는 점에서 연구의 필요성이 제기된다. 1960년대 잡지에 나타난 여성에 관한 선행연구로는 1960년대 초반 잡지에 나타난 여성에 관한 연구(Im, 2006)와 1960년대부터 2000년까지 한국 여성 잡지의 표지 변천에 관한 연구(Jung, 2006)가 있었

다. 그러나 당시의 지배적 담론이던 농촌 근대화에 활용된 여성의 이미지에 관한 연구는 이루어진 바 없으므로, 본 연구에서는 1960년대에 발간한 관제 잡지인 『새농민』 표지에 표상된 여성 이미지에 주목하여 연구를 진행하였다.

본 연구에서는 1960년대 잡지라는 대중매체의 역할에 관해 고찰하고 관제 잡지인 『새농민』의 표지 변화를 분석하여 잡지 성격 변화에 따라 여성이 어떻게 재현되고 있는지 또 그 의미가 무엇인지를 분석하였다. 연구방법은 당시 사회적 배경과 『새농민』 잡지에 대해 이론적으로 고찰하기 위해 문헌연구를 진행하였고, 1961년 10월 이후부터 1969년 12월까지 총 99편의 『새농민』 표지를 분석하였다.

II. 이론적 배경

1. 잡지와 표지 사진

잡지는 글, 사진, 그림과 같은 시각적 언어를 인쇄하여 그 시대의 지식과 정보를 독자들에게 전달하는 매체라는 점에서 주요한 커뮤니케이션 매체라고 할 수 있다. 잡지에는 그 시대의 사회상이 편집자의 눈을 통해 투영되고 그 시대의 문화는 편집자의 손으로 창조되어 잡지를 통해 표상되어 왔다고 할 수 있다(Go, 1991). 그 중에서도 잡지의 표지는 책을 보호하는 기능뿐 아니라 상품 그 자체로서 책의 가치를 해석해서 전달하는 시각적 정보 전달의 기능을 한다. 따라서 잡지 표지는 독자의 흥미를 자극해 독자로 하여금 잡지를 선택하여 읽도록 하는 중요한 기능을 가진다. 독자는 진열대의 수많은 책들 중에서 필요로 하는 정보를 표지를 보고 판단하고 결정하기도 하는데, 이때 표지에 나타난 구성 요소의 상호 작용으로 정보가 제공되며 이미지와 감정을 형성하게 된다(Park, 1992). 따라서 잡지 표지는 그 잡지의 성

격을 이미지로 제공하는데 있어 중요하다고 할 수 있다.

잡지의 표지는 잡지의 성격과 내용을 함축적이고 효과적으로 전달해 독자의 구매 의욕을 자극할 수 있도록 시대적 가치관이나 대상 독자층의 요구는 물론 동시대의 미학적 또는 심리적인 디자인 감각까지도 고스란히 담고 있다고 할 수 있다(Jung, 2006). 표지는 디자이너의 미적 추구와 이익을 내고자 하는 출판인 간에 근본적인 충돌을 야기시키는 가장 핵심적인 원인이 되기도 한다(Owen, 1991/1995). 잡지 표지를 구성하는 디자인 요소는 여러 가지가 있으나 그 중 사진은 표지 전체에 관련된 모든 디자인의 영역 중에서 가장 중요한 요소라고 할 수 있다(Jung, 2006). 잡지 표지에 사용된 사진은 독자에게 잡지의 내용을 1차적으로 이미지화해서 전달하는데, 이는 독자의 흥미를 유발하고 잡지의 판매량에 큰 영향을 미친다. 나아가 일상을 반영하고 독자와 미적감각을 공유하는 문화적 기능을 수행할 뿐 아니라(Beom & Yim, 2015), 당시 사회문화적 배경이나 이데올로기를 내포하기도 한다.

2. 1960년대 국내의 사회문화적 배경

1960년대는 한국 사회의 발전과정에서 매우 중요한 의미를 가지는 시기이다. 이 시기를 거치면서 한국 사회는 산업화로 인해 사회 전반 모든 분야에서 변화를 맞이하게 되었다. 1960년대는 경제개발에 따른 급속한 경제성장으로 국민들의 관심이 정치보다는 경제와 일상생활, 소비문화에 치우쳤던 시기였다. 경제발전과 더불어 국민들의 소득이 늘어나면서 대중문화에 대한 욕구가 생겨나기 시작했으며 이때 한국 사회에 유입된 대중문화는 독자적인 토대에 의해 구축된 것이 아니라 외부로부터 유입된 형태로 확산되었다. 대중매체를 통해 전파되고 대량생산과 소비 시스템을 통해 향유되는 대중문화, 그리고 그

주체로서의 대중은 이미 1930년대부터 싹을 찾아볼 수 있지만, 1960년대에 이르러서야 한국 사회는 본격적으로 대중사회로 전화되는 과정을 밟았다(Song, 2011). 1960년대에는 여러 계기를 통해 대중과 대중문화가 중요한 기표로 사람들의 의식에 부상했다. 이 시기는 처음으로 대중문화가 전(全) 사회적으로 문제시되었을 뿐만 아니라, 문화론의 지향과 논의의 주체가 지식인이나 엘리트에서 대중에게로 넘어간 시기였다(Song, 2011). 그리고 대중문화의 활성화로 인한 영향과 인식의 전환이 전 사회적으로 파급되고 전 사회계층에 스며들기 시작한 시기이기도 했다(Song, 2011).

이러한 배경 속에서 1960년대 근대화의 중요한 담론은 농촌 혹은 농업이었다. 5·16 직후 국가재건회의에서 가장 먼저 처리한 정책 가운데 하나가 바로 구 농협과 농업은행의 통합을 통한 새로운 농협의 발족으로, 5·16 이후 불과 3달 만에 오늘날의 농협이 만들어졌고(Nongmin News Editorial Department, 1994), 이어서 농촌의 근대화에 힘을 실어주기 위해 관제 잡지인 『새농민』이 발간되었다. 『새농민』은 농협이념을 뿌리 내리게 하고 영농정보와 선진 영농기술을 농민들에게 보급하기 위한 농촌가정잡지였다(Nongmin News Editorial Department, 1994).

3. 잡지 『새농민』

1960년대 한국의 지배적 담론은 농업의 근대화였다. 이 시기에 정부는 농촌의 근대화 이념을 강조하기 위해 새농민이라는 성실하고 농업에 유능한 영웅적 표상을 만들어 지속적으로 유포하였다. 이와 더불어 농촌 근대화 담론을 농민을 비롯한 대중에게 적극적으로 홍보하기 위해 『새농민』이라는 농민 잡지를 발간하였다. 1961년 10월 농협중앙회를 통해 창간된 월간 『새농민』은 농촌계몽지로 출발하여 농업·농촌 생활교양지로 1998년 12월까지 발행되었으며, 1999년 1월 『행복의 샘』과 통합돼 『전원생활』로

제호가 변경되기 전까지 총 466호가 발행됐다(Son, 2013). 1960년대 『새농민』은 국내정세, 해외 영농기술, 조합의 상황, 농업과 농민생활 정보, 농민들의 수기를 소개하고, 농촌 소설과 만화를 연재하였으며, 농협중앙회는 1965년부터 ‘자립, 과학, 협동’ 3대 정신을 바탕으로 농촌의 재건과 농업인의 복지향상을 도모하고자 시작한 새농민 운동을 반영했다(Seoul Metropolitan Government Culture and Art Department, 2013). 또한 1966년부터는 새농민운동의 모범이 되는 농민에 대하여 새농민상을 선정하여 적극적으로 소개하면서 새농민운동을 활성화하였으며, 1967년 박정희 대통령이 재선된 이후에는 국내 정세 뉴스와 화보가 지면에 본격적으로 나오기 시작했다(Seoul Metropolitan Government Culture and Art Department, 2013).

잡지의 표지는 해당 매체가 형성하고자 하는 담론의 지향점을 드러낸다고 볼 수 있으며, 이는 발행주체와 시대적 배경에 따라 달라진다. 따라서 『새농민』 표지 사진을 분석하면 당시의 중심 담론과 지향하는 바를 알 수 있을 것이다. 1960년대 대표적인 판제 잡지였던 『새농민』에는 발행주체인 정부가 의도하는 담론이 담겨있었으며, 이를 효과적으로 전파하기 위해 농민 잡지임에도 불구하고 그 표지에는 여성의 초상이 자리하고 있었다. 1960년대 『새농민』의 표지 사진은 사진작가 허종태가 주로 촬영하였으며, 그 밖에도 김한용, 박창희, 황승건, 이안순 등이 촬영하기도 했다. 『새농민』은 1960년대에 와서 20만부를 발행하는 국내 유일의 농촌 잡지로 자리 잡았다(Saenongmin Editorial Department, 1966a).

III. 『새농민』 표지에 나타난 여성 이미지 고찰

본 연구를 위해 1961년 10월 발간된 이후부터 1969년 12월까지 총 99편의 『새농민』 표지를 분석

하였다. 연구결과 1960년대 『새농민』의 표지에 나타난 여성의 초상은 1기 농민 여성, 2기 농민역할의 여자 연예인, 3기 패션모델로서의 여자 연예인으로 나누어볼 수 있었다.

1. 제 1기: 농민 여성의 이미지

1기는 농촌 현장의 농민을 표지 모델로 하여 정부가 원하는 새농민상을 강조하였던 시기이다. 1950년대부터 전쟁으로 인해 남성인구가 감소함에 따라 부족한 노동력을 여성으로부터 충족시키려는 노력이 이루어진 결과, 당시 여성 노동력의 비율이 다양한 업종에서 증가하였다. 1960년대는 제1, 2차 경제개발 계획과 급격한 산업화가 맞물려 농업생산력이 높아지고 공업 인력이 급증한 시기로, 이러한 변화에 농촌 여성들과 여공들의 기여가 컸다(Cho, 2016).

『새농민』은 1961년 10월 발간 이후 초기에는 농촌 현장의 여성 농민을 그린 그림으로 시작하였으며, 1963년 11월부터 농민 여성의 사진으로 교체하였다. 이 시기의 잡지 표지에는 열심히 농사일을 하는 일반 농민 여성의 이미지가 등장하였다.

먼저 1962년 2월 표지의 그림은 추수한 농작물을 탈곡하는 두 명의 농민 여성을 그린 그림으로 한복차림의 농민 여성이 등장하고 있다(Figure 1). 1963년 1월의 표지 그림도 마찬가지로 가축을 돌보는 한복 차림의 농민 여성이 그려져 있었다(Figure 2). 1961년 10월 발간 이후로 지속적으로 농민 여성의 그림이 표지에 나타났으며, 1963년 11월부터는 그림이 사진으로 변경되어 발간되기 시작했다. 1963년 11월에는 들판에서 소에게 여물을 먹이는 농민 여성의 모습을 찍은 사진이 표지로 등장하였다. 이 여성은 일하기에 적합한 양장차림으로 머리에는 머리 수건을 두르고 있다(Figure 3). 1963년 12월 표지에도 추수한 농작물을 탈곡하는 여성의 사진이 나타났는데, 여기서 주목할 점은 이



Figure 1. 『새농민』 February 1962.
From Saenongmin Editorial Department. (1962).
front cover page.



Figure 2. 『새농민』 January 1963.
From Saenongmin Editorial Department. (1963a).
front cover page.



Figure 3. 『새농민』 November 1963.
From Saenongmin Editorial Department. (1963b).
front cover page.



Figure 4. 『새농민』 December 1963.
From Saenongmin Editorial Department. (1963c).
front cover page.

사진에 등장하는 농민 여성의 옷차림이 농민의 모습과 거리가 멀다는 것이다. 이전에 등장한 농민 여성들은 주로 일하기에 편안한 옷차림, 견어붙인 소매 등 흔히 농촌에서 볼 수 있는 농민의 모습으로 표상되었으나 1963년 12월의 표지에 등장한 여성은 도시 여성의 옷차림을 하고 있다. 밝은 색의 고급스러운 상의와 머리 수건, 목에는 일하기에 거추장스러운 스카프를 두르고 있다(Figure 4).

발간 초기의 『새농민』 표지를 고찰한 결과 이 시기에 등장하는 여성의 초상은 실제 농민 여성을 모티프로 하여 이상적인 새농민상을 전파하기 위해 활용되어 왔음을 알 수 있었다. 초기에는 실제 농촌에 가면 쉽게 볼 수 있을 법한 현실성 있는 농민 여성의 모습이 주로 나타났다면, 1963년 말부터는 농촌 여성의 모습이 있는 그대로가 아닌 꾸미고 연출된 모습으로 나타남을 알 수 있었다. 이는 농민 여성의 외모를 있는 그대로가 아닌 아름답게 꾸미고 연출한 표지 사진을 통해 잡지에 대한 독자들의 호감을 높이려고 시도한 것으로 추측할 수 있다. 그러나 이 시기 표지의 여성은 알려지지 않은 일반 농민 여성으로 아직까지는 여성의 이미지를 활용한 정부의 새농민상 전파가 소극적인 형태로 전개되었음을 알 수 있다.

2. 제 2기: 여자 연예인의 이미지

초기 농민들을 위한 잡지였던 『새농민』은 관제 잡지로서 정권의 이데올로기와 정책을 홍보하는 방향으로 잡지의 성격이 변하면서 1965년 1월호부터 여자 연예인들이 모델로 등장하여 농민 여성인양 농촌 현장의 분위기를 연출하였다. 1966년부터 새농민운동의 모범이 되는 농민에 대하여 새농민상을 선정하고 새농민운동을 활성화하면서 이러한 정책을 적극적으로 전파하기 위해 『새농민』의 역할이 어느 때보다 중요해졌다. 이 시기를 본 연구에서는 제 2기로 선정하였다. 2기에 들어서 전문 지식이 없는 대다수의 대중에게 정부의 정책과 농촌 근대화 담론을 호소하기 위해 표지 모델을 여자 연예인으로 교체하였다. 그러나 대부분 풀메이크업을 하고 잘 갖춰 입은 연예인이 농촌 현장에서 농산물 들고 있는 모순적인 모습으로 묘사되었다(Figure 5), (Figure 6).

1960년대에는 근대화, 서양문화 수용, 그리고 산업화로 인해 여성성의 표현 또한 변화하였다. 대중매체의 발달로 인해 해외 유행이 소개되면서 서양적 미에 대한 동경과 인기 외국 여배우의 이미지를 닮고 싶어 하는 경향을 보이게 되었다. 또한 미스코리아 선발대회가 개최된 후로는 여성성



Figure 5. 『새농민』 January 1965.
From Saenongmin Editorial Department. (1965a). front cover page.



Figure 6. 『새농민』 April 1965.
From Saenongmin Editorial Department. (1965b). front cover page.



Figure 7. 『새농민』 November 1966.
From Saenongmin Editorial Department. (1966b). front cover page.



Figure 8. 『새농민』 September 1967.
From Saenongmin Editorial Department. (1967b). front cover page.

의 상품화가 가속화되었고(You, 2006), 여배우를 비롯한 여자 연예인이 대중의 선망의 대상이 되면서 이들은 이상화된 여성성을 제시하였다.

2기에 등장하는 『새농민』 표지에서는 홍세미, 김애경, 백봉희 등의 여자 연예인이 옥수수나 감귤 같은 농산물을 손에 든 채 방긋 웃고 있는 사진이 등장한다. 이와 관련해 1967년 7월호 독자란에서 독자인 조현섭씨가 편집자에게 한 질문이 실렸다.

“표지 인물 왜 여배우만 나오나? 새농민지의 표지인물사진이 항상 여배우의 사진인데 불만입니다. (중략) 여배우의 사진보다도 새농민상에 뽑힌 분들이나 산업훈장을 받는 분들이나 농촌운동 혹은 농협운동에 공적이 많으신 분들 중에서 선택하심이 좋을 줄 생각합니다.” (Saenongmin Editorial Department, 1967a, p. 151)

이 질문에 대해 편집자는 다음과 같이 답했다.

“새농민 잡지는 농촌의 생활개선과 영농을 위한 가정잡지입니다. 따라서 사랑방에서 몇몇 어른들만의 읽을거리가 아니라, 안방에서 온 가족 모두가 같이 읽고 즐길 수 있도록 잡지의 성격은 보다 대중적인 것으로 편집되고 있습니다. 때문에

표지의 모델은 안방의 주인인 가정주부를 상징하기 위하여 여성 모델이 등장합니다. 이처럼 대중성을 지닌 새농민 잡지의 성격상 그 표지의 모델 역시 작위, 계급 등 특정인물보다는 보다 많은 사람에게 널리 알려져 대중의 인기를 모으고 있는 사람이 흔히 등장되게 마련입니다. 또한 어떤 인물을 표지에 담으려면 그 표지의 구도 상 모델의 세련된 마스크가 문제시됩니다. 새농민상, 산업훈장 수상자, 농협 유공자 등은 그 사업부문의 유공자인 것이지 표지 모델로서의 적임자인 것은 아닙니다. 잡지의 표지가 인물사진첩이 아닌 이상 이들을 표지 모델로 할 경우 카메라 앞에 섰을 때의 굳어진 표정을 상상해 보십시오.” (Saenongmin Editorial Department, 1967a, p. 151)

2기에 등장하는 여자 연예인들은 농민인 것처럼 연출되어 있는 있으나 흠이 하나도 묻지 않은 깨끗한 손톱과 잘 다듬어진 헤어, 화려한 메이크업 등으로 미루어보아 현실에서 볼 수 있는 농민 여성의 모습을 표상하고 있다고 하기 어렵다. 이들은 농민 여성의 모습이기 보다는 농산물을 홍보하는 홍보아가씨의 모습에 더 가깝게 연출되어 있다(Figure 7), (Figure 8). 그러나 이들이 표지 모델로 등장하면서 『새농민』은 더욱더 대중적인 잡지가 되었고, 1970년 2월호 ‘새농민이 걸어온 길’을 보면 『새농



Figure 9. 『새농민』 October 1968.

From Saenongmin Editorial Department. (1968a). front cover page.



Figure 10. 『새농민』 November 1968.

From Saenongmin Editorial Department. (1968b). front cover page.



Figure 11. 『새농민』 January 1969.

From Saenongmin Editorial Department. (1969a). front cover page.



Figure 12. 『새농민』 March 1969.

From Saenongmin Editorial Department. (1969b). front cover page.

민』은 창간 당시 무가지로 6만부를 발간하였으나 1963년 9월부터 유상판매를 시작해 현재 23만부를 발행하는 국내 유일의 농촌 잡지라고 홍보하고 있다(Saenongmin Editorial Department, 1970). 즉, 여자 연예인을 표지 모델로 세우면서 일반 대중이 ‘새농민’을 더 쉽게 받아들이도록 유도하고 이를 통해 정부의 이데올로기 및 정책을 쉽게 전파할 수 있었던 것이다.

3. 제 3기: 패션모델의 이미지

『새농민』 잡지에 여자 연예인이 표지 모델로 등장하면서 1966년 이후부터는 연예인 인터뷰와 스포츠 소식을 본격적으로 전달하기 시작했다. 이와 더불어 『새농민』 잡지는 대다수의 국민이 구독하는 대중 잡지로 변화했다. 이 시기부터 『새농민』 표지에는 간헐적으로 농촌과 관련 없는 여성의 초상이 등장하기 시작했다.

1968년부터는 본격적으로 농촌 여성의 모습이 아닌 도시 여성, 패션모델로서의 여성의 모습 등이 표지 모델로 등장하였다. 1968년 10월호에는 당시 가장 인기 있는 여배우였던 홍세미가 모델로 등장하였다. 표지 사진을 보면 양갈래로 묶은 머리와 풀 메이크업에 귀걸이와 반지까지 현대 패션

잡지에 등장할 법한 모델의 모습으로 나타나고 있다(Figure 9). 1968년 11월호 표지에서는 뷰티모델처럼 여성의 얼굴이 클로즈업되어 등장하고 있는데 헤어스타일이나 화장을 통해 당시 가장 유행하는 모습으로 나타나 있음을 알 수 있다(Figure 10). 1969년 1월 표지 모델은 멋스러운 트렌치코트와 같은 소재의 세트로 된 모자를 쓴 미모의 여성이 등장하고 있으며(Figure 11), 1969년 3월의 표지에도 최신 유행 블라우스 차림의 여성이 등장하고 있다(Figure 12). 이 표지 사진들에 등장한 여성 연예인의 포즈를 보면 패션잡지의 모델이 취할 듯한 모습이다.

패션과 연예인은 대중매체가 대중성을 확보하기 위한 가장 효율적인 수단으로, 3기부터는 농촌의 모습을 묘사하기 보다는 패션잡지에 가깝게 도시적으로 잘 꾸며진 연예인의 모습이 표지에 묘사되었다. 이때 표지에 등장한 연예인들은 농촌의 이데올로기나 이상적인 농촌 여성의 모습을 묘사하는 것이 아닌 유행을 전파하기 위한 대중연예인의 본 모습으로 표상되어 나타났다.

여자 연예인이 당시 여성성 표상에 주요한 역할을 한다고 할 때, 여자 연예인의 외양과 복식은 대중이 희구하는 여성성을 대변한다고 볼 수 있다. 농민 잡지 표지에 패션모델로 표현된 여자 연예인

Table 1. Representations of female image on 『새농민』 covers in the 1960s.

Period	Representation	Implications
The first period	Female farmers	Dissemination of the ideal image of 'new farmers'
The second period	Female celebrities playing a role of a farmer	Effective dissemination of ideology based on public support
The third period	Female celebrities symbolizing trends	Creation of profits through dissemination of trends and acquisition of public support

은 당시 사회적으로 이상적인 외모와 패션을 이상적인 여성성으로 귀결시켜, 독자로 하여금 농촌여성의 외모가 여성성의 중요한 자질로 인식하게 한다고 볼 수 있다.

본 장에서 고찰한 1960년대 『새농민』 표지에 채현된 여성 이미지와 그 의미를 시기별로 정리하면 <Table 1>과 같다.

IV. 논의 및 결론

본 연구에서는 농촌 근대화 담론이 지배적이던 1960년대에 정부 정책의 효과적인 선전을 위해 정치권력의 전폭적인 지원을 받은 관제 대중 잡지인 『새농민』 표지에 나타난 여성의 이미지에 대해 연구하였다. 발간초기에는 정부에서 의도하는 이상적인 농민의 모습을 전파하고 농촌의 근대화를 확립하는 것이 주요한 담론으로 이를 표상하는 농민 여성의 모습이 주로 묘사되었다면, 2기에서는 농민뿐만 아니라 대중에게도 지지를 얻기 위해 여자 연예인이 농민의 모습으로 연출되었다. 3기로 접어들면서 농민의 모습은 사라지고 유행을 표상하고 패션을 전파하는 여자 연예인이 지배적으로 드러났다. 다시 말해 1기에는 이상적인 새농민상을 전파하기 위해, 2기에는 대중적인 지지를 얻어 정부의 이데올로기를 효율적으로 전파하기 위해, 그리고 3기에는 유행을 전파하기 위해 여성의 초상이 활용되었음을 알 수 있었다.

1960년대 한국에서는 정부에서 담론을 통제하

고 이데올로기를 전파하던 시기이자 농촌의 근대화를 위한 농촌 관련 담론이 중요했던 시기였다. 따라서 이 시기 관제 잡지이던 『새농민』에서는 표지에 여성의 이미지를 전면으로 내세움으로써 대중으로 하여금 경계를 풀고 정부가 전파하는 담론을 쉽게 받아들이도록 유도하였다. 더불어 1960년대는 사회적으로는 서구화를 지향하고 정서적 차원에서는 전근대적 가치를 지지하는 이중성을 띄었던 시기로(Chung, 2009), 여성성에도 전통적으로 요구되는 여성상과 격변하는 사회 속에서 바뀌어가는 여성의 다양한 역할의 공존이 나타난다. 『새농민』의 표지에도 산업화로 인해 노동력이 절실한 시기에 여성노동력의 생산성의 요구와 함께 여성의 대상으로서의 여성성의 상품화가 나타났다. 즉, 『새농민』에 표상된 여성성은 실제라기보다는 미디어의 표상체계를 통해 이상화되어 구성되고 이미지화 된 것이라 할 수 있다.

본 연구를 통해 잡지 표지에 나타나는 여성의 미와 여성성은 당시 잡지가 형성하는 담론에 따라 변화하며 그에 부합하는 이미지로 표상됨을 알 수 있었다. 또한 당시 사회에서 긍정적으로 바라보는 여성상이 변화함에 따라 잡지 표지의 여성의 이미지가 변화함을 알 수 있었다. 이후 후속연구에서 신문, TV, 포스터, 엽서 등 잡지 외의 시각매체에 나타난 여성성에 관한 연구를 통해 한국 근현대사 여성성의 변화 및 의미를 고찰할 수 있을 것으로 사료된다.

References

- Beom, S. H., & Yim, E. H. (2015). Homage characteristics in fashion photography: Focusing on Tim Walker's editorial fashion photography. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 15(4), 67-81. doi:10.18652/2015.15.4.5
- Cho, M. W. (2016). *Representation and regulation of femininity in 1960s Korea through Taehan Nyusu*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Chung, Y. H. (2009). Popular magazines and composition of modern urban life in the 1960s: A case study of the women's magazine <Yeonwon>. *Journal of Communication Science*, 9(3), 468-509.
- Go, J. G. (1991). *잡지편집의 이론과 실제* [Theory and practice of magazine editing]. Seoul: Boseongsa.
- Im, J. Y. (2006). Symbols of female/youth presented in the magazines in the early 1960s: Focusing on 『The Sa-sang-ge』 and 『The Yeo-won』. *Feminism and Korean literature*, 16(-), 211-240.
- Jung, H. S. (2009). The discourse of the rural modernization and rural/urban novel in the 1960's. *Journal of Korean Literary History*, (40), 134-164.
- Jung, M. Y. (2006). *A study of changes in front cover photography of women's magazines in Korea: Focusing on Jubu Life and Women's Dong-A published from 1960s thru 2000s*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Nongmin News Editorial Department. (1994). *농민신문 30년사* [The 30-year history of Nongmin News]. Seoul: Nongmin News Corporation.
- Owen, W. (1995). *매거진 현대 편집 디자인* [Magazine modern editing design] (Lee, O. S., Trans.). Seoul: Yekyong. (Original work published 1991)
- Park, M. S. (1992). *Study on the typography about title: Centering around the title which appeared on the inland independent volume cover*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Saenongmin Editorial Department. (1962, February). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1963a, January). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1963b, November). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1963c, December). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin editorial department (1965a, January). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1965b, April). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1966a, August). 장편소설모집연기 [Postponing of the novel contest]. *새농민*, p. 44.
- Saenongmin Editorial Department. (1966b, November). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1967a, July). 새농민 Post [Saenongmin post]. *새농민*, p. 151.
- Saenongmin Editorial Department. (1967b, September). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1968a, October). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1968b, November). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1969a, January). 새농민, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1969b, March). *새농민*, front cover page.
- Saenongmin Editorial Department. (1970, February). 새농민이 걸어온 길 [Passage of Saenongmin]. *새농민*, p. 56.
- Seoul Metropolitan Government Culture and Art Department. (2013). *시대의 초상 초상의 시대* [The portrait of the era, the era of the portrait]. Seoul: Seoul Metropolitan Government.
- Son, S. J. (2013, November 20). 2013 서울사진축제서 만나는 추억의 월간지 '새농민' ['Saenongmin' an old magazine displayed in 2013 Seoul photo festival]. *Nongmin News*. Retrieved March 28, 2015, from http://www.nongmin.com/article/ar_detail.htm?ar_id=225338&subMenu=articletotal
- Song, E. Y. (2011). The process of becoming mass society and the political meaning of popular culture in the 1960s~1970s' Korea. *상허학보*, (32), 187-226.
- You, J. Y. (2006). *A study on aesthetic expression of Korean women with the changes of the times*. Unpublished master's thesis, University of Ulsan, Ulsan.

Female Images Represented on the Covers of 『Saenongmin』 in the 1960s

Park, Seon Ji • Yim, Eun Hyuk⁺

CEO, MUV.

Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University⁺

Abstract

Female images represented in visual media are utilized to symbolize female ideologies of the time. In the 1960s, Korea was transitioning to mass society with the rapid development of mass media, in the course of which female images were frequently used. Alongside the organization of mass media of the 1960s, the dominant discourse of the time was the modernization of an agricultural community for which the government magazine 『Saenongmin』 supported the idea. The study examines the role of mass media through the use of a magazine in the 1960s and analyzes changes in the covers of 『Saenongmin』 in order to investigate how women were represented and examine its meaning in accordance with the changes of the magazine. As for the method of study, literature research was conducted to theoretically examine social backgrounds of the time followed by the examination of the magazine 『Saenongmin』; the covers of the total of 99 issues from the first issue of October 1961 to the final of December 1969. As a result of the analysis, the image of women that appeared in the cover of 『Saenongmin』 in the 1960s was divided into a female farmer(the first period), a female celebrity playing a role of a farmer(the second period), and a female fashion model(the third period). The images of women were used to disseminate the image of ideal new farmers based on realistic female farmers in the first period, to effectively spread governmental policies of agricultural modernization on the back of public support in the second period, and to disseminate trends as the magazine was transformed into mass media subscribed by general public in the third period respectively. This study showed that the female images represented in the covers of the magazine changed according to the contemporary discourses and were embodied as corresponding images.

Key words : Saenongmin, female images, modernization of agricultural community in the 1960s, farmers' magazine, magazine covers