

페미니스트 잡지 표지 사진의 여성 이미지에 대한 시각 문법 분석

주혜린¹, 박수진^{2*}

¹이화여자대학교 일반대학원 시각디자인전공 박사학위과정, ²이화여자대학교 디자인학부 교수

Analysis on Visual Grammar of Female Images in Cover of Feminist Magazine Covers

Hae-Rin Joo¹, Soo-Jin Park^{2*}

¹Ph.D. Course, Division of Design, Graduate School of Ewha Womans University

²Professor, Division of Design, Ewha Womans University

요약 본 연구는 페미니스트 잡지 표지 사진의 여성 이미지 특성을 분석한다. 페미니스트 잡지 표지 속 여성 이미지의 기초적 분석과 함께 사회기호학 연구의 방법론인 크레스와 리우웬(Kress & Leeuwen)의 시각 문법을 활용하여 여성 이미지를 조직한 기호의 구조와 구동 원리를 탐색한다. 분석 대상은 1960년대부터 2010년대까지 발행된 잡지 중, 200권의 표지로 설정하였다. 분석 결과, 첫째, 페미니스트 잡지 표지의 여성 이미지는 다양한 인종, 연령, 외모, 직업의 여성을 보여주며, 신체의 강조 정도가 낮고 자연스러운 모습으로 연출되었다. 둘째, 재현적(Representational) 메타기능과 상호작용적(Interactive) 메타기능을 적극적으로 활용하여 자신감과 힘, 용기의 메시지가 주요하게 전달되었다. 셋째, 조직된 기호는 수신자가 이미지를 이해하고 해석하는 데 영향을 끼친다는 것을 확인할 수 있었다. 본 연구가 여성 이미지에 대한 표현 방법을 숙고하게 하고, 입체적이며 다양한 여성의 군상을 표현하는 데 도움이 되길 바란다.

주제어 : 페미니즘, 디자인, 잡지, 표지, 시각 문법

Abstract This study analyzes the characteristics regarding the image of women in feminist magazine covers. Along with fundamental analysis of the female image that appeared on the covers of feminist magazines and the grammar of visual design by Kress and van Leeuwen, a methodology of socio semiotic research, this study explores the structure and driving principles of symbols that have organized female images. The subject of analysis is set to 200 covers of magazines published from the 1960s to the 2010s. Through analysis, first, female images represented in the covers of feminist magazines showed women of various races, age groups, appearances, and occupations, and the degree of emphasis on the physique was fewer and natural-looking. Second, the study confirms that feminist magazines actively utilize representational and interactive metafunctions to deliver symbolic information such as messages of confidence, strength, and courage. Third, the organized symbols affected the recipient's understanding and interpretation of images. I hope this study helps to contemplate ways to express female images and the dynamic and diverse aspects of women.

Key Words : Feminism, Design, Magazine, Cover, Visual Grammar

*Corresponding Author : Soo-Jin Park(curioussofa.sj@gmail.com)

Received September 23, 2021

Accepted November 20, 2021

Revised November 18, 2021

Published November 28, 2021

1. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

1960년대부터 촉발된 페미니즘 운동은 성별 간의 불평등 해소와 공존이라는 궁극적 목표를 향하여 다양한 양상으로 전개되어 왔다. 참정권 획득 및 교육에 대한 기회 추구하고 남성 위주의 사회에서 여성의 권리를 획득하고자 한 '제1의 물결(자유주의 페미니즘)'을 시작으로, 성과 섹슈얼리티 담론을 제시한 '제2의 물결(급진주의 페미니즘)'을 지나 2000년대 이후에는 성으로부터의 해방을 도모하며 여성 정체성에 대한 다양한 시각과 새로운 인식을 제안한 '제3의 물결(포스트모던 페미니즘)'을 맞이하였다. 이러한 흐름에 이어 현 시대의 페미니즘은 계급과 성별, 인종에 대한 불평등을 주시하고 개인의 위치와 차이를 인정하는 '상호교차성(Intersectional)'을 키워드로 삼고 있으며, 온라인 공간 및 소셜 네트워크 서비스(SNS)로부터 발제가 이루어지는 '제4의 물결', 즉, '온라인 페미니즘'의 도래로 이끌었다.

공적인 사건에 관한 보도 및 논평이 이루어지는 저널리즘 분야에서는 현대 사회가 주목하고 있는 현상과 세태에 대한 심도 깊은 논의를 이끌어냈는데, 본 연구의 대상이자 저널리즘 매체에 속하는 잡지는 종이 매체의 쇠락을 예상한 가운데에도 발간이 늘어나는 현상을 보이고 있다. 한국콘텐츠진흥원에서 발표한 2018 해외 출판 시장 조사 보고서에 따르면, 세계 출판 시장은 종이책 시장의 전반적인 침체에도 불구하고 일반도서와 전자책 시장의 성장에 힘입어 성장세를 지속할 것으로 전망하고 있다[1].

잡지의 정체성을 형성하는 요인 중 표지는 독자와의 첫 번째 커뮤니케이션이 이루어진다는 점에서 시각 표현의 중요성을 가진다. 이에 본 연구는 일러스트레이션과 그림책, 광고, 영상 등 시각 이미지 표현의 구조 체계를 밝히는 선행 연구[2-8]에 사용된 크레스와 리우웬(Kress & Leeuwen)의 시각 문법 이론을 활용하여 잡지 표지에 담긴 시각 문법을 분석하고자 한다. 크레스와 리우웬의 시각 문법은 그림을 구성하는 요소 간의 관계를 분석하는 연구의 방법론으로[9], 이를 활용하여 페미니스트 잡지 표지에서 여성 이미지를 조직한 구조와 기호가 구동되는 원리를 분석할 수 있다. 또한 페미니스트 잡지 표지의 여성 이미지 표현에 사용된 메타기

능의 빈도와 기호화된 내용을 통하여 이미지를 조직한 기호가 유도하는 해석을 살펴본다.

1.2 연구 범위 및 방법

본 연구는 국내의 페미니즘 출판 시장에 비하여 오랜 시간 꾸준히 이루어진 서구권의 경우를 우선적으로 살펴보고자 서구권의 페미니스트 잡지를 대상으로 하며, 페미니즘 운동이 시작된 1960년대부터 현재에 이르는 2010년대까지의 페미니스트 잡지 표지 중 다음과 같은 세 가지 기준에 맞는 분석 대상을 설정하였다. 첫째, 여성이 적극적으로 표현되는 이미지일 것. 둘째, 여성이 취하고 있는 자세 및 의복 등 여성을 둘러싼 환경을 파악할 수 있는 이미지일 것. 셋째, 여성이 취하고 있는 행위를 파악할 수 있는 이미지일 것. 모든 표지는 사진을 대상으로 하며, 이미지 분석이 힘들 정도로 해상도가 낮거나 불명확한 것은 제외한다. 위의 기준에 부합하는 표지는 총 900여 장 중 200장이며, 선정된 표지를 대상으로 크레스와 리우웬의 시각 문법을 활용하여 페미니스트 잡지 표지를 조직하는 기호의 구조와 구동되는 원리를 분석하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 페미니즘 역사

페미니즘의 기원은 프랑스 혁명으로 거슬러 올라간다. 중세의 신분제가 무너진 18세기의 유럽은 인간의 존엄과 가치에 대한 권리를 천부인권(天賦人權)이라 명명하며 평등 사상을 전파하였다. 그러나 당시 권리의 대상은 남성으로 한정되어 있었으므로 여성들은 곧 남성과의 동등한 권리를 주장하였고, 이는 19세기부터 20세기 초까지 진행된 '제1의 물결(자유주의 페미니즘)'의 초석이 된다. 이어서 1960년대에 촉발되어 성과 섹슈얼리티 담론을 제시한 '제2의 물결(급진주의 페미니즘)'은 가부장적 제도와 성별 규범에 이의를 제기하며, 크게 생물학주의 페미니즘과 문화주의 페미니즘으로 구분된다. 생물학주의 페미니즘은 임신과 출산 등 여성의 생물학적 특징이 여성 억압의 원인이므로 근본적인 차이가 해결되어야 비로소 평등할 수 있다고 주장하는 반면, 문화주의 페미니즘은 사회의 규제로 인하여 만들어진 성별 규범은 가부장제를 기반으로 하기에 교육 및 사회 인식 개선을 통하여 평등할 수 있다고 주장한다. 상반된 주장의

갈등이 심화됨에 따라 페미니즘 운동의 흐름은 '제3의 물결(포스트모던 페미니즘)'로 이어진다. '제3의 물결'은 인종과 국적, 종교, 문화의 정체성 차이에 집중하며 다양성이 내재된 진정한 평등과 평등의 결과에 주목한다 [10].

현재의 페미니즘을 온라인 커뮤니티 공간 및 소셜 네트워크 서비스(SNS)로부터 발제가 이루어지는 '제4의 물결', 즉, '온라인 페미니즘'의 흐름으로 보는 시각도 있다. 온라인 페미니즘은 해시태그를 활용하는데, 개인의 위치와 차이를 인정하는 '상호교차성'과 다른 시기의 물결에서 진행된 논의를 동시에 출현하게 하는 '동시대성'을 기반으로 한다[11,12].

2.2 페미니스트 잡지

잡지는 1665년에 창간된 프랑스의 과학 분야 학술 지인 <르 주르날 데 사방(Le Journal de Savants)>를 시초로, 문화의 전달과 보호 및 창조의 기능을 수행하면서 독자들에게 지식과 정보를 제공하고 있다. 콘텐츠에 따라 영화, 패션, 뷰티, 건강 등의 카테고리로 구분되며, 크기에 따라 포켓판, 표준판, 플랫폼판, 대형판으로 나눌 수 있고, 간행 횟수에 따라 월간, 주간, 격주간, 주간, 격월간, 계간 등으로 분류할 수 있다[13]. 잡지는 다수의 대중을 위한 '대중지'와 소수의 대중을 위한 '전문지'로 나누는데, 본 연구에서는 '페미니즘'을 전문 분야로 삼은 '페미니스트 잡지'에 집중한다.

페미니즘의 움직임이 시작된 1960년대 영국에서 <Nova>(1965)가 창간된다. <Nova>는 시사 및 패션을 넘어 당시 금기시된 동성애, 낙태 등의 이슈를 다루며 기존의 여성 잡지에서 볼 수 없는 파격적이고 실험적인 페미니스트 잡지로 자리매김하였다. 이후 <The Advocate>(1967, 미국), <Sappho>(1972, 영국), <Spare Rib>(1972, 영국) 등이 출간되며, 비슷한 시기에 미국에서는 <Ms.>(1972)가 창간된다. <Ms.>는 주류 언론에서 다루지 않는 여성의 목소리에 귀를 기울이며, 창간호부터 낙태 경험이 있는 여성의 인터뷰, 영문에서의 성 차별적 표현 제거를 장려하는 칼럼 등을 실는다. 이후 <Bitch>(1996, 미국)와 같이 인종, 성별, 성적 지향으로부터 해방된 메시지를 담은 잡지가 창간되고, <The Gentlewoman>(2010, 영국), <Riposte>(2013, 영국), <Womankind>(2014, 호주) 등이 출간되어 계급과 성별, 인종, 소수자에 대한 불평등의 문제에 세심

하게 접근하며 개인의 위치와 차이를 인정하는 세태를 반영한다.

Table 1. History of feminist magazines

Publishing Year	Magazine name	Issuing Country	Classification
1965	Nova	UK	Culture
1967	The Advocate	US	LGBTQ
1972	Ms.	US	Culture
1972	Sappho	UK	LGBTQ
1972	Spare Rib	UK	Culture
1974	Lesbian Connection	US	LGBTQ
1977	EMMA	Germany	Culture
1979	Feminist Review	US	Literature
1983	Women's Reviews of Books	US	Literature
1983	Woman& Performance	Unknown	Art
1985	Bollettino del Cli	Italy	LGBTQ
1992	Out	US	LGBTQ
1993	Bust	US	Culture
1993	Woman Pilot	US	Culture
1996	Bitch	US	Culture
1997	Mamm	US	Health
2004	Shameless	Canada	Culture
2007	Make/Shift	US	Culture
2009	Tom Tom magazine	US	Music
2010	The Gentlewoman	UK	Fashion
2011	Fraulein	Germany	Fashion
2012	She Shreds	US	Music
2013	Riposte	UK	Culture
2014	Ladybeard	UK	Culture
2014	Womankind	Australia	Culture
2016	Gal-Dem	UK	Culture
2016	Gusher	Australia	Music
2016	Hotdog	UK	Culture
2017	Broccoli	US	Culture
2017	The Skirt Chronicles	France	Fashion
2017	Thiiird	UK	Culture
2017	Womanly	US	Culture
2018	She	UK	Culture
2018	Suspira	UK	Culture
2018	Postscript	UK	Culture
2018	Ash	UK	Culture
2019	Oh so	UK	Sports

Table 1을 기반으로, 2010년 이후에 출간된 페미니스트 잡지는 48.6%를 차지하며, 가장 높은 비율의 사회 문화 분야는 전체의 56.7%, LGBTQ 분야는 전체의 13.5%, 패션 분야는 8.1%로 확인된다. 가장 많은 수의 잡지를 출간한 국가는 미국으로, 43.2%를 차지하였다.

2.3 크레스와 리우웬(Kress&Leeuwen)의 시각 문법

사회기호학은 특정 사회나 문화적 상황에서 인간의 의미 활동을 분석하고, 하나의 사회활동으로 인정해 의미화 과정으로 설명하고자 하는 기호학의 한 분야이다 [14]. 영국의 언어학자 홀리데이(M. A. K. Halliday)가 사회기호학을 처음으로 언급하며 언어와 사회는 분리될 수 없다는 주장을 하였고, 호지(R. Hodge)에 의하여 사회기호학의 접근 분야가 언어에서 시각 이미지로 확장되었다. 크레스와 리우웬은 이미지를 이루는 각각의 기호가 결합하여 시각적 의미를 발현하는 구조체계와 규칙에 대한 논의를 하고자 하였으며[15], 홀리데이가 언어의 기능을 분석하고자 제안한 세 가지 메타기능(Metafunction)을 이미지에 적용할 수 있는 시각 문법으로 연결하였다. 언어의 문법인 관념적(Identional), 대인관계의(Interpersonal), 텍스트의(Textual) 메타기능을 각각 재현적(Representational), 상호작용적(Interactive), 구성적(Compositional) 메타기능으로 발전시킨 것이다.

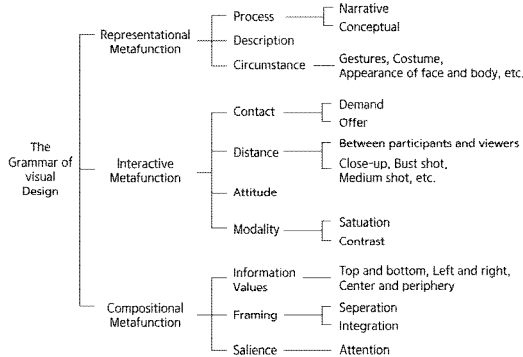


Fig. 1. Kress and van Leeuwen's grammar of visual design

먼저 재현적 메타기능은 이미지 내에서 일어나는 행위와 주변 환경에 대한 분석으로, 이미지를 구성하는 사람이나 장소, 사물에 의하여 의미가 전달된다. 이미지 내의 사람을 '참가자(Participant)'라고 통칭하는데, 참가자가 이미지 안에서 취하는 행위와 참가자가 처한 환경, 다른 참가자와의 관계, 다른 참가자와 교류하는 내용을 분석하는 기능이다. 참가자들의 교류는 '벡터(Vector)'로 연결되는데, 벡터는 참가자를 연결해주는 행위의 개념으로 참가자의 시선이나 손짓, 도구 등이 해당된다. 참가자의 교류에서 행위와 상황, 시간의 흐름이 파악된

다면 '서사적(Narrative) 구조'를 재현하는 것이며, 참가자들의 교류가 보이지 않고 시간의 흐름을 파악할 수 없다면 '개념적(Conceptual) 구조'를 재현하는 것이다.

Fig. 2는 패션·뷰티·라이프스타일 매거진 <W magazine>의 2019년 8월호로, 묘한 분위기를 자아내는 두 남녀가 표지에 등장한다. 두 참가자는 관람자를 정면으로 응시하고 있으며, 취하고 있는 포즈를 통해 연인 관계를 암시하는 '서사적 구조'가 재현됨을 알 수 있다.

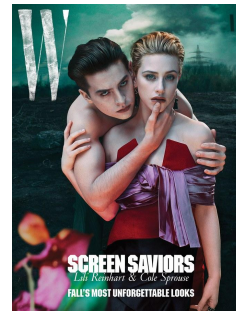


Fig. 2. 'W Magazine', August 2019 issue

재현적 메타기능이 이미지 내의 행위에 집중된 분석이라면 상호작용적 메타기능은 이미지 속의 참가자와 이미지 밖의 '관람자(Audience)' 사이에서 일어나는 교류와 관계에 대한 분석이다. 이미지를 제작하는 이는 사회의 관습과 맥락을 반영하여 제작하고, 이미지를 해석하는 관람자는 사회문화적 배경에 자신의 신념과 가치관을 투영하게 된다. 참가자가 관람자의 바라보는 시선으로 '접촉(Contact)'에 대한 상호작용을 판단하는데, 참가자가 관람자의 시선을 주목시켜 정서적 관여가 높아진다면 '요구(Demand)'의 시선이 느껴진다고 할 수 있으며, 참가자의 시선이 관람자를 향하지 않아 소극적인 감정 교류가 이어진다면 '제공(Offer)'의 시선이 느껴진다고 말할 수 있다. 또한 참가자가 이미지에 배치된 거리를 통하여 관람자와의 '사회적 거리(Distance)'를 파악하며 친밀도의 정도를 파악할 수 있다.

Fig. 3는 패션·뷰티·라이프스타일 매거진 <ELLE US>의 2016년 12월호로, 참가자는 관람자를 응시하는 '요구'의 시선을 보이고 있으며, 위에서 아래를 향하는 촬영 구도를 통하여 가까운 사회적 거리를 유도한다. 또한 신체가 부각되는 화려한 의상과 소품을 통하여 매력적인 분위기를 보인다.



Fig. 3. 『ELLE US』, December 2016 issue

마지막으로 구성적 메타기능은 앞선 메타기능과는 달리 이미지 속의 요소가 배치된 구역을 통하여 정보의 의미를 해석한다. 요소가 위쪽과 아래쪽, 왼쪽과 오른쪽, 중앙과 주변부 중 어느 공간에 위치하느냐에 따라 ‘정보 가치(Information Values)’를 해석하는 기준이 설정된다. 또한 요소 간의 분리과 결합, 대칭, 대비되는 표현의 정도를 파악하고자 ‘프레이밍(Framing)’을 분석하며, 다른 요소에 비하여 시선을 끄는 요소는 ‘현저성(Salience)’이 부여된다고 할 수 있다. 현저성은 객관적인 기준으로 측정하는 것이 아니라 관람자의 직관을 기준으로 하므로, 상대적으로 가장 눈에 띄는 요소를 파악한다.

Fig. 4는 패션-뷰티-라이프스타일 <Vogue US>의 2021년 9월호로, 잡지가 만들어지는 현장을 방문한 모델들의 모습을 표현하고 있다. 지면의 중앙을 채운 참가자는 화려한 의상을 입어 시각을 주목시키는 ‘현저성’을 띄고 있으며, 좌측 하단과 상단에 배치된 참가자들은 중앙의 참가자를 둘러싸 환하게 웃고 두 팔을 올리는 행동을 취해 ‘정보 가치’를 배가시킨다. 우측에 위치한 참가자는 관람자에게 등을 돌리고 있지만 그의 모니터에 띄워진 일출 사진으로 볼 때, 현장의 분위기가 긍정적인 것을 유추할 수 있다.

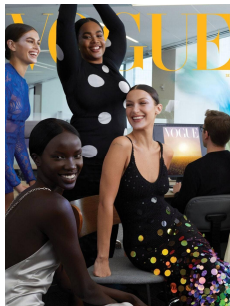


Fig 4. 『Vogue US』, September 2021 issue

3. 연구 문제

본 연구는 페미니스트 잡지 표지의 여성 이미지에 대한 표현 특성을 파악하기 위하여 주로 사용되는 메타기능에 대한 양적 분석과 질적 분석의 결과를 참고한다. 연구 문제는 다음과 같다.

연구 문제 1: 페미니스트 잡지 표지에 표현된 여성의 이미지는 어떠한 경향을 보이는가?

연구 문제 2: 크레스와 리우웬의 시각 문법은 페미니스트 잡지 표지에 어떻게 활용되는가?

연구 문제 3: 페미니스트 잡지 표지의 여성 이미지 표현에 사용된 메타기능과 기호화된 내용은 어떻게 해석되는가?

4. 분석 결과

4.1 페미니스트 잡지 표지의 여성 이미지

1960년대부터 2010년대 이후의 페미니스트 잡지 중 여성의 이미지가 적극적으로 표현된 표지를 분석 대상으로 하였으며, 기준에 부합하는 표지는 총 200장으로 선정되었다. 선정된 표지를 대상으로 페미니스트 잡지에 담긴 여성 이미지의 표현 경향을 파악하고자 Table 2의 기준을 두어 분석한다.

Table 2. Analysis criteria research question 1

Classification	Details
Number of people	Number of people that needs analysis
Race	① Caucasoid ② Negroid ③ Mongoloid ④ Native American ⑤ Australoid ⑥ Mixed ⑦ Unknown
Age	① Teens ② Twenties ③ Thirties ④ People in their forties and fifties ⑤ People in their sixties or older ⑥ Mixed ⑦ Unknown
Disorder	① Disabled ② Non-disabled
Body	Level of emphasis on the physique ① High ② Middle ③ Low ④ Unknown
Make-up	Level of make-up and hairstyle decoration ① High ② Middle ③ Low ④ Unknown

Fashion	Style of Clothing
	① Classic and formal clothing
	② Decorative and fancy clothing
	③ Casual Clothing
	④ Loose Clothing
	⑤ Uniforms
	⑥ No Clothing (nude)
	⑦ Unknown

여성이 적극적으로 표현되는 이미지로, 여성이 취하고 있는 자세 및 의복 등 여성을 둘러싼 환경을 파악할 수 있으며 여성의 행동을 파악할 수 있는 이미지를 대상으로 하여 이에 부합하는 총 200장의 표지를 선정하였다. 선정된 표지를 인종, 연령, 장애 여부, 신체의 강조 정도, 메이크업과 헤어스타일의 꾸밈 정도, 착용한 의복에 따른 패션 스타일로 나누어 분석한 결과, 다음과 같다.

인종은 가장 높은 비율로 니그로이드가 32.5%이며, 혼혈이 27%, 몽골로이드가 17.5%가 차례로 이어졌다. 연령은 가장 높은 비율로 30대가 40%, 이어서 20대가 23%, 40·50대의 중년이 60대 이상의 노년과 유사한 비율로 이어졌다. 장애 여부의 경우, 대부분 비장애인이나 장애가 있는 경우도 발견할 수 있었다. 신체 표현의 경우, 신체 부각이 낮은 경우가 76%, 메이크업과 헤어스타일 역시 꾸밈이 덜한 자연스러운 모습이 66.5%로 확인되었다. 패션은 가장 높은 비율로 캐주얼한 의복이 49.5%이며, 클래식하고 격식을 갖춘 의복이 22.5%로 이어졌다.

종합하면 페미니스트 잡지 표지는 다양한 인종과 연령의 여성을 보여주고 있으며, 대부분 비장애인이었으나 장애가 있는 모습도 발견할 수 있었다. 또한 화려하고 장식적인 모습과는 달리 수수한 메이크업에 캐주얼한 의상을 연출하여 외모와 신체의 강조 정도를 낮게 표현하고 있었다. 분석 결과를 통하여 전체적으로 다양하고 자연스러운 여성의 모습을 확인할 수 있었다.

Table 3. The feminine image on covers of feminist magazine (N=200)

	Details	Frequency (N)	Percent (%)
The number of people	One person	169	84.5
	Two people	19	9.5
	Three to six people	11	5.5
	More than seven people	1	0.5
Race	Caucasoid	5	2.5
	Negroid	65	32.5
	Mongoloid	35	17.5
	Native American	25	12.5
	Australoid	10	5.0

	Mixed	54	27.0
	Unknown	6	3.0
Age	Teens	8	4.0
	Twenties	46	23.0
	Thirties	80	40.0
	People in their forties and fifties	27	13.5
	People in their sixties or older	23	11.5
	Mixed	10	5.0
	Unknown	6	3.0
Disorder	Disabled	3	1.5
	Non-disabled	197	98.5
Body	High	13	6.5
	Middle	22	11.0
	Low	152	76.0
	Unknown	13	6.5
Make-up	High	31	15.5
	Middle	26	11.0
	Low	133	66.5
	Unknown	10	5.0
Fashion	Casual Clothing	99	49.5
	Classic and formal clothing	45	22.5
	Decorative and fancy clothing	28	14.0
	Uniforms, Unknown	11	5.5
	No clothing (nude)	4	2.5
	Loose Clothing	2	1.0
Total		200	100

4.2 페미니스트 잡지 표지의 메타기능 분석

연구 문제 2인 크레스와 리우웬의 시각 문법이 페미니스트 잡지 표지에 활용된 경우를 살펴보고자 각 메타기능의 파악이 두드러지는 표지 9장을 선정하였으며 분석한 결과, 다음과 같다.

4.2.1 재현적 메타기능을 활용한 표지

Table 4. Cover with representational metafunction

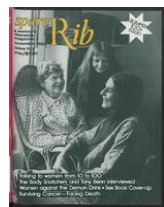

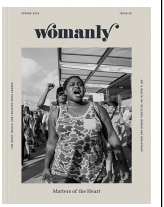
No.1	No.2	No.3
		
"Spare Rib", November 1980 issue	"Spare Rib", March 1986 issue	"Woamly", Spring 2018 issue

Table 6의 1번 이미지는 여성의 일생과 모계 가족에 관한 이야기를 담고 있다. 하단에 위치한 헤드라인인 "Talking to Women from 10 to 100(10살부터 100

살까지의 여성과 대화하기.)”와 한 곳에 모여 있는 청년, 중년, 노년의 참가자를 통하여 여성의 삶을 아우르는 논의가 진행되고 있음을 유추할 수 있다. 또한 세 명의 참가자들은 서로 시선을 교류하고 있어 백터가 파악되고 있으며, 각 참가자의 연령에서 느껴지는 시간의 흐름과 서로를 바라보는 시선을 통하여 ‘서사적 구조’를 감지할 수 있다. 2번 이미지는 여성의 날을 맞이한 시위 현장의 일부를 담고 있다. 활동적인 모습보다 그들의 절연한 모습을 담고자 얼굴 위주로 클로즈업 되었으며, 이미지 속의 참가자들은 서로에게 시선을 두지 않아 교류를 확인할 수 없는 ‘개념적 구조’로 파악된다. 또한 노년의 참가자들의 굳은 표정과 이들이 두른 흰 두건을 통하여 능동적인 행위가 진행되는 현장임을 유추할 수 있다. 3번의 이미지는 미국 경찰의 무력 사용에 대한 경찰 개혁 시위를 주도한 에리카 가너(Erica Garner)를 선두의 참가자로 보여주고 있다. 참가자의 뒤로 보이는 집결한 인파와 피켓을 통하여 시위가 진행 중인 현장임을 알 수 있으며, 앞으로 나아가는 참가자들의 모습에서 ‘서사적 구조’가 파악된다. 또한 중앙에 선 참가자의 처절한 표정과 무언가 외치는 모습을 통하여 거센 시위 현장의 분위기가 느껴진다.

재현적 메타기능을 활용한 페미니스트 잡지 표지는 여성이 처한 상황, 인물을 둘러싼 다양한 서사에 집중하며 현장의 분위기를 생생하게 전달하는 데 용이함을 알 수 있다.

4.2.2 상호작용적 메타기능을 활용한 표지

Table 5. Cover with interactive metafunction

No.4	No.5	No.6
		
‘Spare Rib’, July 1986 issue	‘Mamm’, April 2001 issue	‘Riposte’, Autumn 2017 issue

Table 7의 4번 이미지는 페미니스트 작가인 베티 프리단(Betty Friedan)이 표지 모델로 등장하여 캐주얼한 의상에 자연스럽고 무심한 모습으로 앉아 정면을

응시하고 있다. 5번 이미지는 여성 암으로 인해 머리 카락이 없는 표지 모델을 기용하였다. 하단에 위치한 헤드라인인 “Bald is beautiful.(머리카락이 없어도 아름답다.)”과 관람자를 응시하며 클로즈업된 모습을 통하여 그녀가 앓고 있는 질병과는 관계없이 그녀의 자신감 있는 감정이 전달되고 있다. 6번 이미지는 표지 모델은 페미니스트 작가이자 모델인 에리카 하트(Ericka Hart)로, 유방암의 치료 방법인 유방 절제술의 흉터를 가리지 않고 보여주고 있다. 가슴이 드러나는 미디엄 샷의 표지는 높은 채도의 배경과 참가자의 덩덤한 표정이 더해져 그녀가 처한 상황에 대한 애처로운 감정이 아닌, 고난을 극복한 강인함과 자신감을 전달한다. 세 가지의 이미지 속 참가자 모두 정면을 응시함으로써 자신의 감정을 적극적으로 교류하고자 하며, 관람자의 몰입을 요구하고 있다. 또한 관람자와의 가까운 사회적 거리를 통하여 감정 전달을 극대화하고 있으며, 촬영 각도 역시 수평으로 연출되어 관람자와 시선을 맞추고 교류하고 있음을 알 수 있다. 이러한 연출 구도로 보았을 때, 관람자를 의식하는 ‘요구(demand)’의 시선이 파악된다.

이와 같이 페미니스트 잡지에서 사용되는 상호작용적 메타기능은 외적 아름다움에 기인한 감정적 교류를 끌어내기 보다는 의연하고 용기 있는 여성의 모습을 보여 주어 관람자로 하여금 독립심, 자신감, 연대감 등의 감정을 교류하게끔 한다.

4.2.3 구성적 메타기능을 활용한 표지

Table 6. Cover with compositional metafunction

No.7	No.8	No.9
		
‘Ms.’, January 1977 issue	‘Ms.’, June 1977 issue	‘Ms.’, May 1982 issue

Table 8의 7번 이미지는 페미니스트 사회운동가인 레티 코팅 포그레빈(Letty Cottin Pogrebin)을 표지 모델로 사용하였다. 참가자인 모델이 반응자인 석상보 다 아래쪽에 위치하여 실제적(real) 정보를 표현하고

있는 반면, 반응자는 참가자보다 위쪽에 위치하여 이상적(ideal) 정보임을 표현한다. 또한 참가자와 수평적 위치에 있는 여성의 흉상 조각은 실제와 이상의 구분이자 관람자의 시선이 참가자에서 반응자로 이어지게끔 유도하는 역할을 하며, 상단의 헤드라인 “Can you change him?(당신은 남성을 변화시킬 수 있는가?)”에 관한 질문으로 이어진다. 8번 이미지는 남성과의 동일한 입금 및 공동 육아를 호소하는 여성 단체의 시위 현장을 보여주고 있다. 이때 프레임 밖의 참가자는 돋보기로 사진 속 참가자인 여성들을 확대해 시선을 집중시킨다. 돋보기 속 왼쪽의 중년 여성과 오른쪽 젊은 여성은 서로 다른 곳을 바라보면서도 팔을 엮고 있는데, 이를 통하여 이들의 연대와 연결의 가능성을 유추할 수 있다. 9번 이미지는 어머니와 딸의 성교육 현장을 표현하고 있다. 성교육 책으로 보이는 것을 숨기고 있는 딸과 숨기지 않고 전면에서 드러내고 있는 어머니에 크기 차이를 두었으며, 지면 내의 위치를 통하여 현실과 이상을 파악할 수 있다. 지면의 위쪽에 위치한 행위자인 어머니는 교육적 관점에서 딸과 성에 대한 이야기를 나누려 하지만, 중앙에 크게 위치한 반응자인 딸에게는 이러한 소통이 불편하다는 점을 유추할 수 있는 것이다.

이처럼 성역할에 관한 고정관념 해소 및 여성의 권익 향상 등, 해당 호에서 다루고자 하는 주요한 이슈나 메시지를 효과적으로 전달하는 장치로써 구성적 메타기능을 활용하고 있음을 알 수 있다.

4.3 페미니스트 잡지 표지의 메타기능 분석 결과

연구 문제 3인 여성 이미지 표현에 사용된 메타기능의 빈도를 측정하고, 기호화된 내용을 파악하기 위하여 분석 기준에 따른 총 200장의 표지를 선정하였으며, 선정된 표지에 쓰인 메타기능을 분석한 결과는 다음과 같다.

4.3.1 메타기능 사용 빈도 분석

페미니스트 잡지 표지에 적극적으로 사용된 메타기능을 파악하고자 중복 선택이 가능하다는 설정 하에 세 가지 메타기능의 사용 빈도를 측정하였다. 재현적 메타기능과 상호작용적 메타기능이 각각 179장(89.5%), 171장(85.5%)으로 높게 나타났으며, 이어서 구성적 메타기능이 97장(48.5%)으로 나타났다.

Table 7. The frequency of metafunction on covers of feminist magazine (N=200) (Multiple selection possible)

Classification	Frequency(N)	Percent(%)
Representational metafunction	179	89.5
Interactive metafunction	191	85.5
Compositional metafunction	97	48.5
Total	200	100.0

이와 같이 페미니스트 잡지 표지에 표현된 여성의 이미지는 참가자를 둘러싼 환경과 참가자의 포즈나 제스처, 표정, 의복을 통한 재현적 메타기능의 활용이 빈번하며, 참가자와 관람자 간의 몰입과 시선을 유도하여 감정을 전달하는 상호작용적 메타기능 역시 높은 빈도로 사용되고 있음을 알 수 있었다. 반면 대상을 돌출시켜 표현하거나 공간 내의 배치를 활용한 구성적 메타기능은 비교적 낮은 사용 빈도로 확인되었다.

4.3.2 기호화된 내용 분석

페미니스트 잡지의 표지를 구성하고 있는 기호가 전달하는 내용을 키워드로 도출하고자 하였다. 페미니스트 잡지 표지에 기호화된 여성 이미지가 전달하는 내용 중 '자신감, 힘, 용기'가 80장(40%)으로 가장 많이 발견되었으며, 이어서 '협동, 연대'가 46장(23%), '공동체, 공감, 사랑'이 37장(18.5%)이 확인되었다. '유혹, 매혹'이 전달되는 표지는 6장(3%)으로, 가장 적게 발견되었다.

Table 8. Research on symbolization of feminist magazine covers (N=200)

Classification	Frequency(N)	Percent(%)
Confidence, Strength, Courage	80	40
Cooperation, Solidarity	46	23
Community, Sympathy, Love	37	18.5
Uniqueness, Interest	24	12
Eeriness, Uncanniness	7	3.5
Seductiveness, Captivation	6	3
Total	200	100.0

이와 같이 페미니스트 잡지를 이루는 기호는 전달하고자 하는 메시지에 맞추어 구성됨을 확인할 수 있으며, 의도적으로 구성된 기호는 수신자가 메시지를 이해하고 해석하는 데에 영향을 미치고 있음을 파악할 수 있었다. 또한 기호화 과정에서 세 가지의 메타기능이 활용되고 있음을 이해할 수 있었다.

5. 결론

본 연구를 통해 크레스와 리우웬의 시각 문법 이론을 활용하여 1960년대부터 2010년대에 출간된 페미니스트 잡지 표지 900여장 중 여성의 이미지가 적극적으로 표현된 표지 총 200장을 대상으로 잡지 표지의 여성 이미지를 조직한 기호의 구조와 작동 원리를 분석하고자 하였다.

먼저 페미니스트 잡지 표지에 표현된 여성 이미지의 표현 경향을 파악하기 위하여 인종, 연령, 장애 여부, 신체의 강조 정도, 메이크업과 헤어스타일의 꾸밈 정도, 착용한 의복에 따른 패션 스타일을 분석하였다. 분석 결과, 페미니스트 잡지 표지는 다양한 인종과 연령의 여성을 보여주며 메이크업과 헤어 스타일링은 수수하고 자연스러운 모습이었다. 신체를 강조한 화려한 의상이 아닌 캐주얼하거나 격식 있는 의상을 연출하여 전문성이나 여성의 캐릭터를 드러내는 표현에 치중하는 경향이 보였다. 또한 장애가 있는 여성을 표지 모델로 등장시키는 등, 전체적으로 다양하고 자연스러운 모습을 보인다.

페미니스트 잡지 표지에 표현된 여성의 이미지를 크레스와 리우웬의 시각 문법으로 분석한 결과, 페미니스트 잡지 표지에 적극적으로 사용된 메타기능으로 재현적 메타기능이 89.5%, 상호작용적 메타기능이 85.5%로 확인되었다. 표지에 활용된 재현적 메타기능은 여성이 처한 다양한 환경과 인종, 국적, 직업 등에 얽힌 서사를 전달하는 데 집중하고 있으며, 상호작용적 메타기능은 연대감과 용기 등 능동적인 측면의 감정 교류를 유도하고, 구성적 메타기능은 주로 잡지가 다루고 있는 다층적이고 개념적인 주제 전달에 활용되었음을 알 수 있었다. 또한 표지 속 여성의 이미지를 이루는 기호를 통하여 가장 빈번히 전달되는 메시지는 자신감과 힘, 용기이며, 이어서 협동심, 연대감, 공동체 의식 등이 전달되고 있음이 파악되었다.

이로써 전달하고자 하는 메시지에 맞추어 기호가

구성된다는 것과 조직된 기호는 수신자가 이미지를 이해하고 해석하는 데에 영향을 끼친다는 것을 확인하였다. 또한 페미니스트 잡지 표지를 이루는 기호가 능동적이며 입체적인 여성의 모습을 표현하는 데 적절한 시각문법으로 활용되고 있음을 알 수 있었다. 본 연구가 넓은 스펙트럼의 여성 이미지 표현 방법에 대해 숙고하고, 보다 입체적이며 다양한 여성상을 표현하는 데 도움이 되길 바란다.

REFERENCES

- [1] Publication Industry Promotion Agency of Korea. (2018). *2018 Research on the overseas publishing market*, Jeonju : Publication Industry Promotion Agency of Korea
- [2] E. Yu. (2017). A Semiotic Approach to Vulnerable Children in 'Jun-beom, My Neighbor'. *Journal of Basic Design & Art*, 18(3), 261-274.
- [3] E. Yu. (2017). *A Social Semiotic Analysis of the Child Alienation in Korean Picture books*. Ph.D. dissertation, Hongik University, Seoul.
- [4] Y. Lee. (2010). A Study on the Visual Narrative of Branded -Entertainment-Focused on the Cases of Admovie-. *Journal of Korean Society of Communication Design*, 13(1), 119-129.
- [5] S. Lee. (2021). Feminist ideologies in translation paratexts after the Gangnam murder case: An SFL/multimodal analysis of book title and cover images. *Interpretation and Translation*, 23(1), 125-160.
- [6] H. Yoon. (2014). Semiotics Study of Female Image of the era of Postfeminism -simultaneous Movie Poster in Korea and the U.S.-. *Journal of Korea Design Forum*, 44(1), 101-110.
- [7] J. Lee. (2013). Visualization of Artist's Imagination. *Journal of Korea Design Knowledge*, 28(1), 255-264.
- [8] I. Song. (2016). *A Study of multimodal meaning-making: focusing on the representations of the presidents on the weekly news magazine covers*. Ph.D. dissertation, Sungkyunkwan University, Seoul
- [9] G. Kress. & T. V. Leeuwen. (1996). *Reading images: Grammer of Visual Design*, London : Routledge.
- [10] T. Rosemarie. & T. F. Botts. (2018). *Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction*

(Third ed.), New York : Routledge.

- [11] E. Kim. (2019). Online-Feminism as Fourth Wave: Contemporary Feminism's Politic and Technology. Korean Association of Feminist Philosophers, 31, 1-32.
- [12] P. Chamberlain. (2021). *The Feminist Fourth Wave: Affective Temporality*, Seoul : Editus.
- [13] The Academy of Korean Studies. (1995). *Encyclopedia of Korean Culture*. [Online]. encykorea.aks.ac.kr
- [14] Y. Lee. (2016). *Social Semiotics and Visual-Storytelling*, Seoul : Communication Books.
- [15] J. Lee. (2014). A Study on the structural rule and analysis model of visual image. *Korea Science & Art Forum*, 16(1), 363-375.

주 혜 린(Hae-Rin Joo)

[정회원]



- 2015년 2월 : 인천가톨릭대학교 시각디자인(학사)
- 2020년 2월 : 이화여자대학교 시각디자인(석사)
- 2021년 3월 ~ 현재 : 이화여자대학교 시각디자인(박사재학)

- 관심분야 : 시각디자인, 타이포그래피
- E-Mail : studio@sandwichpress.kr

박 수 진(Soo-Jin Park)

[정회원]



- 1999년 2월 : 이화여자대학교 정보디자인(학사)
- 2001년 8월 : 센트럴 세인트 마틴스 (Central Saint Martins) 커뮤니케이션디자인(석사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 이화여자대학교 디자인학부 부교수

- 관심분야 : 시각디자인, 타이포그래피
- E-Mail : curioussofa.sj@gmail.com