

근대의 남성상, 남성상의 근대 - 한국 근대 시각매체의 남성 이미지 연구 -

김지혜*

I. 머리말, 신남성(新男性)상의 등장

잡지 『청춘(靑春)』의 창간호 표지(그림1)에는 독특한 남성 이미지를 담은 삽화가 실렸다. 서양화법으로 그려진 남성은 분명 조선인의 얼굴을 하고 있으나 8등신에 가까운 비례감과 근육으로 다져진 반라의 신체는 이전까지 볼 수 없었던 새로운 남성상을 보여준다. 서양식으로 짧게 자른 머리는 1895년 단발령 이후 조선 남성들에게 강제된 신식의 양식으로 잡지가 발간된 1914년에는 이미 일상화되어 있었다. 고대 로마의 토가를 연상시키는 의상을 걸친 남성은 분홍색 꽃들이 활짝 핀 가지를 왼손에 들고 오른손으로는 하늘을 향해 포효하는 호랑이를 쓰다듬고 있다.

* 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임
(NRF-2020S1A5B5A17089188)

** 건국대학교 사학과 강사

표지화는 출판물의 성격과 지향점을 표상한 이미지라 할 수 있다.¹⁾ 특히 창간호의 표지 삽화는 잡지의 기획 의도와 목표를 공포하는 중요한 도상이었다. 『청춘』은 최남선(崔南善, 1890-1957)이 잡지 『소년(少年)』 폐간 이후 그 후신 격으로 창간한 월간지로, 창간호 서문에서 “아모라도 배화야 합나다. 그 런대 우리는 더욱 배화야 하며 더 배화야 합나다. (중략) 우리는 여러분으로 더부러 배움의 동무가 되려 합니다. 다가치 배습시다. 더욱 배호며 더 배습시다”고 했듯이, 신지식의 전달과 대중의 계몽을 목적으로 발행된 대중지였다.²⁾ 따라서 표지화에 그려진 남성은 ‘청춘’ 시절을 의미하며 주요 독자층으로 포섭된 ‘청년’일뿐만 아니라 잡지가 표방한 배움의 주체이자 “배움의 동무”로서 호출된 인물이었다.

표지 인물의 단발과 의상은 독자 청년이 잡지를 통해 배워야 할 신지식의 준거가 되는 근대와 문명의 지표인 서구화를 명시하는 것으로 볼 수 있다. 성년 남성의 상투를 자르는 단발은 “양생(養生)에 유의하고 일하는 데에 편리”하므로 “정치 개혁과 민국(民國)의 부강을 도모”하기 위해 신체에 강제된 문명의 의장이었다.³⁾ 조선 사회가 전통과의 단절을 직접적으로 체현(體現)한 최초의 사건이었던 만큼 반발도 컸으나 이를 통해 근대화와 서구화를 인식하고 경험하며 일상화하게 되었다. 또한 토기는 서구 문명의 근원으로 여겨지며 세계사적으로도 특별한 위치를 차지하는 로마제국을 상징하는 의복이자 서양 문화 예술의 원천이라 할 수 있는 그리스·로마 신화 속의 신들을 연상시키는 의장이었다. 삽화와 함께 창간호에 수록된 「세계일주가」에서도 세계의 문명국을 탐방하고 조선 경성에 이르는 노정을 적으며 “로마 대제국”을 “세계 문명 원류”로 삼고 있는 점에서 표지의 인물이 착용한 토기가 의미하는 바를 짐작할 수 있다.⁴⁾

1) 서유리 (2016), 시대의 얼굴, 서울: 소명출판, 11-19.

2) 아모라도 배화야 (1914. 10), 青春, 서울: 新文館, 5. 『청춘』은 1914년 10월에 최남선이 창간하여 1918년 9월 통권 제15호로 중단된 잡지로, 최남선이 편집 겸 발행 및 주간을 담당했으며 新文館에서 발행되었다.

3) 『高宗實錄』 卷33, 高宗 32年(1895) 11月 15日條

그가 손에 든 꽃은 ‘청춘’인 봄을 의미하며 동시에 개화(開花)한 꽃송이들은 문명과 지식의 ‘개화(開化)’를 은유적으로 표현한 듯하다. 꽃을 매화라 추측한다면 혹독한 겨울, 즉 미개의 상태를 벗어나 가장 먼저 개화하여 봄, 문명을 알리는 모습으로 해석할 수 있으며, 도화(桃花), 즉 복숭아꽃으로 본다면 동아시아의 전통적인 이상향을 의미하는 도원(桃園)을 상징하는 것으로 이상적인 문명국에 대한 암시로도 읽을 수 있을 것이다. 그가 다른 손으로 쓰다듬으며 바라보고 있는 호랑이는 한반도, 즉 조선을 상징하는 기호로 구상된 것이었다.⁵⁾



〈그림 1〉 고희동, 『청춘』 표지화, 1914. 10.

『청춘』의 표지화 속 인물은 서구의 신화적인 이미지와 조선의 전통적인 상징이 혼효된 새로운 남성상으로 서구를 넘어서 세계의 문명과 지식을 체현한 인물로 상징되었으며 조선 사회에 이를 전달할 사명을 부여받으며 근대가 추구한 ‘청춘’의 도상으로 호출되고 있다. 근대의 신지식뿐만 아니라 그 신체까지도 서구화한 조선인인 남성, 조선을 계몽, 문명의 세계로 이끌 그는 잡지 『청춘』뿐만 아니라 근대가 요구했던 새로운 남성상, 즉 ‘신남성’의 등장을 보여준다. 삽화를 그린 고희동(高義東, 1886-1965)은 일본 도쿄미술학교에서 신식 교육을 받은 조선 최초의 서양화가로, 삽화에서 토가의 착용법이 반대로 그려지거나 해부학적 묘사에서 다소 미숙함을 보이는 것은 기법적인 숙련이 부족했기 때문으로 보인다. 일본 잡지의 도상을 그대로 차용했던 기존의 표지화 제작방식에서 벗어나서 처음으로 다양한 은유를 담은 독자적인 이미지로 조형함으로써 잡지의 성격과 의도, 시대적 목표에 대한 구상을 제시했다는 점

4) 世界一周歌 (1914. 10), 青春 附錄, 서울: 新文館, 37-101.

5) 최남선의 한반도 호랑이 형태론에 대해서는 서유리 (2016), 105-111 참조.

에서, 고희동 역시 그가 그린 표지화 속의 인물, 즉 잡지 『청춘』이 표방하고 요청했던 신남성이라 할 수 있다.

그러나 “왜 신남성은 없고 하필 신녀성인가”라는 글과 같이, 여성 교육과 함께 등장한 ‘신여성’이 근대기 내내 담론화되고 호명되어 온 것과는 달리 ‘신남성’이라는 용어는 부재해왔다.⁶⁾ ‘신(新)’, 새롭다는 단어는 근대 사회의 주체세력인 남성에게 의해 개조되어야 할 대상으로서 ‘여성’에게 투영되고 한정된 개념이었다. 이미 신식의 교육을 학습하고 체득하며 사회 전반의 주도권을 확보한 남성들에게 ‘신구(新舊)’의 평가는 불필요했을 것이다. 신여성의 탄생 이전에 신남성의 등장이 우선했다는 것은 주지의 사실로, ‘신’이라는 접두어가 없더라도 근대기의 새로운 남성상들은 결국 ‘신남성’이었다고 할 수 있다.⁷⁾

본 연구는 근대 사회의 주체로 역할 했던 새로운 남성 이미지의 구축과 변화 양상을 통해 근대의 시각문화, 나아가 한국의 근대와 근대성을 고찰해보고자 한다.⁸⁾ 근대기 시각매체에 나타난 남성상은 근대가 추구했던 이상과 문명화의 기준을 재현했다는 점에서 근대의 시원적이고 근본적인 구상과 설계가 각인된 근대인의 표상이라 할 수 있다. 그 이미지의 변화 양상을 통해 근대

6) 丁七星 (1931. 12), 新女性的 新年 新詞號 앞날을 바라보는 부인 로동자, 東光, 서울: 東光社, 70.

7) ‘新男性’이라는 용어는 잡지나 신문에 거의 등장하지 않았으며 근대기를 통틀어 『동아일보』 기사에 3번, 『조선일보』에는 1번밖에 등장하지 않는다. 남성에게 ‘신’이 붙은 예는 결혼과 연애관에 있어 신여성에 대응하는 대상으로 지칭되는 예가 대부분이었다. 新男性的 新女性觀 (1927. 7. 15), 동아일보 3; 應接室 (1929. 11. 6), 동아일보 4.

8) 한국 근대 남성 이미지에 주목한 연구로는 장운정 (2002), 일제시대 남성이미지, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원 미술사학과, 권행가 (2020), 근대 남성의 몸 만들기과 미술해부학적 지식: 이쾌대의 <미술해부학 노트>를 중심으로, 한국근현대미술사학 40; 김지혜 (2021), 근대 광고를 통해 본 신사의 시대, 대중문화연구 114 등이 있으며, 근대 육체 표상에 대한 연구로는 서법석 외 (2006), 근대적 육체와 일상의 발견, 서울: 경희대학교출판국; 이영아 (2008), 육체의 탄생: 몸, 그 안에 새겨진 근대의 자국, 서울: 민음사; 김주리 (2009), 근대소설과 육체, 한국근대소설의 몸지도, 파주: 한국학술정보 등 국문과와 사학과, 여성학과 등 다양한 분야에서 다루어져 왔다. 본 연구는 매체별 혹은 영역별로 개별적으로 논의되었던 기존의 연구를 바탕으로 근대의 일상과 문화 전반에서 공유되었던 보편적 남성상을 미술사의 영역에서 통합적으로 재구성하고자 한다.

를 재구성하는 일은 근대가 추구했던 이상과 문명화의 기준을 밝히고, 나아가 조선의 근대화 양상을 파악하는 작업이 될 것이다. 근대기 본격적으로 구상된 문명화와 근대화의 이상 속에서 근대 주체로서 남성에게 부여된 역할과 남성상의 향방, 그리고 그것을 구축하고 부각한 사회적 시대적인 목적성을 시각적으로 재구하고자 한다.

II. 소년과 청년, 근대성의 학습과 남성 이미지

『청춘』의 발간에 앞서, “우리 대한(大韓)으로 하여금 소년의 나라로 하라”는 구호와 함께 1908년 창간된 잡지 『소년』은 근대 ‘소년’이라는 새로운 근대 남성상의 탄생을 공포했다.⁹⁾ 근대 이전에는 ‘소년’이 주로 어린 시절을 의미하는 용례를 보인다면, 잡지 『소년』의 ‘소년’은 서구적 개념의 소년, 즉 ‘Boy’의 번역어로서 “신대한(新大韓)”의 시대를 열어갈 지식인이자 “세계아(世界兒)”로, 문명개화를 실현할 주역이자 새롭게 구축되는 근대적 의미의 국민국가를 견인할 주체로서 역할을 부여받은 인물이었다.¹⁰⁾ 그는 “강건(剛健)하고 견실하고 궁통(窮通)한 인물”로 요청되었으며, 곧 “소년 두 글자”는 찬미함을 마지 못하는 단어로서 “소년의 한국”, “소년 대한” 등이 논설 될 만큼 조국의 근대화와 문명화를 이룰 “책임을 감당”할 인물로 부상했다.¹¹⁾

『청춘』이 호명한 ‘청년’ 역시 근대기에 새롭게 만들어진 용어였다. 근대 이전까지 ‘청년’은 젊은 나이를 수식하는 용어로 사용되어왔으나, 일본에서 ‘Young Man’의 번역어로 재조어되며 조선에 전해졌으며, 1989년의 청년애국

9) 創刊辭 (1908. 11), 少年, 서울: 新文館

10) “少年氣習”, 『世宗實錄』卷127, 世宗 32年(1450) 2月 22日條 『世祖實錄』卷34, 世祖 10年 (1464) 8月 23日條 『成宗實錄』卷13, 成宗 2年(1471) 11月 22日條 등. 어린 나이의 남성은 少童, 少男, 童男 등으로 불렸다.

11) 소년 동지회에 고하는 말 (1908. 8. 8), 대한매일신보, 1; 編輯室 通寄 (1908. 11), 少年, 서울: 新文館, 82.

회(青年愛國會)의 존재와 1903년 황성기독교청년회(皇城基督教青年會)로 번역된 YMCA의 설립을 통해 일반에 알려지기 시작했다.¹²⁾ 청년은 봉건적인 사회를 개혁하고 서구 문물을 적극적으로 수용하는 문명화된 지식인의 상징으로써, “식덕(識德)에 겸비한 사람”이자 “사회의 중추이 되어 그 사회를 선의의 진보로 인도하는 모범적 인물”로 요청되었다.¹³⁾ 잡지 『개벽』 역시 창간호를 통해 “조선을 번영케 할” 인물로 청년을 호출하며, “청년 개벽”을 통해 “조선적 개벽”을 이루고 “세계적 조선”으로 나아갈 것을 천명했을 만큼 청년은 새시대를 위한 신남성상으로 유통되었다.¹⁴⁾

미성년의 어린아이, 젊은이를 뜻하는 소년과 청년은 이처럼 근대기 대중매체를 통해 논의되고 담론화되었다.¹⁵⁾ 이들 용어는 근대기 동안 엄격하게 구별되지 않은 채 혼용되었으나 대체로 잡지의 발행 기간과 그 순서처럼 소년이 1900년대의 어휘였다면 1910년 이후에는 청년이 그 자리를 대신했다고 할 수 있다. 이들은 구사상과 관습의 타파를 통해 조선을 근대 사회로 이끌 주역이자 자유연애와 결혼, 신식 가정의 실현 등 새로운 생활양식을 받아들이며 이전과 다른 근대적 남성관을 확립시켰다.

그러나 소년과 청년이 표방하는 신식 교육과 사상의 유무는 시각화하기

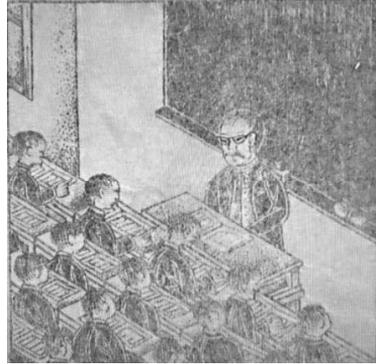
12) 일본의 경우 ‘청년’은 1880년 고지키 히로미치(小崎広道)가 YMCA(Young Men's Christian Society)를 ‘기독교 청년회’로 번역하면서 처음 등장했다. 北村三子 (1998), 青年と近代, 世職書房, 1998, 11-14; 소영현 (2005), 청년과 근대: 소년을 중심으로, 한국근대문학연구11, 44 재인용.

13) 頭公 (1914. 12), 紳士研究 青春, 서울: 新文館, 65-70.

14) 開闢君에게 答함 (1920. 6), 開闢, 서울: 開闢社, 73-74.

15) 소년이 “신시대 士女”인 남학생과 여학생을 두루 포괄하는 개념이었다면, “대한청년 남자”, “청년 諸君”으로 명시되었던 초기의 청년은 남성을 지칭했으나 1920년대 이후에는 “조선인 남녀청년”라는 서술에서 볼 수 있듯이 여성을 포괄하는 용어로 변화했음을 알 수 있다. 그러나 소년에 상응하는 단어로써 탄생한 ‘소녀’와 청년의 연애관을 논할 때 함께 언급되는 “청춘의 처녀”, 즉 ‘처녀’의 존재, 여성을 지칭할 때는 대부분 ‘청년 여성’으로 불렸던 예들을 통해, 소년과 청년이 지칭하는 대상은 결국 남성이었음을 다시 확인할 수 있다. 卍門辭 (1908. 11), 少年, 서울: 新文館; 金志侃 (1907. 11), 青年立志, 太極學報 東京: 太極學會, 8-10; 我青年社會의 責任 (1908. 10), 太極學報 東京, 12-15; 太極學會; 장차 열릴 全朝鮮青年黨大會 (1923. 3), 開闢, 서울: 開闢社, 88.

어려운 개념이었다. 이들은 근대적 교육제도, 즉 신지식의 학습과 경험의 주체라는 신분의 표지와 서구적인 의장을 통해 근대성을 발신하고자 했으며 이는 교복을 입은 학생과 ‘하이카라(high collar)’ 이미지로 재현되었다. 근대적 학교 교육제도가 마련되고 교육과정이 갖춰지면서 새로운 지식계층으로 등장한 학생의 도상은 교과서 삽화나 신문, 잡지 등 다양한 인쇄매체를 통해 시각화되었다.



〈그림 2〉 『초등소학』 권1 ‘학’

대한국민교육회(大韓國民教育會) 발행의 『초등소학(初等小學)』(1906) 권2 ‘아침’편과 『최신초등소학(最新初等小學)』(1908) 권1에는 등교 전 부모님께 인사를 올리는 남녀 학생이 등장하는데, 짧게 자른 머리에 학도모를 갖추고 양장의 학생복을 차려입은 남학생과 하나로 땀아 땀기를 두른 긴 머리에 한복차림으로 그려진 여학생의 모습에서 당시 학생의 의장을 짐작할 수 있다. 보성관(普成館) 발행의 『초등소학(初等小學)』 권1의 ‘학’편은 “학도를 가라 치는” 교사와 학생들의 교실 수업 장면을 담았다(그림2). 양장을 갖추고 당시 유행했던 카이젤 콧수염을 기른 교사가 교탁에 서서 교복 차림의 남학생들을 지도하는 삽화를 통해 근대기 교실과 수업의 모습을 볼 수 있다. 또한 『최신초등소학』(1908) 권3의 ‘운동’은 근대기 문명개화의 논리 속에서 관리되어야 하는 몸으로서 발견된 신체와 이에 대한 훈육을 제도화한 ‘체육’ 교과목의 모습을 보여준다. 삽화는 학생들이 운동장에 모여 “고도(高跳)와 광도(廣跳)를 필(畢)하고 기취경주(旗取競走)”를 준비하는 장면을 그리며, 깃발을 든 교사와 달리기를 준비하는 교복 차림의 남학생들을 “대한국(大韓國)의 문명기상(文明氣象)”으로 묘사했다.

이처럼 “세계 문명을 설법”하는 강의를 듣기 위해 “제복 제모(制帽)에 구스를 눌러쓰고” 학교에 가는 학생은 새로운 신분이자 소년과 청년 지식층의

표상이 되었다.¹⁶⁾ 이들이 착용한 학생복은 문명이자 계몽을 의미하는 기호로 유통되었으며, 이는 학생을 단장하는 다양한 상품 광고 이미지를 통해 재현되었다. 세창양화점(世昌洋靴店)은 “경제의 지식이 농후하고 사물의 판별이 명료하고 이해의 과단(果斷)이 영매(英邁)하신 학생제위”라는 문구와 함께 진군하는 학생의 발과 구두를 과장되게 클로즈업하며 “국가와 사회에 주인공이 될 학생”을 위해 “현금(現今)시대의 유행”하는 모습을 담았으며, “문명의 관”임을 선전한 모자 광고는 ‘구미’와 ‘동경’으로부터 수입된 상품임을 강조하며 문명과 개화의 상징으로 전파되었다.¹⁷⁾

학생이라는 새로운 지식청년층을 수식하는 의상들은 이들을 주인공으로 다룬 소설 삽화를 통해 소개되며 근대의 남성상을 더욱 대중화시켰다.¹⁸⁾ <이수일과 심순애>로 익숙한 『매일신보(每日新報)』의 연재소설 <장한몽(長恨夢)> 삽화에 등장하는 학생복의 수일 이미지는 신문뿐만 아니라 단행본과 영화 포스터, 음반 표지 등으로 반복 재생산되며 근대의 대표적인 학생 이미지로 각인되기도 했다(그림3).

학생의 신분이 그 의장을 통해 직접적으로 확인된다면 학교를 졸업한 학교 밖의 지식인들은 하이카라로 불린 양장의 모습을 통해 자신의 신원을 드러내고자 했다. 메이지시기 일본에서 유행한 서양식 양장의 깃 높은 셔츠를 뜻하는 하이카라는 조선에 전해지며 단발과 양장, 중산모, 구두, 금테 안경 등의 서양풍 의장을 착용하며 서양식 생활양식을 따르는 인물을 수식하는 용어로 사용되었다.¹⁹⁾ “하이카라상”과 “청년 하이카라”의 출현, “양복쟁이 하이카라”

16) 小星 (1914. 11), 東京 留學生 生活, 青春, 서울: 新文館, 110-117.

17) 世昌洋靴店 광고 (1920. 5. 1), 동아일보, 1; 世昌洋靴店 광고 (1926. 3. 15), 매일신보, 2; ミナト 制靴靴店 광고 (1910. 11. 26), 매일신보, 3.

18) 1910년대부터 신문 소설과 함께 연재된 삽화는 소설의 내용을 함축적으로 표현해 전달함으로써 ‘읽는 소설’에서 ‘보는 소설’로 독자들의 시각을 새롭게 형성시킨 근대적 매체였다. 김지혜 (2009), 1910年代 『每日申報』 繚案小說 挿畫 研究 <長恨夢>과 <斷腸錄>을 중심으로, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원 미술사학과 참조.

19) 하이카라는 누구야 (1912. 11. 28), 매일신보, 3; 不可無男女之別 (1913. 4. 22), 매일신보, 3. 하이카라는 남녀의 구분 없이 서양적 외양을 갖춘 인물군을 의미했으며, 여성 중에는 일반

에 대한 비판, 미국 유학생으로 “말속한 양복 중절모자에 눈에는 금테 안경 손에는 금반지 가슴에는 금시계가 번적번적하며 사직골 네거리로 내려오는 하이카라”에 대한 묘사를 통해 당시의 인식을 읽을 수 있다.²⁰⁾

하이카라의 필수 덕목으로 언급되는 양복은 1905년부터 신문에 광고를 게재하며 양복 차림의 남성 도상을 문명화된 근대인의 이미지로 각인시켰으며, 구두와 모자, 시계, 안경 등 다양한 하이카라의 의장들이 광고를 통해 소개되었다.²¹⁾ 교



〈그림 3〉 『장한몽』 표지화, 世昌書館, 1956. 12.

과서에 등장하는 교사들의 도상 역시 하이카라의 모습으로 그려졌으며, 신문에 연재된 소설 삽화를 통해 구체적인 근대인의 모습으로 대중에 구현되었다. 이처럼 학생과 하이카라 이미지는 서구화된 외양을 통해 근대적 신교육을 받은 개화된 인간상이자 문명을 체현한 근대인의 표상으로 유통되었으며, 교과서와 신문, 잡지, 광고 등 다양한 근대적 시각매체 속에서 신남성상의 지표로 인식되었다.

여성보다 신문물과의 접촉이 용이했던 기생 신분의 하이카라가 많았다. 이처럼 하이카라가 곧 신지식층만을 의미하는 것은 아니었지만 본고에서는 소년과 청년의 신지식층이자 외양의 서구화, 즉 하이카라를 통해 자신을 표출했던 양상에 주목하고자 했다.

- 20) 貞陵 藥泉의 근황, 정릉 물터는 참 꽃밭이야, 남녀 하이칼라상이 탁상 (1913. 7. 26), 매일신보, 3; 晶月, 一年만에 본 京城의 雜感, 하이카라가 느러가는 京城 (1924. 7), 開闢, 서울: 開闢社, 86-89; 春坡 녀름과 人間의 裏面 (1925. 8), 開闢 93-100, 서울: 開闢社; 申興雨 (1927. 3), 路上의 人, 別乾坤, 서울: 開闢社, 15.
- 21) 遠齋洋服店 광고 (1905. 1. 28), 황성신문, 4; 淺田洋服店 광고 (1907. 1. 1), 만세보, 6.

III. 모던보이, 소비문화와 남성 이미지

1920년대 이후 본격화된 자본주의 사회로 전환과 도시 소비문화의 확산 속에서 “하롤드 로이드의 대모테 안경”을 쓰고 “빠렌티노의 귀땃머리”에 “빠스터 키튼의 썸병모자”와 “카뵘이의 가죽바지”를 입고 도시 경성을 활보한 ‘모던보이’의 등장은 소비사회의 새로운 남성상을 구현한 것이었다(〈그림 4〉).²²⁾ ‘모던’은 “근대 혹은 근대적”으로 번역되며 “근본말은 영어이지만 일



〈그림 4〉 안석주, 「모던뽀이의 산보」, 『조선일보』, 1928. 2. 7.

본을 거쳐서 조선에 온 말”로 “모더니즘은 아메리카니즘을 모체로”한 “소비계급의 문화적 생활형식”이라고 했듯이, 당시 새롭게 등장한 생소하고 이국적인 개념이었으며, 모던보이는 “근대 소년”과 “근대아(近代兒) 또는 시체아(時體兒)”로 불리며 “최근대의식을 가지고 시대에 선행하는” “청년의 일군”으로 진단되었다.²³⁾ 이들은

“근대 색채가 농후해서 그들의 의복 언어 동작은 물론이요 그들의 사고방식까

22) 安碩柱 (1928. 2. 7), 街上所見2: 모던뽀이의 散步, 조선일보. 3. 하이키라와 모던보이는 서구적 의장이라는 신식의 외양과 생활양식을 통해 이전 시기의 남성상과 구별된다는 공통점을 가지나, 등장 시기뿐만 아니라 모던보이가 도시 경성을 중심으로 활동한 남성상이었다는 점에서 차이를 보인다. 그러나 “젊은 하이칼라 양복신사 "모던뽀이"”라는 신문 기사에도 볼 수 있듯이 서양복 차림의 남성을 가리키는 용어는 혼용되며 사용되고 있었다. 휴지통 (1927. 7. 5), 동아일보. 2.
 23) 壬寅生 (1930. 1), 모던이즘 別乾坤, 서울: 開關社, 136-140; 柳光烈 (1927. 12), 모던걸 모던뽀이 大論究 모던이란 무엇이나, 別乾坤, 서울: 開關社, 112-113; 朴英熙 (1927. 12), 모던걸 모던뽀이 大論究 有産者社會의 所謂 ‘近代女’, ‘近代男’의 特徵, 別乾坤, 서울: 開關社, 114-116; 崔鶴松 (1927. 12), 모던걸 모던뽀이 大論究 테카단의 象徵, 別乾坤, 서울: 開關社, 118-120; 朴八陽 (1927. 12), 모던걸 모던뽀이 大論究 모던뽀이 寸感, 別乾坤, 서울: 開關社, 116; 流亨 新年 새해기 希望하는 流行豫想하는 流行 (1929. 1), 別乾坤, 서울: 開關社, 100-105.

지도 근대화”된 “신청년”을 가리키며, “청신한 감각”을 가진 실로 “아름다운 근대의 무지개”로 서술되었다. “아모 것도 모르는 녀석이 도포를 버서버리고 양복 입는다고 근대야”가 되는 것은 아니며 “오죽 그 의식과 방향이 어떠한 것인 것을 가지고 가장 근대에 난 가장 새로운 의식 가진 사람을 근대야”, 즉 모던보이라고 했지만 당시에도 근대적 의식을 갖춘 집단에 대한 구분은 모호했으며, “도포입고 상투를 든 것은 과거”이며 현대에는 “양복입고 금테안경”을 쓴 인물들이 주축이 된다고 했듯이, 모던보이에 대한 담론은 그들의 “표면”인 근대적인 외양에 주목했다.

“모던의 세상”에서 모던보이의 신체는 소비시대의 미의식으로 작용하며 “모던 유휴계급(有閑階級) 청년들”에게 “생활이며 철학이요 종교”로 자리 잡은 ‘유행’에 의해 새롭게 재단되고 단장되었다.²⁴⁾ 유행은 “사회생활을 규제하고 관리”하며 “법률보다도 더 우세”한 힘으로 “생명을 좌우”하는 매력을 가진 “시대정신의 말초첨단”으로, ‘모던’이란 수식어는 모든 최신의 유행을 상징했다. 소비사회의 미덕인 유행의 소비를 통해 적극적으로 자신을 표출하고 관습적인 규범에 도전했던 모던보이는 ‘모던걸’과 함께 20년대 후반부터 조선을 잠식한 ‘모던’풍의 첨단에 놓인 존재들이었다.

남성 이미지의 근대화는 소비문화의 확산과 함께 신체 전체로 확대되는 양상으로 전개되며 근대인을 구성하는 다양한 상품들 속에서 공모되었다. “근래에 일으려 시체라 하면 그 요소의 90퍼센트는 양풍일 것”이라 했듯이, 모던보이는 서구적인 외양을 통해 모던을 체현한 남성상으로 시현되었다.²⁵⁾ 광고는 모던보이의 신체를 다양한 품목들로 세분화하며 구체적인 실물 이미지로 제시했으며, 이들은 소비를 통해 상품이 선전한 근대의 표상을 각인한 새로운 남성상으로 재현되었다. 양복은 모던보이의 외양을 구성하는 필수 조건으로 양복 광고는 계절에 따라 변화하는 “유행의 소식”을 알리며, “유행전람회”로

24) 無名草 (1931. 11), 生命을 左右하는 流行의 魔力, 新女性, 서울: 開闢社, 64-67; 朴露兒 (1930. 1), 十年後 流行, 別乾坤, 서울: 開闢社, 100-106.

25) 崔鶴松 (1927. 12), 118-120.



〈그림 5〉 안석주, 「봄1: 무언극」, 『조선일보』, 1928. 4. 5.

자리 잡은 경성의 백화점과 연계해 “제일선에 살” 신 유행의 양복을 소개했다.²⁶⁾ “유행 만흔 것은 양복”으로, “년년이 철을 딸하 새록새록 새롭고 다른 것이 신유행이니

일일이 형용할 수가 업”다고 했다.²⁷⁾ 학생복은 “저구리는 길게 입고” “바지는 짧으께” 입는 것이 최식식으로 소개되는 등 학생 제복 역시 유행의 담론에서 자유롭지 못했다.²⁸⁾ “개화의 유행풍은 머리에서부터 불기 시작”한 다는 말처럼 단발의 유행도 길이와 형태, 가르마 비율, 관리하는 방법에 이르기까지 다양했으며, 양복에 수반되는 외투와 셔츠, 모자, 구두도 유행 담론 속에서 매년 새로운 색과 모양의 상품을 소개하며 모던보이의 단장을 권려했다.²⁹⁾ 넥타이 또한 “그 자신의 품격, 취미 의정(意情)”을 말하는 것으로, “각일각(刻一刻)으로 변하는 식견”, 즉 유행에 따라 변화하는 모던보이의 수식은 근대적인 감각으로 평가되었다.³⁰⁾ 또한 “체형이 경쾌”한 “남체여안(男體女顔)의 사나화”, 즉 당대의 미의식과 유행을 대표하는 미남형으로 지칭된 모던보이는 “문화생활”과 “근대생활”을 영위하기 위해 “모던계급의 남자”와 “신시대의 청년신사”의 필수품이 된 다양한 미용품 광고의 모델로 등장하며, “남성미가 넘쳐흐르는

26) 丁子屋洋服店 광고 (1929. 3. 15), 동아일보 5; 二中井 광고 (1935. 9. 19; 1937. 5. 22), 조선일보 5, 5.

27) 變遷도 形妍色色 十年間 流行 娛樂 (1930. 4. 6), 동아일보 11.

28) 今夏 流行의 衣裳 (1935. 7), 三千里, 서울: 三千里社, 204-207.

29) 世昌洋靴店 광고 (1923. 4. 6), 매일신보 3; 봄의 아라모드: 따라 변하는 남녀의 구두 (1935. 3. 7), 동아일보 4.

30) 安碩柱 (1934. 5. 13), 五月의 스캇취: 푸른 旗幅 五十錢짜리 넥타이, 조선일보 6.

건전한 살결”을 만들어주는 “남성적 화장미”를 선전했다.³¹⁾

광고와 함께 “새로운 유행 경향을 가르치는 책”으로 언술된 활동사진, 즉 영화는 이들의 소비문화와 생활양식에 영향을 준 새로운 시각매체였다.³²⁾ 영화는 “학교의 수신과정보담도 목사의 설교 모담도 또한 어비이의 회채리 보담도 감화되기에 빨은 것”이라 했듯이, 영화의 인기 속에서 할리우드는 곧 유행을 의미했으며, 영화를 통해 직접적으로 전해진 서구의 이미지는 모던보이의 외양과 생활을 재단하는 요소로 작용했다.³³⁾ 할리우드 배우에 대한 선망은 그들의 기사와 사진이 신문에 게재되면서 더욱 증폭었으며 모던보이는 이들의 의장과 행동, 표정까지 모방하고자 했다. “빠렌티노의 귀밧머리”를 따라 “뺨에다가 염소털” 같은 수염을 기르고 “뺨스터 키튼의 쟈병모자”처럼 “머리에 쇠똥”을 얹은듯한 모자를 쓴 채 경성 거리를 활보했던 당시 “모던보이의 산보”는 만문만화를 통해 적나라하게 묘사되었다.

모던보이의 서구적인 의장뿐만 아니라 새로운 생활양식 역시 만문만화의 주요 소재가 되었다. 이들은 “경성부 구렁사 압혜는 낮이나 밤이나” “그 너른 길로” 모여들며 “‘카페’, ‘극장’, ‘주점’의 화류(花柳) 육어진” 곳에서 유성기 소리에 맞춰 “각텔과 풋스트로트”를 즐기고 “환락의 짜스”를 들으며 “모던오 씨크한” “첨단적 사비쓰”를 제공하는 “웨트레쓰”양과 “땀스”하는 모습으로 그려지기도 했다.³⁴⁾ 또한 모던보이는 새롭게 정의된 남녀의 관계를 의미하는 근대적인 어휘이자 개념인 ‘연애’의 실천자로 이전까지 사적인 영역에서 이루어지던 남녀교제 행위, “러브썬”을 공공장소에서 연출하기도 했다. “첫사랑에 타기 시작한 젊은 남녀”의 모습은 “봄빛이 무르녹아 천산만야에 오색 꽃이 방

31) 崔鶴松 (1927. 12), 118-120; 호-카-液 광고(1921. 5. 31; 1921. 10. 5.; 1922. 1. 20), 매일신보, 1, 4, 4.

32) 李雲谷 (1937. 10. 3), 映畫의 文化的 役割, 동아일보, 4.

33) 安碩柱 (1928. 2. 7), 街上所見2: 모던뽀이의 散步, 조선일보, 3.

34) 安碩柱 (1929. 9. 8), 日曆漫書: 어느 게 마네킹인지?, 조선일보, 3; 安碩柱 (1930. 11. 20), 一九三一年이 오면, 조선일보, 5; 安碩柱 (1933. 1. 15), 33年式 家庭爭議: 카페 城郭占據 조선일보, 5; サロンアリラン 광고 (1931. 8. 16), 조선일보, 2.

씻거리는” 창경궁의 야앵(夜櫻)과 한강의 “으스스한 바위 틈바귀”, 남산공원 등에서 목격되며, 붉어진 얼굴로 “후닥닥 여자를 껴안는” 모던보이와 “사나히 가슴 속에” 사라진 모던걸, “그들의 ‘키스’”로 가득 찬 새로운 연애의 모습 역시 모던보이가 가져온 근대적인 풍경이었다(<그림 5>).³⁵⁾

IV. 남성 이미지의 근대적 전용(專用)과 변용

신문과 삽화, 광고, 영화 등 근대기 새롭게 등장한 대중매체를 통해 신남성의 이미지는 시대적 가치를 표방한 이상적인 남성상인 학생과 하이카라, 소비사회의 미남인 모던보이 등으로 시현되었다. 이처럼 남성상은 시대적 가치와 이상 속에서 주도되며 그 변용 양상 역시 사회상의 변화와 함께 해왔다는 점에서 근대를 체현한 인물상이었다고 할 수 있다. 이들의 존재는 근대기 새로운 남성상의 전용적 이미지로 유형화되었으며 시대에 따라 변용되는 등 다양한 양상으로 전개되었다.



<그림 6> 이유태, <가두>, 1937

1. 신구(新舊)의 남성상

<가두(街頭)>(1937)는 거리의 지게꾼을 그린 작품으로 이유태(李惟台, 1916-1999)의 첫 조선미전 입선작이었다(<그림 6>). 더벅머리에 개화의 표상인 모자 대신 노동에 적합한 흰띠를 머리에 두르

35) 安碩柱 (1930. 4. 12), 一日一畫6: 꽃 구경이 사람 구경, 조선일보, 2; 安碩柱 (1928. 4. 15), 봄7: 人戀, 犬戀, 조선일보, 3.

고 양복과 구두가 아닌 흰색 한복과 짙은 차림으로 지계를 맨 남성의 모습은 전술한 신남성의 이미지와는 거리가 멀다. 그가 앉아 있는 곳은 트럭으로 보이는 큰 차와 양복 차림의 남성이 자전거를 타고 오가는 정비된 넓은 도로의 가장자리로, 공사 중인 건축물과 멀리 보이는 신식의 고층 건물들, 도로 가운데 설치된 전신주 등을 통해 변화한 도시임을 짐작할 수 있다. <가두>에 등장하는 남성의 복장과 생김새는 전년도에 출품된 장우성(張遇聖, 1912-2005)의 <낙요(落搖)>(1936) 속 지계꾼 이미지와 비슷한데, 이 작품은 그 배경이 도시가 아닌 농촌으로 그려졌으며 남성이 쭈그리고 앉은 자세가 아니라 갈퀴를 들고 낙엽을 쓸며 노동하는 모습으로 그려졌다는 데에서 차이를 보인다. <가두>는 신식 문물로 단장되어 근대화된 도시의 풍경 속에 문명과는 거리가 멀어 보이는 전통적인 인물상을 배치하며 신구의 도상과 가치가 교차하는 이질적인 분위기를 자아낸다.

신남성의 신분은 서구적 외양에서부터 확인되는 것으로, 학생복을 착용한 소년상과 양복의 청년상 외에도 독서상, 연주상, 화가로서의 모습을 그린 자화상 등은 근대 지식인이자 교양인으로 표상된 이들의 초상이었다. 특히 독서하는 남성의 모습은 무라카미 마사토(村上美里)의 <초상>(1924)과같이 조선미전 1회부터 등장하는 화제로 주로 일본인 화기들에 의해 그려졌다. 한 손에 잡지로 보이는 서적을 맡아서 들고 있는 청년 지식인을 그린 이마동(李馬銅, 1906-1980)의 <남자>(1931) 역시 독서와 연관된 신남성상으로 읽을 수 있을 것이다(그림7). 독서 중 어떤 깨달음을 얻은 듯 책을 움켜쥔 모습에서 결연한 의지와 다짐이 엿보이는 듯 하다. 조덕환(趙德煥, 1915-2006)의 <아이(子供)>(1939)는 교복 차림의 소년 독서상으로 학생이라는 신지식인의 신분과 책이라는 문명의 표지를 통해 근대인의 이미지를 담았다.

악기를 연주하는 인물 역시 서구의 음악교육을 받은 근대 교양인이자 신지식인의 면모를 보여주는 도상으로 서구적인 옷차림과 공간 속에서 그려졌다. 연주에 심취한 첼로 연주자를 그린 토다 가즈오(遠田運雄)의 <젊은 연주자(若も樂人)>(1928)와 같이 일본인 화기들에 의해 주로 그려졌던 연주상은



〈그림 7〉 이마동, 〈남자〉, 1931, 캔버스에 유채, 117×91cm, 국립현대미술관

이후 정현웅(鄭玄雄, 1911-1976)의 <아코디언(アコ | デイオン)>(1937)과 박문홍(朴文弘)의 <기타를 기다린 남성(ギターを待った男)>(1938) 등 조선인 화가들에게도 전해졌으며, 트럼펫이나 호른과 같이 등장하는 악기도 다양화되었다. 또한 양복 차림으로 그려진 김관호(金觀鎬, 1890-1959)와 김찬영(金瓚永, 1889-1960) 등 일본 도쿄예술대학 유학생의 자화상과 장석표(張錫豹, 1903-1958), 권명덕(權明德), 엄성학(嚴聖學), 이순길(李順吉) 등의 조선미전

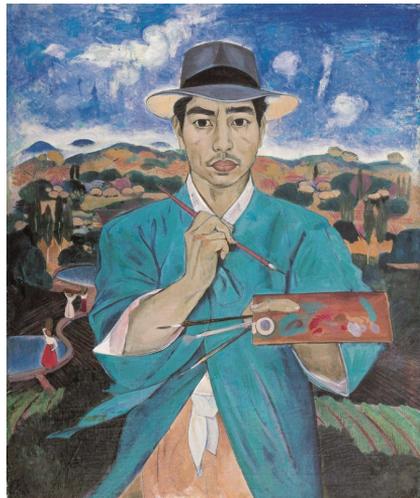
출품 자화상을 통해, 화가 역시 서구적인 의장으로 신남성의 신분을 드러내고자 했음을 알 수 있다. 배용진(裵容振)과 문신(文信, 1923-1995), 이종무(李種武, 1916-2003)는 붓과 팔레트를 들거나 화실에서 작업하는 장면을 그리며 서양화라는 새로운 장르의 미술과 화가라는 신식 직업을 가진 전문인의 모습으로 근대성을 표출하고자 했다.

사회 주체로서 근대성을 학습하고 소비문화를 누린 근대적 신남성상의 등장 이전에는 <가두>의 지게꾼과 같이 상대적으로 근대를 체현하지 못한 채 전근대, 전통의 기표로 남은, 즉 근대 사회에서 소외된 남성들도 존재했다. 이들은 한복 차림에 단발하지 않은 머리를 상투로 틀거나 갓을 쓴 전통적인 의장으로 주로 자연이나 농촌 공간에 배치되며 대부분 높은 연령의 인물, 노인으로 시현되었다. 노인 이미지는 잡지 표지나 광고에 그려지지 않았으며 조선 미전에도 가장 적게 등장하는 등 근대기에 거의 다뤄지지 않은 인물상이었다. 고희동의 <습작>(1924)은 자연을 배경으로 긴 담뱃대를 입에 문 노인의 옆모습을 그린 초상으로, 전 해에 발표된 우노 이즈운(宇野逸雲)의 <녹음 휴식(綠

陰—憩)>(1922)과 비슷한 분위기를 보여준다. 이처럼 긴 담뱃대와 상투 머리에 흰 한복, 길게 늘어진 수염은 노인을 의미하는 기호였으며, 이는 신남성들이 권력이나 파워, 중절모에 양복, 손질된 카이젤 수염 등으로 표현되었던 것과 비교된다.

농촌은 문명화된 신식의 도시와 대비되며 조선의 향토색이 표출되는 공간으로 노인의 이미지는 주로 어린 소년과 함께 배치되며 세속을 벗어난 전원의 목가적인 풍경을 표상하는 이미지로 유통되었다. 서진달(徐鎭達, 1908-1947)의 <교복을 입은 남학생>(1940)과 같이 학생복 차림의 소년이 대부분 교실이나 실내를 배경으로 한 초상이나 독서상으로 그려졌다면, 농촌 속의 소년은 더벅머리나 까까머리에 한복을 입고 짚신을 신으며 토속적인 경물들과 함께 그려졌다. 장우성의 <귀목(歸牧)>(1935)은 노을 진 들판을 배경으로 어린 목동이 소를 몰고 귀가하는 향토적인 풍경을 담은 전통적인 농촌 생활의 정경을 보여주는 작품이다. 토속적인 정감과 함께 원색의 강렬한 색채감을 더해 이국적인 화면을 구사한 이인성(李仁星, 1912-1950)의 <경주 산곡에서>(1935)와 <한정(閑庭)>(1937) 역시 까까머리에 옷통을 벗은 맨발의 소년들을 등장시키며 자연의 원시적 생명력을 강한 조형성으로 표현해 높은 평가를 받기도 했다. 그러나 비문명의 전통적 공간을 담은 조선미전의 향토성은 일제의 취향에 부합했던 소재로 평가받으며 즐겨 그려졌다는 점에서 식민지적 특성을 가진다고 할 수 있다.

이처럼 주로 의장이나 연령, 공간의 대비로 연출되었던 신구의 이미지가 혼용되는 양상 또한 살펴볼 수 있다. 특히 신문 소설 삽화와 광



〈그림 8〉 이레대, 〈두루마기 입은 자화상〉, 1948-49, 캔버스에 유채, 72×60cm

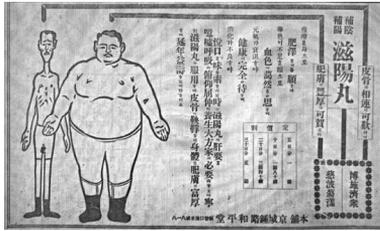
고에 종종 등장하는 전통과 신식 복식, 즉 한복과 양복의 혼용은 근대 신남성상에 대한 대중의 인식과 수용의 간극을 보여준다고 할 수 있다. 안석주(安碩柱, 1901-1950)는 이처럼 근대와 전근대의 복식이 어지럽게 혼용되는 모습을 “꼴불견”으로 비판하며, 갓 쓴 한복차림으로 자전거를 타는 남성, 두루마기에 신사화를 신은 남성, 한복과 양복 조끼를 함께 착용한 남성 등의 모습을 우스꽝스럽게 풍자했다.³⁶⁾ 하지만 1934년에도 한복 두루마기 모양으로 소매와 둘레를 넓게 만든 조선용 양복 코트가 판매되는 등 양복과 한복의 혼용은 여전히 이어지고 있었다.³⁷⁾ 고희동은 <부채를 든 자화상>(1915)에서 양장책과 풍경화 등 서구적인 경물이 혼재된 실내를 배경으로 모시적삼을 입고 부채를 든 자화상을 그렸으며, 이쾌대(李快大, 1913-1965)의 <두루마기 입은 자화상>(1948-49) 역시 중절모를 쓰고 푸른 두루마기를 입은 모습으로 팔레트를 든 초상을 통해, 서양화가로서의 자의식뿐만 아니라 서구적인 양식과 전통적인 요소를 결합하고자 했던 작가의 작품세계를 조형했다(그림8).

2. 건강의 남성상

『매일신보』의 자양환(滋陽丸) 광고는 마른 사람을 “피골(皮骨)의 상연(相連)이 가탄(可歎)”이라 했으며, 뚱뚱한 사람을 “기부(肌膚)의 풍후(豐厚)가 가하(可賀)”라 했다(그림9). 광고는 마르고 왜소한 남성이 제품의 복용을 통해 풍만한 체구로 변화하는 과정을 묘사했는데 그 마지막에 위치한 도상은 오늘날의 기준으로는 고도비만이라 할 법한 뚱뚱한 남성 이미지지만 당시로서는 이런 체형이 건강의 상징으로 선망되며 몸에 여분의 지방을 비축할 정도로 부유하다는 것을 의미했음을 알 수 있다. 무라카미 미사오(村上操)의 <남성 누드(裸男)>(1924)는 주로 여성의 나체가 조선미전에 발표되던 시기에 드물게 그려진 남성 누드화로, 육중한 체격으로 묘사된 남성은 이러한 미의식을

36) 안碩柱 (1927. 7), 過渡期? 망동期? 꼴不見大會, 別乾坤, 서울: 開闢社, 42-43.

37) 伊藤參商店 廣告 (1934. 12. 12), 조선일보, 6.



〈그림 9〉 자양환 광고, 『매일신보』, 1913. 3. 19.



〈그림 10〉 헤루푸 광고, 『매일신보』, 1927. 7. 19.

반영한 것이라 할 수 있다. 하지만 이러한 체격의 기준은 남성에게만 해당되었던 것으로 소비사회에서 대상화된 여성의 신체는 이와는 다른 기준을 부여받았다. “현대여성들은 살찐 것을 조하하는 것보다 도리혀 호리호리한 몸되기를 바라는 편이 많습니다”며 “후리후리하고 날신한 몸”을 만드는 「살찐 부인의 미용체조」나 「체격을 조كة하는 미용체조」가 게재되고 살이 빠지는 식이 미용법이 소개되었던 것에서 미의식의 성차를 읽을 수 있다.³⁸⁾

근대 초기 부국강병과 위생의 개념에서 발견되었던 근대인의 신체는 소비를 통한 건강과 아름다움이라는 가치로 변모했으며, 건강은 신남성, 즉 문명인이자 근대인의 신체를 규율하는 새로운 제도로 자리 잡았다. “수신체가치국 평천하도 건강으로부터”라는 문구와 “정신차리고 건강히”라는 구호가 횡횡하는 등 건강은 최고의 가치이자 소비사회가 주목하는 상품으로 정착했다.³⁹⁾

건강한 신남성의 미의식은 “맛있게 먹은 물건이 모다 살이 되었다”며 속옷 차림으로 체중계 위에 선 긴장한 남성의 도안을 그린 아지노모도(味の素) 광고나 “모도들 똥똥하다고들 그리니 정말 똥똥하오”, “근대인의 남성미”라는 문구와 함께 마른 남성과 몸이 배로 불어난 남성 이미지를 중첩해서 배치한 적옥(赤玉) 포트와인 광고 등을 통해 지속적으로 등장하며 풍만한 신체의 남성이 근대기 이상적인 건강의 이미지로 통용되었음을 알 수 있다.⁴⁰⁾ 특히 적

38) 살찐 부인의 미용체조 (1932. 3. 10), 조선일보, 5; 체격을 조كة하는 미용체조 (1937. 11. 2), 조선일보, 4.

39) 百補丸 광고 (1936. 5. 24), 조선일보, 3.

옥 포트와인은 “병약으로부터 건강해야지시라면” “건강의 계단”이자 “건강의 도(道)”인 와인을 섭취해야하며 이는 “허약한 신체를 건강으로 인도하는 한 걸음, 어느 틈에 병을 물리치고 심신을 강하게” 하고 “건강의 부(父)가 되며 행복의 모(母)”가 된다고 선전했다.⁴¹⁾ 또한 “건강은 복운(福運)의 모(母)가 된다”임을 강조하며 “한잔 마시니까 살이 쪼었다”, “맛있게 먹을동안에 살이 오른다” 등 풍만한 신체를 건강의 기표로 유포했다.⁴²⁾

나이가 “신체수척하여 각종 요법도 효능 없고 곤란한 분”을 상대로 “해(害) 없이 신체 비만하는 묘약”인 “비만제(肥滿劑)”가 등장하며 “쇠약을 부활하고 해 없이 신체가 비대함”을 적극적으로 광고하기도 했다.⁴³⁾ 이처럼 비만은 오늘날과 같은 극복의 대상이 아니었으며, ‘비만’ 또는 ‘비대’가 건강과 동의어로 사용되면서 말랐다는 것은 허약함과 같은 의미로 적극적으로 극복해야 할 상태였던 것을 알 수 있다. 그러나 “식욕의 급진”과 “체력의 충살”을 통해 “십일관(十一貫)의 수신(瘦身)이 비(肥)해서 십육관(十六貫)의 건강체(健康體)”가 된다는 광고 문구는 약 41kg에 불과한 저체중의 남성을 오늘날의 보통 체중보다도 적은 60kg으로 살찌워준다는 것으로, 근대기의 비대와 비만이 오늘날과는 다른 기준을 가지고 있었음을 확인할 수 있다.⁴⁴⁾ 마른 상태는 곧 영양이 부족한 상태였으며 많은 이들이 비대해지는 것 즉 건강을 소망했음을 알 수 있다.

의약품은 근대기 신문에 가장 많은 광고를 실은 품목이었던 만큼 질병과 건강에 대한 근대인들의 큰 관심을 읽을 수 있다. 다양한 제약 광고의 문구는 근대의 건강 담론에 적극적으로 개입했으며 광고 이미지는 신체를 바라보는

40) 味の素 광고 (1934. 5. 23), 매일신보, 3; 赤玉ポートワイン 광고 (1928. 6. 23; 1929. 4. 19; 1929. 6. 20), 매일신보, 4, 4, 3.

41) 赤玉ポートワイン 광고 (1925. 7. 5; 1929. 3. 18; 1929. 9. 6), 조선일보, 4, 4, 3; 赤玉ポートワイン 광고 (1925. 9. 5), 동아일보, 3.

42) 赤玉ポートワイン 광고 (1925. 11. 16; 1929. 3. 21), 조선일보, 4, 3; 赤玉ポートワイン 광고 (1929. 5. 7), 동아일보, 3.

43) 肥滿劑 광고 (1934. 5. 3), 조선일보, 3; 共愛商會 광고 (1924. 2. 25), 동아일보, 3.

44) 養命酒 광고 (1934. 5. 5), 조선일보, 3.

근대인의 시선을 변화시켜갔다. 신체와 질병에 대한 새로운 지식을 가지고 약을 구매, 복용하는 것은 문명인으로서 건강인의 표식이었으며 의약품 소비는 건강을 통해 근대적 신체를 획득할 수 있는 의례였다.⁴⁵⁾ 건강에 대한 관심은 건강한 신체 이미지를 통해 시각화되며 헤루푸(ヘルプ)와 와카모도(わかもと) 등의 의약품 광고는 누드에 가까운 건장한 남성의 신체 이미지를 삽입해 건강의 기표로 제시했다(그림10).⁴⁶⁾ 광고에는 삽화나 사진 등 상반신을 노출한 근육질의 남성 이미지가 주로 등장했으며 이를 통해 근대인이 선망했던 건강과 문명화의 기준을 직접 시험할 수 있었다.

그러나 당시 광고 상품의 대다수가 일본제 의약품으로 광고에 등장하는 건장한 남성의 기호 역시 일본에 맞춰진 것이었다. 이러한 구도는 은연중에 아프고 병든 조선과 문명화되고 건장한 일본이라는 대비를 통해 식민지성을 내재화시키는 장치로 작동하고 있었다.

3. 못된보이의 남성상

“하롤드 로이드의 대모테 안경”을 쓰고 “빠렌티노의 귀뿔머리”에 “빠스터 키튼의 썸병모자”와 “카뽀이의 가죽바지”를 입은 모던보이가 활보했던 도시 경성은 “다 쓰러져가는 초가집만 있는” 조선의 거리였다.⁴⁷⁾ 안석주는 모던보이의 서구적으로 단장한 의장이 조선의 풍정(風情)과 어울리지 않으니 “불국 파리에 ‘창씨리제’, 독일 백림에는 ‘운트덴린덴’, 영국 런던에는 ‘피캐덜리’, 미국에는 ‘쁘로드웨이’나 ‘팝스 애비뉴’ 거리”로 갈 것을 권유하며 “그에 데일 조흔 것은 서반아의 투우장”이라 했다.

“모던뽀이들은 부녀자만 못지 안케 경대를 가지는 것은 물론이요 가지가지의 화장품을 그아페 진렬하야 노코잇습니다”며 모던보이의 단장은 “남자의

45) 권창규 (2014), *상품의 시대*, 서울: 민음사, 223-224.

46) わかもと 광고 (1927. 7. 19), 매일신보, 4.

47) 安碩柱 (1928. 2. 7), 街上所見2: 모던뽀이의 散步, 조선일보, 3.



〈그림 11〉 심형구, 〈휴이를 지키다〉, 1940

계도 얼굴에 분을 바른다 크림을 바른다 수건에 향수를 뿌린다”며 이들의 치장 또한 사치와 허영으로 비판되었다.⁴⁹⁾

모던보이에 대한 관심과 평가가 초기부터 이들의 근대적 외양에 맞춰져 있었듯이 비난 역시도 이들의 단장과 소비에 집중되었다. 민족주의 진영의 경제자립 운동과 사회주의 담론 속에서 식민지 조선의 모던보이를 구성하는 각종 외양과 소비는, “서양 것이라 하면 덤히노코 조타하야” “격에도 어울리지 않는 몸치장과 행동”을 하는 것으로, 이들을 심한 이는 “못된뽀이”라 부른다고 했다.⁵⁰⁾ 모던보이의 특징을 “유탕(遊蕩)”과 “낭비”, “퇴폐”로 보며 “유산 사회를 포상하는 유산자사회의 근대적 퇴폐군”으로 칭하는 등 이들에 대한 평가는 “불량소년”에서 “햇잡놈”에 이르기까지 비판의 정도가 점점 더 높아지는 양상을 볼 수 있다.⁵¹⁾ 모던보이에 대한 비판은 그 이전에 등장했던 서구식 외양의 인물상인 하이카라에 대한 비난과도 맞닿아 있는 것이었다.

소비문화 속에서 광고는 끊임없이 유행의 상품을 선전하며 모던보이의 소비를 권려했지만 이를 소비하는 조선의 상황은 “양복점 쇼윈도우”가 아닌 “돈

48) 남자의 위엄을 상하는 몸치장 외려 천격스럽다 (1936. 11. 8), 조선일보, 4; 安碩柱 (1930. 11. 29), 一九三一年이 오면6, 조선일보, 5.

49) 여자가 허영이나? 남자가 허영이나? (1926. 7), 新女性, 서울: 開闢社, 46-53.

50) 崔鶴松 (1927. 12), 118-120.

51) 申不出氏 漫談傍聽記 寬大한 男便 (1935. 9. 1), 三千里, 서울 三千里社, 226-230; 崔鶴松 (1927. 12), 118-120; 朴英熙 (1927. 12), 114-116.

십원 돈 오원 한 장을 들고 고물상으로 고물상으로” 향하며 “그 어느 놈이 그 어느 병자가 입고 다니든 것인지도 모르는” 중고 양복을 고르는 배고프고 가난한 신남성들이 존재했던 곳이었다.⁵²⁾ 1930년대는 상류층에 속했던 월급 의사가 한 달에 75원, 은행원이 70원 정도를 받던 시기로 100원이 넘는 양복은 이들의 월급보다도 훨씬 비싼 사치품이 분명했다.⁵³⁾ 또한 모던보이의 신체를 단장하는 광고 속 상품 대부분이 일본제였던 점 역시 조선의 식민지적 특성을 보여준다고 할 수 있다. 이들이 활보했던 1920-30년대 경성은 전근대적인 유물과 서구의 기호들이 혼재했던 공간으로, 일본적으로 변용된 모던의 이미지는 그 실체가 명확하게 정의되지 않은 상태로 식민지 경성에 유포되고 있었다. 모던보이에 대한 비난에는 식민지의 궁핍한 현실과 부조화를 이루는 이들의 소비 욕구에 대한 적대감과 더불어 제국 일본의 문화를 모방하는 피식민지 지식인들의 자괴감이 작동되고 있었다. 광고와 만문만화의 메시지와 이미지 사이의 간극은 이러한 시대적인 이상과 현실적인 한계에서 온 것이라 할 수 있다. 이처럼 “지식이 잇서” “머리는 경고구가치 높은 곳으로 뜨지만, 현실은 몸둥이를 땅으로 잡아끼니” “견딜 수가 업는 것”이 이들의 모습이고 한계였다.

V. 맺음말, 전시의 남성상

1938년 국가총동원령이 선포되며 일상의 모든 가치관은 전쟁에 맞춰지게 되었으며 시각매체 속 남성 이미지 역시 전시체제에 돌입했다. 심형구(沈亨求, 1908~1962)의 「흥아(興亞)를 지키다」(1940)와 광고 속 신남성상을 대체한 소년 군인병의 도상은 전시 상황에서 근대 남성상이 군국의 신민 이미지로 수렴되는 모습을 보여준다(그림11). 민족의 개화와 문명화의 선두로 시각화되

52) 安碩柱 (1933. 10. 20), 晩秋風景: 古物商洋服, 조선일보, 6.

53) 도시의 생활 전신 (1932. 7), 第一線, 서울: 開闢社, 88-91; 권창규 (2014), 431-432 재인용.

었던 학생 이미지는 한일병합 이후 조선총독부에 의한 식민지 제도교육의 통치도구화 과정을 통해 점차 제국에 복무하는 근대적 신민상으로서 변모되었으며, 전시에는 전쟁의 선봉에 출정해 “홍야”를 지키는 군인으로 형상화 되었다. “전시하 국민의 복장”으로 국민복이 양복을 대체하며 가장 첨단적인 양복으로 선전되었기도 했다. 이처럼 광고와 삽화, 화단 등 시각매체 속 남성 이미지는 전시의 군국주의적 가치와 국력을 상징하는 군인의 이미지로 대체되는 양상을 보인다.

근대기 등장한 새로운 남성상, 소년과 청년의 신남성상은 조선을 계몽하고 문명의 세계로 이끌 사명을 부여받은 존재로서 문명과 지식을 체현한 인물로 상징되었다. 근대적 교육, 즉 신지식의 학습과 경험의 주체라는 신분의 표지는 학생복과 하이카라의 의장으로 가시화되었으며 교과서와 신문 광고, 삽화, 잡지와 같은 근대 시각매체를 통해 시현되고 대중화되었다. 소비문화의 확산 속에서 소비의 주체로 등장한 모던보이의 신체는 유행에 따라 다양한 상품들로 구성되었으며 그 이미지는 광고와 삽화뿐만 아니라 활동사진, 영화와의 공모를 통해 새로운 의장과 생활양식으로 조형되었다.

사회 주체로서 근대성을 학습하고 소비문화를 누린 근대적 신남성상의 등장 이면에는 상대적으로 근대를 체현하지 못한 채 전근대, 전통의 기표로 남은 남성들도 존재했다. 이러한 노인상과 농촌의 소년상은 조선의 풍속, 혹은 향토색을 드러내는 소재로 사용되며 조선의 식민지 상황 속에서 나약함과 미개의 상태를 상징하는 이미지로서 일제의 도움이 필요한 존재로 은유 되기도 했다. 시대적 가치와 이상 속에서 주조된 새로운 남성상은 전통적인 남성상과의 대비를 통해 그 이미지를 더욱 확고하게 정착시키며 유형화될 수 있었다. 또한 근대 초기 부국강병과 위생의 개념에서 발견되었던 근대인의 신체는 소비를 통해 획득할 수 있는 건강의 가치에 주목했으며 건강은 곧 신남성의 신체를 규율하는 새로운 제도로 자리 잡게 되었다. 광고는 건장한 남성의 신체 이미지를 건강의 상태로 상징된 문명의 기표로 제시했는데, 당시 광고 상품의 대다수가 일본제였다는 점에서 광고에 등장하는 건장한 남성의 기호, 나아가

문명과 근대화의 이상 역시 제국 일본에 맞춰졌던 것을 알 수 있다. 모던보이로 대표되는 소비문화에 대한 비난은 이러한 조선의 식민지 상황에 기인한 것으로, 식민지의 궁핍한 현실과 부조화를 이루는 이들의 소비 욕구에 대한 적대감과 더불어 제국 일본의 문화를 모방하는 피식민지 지식인들의 자괴감이 작동되고 있었다.

이처럼 근대가 추구했던 가치와 문명화의 기준은 사회 주체로 부상한 신남성의 이미지로 재현되었으며 이는 근대적 시각매체를 통해 근대의 구상과 설계가 시각화된 근대의 이상이자 근대인의 표상으로 유통되었다. 시대적 이념과 가치의 변화는 이들의 신체에 직접적으로 발현되고 체현되었으며 다양한 대중매체를 통해 시각적으로 근대와 근대성을 발신했다.

【주제어】 남성, 근대, 소년, 청년, 모던보이, 광고, 신문

[참고문헌]

- 開闢君에게 寄함 (1920. 6), 開闢, 서울: 開闢社, 73-74.
- 권창규 (2014), *상품의 시대*, 서울: 민음사, 223-224; 431-432.
- 今夏 流行의 衣裳 (1935. 7), 三千里, 서울: 三千里社, 204-207.
- 김지혜 (2009), 1910年代 『每日申報』 翻案小說 挿畫 研究 <長恨夢> 과 <斷腸錄> 을 중심으로, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원 미술사학과.
- 김지혜 (2021), 근대 광고를 통해 본 신사의 시대, *대동문화연구* 114
- 頭公 (1914. 12), 紳士研究 青春, 서울: 新文館, 65-70.
- 朴英熙 (1927. 12), 모던걸 모던뽀이 大論評: 有産者社會의 所謂 ‘近代女’, ‘近代男’의 特徵 別乾坤, 서울: 開闢社, 114-116.
- 朴八陽 (1927. 12), 모던걸 모던뽀이 大論評: 모던뽀이 寸感, 別乾坤, 서울: 開闢社, 116.
- 서유리 (2016), *시대의 얼굴*, 서울: 소명출판, 11-19; 105-111.
- 소영현 (2005), 청년과 근대: 소년을 중심으로, *한국근대문학연구* 11, 44.
- 소년 동지회에 고하는 말 (1908. 8. 8), *대한매일신보*, 1.
- 아모라도 배화야 (1914. 10), 青春, 서울: 新文館, 5.
- 安碩柱 (1927. 7), 過渡期? 망동期? 覓不見大會, 別乾坤, 서울: 開闢社, 42-43.
- 安碩柱 (1928. 2. 7), 街上所見2: 모던뽀이의 散步, *조선일보*, 3.
- 安碩柱 (1928. 4. 15), 봄7: 人戀, 犬戀, *조선일보*, 3.
- 安碩柱 (1929. 9. 8), 日曜漫畫: 어는 게 마네킹인지?, *조선일보*, 3.
- 安碩柱 (1930. 4. 12), 一日一畫6: 꽃 구경이 사람 구경, *조선일보*, 2.
- 安碩柱 (1930. 11. 20), 一九三一년이 오면3, *조선일보*, 5.
- 安碩柱 (1930. 11. 29), 一九三一년이 오면6, *조선일보*, 5.
- 安碩柱 (1933. 1. 15), 33年式 家庭爭議1: 카페 城郭 占據, *조선일보*, 5.
- 安碩柱 (1933. 10. 20), 晩秋風景: 古物 畱 洋服, *조선일보*, 6.
- 安碩柱 (1934. 5. 13), 五月의 스킷취2: 푸른 旗幅 五十錢짜리 넥타이, *조선일보*, 6.
- 柳光烈 (1927. 12), 모던걸 모던뽀이 大論評: 모던이란 무엇이나, 別乾坤, 서울: 開闢社, 112-113.
- 李雲谷 (1937. 10. 3), 映畫의 文化的 役割2, *동아일보*, 4.
- 壬寅生 (1930. 1), 모던이즘, 別乾坤, 서울: 開闢社, 136-140.
- 장운정 (2002), 일제 강점기 남성이미지, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원 미술사학과.
- 崔鶴松 (1927. 12), 모던걸 모던뽀이 大論評: 데카단의 象徴, 別乾坤, 서울: 開闢社, 118-120.

[국문초록]

본 연구는 근대 사회의 주체로 역할 했던 새로운 남성 이미지의 구축과 변화 양상을 통해 근대의 시각문화, 나아가 한국의 근대와 근대성을 고찰했다. 근대기 시각매체에 나타난 남성상은 근대가 추구했던 이상과 문명화의 기준을 재현했다는 점에서 근대의 시원적이고 근본적인 구상과 설계가 각인된 근대인의 표상이라 할 수 있다. 그 이미지의 변화 양상을 통해 근대를 재구성하는 일은 근대가 추구했던 이상과 문명화의 기준을 밝히고, 나아가 조선의 근대화 양상을 파악하는 작업이라 할 수 있다. 근대성을 학습하고 체현하며 시대적 가치를 표방한 이상적인 남성상으로 부상한 소년과 청년, 소비문화 속에서 탄생한 모던보이의 이미지는 신문과 삽화, 광고, 영화 등 근대기 새롭게 등장한 대중매체를 통해 시현되었다. 이들의 존재는 근대기 새로운 남성상의 이미지로 유형화되며 시대적 이상과 식민지 현실 속에서 다양하게 변용되는 양상으로 전개되었다. 이처럼 근대에 등장하고 부상한 새로운 남성 이미지들을 통해 근대기 본격적으로 구상된 문명화와 근대화의 이상 속에서 근대 주체로서 남성에게 부여된 역할과 남성상의 향방, 그리고 그것을 구축하고 부각한 사회적 시대적인 목적성을 시각적으로 읽을 수 있다.

[Abstract]

A Study on the Image of Man in Modern Korean Visual Media

Kim, Jihye (Konkuk University)

This study examined the modern visual culture and Korean modern times and modernity with the emergence and change of a new male image that served as the subject of modern society. The male image in modern visual media is a representation of modern people with the fundamental concept and design of the modern times because it is a figure that shows the ideals and civilization pursued by modern times. The reconstruction of modern times through the changing tendency of the image can be work to clarify the standards of ideals and civilization pursued by modern times, and furthermore, to grasp the modernization aspect of Joseon. The images of boys and young people, ideal male images who learn about modernity and represent the values of the times, and modern boys born in consumer culture, appeared in new media of modern times, such as newspapers, illustrations, advertisements, movies, etc. They are categorized as new male images in modern times and are transformed in various ways in the ideals of the times and colonial reality. With these new male images that have emerged in modern times, civilization and modernization of modern times are promoted in earnest, and the role and male image orientation assigned to men, and the social and contemporary purpose that created and highlighted them can be visually read.

【Keywords】 man, modern, boy, advertisement, newspaper

논문투고일: 2023년 2월 28일 / 논문심사일: 2023년 04월 02일 / 게재확정일: 2023년 04월 21일

【저자연락처】 dana136@hanmail.net