

마오의 이미지 변화를 통해 본 중국 대중의 심상지리*

이승희**

<目 次>

1. 들어가며
2. 신중국 역사의 몽타주 만들기
3. 일상의 기호를 통한 신성화
4. 마오에 대한 기억과 소비의 향연
5. 나가며

1. 들어가며

이 논문에서는 건국 초기·문화대혁명 시기·개혁개방 이후로 연대를 분절하여, 뉴스영화 컷·선전포스터·‘정치-팝’ 계열의 회화를 대상으로, 시대별 가치판단 기준에 따라 마오쩌둥의 이미지가 변화해온 과정을 고찰함으로써 중국 대중의 심상지리를 포착하고자 한다.

중국은 공식적으로 ‘사회주의 종주국’의 위치를 고수하고 있다. 하지만 중국의 사회주의는 기타 국가와 차별화되는 독특한 면모를 갖추고 있을 뿐 아니라 시기별로 복잡다단한 스펙트럼을 구성한다. 중국 공산당은 1921년 7월 출범 당시부터 민족주의 성향을 강하게 드러내었다. 일본 및 서구 제국주의와의 관계 속에서 그 출로를 모색하는 일이 시대적 과업으로 주어졌던 것이다. 특히 건국 이후 마오쩌

* 이 논문은 2013년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2013S1A5B5A07049057).

** 한양대 중국학과 강사

등은 '중국 특색의 사회주의'를 강조하면서 구소련과도 차별화되는 독자적 이데올로기 노선을 걸어왔다.¹⁾ 남순강화 이후로는 본격적으로 시장경제 체제와의 접목을 시도했다. 홍콩반환 시 장쩌민은 '일국양제'를 시행할 것을 선언한 바 있는데, 이는 사실상 홍콩 지역에만 한정되는 방침이 아니다. 지난 세기 말부터 대륙 전체에 걸쳐 중층적 시스템이 구축되어왔다. '한시적'이라는 단서를 달고 등장한 일국양제는 개혁개방 이후 중국정부의 이데올로기적 곤혹감 및 이를 무마하기 위한 수사학적 명명으로 보아도 무방하다. 요컨대 중국에서의 사회주의는 시대상황 및 본토의 조건에 탄력적으로 대처하는 것과 동시에 질적 변이를 거듭해왔다.

격동의 중국 현대사에서 '마오쩌둥'은 사회주의를 대변하는 문화-정치적 기호이다. 1949년 건국 이래 마오는 사진·영화·드라마·무대공연에서 끊임없이 시각적 이미지로 재현되어왔다. 그런데 주지하다시피 '재현'은 실체를 그대로 복제하는 것이 아니다. 있는 그대로의 실체를 관조하여 표출한다는 것이 전통적인 재현의 개념이다. 하지만 바로 '표출' 과정에서 일련의 가공작업이 수반된다. 실체에서 이미지로 전이되는 단계에서 행위자의 의지와 판단이 개입되며, 이는 실체의 일부를 선별적으로 취한다든지 실체 이상의 상(象)을 끌어와서 임의로 조합하는 결과를 초래한다. 이에 현대 비평에서는 재현의 정치적 동기에 주목했다. 후기 구조주의 및 포스트 콜로니얼리즘에 따르면, 재현은 결코 자연적인 것이 아니며 외부 현실에 비추어 확증 가능한 것도 아니다. 재현은 기존의 문화적 코드에 따라 새롭게 구성되는 정치적 행위이다. 마오의 이미지도 예외는 아니다. 마오 이미지는 일개인의 차원에 축소될 수 없다. 중국 문화현실의 장에 등장하는 마오 이미지는 중국 사회주의 이데올로기의 동향 및 그에 대한 중국 대중의 심리가 응축된 거대 기호로 간주되어야 한다.

이미지 분석에 있어 기호학적 접근은 여전히 유효하다. 소쉬르는 기호를 기표와 기의의 결합으로 설명했는데, 여기서 기표와 기의의 관계는 필연적인 것이 아니다. 가령 고양이가 '꽃'이 아니라 '고양이'로 불리는 까닭은 지극히 우연한 사회적

1) 한편 1978년 덩샤오핑은 '사회주의 현대화'를 주장하며 농업·공업·과학기술·국방의 4개 현대화를 통해 마오 시대에 드러난 체제의 맹점을 보완하고자 했다.

약속 때문이다. 양자의 관계는 자의적이다. 롤랑 바르뜨는 기표와 기의의 결합을 좀 더 세심하게 분류함으로써 언어(기호)가 역사적이고 문화적인 관습의 산물이자 이데올로기의 담지체임을 밝혀냈다. 바르뜨는 '기표+기의=기호'라는 3차원의 도식을 더 밀고 나갔다. 그리하여 제2의 기호학 체계가 출현했다. 제1체계에서 기호(개념과 이미지의 결합체)는 제2체계에서 단순한 기표가 된다. 사진, 회화, 광고 등에 등장하는 기호가 다시금 언어활동의 지위로 환원되는 것이다. 두 번째 기의는 이데올로기를 내포하는 메타-언어활동으로 도래한다. 이로써 새로운 기호가 생겨나는데, 이는 특정 의미작용을 불러일으킨다. 사전적 의미가 아니라 사회문화적 맥락 위에서의 실제 의미가 분출되는 것이다. '신화'는 이렇게 탄생한다. 롤랑 바르뜨의 기호학적 체계를 마오 이미지를 둘러싼 의미작용에 적용한다면 <표-1>은 <표-2>와 같이 변용될 수 있겠다.

<표-1>

	1.기표 signifiant	2.기의 signifié	
언어 Langue	3.기호 signe I 기표 SIGNIFIANT		II 기의 SIGNIFIÉ
신화 MYTHE	III 기호 SIGNE		

<표-2>

	1.마오 이미지① signifiant	2.선전 메시지 signifié	
제작 Production	3.매체정보 signe I 마오 이미지② SIGNIFIANT		II 대중정서 SIGNIFIÉ
유통 CIRCULATION	III 중국 사회주의 신화 SIGNE		

2) 롤랑 바르뜨, 이화여자대학교 기호학연구소 옮김, 『현대의 신화』, 동문선, 1997년, 272쪽.

스틸 컷, 포스터, 회화 작품에 등장하는 마오의 상이 기표라면 제작 당시 의도된 메시지는 1차적 기의에 불과할 뿐이다. 기표와 1차적 기의가 결합하여 하나의 기호로서 사회 전반에 유통되는 순간 그 기호는 또 다시 기표가 되어 2차적 기의인 대중정서와 조우한다. 그렇게 형성된 최종 기호는 사회학적 신화와 연결된다. 마오의 이미지는 대중정서에의 설득을 통해 1차적 기의에서 2차적 기의로 도약하였고, 이로써 현대 중국의 신화로 자리 잡았다.

이미지는 그 자체가 이미 커뮤니케이션의 일종이다. 호블랜드(Hovland)는 메시지 수용에 관해 '주의→이해→학습→수용'으로 이어지는 단계이론을 주장한 바 있다.³⁾ 그런데 재고할 만한 사항은 이때 일방적이 아닌 쌍방향 '자극-반응'이 수행된다는 점이다. 문화-정치권력은 제작 시점부터 대중의 취향을 염두에 두어야 한다. 대중은 제시되는 이미지를 취사선택한다. 정치적 정언을 거부할 수 없을지라도 이미지는 거부할 수 있다. 이미지는 개인의 정서에 화합해야만 지속이 가능하기 때문이다. 따라서 역방향으로의 '자극-반응'이 시작된다. 대중은 수용 여부로 문화-정치권력의 변화의지를 촉구하며, 더 나아가 그 존재를 결정한다.

필자는 마오 이미지의 제작 및 유통 과정을 추적하기 위해 건국 초기 영화잡지인 『대중전영(大衆電影)』에 게재된 뉴스영화 컷, 문혁 시기 선전포스터, 개혁개방 이후 '정치-팝' 계열의 회화작품을 연구대상으로 삼는다. 시기마다 매체를 달리 한 것은, 마오의 이미지가 변화함에 있어 분기별 특징을 드러내는데, 이때 각기 매체의 성격이 그 특징을 더 선명하게 집약해주기 때문이다.

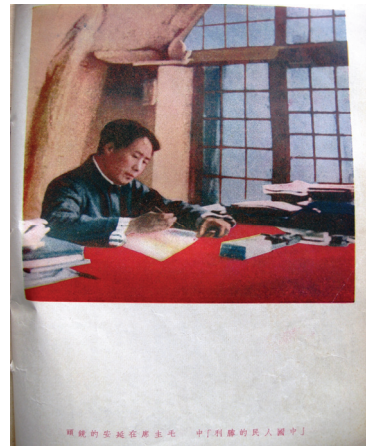
이 논문은 다음과 같은 문제들로부터 출발한다. 건국 초기, 문화-정치권력은 마오와 대중의 관계를 축으로 어떠한 플롯의 중국 현대사를 기술했는가? 문혁 시기 개인숭배의 기조 위에서 마오는 왜 굳이 '일상'의 기호를 취했으며, 이로써 어떠한 이미지의 지도자상을 창출해냈는가? 개혁개방 이후 마오를 소재로 한 팝아트 계열의 회화작품과 각종 일상용품의 소비는 중국의 사회주의 이데올로기와 시장경제 체제의 조우를 어떻게 반영하고 있는가?

3) 이강원, 『광고효과와 매체계획의 이해』, (주)KADD, 2001년, 59쪽 참조.

2. 신중국 역사의 몽타주 만들기

1950년 6월에 창간된 『대중전영』은 대다수 문예잡지와 마찬가지로 공산당 선전부에 귀속되어 있었다.⁴⁾ 하지만 통속 잡지의 특성상 상당히 유연한 태도로 독자에게 접근했으며, 세련된 편집기술과 당시로선 보기 드문 충천연색 화보로 대중의 시선을 사로잡았다. 게다가 『대중전영』은 영화전문 잡지임에도 불구하고 상당량의 편수를 마오 선전에 할애하고 있는데, 영화매체의 기법을 차용하고 있기에 주목을 요한다.

『대중전영』은 주로 몽타주(montage) 기법을 통해 신중국의 기원을 탐색했다. 몽타주는 클로즈업된 샷과 샷을 이어서 새로운 의미를 창출하는 영화기법인데,⁵⁾ 『대중전영』은 마오 이미지를 주축으로 몇 장의 스틸 컷을 병렬시킴으로써 사회주의 역사를 새롭게 구성해냈다. 그 출발점은 1950년 제 8기에 게재된 〈사진1〉(「중국인민의 승리」 중 옌안에서의 마오 주석)이다. 마오는 과거 젊었던 시절로 되돌아간다. 검고 술 많은 머리에 주름살 하나 없는 마오가



〈사진1〉

책상 앞에 앉아서 집필하고 있다. 창밖은 희뿌연 것이 아직 날이 밝지 않은 듯하다. 마오는 혁명과업을 구상하느라 온 밤을 지새운 모양이지만 피곤한 기색이라고

4) 『대중전영』 임원진 대부분이 정계에 진출한 거물급 문화 인사였으며, 잡지 발행에 관한 경비를 영화관리처에서 조달 받았다.

5) 몽타주의 어원은 불어 monter로서 '조립한다'라는 뜻이다. 러시아 감독 세르게이 에이젠슈타인의 시도로 기법적 성숙을 이루었다. 자주 쓰이는 방식으로 생략과 비약이 있다. 예컨대 스탠리 큐브릭 감독의 「2001년 우주 오딧세이」(1962)에서는 다음과 같은 장면이 나온다. 유인원 원숭이가 공중으로 기다란 뼈다귀를 던진다. 뼈다귀가 우주선으로 바뀐다. 이로써 영화 배경은 원시시대에서 초과학 시대로 전환된다. 러닝타임은 2시간 30분에 불과하지만 영화 속 시간은 인간이 진화해온 수백만 년의 세월을 포획한다.

는 전혀 없다. 침착한 눈빛과 단호한 입매는 혁명에 대한 그의 의지가 얼마나 결연한지를 보여준다. 이 삽화는 건국 초기 반복적으로 등장한다. 특히 1965년 8·9 월호에서는 표지로 사용되어 마오를 구심점으로 하는 신중국의 역사가 좀 더 상세하게 기술된다. 이어지는 2~3쪽에는 “인민전쟁의 위대한 승리: 항일전쟁 승리 20주년을 기념하며”라는 제목 하에 여러 장의 사진들을 게재했다.((사진2)) 왼쪽 상단에는 공산당 제7차 대표대회에서 보고서를 낭독하는 마오의 사진을 실었다((사진2-A)). 그 아래로 항일전쟁 및 국공내전 시기 인민들의 활약상을 영화 스냅사진 형식으로 병렬시켰다. 다음은 사진과 그에 대한 해설이다.

A	B		
1	2	3	7
4	5	6	8



(사진2)

1. 연안과 각 항일 근거지의 인민 군중들이 단결하여 조직해 일어나 굳건히 무장하고 철통같은 방비를 구축했다.
2. 화북 후방에 투입된 팔로군이 대첩을 평정한 후 기병들이 승승장구하며 행군했다.
3. 항일 군민들이 푸른 장막(6)을 이용하여 신출귀몰한 수법으로 적을 공격했다.

4. 수많은 군민이 기세 높게 대대적인 생산운동을 전개했다.
5. 후방 유격구 군민이 각종 병법을 운용하여 결연히 적을 공격했다. 철로를 훼손하여 적들의 보급선을 끊었다.
6. 민병들이 도처에 지뢰를 묻었다.
7. 적의 무기를 획득하여 자신을 무장했다.
8. 우리 백만의 용맹한 병사들이 1949년 4월 23일 장강을 건너 국민당 22년 이래 반동 통치 하에 놓였던 남경을 공격하였고 드디어 국민당 반동파의 멸망을 선고했다.

현대사의 주요 컷으로 항일 전쟁이 소환되었다. 신중국의 '합법성'을 증명하기 위해서 신중국 이전의 '불법성'이 요청된 것이다. 이에 중화민국 시기는 제국주의의 침략과 반동 정권의 통치로 얼룩진 '오욕의 역사'로 묘사되었으며, 그 가운데 연안은 '자존'과 '독립'을 상징하는 민족적 키워드로 재인식되었다. 이와 동시에 마오는 연안의 해방을 전국 각지로 확산시킨 중화민족의 영웅으로 부상했다.

마오의 영웅 이미지 역시 안티테제(antithesis)를 통해 완성되었다. 마오가 영웅이 되기 위해선 그가 맞서 싸워야 할 적들이 존재해야 했다. 첫 번째 적은 일본군이다. <사진2-1·2·3·4·5·6>은 중국인민이 일본군에게 얼마나 치열하게 대항했는지를 묘사한다. 일본군은 전문적인 군사훈련을 받은 직업 군인으로서 현대적 무기까지 보유하고 있었다. 그러나 중국군은 민간인 출신으로 삼과 곡괭이를 들고 싸웠다. 이렇듯 열악한 상황에서도 승리할 수 있었던 것은, 팔로군이라는 '영광의 부대'가 중국인민을 지휘했기 때문이며, '위대한 지도자' 마오가 그러한 팔로군을 이끌었기 때문이다. 두 번째 적은 국민당이다. <사진2-8>은 남경을 점령한 팔로군들이 국민당 당사 위에 늠름하게 서 있는 모습이다. 국민당은 반동적 통치로 수많은 인민대중을 억압했으므로 일본군 못지않은 '공공의 적'이었다. 마오는 팔로군과 함께 그들을 중국 대륙에서 몰아냄으로써 지도자로서의 역량을 증명해냈다. 요컨대 '영웅/적'이라는 대립항은 현대사를 구성하는 주요 모티브로 작동했다. 유다가 예수의 신성을 증명했듯이, 일본군과 국민당은 일종의 서사적 장치로

6) 青纱帐 : 중국 동북 지방에서 여름과 가을에 수수나 옥수수가 무성하여 몸을 숨기기 좋은 곳. 그곳이 마치 푸른 장막과 같다 해서 나온 이름.

서 마오를 영웅화하는데 기여했다.

그러나 일본군과 국민당을 물리친 것만으로 마오의 영웅됨이 모두 증명된 것은 아니었다. 마오의 영웅 이미지는 오른쪽 상단에 위치한 <사진2-B>에 이르러 비로소 완전무결해졌다. 이 사진은 마오가 농민들과 담소하는 모습을 포착해냈다. 사진 하단의 주석은 ‘마오 주석께서는 농업생산과 농민생활에 지대한 관심을 갖고 계신다.’고 밝히고 있다. 이 사진은 마오의 영웅 이미지를 완성하는 데 화룡점정의 구실을 한다. 근엄한 표정으로 회의를 주도하고, 용맹하게 적과 투쟁하는 것만으로는 ‘진정한’ 영웅이 될 수 없었다. 영웅 여부는 대중과 함께 하느냐, 아니냐에 따라 최종 결정되었다.⁷⁾

『대중전영』은 마오의 활약상을 양 지면에 빠른 속도로 교차편집(cross-cutting)하여 마치 서스펜스가 끝없이 전개되는 활극과 같은 분위기를 연출해냈다. 힘겨운 투쟁 가운데 혁명의 결의를 다지는 마오, 일본군 및 국민당과 용맹하게 대적하는 마오, 그리고 소탈하고 명랑한 모습으로 대중과 어울리는 마오. 마오의 영웅성은 이미지의 오버랩(overlap)⁸⁾을 통해 완성되었다.

3. 일상의 기호를 통한 신성화

뮤지컬 「동방의 태양(东方红)」(1964년)⁹⁾에서 숭배의 전조가 나타난 것을 시작으로, 문화대혁명(1966~1976) 시기 마오의 신성화 프로젝트가 구체화되었다. 대중은 하루의 일과를 ‘홍보서(红宝书)’¹⁰⁾와 함께 했으며, 가슴에는 늘 마오 뱃지를 달았다. 모든 가정과 직장에는 마오의 초상 사진이 걸렸고, 대학마다 마오의

7) 『대중전영』의 역사정립 프로젝트에 관해서는 본인의 박사논문 『大众的建构-关于「大众电影」(1950-1966年)中“身体”形象的研究』(북경대, 2010) 가운데 88~91쪽 내용을 수정, 보완함.

8) 영화용어로서 서서히 사라지는 앞의 장면에 겹쳐서 다음 장면이 나오는 것을 말한다.

9) 건국 15주년을 기념하기 위해 제작되었다. 저우언라이의 지시로 출연자와 스태프를 통틀어 총 3천 명이 넘는 인원이 투입되었다. 중국 공산당 역사에 대한 서사시적 내용이 주를 이루며, 마오쩌둥을 ‘붉은 태양’에 비유하고 있다. 사실상 마오에 대한 헌시였다.

10) ‘홍보서(红宝书)’란 문혁 시기 출판된 빨간 색 표지의 마오 어록을 말한다.

대형 조각상이 세워졌다. 공원에서는 사람들이 ‘충자무(忠字舞)¹¹⁾를 추며 여가를 즐겼다. 마오를 향한 숭배는 더 이상 공공축제나 국가행사에서만 행해지는 일이 아니었다. 숭배는 공적 장소와 사적 장소를 불문하고 삶, 그 자체가 되었다.¹²⁾

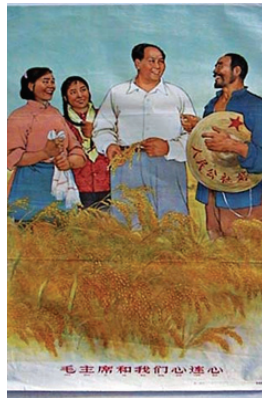
마오 숭배가 하루아침에 사회 전반에 만연된 것은 아니었다. ‘선전은 대중에 과고들기 위한 정치권력의 행동강령이었다. 자끄 엘릴은 마오쩌둥의 선전 작업을 다음과 같이 평가한다. “초기의 선전은 역시 감정적이었다. 즉 증오심을 깨우고, 국가에 대한 애국적 감정을 고취하며, 군인의 자부심을 부여하고, 억압에 대한 두려움을 일으키는 것이다.”¹³⁾ 건국 이후 17년 간, 집회는 선전·선동의 장소였다. 집회에서의 구호, 행진, 플래카드 등이 군중을 집결시키는 데 일조했는데, 특히 포스터가 선전 효과를 극대화했다. 간결한 이미지, 격정적 메시지, 투쟁적 구호가 응축되어 정치권력의 의지를 분명하게 전달했던 것이다.

그런데 문혁 시기 포스터는 변화된 양상을 보인다. 포스터는 ‘새로운 프롤레타리아 문화 창조’의 구호 아래 대중의 역량을 집중시키는데 큰 공헌을 했는데, 특히 마오가 편안하고 소탈한 모습으로 대중들과 어울리는 모습에 포커스가 맞추어졌다. 연화, 유화, 국화, 판화 등 다양한 장르의 포스터가 대량 제작되었다. 그리고 촘촘한 유통망을 통해 관공서, 학교, 공장, 가정에 배포되었다.

11) ‘충자무(忠字舞)’는 마오에 대한 충성의 뜻을 기리는 가무이다.

12) 지난 세기 권력의 패러다임 변화에 대해 푸코는 ‘생체권력’이라는 개념을 제시했다. 이는 사회를 통제하는 명령 메커니즘이 ‘민주적’인 방식으로, 일상의 장에 침투하여, 구성원들의 두뇌와 신체에 퍼져 있는 형태를 말한다. 이제 개인들에 대한 사회의 통제는 의식이나 이데올로기를 통해서만 이루어지는 것이 아니라 신체 속에서, 그리고 신체와 함께 이루어지기도 한다. 푸코가 생체정치학을 언급했을 때 그것은 자본주의 체제를 겨냥한 것이었지만, 사회주의 체제도 예외는 아니었다. 미셸 푸코, 이규현·문경자·이혜숙 옮김, 『성의 역사 1.2.3』, 나남, 1990년 참조.

13) 자끄 엘릴, 하태환 옮김, 『선전: 순수한 신앙과 불온한 선전의 동거』, 대장간, 2012년, 414~415쪽.



〈사진3〉



〈사진4〉

〈사진3〉¹⁴⁾에서 마오는 논밭을 거닐며 촌민들과 마을 돌아가는 사정에 대해 허심탄회하게 이야기를 나누고 있다. 수확물을 보며 농민들과 더불어 풍년의 기쁨을 함께 한다. 그런데 서구식 복장을 싫어했던 마오가 의외로 양복을 입고 있다. 그런데 자세히 살펴보면 흰 와이셔츠의 깃은 넓어 있고 바지는 주름져 있다. 그의 모습은 국가의 지도자라기보다 차라리 농촌마을의 촌장처럼 보인다. 한편 〈사진4〉¹⁵⁾에서는 마오가 뒤따르는 아이들에게 지평선 너머를 가리키는 모습이 보인다. 진정한 지도자는 비전을 제시할 수 있는 탁견을 지녀야 했다. 이 포스터는 대중이 회구하는 영웅 이미지를 정확하게 시각화했다. 즉 친근하고 소탈한 태도로 대중과 일상을 함께 하지만, 그러면서도 못 사람들과는 다르게 대승적 안목과 원대한 포부를 지닌 지도자 상을 창출해냈다.

마오는 대중의 일상에 성공적으로 진입했다. 흥미로운 것은, 바로 이 순간 마오와 대중이 ‘유사·혈연’ 관계로 맺어졌다는 점이다. 양자의 관계는 더 이상 ‘최고 지도자와 국가 구성원’이라든지 ‘권력자와 추종자’, 혹은 ‘지배자와 피지배자’의 틀로 설명될 수 없었다. 마오는 마치 ‘자애로운 아버지’처럼 대중을 보살피기 시작했다.

14) 〈사진3〉: 「毛主席和我们心连心」, 문혁 시기 국화(国画), 연도미상, 160만장 인쇄, 智能读图信息聚合, 376×500, 30KB, 인터넷 출처: www.360doc.com.

15) 〈사진4〉: 「毛主席来到黄河岸对开」, 문혁선전화, 달력, 77~79년도 제작, 智能读图信息聚合, 1082×738, 122KB, 인터넷 출처: www.997788.com.



〈사진5〉

〈사진5〉¹⁶⁾에서 마오는 건설현장을 찾았다. 그는 그곳에서 또 다른 ‘아들들’을 만날 수 있었다. 마오는 청년 노동자들을 만나 노고를 치하하고, 아울러 신중국 건설을 위해 힘써 줄 것을 당부했다. 그런데 마오와 그를 둘러싼 노동자들은 부자 혹은 부너지간을 연상시킬 만큼 돈독해 보인다. 마오는 다정하지만 단호한 표정으로 노동자의 사명을 일깨워주고 있다. 앞에 선 청년들은 공손하게 경청한다. 이 지점에서 신중국은 ‘거대한 가정’으로 전환된다. 그리고 정치가와 대중은 가족 구성원들 사이에 있을 법한 ‘애정’과 ‘신뢰’로 연결된다. ‘군사부일체(君師父一體)’라는 오래된 경구가 다시금 실현되는 순간이었다.

문혁 시기 마오 숭배는 ‘일상’의 기호로 구현되었다. 숭배(崇拜)는 본래 신이나 부처, 최소한 범인의 경지를 벗어난 초인에 대해 우러르고 공경하는 태도를 의미한다. 그러한 숭배가 지극히 일상적인 맥락 위에서 진행되었다는 점은 아이러니컬하지 않을 수 없는데, 다음의 일화는 시사해주는 바가 크다. 미국 아이오와 주립대학 인류학과 교수 황수민(黃樹民)은 1985년 중국 농촌마을에서 현지연구를 진행할 당시 한 노파의 방문을 받았다. 사기를 당해 억울한 심정을 토로하는 노파에게 그는 정중히 자신이 해야 할 일을 물었다. 노파는 대답했다. “나는 우리같이 가난

16) 「光輝的道路 燦爛的前程」, 1975년 제작. Anchee Min, Duo Duo and Stefan R. Landsberger, 『Chinese Propaganda Posters』, TASCHEN, 2011년, 46~47쪽 게재.

한 농민들이 당한 불공정한 일들을 조사하도록 마오 주석이 당신을 보냈다는 걸 알아요! 내 문제를 마오 주석에게 보고해 주세요. 우리같이 가난한 농민들을 걱정해 줄 사람은 마오 주석밖에 없어요!”¹⁷⁾ 마오쩌둥 사망 10년 후에 일어난 이 기이한 이야기는 마오 숭배가 정치가와 대중 간의 교환관계¹⁸⁾를 토대로 이루어졌다는 점을 암시해준다. 개인이 충성·지지·동원을 보낼 때 전제조건이 있는데, 그건 해당 정치가가 반드시 모종의 보답을 해주리라는 기대와 신뢰이다. 노파에게 마오는 자신의 손실을 보상해줄 권력을 지닌 정치가, 즉 자기 권리와 이익을 담보해주는 존재였다. 교환에는 정서적 관계를 맺게 하는 힘이 있다. 마오는 성공적으로 타산적 기제에서 심리적 기제로 이동할 수 있었다. 그리하여 사회 전반에 숭배와 복종의 매커니즘이 형성되었다.

4. 마오에 대한 기억과 소비의 향연

개혁개방 이후 고속 경제성장에도 불구하고 중국인들의 내면은 유쾌하지만은 않았다. 가난한 농촌을 떠나 풍요로운 도시로 몰려든 사람들은 곧 깨닫게 되었으니, 부는 소수의 전유물이었고 자신 앞에 놓인 것은 이전보다도 더 고단한 일상이었다. 그들이 회귀한 곳은 공간의 고향이 아니라 시간의 고향이었다. 강력한 카리스마로 자신들을 이끌고 ‘차이나 드림’을 꿈꾸게 해주었던 마오, 가난했으나 모두 가난했고, 장차 모두가 부유해지는 사회를 약속 받았던 마오의 시대는 행복하게 회고되었다. 거리에는 ‘동방홍’ 주제가가 흘러나왔고, 마오 어록 수집이 유행했으며, 『마오쩌둥선집』이 베스트셀러 반열에 올랐다.

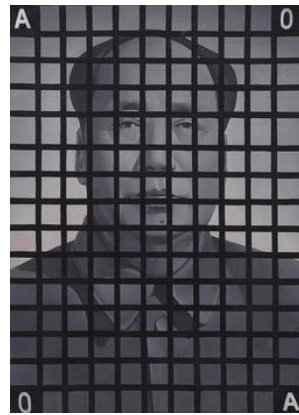
90년대 초반 일어난 마오쩌둥 열풍(毛熱)을 냉소적으로 바라보는 사람들이 있었다. 팡리쥘, 위에민쥘, 리우웨이, 야샤오빈, 송용홍 등 ‘정치팝’¹⁹⁾ 계열의 화가

17) 황수민, 양영균 옮김, 『린마오 이야기』, 이산, 2008년, 163쪽.

18) 국가와 인민 사이의 증여적 체제에 대해서는 다음 저서를 참조함. 마르셀 모스, 류정아 옮김, 『증여론』, 한길사, 2002년.

19) 중국의 젊은 화가들은 1990년대에 들어 폼브리치의 수정론과 데리다의 해체주의를 수용하면서 예술의 본질을 다시금 사고하게 되었다. 그들은 TV, 대중 스타, 광고, 게임, 가라오

들이었다. 가장 먼저 금기를 깨뜨린 이는 왕광이(王广义)였다. 여러 정치적 착오에도 불구하고 마오는 중화인민공화국의 영원한 지도자이자 중국 사회주의 이데올로기의 상징으로 여겨져 왔었다.²⁰⁾ 그러한 마오의 아우라가 왕광이의 붓 끝에서 탈색되기 시작했다. <사진6>²¹⁾은 마치 오래된 영정사진처럼 보인다. 흑백의 색조로만 그려진 마오는 표정마저 한없이 음울하다. 그러나 왕광이는 거기서 멈추지 않았다. 마오에게서 지도자의 카리스마와 ‘차이나 드림’에의 희망을 제거했을 뿐 아니라 검은 격자로 덧칠하여 마오를 역사의 감옥에 가두어버렸다.



<사진6>

한편에서 마오를 향수하는 동안 또 다른 한편에서 마오를 애써 지워나갔다는 사실은 이율배반적이다. 우선 90년대 들어 전개된 애국주의 교육운동 및 혁명정신에 대한 재평가를 잠시 접어두더라도, 마오 열풍의 주체가 다름 아닌 사회 저층이었다는 점²²⁾은 간과할 수 없다. 양극화가 극심해지면서 사회 저층의 소외와 불안이 증대되었다. 힐링(healing)이 필요했던 그들은 마오를 소환함으로써 잠시나마 현실에서 도피할 수 있었다. 반면 정치팝 화가들은 중국사회 마지막 ‘지식인’이었다. 지식인을 사회에 대한 책임의식과 정치권력에 대한 비판정신을 지니고 실천

케, 복사기, 팩스가 유행하는 현실에 상응하는 방식으로 작업을 전환했다. 리췌엔팅은 중국의 팝 아트를 ‘정치-팝’으로 명명했다. 이 계열의 화가들은 6·4 텐안먼 사건 이후 팽배해 진 허무주의 정서를 미술계로 끌어들이려 큰 반향을 일으켰다. 건달, 바보, 깡패, 변태 등을 소재로 삼아 무력함, 실없음, 야유, 조소, 변태적 행위 등을 묘사함으로써 중국 사회의 허위를 마음껏 비웃었다. 이보연 지음, 『이슈, 중국현대미술』, 서울, 시공사, 2008. 507~510쪽 참조.

20) 1981년 6월, 중국 공산당은 ‘건국 이래 당의 일부 역사문제에 관한 결의(關於建國以來黨的若干歷史問題的決議)’를 통해 문화대혁명은 당과 국가, 그리고 인민에게 심각한 좌절과 손실을 가져다준 역사의 오류이며 마오쩌둥의 책임이라고 규정했다. 그러나 이를 마지막으로 마오쩌둥에 대한 공식적 평가 작업은 더 이상 진척되지 않았다.

21) 王广义, 1988~1989, 인터넷 출처: auction.zhuokearts.com, 1803×2500, 824KB, JPG.

22) 이광수, 「중국공산당의 정치선전과 홍색문화열」, 『동북아연구』 제28권 2호, 2013년, 346쪽.

을 행하는 자로 정의 내린다면 말이다. 그런데 그들은 6·4 세대로서 좀 더 복합적인 정신세계를 지니고 있었다. 혁명의 실패와 자본주의 세례가 동시에 진행되던 시절이었다. 그들이 간신히 부여잡고 있던 저항의식은 환멸과 무기력의 장력에 점차 희미해져갔다.



〈사진7〉



〈사진8〉

그런 그들에게 모델이 된 것은 중국 미술계의 타자인 앤디워홀이었다. 미국 출신으로서 ‘팝-아트’의 대부 격인 앤디워홀은 50년대부터 반복의 기교를 통해 예술이 사라진 무한복제 사회를 조소한 바 있다. 대중적으로 가장 유명한 작품은 「마를린 먼로」(〈사진7〉²³⁾)이다. 9개의 기본 색조를 조합하여 여러 가지 표정을 지닌 마를린 먼로를 병렬식으로 구성한 작품이다. 이어서 앤디워홀은 마오쩌둥을 화폭에 담았다. 마오의 얼굴은 푸른 빛, 붉은 빛, 흰 빛, 회색 빛으로 채색되어 기괴해 보이는데, 반대로 중산복의 색조라든지 배경화면은 슈퍼츄즈 사탕의 포장지처럼 발랄하기 그지없다. (〈사진8〉²⁴⁾)

앤디워홀은 마오 덕분에 인생의 전환점을 맞이했다. 1972년, 중국이 미국과 수교를 맺고 연합국 안보리 석상을 차지하는 이른바 ‘세기적 사건’이 벌어지자 앤디

23) 「마를린 먼로」, 앤디워홀, 1962년도 제작.

24) 图片来源网站, “艺术贩卖者”, 安迪·沃霍尔, news.163.com 图片信息.



〈사진9〉

위훤의 마오 초상화는 관심의 표적이 되었다. 마오를 등에 업은 앤디위훤의 고공행진은 계속되었다. 2008년 5월, 홍콩에서 열린 전람회에 걸린 앤디위훤의 초상화 「마오쩌둥」(〈사진9〉²⁵⁾)이 개인경매를 통해 82억 인민폐로 판매되었다. 중국 미술시장에서의 최고 액수이자 앤디위훤에게 있어서도 역시 최고 판매가였다. 마오쩌둥은 '정치 아이콘'에서 '상업 아이콘'으로 전환되었다. 지난 세기 마오의 정치적 카리스마는 21세기 무궁무진한 화폐 가치로 이어졌다.

중국 화가들은 세계시장의 유행을 민감하게 감지했다. 1989년 '중국현대예술전'에 왕광이의 「마오쩌둥 1호」가 출품되었을 당시에는 국가권력에 대항하고자 하는 의지가 팽배했다. 그러나 1993년 홍콩의 '후' 89 중국 신예술의 성공 이후 베니스 비엔날레를 비롯한 국제무대의 갈채 속에 중국 화가들의 위상이 높아지는 것과 동시에 정치파의 순수성과 전위성은 의심 받기 시작했다.²⁶⁾ 이어서 쏟아져 나온 마오 이미지는 확실히 이전과 다르다. 〈사진10〉²⁷⁾은 천단칭(陈丹青)의 작품이다. 천안문 광장 앞에 걸린 대형 초상화와 대조적이다. 근엄하면서도 자애로운 모습은 간 데 없고 용숙해 보이는 인상이다. 이 작품의 포인트는 마오의 시선 처리에 있다. 옆으로 흘려 뜬 눈동자는 왼쪽 상단을 향하고 있는데 비열하며 교활한 성품이 드러나는 듯하다. 위로 치켜 올라간 입 꼬리는 턱 위 커다란 점과 함께 천박해 보인다.

25) 图片来源网站, 安迪·沃霍尔, youhua.art86.cn, 图片信息, 380 × 492, 36KB, JPG.

26) 이보연, 앞의 책, 471쪽 참조.

27) 图片来源网站, 陈丹青笔下的毛泽东, blog.163.com, 图片信息.



〈사진10〉



〈사진11〉

정치팝은 형식의 유희로 빠져들었다. 마오를 대상으로 조롱과 야유의 포즈를 선택한 것을 비판의 새로운 양식이라고 판단하기에는 무리가 있다. 오히려 비판정신의 소진으로 보아도 무방하다. 국가권력의 용인이 이를 반증한다. 중국의 특성상 문화예술품은 결코 독립적으로 제작, 유통될 수 없다. 더군다나 중국 사회주의의 거인 마오를 소재로 했을 때 중국정부의 검열을 피하기 어렵다. 그럼에도 불구하고 마오에 대한 회화화가 가능했다는 것은 현 정치권력의 암묵적 동의가 있었다는 사실을 가늠하게 해준다. 즉 정치팝에서의 ‘정치’는 마오의 사회주의로 한정된다. 포스트 사회주의 정치인들이 그물망을 빠져나와 먼발치서 관망할 때 정치팝의 마오 이미지는 전혀 예상치 못한 목적에 봉사하게 되었다.²⁸⁾

〈사진11〉²⁹⁾은 인터넷에서 떠도는 것으로서, 마오의 회화화는 여기서 정점에 이른다. 마오가 아이를 안고 있는데 마오의 얼굴 부분이 인민폐 10원으로 대체되었다. 빛나던 사회주의 이데올로기가 배금주의로 덧칠되어버린 듯하다. 갓난아이의 얼굴을 자세히 들여다보면 역시 또 다른 ‘마오’이다. 늙은 얼굴에 신생아의 몸을

28) 김영미, 「마오 Mao’ 이미지와 포스트모더니즘/포스트사회주의-1990년대 신세대 작가를 중심으로」, 『中蘇研究』 제35권 제2호, 2011 여름, 83쪽, 104쪽 참조.

29) 图片来源网站, 玩笑开到毛泽东头上去, www.52shanghe.com 图片信息, 346 × 467, 38KB, JPG.

가진 아이, 지난 세기 중국의 영적 지도자에 대한 노골적인 모독이다. 현재의 ‘마오’는 중국 대중의 심중에 자리 잡은 냉소와 희의를 보여준다.



〈사진12〉

〈사진13〉

〈사진14〉

중국 대중의 소비욕망이 그 대상이 마오라고 해서 빗겨나간 것은 아니었다. ‘중화민족의 위대한 지도자’ 마오는 본인이 그토록 원했던 것처럼 대중과 한층 더 가까워졌다. 하지만 그것은 마오가 상상치도 못했던 방식을 통해서였다. 사람들은 마오를 ‘소비’하기 시작했다. 장난기 가득한 표정의 마오가 완구품으로 제작되는가 하면(〈사진12〉³⁰⁾), 마오의 얼굴이 그려진 후드 티가 유행하기도 했다.(〈사진13〉³¹⁾) 2012년 9월 22일, 무창현 화림반묘원(华林半亩园) 미술관에서 개최된 ‘육진비현 대도예전(浴陈飞现代陶艺展)’에서, 천페이(陈飞)는 〈사진14〉와 같은 도예품을 선보였다. 핑크색 바탕 위에서 하얗고 매끈한 얼굴의 마오가 앙증맞은 손을 흔들고 있다. 사람들은 이제 진지하고 엄숙한 ‘마오’를 거부한다. 그들이 원하는 것은 부담 없이 즐길 수 있는 유쾌한 ‘마오’이다. 이로써 정치적 엄숙주의가 타파되고 표현의 자유를 획득했다고 평가할 수도 있다. 하지만 농치지 말아야 할 것은, 중국 대중이 이미 사망한 권력자를 희롱하는 동안 21세기 새로운 통치형태인 금권력이 그들의 어깨 위로 안전하게 정착했다는 사실이다.

30) 可爱q版伟人, www.meilishuo.com 图片信息, 200 × 200, 16KB, JPG.

31) 图片来源网站, 个性精品, 毛泽东 无限忠诚., bbs.jj.online.cq.cn 图片信息, 120 × 120, 6KB, JPG.

5. 나가며

1126년에 죽은 베르나르는 ‘거인의 어깨 위에 서 있어 거인보다 더 멀리 볼 수 있는 난장이’라는 격언을 남겼다.³²⁾ 당대인들은 항상 선조보다 더 많이 그리고 더 멀리 보는데, 그 이유는 당대인이 더 예리한 시각을 가졌기 때문이 아니라 단지 선조의 거대한 신장 위에 올라탔기 때문이라는 것이다. 이미 죽어간 이들의 정신적 힘에 의해 뒷받침되어, 그들로부터 물려받은 유산을 소유함으로써, 당대인들은 앞으로 전진한다.

마오쩌둥 사망 이후 40년이 흘렀다. 어쩌면 우리와 동시대를 살고 있는 중국인은 마오쩌둥 어깨 위에 올라탄 난장이들일 지도 모른다. 그들은 나날이 발전하고 있다. 물질적으로 풍요로워졌으며, 군사력에서도 전혀 밀리지 않고, G2라는 이름 하에 미국과 견줄 만한 세계 강대국으로 발돋움하고 있다. 하지만 늘 그렇듯이 발전과 퇴보는 동시에 진행된다. 포스트사회주의 시대 중국인은 이전보다 발전했지만 덜 ‘훌륭’하다. 그들은 이데올로기적 순결성으로부터 늘 강박관념을 느끼고 있는데, 그리하여 앞서 간 거인 마오쩌둥을 온전히 끌어안지도 완전히 내치지도 못한다.

다음 두 가지 사례는 의미심장하다.

2009년 중국 인터넷을 뜨겁게 달군 인물이 있다. 바로 마오쩌둥 동상에 올라탄 여대생이다. 후난성에 위치한 놀이공원 ‘세계의 창’에는 ‘후난 위인 100인 동상’이 설치되어 있다. 당연히 그중 1인은 마오쩌둥이다. 친구들과 공원을 찾은 문제의 여대생은 마오쩌둥의 어깨에 올라탄 채로 미소 짓고 있는 사진을 인터넷에 공개했다. 남자친구가 동상에 올라가는 여대생을 돕고 나머지 여성 2명이 사진을 찍었다고 한다. 인터넷 공간은 순식간에 비난과 욕설이 담긴 댓글로 가득 채워졌다. 사건 직후, 사진 속 주인공이 본인이라고 밝힌 여성이 인터넷에 사죄문을 발표했다. “매일 부모로부터 사상교육을 받으며, 무서워서 학교에도 가지 못하고 집안에만 갇혀

32) M. 칼리니스쿠, 이영욱 외 옮김, 『모더니티의 다섯 얼굴』, 시각과 언어, 1998년, 25~26쪽 참조.

있는 상태로, 수면제 없이는 밤에 잠도 잘 자지 못 한다”는 것이다.

또 한 사례이다. 허난성 정부가 5억 원이 넘는 거액을 들여 건립하던 36미터 높이의 마오쩌둥 동상이 완공 직전에 철거당했다. 관계자는 “농촌 주민들이 돈을 모아 황무지에 동상을 짓는데 도대체 뭐가 문제인가?”라고 의문을 제기했지만, 해당기관인 국토자원국에서는 철거 이유에 대해 구체적으로 밝히지 않았다. 게다가 포털사이트 소후닷컴(搜狐)에서 마오쩌둥 동상 철거와 관련해 설문조사를 실시한 결과, 응답자 1만2천 여 명 중 “동상 건립이 필요 없다”고 답한 응답자가 전체의 46.64%를 차지해 가장 많았으며, 철거에 대해서도 “건립 초기에 제대로 제지를 하지 않아 예산을 낭비했다”는 대답이 58.15%로 가장 많았다고 한다.

마오를 향한 경외심과 이제 그만 그를 외면하고 싶은 심정이 드러나는 모순적 사례들이다. 분명한 건, 솔한 정치적 과오에도 불구하고 현재의 중국 대중이 그를 향한 애증의 끈을 놓지 않고 있다는 점이다. 이 논문에서는 건국 이후 현재까지 마오 이미지가 제작, 유통, 수용되는 과정을 살펴봄으로써 사회주의 체제의 변전에 따른 중국 대중의 정서적 양태를 고찰하였다. 2013년 12월 26일에 있었던 ‘마오쩌둥 탄생 120주년 기념 좌담회’에서 시진핑은 문혁 시절 개인적 고충이 있었음에도 불구하고 마오를 ‘위인(偉人)’으로 평가했다. “바다와 강이 뒤집어져 큰 파도를 일으키고(倒海翻江卷巨瀾)”, “험한 요새가 철옹성 같아도(雄關漫道真如鐵)” 시종일관 혁명의 길을 걸었던 이상주의자 마오..... 마오에 대한 시진핑의 찬사는 열렬했다. 하지만 그 이면의 정치적 타산은 별도로 고려해야 할 사항이다. 마오에 대한 정치계의 사후적 평가와 대중매체의 이미지 재현은 앞으로도 꾸준히 주시되어야 한다. 향후 중국의 동향이 바로 이 지점으로부터 명징하게 드러나기 때문이다.

〈參考文獻〉

- 롤랑바르트, 이화여자대학교 기호학연구소 옮김, 『현대의 신화』, 동문선, 1997.
- 에케하르트 케멀링 편집, 이한순 외 옮김, 『도상학과 도상해석학』, 사계절, 2012.
- 마셜 매클루언, 박정규 옮김, 『미디어의 이해』, 커뮤니케이션북스, 2008.
- 자크 엘월, 하태환 옮김, 『선전: 순수한 신앙과 불온한 선전의 동거』, 대장간, 2012.
- 미셸 푸코, 이규현·문경자·이혜숙 옮김, 『성의 역사1,2,3』, 나남, 1990.
- 마르셀 모스, 류정아 옮김, 『증여론』, 한길사, 2002.
- 황수민, 양영균 옮김, 『린마을 이야기』, 이산, 2008.
- M. 칼리니스쿠, 이영욱 외 옮김, 『모더니티의 다섯 얼굴』, 시각과 언어, 1998.
- 이보연 지음, 『이슈, 중국현대미술』, 서울, 시공사, 2008.
- 이강원, 『광고효과와 매체계획의 이해』, (주)KADD, 2001.
- 김영미, 「마오 Mao' 이미지와 포스트모더니즘/포스트사회주의-1990년대 신세대 작가를 중심으로」, 『中蘇研究』 제35권 제2호, 2011 여름.
- 이광수, 「중국공산당의 정치선전과 홍색문화열」, 『동북아연구』 제28권 2호, 2013.
- 박세연, 「문화혁명기 이후의 중국의 사회주의 팝아트」, 『미술이론과 현장』 제6호, 2008.
- 『大衆電影』, 1950年 6月号 第1期-1966年6月号, 總306期.
- 曠晨·潘良編, 『我們的50年代』, 『我們的60年代』, 中國友誼出版公司, 2006年.
- 許善斌, 『証照百年: 旧紙片上的中國生活圖景』, 中國言實出版社, 2006年.
- _____, 『証照中國1949-1966』, 『証照中國1966-1976』, 新華書店, 2009年.
- 陳煜編, 『中國生活記憶—建國60年民生往事』, 中國輕工業出版社, 2009年.
- Lincoln and Ann Tompkins, 『CHINESE POSTERS』, CHRONICLE BOOKS, 2007.
- Anchee Min, Duo Duo and Stefan R. Landsberger, 『Chinese Propaganda Posters』, TASCHEN GmbH, 2011.
- Wang. Ban. 『The Sublime Figure of History: Aesthetics and Politics in Twentieth—Century China』, Stanford University Press, 1997.
- Harriet Evans and Stephanie Donald: 『Picturing Power in the People's Republic of china』, 1999.

〈Abstract〉

The Affects Geography of the General Public in China
in Terms of Mao's Image Transformation

Lee, Seung-Hee

The purpose of this study is to investigate the affects picture of the general public in China in terms of Mao's image transformation based on the periodical value system of each age, targeting a film magazine <Popular Cinema> at the early age of modern China, propaganda poster during the Cultural Revolution and a caricature the 'Political Pop' after economic reform.

First, this paper will demonstrate how Chinese history is to be defined and reshaped in connection with the relationships between Mao and the masses in general by analyzing the first Chinese film magazine <Popular Cinema> based on the way and visually technical strategies in making him the best hero at that time. Second, this study explicates how sublime and routine life is overlapped through the verification of hero's individualities currently receiving public favor, particularly based on Mao's heroic image appeared in propaganda posters during the Cultural Revolution. Third, I tried to illuminate the skeptical sentiment of the general mass of China against the socialistic ideology during the time of post-cold war including the transformation of Chinese society by categorizing as a type of 'Political Pop' and making a caricature of Mao's portrait in general.

As the socialist ideology in China has been often adapted, Mao's image has also been repeatedly modified into a sanctity, daily and caricature. As the foundation of political power, the image of modern politician positively reflects a social structure. As a result, this study finally examined the historical process of the masses in China by analyzing the image of Mao focusing on the way how the mass transformed from the public to consumers during the cold war and post-cold war.

22 中國文化研究 第33輯

Key Words: Mao Zedong, image, affects geography, Popular Cinema, propaganda poster, politics-pop, re-composition of history, consecration, routinized, People, consumer.

이 논문은 2016년 7월 10일에 접수되어 2016년 7월 30일에 심사가 완료되고 2016년 7월 30일에 게재가 확정되었음