

# 『혀끝으로 만나는 중국(舌尖上的中國)』을 통해 본 중국 중산층의 불안과 해소

권도경\*

## <目 次>

1. 들어가며
2. 현실과 이상의 간극
3. 간극의 봉합과 상상적 결말
4. 나오며

## 1. 들어가며

2012년 5월 14일 중국의 CCTV에서 방영된 중국의 음식에 관한 다큐멘터리 『혀끝으로 만나는 중국(舌尖上的中國)』(이하, 『혀끝』)<sup>1)</sup>은 방영 당시 평균 시청률 0.5%를 기록하며 큰 인기를 얻었으며, 동시간대 다른 채널에서 방영된 드라마보다 높은 시청률을 기록했다.<sup>2)</sup> 이 같은 인기에 힘입어, 인터넷에는 ‘혀끝으로 만나는 XX’라는 제목을 단 시리즈가 등장하여 각 학교, 지역의 맛집 목록이 유행했으며, 『혀끝』의 내레이션과 유사한 설명을 곁들인 혀끝체(舌尖體)가 유행하기도 했다.<sup>3)</sup> 이후 2014년 4월에는 시즌 2가, 2018년 2월에는 시즌 3이 방영되었으며,

\* 서강대학교 중국연구소 연구교수

1) 2012년, MBC와 중화TV를 통해 한국에서도 방영되었는데, 이 당시 제목이 원제목의 직역인 ‘혀끝 위의 중국’이 아닌 『혀끝으로 만나는 중국』이었다. 본고에서는 이 한국어 번역을 따랐다.

2) <http://ent.sina.com.cn/v/m/2012-05-23/11003637756.shtml> (검색일: 2018.10.1.)

3) <https://baike.baidu.com/item/%E8%88%8C%E5%B0%96%E4%BD%93/3165397> (검색일: 2018.10.1.) ‘혀끝으로 만나는 베이징대(舌尖上的北大)’, ‘혀끝으로 만나는 칭화

높은 작품성과 흥행 성적 덕분에 중국 음식 다큐멘터리의 새로운 역사를 썼다고 평가받고 있다. 또한 이 다큐멘터리를 시작으로 중국에서도 음식 관련 방송 열풍이 불어, 『十二道鋒味』(浙江衛視, 2014), 『星廚駕到』(江蘇衛視, 2014), 『加油小當家』(江蘇衛視, 2015), 『拜托了冰箱』(騰訊視頻, 2015), 『心動的味道』(安徽衛視, 2016), 『中餐廳』(湖南衛視, 2017) 등 다양한 프로그램들이 방영되기 시작했고 현재도 인터넷 방송을 포함한 다양한 채널을 통해 많은 음식 프로그램들이 인기리에 방영되고 있다.

이러한 분위기 속에 『허끝』에 대한 평론과 연구도 중국에서 다수 발표되었는데, 크게 다음과 같이 정리해볼 수 있다.<sup>4)</sup> 첫째, 『허끝』에서 묘사된 주요 지점을 설명한 것으로, 가족에 대한 기억, 인생 철학 등을 설명하거나, 카메라 워크, 배경 음악 등의 효과 등을 분석한 논문이다. 대표적으로 야오홍레이(姚洪磊)는 이 다큐멘터리가 집밥(家常菜)을 묘사한다는 데 중점을 두고, ‘집’이 작게는 가족, 크게는 고향을 의미하며, 음식을 통해 가족의 정을 드러냈다고 보았다.<sup>5)</sup> 둘째, 『허끝』에서 소개된 음식이 지니는 보편성 덕분에 이 다큐멘터리가 국경을 넘어 각국 시청자들의 공감대를 얻을 수 있었고, 음식과 함께 묘사된 아름다운 자연 환경, 사람들의 근면한 모습이 세계 속에서 중국과 중국인의 이미지를 형성하는 데 좋은 영향을 미쳤다고 보았다.<sup>6)</sup> 또한 이러한 근거를 바탕으로 『허끝』이 중국 본토, 중국 문화의 정체성 형성과 밀접한 관련이 있다고 분석하기도 했다. 리나(曆娜)는 가족이 함께 모여 식사하는 장면, 지역 사람들이 중양절(重陽節)을 함께 보내는 장면 등

대(舌尖上的清華)’ 등의 시리즈를 예로 들 수 있다.

- 4) 국내의 관련 연구로는 석사학위논문 한 편과 소논문 한 편이 있다. 적가우는 석사학위논문인 『중국 음식 다큐멘터리 사례 연구: 허 끝으로 만나는 중국 I 을 중심으로』(건국대학교, 2018)에서 이 다큐멘터리의 성공 요인을 분석하고, 한국의 음식 프로그램인 『한국인의 밥상』을 함께 비교했다. 소논문 「다큐멘터리 시각적 요소 속의 인문학 구현-『허 끝으로 만나는 중국』(중국CCTV) 중심으로」의 경우, 『허끝』의 내레이션 및 자연 보호에 대한 묘사들이 인문주의적 특징을 지니고 있다고 보았으며, 이러한 특징 덕분에 이 다큐멘터리가 시청자들의 사랑을 받을 수 있었다고 해석했다.
- 5) 姚洪磊, 「家鄉的記憶·生存的真理·生活的詩意——紀錄片『舌尖上的中國』的觀照與呈現」, 『傳媒觀察』, 2015年2期, 40쪽.
- 6) 대표적인 예로 吳迪, 陳一, 「探析紀錄片中的國家形象塑造-以『舌尖上的中國』爲例」, 『視聽』, 2016年4期를 들 수 있다.

을 예로 들어 이 다큐멘터리가 중국 민족의 정체성을 형성하는 데 영향을 미쳤다고 보았다.<sup>7)</sup> 셋째, 『혀끝』의 주요 특징은 ‘평민화(平民化)’로, 이 연구들은 평민화된 서사 방식 및 평민화 된 주제 덕분에 이 다큐멘터리가 더욱 쉽게 시청자들의 공감을 얻을 수 있었다고 보았다. 이 연구들은 대개 ‘백성은 먹는 것을 하늘로 여긴다.(民以食爲天)’라는 말을 바탕으로 음식에 대한 소재 자체가 이미 일상생활과 밀접한 관련을 맺고 있으며, 『혀끝』에는 유명 요리사나 음식 전문가 대신 일상생활에서 흔히 볼 수 있는 보통의 사람들이 등장한다는 것을 주요 근거로 삼고 있다.<sup>8)</sup> 이와 같은 기존의 연구들은 대부분 『혀끝』이 인기를 얻을 수 있었던 요인이나 주요 특징에 대해 설명하고 있다는 점에서 의미를 지닌다.

하지만 필자가 보기에 『혀끝』이 ‘음식’에 관한 프로그램이라는 점에 착안하여, 이 프로그램이 등장할 수 있었던 배경을 살펴본다면 기존의 연구 성과와는 다른 결론을 도출할 수 있을 것이라고 여긴다. 일반적으로 음식에 대한 관심은 경제 성장 및 음식 산업의 발달과 매우 밀접한 관계를 맺고 있으며, 중국인들의 음식에 대한 관심도 예외가 아니다. 1983년에 발표된 루원푸(陸文夫)의 소설 『미식가(美食家)』의 줄거리를 통해서도 이러한 변화를 발견할 수 있는데, 주인공인 주쯔예(朱自治)는 하루 종일 배불리 먹는 것에만 관심을 쏟는, 일하지 않는 부르주아로 가오샤오팅(高小庭)은 과거에 이런 주쯔예를 경멸했었다. 하지만 시간이 흘러 개혁개방 이후, 주쯔예가 ‘미식 전문가’가 되면서, 가오샤오팅은 과거 놓고 먹기 좋아하는 ‘기생충’에서 여유 있고 인생을 즐길 줄 아는 ‘미식가’로 변신한 주쯔예를 발견하고 마음이 복잡해진다.<sup>9)</sup> 이는 중국 사회의 변화와 함께 주쯔예에 대한 관점도 변화했음을 보여주며, 현재 중국 사회에 삼시간에 늘어난 요식업체들을 통해서도 알 수 있듯, 음식에의 관심과 미식에 대한 추구는 경제적, 시간적 여유가 있는 사람들에게서 흔히 발견되는 일종의 취미 생활로 자연스럽게 자리 잡았고, 이러한 대중들의 욕구를 반영하는 것이라고 할 수 있다.

7) 曆娜, 「多模態話語分析視角下的文化認同建構策略-以『舌尖上的中國』爲例」, 『教育現代化』, 2017年43期.

8) 대표적인 예로 梁鑫, 張志強, 「平民化視角淺談紀錄片『舌尖上的中國』」, 『新聞研究導刊』, 2014年15期를 들 수 있다.

9) 張慧瑜, 『當代中國的文化想象與社會重構』, 廣州, 中山大學出版社, 2014, 154-155쪽.

음식에 대한 관심의 증대는 또 다른 한 가지 측면과 연관되어 있는데, 이것은 바로 웰빙 생활과 직결되는 식품 안전 문제이다. 경제가 성장하고 사회가 발전하면서, 음식은 단순히 생존을 위한 수단을 넘어서, 건강 및 웰빙과 밀접한 연관을 지니게 되었으며, 이 와중에 터진 음식 안전 문제들은 경제 성장과 이익 추구에만 급급했던 사회적 분위기를 다시 되돌아보도록 하는 계기가 되었다. 특히 중국에서 큰 이슈를 낳았던 식품 안전에 관한 사건으로는 2008년의 멜라민 분유 사건,<sup>10)</sup> 2011년의 중국 각지의 지하수 기름(地溝油) 사건<sup>11)</sup> 등을 꼽을 수 있다. 이 사건들은 생명과 직결되는 문제로 중국인들에게 식품 안전 문제에 대한 경각심을 불러 일으키는 중요한 계기가 되었다.

시즌 1 『허끝』의 일곱 편의 이야기 제목—「자연의 선물(自然的饋贈)」, 「주식 이야기(主食的故事)」, 「변화의 영감(轉化的靈感)」, 「시간의 맛(時間的味道)」, 「주방의 비밀(廚房的秘密)」, 「오미의 조화(五味的調和)」, 「우리의 자연(我們的田野)」—을 통해서도 이 다큐멘터리가 상술한 배경과 문제의식을 지니고 있음을 쉽게 발견할 수 있다. 자연, 선물, 시간, 영감 등의 단어를 통해서 미식은 물론 식품 안전 문제까지 포괄하여 다루고 있으며, 이 주요 묘사 지점들 덕분에 『허끝』은 시기적으로 시청자들에게 큰 공감대를 형성할 수 있었을 것이라 여겨진다.

이러한 측면에서 『허끝』의 등장과 인기는 중국 사회의 변화와 밀접한 영향을 맺고 있으며, 특히 기존 연구에서 언급된 ‘평민’ 즉, 보통의 사람들의 관심사와도 긴밀한 관련이 있음을 유추해볼 수 있다. 하지만 필자는 ‘평민’의 관점에서 좀 더 나아가 중산층의 관점에서 『허끝』을 분석할 필요가 있다고 여기는데, 미식에 대한 관심, 식품 안전 문제에 대한 관심은 중국의 경제 성장과 함께 중국 사회의 주류로 등장한 중산층의 주요 관심사 중에 하나로, 『허끝』의 흥행은 중국 중산층의 성장

10) 2008년 간쑤(甘肅)성의 59명의 영아가 신장결석에 걸리거나 신장 기능에 이상이 발생하여, 당국이 문제를 파악하던 중, 이 영아들이 싼루(三鹿) 분유를 공통적으로 섭취했음을 알게 되었다. 이는 싼루 분유의 멜라민 수치가 지나치게 높아서 발생한 일로, 이후 조사를 통해 69개의 분유 브랜드가 유사한 문제로 적발되었다. 이로 인해 중국산 분유에 대한 신뢰가 무너지게 되었다. <https://baike.baidu.com/item/%E6%AF%92%E5%A5%B6%E7%B2%89> (검색일: 2018.9.5.)

11) 하수구로 배출된 기름을 다시 걸러 식용유로 재판매한 각 성의 조직들을 적발한 사건이다. 오염된 기름을 식용유로 재활용한다는 사실로 인해 식품 안전 문제가 대두되었다.

및 이들의 공감대가 만들어 낸 결과라고 보기 때문이다. 필자는 『혀끝』 시즌 1을 주요 분석 대상으로 삼고자 하는데, 이유는 시즌 1이 음식 다큐멘터리 최초로 중국에서 큰 성공을 거뒀다는 측면에서 이후에 제작된 시즌 2, 3 보다 더 중요한 의미를 지닌다고 보았으며, 각 시즌별 작품의 성격이 다르므로 각각의 작품은 독립적으로 나누어 분석할 필요가 있기 때문이다. 본고에서는 상술한 『혀끝』의 등장 배경에 착안하여 『혀끝』을 분석함으로써, 이 서사가 어떠한 측면에서 중산층의 취미에 부합하고 중산층의 관점에서 어떠한 의미를 지니는지 살펴보고자 한다. 구체적으로 『혀끝』에서 나타나는 중산층의 이상과 현실의 괴리에 대해 이야기하고, 이 간극을 메우는 지점으로 작용하는 『혀끝』의 독특한 서사 방식과 그 효과에 대해 논의해보고자 한다.

## 2. 현실과 이상의 간극

『혀끝』에서 눈에 띄는 점은 다양한 지역의 소수민족들이 등장하고, 이들이 살고 있는 지역의 아름다움 및 독특한 그들만의 음식을 보여준다는 것이다. 또한 이러한 지역 특색을 지닌 음식들을 조리하는 과정을 보여줌으로써 음식이 지니고 있는 의미와 가치에 대해 설명하는 것이 이 다큐멘터리의 주요 서사이다. 주목할 점은 아름다운 자연 경관, 구미를 돋우는 음식들의 나열이 『혀끝』의 유일한 묘사 대상이 아니라는 것이다. 『혀끝』에는 여러 지역의 풍경 및 낯선 음식들 이외에 이와 반대되는 지점으로 언급되는 대도시가 있으며, 이 대都市는 종종 내레이션에 의해 음식이 지닌 고유한 가치와 의미를 잃어버린 공간으로 묘사된다. 다시 말해서, 『혀끝』의 공간은 대도시로 대표되는 중심 지역과 이와는 동떨어진 낯선 주변 지역으로 나누어지고, 이에 따라 각 공간의 음식이 지니는 의미도 달라진다. 내레이션에 따르면 주로 소수민족의 모습으로 대변되는 주변 지역을 잃어버린 가치가 여전히 존재하는 '이상'이라고 본다면, 대도시는 이를 잃어버린 '현실'이라고도 볼 수 있으며, 『혀끝』의 현실과 이상의 현저한 대비로 인해 시청자들은 이 간극을 몸

소 체험할 수 있게 된다.

이처럼 『허끝』의 기본 서사를 현실과 이상과의 간극을 보여주는 것이라고 본다면, 이 현실이 도대체 누구의 '현실'인지에 대해서도 다시 생각해볼 필요가 있다. 실제로 『허끝』에 등장하는 다양한 지역의 음식들은 각 지역을 대표하거나 특정 소수민족에게는 보편적인 음식이라는 점에서, 그들의 관점에서는 생소한 것이 아닌 지극히 보편적이고 현실적인 음식이다. 하지만, 『허끝』은 이 음식에 대비되는 '현실'로 공업화와 도시를 예로 들으로써, 소수민족 혹은 자연과 살아가는 사람들의 현실을 '이상'이라는 공간에 배치하고, '현실'의 주인공을 공업화된 도시에 살고 있는 사람들로 한정시킨다. 즉, 『허끝』의 '현실'은 소수민족의 삶 혹은 도시 외부에 살고 있는 이들의 삶이 아니라 도시 중산층의 입장에서 본 현실이다. 이들의 입장에서 자연에 가까운 도시 바깥의 삶은 현실이 아닌, 쉽게 체험할 수 없는 이상에 가까운 삶이며, 이러한 측면에서 『허끝』이 겨냥하고 있는 시청자는 도시 중산층에 국한되어 있음이 은연중에 드러난다.<sup>12)</sup> 이들은 『허끝』을 통해 자신이 밭 딛고 있는 현실과 이상과의 간극을 끊임없이 느끼게 되는 것이다.

그렇다면 『허끝』이 상정한 현실과 이상의 공간에서 현실과 반대되는 이상적인 가치는 구체적으로 어떻게 묘사되며, 이 현실과 이상의 간극은 주요 시청자인 도시 중산층에게 어떤 의미를 지니는가? 먼저 타자의 이상적 공간이라는 각도에서 살펴보자면, 『허끝』에서 등장하는 음식에서 강조되는 지점은 '자연'이다. 1편 「자연의 선물」에서는 대자연의 선물로 칭해지는 다양한 음식들이 등장하는데, 원난

12) 시청자들을 단순히 도시 거주자가 아닌 중산층이라고 할 수 있는 이유는 문화적 측면에서 논의할 수 있다. 중국의 중산층은 교육 수준, 경제 수준, 직업 등 다양한 기준에 따라 그 범위가 불확정적이지만, 1990년대 이후 중산층이라는 실체가 확정되기 전에 그 명명이 먼저 등장한데다, 중산층 문화 역시 다양한 매체를 통해 빈번하게 등장함으로써, 중산층 상상은 중국 대중문화의 주류로 서서히 자리 잡게 되었다. 중산층 문화는 본인이 실질적으로 속한 계층에 상관없이 절대 다수의 공감대를 형성하고 있다는 점에서 이 글에서의 중산층은 특정 기준에 따라 분류된 실체로서의 중산층이라기보다는 중산층 문화에 대해 공감하고, 이러한 문화를 향유하고 있는 집단이라는 문화적 기표에 더 가깝다. 특히 중국의 중산층 문화는 청년층과 주로 호응하는데, 리충충(李聰聰)의 조사에 따르면 『허끝』의 주시청자는 20~39세에 집중되어 있었으며, 이들은 중국 사회에서 소비를 견인하는 역할을 하는 집단일 뿐만 아니라, 새로운 미디어의 주요 목표 관객이기도 하다. 李聰聰, 「媒介融合視域下紀錄片的文化傳播-以『舌尖上的中國』為例」, 『黃河之聲』, 2016년 18기, 120쪽.

(雲南)의 단전취마(單珍卓瑪)가 새벽부터 캔 오염되지 않은 고산지대의 송이버섯, 저장(浙江) 일대의 겨울 죽순, 휘투이(火腿), 후베이(湖北)의 호수 바닥에서 캔 연근, 지린(吉林)의 호수에서 건져 올린 물고기, 광시(廣西)의 새우, 하이난(海南)에서 원양어선을 타고 나가야 잡을 수 있는 각종 생선들이 그것이다. 이들은 어디서나 쉽게 구할 수 있는 음식이 아니라, 위험을 감수해야 하거나 고된 노동을 대가로 얻을 수 있는 귀중한 것들로 모두 '자연의 먹거리'이자, '대자연의 선물'로 묘사된다.

1편이 '자연의 선물'이라는 제목으로 인해 '자연'의 중요성이 다른 편에 비해 더욱 강조되긴 했지만, 다른 편에서 등장하는 음식들에서도 자연의 소중함과 고마움에 대한 묘사는 꾸준히 등장한다. 예를 들어, 3편 「변화의 영감」에서 중점적으로 묘사된 두부는 바람, 물, 햇빛이 두부를 만드는 데 중요한 요소로 강조되며, 4편 「시간의 맛」에서는 시간과 자연의 도움이 필요한 각종 발효 식품들 외에도, '사람과 자연이 빚어낸 경관'으로 묘사되는 김 양식 장면이 등장한다. 6편 「오미의 조화」의 천연 김에 대한 소개에서는 남방 사람들이 보다 쉽게 자연의 맛을 느끼고자 천연 재료를 사용하는 것을 더 좋아한다고 소개하고, 7편 「우리의 자연」에 등장한 갖가지 잎으로 염색한 찹쌀, 티베트의 쌀보리는 자연의 선물로, 좡(壯)족과 티베트족이 이에 보답하기 위해 하늘에 제사를 지내는 장면이 등장한다. 이렇게 직접적으로 '자연'의 이름으로 묘사되고 있는 음식들 외에도, 사실 『혀끝』에 등장하는 대부분의 음식은 자연의 이미지를 담고 있다. 『혀끝』의 대부분의 요리는 잘 씻고 다듬어진 채로 조리대에 올라와 있는 식재료나, 요리하는 사람이 시장에서 이를 구매하는 장면으로부터 시작되는 것이 아니라, 사람의 힘으로 직접 땅과 바다, 강에서 채취되는 장면으로부터 시작되기 때문이다.

둘째, 『혀끝』에서 강조되는 다른 지점은 '노동의 가치'이다. 이 다큐멘터리의 모든 음식은 인간의 노력과 정성을 바탕으로 하여 완성되는 것으로 묘사되는데, 자연에서 식재료를 얻는 것부터, 요리까지 사람의 정성이 들어가지 않는 부분은 없다고 강조된다. 1편 「자연의 선물」의 다양한 식재료들은 사람의 손을 통해서 얻어지며, 이른 새벽부터 일을 시작해야 한다거나, 기계로는 대체될 수 없는 인간의

노동 장면이 등장한다. 특히 1편의 마지막 내레이션은 “자연에서 멀리 떨어진 우리가 맛있는 음식을 누릴 때 가장 고마워해야 할 대상은 노동과 지혜를 바친 이들”<sup>13)</sup>로, 인간의 노동에 대한 가치를 다시금 강조한다. 2편 「주식 이야기」에 등장하는 중국인들의 다양한 주식은 모두 수작업으로 만들어진다. 황모모(黃饅饅)는 기계로 직접 간 것이 아닌 사람이 직접 간 기장을 사용하기 때문에 그 맛이 남다르다고 묘사되고, 란저우(蘭州) 우육면 역시 모든 작업이 사람의 손으로 이뤄진다. 저장성의 각종 떡과 마지막에 등장하는 물만두 역시 예외가 아니다. 3편 「변화의 영감」의 마오더우푸(毛豆腐) 역시 사람의 손으로 직접 만들어 독특한 고향의 맛을 가지고 있다고 묘사되고, 5편 「주방의 비밀」에서는 광둥(廣東)의 유명 요리사 어우양(歐陽)씨가 중앙절 연회 준비를 위해 마을 사람들과 함께 돼지고기를 직접 손질하는 모습이 길게 등장하며, 6편 「오미의 조화」에서는 고되게 소금을 만드는 장면이, 7편 「우리의 자연」에서는 바다에서 해삼, 멧게, 전복 등을 캐느라 고생하는 심해 잠수부들이 등장한다. 이처럼 『허끝』은 기계를 거부함으로써 별미를 지니고 있거나, 인간의 힘으로만 채취 가능한 다양한 식재료들이 하나의 요리로 만들어지기까지 많은 사람들의 노동과 정성이 들어간다고 끊임없이 강조한다.

셋째, 앞서 언급한 노동의 가치와도 연관이 있는 ‘전통’에 대한 강조이다. 『허끝』은 직접 사람의 손으로 만들어지는 음식들, 사람의 정성으로 길러진 각종 식재료들을 보여주면서, 전통의 방식을 유난히 강조한다. 특히 촬영 장소의 대부분이 도시가 아닌 산과 바다 혹은 소수민족 자치구라는 점에서도 도시와는 다른 조리법이 다양하게 등장하는데, 이를 통해 강조하는 것이 바로 도시 사람들에게 다소 생소할 수도 있는 잊힌 전통에 대한 그리움이다. 1편 「자연의 선물」의 광시 지역의 높은 나무다리 고기잡이는 현재 다섯 명만이 이 기술을 갖고 있으며, 워낙에 희귀하기 때문에 이미 관광 상품이 되었다고 내레이션은 말한다. 2편 「주식 이야기」에 등장하는 황모모를 만들어 파는 부부의 토굴집은 4천 년이 넘는 역사를 고스란히 지니고 있으며, 광둥의 주성멘(竹升面)은 옛 방식 그대로 대나무로 눌러 만든 국수이다. 3편 「변화의 영감」의 장은 수천 년부터 내려온 것이며, 이러한 문화를 계

13) 當我們遠離自然享受美食的時候，最應該感謝的是這些付出勞動和智慧的人們。

승해야한다고 이야기한다. 4편 「시간의 맛」에서는 홍콩의 60년 전통을 자랑하는 라웨이(臘味) 가게가 등장하고, 4대째 같은 방법으로 새우젓(蝦醬)을 만드는 할머니가 등장한다. 6편 「오미의 조화」에서는 300년의 비법을 고수하고 있는 오리 훈제가, 400년이 넘는 제염법이, 7편 「우리의 자연」에서는 진흙을 호수 보다 높이 쌓아올린 밭(塹田)에서 전통 방식으로 토란을 기르는 부부가 등장한다. 이러한 방식들은 현재는 사라지고 있는 것이기 때문에 더욱 가치 있는 것으로 묘사된다.

이 같은 이상적인 공간의 이상적인 가치들은 현실과 정확하게 반대되는 지점에 놓여있다. 자연의 맛, 많은 시간과 정성이 들어가는 노동은 공업화된 현실과 반대된다. 중국에는 2016년에 이미 600만개가 넘는 식당이 생겼으며,<sup>14)</sup> 요식업체의 수는 앞으로도 꾸준히 증가할 것으로 보인다.<sup>15)</sup> 체인점을 기반으로 동일한 맛을 만들어내야 하는 각 식당에서 자연 그대로의 맛을 찾는 것은 어려운 일이며, 빠른 생활 속도에 맞춰 신속하게, 대량으로 음식을 조리해야 하는 식당에서 시간의 미덕을 찾는 것도 쉽지 않다. 또한 『혀끝』에는 각 지역의 유명 요리사가 등장하여 자신만의 색깔을 가진 음식을 만들어내는데, 이는 프랜차이즈화된 현재의 식당 운영 체제에서는 맛보기 힘든 요리라는 점에서 현실과 동떨어진다. 앞서 언급했듯, 중국 사회에 충격을 주었던 몇 번의 식품 안전 문제들과 플라스틱 찰과 같은 불량 식품의 사례들 역시 이와는 상충되는 현실이다. 식재료와 요리 과정을 직접 눈으로 확인할 수 없는 현실은 『혀끝』의 이상과 완전히 다르다. 『혀끝』에는 시장의 논리와 그것의 개입이 없으며, 오직 자연과 인간의 조화만이 있을 뿐이다.

특히 『혀끝』에서는 7편 「우리의 자연」의 마지막 에피소드로 베이징(北京) 토박이 장구이춘(張貴春)이 옥상에 만든 텃밭을 보여주는데, 장구이춘의 이러한 시도는 주변 사람들의 회의적인 태도에도 불구하고 실행되었지만, 그는 희색빛 도시 속에 이질적인 초록빛 텃밭을 성공적으로 가꾸어냈다. 이 장면은 『혀끝』이 하고자 하는 이야기의 핵심이 담겨 있으며, 나의 시간과 노동이 들어간 내가 기른 음식으로 주변 사람들과 소박하면서도 안전한 한 끼를 즐기는 것의 기쁨을 이야기하고

14) <http://news.zgswcn.com/2016/1227/754204.shtml> (검색일: 2018.10.8.)

15) [https://www.sohu.com/a/148622764\\_465163](https://www.sohu.com/a/148622764_465163) (2017年中國餐飲業供給側發展報告) (검색일: 2018.10.8.)

있다. 이 마지막 장면은 앞서 끊임없이 등장했던 현실과는 동떨어져 보이는 많은 이상적인 그림들이 도시 속에서 현실화되었음을 보여주는 것이다. 다른 한 편으로 이 장면은 도시 중산층의 불안감을 그대로 드러내보이는 상징적인 장면이기도 하다. 텃밭 가꾸기에는 식품 안전에 대한 불안, 잃어버린 노동의 가치들이 고스란히 담겨있기 때문이다.

이처럼 『허끝』이 단순히 음식의 역사, 맛에 대한 설명, 조리 방법에 대한 이야기에 그치지 않고, 이상적인 모습과 이를 통해 그 배후의 반대되는 현실을 투영함으로써, 도시 중산층으로 대표되는 시청자들은 이 간극을 고스란히 체감하게 된다. 건강한 음식을 지향하고 싶지만, 생활 리듬 상 불가능해진 현실, 자연과 손맛의 강조 배후에 감춰진 도시 음식에 대한 불만과 불안, 잊힌 풍습에 대한 우려 등, 이 간극을 통해서 『허끝』은 중산층의 불안을 간접적으로 묘사하고 있는 것이다.

### 3. 간극의 봉합과 상상적 결말

그렇다면 『허끝』은 이상과 현실의 대비를 통해 간접적으로 중산층의 불안감을 드러내 보이는 것에 그치고만 있을까? 만약 실현 불가능한 이상만을 보여줌으로써 중산층에게 상실감을 주거나, 중산층이 불안을 다시금 목도하도록 하는 데만 그쳤다면 『허끝』은 이처럼 크게 흥행하지 못했을 것이다. 『허끝』의 기본적인 서사 구조에서는 이상과 그에 반대되는 현실이 녹아있지만, 『허끝』은 다른 한편으로 이 간극을 봉합하고, 정신적 가치를 강조함으로써 중산층 취미에 완전히 부합하게 된다. 아래에서는 『허끝』이 어떻게 간극을 봉합하는지 이야기하고, 정신적 가치가 연결된 소비에 대해 설명한 후, 이것의 의미를 논해보고자 한다.

먼저, 『허끝』은 음식의 이동을 통해서 중산층의 현실과 이상 사이의 거리를 성공적으로 좁힌다. 4편 「시간의 맛」 중 조선족의 김치에 대한 소개 장면을 예로 들자면, 조선족 김순희(金順姬)는 고향에 내려가 어머니와 함께 김치를 담그며, 이 편의 마지막에는 완성된 김치를 포함한 고향에서 만들어 온 다양한 반찬들이

김순희가 거주하는 베이징의 냉장고에 들어있는 장면이 나온다. 또한 김순희가 고향에서 가져온 씨앗을 심는 장면도 등장한다. 이상적인 고향의 공간에서 고향의 맛, 자연의 건강함을 그대로 지닌 음식이 만들어지는 과정을 보여준 후, 이것이 도시의 냉장고에 있음을 보여주는 장면은 공간의 이동은 물론 각 공간 사이의 간극을 그대로 드러내면서 도시의 삶과 농촌의 삶을 극명하게 분리시키는 역할을 하기도 하지만, 한편으로 도시에 도착한 김치가 바로 고향의 김치라는 점, 혹은 고향의 맛이 도시에서도 유지될 것이라는 암시는 음식이 매개가 되어 두 공간을 연결시켜주는 작용을 하고 있음을 보여주는 것이다. 7편 「우리의 자연」에서는 티베트족의 주식으로 참바(糌粑)를 소개하고, 곧바로 이 고원을 동경하는 도시 사람들이 도시에서 참바를 즐기는 모습이 등장한다. 이러한 연결은 중산층이 굳이 도시에 자신만의 텃밭을 가꾸는 수고를 하지 않아도 중산층 생활의 불안감이 상상적으로 해소될 수 있음을 의미한다.

『혀끝』의 또 다른 중요한 지점은 음식을 통해 정신적 가치를 강조한다는 것으로, 음식 문화의 측면에서 언급한 가치들은, 2편 「주식 이야기」에서 4대가 함께 식사를 하는 장면을 통해 가족애를 이야기하고, 가족의 전통을 강조하는 장면을 예로 들 수 있다. 또한 5편 「주방의 비밀」에서는 평범한 사람에게서는 주방의 비밀이 그들의 청춘과 사랑, 추억을 의미한다고 언급하며, 홍콩 할머니의 요리를 소개한다. 이 밖에 대부분의 이야기 말미에는 가족들의 미소가 화면에 등장하며 결말을 맺는다. 하지만 이처럼 명절 때 가족이 모여 식사를 하는 등의, 전통적 가치를 다시 생각해볼 수 있는 장면들의 반복과 내레이션으로 가족애를 강조하거나 전통의 의미를 되새길 필요가 있음을 알리는 것은 음식 문화에 대한 흔한 묘사 방식 중 하나로, 『혀끝』만의 특징이라고는 보기 어려운데, 사실 『혀끝』이 독특한 점은 이외는 또 다른 방식으로 정신적 가치를 강조한다는 것이다. 예로, 6편 「오미의 조화」에서는 다섯 가지 맛-단맛, 쓴맛, 짠맛, 신맛, 매운맛-을 소개하면서 중국 요리에서 빠지지 않는 “이 다섯 가지 맛의 조화와 균형은 중국인의 처세술과 치국(治國)의 이상적인 경지”<sup>16)</sup>라고 설명한다. 사실 음식의 다섯 가지 맛과 조화는

16) 五味最佳的存在方式是調和以及平衡。(這不僅是中國歷代廚師不斷尋求的完美狀態。)也是中

세계 대부분의 음식이 갖추고 있는 특성이지만, 『허끝』에서는 이러한 설명을 통해 ‘중국인’의 특징을 언급하는 데까지 나아간다. 또는 특정 음식이 내포하고 있는 정신을 표현하기도 하는데, 3편 「변화의 영감」의 두부에 대한 해석은 다음과 같다.

“중국인은 두부를 통해 자신의 유연하고 융통성 있는 적응성을 표현한다.”<sup>17)</sup>

“옛날 사람들은 두부에 ‘화덕(和德)’이 있다고 칭찬했으며, 두부를 먹는 사람들은 청빈함에 만족할 줄 알고, 두부를 만드는 사람들은 자연에 맡길 줄 안다.”<sup>18)</sup>

두부에 관한 이러한 묘사는 사실 두부에 이 같은 정신이 담겨있는지의 여부를 증명하기 어렵기 때문에, 일종의 음식에 관한 스토리텔링에 가깝다. 두부에 어떻게 이러한 가치가 담기게 되었는지에 관한 설명은 없으며, 다만 확인과 시청자들의 공감만이 있을 뿐이다. 이 정신적 가치들은 ‘중국인’의 특성으로 설명되고, 이 중국인의 특성은 중국인들이 일상적으로 먹는 음식에서 조차 드러난다는 것이다. 이 같은 정신적 가치가 ‘중국인’에 한정된 가치로 명명될 때, 이는 중국인의 문화적 정체성을 다시금 환기시키는 효과를 낳기도 했지만,<sup>19)</sup> 상술했듯 주요 시청자가 도시 중산층임을 다시금 떠올려 본다면, 이는 중산층의 문제와도 연관하다고 할 수 있다.

근래 들어 중산층 및 중산층 문화와 밀접한 연관을 맺고 있는 것은 중국 사회의 중요한 화두 중 하나인, 공민(公民)과 공민사회이다. 중국의 중산층은 이미 여러 학자들에 의해 논의되었듯, 소비를 가장 우선적으로 추구하고, 정치의식은 다른 국가의 중산층에 비해 뒤떨어지는 것으로 설명되어 왔다.<sup>20)</sup> 다시 말해서, 사람들

國人在爲人處事，甚至在治國經世上所追求的理想境界。

17) 中國人用豆腐表達了自己柔軟變通的適應性。

18) 古人稱贊豆腐有“和德”，喫豆腐的人能安清貧，而做豆腐的人也懂得“順其自然”。

19) 위첸은 『허끝』 전체에서 묘사되고 있는 정신을 ‘화(和)’로 이야기하고 이러한 사상, 가치관이 사람들에게 전통, 문화, 문명의 정체성을 일깨워주는 역할을 했다고 보았다. 于烜, 「從『舌尖上的中國』看國家認同的意識形態構建」, 『北京社會科學』, 2012년 6월, 50-51쪽.

20) 저우샤오홍(周曉虹), 천칭(陳靑)은 중국의 중산층이 ‘消費前衛, 政治後衛’의 특징을 지닌다고 보았으며(91쪽), 비슷한 맥락에서 중산층의 정치적 태도를 논의하고 있는 샤오신황(蕭

이 소비를 통해 자신의 취향을 드러내고, 이 취향은 각자가 속한 계층을 반영한다는 부르디외의 논의는 기존까지 중국의 중산층을 설명하는 데 적절한 근거가 되어 왔다. 하지만 중산층의 꾸준한 증가와 함께 그들의 정치 체제 개혁을 위한 행위의 실천여부와는 별개로 새롭게 논의되기 시작한 중산층의 주변 사회에 대한 관심의 증대와 적극적으로 타인을 돕는 사회적인 분위기의 형성은 기존의 논의와는 다른 현상이 중국 사회에 등장하게 되었음을 보여준다. 2008년 원촨(汶川) 대지진의 자원봉사자들과 모금활동, 2008년 베이징 올림픽의 자원봉사활동 등은 중국의 공민 의식의 사례로 종종 언급되는데,<sup>21)</sup> 2009년 『신주간(新周刊)』은 2009년을 ‘공민의 해’로 규정하며, 중국의 유명 작가 한한(韓寒)을 공민으로 명명하기도 했다.

이러한 타인에 대한 관심과 사회적 활동이 눈에 띄는 ‘현상’이 된 이유는 이 행동의 배후에 공민사회에 대한 다수의 공감대가 형성되어 있기 때문으로, 주목할 점은 중국의 공민사회는 반드시 타자를 필요로 하며, 타자를 통해서 공민의 신분을 확인할 수 있다는 것이다. 구체적으로 말해서, 장후이위(張慧瑜)가 공민사회의 예로 소개한 원촨 대지진 시기의 상황에 따르면, 당시 인터넷 상에서 기업의 기부 여부를 잣대로 기업의 도덕성을 판단하는 논의가 활발해지면서, 중국 기업들은 온전히 자발적이 아니라, 다소 강제성을 지닌 사회적 분위기로 인해 대지진 구호를 위한 기부를 하게 되었다고 한다. 장후이위는 이를 1990년대 이래 중국 사회의 급격한 계층 분화가 이 시기에 이르러서는 부유한 자가 어떻게 가난한 자를 돕는가의 문제로 변하면서 계층 간의 문제가 상상적으로 해결된 것이라고 분석했다.<sup>22)</sup> 이 예는 정신적 가치—이웃 사랑, 애국 등—의 중요성에 대한 사회 구성원들의 공통된 인식을 보여줄 뿐만 아니라, 이 가치 추구를 위한 타자에 대한 행위

新煌), 천제(陳捷) 등의 글도 참고할 수 있다. 李成 編著, 許效禮, 王祥鋼 譯, 『“中產”中國: 超越經濟轉型的新興中國中產階級』, 上海, 上海譯文出版社, 2013.

21) 린징(林靜), 쑤샤오리(孫曉麗)는 「고등교육의 확충과 중국의 중산계급(高等教育擴充與中國的中產階級)」에서 올림픽 자원봉사와 대지진 구호활동에 가장 적극적으로 참여했던 바링허우(80後)의 행동들이 공민 의식을 보여주는 것이라고 보았다. 특히 2009년에 발표된 이 연구는 바링허우가 미래의 중산층임을 전제하고 있으며, 이를 통해 중산층의 성장과 공민 의식 형성의 상관관계를 확인할 수 있다. 李成 編著, 許效禮, 王祥鋼 譯, 『“中產”中國: 超越經濟轉型的新興中國中產階級』, 上海, 上海譯文出版社, 2013, 221-222쪽.

22) 張慧瑜, 『當代中國的文化想象與社會重構』, 廣州, 中山大學出版社, 2014, 52쪽. 참고.

또한 중요한 의미를 지니게 되었음을 의미한다. 특히 이러한 사회적 분위기는 중산층의 소비 방식에도 영향을 미쳤는데, 가치 추구의 정신과 소비문화의 결합은 중산층의 신분을 드러내는 새로운 방식이 되었다.

다시 『허끝』에 대한 논의로 돌아와서, 먼저 '타자'의 측면에서 이 다큐멘터리를 보자면, 『허끝』에는 주요 시청자인 도시 중산층의 관점에서 보기에 그들과는 다른 다양한 타자들이 등장한다. 상술했듯, 이 타자들은 이미 공간의 분리라는 측면에서 타자로서의 위치가 확고해진다. 도시 혹은 소수민족 지역을 포함한 주변 지역은 이미 공업화와 자연이라는 측면에서 분리된 공간이며, 이곳에서 각자의 방식으로 삶을 꾸리는 사람들은 시각적으로도 구분된다. 특히 『허끝』에 빈번하게 등장하는 소수민족은 이러한 차이를 명확하게 보여주는데, 이 다큐멘터리에 등장하는 모든 소수민족은 전통 복장을 입은 채로 등장하며, 몇몇 소수민족들은 고유의 민족 행사, 제사 등을 보여줌으로써, 낯선 장면을 만들어낸다. 소수민족처럼 의상에서 눈에 띄는 특징이 드러나지 않는 시골과 같은 경우는, 도시에서는 보기 힘든 자연 경관의 아름다움을 전시하며 이 또한 하나의 풍경으로 소비된다. 이 대비되는 묘사로 인해 『허끝』 속의 타자는 명확하게 '우리' 중산층과 구별되고, 이로 인해 중산층은 자신의 정체성을 확인하게 된다.

이렇게 구별된 중산층들은 『허끝』 방영 이후 소비를 통해 타자에 대한 관심과 애정을 표현함으로써 다시 한 번 자신의 중산층 신분을 확인한다. 『허끝』의 방영 기간 동안 다큐멘터리에 소개되었던 음식들의 소비량이 증가했음을 보여주는 통계<sup>23)</sup> 및 『허끝』에 소개된 다양한 지역들이 관광지가 되어 많은 여행객들을 끌어들이는 사실은 미디어의 영향력이라는 측면에서 볼 때 별로 특별한 현상이 아닐 수도 있다. 하지만 특히 눈에 띄는 사건은 바로 황모모의 상업화이다. 2편 「주식 이야기」에서 깊은 인상을 남겼던 황모모를 만들어 팔던 부부는 『허끝』 방영 이후 시베이음식그룹(西貝餐飲集團)의 체인점 시베iy오우멘춘(西貝莜面村)과 광고

23) 중국의 타오바오(淘寶) 데이터에 따르면 5월 14일 『허끝』이 첫 방영된 후 5일 간, 5,844,791명이 지역 특산 간식을 검색했으며, 다큐멘터리가 방영된 시간에 식품류의 검색량이 크게 증가했다. 또한 기존에는 잘 알려지지 않았던 마오더우푸의 경우, 5일 간 검색량이 113배 늘기도 했다. <http://www.chinanews.com/cul/2012/05-24/3911480.shtml> (中國新聞網), 『舌尖上的中國』 引蝴蝶效應 觀眾有力挺有拍磚 참조. (검색일: 2018.10.10.)

모델 계약을 맺었다. 그들의 15년 치 수입에 맞먹는 30만 위안이 이 부부의 계약금이였다.<sup>24)</sup> 이 어마어마한 액수는 그들의 삶의 태도, 노동의 가치에 대한 값매긴 것 혹은 보상을 해준 것에 다름이 없으며, 황모모는 부부의 정성, 자연 등의 이미지를 그대로 가진 채 도시의 중산층에게 소비되기 시작했다. 이는 음식의 소비에도 정신적 가치라는 스토리텔링이 더해졌다는 측면에서 더욱 쉽게 중산층의 이목을 끌 수 있었고, 시베이요우멘춘 역시 『혀끝』에서 묘사된 황씨 부부의 정성, 황모모에 대한 자부심, 자연의 이미지를 상업적으로 활용하면서 크게 성공했다. 황모모의 체인점 식당과의 계약은 원래의 맛과 품질을 보장하지 못할 것이라는 걱정으로 인해 많은 사람들의 우려를 낳기도 했지만, 결국에는 음식에 결합된 윤리, 도덕 등의 다양한 정신적 가치가 안전하고 건강한 먹거리를 추구하던 중산층의 큰 흥미를 끌었고, 소비로까지 이어질 수 있게 된 것이다.

중산층의 이러한 ‘가치 있는’ 소비는 타자의 노동력에 대한 정당한 가치를 부여했으며, 정신적 가치에 합당하다고 여겨지는 가격을 매김으로써, 이 소비 행위를 통해 타인을 경제적으로 도울 수도 있다는 점에서 상상적 결말을 제공한다. 하지만 사실 이 현상의 이면에는 거대 자본이 있고, 시장의 논리가 여전히 존재한다. 황모모는 시베이요우멘춘에 의해 도시 거주자들도 쉽게 접할 수 있는 음식이 되었지만, 사실 황모모에 들어갔던 노동과 정성은 기계로 대체되었다. 황씨는 인터뷰에서 자신은 황모모를 만들 때, 좋은 날씨를 골라 당나귀가 끄는 맷돌을 사용하여 천천히 기장을 갈아서 기장의 향기를 그대로 살릴 수 있다고 언급하며, 기계로 기장을 갈게 되면 기계의 온도가 너무 높아 기장이 본래 지니고 있던 향기를 날려버려 황모모의 맛이 잘 살지 않는다고 말했다. 이에 시베이음식그룹은 황모모의 맛을 그대로 살릴 수 있도록 기장을 가는 속도를 낮출 수 있는 일본산 기계를 수입했다고 밝혔다.<sup>25)</sup> 사실상 베이징으로 오게 된 황모모는 황씨 부부가 만들었던 황모모와는 다르며, 상징적으로만 존재하는 것이다. 다시 말해서, 도시에서 만들어지

24) <http://media.people.com.cn/n/2012/0813/c40606-18725839.html> 〈人民網〉『舌尖上的中國』捧紅陝北老漢:黃饅饅進京不變味 (검색일: 2018.10.10.)

25) <http://media.people.com.cn/n/2012/0813/c40606-18725839.html> 〈人民網〉『舌尖上的中國』捧紅陝北老漢:黃饅饅進京不變味 (검색일: 2018.10.10.)

는 음식은 본질적으로 차이를 지닐 수밖에 없지만, 중산층의 소비는 지역 간의 격차를 은폐하고, 도시로 소환된 타자는 그 정신은 존재하지만 본질은 존재하지 않는 채로 현실에 머물면서 중산층을 위해 소비되는 것이다.

#### 4. 나오며

미식에 대한 관심과 음식 산업의 확대는 경제 성장과 밀접한 연관을 맺고 있으며, 『허끝』은 이러한 배경을 바탕으로 등장하여 시청자들의 큰 호응을 받았다는 점에서 주목할 만하다. 기존의 『허끝』에 대한 연구는 주로 『허끝』의 촬영 기법 등의 효과를 분석하거나, 중국의 이미지를 형성하는 중국적 요소에 대한 논의, 보통 사람들의 일상적인 먹는 이야기를 통해 평민화라는 특징을 지닌다는 점 등으로 분류할 수 있었다. 필자는 기존 연구가 주목하지 않은, 『허끝』의 창작 배경이 중국의 중산층 성장과 연관을 지닌다는 점에 착안하여, 중산층의 관점에서 『허끝』의 의미를 발견할 수 있다고 보았다.

『허끝』은 중국을 도시라는 현실의 공간과 주변 지역이라는 이상적인 공간으로 나누어, 이 이분법적 공간을 바탕으로 서사를 진행하는데, 이 현실을 중산층의 현실로 가정한다는 점에서 주요 목표 시청자 역시 도시 중산층임을 예측해볼 수 있었다. 또한 『허끝』은 중산층의 관심과 직결된 식품 안전 문제, 웰빙 등의 문제를 이 두 공간에서 각각 논의함으로써, 한편으로는 중산층이 꿈꾸는 삶을 보여줌과 동시에, 그 이면에는 중산층의 불안이 존재하고 있음을 드러내보였다.

본고에서는 다른 한편으로 『허끝』이 이 중산층의 불안을 상상의 방식으로 해결하고 정신적 가치를 강조함으로써 중산층의 취미에 부합함을 설명했다. 먼저, 음식의 이동 장면은 도시와 주변의 공간적 거리를 좁히고, 안전하고 건강한 음식을 도시까지 전달한다는 측면에서 도시에서도 자연의 먹거리를 접할 수 있다는 기대감을 주었다. 이 밖에, 타자를 통해 다시 한 번 중산층의 정체성을 확인하고 행동함으로써, 불안이 상상적으로 해소되는 과정을 설명했다. 정체성은 타자를 통해서

형성되는데, 『혀끝』에 등장하는 다양한 인물들도 도시 중산층의 삶과는 다른 삶을 영위하고 있다는 점에서 완전한 타자로 그려졌다. 이 다른 생활 방식을 통해 구분된 타자는 중산층의 현실과 반대되는 이상적인 삶을 영위하는 자들이라는 측면에서, 앞서 언급했듯 중산층의 불안감을 드러내는 효과를 지녔으나, 『혀끝』은 정신적 가치를 강조함으로써 이를 해소시킨다. 정신적 가치는 중산층을 주축으로 하는 공민사회의 핵심 가치로, 과거의 중산층이 소비를 통해 자신의 신분을 확인받고자 했다면, 이 공민사회의 구성원으로서의 현재 중산층은 타자에 대한 관심과 행동을 통해 스스로의 신분을 드러낼 수 있다. 본고에서는 『혀끝』 방영 이후의 소비 상황을 그 예로 살펴보았는데, 이 다큐멘터리는 미디어의 영향력과 소비문화의 결합으로 인해, 자연스럽게 중산층의 소비를 파생시켰고, 이 소비는 『혀끝』에서 강조하던 정신적 가치가 결합되면서, 기존의 소비와는 다른 형태로 등장하게 되었다. 중산층에게 타자의 노동에 가치를 부여하고 이를 소비함으로써, 물질로서의 상품이 아닌 정신적인 가치를 소비한다는 느낌을 제공하는 것이다. 다시 말해서, 이 소비는 음식이 강조했던 화합, 덕, 등의 이미지와 결합하면서 단순한 소비가 아닌 의식 있는 하나의 행동으로 변모했다. 물론 이 상업화의 배후에는 거대 자본과 시장의 논리가 여전히 존재하고, 진정한 생산자인 타자는 같은 공간에 실재하지 않는다는 사실에도 불구하고, 중산층은 이 소비를 통해 현실과의 상상적인 화해라는 결말을 맺게 되는 것이다.

#### 〈參考文獻〉

- 李成 編著, 許效禮, 王祥鋼 譯, 『中產中國:超越經濟轉型的新興中國中產階級』, 上海, 上海譯文出版社, 2013.
- 張慧瑜, 『當代中國的文化想象與社會重構』, 廣州, 中山大學出版社, 2014.
- 孫明璐, 『舌尖上的象徵-當代飲食書寫與民俗主義』, 山東大學 碩士學位論文, 2016.
- 楊歡歡, 『「舌尖上的中國」的文化分析-基于微博和微話題的考察』, 華中師範大學 碩士學位論文, 2014.
- 손리, 양기성, 양종훈, 「다큐멘터리 시각적 요소 속의 인문학 구현 - 『혀 끝으로 만나는

- 중국』(중국CCTV)중심으로, 『현대사진영상학회 논문집』 1권 19호, 2016.
- 陳靜, 「解讀『舌尖上的中國』: 集體回憶, 豐收儀式, 家國倫理」, 『前沿』, 2013年8期.
- 李聰聰, 「媒介融合視域下紀錄片的文化傳播-以『舌尖上的中國』為例」, 『黃河之聲』, 2016年18期.
- 曆娜, 「多模態話語分析視角下的文化認同建構策略-以『舌尖上的中國』為例」, 『教育現代化』, 2017年43期.
- 梁鑫, 張志强, 「平民化視角淺談紀錄片『舌尖上的中國』」, 『新聞研究導刊』, 2014年15期.
- 婁倩倩, 「淺析『舌尖上的中國』的當代“尋根”意蘊」, 『文藝評論』, 2017年7期.
- 吳迪, 陳一, 「探析紀錄片中的國家形象塑造-以『舌尖上的中國』為例」, 『視聽』, 2016年4期.
- 肖珉, 「民俗紀錄片的中國文化傳播研究-以『舌尖上的中國』為例」, 『現代視聽』, 2014年9期.
- 姚洪磊, 「家鄉的記憶·生存的真理·生活的詩意——紀錄片『舌尖上的中國』的觀照與呈現」, 『傳媒觀察』, 2015年2期.
- 于烜, 「從『舌尖上的中國』看國家認同的意識形態構建」, 『北京社會科學』, 2012年6期.

〈Abstract〉

Anxiety and Relief of China's Middle Class as Viewed through *A Bite of China*

Kwon, Do-Kyung

*A Bite of China*, a food documentary aired in China in 2012, attracted Chinese viewers' attention. Distinguished from previous studies, this article spotlights the social context surrounding the documentary's appearance, specifically economic development and the growth of the middle class that have created a new interest in gourmet. Among the documentary's three seasons, season 1, which captured the change of Chinese society for the first time, will be the focus of this paper.

First, the documentary limits its target viewers to the urban middle class by portraying reality from their perspective. It also describes the ideal space—a place close to nature where the value of labor is appreciated and tradition is preserved— as opposed

to the reality and thereby showing the gap between the ideal and the real. It well captures both the yearning for a healthy life of the urban middle class and their anxiety about food safety behind it.

This anxiety is relieved in an imaginary way in the documentary. First, the scenes of food transportation from rural areas to city centers give an impression that natural foods can be delivered intact to the city. Second, by emphasizing spiritual values of food, the middle class is able to give a new meaning to their consumption behavior. For example, after the airing of *A Bite of China*, the commercialization of 'huangmomo' provided an opportunity for the middle class to elevate their simple consumption to conscious behavior of recognizing the value of others' labor. This leads not only to the identity reaffirmation of the middle class but also to their imaginary reconciliation with reality.

Key words: *A Bite of China*, Chinese Food, The Middle Class, Civism, Spiritual Values

이 논문은 2018년 10월 15일에 접수되어 2018년 11월 14일에 심사가 완료되고 2018년 11월 14일에 게재가 확정되었음

