

중국공산당의 정치선전과 홍색문화열*

이광수(국민대학교)

논문 요약

중국 정치에서 붉은 색을 의미하는 ‘홍’(紅) 또는 ‘홍색’(紅色)은 특별한 정치적 의미를 담고 있는 용어로 사용되어 왔다. 최근에는 사회주의적 가치를 유지하면서 시장경제적 발전을 지속하려는 중국 공산당의 정치선전과 맞물려 문화적, 경제적 범주에까지 ‘홍색문화’, ‘홍색경제’ 등의 의미로 확산되면서 선전의 새로운 모델로서 자리 잡고 있다.

마오시기의 정치선전은 중국공산당이 선전의 원칙에서 가장 강조하는 ‘혁명성’을 붉은 색이 갖는 이미지와 결합시킴으로써 정치적 효과를 극대화하는 ‘홍색 이데올로기’의 구현을 위한 홍색선전이라 할 수 있다. 이 시기에는 시대상황에 맞는 ‘정치선전화’가 효과적인 선전도구로서 주로 이용되었다. 개혁개방 이후에는 마오시기의 이데올로기적 정치운동에서 벗어나, 과학기술을 강조하는 실용주의적 사고로 전환이 이루어지면서 자연스럽게 ‘홍색 선전’을 주 내용으로 하는 정치선전화도 퇴조하기 시작했다. 그러나 최근 들어 중국에서는 계층간의 극심한 빈부차이, 관료 부패 등 사회적 불평등 현상으로 인하여 마오쩌둥에 대한 회고 분위기가 하나의 흐름이 되고 있다. 더불어 정치선전화의 수집과 경매, 혁명가요 부르기, 역사적 유명장소 관광 등을 통한 새로운 방식의 정치적 선전을 위한 문화적·경제적 접근이 이루어지고 있다. 이러한 중국의 ‘홍색문화열(紅色文化熱)’은 정치적 선전 효과를 극대화하기 위한 방식이다.

주제어 : 선전, 이미지, 선전화, 홍색선전, 홍색문화열, 홍색경제

* 이 논문은 2009년 정부재원(교육인적자원부 학술연구조성사업비)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음 (NRF-2009-362-B00002).

이 논문은 익명의 심사자들의 의견을 반영하여 수정하였으며, 의견을 보내주신 심사자들에게 감사드립니다.

I. 서론

붉은 색상을 선호하는 중국인에게 홍색(紅色)은 일상생활에서 행운을 가져다주는 길조(吉兆)로 인식되는 것 이외에, 혁명의 순수함을 의미하기도 한 것으로 중국공산당의 창당 초기부터 정치선전에서 중요한 정치적 의미를 지니고 있다. 중국 인민해방군의 전신(前身)으로 제1차 국공합작 기간 중에 북벌(北伐)에 나섰던 공산당의 무장병력의 명칭이 ‘공농홍군(工農紅軍)’이었다. ‘노동자와 농민의 붉은 군대’라는 의미로 당시 소련의 프롤레타리아트 중심의 사회주의 혁명전술을 준수하였던 중국 공산당이 러시아 10월 혁명에서 백군(白軍)에 대항하였던 ‘적군(赤軍)의 명칭을 빌려 사용한 부분도 있지만, 전통 시대에 궁궐과 사원의 담장을 붉은 색으로 칠하거나 국가나 가정에서의 경축 행사에도 붉은 색으로 치장하는 풍습에서 보듯이 ‘홍색’은 중국인에게는 ‘길상(吉祥), 기쁨, 열정, 격정, 자유분방, 투지’ 등을 의미하는 친밀한 이미지로 인식되고 있다.¹⁾ 따라서 홍색이 주는 순수하고도 친밀한 이미지는 공산당의 정치선전의 효과를 높이기 위하여 다양한 방식으로 사용되어왔다.

선전(Propaganda)은 선전자인 국가가 대중에게 자신의 주장을 다양한 통로를 통하여 설득하고 강제하여 의도하는 바의 행동으로 나서도록 하는 정치적 행위이다. 현대 중국에서 선전은 공산당의 이데올로기와 정책을 홍보하고 집행하기 위한 목적을 달성하기 위해, 대중연설, 표어, 대자보, 신문, 책자 등 언어적 수단과 그림, 조각, 건축물 등 비언어적 표현 수단을 다양하게 사용했다. 선전의 주체인 정당 또는 국가는 객체인 대중 또는 국민을 대상으로 선전의 효율성을 높이기 위해서 당시의 사회문화적 환경과 과학기술의 발달 상황에 따라 가능한 모든 수단과 통로를 효과적으로 활용하고자 한다. 이는 선전의 내용을 보다 신속한 속도로 대규모의 대중들에게 전파시키기 위함이다.

1) ‘붉은 색(紅色)의 의미’, baike.baidu.com (검색일: 2013년 10월 10일).

토비 클락(Toby Clark)은 본래 선전은 정치적 신념의 유포, 종교적 복음의 전파, 상업광고 등을 의미하는 중립적인 의미로 사용되어 온 단어인데, 이데올로기적 대립과 전쟁을 거치면서 우리에게 유리하고 적에게는 불리한 상황을 조성하기 위해 신문, 포스터, 영화 등 대중매체를 통한 메시지 전달, 즉 선전을 중시하면서 의미가 변질되기 시작했다고 분석한다. 구체적으로 제1차 세계대전 이후 적군의 사기를 떨어뜨리기 위한 심리전의 일환으로 선전을 의도적으로 사용하면서, 선전은 조작된 설득, 위협, 기만 등의 전략을 연상시키는 단어로써 부정적인 느낌을 갖게 되었다는 것이다.²⁾

1921년에 생겨난 중국공산당은 국공내전시기, 중일전쟁시기, 사회주의 개조시기, 문화대혁명시기, 개혁개방시기 등 각 시기별로 각기 다양한 선전 수단과 선전의 내용을 통해 정치적 안정과 경제적 성장이라는 목표를 달성하기 위해 정치선전을 지속적으로 시도해왔다. 선전의 효과를 극대화시키기 위하여 그 시대에 가장 효과적인 선전수단을 채택한다. 오늘날 TV와 인터넷을 활용한 시각적 표현수단이 효과를 발휘하듯이 마오쩌둥(毛澤東) 시기에는 회화가 중요한 선전수단이 되었다. 이미지를 활용한 매체 선전이 선전의 효과를 인정받으면서 자연스럽게 정치선전과 미술의 조합을 통해 방대한 선전이 이루어졌다. 이 연구는 중국에서의 정치선전에서 '홍색' 이미지의 활용이 어떻게 이루어졌는가를 마오쩌둥시기의 '홍색선전화'와 개혁개방시기의 '홍색문화열'을 살펴 보면서 정치선전에서 홍색의 이미지가 어떻게 시대의 정치적 변화를 반영하는지를 분석하고자 했다.

이 논문은 2장에서 선전에 대한 정의와 성격을 다룬 기존의 연구 논의를 살펴봄으로써 중국의 선전원칙과 방식에 대한 평가의 기준틀을 세워보려 하며, 3장과 4장에서는 개혁개방정책의 실시를 기준으로 이전과 이후를 구분하여 각각의 선전 원칙과 구체적인 사례 분석을 통하여 마오쩌둥 시기에 주요하

게 선전의 내용으로 강조하였던 것이 어떤 것들인지를 보는 것을 통해, '홍색 선전'이 보여주는 정치적 의미를 살펴보고, 이후 시기인 현재 벌어지고 있는 '홍색관광', '홍색문화열'에 얽힌 상황을 살펴보면서 중국의 정치선전의 특징과 변화를 분석할 것이다.

II. 선전에 대한 이론적 고찰

1. 선전에 대한 정의

대중은 선전을 선동과 함께 목적달성을 위해 수단방법을 가리지 않는 프로파간다로 인식하고 있다. 하지만 사전적 의미를 보자면 선전은 대중을 대상으로 주의, 주장 또는 가치 따위를 설명(explanation), 교육(education), 전달(communication)하는 의미를 담고 있다.³⁾ 이러한 해석에는 '프로파간다'라고 명칭에서 느껴지는 부정적인 이미지는 보이지 않는다. 중국에서도 선전을 교육과 동일하게 바라보고 있기 때문에 선전이라는 용어가 일상적으로 사용되고 있으며, '전국선전사상공작회의(全國宣傳思想工作會議)'라는 명칭을 사용하는 공산당의 주요 회의가 정기적으로 개최되고 있다.⁴⁾

현대에 들어와서 선전에 대한 관점은 다음 세 가지로 정리해 볼 수 있다. 미국의 선전 연구자인 해럴드 라스웰(Harald D. Lasswell)은 가치를 욕망의 목표로, 권력을 가치분배 과정에의 참여로 정의하면서 정치권력을 다른 사람에게 의도된 영향력을 행사하려는 것으로 파악하였다. 그리고 정치 선전을

3) '미디어학 범주에서의 선전(宣傳)의 의미', <http://baike.baidu.com/subview/193752/11217427.htm> (검색일: 2013년 9월 20일)

4) 구소련과 같이 공산주의 국가에서는 정부가 세계를 이해하는 객관적이고 과학적인 방식을 제공해야 하는 사명감을 갖고, 선전과 교육을(특별하게 구분하지 않기 때문에 선전이 오히려 부각되고 중시된다고 할 수 있다. 토비 클락, 위의 책, p. 75.

2) 토비 클락 지음, 이순령 옮김, 『20세기 정치선전 예술(Clark Toby, Art and propaganda in the twentieth century : the political image in the age mass culture)』, 서울: 예경, 2000, p. 7.

“의미가 부여된(조작된) 상징(symbol)을 통해 대중의 행동(attitudes)를 통제하려는 행위”라고 정의함으로써 선전의 정치적 목적성을 강조하고 있다.⁵⁾ 그는 선전이 정부 또는 정치가의 자의적인 의도에 의해 왜곡되고 조작된 정보를 주입시키고 강요함으로써 대중을 교육하고 세뇌하는 것에까지 이른다고 보고 있다.⁶⁾ 자끄 엘룰(Jacques Ellul)은 라스웰의 시각은 선전을 ‘하나의 약’으로 보는 것이며, 원칙적으로 거짓으로 이뤄진다는 확신이 전제된 것으로 주장한다.⁷⁾ 따라서 자신은 존재하는 또는 존재했던 그대로의 선전을 고려하겠다고 하면서 사실로서 선전을 고려할 것이라고 주장한다.

한편 선전의 긍정적인 측면을 주장하는 에드워드 버네이스(Edward Bernays)는 선전이 특정한 신념이나 원칙을 확산하고자 하는 조직화된 노력이라는 광의의 측면에서 선전은 어떤 생각을 널리 유포하는 매커니즘에 불과할 뿐이라는 그의 생각은 “선전이 일반적인 홍보, 전달과 다를 바 없다는 인식이다. 그러면서 선전의 좋고 나쁨은 ‘내세우고자 하는 명분의 가치와 발표되는 정보의 정확성’이 결정한다”는 것이다.⁸⁾

위에서 살펴본 연구자들의 선전에 대한 정의는 광의의 측면에서 보면 홍보, 교육의 개념을 모두 포괄한 개념이며, 협의의 측면에서는 의도된 주장을 전달하고 효과를 얻기 위해 정보를 가공하는 행위(상징의 조작)라고 규정할 수 있을 것이다.

중국공산당의 선전은 이러한 교육, 홍보 측면과 상징조작을 통한 정치선전(프로파간다) 두 측면을 모두 담보한다고 할 수 있으며, 정치적 메시지 전달

의도가 강한 홍색선전을 통해 교육적 효과를 기대하는 것 이외에 문화적, 경제적 효과까지도 기대하는 차원으로 변화되는 면을 살펴보면 현재 다양한 홍색문화의 활용 측면을 분석할 것이다.

2. 선전과 상징(이미지)의 관계

일반적으로 선전은 교육과 전달의 효과를 높이기 위해 구체적이면서도 직접적인 방식을 사용하여 이루어졌다. 때로는 선전효과를 극대화하기 위해 대중의 눈을 현혹하고 욕망을 자극하여 세뇌하고 유혹하는 방식을 사용하기도 한다. 이럴 때 상징의 힘이 필요하다. 상징은 피선전자인 대중으로 하여금 스스로 발견하고 인식하게 할 수 있는 지름길이다.⁹⁾ 상징은 문자(文字)가 아닌 의미 전달 도구로서 읽지 못하거나 읽는 것을 싫어하는 사람들과 의사소통에 효과적으로 사용될 수 있다. 상징은 끊임없이 복제가 가능하고 매우 저렴한 비용으로 인식을 얻어낼 수 있기 때문에 선전자에게 매력적이다.¹⁰⁾ 흔히 권력관계가 작용하는 국가에서 권력자는 피배자에게 통치의 근거를 입증받고, 정책을 성공적으로 완수하기 위하여 여러 가지 방법으로 상징의 조작을 활용한다.¹¹⁾ 이러한 것이 곧 선전이라고 할 수 있는데, 상징조작(symbol manipulation)기술로 노래, 제복, 포스터, 슬로건 등의 정치적 상징을 통해 대중들에게 반복적으로 자극해 그 사고나 행동에 동일한 반응을 얻려는 심리 조작을 함으로써 사람들을 내면으로부터 복종시키는 고차원적인

5) Harold D. Lasswell, "The Theory of Political Propaganda." *The American Political Science Review*, vol. 21, no. 3(Aug., 1927), pp. 627~631.

6) 자끄 엘룰에 따르면 오늘날 미국학자들의 선전에 대한 정의는 라스웰의 영향을 받아 “정해진 목표를 위해 심리적 조작 수단을 통해, 다른 개인들이나 집단들의 의견이나 행동에 영향을 주려는 어떤 개인들이나 집단들에 의해 고의적으로 행사된 의견 표출이나 행동”으로 규정할 수 있다. 자끄 엘룰 지음, 하태환 옮김, 『선전: 순수한 신앙과 불온한 선전의 동거(Propagandes. Paris: A.Colin, 1962. Paris: Economica, 1990.)』, 대전: 대장간, 2012, p. 14.

7) 자끄 엘룰, 위의 책, p. 12.

8) 에드워드 버네이스 지음, 강미경 옮김, 『프로파간다(Edward L. Bernays, Propaganda)』, 서울: 공존, 2009, p. 79.

9) 니콜라스 잭슨 오쇼네시 지음, 박순석 옮김, 『정치와 프로파간다-대중을 유혹하는 무기(Nicholas Jackson O'Shaughnessy, Politics and Propaganda: Weapons of Mass Seduction)』, 파주: 한울, 2009, p. 19.

10) 니콜라스 잭슨 오쇼네시, 위의 책, p. 19.

11) 상징이란 기호의 일종이다. 원래 어떤 것이 다른 것을 대신하여 나타내 질 때, 그를 대신하여 나타내진 것을 일반적으로 ‘기호’라고 부르는데, 행동과학적 기호론에서는 그것을 자연적인 기호로서의 ‘신호(signal)’와 작위적인 기호로서의 ‘상징(symbol)’으로 구분한다. 즉 누군가에게 메시지를 전달하려는 커뮤니케이션의 의도를 가지고서 나타내지는 기호를 ‘상징’이라고 한다(이극찬, 정치학, 법문사, 1990, p. 212). 고광현, “중국 정치권력의 미란다와 크레덴타-역사 조작과 중화사상을 중심으로.” 『외교안보연구원 연구자료』, 외교안보연구원, 2004, p. 4. 재인용.

고 문명적인 방식이다.¹²⁾

조작된 상징을 통해 형성된 새로운 이미지가 선전에서는 효율성을 높이는 데 사용되기도 한다. 선전자는 선전효과를 배가시키는 요소로 상징의 변화, 이미지의 변화를 적극적으로 유도한다. 본 논문에서 이미지는 두 가지의 의미로 사용된다. 첫 번째는 지금까지 서술했던 상징의 구체적인 표현으로 ‘이미지’라는 용어를 사용한다. 두 번째는 바로 ‘시각적’ 표현 양식으로서 ‘이미지’를 사용할 것이다.¹³⁾ 시각이미지는 회화의 표현으로 나타난다면, 청각 이미지는 언어나 음악으로 표현된다. 프로이트는 인간의 정신분석에 대한 연구에서 인간의 정신기체는 시각적인 경험으로 나타낸 이미지들로 구조화되어 있으며, 꿈속의 사고는 시각적 이미지로 구성된다고 보았다. 시각적 모든 이미지는 기호적 이미지와 상징적 이미지의 양극단 사이에 존재한다. 인간의 오감이 이미지를 형성하는 기본전제라 한다면, 시각적 이미지, 청각적 이미지, 후각적 이미지, 미각적 이미지, 촉각적 이미지와 같이 감각적 이미지와 함께 이 모두를 아울러 두뇌활동을 통하여 유추하고 생각하는 상상의 이미지가 있을 수 있다. 흔히 이미지의 범주로 표현되는 시각이미지는 보다 직접적이고 감각적인 표상을 통해 언어가 지닌 관념성의 한계를 넘어서 구체성을 획득할 수 있다고 믿는다.¹⁴⁾

일반적으로 효과적인 상징조작은 주로 감정적인 호소가 보다 많이 작용한

다. 이성적인 호소를 통한 선전이 불가능하지는 않지만 구현되기 어렵고, 선전은 논증보다는 강력한 주장이나 확신에 찬 단정에 의해 호소력이 커진다. 선전원들은 특히 공포나 분노와 같은 감정을 이용하고 합리적인 유형의 의사결정자를 멀리하는 특징을 보이고 있다.¹⁵⁾

사회주의 리얼리즘 회화는 정치선전에 대한 무조건적인 신뢰와 지지를 표방하며, 유토피아에 대한 환상도 완벽하게 믿게끔 한다. 선전미술 또는 선전회화는 미술(회화)의 정치에의 굴종을 의미하는 것이기도 하다.¹⁶⁾

개혁개방 이전시기의 정치선전은 국민당과 내전시기에 국민당을 지주, 자본가계급의 정치세력으로 반면에 공산당은 농민, 노동자의 억압상황을 해방시키는 정치세력으로 인식시키는데 초점을 맞추었고, 일본과의 항일전쟁시기에는 공산당 군대의 열렬한 투쟁 모습을 강조하였고, 중화인민공화국의 수립 이후에는 사회주의 개조 과업의 완수를 통한 사회주의 혁명의 실현이라는 마오쩌둥과 공산당의 목표 실현을 중심으로 예술의 정치에의 봉사를 요구하는 방향으로 전개되었다. 이는 사회주의 실현을 위해 이데올로기적 내용을 중심으로 정치선전이 이루어지고 ‘홍색 이데올로기’라는 ‘상징 조작’에 선전의 목적을 두고 있다는 점에서 ‘홍색선전’이라고 정의할 수 있다.

III. 개혁개방 이전의 선전 원칙과 홍색선전

1. 선전 원칙

12) 정치적 상징에 대해 메리엄(Charles E. Merriam)은 ‘동일시의 상징(symbol of identification)’과 ‘합리화의 상징(symbol of rationalization)’으로 나뉘지며, ‘동일시의 상징’은 인간의 정서적인 면에 호소하는 상징으로서, 권력을 신비롭고 성스럽고 웅대하고 감탄할 만한 것으로 미화시키는 특징을 보이며, ‘합리화의 상징’은 인간의 이지적인 면에 호소하는 상징으로 권력을 정당한 것으로 사람들에게 인식시켜 권력을 정당화합리화시키는 특징을 보여준다. 미란다 방식으로는 각종 기념일 또는 국경일 설정, 공공장소 설립과 기념 건축물 조립, 특정 음악의 장려 또는 금지, 각종 예술적 의장(깃발, 장식물, 제복, 동상, 우표 등)의 제작, 일화와 역사의 미화, 집단적 의식의 장엄한 거행, 대중적 시위, 종교와 마술 등이 있고, 크레덴다 방식으로는 정부에 대한 존경, 희생, 복종, 합법성의 독점 등을 들 수 있다 (고광현, 위의 논문, pp. 7~8).

13) 이미지를 어원적으로 보면 ‘아이콘(Eikon)’으로 ‘유사’(resemblance)의 뜻을 갖는다. 꿈속의 이미지 등 정신적 체험을 표현하거나, 초상화, 조각상 등 물리적 현실의 물질적 표현에도 사용된다. 유재근·진형준, 『이미지』, 파주: 살림, 2002, p. 23.

14) 프로이트, 『꿈의 해석』, 1976; 유재근·진형준, 위의 책, p. 31에서 재인용.

15) 니콜라스 잭슨 오소네시, 위의 책, p. 16.

16) 20세기 이데올로기적 갈등에 의해 선전이라는 용어에 대해 부정적인 의미가 덧붙여졌다. 즉 선전이 조작된 설득, 위협, 기만 등의 전략을 연상시키는 부정적인 느낌을 주고, ‘미술Art’은 진리와 미, 자유를 추구하는 특정한 활동 영역을 의미한다. 즉 ‘선전 미술’은 의미상 다분히 모순적인 용어이다. 토비 클락, 위의 책, p. 7.

중화인민공화국이 수립되기 이전 항일전쟁시기인 1942년 5월 28일 연안에서 개최된 중국공산당 문예좌담회에서 마오쩌둥은 문화예술부문에서의 원칙과 입장을 제시하였다. 여기서 발표한 내용은 이후 그의 사망으로 인해 마오쩌둥 시대가 종식될 때까지 지속적으로 관철된 사회주의 중국의 문화사업 방침이라 할 수 있다. 마오쩌둥은 먼저 문화예술 활동가들은 지식인 출신이기에 작품이 대중의 환영을 받기 위해서 끊임없이 사상, 감정을 개조하여 노동인민 특히 혁명의 주도세력인 공농병(工農兵)의 이익을 위해 행동해야 한다는 점을 첫 번째 선전 방침으로 제시하였다.¹⁷⁾ 계급투쟁 관점에서 사상개조를 하고, 선전 업무를 해야 한다는 이러한 시각은 1976년 마오쩌둥이 사망할 때까지 중국공산당이 일관되게 유지해온 선전원칙이 되었다. 여기서 노동인민은 노동자, 농민, 군인, 도시소자산계급으로 문예종사자는 4대 계급을 위해 봉사해야 하고, 무산계급의 입장에 서서 일해야 한다고 강조하는 등 계급지향적 정치적 태도를 고수하였다. 두 번째 선전원칙은 문맹의 해결을 위해 노력하는 것이라고 제시하고 있다. 당시 글을 모르는 문맹자가 적지 않은 까닭에 혁명투쟁이 쉽지 않다고 본 공산당은 문화수준이 낮은 공농병 인민대중에게 맞춤형 문예 활동을 함으로써 일부의 문화적 수준을 높이는 차원이 아닌, 모두의 문화수준을 높이기 위해 '보급(普及)'형 문예활동을 지향해야 한다고 요구했다. 셋째, 문예는 정치에 복종해야 한다는 원칙을 제시하고, 작가와 예술가는 정치적 목표에 따라 활동해야 함을 분명히 했다. 넷째, 정치적 표준이 예술적 표준에 앞선다는 비평의 표준을 설정하였다. 따라서 적의 암흑은 폭로하되 우리 편의 암흑은 덮어주어야 하며, 적의 좋은 면을 찬양하거나 우리 편의 단점을 들추어서는 결코 안 된다는 것을 명시하였다. 다섯째, 부르주아 작가들의 경우 사회주의 실현에 봉사하도록 하기 위해 정신개조와 공산주의 학습의 필요성을 제기하였다.¹⁸⁾ 이는 관념의 산물인 문예작

품은 모두 사회생활을 하는 인류의 두뇌활동으로 생산된 것이라는 유물론적 시각을 반영하고 있다.

마오쩌둥은 모든 문화예술 활동은 실제 생활보다 더욱 높고, 더욱 강렬하고, 더욱 집중적으로, 더욱 전형적이고, 더욱 이상적으로 표현한다는 원칙에 입각하여 창작활동을 해야 된다고 강조한다. 결국에는 대중이 혁명의식으로 무장하여, 전투의식을 발휘하도록 하는 것이 문예활동의 기본임무라고 주장함으로써 문학, 음악, 희극, 미술 등에 있어서 혁명적 문예활동 즉 홍색선전이 본격적으로 등장하였다.

개혁개방 이전 시대 선전은 정치적 목표의 차이에 따라 건국 이전과 건국 이후 마오의 사망까지 두 시기로 나누어 볼 수 있다. 먼저 전반부의 정치적 목표는 혁명의 성공, 전쟁 승리였으며 따라서 선전의 목적은 타도해야 할 적과 동맹해야 할 아군을 명확히 하여 공산당에 대한 지지와 대중의 참여를 고취시키는데 있었다. 때문에 선전의 구체적 내용도 사회주의 이데올로기 강조, 적과 동지를 명확히 구분하기, 노동자, 농민, 팔로군에 대한 긍정적 묘사 등을 통해 공산당의 우월성, 선명성을 강조하였다. 그리고 중화인민공화국의 건국 이후에는 공산당 정권의 안정과 사회주의 개조에 초점을 맞춰, 사상교육과 정치운동이 주요하게 이루어지던 시기였다. 선전의 목적은 공산주의적 인간으로의 개조를 위한 교육에 초점을 맞추어 사회주의 교육운동, 대약진, 문화대혁명 등 이 시기 전개되었던 정치운동의 선전과 대중의 자의적 타의적 참여를 고취하는 것이었다.

자끄 엘릴은 마오쩌둥의 선전이 대중의 정서를 자극하는 데 효과적이었다고 평가하였다. "초기의 선전은 역시 감정적이었다. 즉 중요심을 깨우고, 국가와 애국적 감정을 고취하며, 군인의 자부심을 부여하고, 억압에 대한 두려움을 일으키는 것이다." 즉 착취자와 부자를 비난하는 집회를 개최하여 구호를

17) "마오쩌둥, 연안문예좌담회에서의 연설(1942년 5월 28일)." http://news.xinhuanet.com/ziliao/2004-06/24/content_1545090.htm.

18) 1956년 류샤오치는 신화사 기자들과의 만남에서 언론종사자는 "반드시 객관성, 진실성, 전면성을

갖춘 보도를 해야 하며, 동시에 반드시 입장을 명확히 가져야 한다. 언론종사자는 계급을 초월할 수 없다."고 한 발언에서 볼 수 있듯이 계급투쟁은 마오쩌둥 시기 전체에 걸쳐 유지된 선전 원칙이다. <http://www.022net.com/2011/7-8/443857182827408.html>(검색일: 2013. 9.14).

통한 선전활동을 벌이는데, 구호의 효과적인 유포를 위해서 데생, 이미지, 집회, 행진, 플래카드가 사용되었다고 지적하였다.¹⁹⁾

일반적으로 선전효과를 배가시키기 위해 예술을 선전에 활용해 왔다. “정치적 담론은 언어를 통해 이루어진다. 정치와 언어는 숙명적으로 상호 공존의 관계에서 담론을 만들어 간다. 정치가들이 사람들의 태도와 의견을 설득하고 변화시키려면 커뮤니케이션 이론과 기법은 물론이고 언어의 의미, 기능, 활용 방법을 잘 알아야 하는 이유다.”²⁰⁾ 문학, 음악, 미술 분야에서의 다양한 형식을 활용하여 선전가는 선전해야 할 내용을 효과적으로 선전하는데 초점을 맞추고 있다. 이런 기준에서 보면 마오쩌둥은 선전의 효과를 극대화시킨 유능한 선전가라 할 수 있다.²¹⁾

마오시대는 구호를 적은 표어, 글과 그림이 함께 노출된 선전화라는 문자미디어를 통해 공산당의 이데올로기와 정책 내용을 선전하는 것이 주요한 특징이다. 선전화는 문화사업의 일부분으로서 특히 매체발달이 제한적이었던 시기에는 정치이념과 혁명사상을 전파하는데 유용한 문화도구로 사용되었다.

2. 홍색선전

이 시기의 홍색선전은 문학, 희극, 음악, 미술 등 모든 문예 방면에서 광범위하게 진행되었다. 특히 선전화는 선전선동을 통하여 여론과 사회 분위기를 조성하려는 목적으로, 색상을 눈에 띄게 하고, 주제가 뚜렷하고, 스타일이 명확하며, 강력한 호소력을 담고 있는 작품들이 많았다.

선전화가 중국에서 출현한 것은 1930년대, 항일투쟁이라는 사회현실을

반영하기 위해서였지만 본격적으로 발전한 것은 중화인민공화국이 수립된 이후 시기였다. 1949년 중국공산당 중심의 사회주의 정권이 출현하면서, 소련일변도 경향에 따라 소련 학습열풍이 불고, 1951년에는 처음으로 ‘소련선전화와 풍자화 전람회’가 개최되었다. 이를 기점으로 소련 선전화를 모델로 중국의 선전화가 본격적으로 발전하기 시작했다. 회화 스타일도 연안시기의 소박하고 선명한 표현에서 격렬하고 전투정신이 풍부한 경향으로 바뀌기 시작했다. 그 이유는 선전효과가 가장 큰 표현도구였기 때문이었다.

1949년에서 1954년까지 5년 동안 베이징에서만 1100만여 장이 인쇄되어, 당시 가장 인기가 높았던 <우리는 평화를 뜨겁게 사랑한다(我们热爱和平)>는 243만여 장이 발행되었고, 이후 선전화는 독립된 예술 장르로서 전시회가 이루어졌다.²²⁾

이 시기 다수의 화가들은 선전화 제작에 참여함으로써 예술 수준이 다양화되었다. 과거에는 광고, 포스터, 벽보 종류의 선전화 부분은 순수 예술가들이 관심을 두지 않았으나, 1950~60년대에 걸쳐 사회주의 교육운동, 삼반오반운동, 대약진 운동 등의 사회적 분위기에 따라 전국의 화가들은 거의 모두가 선전화 창작에 종사하였다. 선전화는 중국 역사상 한 시기에 가장 많은 예술가들이 창작에 참여한 예술 장르라 할 수 있다.

1949년 건국 이후 17년간, 문혁 10년 동안 선전화는 혁명, 정치가 우선인 시대적 배경하에서 마오의 문예이론에 따라 중요한 역할을 하였다. 선전화는 연화, 유화, 국화, 판화 등 다양한 장르 형태를 통해 대부분의 작품이 사회주의 현실주의 경향을 띠며, 정치적 목적이 분명한 광고 포스터로서 기능한다. 따라서 대부분은 관공서, 학교, 공장, 거리 등 공공장소와 같이 사람들의 왕래가 많고 쉽게 볼 수 있는 곳에 부착하거나, 대량으로 제작된 선전화는 가정에 부착하기도 한다.²³⁾

19) 자끄 엘릴, 위의 책, pp. 414~415.

20) 권영후, “정치와 선전, 언어놀이.” 『전북도민일보』 2013년 10월 24일.

<http://www.domin.co.kr/news/articleView.html?idxno=1000983>(검색일: 2013.10.25).

21) 오쇼네는 선전원은 감정적 설득 기술을 신봉한다고 말하면서 “프로파간다는 논증보다는 강력한 주장이나 확신에 찬 단정에 의해 호소력이 더 커진다.”라고 분석하고 있다. 니콜라스 잭슨 오쇼네, 위의 책, p. 16.

22) 周志, “覆盖全国的宣传画.” 『装饰』 总第179期, 2008年03期.

23) 초기에 중국에서 선전화는 벽보(招贴画) 또는 포스터라고 부르기도 했는데, 선전화의 메시지 전달이라는 목적을 명확히 알 수 있다. 吴轶博, “毛泽东时代宣传画.” 『吉林艺术学院学报』 2007年

구체적인 내용을 보면 공농병의 이미지를 통한 혁명주도세력임을 강조하고, 사회주의 건설을 독려하며, 계급투쟁 의식을 고취하고, 공산당 및 혁명의 위인을 찬양하고 있다.

(1) 표현 기법의 특징

① 홍광양(紅光亮)

중국에서 붉은 색은 전통적으로 경축과 희망을 의미하고, 공산주의 사상과 혁명을 표시한다. 대중도 붉은 색에 대해 신념을 생각하거나, 친근감을 느끼는 등 호의적으로 반응한다. 또한 건국 후 소련 미술의 영향으로 선전화에 유화가 주로 사용되면서, 자연스럽게 열정이 가득 찬 분위기를 표현하기 위해 홍색을 사용한 선전화가 많다.²⁴⁾ 인물의 얼굴을 약간 붉은 빛이 나게 하는 가운데 빛이 나게 도색함으로써 건강하고 생동감 있는 인물상으로 표현하거나, 건물이나 주위에 운집한 깃발들을 홍색으로 처리하여 혁명의 순결함을 더욱 강조하는 표현들은 선전화를 보는 대중들의 감정을 자극하는 효과를 발휘하게 하였다. 이 시기 선전화는 특히 마오쩌둥을 묘사한 그림들이 다수 차지하고 있는데, 지도자로서 '군중 한 가운데 우뚝 선' 사병으로 자신을 비유한 히틀러의 표현을 형상화한 사진처럼 연단에 올라 은총의 말을 전하는 그의 공적인 이미지는 성직자나 신에 버금가는 것이었다는 평가처럼 천안문 망루에서 백만 홍위병을 내려다보는 마오쩌둥의 모습에서 홍위병의 총사령관인민민 지도자로서, 점차 신격화로 가는 중국정치에서의 상징의 조작을 보여주고 있다.²⁵⁾ <개국대전>에서의 지도자들 가운데에서 건국선언을 낭독하는 모습, 청년기의 마오를 담은 <안엔에서의 마오쩌둥>, <세계혁명인민의 마음

속의 홍태양 마오주석만세>, <동방홍 홍태양>, <위대한 영수 마오주석 만세, 만만세> 등은 지도자에 대한 최대한의 상징 조작을 통한 선전효과를 기대하고자 한 것으로 여지없이 붉은 색상이 주요하게 사용되었다.

② 세 가지 강조(三突出), 세 가지 구성(高大全)

선전 효과를 높이기 위해 목표 인물을 중앙에 위치시키고, 주위 사람들과 명확하게 대비시키고, 긍정적인 효과를 발휘하기 위해 여러 표현 기법을 사용한다.

세 가지 강조 원칙은 인물을 어떻게 설정하느냐에 대한 것으로 혁명의 주력 세력, 계급의 동맹군을 어떻게 부각시키는가에 대한 원칙이다. 첫째, 정면(正面, 우리 쪽)인물을 부각시키고, 다음으로 정면인물 중 영웅적 인물 부각시키는 것, 마지막으로 영웅들 중 지도자나 주인공과 같은 주요 인물 부각시키기 기법으로 선전 효과를 높이는 것이 주요 목적이다.

다음으로 세 가지 구성 원칙은 인물을 높고, 크게 부각시키는 표현기법으로 공농병 계급은 높고, 크게 그리며, 지주나 자본가와 같은 계급의 적은 왜소하고, 초라하거나, 비열한 모습으로 회화화하여 그린다는 원칙이다.²⁶⁾ <중화인민공화국 만세(中華人民共和國萬歲)>는 노동자, 농민, 병사를 전면으로 부각시키고 소수민족 인물을 뒷줄에 세워 계급성의 강조와 민족의 대단결을 동시에 표현하였다. <경계를 높이고, 조국을 지키자(提高警惕 保衛祖國)>에서 전투에 나선 군인과 민병을 크고 강하게 부각시키고 있다. 또한 홍광양 표현기법을 사용하는 지도자에 대한 선전화는 역시 고대전, 3돌출 표현기법을 활용하여 선전 효과를 극대화하고 있다.

홍광양의 색채 기법과 고대전과 3부각의 구성 기법을 통하여 인물에 대한 표현을 함으로써 대중들이 보고 쉽게 이해하고 강렬한 인상을 받을 수 있도록 하는 것이 이 시대 선전화의 특징이라 할 수 있다.²⁷⁾

06期, p.3.

24) 홍광양 효과가 구현된 구체적인 선전화 작품 예시는 <표 1>을 참조 바람.

25) 토비 클락은 1934년 레니 리펜슈탈이 제작한 <의지의 승리>라는 영화에서 당시의 주요 구호였던 <나의 민족, 나의 지도자, 나의 제국>을 표현한 작품으로 다큐멘터리가 아닌 사진에 치밀하게 계획된 선전영화라고 지적한다. 토비 클락, 위의 책, p.54.

26) 고대전 효과와 3돌출 효과가 구현된 구체적인 선전화 작품 예시는 <표 1>을 참조 바람.

27) 문혁10년에는 회화심미체계의 왜곡에 따라, 선전화는 예술적으로 회화, 희극, 무용, 영화 등 다른 예술형태와 똑같이 '홍광양', '고대전' 등의 특징을 가지면서, 점차 심미의 의미가 상실되어 갔다. 周志, 위의 논문.

<표 1> 마오쩌둥 시기 정치선전화의 특징

| 번호 | 작자 | 작품 제목 | 제작연도 | 특징 | 비고 |
|----|---------|------------------------|------|-----------------------------|---------|
| 1 | 龚建华 | 西沙女民兵 | | 여성 민병 | 홍광양 고대 |
| 2 | 潘家俊 | 我是海燕 | | 여성 | 홍광양 고대전 |
| 3 | 黎鲁 | 和群众告别的江南进军 | 1949 | 홍군과 인민과의 친밀한 접촉 | 고대전 |
| 4 | 李琦 | 农民参观拖拉机 | | 농민, 노동대중 트랙터 사회주의 건국 | 고대전 |
| 5 | 林刚 | 群英会上的赵桂澜 | 1951 | 마오쩌둥 인민과의 접촉, 친밀감 | 고대전 |
| 6 | 董希文 | 开国大典 | 1953 | 49년 건국 선포 정경, 홍색 기둥, 홍색 깃발 | 홍광양 |
| 7 | 钱大昕 | 争取更大的丰收 献给社会主义 | 1958 | 풍년, 사회주의 덕분 | 고대전 |
| 8 | 哈琼文 | 毛主席万岁 | 1959 | 모주석 만세, 엄마와 아기, 부드러운 친밀감 | 홍광양 |
| 9 | 李琦 | 主席走遍全国 | 1960 | | 홍광양 고대전 |
| 10 | 张路 | 找缝插针 | 1961 | 산수, 유화 | |
| 11 | 李焕民 | 初踏黄金路 | 1963 | 소수민족 장족, 풍성한 결실, 해방 | |
| 12 | 佚名 | 主席像 | 文革时期 | 마오주석, 붉은 태양, 천안문 순시 홍위병 홍광양 | |
| 13 | 佚名 | 我们心中最红最红的红太阳,毛主席和我们在一起 | 文革时期 | 홍광양 고대전 | |
| 14 | 刘春华 | 毛主席去安源 | 1969 | 마오 청년기 | 고대전 |
| 15 | 关琦铭 | 提高警惕 保卫祖国 | 1969 | | 홍광양 고대전 |
| 16 | 物之光 欧洋 | 激扬文字 | | 마오 청년기 | |
| 17 | 何绍教 | 学耕 | 1971 | 농사, 농민, 학생, 상산하향, 수채화 | |
| 18 | 张金荣 于化鲤 | 春风送暖 | 1975 | 노동자, 붉은색, 인민의 친구 | 고대전 홍광양 |

출처 : 필자 작성

(2) 선전 주제의 특징

마오쩌둥 시기에는 공산당과 국가 이익을 실현하기 위하여 각 시기별 정세에 맞춰 선전화가 제작되었다. 한국전쟁 중에는 미국의 패권주의에 반대하고, 북한을 도와 평화를 선도한다는 메시지를 강조하기 위한 선전화가 주로 만들어졌다. <항미원조, 보가위국(抗美援朝,保家衛國)>이나 <(우리는 평화를 뜨겁게 사랑한다(我们热爱和平))>을 통해 후원자, 평화지향국가라는 메시지

를 전달하면서 내부적으로 오랜 전쟁으로 고통을 겪은 인민의 마음을 추스르고 위기의식을 고조시키고 단결을 고취하는데 목표를 둔 것이라 할 수 있다. 1958년 대약진 운동이 본격 시작된 시기에는 <사람은 대담하게, 토지는 대량생산(人有多大胆,地有多大产)> 을 통해 인민들의 적극적인 참여를 독려하는 내용을 전달했고, 문화대혁명 시기에는 참가자의 다수였던 젊은 세대를 대상으로 참여욕구를 불러일으키는 내용의 선전화를 주로 제작했다. <혁명은 고난하지만, 전사의 가슴에는 태양이 있다(革命風雪激蕩,戰士胸有朝陽)>와 <광활한 땅, 할 일은 많다(廣闊天地,大有作為)>는 젊은 홍위병의 시위 참가와 상산하향(上山下鄉)²⁸⁾운동과 같은 지식청년(知識青年)의 노동 재교육 운동을 고취시켰다.

이 시기 정치 선전은 대중 특히 젊은 청년학생들에게 감정적 호소에 탁월한 효과를 발휘하면서, 상산하향, 마오쩌둥 숭배 등이 애국주의이고 혁명에 헌신하는 모습이라고 권장하면서 학생들을 집단적으로 열광시키는 분위기가 형성되도록 하였다. 현대사에서 홍색격정으로 인해 집단행동이 대규모로 가시화된 사례가 바로 홍위병(紅衛兵)의 출현이라 할 수 있다. 홍위병은 “붉은 완장을 찬 학생”을 의미하는데, 바로 마오쩌둥을 숭배하고 혁명의 순결성을 지키는 것을 맹세한 집단으로서 ‘홍색’이 정치적으로 사용된 사례이기도 하다. 최근에는 경제적 발전과 국력의 상승에 따라, 중국인으로서의 자존감과 위상을 강조하는 젊은 세대들에 의해 정치적 표현이 다양하게 분출되고 있는데, 흔히 ‘분청’(憤青) 즉 분노하는 청년으로 풀이되는 젊은 세대들은 국가에 대한 충성을 강조하는 민족주의적 입장을 취하고 있는데, 이들 중 일부는 마오쩌둥을 숭배하거나 회고 분위기를 주도하는 이른바 ‘마오쩌둥 열풍(毛澤東熱)’현상을 보이고 있는데, 이 역시 홍색문화의 연장선상으로 볼 수 있다.

28) 상산하향(上山下鄉)운동은 1950년대 시작되어, 1960년대 문화대혁명 시기에 전국적으로 펼쳐진 젊은 청년학생들이 농촌과 공장으로 들어가 농민, 노동자와 함께 노동하며 배운다는 일종의 재교육 운동으로 마오쩌둥에 의해 농업합작화운동의 주요 동력으로 인정받으면서 대규모의 청년학생이 농촌 등 오지로 지원활동을 떠났으나, 정치적으로 이용된 운동이라고 평가받고 있다.

IV. 개혁개방 이후의 선전 원칙과 홍색 선전

개혁개방 이후의 선전은 공산당의 주도하에 사회주의 핵심가치를 지속적으로 유지하려는 입장과 사회적 전환에 따른 대중의 요구에 적응하는 형태로 변화하려는 이원적 자세를 취하고 있다. 따라서 이 시기는 과거와 같은 정치선전화는 거의 사라졌고, 일부 관영매체 특히 인터넷 공간을 통한 만화 형태의 선전화와 사진, 동영상 등 보다 세련되고 화려하게 표현할 수 있는 미디어를 활용하는 형태로 바뀌어, 공산당의 이데올로기와 정책 내용을 선전하고 있다.

1978년 제11기 3중대회 이후 마오쩌둥의 정치노선과 절연한 덩샤오핑은 시장경제로의 전환을 특징으로 새로운 중국식 사회주의 건설을 선언하였다. 이를 기점으로 선전화도 새로이 변화하기 시작하였다. 선전화는 문혁시기에 비해 이념보다 생활을 반영하는 분위기가 차츰 나왔다. 잉어 위에 올라탄 어린아이가 손목에 시계를 차고, 목에 사진기를 걸고 있는 연화 그림은 1980년대 ‘흑묘백묘론’의 재등장과 함께 ‘선부론’으로 탄력을 받은 경제건설 중심의 국가정책에 따라 대중들이 부유한 생활을 추구하는 것을 반영하고 있다. 이외에도 문혁 기간에 우파 이데올로기로 비판 받았던 춤추는 모습을 담은 그림이나, 돈과 보석을 축적하는 내용으로 된 선전화가 출현하고, 또한 국력 향상을 바라는 선전화와, 이른바 정신문명과 물질문명을 함께 이루려는 ‘사회주의 문명 건설’론에 입각한 선전화가 나오기 시작했다. 표현수법에 있어서 인물형상은 더욱 생동감 있고, 색채도 화려해 지고, 내용도 다양해졌다.²⁹⁾

또한 시장경제로 발전해 감에 따라 경제적 가치를 우선하는 사회적 분위기가 형성되면서, 정치적인 내용을 담은 선전화보다는 상업화가 주도적 위치를 점하면서 상업광고와 연예인 출신 스타들이 모델로 나온 광고성 선전화가 벽보로 붙여지거나 신문, 잡지, TV, 인터넷을 통해 대중들과 접촉하게 되었다.

1990년대 이후에는 소련의 해체로 인해 사회주의 이데올로기에 대한 혼란 요인과 중국의 경제성장으로 인한 국력 상승 요인이 겹치면서 국내적으로 민족주의적 기운이 나타나기 시작했다. 동시에 1994~1995년 당정에 의한 <爱国主义教育实施纲要> 선포, <爱国主义教育基地>, <关于向全国中小学推荐百种爱国主义教育图书的通知> 발표 등의 영향으로 공산당의 유산을 긍정적으로 평가하고 재해석하는 새로운 홍색문화가 생성될 수 있는 분위기가 형성되기 시작했다.

1. 선전 원칙

1980년대 초 덩샤오핑(邓小平)은 마오쩌둥의 계급투쟁, 정치운동 위주의 정치노선에서 탈피하기 위해 이른바 진리 기준 토론을 시점으로 사상해방을 설파하며 사회주의 초급단계, 사회주의시장경제 등을 역설하면서 개혁개방을 주도해 왔다. 여기서 다시 출발한 중국은 1990년대 장쩌민(江泽民)에 의한 3개 대표론으로, 2000년대 후진타오(胡锦涛)의 과학적 발전관, 조화사회론으로 이어지면서 경제건설을 통한 사회주의 현대화 국가 건설을 중심 목표로 개혁개방의 실시와 4항 원칙의 견지라는 상호 모순점을 지닌 두 전제 조건을 동시에 놓고 지속적인 발전을 꾀하고 있다.

이러한 모순적인 입장은 2000년대 후반과 최근 중국의 최고 정치지도자들이 발표한 선전 원칙에서도 동일하게 나타나는 것을 알 수 있다. 2008년 후진타오는 전국선전사상공작회의에서 사상공작의 영도권, 주동권을 장악하여, 덩샤오핑 사상의 기치를 높이 내걸고, 민족정신을 고양하며, 인민에게 봉사하는 선전업무를 해야한다. 또한 전면적 소강사회 건설이라는 새로운 정세에 중국적 특색을 지닌 사회주의 사업을 완수하고, 창의적인 개혁과 사상 문화의 변화를 통해 사회주의 문화건설에 이바지 하는 것이 선전업무라고 정의내리고 있다.³⁰⁾

29) “改革开放时期宣传画.” <http://liu.2h.blog.163.com/blog/static/914035142011119103647659/>
(검색일: 2013. 9. 25).

그리고 2012년 새로이 공산당 지도자가 된 시진핑(习近平)도 2013년 8월 19~20일 베이징에서 열린 중앙선전공작회의에서 중심을 확고히 하고, 대국에 봉사하는 것을 기본 태도로, 시기에 걸맞는 선전업무에 초점을 맞추어야 한다면서 경제건설 중심 전략은 향후 100년동안 바뀔 수 없는 근본적인 방향이라고 하고 있다. 그러면서 선전사상 업무는 의식형태영역에서 마르크스주의의 지도적 위치를 공고히 하고, 당원, 간부 모두 마르크스주의와 공산주의 신앙을 지키며, 당의 기본 강령을 지키는데 힘써 노력해야 하며, 이를 실현하기 위해 당교, 강부학원, 사회과학원, 대학 등지에서 마르크스주의를 필수과목으로 학습해야 함을 강조했다.³¹⁾

여기서 보면 중국 공산당의 공식 입장은 덩샤오핑의 경제적으로는 시장경제 노선에 따른 자유로운 경쟁을 통한 발전노선을 그대로 유지하고, 정치적으로 여전히 공산당 영도 원칙과 사회주의 이데올로기를 굳건히 유지하면서 지속적으로 발전해 가겠다는 의사를 표현하고 있음을 알 수 있다. 따라서 정치선전에서도 관방 미디어는 정치적 선전을 그대로 유지하고 있다. 다만 선전화나 구호 등에 있어서 과거처럼 노골적으로 적대감을 표시하거나 감정에 치우친 호소를 하는 형식이나 ‘홍광양’, ‘고대전’ 표현기법으로 그대로 사용하는 방식이 아닌 좀더 부드럽고 세련된 표현기법의 발굴과 새로운 미디어 통로를 통해 다양하게 선전하는 것이 보인다.

2. 이미지 선전

선전화가 중국인에게 남긴 것은 특별한 시기에 대한 회고뿐만 아니라, 그림 하나하나에 충만하게 나타난 격정을 통해 당시 사람들의 정신을 반영하고 있다. 개혁개방 이후의 선전화는 시대의 변화와 더불어 기풍과 형식에 있어서

다양하게 변화하고 있다. 다양한 소재를 통해 다양한 인간군상을 표현하고, 표현기법도 자유롭고 다양하게 접근한다. 이전의 선전화가 감성적 자극 위주였다고 한다면, 이제는 보다 느슨한 홍보위주의 광고와 같다고 할 수 있다.

(1) 개혁개방 이후의 선전화 현황

문혁 이후 과도기를 보낸 미술계는 예술 본연의 자유로운 표현으로 돌아가는 경향과 과거의 상처에서 출발한 이른바 상흔미술이 출현하였다. 그리고 1980년대 향토사실주의(鄉土寫實主義)의 전개와, 형식미의 탐색 움직임, 현대예술사조의 복권을 거쳐, 1990년대 이후에는 다원적 형태의 발전추세를 보이고 있다.

문혁 이후 선전화는 퇴조기에 접어들었음을 알 수 있다. 화귀평(華國鋒) 집권했던 시기에 마오쩌둥을 찬양하는 방식의 선전화가 잠시 나타나기도 하였다. <당신이 일을 맡고 있으니 안심이다.(你辦事, 我放心)> 이라는 선전화를 보면, 마오 시절의 선전화 표현기법을 이용하여, 화귀평이 마오의 신임을 받은 후계자임을 선전하는 내용으로 되어 있다.

덩샤오핑을 중심으로 한 집단지도체제의 등장으로 인해, 중국의 국정방향은 사회주의현대화 건설노선으로 전환하게 되고, 이를 위해 개혁개방과 시장경제 메커니즘에 따른 발전이 본격화되면서, 새로운 가치관의 수립과 사회적 전환이 시작되면서, 정치운동과 관련한 선전화는 급격히 퇴조하였다. 대신에 풍경유화(風景油畫), 화조중국화(花鳥中國畫), 상업광고(商業廣告) 등이 본격적으로 발표되기 시작하면서 선전화를 부착하던 장소에 대신 붙여지기 시작하면서 선전화를 그리는 화가도 직업을 바꾸거나 다른 그림을 그리기 시작했다. 더구나 컴퓨터의 발달로 표현기법이 더욱 세밀해지면서 21세기 접어들어 과거의 선전화와 같은 형태의 그림은 거의 자취를 감추었다.

그러나 중국공산당이 강조하는 사상선전 업무에 있어서 선전화는 여전히 필요하다는 인식을 갖고 있으며 지속적으로 제작되며 활용되고 있다. 개혁개방 정책의 실시 이후에 정신문명과 물질문명의 건설을 전개하자는 이른바

30) 胡锦涛.“全国宣传思想工作会议代表座谈会。”《中国职工教育》2008年02期。

31) 习近平.“全国宣传思想工作会议讲话。”《党建》2013年09期。

두 개 문명건설(兩個文明建設) 방침에 따라 '五講四美'와 '4개 현대화'와 같은 새로운 선전 임무가 부여되면서 선전화를 그리는 화가들이 주제를 선정하거나 내용 조정을 할 때, 실제 생활 측면을 고려하거나, 다양한 소재를 활용하고 있다. 구체적인 사례로는 공장, 건설 현장에서의 안전생산, 사회적으로 준수해야 할 도덕적 기준을 제시한 오강사미, 또한 국내외 고급을 망라한 유명 학자 및 역사적 위인들에 대한 소개와 기타로 최근 들어 많이 등장하는 환경 보호와 가족계획 등과 관련한 실생활에 근접한 주제들이 주요한 선전화의 소재가 되었다.³²⁾

(2) 형식과 스타일의 새로운 시도

문화 이후에는 사회분위기가 바뀌면서 선전화의 소재도 폭넓게 발굴되기 시작했다. 즉 당과 국가와 관련하여 중요성이 높은 정치적 주제 외에는 거의 생활의 모든 영역이 소재로 활용되고 작품으로 발표되었다. 선전화 속의 각종 두상(머리상), 반신상, 단체상의 틀과 표현양식도 정형화에서 벗어났고, 대중의 예술을 바라보는 시각이 바뀐에 따라 표현양식도 실사, 상징, 장식 등 다양한 수법을 사용하기 시작했다.³³⁾ 그리고 스타일에 있어서 첫째, 한 폭의 그림에 다양한 표현기법 사용하기, 둘째, 실험성 있는 재료 사용과 기법의 활용, 셋째, 민족, 민간 형식의 계승과 외국 미술 동향 기법의 반영 등 새로운 기법에 따른 형식과 스타일이 달라지면서 비교적 자유롭고 다원화된 사회분위기를 반영했다. 이 시기의 주요 작품으로는 중국의 국토에 대한 예찬을 담은 <(나는 황허, 국기, 장강을 사랑한다(我愛黃河、我愛國旗、我愛長江)>, 자유로운 경제활동을 통한 이익 추구를 합리화한 <부자되는 대문을 열어라(打

開致富的大門)>, 환경보호 메시지를 담은 <해양동물을 보호하자(保護海洋動物)>, 어린이를 사랑하자는 메시지를 담은 <어린이에게 좋은 인상을 심어주자(給孩子們留下完整的印象吧)>, 건강한 사회분위기를 의미하는 <그녀들의 미소를 보존하자(使她們的微笑保持不變)> 등이 있다.

또한 마오쩌둥시대의 정치선전화는 수집을 통해 장서로 기능하거나, 경매를 통한 경제적 이익의 창출 도구로 활용되고 있다. 개혁개방 이후에 선전화의 위치는 점차 상업광고와 공익포스터로 대체되면서, 정치적 의의가 감소하였다. 때문에 '선전화'라는 용어나 개념은 대중의 머릿속에서 점차 퇴색되어 가고 있다. 때문에 선전화는 일부 대중들에 의해 소장품이나 기념품으로 여겨져 경매에 팔리는 문화상품으로 인정받기도 한다.³⁴⁾

(3) 이미지 선전의 다변화

2000년대 들어오면서 국가는 부유해졌지만 인민은 가난이 종식되지 않은 불균형 상황이 지속되면서, 사회 저층 계층을 중심으로 마오쩌둥 시절에 대한 향수 분위기가 나타나기 시작하면서 과거의 정치선전화가 인기를 끌기 시작하고, 또한 1990년대부터 시작된 애국주의 교육운동이 혁명정신, 혁명유산에 대한 긍정적인 평가가 맞물리면서 이른바 홍색문화에 대한 조명이 새롭게 제기되었다. 홍색문화는 공산당의 혁명경험과 유산을 하나의 문화자원으로 인식하고 교육의 도구로 삼겠다는 인식에서 나타난 것이라 할 수 있다.

2006년부터 강서 위성TV방송국은 전국을 대상으로 하는 <중국홍가(紅歌)가요제>라는 대규모 노래 경연대회를 개최하고 있다. 공산당 창당 70주년을 기념하면서 출발한 대회는 매년 열리고 있는데, '홍가'는 홍색경전 즉 공산당의 혁명가곡 뿐만 아니라, 시대를 반영하는 건강하고 적극적인 진보적인 가곡과 세계 다른 나라의 혁명경전가곡도 포함하고 있는 데서 이데올로기 지향성을 갖추고 있다. 매해 개최 당시의 프로그램 명칭을 보면 명확히

32) 진실, 영원, 순결한 우정을 그린 沈歡壽, 黃麗芳의 《군자의 교류(君子之交)》, 도박 금지를 계몽하는 李壽根의 《도박에 빠지면 패망신한다.(賭博—毀滅之路!)》, 환경보호를 외치는 沈從民의 《잔디보호(請留下這片綠色)》, 가족계획 캠페인성의 龔定平的 《잘 낳아 잘 기르자(優生良育)》 등이 주요한 작품이다.

33) 사진, 오린 그림, 연화, 만화, 중국화, 유화, 수묵화 등 자유로운 표현기법이 활용되었다.

34) 潘剛, "革命宣傳畫的收藏投資價值." 『藝術市場』 2003年10期, pp. 106~108.

성격을 알 수 있는데, 2006년 홍가총동원(紅歌總動員), 2007년 정강산 노래하기(放歌井岡山), 2008년 대학노래소리로 올림픽 환영(校園歌聲迎奧運) 등의 프로그램을 통하여 홍군가곡, 항일가곡, 해방가곡, 사회주의 시기와 개혁개방시기의 여러 건강하고 진보적인 가곡과 민족의 우수한 가곡 및 해외 각국의 경전가곡과 영문가곡으로 대회를 진행하고 있다.³⁵⁾

또한 장시성의 루이진, 정강산, 구이저우의 준이, 섬서성의 연안, 허베이성의 시바이보 등의 중국공산당이 인정하는 소위 혁명성지를 순례하는 움직임이 ‘홍색관광’ 상품이라는 이데올로기의 경제화라는 새로운 사회 현상이 나타나고 있다. 애국주의 교육 운동과 맞물려 전국의 학생들이 이곳을 방문하는 프로그램을 준비하면서, 지역 경제도 활성화시키는 부수적인 경제효과를 창출하고 있다.

최근 무기징역형을 선고받은 보시라이 전임 충칭시 당위 서기는 2007년 부임하면서 부패사범에 대한 단죄와 함께 이른바 <홍색 중경>이라는 이미지 선전을 시작했다.³⁶⁾

이른바 ‘홍색문화열(紅色文化熱)’로 대변되는 일련의 사회현상은 선전과 관련하여 현재의 상황에 만족하거나 혹은 만족하지 못하는 대중이나 정치지도자들에 의해 의식적으로 과생되고 확대되는 현상이라 할 수 있으며, 이를 통해 홍색이데올로기가 전파되거나 새로이 변질되어가는 모습을 비추고 있다.

V. 결론

중국 정치에서 붉은 색을 의미하는 ‘홍’(紅) 또는 ‘홍색’(紅色)은 특별한

정치적 의미를 담고 있는 용어로 사용되어 왔다. 최근에는 사회주의적 가치를 유지하면서 시장경제적 발전을 지속하려는 중국 공산당의 정치선전과 맞물려 문화적, 경제적 범주에까지 ‘홍색문화’, ‘홍색경제’ 등의 의미로 확산되면서 선전의 새로운 모델로서 자리 잡고 있다.

중국의 국기인 ‘오성홍기(五星紅旗)’, 국공내전 시기 공산당의 군대를 의미하는 ‘홍군(紅軍)’, 오늘날 국가지도자들의 거주와 업무 장소인 중남해를 둘러싼 붉은 담장(紅牆) 등에서 권력의 이미지인 권위(權威)를 표현하고 있다. 이는 쌍희(雙喜)라고 붉은 색으로 쓴 결혼 축하 표식과 축의금 전달용으로 쓰는 붉은 봉투(紅包)에 이르기까지 붉은 색채 이미지가 널리 사용되면서 붉은 색(紅色)은 중국인에게 친밀하게 받아들여진다. 이런 까닭에 정치선전에서 붉은 색이 광범위하게 사용되어 왔다.

개혁개방 이전 시기 즉, 마오시대의 선전은 시대, 역사, 국가와 밀접한 관계를 맺은 정치 선전으로서 사회여론을 조성하거나, 계급을 강조하며, 투쟁정신을 고취하는데 초점을 맞췄다. 선전화는 계급의 해방, 새로운 건국의 기쁨, 이상사회 건설의 자신감, 사회주의 인민으로서의 사명감 등을 주로 표현하는 사회주의 현실주의(socialist realism) 기조를 표방하였다. 따라서 이 시기의 중국은 선전의 원칙에서 가장 강조하는 ‘혁명성’을 붉은 색이 갖는 순결하고 투쟁적인 이미지와 결합시킴으로써 정치적 효과를 극대화하는 ‘홍색선전’이 이자 홍색문화의 라 할 수 있다. 특히 ‘홍, 광, 량’으로 압축된 정치선전화 표현 기법은 선전 효과를 극대화하기 위한 선전 원칙이라 할 수 있다.

개혁개방 이후의 선전화는 새로운 홍색 격정의 표현으로 전환기적 특징에 따라 일정정도 탈 정치성, 다양한 주제, 선전화 이외의 다양한 형식으로 선전이 이루어지는 특징을 보여주었다. 정치 선전 내용을 보면 경제발전, 탈계급 투쟁을 표방하면서 교육매체로써 활용되고 있다. 동시에 다양한 표현기법 중의 하나로 인식되고 있으며 상업광고 형태로 많이 변화되었다. 마오시기의 이데올로기 교육 중심의 정치운동에서 벗어나, 과학기술을 강조하는 실용주

35) 중국홍가가요제(中國紅歌會)와 관련한 자세한 내용은 다음 웹사이트를 참조. <http://hgh.jxntv.cn/> (검색일: 2013. 9. 25).

36) 홍색 중경은 홍가 부르기(唱紅歌), 홍색경전 읽기(讀經典), 과거 유산 이야기 하기(講故事), 격언 전달하기(傳箴言) 등의 홍색문화 고취운동을 전개하여 신좌파 학자들과 대중들로부터 마오쩌둥에 대한 회고 분위기를 고조시킨 사례로 많은 관심을 받았다.

의적 사고로 전환이 이루어지면서 자연스레 ‘홍색선전’을 주 내용으로 하는 정치선전화도 급속히 퇴조하였다. 그러나 최근 들어 중국에서는 계층간의 극심한 빈부차이, 관료 부패 등 사회적 불평등 현상으로 인하여 마오쩌둥에 대한 회고 분위기가 하나의 흐름이 되고 있다. 더불어 정치선전화의 수집과 경매, 혁명가요 부르기, 역사적 유명장소 관광 등을 통한 새로운 방식의 정치적 선전을 위한 문화적·경제적 접근이 이루어지고 있다.

중국의 ‘홍색문화열’은 이러한 정치사회적 분위기를 지칭하는 용어이다. 분위기를 틈타 한쪽에서는 정치적 선전 효과를 배가시키기 위해 사용되기도 하고, 다른 한쪽에서는 경제적 이윤 획득을 목표로 분위기를 고조시키기도 한다. ‘홍색문화열’은 문화의 정치화, 정치의 시장화가 동시에 나타난 현대 중국 사회의 전환기적 현상이라 할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 고광현, “중국 정치권력의 미란다와 크레덴다 - 역사 조작과 중화사상을 중심으로.” 『외교 안보연구원 연구자료』, 서울: 외교안보연구원, 2004.
- 권영후, “정치와 선전, 언어놀이.” 『전북도민일보』 2013년 10월 24일, <http://www.domin.co.kr/news/articleView.html?idxno=1000983>(검색일: 2013.10.25).
- 니콜라스 잭슨 오쇼네시 지음, 박순석 옮김, 『정치와 프로파간다-대중을 유혹하는 무기(Nicholas Jackson, O'Shaughnessy, Politics and Propaganda : Weapons of Mass Seduction)』, 광주: 한울, 2009.
- 에드워드 버네이스 지음, 강미경 옮김, 『프로파간다(Edward L. Bernays, Propaganda)』, 서울: 공존, 2009.
- 유재근·진형준, 『이미지』, 광주: 살림, 2002.
- 자끄 엘룰 지음, 하태환 옮김, 『선전 : 순수한 신앙과 불온한 선전의 동거(Jacques Ellul, Propagandes)』, 대전: 대장간, 2012.
- 토비 클락 지음, 이순령 옮김, 『20세기 정치선전 예술(Toby Clark, Art and propaganda in the twentieth century : the political image in the age mass culture)』, 서울: 예경, 2000.
- Lasswell, Harold D., “The Theory of Political Propaganda.” *The American Political Science Review*, vol. 21, no. 3(Aug., 1927).
- Randall L. Bytwerk, *Bending Spines: The Propagandas of Nazi Germany and The German Democratic Republic*, Michigan University Press, 2004
- Randal Marlin, *Proraganda & the Ethics of Persuasion*, Broadview Press, 2002
- 韩承鹏. 『标语口号文化透视』, 上海: 学林出版社, 2010.
- 毛泽东. “延安文艺座谈会讲话.” http://news.xinhuanet.com/ziliao/2004-06/24/content_1545090.htm.
- 潘刚. “革命宣传画的收藏投资价值.” 『艺术市场』 2003年10期.
- 习近平. “全国宣传思想工作会议讲话.” 『党建』 2013年09期.
- 吴秩博. “毛泽东时代宣传画.” 『吉林艺术学院学报』 2007年06期.
- 王清清. “文革宣传画的类型及其性别传播.” 『成都理工大学学报』 2011年1期.
- 周志. “覆盖全国的宣传画.” 『装饰』 总第179期, 2008年03期.
- 胡锦涛. “全国宣传思想工作会议代表座谈会.” 『中国职工教育』 2008年02期.
- 胡斌. “20世纪80年代中国宣传画的探索与讨论.” 『美術學報』 2010.
- 改革开放时期宣传画, <http://liu.2h.blog.163.com/blog/static/914035142011119103647659/>.

ABSTRACT

The Propaganda of the CCP & Red Culture Craze

Lee, Kwang-Su(Kookmin University)

In Chinese politics the Red Colour, a term that contains a special political significance, and Especially in terms of propaganda, cultural and economic sense in the category is growing increasingly. When Mao's political propaganda by the Communist Party of China in Principle of Propaganda. one of the strongest principles 'revolutionary' with a red color by combining image and to maximize the political effect 'Red Ideology' was the implementation of the propaganda. Times as effective propaganda tool and the context 'political line telephone' has been used primarily. Since reform and opening up the decline of the political line phone calls along the flow line is made perfume and economic approach, instead of the red color of the new method and the cultural and economic ideology, propaganda, the way this is done is approach.

Keywords : propaganda, image, poster, red propaganda, red culture craze,
red economy

투고일: 2013년 10월 31일, 심사일: 2013년 11월 24일, 게재확정일: 2013년 12월 13일