

## 복수의 제국, 파인애플

문정희

## I. 머리말: 복수의 제국, 보뤄(菠蘿)와 평리(鳳梨)

2021년 3월, 대만의 총통 차이잉원(蔡英文)은 중국 정부가 대만산 파인애플(鳳梨)<sup>1</sup>에 대해 일시적인 수입금지가 내려지자 페이스북에 “대대적으로 대만 파인애플을 먹자 챌린지(吃爆台灣鳳梨 challenge)”라는 글을 올려 대응했다. 이 글과 함께 사용된 이미지는 차이 총통이 파인애플 한조각을 들어 “파인애플을 구매해 농민을 지지하자 타이완 파인애플(買鳳梨, 挺農民, Taiwan Pineapple)”라는 슬로건이었다. 이 슬로건과 함께 실린 글에서 차이 총통은 “세계에서 가장 좋은 파인애플”이라며 대만 파인애플을 선전했고, 이로써 이 구문은 인터넷 세계를 핫하게 달구며 중국의 공격에 맞서 대만 본토 내에서 자국민의 구입 열기를 만들어 냈다. 이처럼 대만 농산물

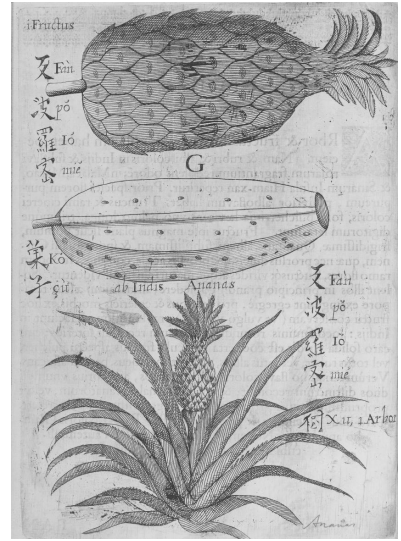
文貞姬

국립타이난예술대학 부교수  
북경 중앙미술학원  
미술사학과 문학박사  
동아시아 근현대 미술사

\* 필자의 최근 논저: 「思維的空間: 台灣現代美術的挑戰」, 『創·價: 台灣美術142』, 2022; 「공생(共生)의 재구(再構): 대만과 중국의 미술교류」, 『미술사논단』53, 2021.

1 한국에서 영어 발음으로 읽은 파인애플은 대만에서 ‘평리(鳳梨)’라고 부르며, 원래 학명인 아나나스 코모수스(*Ananas comosus*)가 원산지 남미에서 17세기 유럽으로 전해졌고, 이후 20세기 하와이가 중요 산지가 되며 세계로 전파되어 제국주의 산업화의 대표적 식물이 되었다. 이러한 과정에서 파인애플은 지역에 따라 말레이시아와 싱가포르의 화교들이 ‘황리(黃梨)’라고 청대 표기를 따랐고, 중국 대륙에서는 오히려 ‘보뤄(菠蘿)’로 읽고 표기한다. 사회문화적으로 청대와 단절된 대만은 1985년부터 시작된 일제 통치를 통해 대만 특색의 평리로 발전해 현재는 중국과 대만을 구분짓는 언어표기의 차이를 보여준다.

중의 하나인 파인애플은 대만과 중국의 양안의 정치적 이슈로 등장하며<sup>2</sup> 대만의 아이덴티티로서 대두된 것이다.<sup>3</sup> 여기서 등장하는 파인애플의 표기와 음독인 ‘펑리’는 중국 대륙에서 ‘보뤄(菠蘿)’로 표기해왔고 이는 양안을 구분시킨 차이(distinction)뿐만 아니라, 대만의 파인애플이 중국으로 수출되어 대륙으로 진입할 때 ‘펑리’에서 ‘보뤄’로 바뀌는 전치(transposition)로도 드러난다.<sup>4</sup> 양안의 명명에 대한 차이와 전치는 역사적으로 거슬러 올라가 보면 가까이 있는 과거 식민 지배와 멀리는 중국 본토의 중화문화권 안에서 볼 수 있다. 파인애플은 중국사에서 외부 세계인 유럽 세계와의 만남을 통해 서로의 인식과 교류가 있었다. 파인애플 명명의 유래를 보면 가장 이른 예가 명말청초 17세기 예수회 선교사 미카엘 피요토르 보임(Michał Piotr Boym, 1612~1659)이 지은 『중국식물지(中國植物志)』에서 볼 수 있다. 이 책에서 그는 중국어로 ‘반파나밀(反波羅蜜)’라 적고 라틴어 발음인 “Fàn pō lō mié”라고 병행표기한 바 있다.<sup>5</sup> 반파라밀은 펑리의 유래와 관련해서 『대만부지(臺灣府志)』에 의하면 “표피가 파라밀(波羅蜜)과 닮았다”<sup>6</sup>고 적고 있어 먼저 범어의 파라미타(Paramita)가 음역된 ‘파라밀’<sup>7</sup>이 명명된 후



1  
 <FAN-PO-LO-MIE  
 반파라밀수(反波羅蜜樹)  
 미첼 보임  
 『중국식물지  
 (Flora Sinensis)』

- 2 “我們的鳳梨是世界上最好的，我們也正在努力將鳳梨賣到更多國家，讓每個人都能享用美味的台灣水果，它們一定會讓你們面露微笑”，「快點寄來！蔡英文推特貼出台灣鳳梨 國際網友暴動了」，『自由時報』2021. 3. 2일자 참조. <https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/3454171>; 『國家級鳳梨推廣員！小英買鳳梨，挺台灣農民！』 [https://www.youtube.com/watch?v=GFr3gG\\_CrE](https://www.youtube.com/watch?v=GFr3gG_CrE) (2022. 7. 20 검색).
- 3 과거 식민시대 대만 파인애플 산업에 관한 연구는 대만의 독립된 주체로서 역사 연구의 대상이었다고 할 수 있으나, 최근 중국과의 관계에서 미중 무역 패권시대를 맞으며 더욱 더 정치적 의미에 무게를 연구가 진행될 것으로 보인다.
- 4 중국은 대만 파인애플의 수입을 금지한 1주년을 맞아 일본이 최대 구입 국가가 되었다는 보도를 통해 “타이완 보뤄(台灣菠蘿 간체 표기)”라는 명칭을 의도적으로 사용하고 있다. 「禁鎖 臺灣菠蘿一周年，日本成爲最大買家」，『國際果蔬報道』(2022. 3. 3 검색).
- 5 ‘反(番)波羅蜜菓子’의 최초 명명은 폴란드인 천주교 예수회 전도사 미첼 피요트 보임(Michał Piotr Boym)이 쓴 『플로라 시네시스(Flora Sinensis)』(中國植物志로 번역, 1656)에서 나타난다. 張省卿, 「論十七世紀卜彌格鳳梨圖像及鳳梨圖像在歐洲之流傳」, 『故宮學術季刊』28:1 (2010), pp.82-85.
- 6 “皮似波羅蜜，而色黃味酸甘”，『臺灣府志』(高志)(1696), 鄭津梁, 「天波羅，地波羅，亞波羅」, 『臺南文化』6:4 (1959), p.10. <https://tainanstudy.nmth.gov.tw/article/detail/440/read?highlightQuery=> (2022. 9. 10 검색).
- 7 파라밀(波羅蜜, 학명 *Artocarpus heterophyllus*)이라는 과일은 영어로 잭 프루츠(Jack fruit)이며 동남아시아, 아프리카, 브라질 등지에서 재배되는 과수로서 중국 남부 등지와 대만의 남부에서도 재배된다. <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%8F%A0%E8%98%BF%E8%9C%9C> (2022. 7. 22 검색).

에 외형에 따라 이름임을 알 수 있다.<sup>8</sup> 대만 본토에 정착한 ‘핑리’는 일본의 통치에서 토착화되며 동남아시아의 황리와 차별시키고 미국의 파인애플을 향해 제국의 표상으로 등장한다.

이러한 명명에서도 지역적 특수성에 따라 복수성을 지닌 ‘핑리’는 또 다른 면에서 주목된다. 즉 핑리의 이미지가 대만 차이잉원 총통의 슬로건이 보여준 폰트와 시각화된 도상에서 과거 일본의 제국의 표상을 소환시켜 착시적이고 회고적인 기억을 준다. 이 이미지는 일제시대 대만에서 생산한 파인애플 통조림(鳳梨罐頭)의 상표 이미지와도 닮아 과거를 상기시켜준다. 일본시대 대만산 파인애플 통조림의 상표는 바로 제국의 상징이기도 했다. 그러나 여기서 오늘날 중국에는 없고 대만에서만 생산되는 토종 대만산이라는 의미의 ‘투왕라이(土旺萊)<sup>9</sup>’는 원래 하와이에서 생산된 스무디 캐이언(開英種, Smooth Cayenne) 종이 대만에 이식된 것이다.<sup>10</sup> 식민지 대만에 이식된 외래종은 미대륙을 발견한 콜럼버스에 의해 유럽에 알려져 세계로 전파될 때 남미산이 하와이로 이식되었다. 이는 다시 일본을 통해 대만으로 이식되면서 서구 제국과 일본 제국이 함께 얽혀진 복수성을 띠게 되었다. 결국 대만산 파인애플 속에는 가상의 토착성이라는 주체성이 은유되어 있으며, 이는 바로 중국에 대한 아이덴티티로 사용될 때 충돌을 일으키게 된다.

한편 오늘날 글로벌화된 과일이 일상화되기까지 과거 미국의 세력권이 탄생시킨 하와이의 파인애플이 세계로 전파되고 유통된 역사가 잠재되어 있다. 특히 일본 시대의 대만 파인애플 통조림은 훗날 오키나와로 이식되면서 제2의 제국을 복제하고 있다. 또한 1900년대 초부터 대만에서 제조된 파인애플 통조림은 중국과 만주, 조선에까지 수출되면서 새로운 생활의 문화적 경험이 되주기도 했다. 아열대 과일애플과 같은 과일이 온대와 한대 지역으로 전파될 때 초지역적 이국적 정취는 바로 복수의 제국에서 드러난 표상체계가 톱니바퀴처럼 물려 돌아갔던 것이다.

---

8 鄭津梁, 위의 논문, p.14. <https://tainanstudy.nmth.gov.tw/article/detail/440/read?highlightQuery=> (2022. 9. 10 검색).

9 대만산 토종이라는 의미로 ‘土鳳梨’가 ‘土旺萊’는 ‘苜萊’ 혹은 ‘王梨’라는 대만어의 발음에 의해 대만 특유의 문화를 보여주기도 한다.

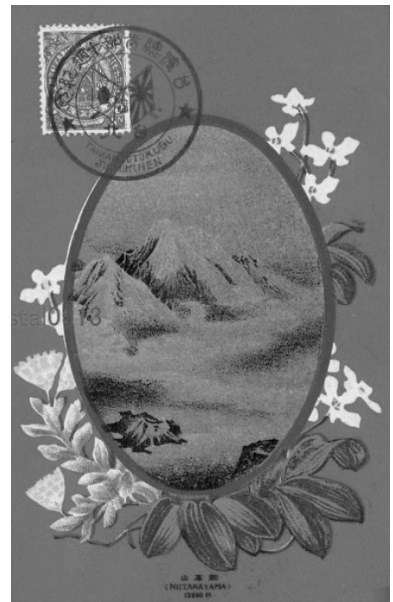
10 중국어로 ‘카이잉(開英)종으로 불리는 파인애플 종은 원래 1885년 존 키드웰(John Kidwell)에 의해 개량되었다. ‘스무디 캐이언’종은 시험 제작을 거쳐 생산된 우량 품종이다. 1892년 존 키드웰과 존 에멜스(John Emels)가 함께 파인애플 통조림 제조 방법을 만들어 공장을 개설했다. 八尾祥平, 「パイン産業にみる旧日本帝国圏を越える移動: ハワイ・台湾・沖縄を中心に」, 『白山人類学』21 (2018. 3), p.84.

## II. 제국의 상표 ‘세이반(生蕃)’

근대 제국주의로 나갔던 일본의 대만 지배는 먼저 지리적 경계의 실제성을 확고히 하며 시작된다. 중국 청조의 ‘고전제국’의 통치하에서 대만은 자율적인 지배의 사회 질서로서 경계를 가지고 ‘경계없는’ 공간의 상징적 피지배지였다.<sup>11</sup> 그러나 일본에 의한 ‘근대제국’의 대만 지배는 편입된 국경으로 인해 분명한 ‘영토의 경계’를 가진다. 이러한 영토의 경계는 바로 식민 영토의 개념으로 간주되어 근대제국의 실제로서 그 의미를 드러내게 된다. 일찍이 서구 식민주의에서 보여주었던 일차적인 플란트 산업은 바로 식민 영토의 확장이자 제품 생산이라는 실제의 공간이었다.

1895년 일본은 청일전쟁 승리 후 대만을 할양받음으로써 식민주의로서 제국의 시대로 나아갔다. 먼저 일본 메이지 정부는 점령지 대만을 자국의 영토로 편입시키면서 대만의 위산(玉山)을 거세하고 새로운 이름을 부여했다. 이는 신영토 확장이라는 제국적 위상을 드러내는 일이었다. 일본의 후지산 보다 높은 위산은 메이지 천황으로부터 새로운 일본의 최고봉 ‘신고산(新高山)’이라 명명되어 아시아에서 최고 높은 산임을 드러냈다. 이렇게 명명된 신고산은 상표화되며 카라멜과 파인애플 통조림 등에서 출현하게 된다. 일본어로 ‘니타카야마(新高山)’<sup>12</sup>로 발음했던 과거의 위산은 즉 새로운 제국의 영토로서 편입되었음을 공표하게 이른 것이다. 위산에 이어 웨산(雪山) 또한 1923년 아키히토 황태자(裕仁皇太子)가 대만을 방문하면서 신고산에 이어 두 번째로 높은 산이라는 의미에서 ‘즈기다카잔(次高山)’으로 명명했고<sup>12</sup> 이는 제국의 통치적 지위를 연이어 보여주는 행위라 할 수 있다. 당시 대만총독부는 산악의 지리적 조사를 통해 경이로운 대만의 고산 이미지를 사진과 회화로 전파시켰다. 이때 등장한 신고산 표 파인애플 통조림은 사진엽서의 이미지를 재현해 상표로 사용하

2  
‘신고산’회엽서  
대만총독부 발행



- 11 여기서 말하는 ‘고전제국’은 무경계의 실제 없음을 의미하므로 이에 대한 ‘근대제국’ 일본은 경계성이 확고한 실체로서 간주된다. 李承機, 李育霖 主編, 『帝國在臺灣: 殖民地臺灣的時空, 知識與情感』(臺北: 國立臺灣大學出版中心, 2015), p.25.
- 12 1923년 4월 16일부터 27일까지 천황 통치 대행으로 아키히토 황태자가 군함을 타고 대만을 방문했다가 떠나면서 ‘雪山’의 이름을 ‘次高山’으로 개명했다. 陳文添, 『次高山의命名經過』, 『國史館臺灣文獻館』(2009). <https://www.th.gov.tw/epaper/site/page/26/284> (2022. 7. 20 검색).





며 제국의 영토의 이미지로 자리를 잡게 된다.<sup>13</sup> 또한 점령된 영토의 확장의 개념에서 대만 남부 평산(鳳山)은 파인애플이 재배된 지역이자 이를 통조림으로 제조한 공장이 출범한 개량 농업의 새로운 영토이기도 했다.

원래 파인애플은 15세기 서인도제도에서 발견되어 아열대와 열대 기후 지역으로 전파되면서 생산이 증가되었다. 16세기부터 17세기에 이르러 유럽에서 과일 중 가장 비싼 '왕' 혹은 '과일의 왕자'로 불리게 된다. 그 후 18세기 동인도회사의 총재였던 매튜 데커(Matthew Decker)가 영국 조지 왕에게 파인애플을 왕실의 식탁에 헌상했고, 그는 그 대가로 자신의 정원에서 파인애플을 재배<sup>13</sup>한 것으로 알려져 있다. 이것만 봐도 파인애플은 상당히 매력적인 맛을 지녔음을 알 수 있다. 동시기 18세기부터 포르투갈인에 의해 인도산 파인애플이 대만으로 전파되어 재배된 것으로 알려져 있다. 특히 대만 남부 지역에서 원주민에 의해 재배되었던 파인애플은 일본 식민시대가 되면서 새로운 간척지가 되었다.

대만에서 일본 정부는 생과일 파인애플을 남부의 원주민이 재배한 과일로 내세워 특산화시켰고 이는 내국권업박람회(內國勸業博覽會)를 통해 선전하기도 했다. 이때 파인애플뿐 아니라 다른 여러 과일들도 함께 열대 특산품으로 홍보하기 시작했다. 그 예로 대만회업서회(臺灣繪葉書會)에서 발행하고 '도쿄 간다 디자인프린팅'에서 인쇄한 바나나, 파인애플 등의 과일(芭蕉鳳梨等水果) 회업서에서는 대만의 특산품 과일이 지닌 이국적인 풍미를 잘 살려 선전하고 있다.<sup>14</sup> 이때 이러한 대만 남부에서 생산된 열대과일들은 과일가게(果實屋)를 통해 상품화되었고, 식민지 대만은 물

13 <https://www.cam.ac.uk/research/news/picture-this-16-portrait-of-a-pineapple-fitzwilliam-museum> (2022.7.22 검색)

14 「臺灣繪葉書會發行芭蕉鳳梨等水果」, 『開放博物館』, [https://openmuseum.tw/muse/digi\\_object/84812aba090e61390c4da1ef0da04e34#153479](https://openmuseum.tw/muse/digi_object/84812aba090e61390c4da1ef0da04e34#153479) (2022. 7. 30 검색).

론 조선에서도 직접 구매할 수 있는 상품으로 신문 광고에 등장한다.

저장 기간이 짧은 파인애플은 대만 총독부의 식산흥업 정책의 장려 아래 장기적으로 보관하고 유통이 편리한 통조림으로 생산되기에 이른다. 1902년 5월 오카무라 쇼타로(岡村庄太郎)는 평산에 '오카무라 파인애플 제조소(岡村鳳梨製造所)'를 설립하고 생산에 들어갔다.<sup>15</sup>

근대 산업화로 탄생한 파인애플 통조림은 1907년이 되면 일본 내지에는 물론 타이페이와 지룽(基隆)에 특약점을 개설해 식민지 조선의 인천과 중국의 대련(大連), 잉커우(營口) 세 지역으로 판로가 개척되었다.<sup>16</sup> 즉 생산의 산업화로 인해 해외로 수출된 파인애플 통조림은 그 자체가 제국의 유통망이었다. 식민지 대만에서 1901년부터 제당업의 생산 산업화를 추진했던 대만총독부는 파인애플 통조림 개발에 자본을 지원하기 시작했다. 이때 오카무라 쇼타로는 총독부의 지원을 받아 동남아시아의 유통 거점인 싱가포르를 방문해 파인애플 제조 산업을 시찰을 하고 대만에 돌아와 제폭력에 힘을 쏟는다. 마침내 오카무라의 파인애플 통조림은 1902년부터 '세이반'이라는 상표를 달고 1903년 오사카박람회와 일본 국내 권업박람회에 출품하며 주목을 받기 시작했다.

이 상표는 '세이반'이라는 대만의 원주민을 일컫고 있어 지배자의 시선에서 점령지 대만을 미개한 원시성으로 타자화하고 있음을 알 수 있다. 일본어 발음으로 '세이반'은 한자로 '생번(生蕃)'이며, 이는 원래 대만에서 한화(漢化)된 원주민을 '숙번(熟蕃)'이라 가리킴으로써 상대적으로 비한화된 원주민을 말한다. 대만 원주민을 호칭하는 가장 이른 기록에 의하면 한화되기 전의 원주민에 대해 명말의 『동번기(東蕃記)』(1603년)에서 '동번(東蕃)'이라 표기했고, 그 후 한민족의 이주가 증가한 18세기부터 19세기 무렵까지 원주민에 대해 한화의 유무에 따라 '숙번'과 '생번'으로 나눠 구분했다. 일본 식민정부는 앞서 청대를 이어서 한화된 '숙번'인 '핑푸족(平埔族(蕃))'과 '생번'인 '고사족(高砂族(蕃))'을 구분했다. 이는 통치적 입장에서 원주민을 호구조사가 필요했었고, 이에 신분의 등급을 구분해 등록했던 것이다.<sup>17</sup> 홀대받았던 원주민

15 高淑媛, 『經濟政策與產業發展: 以日治時期台灣鳳梨罐頭業為例』(臺北: 稻鄉出版社, 2007), pp.9-12.

16 「本期のペイン缶詰」, 『台灣日日新報』 1907. 6. 11, 齋藤尙文, 「鈴木商店とペイン缶詰産業: 台灣鳳梨缶詰株式會社の設立と事業」, 『東洋史訪』 26 (2019. 5), p.3에서 재인용.

17 原住民族文獻編輯部, 「平埔族」名詞淺說, 『原住民族文獻』 3 (2012. 6). <https://ihc.cip.gov.tw/EJournal/EJournalCat/49> (2022. 7. 22 검색).



즉 '번인(蕃人)'에 대해 '고사족'이라는 부르는 것 역시 1935년 대만을 방문한 지치부 노미야 야스히토신노(秩父宮雍仁親王, 1902~1953)에 의해 새로 부여된 정식 명칭이기도 하다.<sup>18</sup> 이러한 고사족은 과거 청대 황제의 시선에서 볼 때 미개척 번지(蕃地)의 거주인으로서 '번인'이었다면, 일본 천황의 영토에서 원주민은 신민(臣民)으로서 지위를 부여받았다. 이러한 식민 정책의 과정에서 세이반표 파인애플 통조림은 한화되지 않은 원주민 즉 일본에 의해 문명개화될 대상으로서 다시금 원시성은 타자화된 브랜드의 이미지로 탄생한 것이다. '세이반'은 식민지 대만을 미개한 원시인으로 취급하고 그들의 재배한 이국적인 과일을 타자화했다.

'세이반'이라는 상표 이미지를 만들어 낸 동기는 아마도 대만총독부가 지원한 오카무라 파인애플 제조소 설립에서 찾아 볼 수 있을 것이다.<sup>14</sup> 파인애플 통조림이라는 상품을 일본에 유입시키고 또 이를 조선과 중국 등지로 수출하기 위해서는 어찌면 시각적인 인상을 중요하게 고려했을 것으로 보인다. 이러한 점에서 '세이반'이라는 상표로 제조된 오카무라 파인애플 제조소가 위치한 대만 남부의 평산은 일찍이 18세기부터 한화된 숙번 핑푸족의 노동력으로 파인애플이 재배 곳이었다.<sup>19</sup> 그럼에도 불구하고 숙번이 아닌 '생번'을 상표로 원시성을 강조한 이유는 무엇보다도 대외 수출의 이미지 전략의 하나로 보인다.

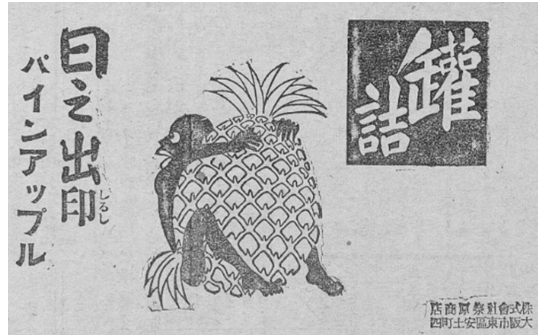
특히 영국의 산업 기술로 싱가포르에서 생산한 파인애플 통조림과 비교해서 저품질로 뒤쳐졌던 평산의 파인애플 통조림은 점차 제품의 질이 향상되면서 마침내 내지

18 다이쇼 천황의 둘째 황자 지치부노미야 야스히토신노는 1923년 아키히토 황태자(裕仁皇太子)의 대만 방문을 기념해 '고사족(高砂族)'이라는 명칭을 부여했다. 末光欣也, 『日本統治時代の臺灣: 臺灣の歴史: 1895~1945/46 五十年の軌跡』(臺北: 致良出版社, 2004), p.91.

19 鄭水萍, 『鳳山經濟產業志: 鳳山傳統產經的移植, 形成與變遷』(鳳山: 南方文化工作室出版, 2005), p.255.

박람회와 해외 박람회에 출품하면서 대외성을 가지게 되었고, 이때 식민 경영의 제국을 상징을 구가하며 서구 제국과 어깨를 나란히 하고자했던 의도도 보인다. 제품 광고의 선전이라는 측면에서 대만파인애플통조림주식회사(臺灣鳳梨罐頭株式會社)가 발행한 그림엽서 <대만평산(臺灣鳳山)>을 보면 이미지와 함께 그 문구 역시 구매력을 높이고자 고안된 것임을 알 수 있다. 이 엽서에는 “동궁전하(東宮殿下)에게 헌상(獻上)된 세이반표는 20여 차례 미국의 박람회와 일영대박람회에 참가해 수상을 했다”<sup>20</sup>라고 선전하고 있는데, 이는 바로 천황의 인정이야말로 곧 제국의 공신력이었기 때문이다. 비문명의 원시 인종인 세이반을 내세워 제국의 이미지를 만드는 동시에 고품질의 제품으로 제국의 공인을 대중적으로 전파시켰던 것이다.

파인애플 통조림의 라벨 이미지에서 보여준 ‘세이반’은 장식적인 원주민 민족의 상을 통해 대만색을 입히고 있다. 이 상표의 원주민의 모습은 대체로 대만총독부에서 발행한 그림엽서를 통해 파이완족(排灣族)의 의상임을 추정할 수 있다. 이러한 이미지와 달리 세이반표의 광고 이미지 중 다이쇼 원년(1912)의 ‘세이반인 파인애플 간츠메(生蕃印パイナップル罐詰)’ ‘신제품발매’ 광고에서는 아프리카 흑인에 가깝게 묘사된 원주민의 이미지를 볼 수 있다. 특히 이러한 원주민 흑인종 이미지는 1920년대 조선에 수입된 “히노데인 파인애플(日の出印パイナップル)” 광고에도 동일하게 드러나고 있어 일본 내지와 식민지 조선에서 대중으로 인식되는 원주민을 야만적인 흑인과 동일시하고 있음을 보여준다.<sup>21</sup> 또 5 이종의 흑인종이 대만 원주민을 시각화한 것은 일찍이 서구의 제국의 시선으로 바라본 별종의 인종적 색깔 이미지로 인식한 것이라고 볼 수 있다. 이는 일본 에도 막부 말기부터 대중화된 『로빈슨 표류기(ロビンソン・クルーソー漂流記)』(1857)와 같은 번역 소설의 수용과 관련된었다고 본다.<sup>22</sup> 소설을 통해 인종이 시각화되는 과정은 소설 삽화에 묘사된 이미지를 그대로 차

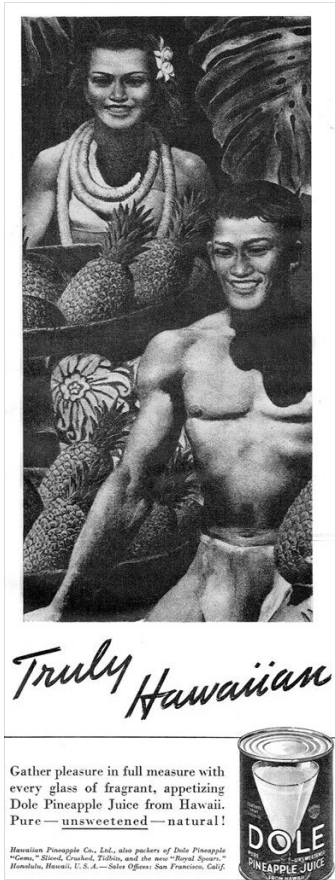


5  
‘히노데 표 파인애플  
(日の出印  
パイナップル)  
『경성일보』  
1928.10.10.  
p.11.

20 自1912年起售予各皇宮供皇宮使用，並標明曾在20多場英美博覽會上獲金、銀獎章。〈臺灣鳳山〉(資料來源：國家圖書館 臺灣記憶。https://tm.ncl.edu.tw/)，王御風、黃于津，鳳梨製罐的黃金時代(高雄：高雄市政府文化局；臺北：玉山事出版，2019)，pp.104-105。

21 「日の出印パイナップル」, 『경성일보』, 1928. 10. 10, p.11.

22 다니엘 데포(Daniel Defoe)의 소설 『로빈슨 크루즈』(Robinson Crusoe, 1719)는 일본 도쿠가와 막부 말기 『漂流之旅』와 『陸俊良漂流縮寫』라는 책으로 네덜란드어 번역본을 번역해 소개되었다가 메이지 초



6 로버트 리거스  
 돌사의 파인애플 주스 광고  
 1938

용하면서 독자들에게 심어준 원시문명의 흑인이라는 틀이 만들어 버린 것은 아닌가 생각된다. 흑인은 실제 대만 원주민 모습보다 더욱 쉽게 수용될 수 있는 이미지였다는 점에서 이미지의 제조라고 볼 수 있다. 또한 이는 식민지의 특산품과 함께 원주민의 의상 또한 고유한 이미지와는 다른 미개한 이미지가 주는 인류학적 전시성이기도 하다.

제국의 전시성은 선진적인 미국 돌(Dole)사가 제조한 파인애플 주스캔에서도 사용되었고, 여기서 하와이의 원주민은 이국적이고 원시적으로 타자화한 이미지로 드러난다. 1920년대 돌사가 제조한 통조림 광고에서 하와이의 이미지는 청정한 지역의 비문명 낙토로 그려지는 동시에 여기에 사는 원주민은 건강한 육체를 자랑하는 빅토아 영제국의 선전과 결부된 제조된 이미지로 '진짜 하와이인(Truly Hawaiian)'으로 드러난다.<sup>23</sup> 또 이 역시 파인애플 생산지의 원주민의 육체가 바로 자연적인 노동 조건임을 상상케 하며 아울러 이들이 사는 이곳을 관광지로도 선전하고 있다. 즉 파인애플 생산지 하와이는 미국 본토와 전혀 다른 태평양의 섬이라는 점을 부각시키고 있는 것이다. 훗날 1939년 돌사는 여성화가 조지아 오키프(Georgia O'Keeffe, 1887~1986)를 하와이 현지로 초청해 회화 작업을 지원하며 그녀의 완성작을 광고 이미지로 사용했다.<sup>24</sup> 하와이에서 재배되는 '돌 파인애플 버드'라고 소개된 오키프의 작품 광고는 미국인 백인 가정에서 소비되는 주스가 본토에서 머나먼 순 자연의 진짜 하와이에서 수입된 이국적 취향을 만끽하게 한다.

낙토 천연의 하와이 원주민과 달리 대만의 원주민 '세이반'은 일본 제국의 영토와 인종으로 개척된 브랜드로서 제국을 전시한 셈이다. 따라서 '세이반'이라는 상표는 원래 미개척의 번지(番地)가 개척된 재배지라는 의미와 원주민의 노동력도 반영된 인종적 차별성도 함께 드러난다. 결국 이 라벨에서 보여준 이미지는 원주민 복장

기에 와서 일본어로 번역 출판되었다. 그 후로도 통속소설로 계속 출판되었다. 猪狩友一, 「ロビンソン・クルーソーの世界とその明治初期翻訳について」-Robinson」と「魯敏孫」の間, 『國語と國文學』 66:3 (1989), pp.27-28.

23 '진짜 하와이인' 광고, Robert Riggs Dole Truly Hawaiian Pineapple Harvest Island Natives 1938.

24 Shana Klein, *The Fruits of Empire The Fruits of Empire: Art, Food, and the Politics of Race in the Age of American Expansion (California Studies in Food and Culture)* (Oakland: University of California Press, 2020), pp.154-155.

을 하고 사냥한 동물의 뼈로 장식한 머리관과 손에 창을 든 모습과 사냥한 동물 가죽을 조끼로 만들어 외투로 걸치고 있는 모습에서 전형적인 파인애플의 전통 의상을 보여주고 있다.<sup>25</sup> 여기서 노동력으로 사용했을 법한 한화된 숙변의 핑푸족이 아닌 생전 즉 세이반의 파인애플의 부족장 의상을 라벨에 사용하고 있는 점은 일본 제국의 시선으로 바라본 인류학적인 원주민을 민족적 지방색으로 전시하고 있는 것과 같다.

### Ⅲ. 제국의 건설 영웅 ‘군인(軍人)’표

식민지 대만에서는 1920년대부터 고품질의 하와이산 종 파인애플이 이식되었고 이에 따른 생산 증대는 파인애플 통조림회사 건립으로 이어져 사업의 활황을 이룬다. 1906년부터 대만에 진출한 교토의 ‘하마구치 파인애플 주식회사(濱口鳳梨株式會社)’는 이듬해 1907년 타이중(臺中) 현 웬린(員林)에 ‘하마구치 파인애플 간츠메 공장(濱口鳳梨罐頭工場)’을 건립하고 ‘군인’표를 통조림을 생산해갔다.<sup>27</sup> 하마구치 간츠메 회사가 대만에 진출하기 시작한 1905년은 이미 도쿄 니혼바시(日本橋)의 간츠메 상점에서 주로 싱가포르산 파인애플 통조림이 판매되었는데 이는 남양에서 생산된 술탄 라벨이 붙은 고가의 제품이었다. 이후 대만의 하마구치 파인애플 통조림 공장의 일부가 도쿄도의 고쿠분(國分)에 지정 공장이 되어 일본 전 지역으로 확대 판매되었고, 오카무라의 파인애플 통조림은 오사카를 중심으로 전국에 확대되는 양상을 보인다. 이렇게 대만 생산제품들이 줄을 이어 출품되자 1916년 즈음 일본에서는 대



7  
‘군인’표  
파인애플 통조림 라벨

25 문정희, 「전쟁의 표상, 충후 여성」, 『미술사논단』52 (2021), p.134.



8  
 〈아메리칸 트레이딩 회사〉  
 ‘단모노(反物)’  
 일본 거류지 상관 라벨  
 1877년경

중적인 붐을 일으키게 된다.<sup>26</sup>

이때 대만에서 생산된 생파인애플로 제조된 ‘군인’표 하마구치 파인애플 통조림은 ‘세이반’표와 함께 대만의 대표적인 브랜드로 성장한다. 비문명의 미개한 원주민을 상징했던 세이반표와 달리 제국건설의 메이지 군인을 상징화한 군인표라는 브랜드는 대만의 식민통치의 지배자라는 표상으로 대내외적으로 제국을 선전하게 된다. 이 상표에서 차용한 군인의 이미지의 원형을 고려해 보면, 팔자 수염에 육군 대령복 의상을 한 인물에서 무력의 권위를 보여준다. 이는 서구 유럽의 제국에서 보여준 건설적 리더에 연원을 두고 있음을 충분히 추측할 수 있다.

일본 메이지 시기 군인은 제국의 힘을 과시하는 대표적인 인물로서 메이지 초기 군인 이미지는 일본 내에 ‘거류지상관(居留地商館)’의 홍보물 라벨에서 찾아 볼 수 있다. 1877년 설립된 일본의 ‘미국무역주식회사(American Trading Company Japan)’가 ‘단모노(反物, 일본의 전통적인 폭 좁은 천)’로 제작한 라벨은<sup>27</sup> 옥일기를 든 육군 장군을 묘사하고 있어 세계를 향해 달리는 정복자의 모습을 하고 있다. 이와 함께 메이지 초기 제약회사의 광고를 보면 제품의 효능을 선진 서양의 재상과 군인 같은 인물을 이용해 대중적인 인지도 초점을 맞추고 있다. 그 중 ‘독멸(毒滅)과 ‘진단(仁丹) 약품은 1907년부터 중국을 필두로 조선, 대만, 남양과 인도 등지로 해외시장을 개척했다.<sup>28</sup> 이에 따른 상표의 이미지는 서구의 강력한 통치자를 차용한 이미지로 제국의 상업성을 확대시켜 갔다.

1900년 모리시타(森下南陽堂)가 발매된 ‘독멸(毒滅)과 ‘진단(仁丹)’의 광고 중, 매독약의 상표 ‘독멸’은 독일 통일의 철혈 재상(Eiserne Kanzler) 비스마르크(Otto von Bismarck, 1897~1975)를 차용해 제품의 효능을 선전했다. 군제개혁을 단행해 통일로 이끈 비스마르크의 면모를 상기해 볼 때 질병 퇴치라는 강력한 효능은 대중에게 공신력을 행사케 한다. 즉 ‘매독약의 대발견’이라는 ‘독멸(毒滅) 제품의 선전에서 지략가 명재상의 이미지는 곧 일본 근대화 개혁의 모델이기도 했다.<sup>29</sup> 이와 함께 소화

26 農林省農林水産技術會議事務局, 『戦前戦時における台湾農業技術の発達: 果樹』, 『資料』9:2 (1968), p.29.

27 三好一, 『日本のラベル: 明治 大正 昭和』(紫紅社文庫, 2010), p.27.

28 井出文紀, 『森下仁丹の町名表示板広告と「広告益世」』, 『商経学叢』64: 2 (2017.12), p. 249.

29 ‘독멸’의 광고에 대해서는 『森下仁丹百年物語』 참조 <https://www.jintan.co.jp/special/museum/story/>

제와 해독제로 발매되기 시작한 ‘진단(仁丹)’ 역시 군인 나폴레옹상을 상표 이미지로 차용해 전쟁 영웅이라는 이미지를 상업적으로 도입했다. 이러한 이미지는 진단의 효능을 선전하는 동시에 만국을 향해 제국을 확대시키는 일본을 선전하며 아시아 침략의 뼈대된다. 전쟁에서 큰 공을 세워 국민적 영웅이 된 나폴레옹이라는 역사적 인물을 생각하면 전쟁의 영웅인 군인이 바로 제국의 리더였음을 상징한다. 나폴레옹과 비스마르크와 같은 군인 이미지를 통해 통증을 소멸하고, 독을 박멸하는 일본의 제약 산업은 서구 문명의 선진적인 기술을 수용해 동아시아로 뻗어 나가는 제국을 드러낸 것이다.

1907년 하마구치 파인애플 통조림 회사가 발매한 ‘군인’ 표는 대만총독으로 1906년에 사망한 고다마 겐타로(兒玉源太郎, 1852~1906)가 모델이 되지 않았을까 추측된다. 군인표가 발매되기 일 년 전 고다마 겐타로는 갑작스런 뇌일혈로 사망했고 이 소식을 접한 대만은 추모의 열기를 만들어 갔다. 고다마는 일본의 육군 군인으로서 러일전쟁 때 만주군총참모장을 맡아 전쟁을 승리로 이끌었던 인물이다. 육군대장 고다마는 1895년 일본의 청일전쟁 승리 후 1898년부터 대만총독으로 부임해 그가 죽은 1906년까지 대만의 식민지 저항운동을 철저히 진압했던 동시에 식민지 대만의 산업화에 초석을 쌓은 인물로 전해졌다.<sup>30</sup> 고다마가 죽은 그해는 교토의 하마구치가 파인애플 통조림 사업의 대만 진출을 결심하고 대만 중부의彰化(彰化)에 ‘하마구치 파인애플 공장(濱口鳳梨工場)’ 건설하기 시작한 해이다. 이에 앞서 평산의 오카무라 쇼타로가 1901년 총독부의 지원을 받아 싱가포르를 시찰하고 돌아와 신장즈(新庄仔) 토지에 신공장 설립 허가를 받았던 것 시기 역시 고다마 총독의 재임기였다. 당시 오카무라는 총독 앞으로 “대만총독 남작 고지마 겐타로 전(臺灣總督男爵兒玉源太郎殿)”(1902년 1월 24일)<sup>31</sup>이라는 서한을 보냈던 사실만 보아도 이로 인해 고다마 총독은 대만의 파인애플 통조림 산업의 출발과 매우 관계가 깊다고 할 수 있다.

index01.html (2022. 7. 22 검색).

30 「兼任陸軍大臣 台湾総督陸軍中將 男爵兒玉源太郎」, 『JACAR』(アジア歴史資料センター) Ref. A03023362200, 公文別録・親任官任免・明治二十二年~昭和二十二年・第二卷・明治三十二年~明治四十二年(国立公文書館) <https://www.jacar.archives.go.jp/das/meta/A03023362200> (2022. 9. 20 검색).

31 오카무라 쇼타로가 신청한 신장즈토지 신설공장 서한에 관해서는 王御風, 黃于津, 앞의 책, p.23, 도5 참조.



오카무라의 평산 공장이 완성된 1902년 7월, 고다마 총독은 직접 현장에 내려와 제조된 파인애플 통조림을 오픈해서 시식했다고 한다.<sup>32</sup> 이러한 고다마는 대만에서 신식제당(新式製糖) 산업의 초석을 세웠는데, 파인애플 통조림에도 당물이 필수적인 점을 생각하면 이 산업의 선후 발전에 고다마는 매우 중요한 인물임에 틀림없다.<sup>33</sup> 또한 고다마 총독이 지휘한 총독부는 대만 제당산업에서 일본 당업 자본이 절대적 이익을 가져올 수 있게 1905년 '제당장 통제 규칙(製糖場取締規則)'을 공포했다. 이는 대만 당업 금융기구로서 대만은행이 역할을 함으로써 '대만제당-국가권력-대만은행'이라는 삼자 결합을 이루어 대만통치의 성패를 좌우하는 중대한 사안이 되었다.<sup>34</sup> 이러한 총독부의 정책은 오사카 상선회사가 대만 진출에 편의를 제공했고 이는 마침내 선적과 유통이 일본 회사들에 의해 장악되기에 이른다. 이로써 1907년과 1908년에 걸쳐 대만의 사탕 사업은 일본 회사들의 경쟁의 장이 되어 버렸다.

이 무렵 일본 자본의 제당업이 대만 진출 경쟁과 함께 설탕물을 기본으로 하는 파인애플 통조림 산업도 함께 성장되었다. 이러한 가운데 대만 총독인 고다마의 위상은 메이지의 육군 군인으로서 국가의 무공(武功)인 '공일급금치훈장(功一級金鷄勳章)'과 훈일등(勳一等)의 육일동화대수장(旭日桐花大綬章)을 수여받아 일본의 정치사에서 보기 드문 기념비적인 인물로 굳혀졌다. 고지마의 기념 조각입상은 1903년부터 추진되었다가 그가 죽은 이듬해 1906년 10월 2일, 타이페이 신공원에서 건립상 개막식을 시작으로 타이중 공원과 타이난 공원에서 건립이 추진되었다. 대만을 리더한 총독 고지마의 석조입상 건립은 대만인 신상(紳商) 들에 의해 건의되었는데, 이들은 대만의 식민정치를 대중 인민들에게 알리겠다는 취지로 기금을 모집해 이루어졌다.<sup>35</sup> 1903년은 고지마 총독의 부임 5주년을 기념해 추진되기 시작한 해로 이후 조각상 건립은 1906년 10월 완성되었다. 조각상이 완성되기 전인 7월 23일 죽은

32 櫻井芳次郎, 『台湾のバインアップル缶詰事業の創業』, pp.215-216, 王御風, 黃于津, 앞의 책, p.24에서 재인용.

33 제당업 금융과 자본의 통치에 대해서는 涂照彦, 『日本帝國主義下の台湾』(東京: 東京大学出版会, 1975), p.287 참조.

34 涂照彦, 앞의 책, pp.272-274.

35 대만의 3개 지역에 건조된 고지마 겐타로 조각입상은 1903년 3월부터 辜顯榮, 李秉鈞, 陳洛, 王慶忠, 陳少碩, 黃玉階와 같은 대만인 신상층 대표 6인은 민정장관 고토 신페이(後藤新平)에게 고지마 총독의 조각상 건립을 진정했고, 3월 14일 재차 '고지마 작독 현충제 대만 5주년 건립 대리석주상 서문(兒玉爵督憲總制臺灣五週年建立大理石壽像叙文)'을 고지마 총독에게 보내 알현해 알렸다. 「獻頌立像」, 『臺灣日日新報』, 1903. 3. 15, p.5; 李品寬, 『日治時期臺灣近代紀念雕塑人像之研究』(台北: 國立臺灣師範大學臺灣史研究所碩士論文, 2009), pp.33-34.

을 맞이한 고지마는 고인이 되어 기념비적인 조각상이 되어버렸다. 계획대로 이어진 고지마 조각상의 제작식은 1907년 11월 3일 타이난의 다이쇼 공원(大正公園, 현 민성취원(民生綠園))에서 개최되었었는데,<sup>36</sup> 이 조각상은 훗날 해방 후 종적 없이 사라졌다가 최근 2016년에 조각난 두상이 발견되면서 복원 작업이 이루어졌다.<sup>37</sup> 이 인물조각에서 보이는 대략적 외모는 육군중장의 대례복(大禮服) 차림에 무공 훈장으로 장식된 복장으로 보아 생전에 유포된 사진을 참고해 제작되었을 것으로 생각된다. 이러한 점으로 미루어 보아 군인표 파인애플 통조림의 브랜드 개발은 일본 입장에서 볼 때 고다마를 내세워 대만 총독의 공로를 드러내 제국을 리더하는 군인상을 만들어 전시하고 있는 것으로 볼 수 있다. 결국 군인표 브랜드는 일본 메이지기의 대표급 육군 중장의 이미지를 통해 제국의 표상을 드러낸 것이다. 초기 서구 유럽의 비스마르크와 나폴레옹과 같은 재상과 군인을 표방한 일본은 제국 시각화도 건설한 셈이다.

#### IV. 제국적 취향, 평리

대만에서 생산된 파인애플 통조림 회사는 1920년대부터 다양한 브랜드가 늘어나 1935년에 이르러 생산성과 유통을 조절하기 위해 총독부가 나서서 합동회사로 통합된다. 1916년부터 일본에서 각광을 받기 시작한 대만산 파인애플 통조림 사업은 세계 1위로 올라선 하와이의 생산방식을 모방해 1926년부터 1930년까지 최신식 설비를 갖추며 생산량을 늘려 판매량에서 대규모적인 시장성을 보여준다.<sup>38</sup> 앞서 살

36 「兒玉前總督壽像除幕式」, 『臺灣日日新報』, 1907. 11. 6, p.2, 李品寬, 앞의 논문, p.34.

37 고다마 겐타로 조각입상 발견과 복원에 관한 보도에 의하면 “현 타이난시 북구 321항 지구에 일제 시기 일본군 보병 제2연대 관사(日軍歩兵第二聯隊官舎群) 예술원에서 대리석 두상 조각을 발견했는데 군모자 쓴 두상의 양식에서 볼 때 육군 중장으로 문헌을 찾고 사진으로 인터넷을 검색했으나 조각상의 자료를 찾을 수 없으니 일본사를 잘 아는 민간인의 도움을 바란다”고 했다. (2015. 12. 17 辛啟松/台南報導) 이 보도 이후 문화국의 조사에 의해 고다마 겐타로의 신원을 발견할 수 있었다. 記者蔡文居/台南報導, 「斷頭石像 證實為日治兒玉總督」, 『自由時報』, 2016. 12. 9일자 보도. <https://news.ltn.com.tw/news/local/paper/1060150> (2022. 9. 20 검색).

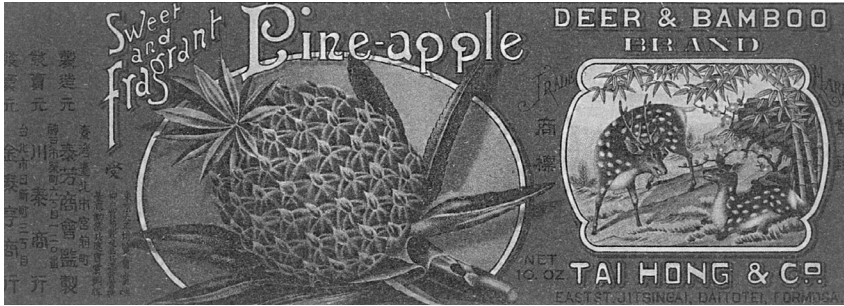
38 하와이가 싱가폴을 누르고 세계 최대 주요한 파인애플 통조림 생산지가 되자 하와이의 대규모 생산방식을 따라 대만에서도 모방하기 시작했다. 이때 식민지 정부는 파인애플 통조림 사업을 적극적으로 서포트하기 위해 3개 정책을 추진했고, 그 중 1926년부터 1936년까지 기계화의 추진은 최신식 생산 설비에 따라 생산을 증대시켰다. 陳慈玉, 「日本統治期における台湾輸出産業の發展と変遷(上)」, 『立命館經濟學』60:5 (2012), p.19.



퍼본 '세이반'과 '군인' 상표가 보여준 제국을 선도한 이미지와 함께 대만인 사업자들도 이 사업에 동참하며 생산의 확대에 따라 파인애플 통조림의 브랜드는 다양화된다. 대만인이 개발한 파인애플 브랜드는 일본인 생산자들에 비해 통속화된 길상적 의미를 강조해 이미지로 전달해 준다. 원래 일본에서 발달한 근대 상품화된 미인상에는 서양 모던 여성 이미지를 번안 혹은 차용해 가장 대중적인 이미지가 대두되기도 했다. 대만에서 1920년 일본인 아츠지 히로(阿辻廣)가 '폴모사 파인애플 미인 브랜드 (Formosa Pineapple Bijin Brand)'로 생산했을 때 여기서 사용한 미인 브랜드는 서양 모던 여성을 차용해 시각적으로 서구화된 세계를 보여주었다.

이와 달리 대만에서 커자(客家)인들의 집성촌 마요리(苗栗)에서 제조된 '취란물산구매판매이용조합(卓蘭物産購買販賣利用組合)'의 파인애플 통조림 라벨 이미지는 모던 차이나 패션의 미인도를 사용하고 있어서 서양 미인 이미지를 사용한 아츠지 브랜드와 차별화된다.<sup>59</sup> 중국 광둥과 푸젠 지역에서 이주한 커자인은 18세기부터 대만을 비롯해 동남아시아에도 퍼져 화교 세계에 분산된 점유율을 보이고 있어서 중국 본토와도 네트워크를 형성하고 있었다. 이와 같은 모던 차이나 여성 이미지는 이미 상하이에서 유행한 통속적인 광고 이미지였다는 점에서 커자인의 생산 유통에 있어서 가장 보편적인 이미지의 사용으로도 생각된다. 따라서 이러한 이미지는 월빈패화(月份牌畫)의 제작 양식으로 고전과 모던을 혼성시킨 미인 이미지의 차용이며, 이 또한 일본에서 사용한 서양 미인 광고에 대한 번안적 치환을 보여준다. 이러한 현상은 대만의 로컬컬러로서 당시 유행했던 모던 여성 이미지로서 일본 내지는 물론 중국 대륙 혹은 화교권 세계를 겨냥해 노린 시장성의 확대에서 나온 전략이라고 생각된다.

이외에도 일본인 제조회사와 다르게 가장 이른 시기 대만의 치팡상행(季芳商行)의 천진인(陳鎮印)에 의해 제조된 '쌍학(雙鶴) 표(1908) 브랜드는 통속적인 길상 도



10  
'쌍녹(雙鹿) 표  
파인애플 통조림 라벨

안에 연원을 두고 있다.<sup>39</sup> 대만에서 이 브랜드와 경쟁했던 제품은 훗날 '파인애플의 왕(鳳梨王)'이라 불렸던 타이페이예의 예진투(葉金塗, 1882~1946)에 의해 제조된다. 그는 1911년부터 타이팡상회(泰芳商會)를 시작으로 친구와 친지들과 함께 '진타이형상행(金泰亨商行)'을 창립해 파인애플 통조림을 제조 판매했다.<sup>40</sup> 이때 개발한 '쌍사(雙獅)'와 함께 '쌍녹(雙鹿) 라벨(영어 Two Deer Brand 혹은 Deer & Bamboo Brand로 표기)' 이미지는 대나무밭의 두마리 사슴 도상을 사용하여 대나무처럼 쭉쭉 뻗어나는 사업 번창의 기원과 한 쌍의 사슴으로 사업의 장수를 바라는 길상성을 묘사해 상표화했다.<sup>40</sup> 쌍녹 뿐만 아니라 쌍학(雙鶴)과 같은 상표 이미지도 등장해 한 층 더 전통 길상의 의미를 부가시키기도 했다. 이렇듯 길상적 이미지를 상표화한 대만인 제조업자들은 일본인 제품과 판매 경쟁을 하며 저가의 제품으로 구매력을 높이는데 힘을 쏟았고 이때 사용한 길상적 이미지는 중국적인 로컬컬러를 앞세워 또 다른 소비층을 구축하며 제국의 유통망을 통해 식민지 시장에서 생존 전략으로 삼았던 것이다.

1926년을 정점으로 파인애플 통조림의 생산과 소비의 급증과 더불어 대만의 생 파인애플 또한 일본과 식민지 조선, 만주, 중국 대륙으로 수출되어 일상의 식탁에도 등장했다고 볼 수 있다.<sup>41</sup> 이러한 수입 과일은 경제적 풍요로움의 상징하는 모던 생활로 그려지기도 하는데, 특히 회화에서 제재 또는 소재로 다뤄지며 정물화 양식에서도

39 齋藤尚文, 앞의 논문, p.8.

40 타이팡상회에서는 쌍록과 함께 쌍사(雙獅) 브랜드의 파인애플 통조림을 제조 판매하기 시작한다. 王御風, 黃于津, 앞의 책, pp.139-142.

41 1924년 말부터 대만총독부는 특산과를 설치해 사탕·차·바나나·감귤 류 등의 농산업을 특산과에서 관리했고, 적극적인 육성 정책을 폈다. 이때 하와이가 싱가폴을 누르고 세계 최대 주요한 파인애플 통조림 생산지가 되자 하와이의 대규모 생산방식을 따라 대만에서도 모방하기 시작했다. 陳慈玉, 앞의 논문, p.19.



11  
나카무라 겐이치  
<제매의 모임>  
1930  
제11회 제국미술전람회  
서양화부



12  
마쓰모토 미쓰지  
<신문지와 과일>  
1930  
제4회 대만미술전람회  
서양화부

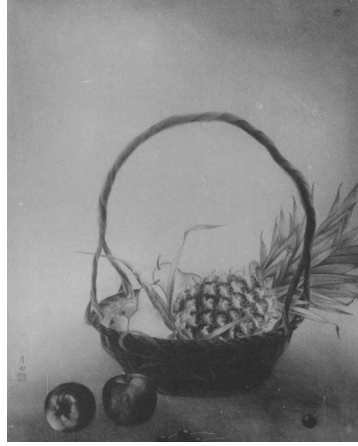
정형화를 이룬다. 이국적인 열대 과일로 기이한 외형을 가진 파인애플은 회화에서 조형적으로 흥미로운 형태감을 보여준다.

먼저 대만 관전(官展)의 입선작들에서 평리는 지방색채, 혹은 모던 일상으로 다뤄지는 소재로 출현한다. 특히 서양 정물화를 참고로 동양화에서도 전통 소과(蔬果) 양식을 변용하며 제작하기 시작한다. 소과 양식으로 표현된 과일 정물은 1920년대 대만파인애플 통조림 주식회사(臺灣鳳梨罐頭株式會社)가 발행한 <대만 평산>(대만 파인애플통 조림사업에서 생산한 생반인)<sup>42</sup>과 같은 사진엽서에서 볼 수 있다. 이 사진에서 테이블 위에 파인애플과 파인애플 통조림은 마치 정물화의 대상으로 다뤄지고 있다.

1920~30년대에 걸쳐 생산지 대만 외에도 조선에 수입되었던 생과일 파인애플은 전문 과실점<sup>43</sup>을 통해 유통 소비되었다. 이렇게 소비된 파인애플이 일본과 식민지 관전에서도 등장하는데, 특히 정물화 혹은 인물화의 배경으로 묘사되는 입선작들은 당시의 모던한 생활을 드러내는 주제로도 다뤄진다. 점차 수가 늘어난 작품에서 다뤄진 파인애플 제제는 1920년대 중반부터 1930년대까지 증대한 대만의 파인애플 생산과도 궤를 같이한다. 1930년 제11회 제국미술전람회(제전 약칭) 서양화부에서 제국미

42 “...大正元年十月宮內省御用命ヲ拜シ、各宮殿下ノ御買上ヲ蒙リ博覽會展覽會罐詰品評會等二於テ金銀賞牌並二優等金牌ヲ受クルコト廿餘回英米博覽會二於テ金銀賞ヲ受クルコト式回ニシテ...”, 대만 파인애플 통조림 주식회사(臺灣鳳梨罐頭株式會社) 광고, 王御風, 黃于津, 앞의 책, p105. 도72 참조.

43 ‘과실전문점’은 “전화로 바로 배달한다”는 문구와 함께 상점 주소와 전화번호를 넣어 광고하고 있다. 『경성일보』, 1926. 12. 23, p.9.



술원상(帝國美術院賞)을 수상한 나카무라 겐이치(中村研一, 1895~1967)의 관전풍 작품 <제매의 모임(弟妹集ふ(う))><sup>11</sup>은 쇼와 초기의 관전에서 유행했던 대 화면의 인물 군상으로 대표되며 당시 “현대 풍속화”라고 불렸던 것처럼 작가의 부르주아 생활의 일면을 보여주며, 소품으로 처리된 파인애플은 그 생활의 풍속이라 할 수 있다.<sup>44</sup> 화면 왼쪽의 테이블 위 접시에 놓은 파인애플은 음악이 흐르는 모던한 거실 풍경에서 고급 현대 생활의 단면을 보여준다.

18세기 시기 영국 왕실에서 가장 사치스럽고 고급스러운 과일로 소비했던 파인애플이 정물화의 주제로 이미 이국적 취향으로 다루어 진 바 있다. 이러한 서양 정물화와 달리 일본의 관전과 식민지 관전에서 다뤄진 파인애플 제재는 서구적인 정물화 양식에서 벗어난 전통적인 양식으로 변용되어 나타나기도 한다.

나카무라 겐이치가 인물화 배경으로 다룬 파인애플 제재와 달리 정물화 주제로 다룬 작품은 제전에 입선한 니시 하쿠민(西博民, 1889~1943)의 <정물>(제11회 제전에서 볼 수 있다. 이러한 정물화 양식은 서양화부에서 대만미술전람회(臺灣美術展覽會) 제4회 마쓰모토 미쓰지(松本光治)의 <신문지와 과일(新聞紙と果物)>(1930)<sup>12</sup>에서도 유사하게 드러난다. 서양화의 양식과 달리 동양화에서 다뤄진 파인애플은 바구니에 담겨진 과일로 묘사되기도 한다. 이는 서양화 양식의 정물화에 영향을 받아 변용한 동양화라고 할 수 있다. 조선미술전람회(약칭 조선미전) 제13회

13  
고이 소노코  
<탁상정물>  
1934  
제13회 조선미술전람회  
동양화부

14  
장우성  
<정물>  
1935  
제14회 조선미술전람회  
동양화부

15  
세용휘  
<평리>  
1933  
제7회 대전미술전람회  
동양화부

44 高山百合, 「昭和期官展洋画の寵児・中村研一 - 光と影を生きた画家」, 『中村研一展 没後50年』(福岡: 福岡県立美術館, 2018), pp.62-73.

에 입선한 고이 소노코(五井園子)의 〈탁상정물〉(1934)<sup>43</sup>과 이를 모방 변용한 장우성의 〈정물〉(1935)<sup>44</sup>은 서양식 정물화 양식에 따른 동양화를 보여주기도 한다.

조선미전 동양화부 입선작에서 서양화식 정물화는 꽤 유행되었음을 알 수 있다. 채소와 함께 과일을 다룬 나카니시 츠다에(中西ツグエ)의 〈정물〉(1937)과 같은 입선작을 보면 전통 소과의 제재를 정물화 양식으로 변용한 것이다.

특히 1933년 제7회 대전 동양화부에서 입선한 세용휘(謝永火)의 〈평리(鳳梨)〉<sup>45</sup>와 같은 작품은 화훼화(花卉畵)의 형식으로 다뤄지고 있다. 이러한 양식의 회화는 파인애플 생산지의 실경이 존재하지 않은 조선에서는 찾아보기 힘들다. 이처럼 식민지 관전 입선작에 나타난 파인애플 제재는 정물화와 인물화 외에도 화훼화 양식으로도 응용되어 다양하게 다뤄지고 있음을 알 수 있다.

## V. 맺음말

청조에서 대만의 풍토물로 기술한 평리는 ‘고전제국’이었다고 한다면, 서구 세계에 대응한 산업화된 과일 파인애플은 ‘근대제국’으로서 대만을 상징한다.<sup>45</sup> 이때 제국의 과일로서 파인애플은 중첩된 근대화의 표상 이미지로 등장하며, 전 세계의 식탁에도 인기 있는 이국의 향미를 전파시켰다. 더욱이 근대 산업화 시스템으로 제조된 파인애플 통조림은 일본의 식민지 경영을 관통하는 중요한 통치의 구조에서 제조된 것이다. 근대 파인애플의 산업화란 이식되고 재배해 제조한 체제를 드러낸 것이며, 이는 제국의 팽창과 함께 유통하는 과정에서 물적 노동력인 인적 유통망도 함께 내재해 있었다. 파인애플 생산에 있어서 인적의 유통은 하와이 왕국의 멸망하면서 미국에 병합된 하와이 파인애플 생산 노동력에서 일어났고, 이는 일본인을 포함한 중국과 조선의 이민자들이 서구 근대 산업에 유입된 것을 의미한다. 이러한 노동의 유통성은 일본이 대만을 점령하면서 제국 시대로 접어 들었고, 여기서 경영의 생산 구조에 나타난 대만의 한인(漢人)과 원주민이라는 이중적인 피지배 신분을 이용하기도 했다. 일찍이 백인에 의한 하와이의 아시아 노동자와 하와이 원주민의 관계에서 보여주었던 이 일본 역시 대만 원주민을 타자화시킴으로서 서구 제국이 겹쳐진 제국주의의 전략

45 三澤真美惠, 李文卿, 許時嘉譯, 『在「帝國」與「祖國」的夾縫間: 日治時期台灣電影人的交涉與跨境』(臺北: 國立台灣大學出版中心, 2021), p.27.

으로 지배해왔던 것이다.

이러한 과정 속에서 대만 파인애플의 시각 이미지는 복수의 제국 표상이 되어 서구 열강 제국과 함께 아시아에서 신흥 제국이 가져온 식민지 근대 산업 시스템에서 작동되게 마련이었다. 과거 제국의 브랜드 파인애플은 오늘날 중국과 대만의 차이 그리고 제국을 대신한 글로벌한 경제 시스템으로 전치되어 있다. 즉 파인애플의 이미지 속에 잠재된 중층적인 구조 속에는 품종의 이식, 노동력의 유동, 생산과 유통망, 소비 취향 등이 얽혀있었고, 또한 반복된 이미지의 생산은 바로 제국의 복수성을 보여주고 있다.

‘세이반’ 상표가 제국의 상표로 사용될 때 서구의 시선으로 바라본 원주민의 인종성을 드러내는 전시성이 강했다고 한다면, ‘군인’ 상표는 서구 제국을 답습해 확장되는 건설성을 드러낸 것이라고 볼 수 있다. 이러한 전시성과 건설성은 1930년대 중반에 이르러 군국주의 제국으로 전진하며 아시아의 침략 전쟁으로 이어졌던 것이라 볼 수 있다. 제국을 브랜드화한 파인애플의 이미지는 그 자체로도 글로벌 유통망이기도 했다. 이는 오늘날의 글로벌한 세계가 자본과 기술로 제조해 새로운 네트워크를 형성해 나간 것과 매우 유사하다. 결국 일본의 제국주의 식민 경영에서 드러난 파인애플 이미지는 복수의 제국 망 속에서 제조되었음을 확인하게 된다.

#### 주제어 Keyword

제국(帝國) empire 복수(複數) plurality 파인애플 pineapple 핑리(鳳梨) fengli 세이반(生蕃) raw barbarians 군인(軍人) soldier

투고일 2022년 9월 15일 | 심사일 2022년 10월 5일 | 게재확정일 2022년 10월 30일



신문

- 『京城日報 *Keijo nippo*』  
 『臺灣日日新報 *Taiwan nichichi shinpo*』  
 『國際果蔬報道 *Produce Report*』  
 『自由時報 *Liberty Times*』

논저

- 문정희 Moon, Junghee, 「전쟁의 표상, 총후 여성 The Representation of War, Women on the Home Front」, 『미술사논단 *Art History Forum*』52, 2021, pp.133-155.
- 張省卿 Chang, Sheng-ching, 「論十七世紀卜彌格鳳梨圖像及鳳梨圖像在歐洲之流傳 The Pineapple Images by Michael Boym and the Circulation of Pineapple Images in Europe in the 17th Century」, 『故宮學術季刊 *The National Palace Museum Research Quarterly*』28:1, 2010, pp. 79-140.
- 陳文添 Chen, Wen-tien, 「‘次高山’的命名經過 cha gao shan de ming ming jing guo」, 『國史館臺灣文獻館 *Taiwan Historica*』26, 2009, <https://www.th.gov.tw/epaper/site/page/26/284>.
- 鄭津梁 Cheng, Chin-liang, 「天波羅 Tianboluo, 地波羅 Diboluo, 亞波羅 Yaboluo」, 『臺南文化 *Tainan Culture*』6:4, 1959, pp.10-19.
- 鄭水萍 Cheng, Shuiping, 『鳳山經濟產業志: 鳳山傳統產經的移植, 形成與變遷 *Fengshan jingji chanye zhi: fengshan chuantong chanjing de yizhi, xingcheng yu bianqian*』, 鳳山: 南方文化工作室出版 Fengshan: Nanfang wenhua gongzuoshi chuban, 2005.
- 高淑媛 Kao, Shu Yuan, 『經濟政策與產業發展: 以日治時期台灣鳳梨罐頭業為例 *Jingji zhengce yu chanye fazhan: yi rizhi shiqi Taiwan fengli guantou weili*』, 臺北: 稻鄉出版社 Taipei: Daoxiang chubanshe, 2007.
- 李承機 Li, Chengchi, 李育霖 編 Lee, Yu-lin eds, 『帝國在臺灣: 殖民地臺灣的時空, 知識與情感 *The Empires on Taiwan: Time, Space, Knowledge, and Sentiment of Colonial Taiwan*』, 臺北: 國立臺灣大學出版中心 Taipei: National Taiwan University Press, 2015.
- 三澤真美惠 Mamie Misawa, 李文卿 Li, Wenqing, 許時嘉 Xu, Shijia 譯 trans., 『在「帝國」與「祖國」的夾縫間: 日治時期台灣電影人的交涉與跨境 *Zai “diguo” yu “zuguo” de jiafeng jian-Rizhi shiqi Taiwan dianyingren de jiaoshe yu kua jing*』, 臺北: 國立臺灣大學出版中心 Taipei: National Taiwan University Press, 2021.
- 末光欣也 Suemitsu, Kinya, 『日本統治時代の臺灣: 臺灣の歴史: 1895~1945/46 五十年の軌跡 *Taiwan no rekishi: Nihon tōchi jidai no Taiwan, 1895-1945/46 gojūnen no kiseki*』, 臺北: 致良出版社 Taipei: Zhi liang chu ban she, 2004.

- 王御風 Wang Yu-Fong, 黃于津 Huang, Yu-Chin, 『鳳梨製罐的黃金時代 *Fengli zhiguan de huangjin shidai*』, 高雄: 高雄市政府文化局 Kaoshiung: Bureau of Culture Affairs Kaoshiung City government, 2019.
- 陳慈玉 Chen, Ziyu, 「日本統治期における台湾輸出産業の発展と変遷(上) *Nippon Tochigi ni okeru taiwan Yushutsu sangyo no hatten to henshen*(Jo)」, 『立命館経済学 *The Ritumeikan economic review*』60:5, 2012.
- 齋藤尙文 Saito, Naofumi, 「鈴木商店とハイン缶詰産業: 台湾鳳梨缶詰株式会社の設立と事業 *Suzuki Shoten and Taiwan Pineapple Canned Industry- Focused on Establishment and Business of Taiwan Pineapple Canned Co., Ltd.*」, 『東洋史訪 *The Toyo Shiho*』26, 2019, pp.1-20.
- 涂照彦 Tu, Zhaoyan, 『日本帝国主義下の台湾 *Nippon teikokushugi ka no Taiwan*』, 東京: 東京大学出版会 Tokyo: University of Tokyo Press, 1975.
- 八尾祥平 Yao, Shohei, 「ハイン産業にみる旧日本帝国圏を越える移動: ハワイ・台湾・沖縄を中心に *On Asia-Pacific Pineapple Industry Transfer beyond Japanese Empire:Focusing on Hawaii, Taiwan and Okinawa*」, 『白山人類学 *Hakusan Review of Anthropology*』21, 2018. 3, pp.81-104.
- Klein, Shana, *The Fruits of Empire The Fruits of Empire: Art, Food, and the Politics of Race in the Age of American Expansion (California Studies in Food and Culture)*, Oakland: University of California Press, 2020.

## Pineapple and the Plural Empires

Moon, Junghee

This article aims to define 'fengli (鳳梨),' a Taiwanese Mandarin term for pineapple, with the concept of plural empires by analyzing how it was first noticed by the Western empires and rediscovered by imperial China and the modern Empire of Japan in sequence. Now, when this Taiwan-grown fengli enters mainland China, it transposes to the Chinese Mandarin term 'boluo (菠蘿),' emblemizing the distinction between the two sides of the Cross-Strait. Although pineapple is indigenous to South America, it was transplanted into Hawaii due to the imperialist impulses around the 20th century, and later introduced to Taiwan by the Japanese. This entangled relationship between Taiwan and imperial powers, including Europe and Japan, reveals the plural history of imperial expansion at sea. Interestingly in Taiwan, the pineapple embeds the image of an indigenous product, making it part of their national identity against mainland China. Fengli, a fruit born in the structure of plural empires, also appeared on the label of canned pineapples produced in Taiwan under Japanese rule, implying how imperialism expands its scope. Images of pineapple were accompanied by illustrations of otherized indigenous people, such as 'seiban(lit. raw barbarians),' and the leader of the Japanese Empire, the 'soldier.' These manufactured dichotomous images were distributed as the representation of the colonial empire, promoting their colonization of Taiwan territory and enhancing the brand image as an imperial nation. Pineapples became the subject or theme of various artworks, showing the influence of imperial Japan's colonial management policies on the art system. The appearance of pineapple images in still-life paintings or genre paintings further reflects the spread of pineapple into the general public's everyday life.

