

## 중국 리얼리티 TV 프로그램의 성공 요인에 관한 조사연구 Success Factors of the Chinese Reality TV Show

류립훈, 이동훈\*

동서대학교 디자인전문대학원,  
동서대학교 디자인전문대학원\*

Liu lixun, Lee donghun\*

Dongseo Univ., Dongseo Univ.\*

### 요약

최근 들어 스타와 그의 자녀가 함께 출연하는 대형 야외 리얼리티 프로그램인 <아빠 어디가>가 중국에서 높은 시청률을 내고 있다. 2013년 첫 방송이후 많은 팬들의 사랑을 받으며, 대중들이 가장 좋아하는 프로그램으로 자리매김하고 있다. 본 연구는 중국판 <아빠 어디가>의 사례를 중심으로 프로그램의 내용 및 현황을 소개하고 이를 사회현실, 경제발전, 문화 창의성 및 프로그램 자체의 구성적 특징을 토대로 그 성공요인에 대해 조사하였다. <아빠 어디가>의 성공요인 분석은 중국 리얼리티 프로그램의 현지화와 창의성에 참고할 수 있도록 기초 데이터로 활용될 수 있으며, 향후 이러한 프로그램의 발전방향에 관한 시사점을 제시하고자 한다.

### I. 서론

2013년 1월 한국 MBC방송국에서 선보인 종합오락프로그램 <아빠 어디가>는 그해 10월 중국 후난TV방송국에서 판권을 구입하여 중국명 <파파, 취나알(爸爸, 我们去哪儿)>로 방영되었다. 해당 프로그램의 기획은 주제선정 관점이나 내용 등의 방면에서 현 중국 사회의 발전현황을 적절히 잘 반영하고 있다고 할 수 있다. 이는 단순한 하나의 오락 프로그램에만 그치지 않고 방송의 사회적 책임과 사명을 다 하는 리얼리티 TV프로그램으로 자리매김하고 있음을 보여준다. 본 연구는 <아빠 어디가>의 성공 사례를 중심으로 해당 프로그램의 내용 및 현황을 소개하며, 비교분석, 문헌분석을 통해 그 성공이면에 드러나는 중국의 사회현황, 경제발전, 문화차이 및 프로그램 자체의 특징점 등을 다양한 측면에서 살펴봄으로써, 이 프로그램의 성공요인에 대한 고찰을 진행하고자 한다.

### II. 리얼리티 TV 프로그램 《아빠, 어디가》

<아빠 어디가>는 5명의 스타가 그의 자녀와 함께 오지 마을로 떠나 48시간 동안 생활하면서 그 속에서 벌어지는 체험기를 그린 리얼리티 생존 프로그램이다. 이 과정에서 아버지는 아이의 끼니와 잠자리를 책임져야 하며, 제작진이 제시한 일련의 미션을 함께 완성해야 한다. 이 프로그램은 기존의 실내 스튜디오를 중심으로 하는 리얼리티 형식을 벗어나 현재 사회에 감춰져 있는 자식 교육을 소재로 발굴하여 5명의 스타 부자(녀)의 야외 생존상황을 그리면서 새로운 리얼리티 오락프로그램 형식인 '야

외 가족 리얼리티 프로그램'을 만들었다. <아빠 어디가> 시즌1의 종합시청률은 2013년 종합프로그램 시청률 부문 1위로 최고점을 기록하였다. 12회분의 방송동안 매회의 시청률은 동 시간대 1위를 차지하면서 종합프로그램 시청률의 새로운 신화를 만들어내었다. <아빠 어디가> 시즌2 방송시기에는 네트워크 미디어 등 다양한 방식을 이용한 홍보를 통하여 또 다시 막강한 시청률 파워를 보여주었다.

### III. 『아빠, 어디가』 성공의 외적 요인

성공의 사회적 원인은 8, 90년대 외동아이를 태어나 자랐던 1세대들이 현재 중국에서 이미 결혼 적령기에 접어들었고 대부분 결혼을 한 상태이다. 하지만 아이러니하게도 그들의 2세 또한 대다수 외동이다. 이러한 이중적 외동가정에서 자란 자녀는 두 가지의 교육적 문제에 봉착하게 된다. 첫째, 아이들이 성장과정에서 함께 자란 형제자매들이 없는 관계로 외로움을 느끼며, 또한 어려움에 봉착하였을 때 나약한 모습을 보이기도 한다. 둘째, 1세대 외동아이, 즉 2세대 외동아이의 부모도 외동아들로 자라면서 자신의 성장과정에서 봉착했던 문제들, 예컨대 부모세대와의 소통문제, 집단주의 인식의 결여 등 다양한 문제가 자신의 2세에서도 다시 나타나게 된다. 이것이 바로 그들이 극복해야 할 난제이다. 따라서 이러한 문제를 해결하기 위하여 젊은 부모들은 <아빠 어디가> 등과 같은 프로그램에 큰 관심을 나타내는 것이다. <아빠 어디가>는 시청자들에게 재미와 즐거움을 선사함과 동시에 시청자들의 심신을 달래주고, 또한 젊은 부모들에게 심리적인 만족감을 가져다주었다. 평소 자녀들과

같이 있어 주지 못하고 소통 등의 문제로 인한 양심의 가책을 프로그램을 시청하면서 어느 정도 털어버릴 수 있기 때문이다.

경제적 원인으로는 최근 들어 사람들의 생활수준이 향상되면서 소비성향 또한 많은 변화가 일어남으로써 사람들은 물질적인 부분에서 뿐만 아니라 정신적인 부분에서의 추구도 날로 증가하고 있다. TV프로그램은 하나의 미디어 매체로 사람들의 정신적인 만족을 충족시키는 중요한 경로이다. 또한 네트워크가 날로 발달되는 오늘날 사람들은 컴퓨터, 또는 TV, 심지어 휴대폰을 통하여 언제 어디서나 다양한 종류의 TV프로그램을 접할 수 있게 되었다. 중국판 <아빠 어디가>의 성공은 TV의 보급 및 네트워크의 발전과 불가분의 관계를 이루고 있다. 오늘날 가장 중요한 미디어 매체로 자리 잡고 있는 TV와 네트워크는 <아빠 어디가>의 성공을 위하여 강력한 경제적 조건을 마련해주었다.

다음으로 문화적 요인을 들 수 있는데 육아에서 아빠의 역할이 결여되어 있는 현상은 전 '동아시아'문화권에 걸쳐 보편적으로 존재하는 문제라고 할 수 있다. '남자는 바깥일, 여자는 집안일'의 전통적 사상은 유가문화를 대표로 하는 동아시아문화권에 현재까지도 뿌리박혀있다. 한국의 <아빠 어디가> 프로그램에서도 아빠가 자녀를 교육하는 장면보다는 자녀와의 소통에 더욱 많은 비중을 두고 있다. 그러나 후난위성 TV방송국은 해당 관련계약을 한 후 중국 국내의 외동자녀의 상황과 부성애가 부족한 이러한 사실을 고려하여 아버지와 자녀 사이의 소통 및 교육적인 장면을 부각시켜 촬영하였다. 이는 중국시청자들의 시청 습관에 부합되며, 중국화 문화의 융합 및 창의성에서 현저한 효과를 보이고 있다.

#### IV. 『아빠, 어디가』 성공의 내적 요인

성공의 내적요인으로는 프로그램 패턴에서의 차별성을 들 수 있다. 먼저 촬영 현장 면에서의 차별성으로 중국판 <아빠 어디가>는 기존의 스튜디오에서 촬영하는 양식을 벗어나 촬영장소를 야외로 옮겼다. 대자연을 녹화현장으로 삼았을 때 컨트롤할 수 없는 요소들이 많이 등장하게 되는데 이는 오히려 시청자들에게 뜻밖의 재미를 선사하는 볼거리를 제공해주었다. 다큐멘터리 촬영방식으로 목적지에 대해 간결하지만 전체적인 소개를 하면서 시청자들로 하여금 리얼리티와 다큐멘터리의 완벽한 조합을 체험할 수 있도록 하였다.

둘째는 촬영방식 및 후기 제작과정에서의 차별성으로 <아빠 어디가>의 제작에는 선박, 실내 감시카메라, 촬영 카메라, 개인담당 VJ(Visual Jockey) 등 총 40여 대가 넘는 카메라를 동원하였다. 또한 전면적 다각도 촬영이 가능한 카메라를 곳곳에 설치하여 참여자들의 모습을 100% 촬영할 수 있도록 하여 '리얼리티'의 최대화를 끌어올렸다. 아울러 자막, 애니메이션, 음악 및 내레이션을 최대한 활용하여 프로그램의 재미를 확대하였으며 방송

화면이 풍부하고 단조롭지 않게 하였다. 셋째는 프로그램 촬영과정에서의 차별성으로 일반적으로 많이 사용되는 프로그램 촬영과정을 따르지 않고, 촬영주체의 자주성을 최대한 살렸다. 또한 프로그램 제작자와 촬영팀은 프로그램에 참여 또는 간섭을 하지 않았으며, '리얼리티'를 최대한 살려 '있는 그대로'의 모습을 담아내고자 하였다. 즉 참여자들이 '내키는 대로 할 수 있도록 방치'하였다. 또 다른 성공의 내적요인으로는 스타 효과를 들 수 있는데 평범한 사람과 스타의 이중적인 모습에 대해 다시 자리매김 하고 있다. 프로그램이 방송된 후 시청자는 이 다섯 명의 참여자들을 스타로 인지하고 시청하는 것이 아니라 다섯 명의 평범한 아빠로, 즉 아이가 배고프면 어찌할 바 모르고, 아이를 재우기 위하여 동화책을 읽어주는 평범한 사람으로 인식하면서 시청하고 있다. 이것은 시청자의 스타에 대한 호기심과 그들의 삶을 들여다 보고자하는 심리적 만족을 충족시켜 주면서 진실된 그들의 모습을 통해 시청자들에게 '현실에 가까운' 스타들의 모습을 보여주었던 것이다. 세 번째 요인은 가족 교육을 들 수 있다. 시청자들은 스타를 보는 것보다는 스타 아빠와 아이와의 관계 및 그들의 교육방법을 학습하는 데에 중점을 두면서 시청자들의 사고를 유발하고 또한 긍정적인 에너지를 전달하는 역할을 하고 있다. <아빠 어디가> 프로그램이 방송된 후 많은 시청자들과 네티즌은 '아빠' 역할과 직무를 잘 이행하기 위한 것에 대해 열띤 토론을 벌이기도 하였다.

#### V. 결론

창의성을 도모하고, 주류(主流)문화의 지위를 확고히 하며, 자신만의 고유 브랜드의 장점을 살려 지속발전 및 차별화 전략을 통하여 시청자들에게 긍정적이고 적극적인 오락프로그램을 제공하는 것이 향후 각 위성방송국이 지향해야 할 방향이다. 시청자들에게 건강하고 다채로운 내용을 제공하고 사회적 의의를 담은 TV프로그램을 제작하는 것은 모든 TV 맨들이 이행해야 할 책임이며 리얼리티 프로그램이 나아가야 할 방향이다. 또한 이러한 프로그램이 오랜 기간 생명력을 가질 수 있는 내재적 요소이기도 하다.

#### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 황도, "아빠 어디가, 아빠의 역할에 대해 재규명", 중국청년보, 2013년
- [2] 모연, "리얼리티 프로그램의 새로운 시대를 연 '아빠 어디가'의 분석 보고 자료", 신문전소, 2014년