

중국판 <아빠 어디가>에 대한 수용자 해독방식과 문화적 함의분석

박 경 화*

<목 차>

1. 서론
2. 선행연구 및 연구방법
 - 2.1. 선행연구
 - 2.2. 연구방법
3. <아빠 어디가> 프로그램의 문화적 함의
4. 수용자 해독분석
 - 4.1. 선호적 해독
 - 4.2. 교섭적 해독
 - 4.3. 비판적 해독
5. 결론 및 한계

1. 서론

2013년 한국 MBC방송국의 인기프로그램 <아빠 어디가>의 포맷을 정식 수입해, 같은 해 10월 11일 첫 방송을 시작한 중국 후난위성TV(湖南衛視)의 <빠빠취날(爸爸去哪儿)>은 전 사회적으로 폭발적인 반향을 불러일으키면서 중국에서 동시간 대 최고 시청률을 기록하였다. 예능프로그램의 눈부신 성과에 힘입어 2014년 1월 광저우야생동물원에서 5일간 촬영된 동명영화 <아빠

* 조선대학교 일반대학원 문화학과 박사과정 / 中國 山東工商學院外國語學院朝鮮語專業 講師

어디가>는 선풍적인 인기를 끌면서 7억 위안(1200억원)의 경이적인 수익을 올리게 된다. 중국판 <아빠 어디가>는 흥행성공 외에도 수많은 담론을 생애 해 내고 있다. 새 시대 바람직한 아빠상에 대한 논의, 1가구1자녀정책에 대한 회의적인 시각, 사회소외계층에 대한 관심의 부족, 해외프로그램의 판권구매에 열중하여 독창성을 상실하는 방송현실에 대한 우려, 한국예능프로그램의 우수성에 대한 논의, 예능프로그램의 영화화에 대한 비판적 시각 등 담론들이 계속 이어지고 있다.

한국에서 포맷을 구매하여 리메이크 제작된 리얼리티 프로그램이 상업적인 성공과 함께 사회적인 담론의 중심에 서게 된 데에는 능동적인 해석공동체로서의 수용자의 힘이 크다고 볼 수 있다. 트위터, 블로그 등 SNS를 이용하는 방송프로그램 수용자는 다양한 의견 제시와 토론을 통해 여론을 형성하고 오프라인으로 그 영향력을 확대해가고 있는데, 이에 대한 분석은 오락프로그램의 사회적 함의 진단에 유용할 것이라 판단된다. 중국에서 지난 20년간 한국 문화산업이 겪은 부침의 역사를 돌이켜보면 수용자 역할의 중요성을 실감할 수 있다. 한류의 절정기를 만든 것도 침체기를 만든 것¹⁾도 그 중심에는 항상 수용자가 있었다. 하지만 학계에서는 아직까지 한류 수용의 중심국가인 중국인 수용자들에 대한 연구가 아주 부족한 실정이다. 따라서 본 논문은 중국판 <아빠 어디가>의 수용자 해독방식에 대한 분석을 통해 다음의 문제들을 연구, 분석하려고 한다.

중국인들에게 <아빠 어디가>는 어떤 프로그램이며, 중국인들이 생각하는 바람직한 아빠상은 어떤 것인지, 아울러 <아빠 어디가> 열풍 뒤에는 어떤 사회적 문제들이 반영되어 있으며 수용해독의 양상은 어떠한지를 중심으로 고찰하고자 한다.

www.kci.go.kr

1) 2008년 한 중국네티즌이 중국광전총국에 보낸 편지에는 해외프로그램 중 한국산 프로그램의 비중이 지나치게 높다는 내용이 담겨있다. 이는 국가별 프로그램의 수입쿼터를 정하게 되는 중요한 원인이 되었다.(이순임, 2014)

2. 선행연구 및 연구방법

2.1. 선행연구

한국 국내에서 리얼리티프로그램에 대한 논의는 2000년대 후반부터 본격적으로 이루어졌다고 볼 수 있다. 리얼리티프로그램에 대한 수용자 연구를 살펴보면, <나는 가수다>를 사례로 프로그램 내부의 공간적 구조 및 관련 인터넷 게시판 담론이 내포하는 시간적 구조를 분석하여 그 함의를 탐구한 연구(손성우, 김동규, 2012), Q방법론을 이용하여 리얼리티 프로그램의 수용유형과 특성을 알아본 연구(오세정, 장서지, 2013), <파리의 연인>시청자 게시판에 대한 분석을 통하여 시청자 게시판이 공론장이나 헤게모니적 공간으로서의 특성이 존재하기는 하지만 팬덤적 공간의 특성이 강함을 밝혀낸 연구(신병률, 2006), 멜로드라마 <내 이름은 김삼순>을 사례로 수용자의 현실적 공감과 즐거움이 비판적 해독보다는 저항적 텍스트에 대한 공감으로 이루어지며 수용자들이 여주인공에게서 ‘저항성’보다 ‘현실감’을 더 강하게 느낀다는 것을 밝혀낸 연구(정영희, 2007) 등 비교적 많은 연구가 있다.

하지만 최근 ‘아빠 어디가’, ‘슈퍼맨이 돌아왔다’, ‘오 마이 베이비’ 등 프로그램의 연이은 인기몰이로 리얼리티 프로그램 중 가장 인기 있는 장르로 자리잡은 육아리얼리티프로그램에 대한 국내 수용연구는 매우 적은 현실이며, 한희정의 연구가 거의 유일하다. 한희정(2013)은 <아빠 어디가>를 사례로 캐롤린 미셸의 통합적 수용방식을 적용하여, 수용자들의 수용행태를 ‘명백한 수용’, ‘준거적 수용’, ‘미디어 매개 수용’, ‘담론적 수용’, ‘복합적 수용’으로 나누어 분석하면서 수용자들이 주로 선호된 해독을 하면서 반헤게모니적인 담론적 해독을 하지 못한다고 하였다. 또한 한희정(2014)은 대학생들에 대한 심층인터뷰를 통해 대학생들이 <아빠! 어디가?> 프로그램을 치유문화의 일부로, 부

모노톤을 위한 학습도구로 수용하는 경향을 보인다고 하였다.

한중 양국의 문화컨텐츠산업에서의 협력은 2000년대 초반부터 시작되어 현재 영화, 드라마, 예능프로그램, 음악, 게임 등 많은 분야에서 공동투자, 공동 제작, 판권 또는 포맷 구입, 전문인력고용 등 다양한 형식으로 국가간 교류협력이 활발히 진행되고 있는 상황이나, 양국 학술계는 이에 대한 연구가 아주 미흡한 상황이며, 특히 문화산업에 대한 평가와 방향성 제시에서 중요한 역할을 하고 있는 수용자에 대한 분석논문은 대부분 드라마를 텍스트로 삼은 논문들(초원원, 2011; 요정, 2012; 조연, 2014)로서, 예능프로그램에 대한 중국 시청자들의 수용행태에 대한 분석과 논의는 이루지지 않고 있다.

2.2. 연구방법

수용자 연구는 기존의 메시지 중심의 미디어 연구에서 탈피하여 미디어 텍스트의 의미는 텍스트에 내재되어 있는 것이 아니라 수용자와의 만남을 통해서 형성된다는 것을 강조함으로써 능동적인 수용자의 개념을 제시하고 있다. 문화연구에서 수용자 연구의 이론적 틀을 마련한 것은 스튜어트 홀의 기호화/해독 모델이다.

영국의 문화이론가 스튜어트 홀의 기호화/해독 모델은 안토니오 그람시와 레이먼드 윌리엄스의 헤게모니 이론을 기반으로 하는 영국의 문화주의 전통과 구조주의 입장인 루이 알튀세르의 이데올로기론을 이론적으로 결합시켜 영국 문화이론 연구의 하나의 전환점을 이루게 된다.(정재철, 2013)

홀은 기호화/해독 모델을 통해 “기호화와 기호 해독을 지배하는 의미규칙은 완벽하게 대칭을 이루지 않을 수도 있다”고 한다(홀, 임영호 편역, 2005). 즉 텔레비전 프로그램들이 하나의 의미를 갖는 것이 아니라 다른 사람에 의해 다르게 읽혀질 수 있는 비교적 열린 텍스트(open text)라는 점을 처음으로 제안했다. 이는 텍스트의 지배 이데올로기 분석에 연구를 집중시켜 왔던 종래의

해석적 연구에서 수용 연구로 방향 전환을 가져오게 된 계기가 되었다.

기호화/해독 모델에 근거해 홀은 텔레비전 프로그램으로부터 생성되는 의미와 사람들의 사회적 상황 사이에는 필연적인 상호관계가 있을 것이라고 주장한다. 홀은 이 모델을 통해 사람들이 지배 이데올로기와 관계 속에서 획득하게 될 세 가지 폭넓은 해독 전략을 가정했다. 즉, 지배적인 해독, 교섭적인 해독, 대항적인 해독이다. 지배적 해독은 지배 이데올로기와 그것이 생산해 낸 주체성에 동의하고, 그것을 받아들이도록 상황 지어진 시청자에 의해 생산된다. 교섭적 해독은 시청자에 의해 자신들의 사회적 지위에 맞추어 부분적으로 지배 이데올로기를 변환시켜 해독하는 것이다. 대항적 해독은 사회적 상황이 지배 이데올로기와 직접 대립되는 사람들에 의해 생산되는 해독을 지칭한다(정재철, 2013).

그러나 홀의 기호화/해독 모델에 대해 물리는 홀이 계급의 역할을 지나치게 강조하고 있음을 지적하고 사회계급이 수용자의 해독에 직접적인 영향을 미친다기보다 수용자의 계급적 위치가 그들이 접근할 수 있는 담론의 종류와 영역을 제한하기 때문에 해독 차이가 발생한다(나미수, 2012)는 반론을 제기하였고, 존 피스크(John Fiske, 1987)도 텍스트를 해독하는 데 결정적인 영향을 주는 것은 해독자의 사회적 위치에서 비롯되는 특수한 경험이 아니라, 담론 내에 주어진 위치의 다양성으로부터 비롯되거나 해독자의 다양한 담론 경험에서 비롯된다고 설명하였다.

스튜어트 홀의 기호화/해독 모델은 상기의 비판적인 시각에도 불구하고 능동적이고 적극적인 의미창출자로서의 수용자의 수용행태에 대한 분석의 틀을 제공하였다는 점에서 유용한 방법론이다.

본 논문은 스튜어트 홀의 기호화/해독 모델을 이론적 준거로, 중국판 <아빠 어디가> 시즌 1이 방영된 2013년 10월 11일부터 종방 4일후인 2013년 12월 31일까지의 시나 웨이보²⁾ 블로그 글 중에서 추천과 댓글이 많은 글들을

2) 시나 웨이보(신랑미박, 新浪微博,)는 중국의 인터넷 포털사이트 시나닷컴이 제공하는 마이크로 블로그 서비스이다. 페이스북과 트위터 사용이 자유롭지 않은 중국 내 최대 SNS 사이트로 2009년 8월 서비스를 시작했다. 중국의 인터넷 이용자 73%가 웨이보를 가장

분석의 대상으로 삼았다. 이와 같이 분석 대상을 정한 것은, 이들 블로그가 많은 누리꾼들의 찬반 논의를 이끌어내며 가치 평가의 중심에 서 있었으며 이와 관련된 문화적 현상을 주도하며 광범위한 영향력을 행사하고 있다고 보았기 때문이다. 그 외에 신문, 뉴스 등 언론의 보도도 참고했다.

3. <아빠 어디가> 프로그램의 문화적 함의

한국 MBC의 <일밤- 아빠, 우리 어디가?>의 포맷을 구입해 중국 후난위성 TV에 의해 제작된 <빠빠취날>(爸爸去哪儿)은 제작진의 개입은 최소화시키고 특별한 설정 없이 출연진들의 모습을 그대로 카메라에 담아 보여주는 관찰형 형태의 리얼리티 육아 프로그램으로, 그 구성은 한국판과 똑같아서 5명의 아빠와 5명의 아이가 출연한다. 가수, 배우, 영화감독, 운동선수, 모델 등 5명의 스타와 자녀가 2박3일(72시간)동안 시골에서 시간을 보내며 낯선 환경에서 갖은 상황에 부딪치며 추억을 쌓아가는 성장 프로그램이다.

중국판 <아빠 어디가> 프로그램은 중국 리얼리티 프로그램 발전과정의 하나의 새로운 시도라고 할 수 있다. 그 첫 번째 시도는 새 시대 바람직한 부성상에 대한 광범위한 논의와 성찰을 끌어냈다는 점인데, 중국판 <아빠 어디가>의 총감독인 쉰디취이(謝涤葵)는 “프로그램을 제작하며 아버지의 역할에 대해 깊이 고민하게 됐다. 많이 배우고, 많이 반성했다. ‘남자는 밖에서 돈 벌어오고, 여자는 살림을 책임진다’는 문화로 인해 가정에서 아빠의 입지가 점점 좁아지고 있는 현실에서 <아빠 어디가>는 많은 시사점을 지니고 있다”³⁾고 프

중요한 정보 수집 수단으로 여기는 것으로 조사되었으며 2012년 말 기준, 시나 웨이보 이용자가수가 5억명을 돌파했다. 많은 정부기관, 관료, 기업, 저명인사, 일반인들이 애용하며 중국의 ‘공공의사정’으로 불린다. 출처: 위키백과 http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%8B%9C%EB%82%98_%EC%9B%A8%EC%9D%B4%EB%B3%B4)

3) <爸爸去哪儿的中韓双面>, 南都周刊, 南都周刊雜誌社, 2013.11.06.

로그랩 성공요인을 밝혔다.

두 번째로 오락프로그램을 자신의 작품 홍보나 이미지 구축의 효과적인 수단으로 적극 활용하는 한국 연예계와 달리, 중국 스타들은 예능프로그램에 나서기를 꺼려하는 경향이 심하다. 중국판 <아빠 어디가>는 스타와 그 자녀들이 출연하는 첫 육아 리얼리티프로그램으로서 중국인들에게는 프로그램 시도 자체가 신선한 화제거리였으며 시청자들을 매료시키기에 충분한 요소였다. 실제로 제작팀은 출연자들 섭외가 굉장히 어려웠으며 중국 연예인들 중 거의 모든 아빠들을 만났었다고 실토한 적이 있다.

아래 중국판 <아빠 어디가>에 출연하는 다섯 스타와 그 자녀들의 성격 특징 및 아빠들의 교육 방식에 대해 알아보고 중국시청자들이 가장 선호하는 교육 방식이 어떤 것인지를 살펴보고자 한다.

<표1> 중국판 <아빠 어디가> 출연진의 성격특징 및 교육방식⁴⁾

	아빠	자녀	교육방식
린즈잉-키미 부자 (林志穎-kimi)	39세 ⁵⁾ , 대만출신의 유명가수, 배우, 레이싱선수. '동안배우'로 유명함.	아들 키미, 4세 천사외모에 남다른 패션센스를 자랑하는 깜찍한 스타일	눈높이 맞춤식 교육방식 초반 아이의 눈높이에 맞춘 살뜰하고 자상한 소통방식으로 많은 사람들의 인정을 받았으나 너무 어루만진다는 비판도 받음.
텐량-신디 부녀 (田亮-cindy)	34세, 올림픽 다이빙 챔피언. 잘생긴 외모로 선수생활 은퇴후 영화배우로 활동.	딸 신디, 5세 청순가련형의 예쁜 외모와 달리 뛰어난 체력에 배려심도 깊음. '바람의 소녀', '괴력의 소녀'로 불림.	자아성찰형 교육방식 초반 속수무책의 서투른 대처방식으로 질타를 받았으나 자기반성과 함께 속 깊은 사랑을 보여주며 빠르게 발전하는 모습을 보여줌.

4) 출연 아빠들의 교육방식은 필자가 프로그램의 내용에 의해 직접 분류한 것임.

왕웨이룬-왕스링 부녀 (王岳倫-王詩齡)	40세, 영화감독	딸 왕스링, 4세 통통하고 귀여운 외모에 굉장히 불임성이 좋고 마음씨도 착함.	자유방임형 교육방식 라면 하나 제대로 끓이지 못하고 존재감도 제로인 아빠에서 점차 교육방식을 터득해나감.
장량-텐텐 부자 (張亮-天天)	31세, 밀라노 패션 워크에 선 첫 중국인 남자모델	아들 텐텐, 7세 세련된 외모에 섬세하고 따뜻한 심성의 소유자.	친구형 교육방식 초반 인지도가 가장 낮았으나 가장적이고 따뜻한, 친구 같은 모습으로 시청자들 사이에서 '모범아빠', '남신'으로 불림. 프로그램의 인기에 힘입어 '닥터 이방인'에 카메오 출연함.
귀타오-스터우 부자 (郭濤-石頭)	44세, 연기와 배우	아들 스테우, 7세 듬직하고 씩씩함. 동생들이 잘 따르고 좋아하는 팀 내 만이.	가부장형 교육방식. 초반 설교적이고 권위주의적인 모습을 많이 보였으나 아이의 말에도 인내심을 가지고 귀를 기울여야 함을 깨닫게 됨.

<표 1>에서 알 수 있듯이 출연아빠들은 연령대가 30~40대로서, 가수, 영화배우, 영화감독, 운동선수, 모델 등 다양한 직업을 배경으로 한 사회유명인들이며 교육 방식 또한 다양함을 알 수 있다. 린즈잉의 눈높이 맞춤형 교육방식, 텐량의 자아성찰형 교육방식, 왕웨이룬의 자유방임형 교육방식, 장량의 친구형 교육방식, 귀타오의 가부장적 교육방식 등 현실에서 볼 수 있는 모습들이 골고루 담겨있다. 이중 중국시청자들이 가장 바람직한 부성상으로 여기는 것은 장량과 린즈잉의 교육방식, 즉 친구형과 눈높이 맞춤형 교육방식인데, 이는 아래 <표 2>와 <표 3>의 프로그램 진행에 따른 인기순위변화에서도 잘 나타나고 있다.

www.kci.go.kr

<표 2> 빅데이터로 본 <아빠 어디가>중 다섯 아빠의 인기순위변화⁶⁾

	린즈잉	장량	텐량	귀타오	왕웨룬
방영전	1		2		3
1회	1		2	3	
2회	1	3	2		
3회	1	3	2		
4회	2	1	3		

<표3> 중국판 <아빠 어디가> 출연자들의 프로그램 출연 전후의 웨이보 팔로워수 변화⁷⁾

	20131011 방송 첫날	20131106 제5회방송	20141115 종방11개월뒤	방송전후 변화
린즈잉	2646만	3225만	5283만	+2637만
장 량	21만	313만	2139만	+2118만
텐 량	195만	397만	1490만	+1295만
귀타오	15만	85만	1102만	+1087만
왕웨룬	54만	205만	839만	+785만

<표 2>는 프로그램의 방영전과 제4회 방영까지의 빅데이터로 출연아빠들의 인기도 순위를 나타낸 것이다. 프로그램이 3분의 1정도 진행된 상황에서 수집된 빅데이터 결과라서 전체적인 현황 파악이 어렵지만, 초기에 전혀 관심을 못 받았던 장량이 친구와 같은 꾸밈없고 자연스러운 교육방식으로 시청자들의 열렬한 호응을 얻어내며 제4회째에는 인기도 순위 1위를 차지하였으며 <표 3>의 출연자들의 프로그램 출연 전후의 시나 웨이보 팔로워 수 변화에서 그 결과를 더 잘 나타내고 있다.

수용자들은 장량이나 린즈잉이 아이들의 욕구를 누르지 않고 애들의 눈높이에 맞춰서 알기 쉽게 설명해주거나 적당한 양보를 하는 모습, 때로는 친구처럼 장난치고 엉뚱한 대답도 잘 받아주며 자신의 잘못을 용감히 인정하는 솔직한 모습에 환호를 보낸다. 물론 방송이 진행됨에 따라 모든 출연자 아빠들이 성장

6) 數托邦, 愛在那兒:《爸爸去哪儿》大數據解讀, 2013年11月12日.

http://tech.sina.com.cn/zl/post/detail/it/2013-11-12/pid_8436879.htm

7) 百度貼吧, <http://tieba.baidu.com/p/2691174958>

하는 모습을 보였다. 방송 초기 딸의 울음에 어쩔 줄 몰라 하며 미숙하고 서투른 대처방식을 보이던 텐량이 시간이 흘러감에 따라 내면에 숨겨진 속 깊은 사랑을 보이며 딸을 이해하는 모습을 보이자 많은 시청자들이 그런 모습에 감동받고 성원의 메시지를 보냈다.

4. 수용자 해독분석

홀은 다양한 사회생활 영역은 담론 영역에 정밀하게 표시가 되고 위계적으로 조직화되어 지배적 혹은 선호되는 의미를 이루게 된다고 하였다(홀, 임영호 편역, 2015). 즉 매스미디어는 분명히 이념적이고 그 사회의 제도적 정치적이데올로기적 질서가 각인되어있기 마련이며 이런 구조화된 지배적 의미의 메시지 내용을 수용자들에게 제시하고 있다는 것이다.

중국판 <아빠 어디가> 수용자들 중 대부분은 우선 프로그램에 출연하는 스타와 아동들의 매력에 반하여 시청하기 시작하였으나 곧 프로그램을 통해 비춰지는 사회적 현상에 대해 고민하고 집중하게 되면서 <아빠 어디가>를 쇼 프로그램이 아니라 교육프로그램으로 정의한다. 이는 격변기에 처한 중국 사회의 수많은 모순 중 가장 민감한 교육과 가족문제를 예능프로그램만의 특유의 친화력으로 거부감 없이 다루면서 시청자들의 논의와 반성을 이끌어 낸다는 점 때문일 것이다.

1978년 중국공산당 제11기 3중전회에서 개혁개방정책을 채택함에 따라 중국사회의 담론의 초점은 '계급투쟁'에서 '경제발전'으로 전이되었고, 국가의 이익을 국민의 이익보다 앞세워 국가의 발전을 최우선으로 여기는 국가주의적 발전 담론이 지배적 위치를 차지하게 된다. 국가주의는 사회영역에 대한 국가의 간섭정책 전반을 의미하며, 국가의 발전을 위하여 개인과 가정의 행복은 억압되고 침해되고 심지어 희생을 강요당하기도 하는데, 중국사회에서 가장

대표적인 국가주의 정책이 바로 산아제한정책이라고 할 수 있다.

중국의 산아제한정책은 인구의 폭발적인 증가를 막고 경제의 고속발전과 소득의 증대를 가져왔으나 개인의 출산권과 성적 결정권이라는 사생활을 침해하는 계획적이고 엄격한 성격 때문에 세계 각국의 거친 비난을 받아왔다(이경희, 2004). 한편 자녀가 귀해지면서 부모, 조부모세대들의 온갖 사랑을 독차지해 온 새 세대들의 자기중심주의와 배려심 부족이 사회의 큰 이슈가 되면서 아이들에 대한 교육문제는 기성세대들의 지속적인 우려를 불러일으켰다. 이러한 상황에서 중국인들은 <아빠 어디가>라는 프로그램을 조금은 무겁고 진지한 시각으로 바라보며 가정교육에서 사라진 부모의 역할에 대해 다시 한 번 심사숙고하게 되었다.

오락프로그램으로서의 <아빠 어디가>가 중국사회에서 교육프로그램으로 자리잡게 된 데에는 중국 특유의 인구, 사회학적 맥락 외에도 사회적 순기능에 치중하는 언론의 역할을 언급하지 않을 수 없다. 사회주의 국가 중국에서 여론과 이데올로기 형성에 지대한 영향을 미치는 미디어는 시종일관 교육적 기능을 자신의 중요한 의무로 간주하여왔으며, 중국공산당 기관지로 중국에서 가장 권위 있는 매체인 <인민일보>는 <아빠 어디가>가 방영된 후 2번의 논평⁸⁾을 발표하여 프로그램의 교육적 의의에 대해 긍정적인 평가를 내리게 된다. 최근 중국 시청자들이 가장 선호하는 텔레비전 프로그램으로 부상한 리얼리티 프로그램 역시 이러한 사회적 책임에서 자유로울 수 없었다. 실제로 프로그램을 제작한 후난위성티브이도 프로그램의 현지화 과정에 오락성보다는 교육적 기능에 더 중점을 두었음을 강조하였으며⁹⁾ 이는 한중 양국의 <아빠 어디가>에 대한 비교를 통해서도 잘 알 수 있다. 한국프로그램이 재미와 즐거움에 치중하여 리얼리티 쇼 프로그램의 본연의 모습에 충실한 모습을 보였다면, 중국 프로그램은 조금은 작위적이더라도 사회주의 주류 가치관에 부합되는 모범적이고 교육적인 의의에 초점을 맞추고 있는데, 이를 가장 잘 보여주는 장면

8) 点燃回歸家庭渴求, 人民日報, 2013.11.02.日. 爸爸, 請別走得太遠, 人民日報, 2013.11.28日5版

9) 小人物構成的歷史書寫熒屏傳奇, 人民日報, 2013.11.19.日.

으로는 제1회 집 고르기 장면과 매회 나타나는 아빠들의 인터뷰장면이다.

제1회에서 출연아빠 중 한명인 린즈잉이 커다란 거미가 죽어있는 거의 스러져가는 집을 고르게 된 후 다른 아빠들은 한국아빠들처럼 놀려대지 않았고 린즈잉도 아무런 불평불만 없이 의연하게 대처하는 모습을 보이며 심지어 제작팀은 ‘인간적’으로 그들 부자에게 밝고 깨끗한 집으로 바꿔주는 깜짝쇼까지 벌인다. 이는 한국판 <아빠 어디가>에서 김성주 부자가 성동일에게 투숙을 부탁했다가 거절당하고 영하 14도의 한지에서 텐트를 치고 하룻밤을 보낸 것과 선명한 대비를 이룬다.

아빠들의 인터뷰장면 또한 양국의 차이점을 잘 보여주고 있다. 한국버전의 인터뷰 부분은 프로그램의 도입 부분에만 있으며 인터뷰시간이 길지 않고 화제도 엄숙하지 않아 프로그램 내용에 대한 도입의 역할에 그칠 뿐이다. 그나마 제3회부터는 아예 사라진다. 하지만 중국버전에서는 프로그램 중에 아빠들의 단독 인터뷰 장면을 수시로 넣어 그들의 느낌, 고민, 반성, 다짐 등을 내용으로 하여, 그 동안 발생했던 아빠들의 실수를 무마시키면서 아빠들을 다시 교육자 위치에 올려세우게 된다. 즉 인터뷰가 아빠들의 모범적 이미지 구축과 프로그램의 성격을 엄숙하고 진지한 교육프로그램, 성장프로그램으로 정의시키는 효과적인 장치로 작동되는 것이다.

이하의 절에서는 <아빠 어디가>와 관련하여 게시판 글을 예시로 하여 시청자들의 해독방식을 크게 “선호적 해독, 교섭적 해독, 비판적 해독”으로 3분하여 그 구체적인 반응을 살펴보고자 한다.

4.1. 선호적 해독

선호적 해독은 지배적/ 헤게모니적 위치라고도 불리며 지배 이데올로기와 그것이 생산해 낸 주체성에 동의하고, 그것을 받아들이도록 상황 지어진 시청자에 의해 생산된다. 선호된 해독을 하는 수용자들은 텍스트가 기획, 제작, 편

집 등 과정을 거쳐 의도적으로 생산된 것임을 잊은 채 화면에 보이는 그대로 받아들이고 적극적으로 수용하는 경향이 있다. <아빠 어디가> 시청자들 중 선호적 해독을 하는 수용자들은 이 프로그램을 교육적의의가 높고 진실한 힐링프로그램이라고 정의한다.

4.1.1. 교육적 의의가 큰 프로그램

減肥中的咪路媽 10)

<아빠 어디가> 강추합니다~ 처음부터 마지막까지 웃다가 배꼽 찢어지는줄... 후난티브이에 대해 다시 보게 됐어요. 게다가 광고가 적어서 최고~ 후난티브이가 넘 몰라보게 변했는걸 ㅎㅎㅎ 귀요미 키미. 따뜻하고 불임성 좋은 왕스링, 반전매력 신디, 암튼 개성만점 꼬마들~ 우리 다 같이 이 프로 지지해요~

一丹teresa

참 멋진 프로네요. 아빠랑 아이들 너무 사랑스러워요. 귀요미 키미랑 센스쟁이 왕스링 ~ 이진 젊은 사람들 결혼을 부추기는 프로네요. 짹 짓기 프로같은거 저리 가라요~~

浪迹天涯櫻蘭靜雪

부모자식간의 두터운 사랑을 잘 보여주는 프로그램, 완전 감동 먹었어요. 보면서 몇 번이나 울었네요. 스타아빠들이 자식을 위해서 모든 걸 내려놓고 애들의 행복과 즐거움을 위해 애쓰는 평범한 아버지로서의 모습이 넘 좋아요. 이런 교육적의의가 큰 프로그램은 계속 이어졌으면 좋겠네요~

環球文化圈里的慧慧!

<아빠 어디가>는 독특한 시각으로 부모자식 사이를 조망한 작품, 긍정적인 에너지로 충만한 스타아빠와 귀요미들이 시청자들의 마음을 즐겁게 해주는군요. <시양양>, <곰의 출몰> 등 애니메이션은 폭력적인 장면이 많아 애들의 심신건강에 해를 끼치고 있습니다. 우리에게 필요한 프로그램은 어떤 것일까요? 14일 문화권에서 같이 토론해봐요~

<아빠 어디가>가 한중 양국에서 선풍적인 인기를 얻게 된 이유는, 자녀교육에 모든 것을 아끼지 않는 양국의 비슷한 문화와 곤혹을 겪고 있는 가정의

10) 박스내의 시청자게시글은 필자가 직접 중국어로 된 원글을 한글로 번역한 것이며, 게시글 출처는 시나웨이보 <http://s.weibo.com/weibo/%25E7%2588%25B8%25E7%2588%25B8%25E5%258E%25BB%25E5%2593%25AA%25E5%2584%25BF?topnav=1&vr=6&b=1> 이다.

책임문제에서 ‘아빠’의 빈자리가 사회적으로 주목받는 화제거리란 점에서 비롯된 것이다. 상기 <표 1>에서 알 수 있듯이 5명의 아빠는 각각 서로 다른 교육 방식을 갖고 있으며 프로그램이 진행됨에 따라 끊임없이 개선하고 성장하는 모습을 보여준다. 이런 모습은 시청자들을 감동시키는 동시에 시청자들의 자아성찰도 이끌어내고 있다. 즉 대부분 시청자들은 <아빠 어디가>를 ‘부모 자식 간의 두터운 사랑을 잘 보여주는’ ‘교육적 의의가 큰’ 프로그램, ‘처음부터 마지막까지 배꼽 찢어지게’ 웃겨주는 즐거움과 진지함이 공존하는 훌륭한 교육프로그램으로 받아들인다. 나아가 ‘폭력적인 장면이 많아 애들의 심신건강에 해를 끼치’는 기존의 프로그램들을 비판하면서 <아빠 어디가>를 계기로 어린이들한테 진정으로 ‘필요한 프로그램이 어떤 것인지’와 같이 논의의 공간을 확장시키는 모습을 보이기도 한다.

4.1.2 진실하고 감동적인 프로그램

哆7宝

내가 <아빠 어디가>에 집착하는 이유는 시청자에 대한 진정성, 리얼리티, 자연스러움. 시즌1이 끝나서 슬프네요. 다섯 아빠와 그들의 귀염둥이들 너무 사랑해요~ 특히 왕스링 넘 좋아요^^

小眼睛里的大苹果

<아빠 어디가> 시즌1이 원만하게 막을 내렸어요. 뭔가를 잃어버린 것 같은 허전함이 밀려오네요. 오락프로그램 보고 이런 느낌 받기는 처음이에요. 귀타오(출연자중 한명)은, 이 프로는 쇼도 아니고 오락프로도 아닌, 하나의 체험이라고 했지요. 아빠로서 애들과 뭘 어떻게 해야 할 지 고민하게 하네요. 가을겨울 내내 나를 동반했던 프로,

감사해요~

重慶森林tintin

유치원에서 저희 학부모들한테 편지 한통씩 써오라는 미션을 줬어요. 모두 <아빠 어디가> 영향이죠~ 참 오랜만에 이런 장문의 글을 써봅니다. 차분히 앉아 올해를 뒤돌아보니 감동도 많았던거 같아요. (애들을 위해서라도) 정말 열심히, 모범적으로 살아야겠다는 다짐도 다시 한번 다져봅니다. 모두들 새해 복 많이 받으시고

건강하세요~

리얼리티성은 리얼리티프로그램의 생명이자 기본이다. 텍스트에 담긴 기호화된 이데올로기들 또한 리얼리티성을 기제로 시청자들에게 자연스럽게 전달이 되고 수용된다. <아빠 어디가> 프로그램이 리얼리티성을 확보할 수 있는 관건은 출연 어린이들이 방송 메커니즘을 이해하지 못하는 유아라는 점이다. 중국판 <아빠 어디가>의 총감독 쉰디웨이(謝滌葵)는 한 인터뷰에서 한국 측 감독이 가장 많이 강조했던 말은 바로 “출연자들의 행동을 제한하지 말라”였다고 한다.¹¹⁾ 실제로 중국판 ‘아빠 어디가’의 어린이 출연자들은 평균 연령이 5세로서 한국판 어린이들의 평균 연령 7세보다 훨씬 어리다. 이는 돌발행동을 유발하여 프로그램에 즐거움을 더해준과 동시에 아빠들의 진실한 감정도 효과적으로 이끌어내었다. 이와 같은 결합은 리얼리티 쇼 프로그램의 가식적인 부분을 최대한 줄임으로써 시청자들의 호평을 받고 대리만족을 이끌어낸다. 부모로서 또 자식으로 ‘호명’당한 시청자들은 출연아빠들의 따뜻한 부성애를 보면서 자신의 부모를 그리워하고 천진난만한 아이들의 모습에 흐뭇한 미소를 지으며 스스로없이 애정을 드러낸다. <아빠 어디가> 프로그램의 영향으로 오랜만에 자녀에게 장문의 글을 써’보는 아빠의 심경에서 이 프로그램이 사회에 미친 긍정적 영향을 실감할 수 있다.

4.2 교섭적 해독

교섭적 해독은 타협된 의미 위치라고도 불리며 시청자들이 자신의 사회적 지위에 맞추어 부분적으로 지배 이데올로기를 변환시켜 해독하는 것이다. 홀은 지배 이데올로기를 담지하고 있는 텍스트 구조와 그 지배 이데올로기와 잘 맞지 않은 시청자들의 사회적 상황 사이에 긴장이 발생할 수 있으며, 이런 의미에서 텔레비전 해독이나 시청은 시청자들과 텍스트 사이의 타협과정이라고 한다(홀, 임영호 편역, 2015). 텔레비전 시청자들은 단일 집단의 대중이 아니

11) <爸爸去哪儿>的中韓双面, 南都周刊, 南都周刊雜誌社, 2013.11.06.

라 다양한 사회 집단들이 지배 이데올로기와 각각 다른 방식으로 접합되는 관계이며 그들은 항상 지배 이데올로기의 '수용'과 '저항' 사이에서 위치한다. 이런 맥락에서 피스크는 '순수한' 지배적 해독이 과연 존재하는가에 의문을 나타내며 텔레비전에 대한 전형적 해독은 타협적 해독이라고 한 뉴컴의 관점에 동의한다(존 스토리, 백선기 역, 2000). <아빠 어디가> 시청자들 중 교섭적 해독을 하는 수용자들은 텔레비전 프로그램에 담긴 사회적 의미를 자신들의 사회적 경험과 지식을 바탕으로 능동적으로 수용하면서 적극적으로 의견이나 견해를 표출함으로써 사회적 문제를 담론화시키고 해결의 실마리를 찾으려는 노력을 보인다.

4.2.1. 1가구 1자녀정책에 대한 회의적인 시각

影視批評論壇 北京晨報

산아제한정책 실시 30여년, 학부모들은 자녀에게 물질적 풍요를 제공하는 데 만족하지 않고 훌륭한 교육을 받게 하려고 한다. 이 프로그 환영받는 이유가 교육이 부모들의 최대 관심사가 되었기 때문이겠조.

Vivistar胡小星

아빠 어디가를 본 후, 정말 결혼해서 아이 많이 낳아서 농구팀 하나 만들고 싶었어요. 하지만 산아제한위원회에서 저를 가만 놔두지 않을 걸요T T

leessang.s

한국판 아빠 어디가 중에서 가장 인상 깊었던 건 형제자매 편이었어요. 웃다가 웃다가 울면서 몇 번이나 봤던 거 같아요. 한국은 산아제한정책이 없어서 보통 애들이 2~3명이잖아요. 웃고 떠들고 싸우기도 하지만 서로가 떨어질수 없는 불가분의 사이... 보고 난후 갑자기 인생목표가 생겼어요. 나중에 돈을 엄청 벌어서 애들을 많이많이 낳을 거예요^^ ㅎㅎ

朝青365网

'아빠 어디가'로 본 부모의 맹목적인 사랑에 대한 대토론이라는 블로그 글을 쓴 적이 있다. 산아제한을 하는 국가에 사는 부모들은 (하나뿐인) 자녀에 대해 지나친 애정을 보이는 게 아닐까 하는 우려가 있기 마련이다. <아빠 어디가>를 보면서 맹목적인 사랑에 대해 토론해보자.

久久妹妹

외국의 달이 더 밝다고 했던가! 한국판 '아빠 어디가'를 보니 한국 애들이 훨씬 배려심이 있다는 걸 느꼈어요. 대견하고 의젓한 모습이며 노래면 노래, 춤이면 춤, 못하는 게

없더군요. 산아제한정책도 뭔가 바뀌야 하지 않을까요. 형제가 있는 애들은 자연스럽게
더불어 사는 법을 배우니까...(생략)
lady烏露托莉
아빠 어디가 제일 마지막 회에서 애들이 통나무집에서 활짝 웃는 모습을 보면서 지나간
어린 시절이 떠올랐어요. T T 산아제한정책은 형제자매가 없는 한 세대를 만들었을
뿐만 아니라 성장의 즐거움과 기회마저 빼앗아갔죠. 이런 정책이 정말 지속되어야
할까요??????????

<아빠 어디가> 포맷수출이 확정된 후 MBC는 <아빠 어디가?>가 “중국 방송 시장에서 가장 많은 관심을 받았던 포맷”이라고 밝히면서 한 자녀 정책을 실시해 자녀가 귀해진 중국에서 반드시 환영을 받을 것이라고 전망하였다.¹²⁾

‘1가구1자녀정책’은 1978년부터 시행된 중국 국가규모의 산아제한정책으로, 중국에서는 보통 계획생육정책(計劃生育政策)이라고 불린다. 인구의 급격한 증가세를 완화시키고 경제발전의 부담을 줄여 국가의 발전을 도모한다는 취지하에 실시된 강력하고 강압적 성격을 띤 인구조절정책으로, 중국정부는 도시와 농촌에서 산아제한을 대대적으로 홍보, 권장하고 강제했다. 산아제한 정책으로 여성은 인구 조절을 위한 수단이자 신체적 착취 대상이 될 수밖에 없으며 국가나 전체의 이익을 위해 어쩔 수 없이 건강을 대가로 치르게 된다(이경희, 2004). 또한 급격한 인구노령화문제, 노동력 부족문제, 내수시장의 감소문제, 성감별과 낙태로 인한 성비불균형문제, 실독자가정¹³⁾의 증가, 노인 부양의 부담증가, 부모의 과보호로 인한 ‘소황제’세대의 이기심과 자기중심주의문제, 유령호적문제 등 수많은 사회적 문제들을 불러일으켰으며 산아제한정책의 존폐여부에 대한 사회적 논란도 끊이지 않았다. 2013년 11월, 중국공산당 18기 3중전회에서 부모 중 한쪽이 독생 자녀일 경우, 두 번째 자녀의 출산을 허용하기로 결정함으로써 35년간 유지해온 1가구1자녀정책은 사실상 폐지

12) 지현, “‘아빠어디가’, 中 수출, 한 자녀정책, 인기요인 될 것”, TV리포트, 2013.5.24

13) 중년 이후에 사고, 질병 등으로 하나밖에 없는 자식을 잃고 고독하게 노년을 보내는 사람들을 두고 중국에서는 독신자녀를 잃은 사람이라는 뜻에서 “실독자(失獨者)”라고 한다. 그들은 정감상에서 고통을 겪고 또 고독하게 보낼 뿐만 아니라 여생을 의탁할 데 없이 어렵게 보내고 있다. 중국 관영언론 신화망에 따르면 중국에서 실독자정은 이미 100만가구가 넘으며 매년 7만 6000가구의 증가세를 보이고 있다.

수순에 들어갔다.

중국에서 ‘아빠 어디가’가 방영되기 시작한 2013년 10월은 중국공산당 당 회의에서 산아제한정책에 대한 새로운 결정이 채택되기 한 달 전으로, 기존 정책의 장단점에 대한 사회적 논의가 뜨겁게 진행되던 민감한 시기였다. 이러한 시대적 상황에서 한국이라는 산아제한정책을 실시하지 않는 국가에서 수입된 육아리얼리티프로그램을 대하는 중국 시청자들의 심정은 모순되고 복잡하다. 시청자들은 국가의 기본국책으로서의 산아제한정책의 필요성을 충분히 이해하지만 아쉬움 또는 저항의 심리도 다분하다. 특히 한국판 ‘아빠 어디가’의 형제자매편을 본 중국수용자들의 반응이 아주 뜨거웠는데 형제 없이 외롭게 성장하는 아이들에 대한 미안함과 동정의 마음, 부모의 과보호 속에서 자라난 새 세대들에 대한 걱정과 우려가 고스란히 담겨있다. 더욱이 형제자매가 많았던 자신들의 어린 시절의 행복했던 추억은 부모세대들의 노스텔지어를 불러일으키면서 1자녀정책에 대한 회의를 심화시키고 정책의 지속성 여부에 대해서도 강한 의문을 표시하며 좀 더 합리적인 정책이 도입되고 실행되기를 촉구한다.

4.2.2. 창의성을 상실해 가는 방송계에 대한 우려

Juliet Wu

이 프로 넘 재밌네요~ 외국프로그램중에 가장 본토화가 잘 된 거 같아요. 후난티브이는 원래 듣기만 해도 역겨운 나레이션을 애용했었는데 이번엔 자막이 큰 공을 세운거 같아요. 본토화가 잘 된 이유는 아무래도 한국판을 그대로 베꼈기 때문이 아닐까요. 후난티브이는 정말 대본 쓸 줄 모르나? 참...

小囍GU

중국판 <아빠 어디가> 첫 회를 보고 나서 한국판 첫 회를 찾아봤어요. 집 선택하는 씬을 보면서 욕이 저절로 나오더군요. 기상-출발-휴대폰, 장난감 회수-집 고르기까지 어쩔 그렇게 판박이일 수 있지? ㄸ

piscesQn

창작이 보호받지 못하고, 난무하는 표절에 제작자만 상처 입는 환경에서 창제작은 도저히 불가능한 것이다!

2013년은 중국 네티즌들로부터 ‘해외오락프로그램 포맷구매원년’이라고 불릴 만큼 중국 방송국들은 막대한 자본력을 들여 세계각지의 인기프로그램 포맷구매에 열성을 쏟아 부었다. 각 방송국의 거침없는 해외프로그램의 포맷구매를 차단하기 위하여 2013년 10월 중국 정부는 해외 TV 포맷 수입을 제한하는 법안을 통과하게 된다. 법안에 따르면 2014년부터 중국 내 방송사는 1년에 하나의 해외 포맷 수입만이 가능하며 해외 포맷은 프라임 시간에 방영이 불가능하게 되었다. 이는 지나치게 해외프로그램에 의존하는 중국 방송계에 대한 정부부처의 우려를 잘 보여주는 것으로, 중국네티즌들 역시 상대적으로 위험 부담이 적은, 시청률이 이미 검증된 해외프로그램에만 의존하여 독창성을 잃어가는 방송업계에 대한 비판과 질타의 목소리가 높았던 것은 사실이다.

선호적 해독을 하는 시청자들이 프로그램의 우수성에 대해 높이 평가하는 것에 비해 교섭적 해독을 하는 수용자들은 프로그램의 현지화에 대해서는 긍정적이지만 ‘대본 쓸 줄도 모르는’ 자국 방송국의 창의성 부족에 진한 아쉬움을 드러내면서 판권 구매에 돈 퍼주지만 급급한 현실을 안타까워하고 있다. 또한 일부 시청자들은 ‘창작이 보호받지 못하고, 난무하는 표절에 제작자만 상처 입는’ 중국사회의 오래된 고질병 중 하나인 지적재산권 침해현상에 대해 강한 불만을 나타내기도 한다.

4.2.3. 모범적 이미지를 고수하는 스타들에 대한 아쉬움

曹敏貞 LN

중국판 <아빠 어디가>는 솔직히 보고 싶지가 않았어요. 출연자들이 싫어서가 아니라 후난티브이가 제대로 할수 있을까가 의문이었어요. 첫 회를 보고 난 후, 두 나라 문화가 다르기 때문에 직접적인 비교는 큰 의미가 없겠지만, (중국스타들은) 너무 카메라를 의식하는 게 아닐까 하는 생각이 들었어요. 그래도 애들은 정말 귀여웠어요~

Disappear Sound

<아빠 어디가> 완전 짱이에요~ 촬영감독님들 이른 아침부터 고생 많으시네요. 자막도 좋았구요~ 캐릭터 이미지며 주제곡도 좋았어요. 그런데 특별히 밎상인 아빠가 없다는거, 아빠들끼리 친하지도 않아보이구요, 한마디로 자신만의 개성이 없는

모습들이네요. 뭐, 중국스타들은 원래 자신을 감추는데만 신경 쓰니까...

舞美師¹⁴⁾

충청아침신문 등 매체들에서 <아빠 어디가>에 대한 소감을 부탁해서 적어본다. 1. 첫회에서 아빠들의 역할이 너무 미미하였다. 2.아빠들의 예능감 부족이 아쉽다. 교육에 대한 의견차이로 아빠들 사이에 갈등하고 충돌하는 모습, 난감해하고 망가지는 모습들이 보여야 할 것이다. 3. 본토화가 현실성 있게 잘 되었다. 한국판은 이야기 전개가 너무 느린것이 단점, 이 점은 원본보다 더 훌륭하다!

예능프로그램 출연을 스크린에서의 캐릭터와는 다른 다양한 이미지 구축에 유리한 기회로 적극 활용하는 한국스타들과 달리, 중국스타들은 자신의 사생활 노출을 극도로 꺼린다. 특히 <아빠 어디가>와 같이 가족까지 공개해야 하는 밀착형 리얼리티 프로그램은 더욱 그러하며 설사 출연한다 하더라도 그냥 일상적인, 또는 좋은 모습만 보여주는데 그친다.

이 프로그램에 출연하는 아빠들은 가수, 영화배우, 모델, 운동선수, 영화감독 등 다양한 직업군에 종사하지만, 자신만의 개성이나 특색이 뚜렷하지 못하고 하나같이 정직하고 바른 모습만, 아빠들 사이에서도 서로 양보하고 도와주는 모습만 보여주고 있다. 이런 '모범생'이미지는 프로그램의 교육적 의의를 깊게 하였지만 리얼리티성이 부족하고 가식적인 느낌마저 들게 한다. 이는 리얼리티 프로그램의 매력을 감소시키는 치명적인 요소라 할 수 있으며 반성이 필요한 부분이라 하겠다. 이에 반하여 한국버전의 아빠들은 서로 놀려주거나 암투를 벌이며 심지어 언행불일치와 게으름을 피우는 등 인간적이고 입체적인 모습을 보여준다. 전체적으로 한국오락프로그램은 중국오락프로그램에 비하여 사회적 관용의 정도가 크고 오락성 또한 매우 강하다. 이러한 점은 보수적인 중국프로그램에 길들여진 중국시청자들에게 굉장히 신선하고 충격적인 것이며 그들을 열광하게 만드는 매력적인 요소이다.

www.kci.go.kr

14) TV 평론가, 오락평론가

4.3. 비판적 해독

비판적 해독은 대항적 의미규칙으로서 사회적 상황이 지배 이데올로기와 직접 대립되는 사람들에 의해 생산되는 해독을 지칭한다. 스타와 그 자식들의 주말여행에서 보여준 모습에 대해, 선호적 해독을 하는 시청자들은 아빠와 아이가 같이 성장해가는 감동적인 성장프로그램으로 해석하는 반면, 비판적 해독을 하는 시청자들은 평범하지만 물질적 여력이 없는 부성들을 소외시키고 어린이들을 상품으로 간주하는 미디어의 폭력에 대하여 강도 높게 비판한다. 즉 같은 텍스트라도 가치 기준이 다른 시청자들에게는 서로 다른 의미로 해독되고 있음을 알 수 있다. 물론 시청자게시판이 성격상 팬덤에 가깝기 때문에 비판적 의견을 실명으로 올리기를 꺼리는 경향이 있어서 그 수량이 비교적 적은 건 사실이다. 하지만 “비판적 해독은 보통 타협적 방식으로 의미 작용과 기호 해독이 이루어지던 사건에 대해 대항적 해독을 하기 시작하는 시점으로, 사회의 어두운 면을 파헤치고 담론 영역에서의 투쟁을 불러일으킨다”는(홍, 임영호 편역, 2015) 점에서 그 의의가 있는 것이다.

4.3.1. 사회소외계층에 대한 관심 부족을 비판

我是最美麗

이 프로는 대체 스타2세들의 부유와 행복을 과시하려는 건가요 아님 집에 홀로 남겨진 농민공 자녀들의 마음을 찢어놓으려는 건가요? 스타2세들이 애교 섞인 목소리로 “아빠 우리 어디가요”를 외칠 때, 6천만 농민공 자녀들은 “아빠엄마 보고 싶어요. 빨리 집에 와주세요”하고 애타게 기다리고 있어요. 당신은 웃으며 프로를 감상할 때 농민공 자녀들의 마음속 상처와 고통을 생각해본 적 있나요? 우리 모두가 관심을 가져야 할 대상은 바로 이들이죠~

馨泪落秦殇

지금의 방송국들은 시청률 올리기에만 급급하지 사회소외계층에는 너무 무관심한 거 같아요. 매체가 진정으로 관심해야 할 건 스타2세가 아니라 서민들의 아이들, 빈곤계층의 아이들, 농민공 아이들이 아닌가요? 스타2세들은 준비된 여건을 이용하여 부와 명예를 너무 쉽게 획득하죠. 이건 정말 불공평한 거예요.

//: 只會左轉彎

농민공들은 힘들고 고된 노동으로 아름다운 도시를 만들어가고 있지만, 그 자녀들은 아직도 빈곤에 허덕이며 등록금 부담으로 학교도 다닐 수 없는 현실입니다. 이진 참으로 국가의 미래가 달린 심각한 문제이죠. 우리 이제 화려한 스타2세대만 바라보지 말고, 머리 숙여 힘겹게 살아가는 시골아이들에게 관심을 주어야 합니다.

1978년 중국 개혁개방의 선구자 덩소평(鄧小平)에 의해 제창된 선부론(先富論)은 일부 지역, 일부 개인이 먼저 부유해지는 것을 허용하여 국민경제 전체를 개선할 원동력을 만든다는 논리이다. 이 정책의 실시로 말미암아 지역적으로 외국자본과 기술유치에 우위에 있는 동부연해지역의 경제성장이 추진되었고 이는 중국경제가 비약적인 발전을 이루게 된 중요한 힘이 되었다. 그러나 문제는 성장의 혜택이 중국 전역에 골고루 분배되지 않음으로써 계층 간, 지역 간, 도농간의 격차가 위험 수위에 달하고 사회적인 갈등을 불러일으켰다는 것이다. 낙후된 중서부 지역의 노동력들이 농촌을 떠나 발달된 동부지역으로 몰려오면서 유동인구가 대량 발생하였는데 중국에서는 보통 이들을 ‘농민공’ 또는 ‘민공’이라고 부른다. 농민공들은 도시와 농촌 주민의 구분을 엄격하게 규정한 중국의 주민등록제도 때문에 임금, 의료, 자녀교육 등에서 큰 차별대우를 받고 있으며 중국사회의 최하부 계급으로 전락되는 비운을 맞게 된다. 2013년 기준 농민공은 1억 6천여만 명, 그 자녀들은 6천만 명에 이를 것으로 추정된다. 이 자녀들은 보통 편벽하고 낙후된 시골에서 소년소녀가장으로 외롭게 살거나 할아버지, 할머니들과 지내면서 부모들의 귀가를 애타게 기다리는 게 일상이다.

비판적 해독을 하는 수용자들은 ‘스타들의 화려함’에 덮여진 현실세계의 어두운 면을 파헤치고 ‘시청률 올리기에만 급급하여 사회소외계층에는 무관심한 매체’를 비판하면서 국가의 불공정한 시스템으로 인해 차별대우를 받고 있는 농민공과 그 자녀들에 대한 관심을 호소하고 있다. 이러한 시각은 많은 사람들의 공감을 불러일으키면서 시청자들의 문제의식을 촉구하고 있으며, 국가주의 발전전략의 희생양으로 전락된 빈곤계층의 현실을 낭만적 미화로 은폐시키는

매체들의 성찰이 절실하다고 하겠다.

4.3.2. 동심의 상품화에 대한 우려와 비판

中國網絡傳播學會

<아빠 어디가>가 연속 2주 동안 호평일색 속에 방영되고 있다. 각 방송사는 너도나도 따라하기에 나섰다. 관련데이터에 의하면, 앞으로 반년사이에 20개가 넘는 육아프로그램이 홍수처럼 물러올 거라고 한다. 아이들의 순수한 동심이 시청자들의 눈길을 끌기 위한 희생품으로 전락되지 않을까 하는 걱정이 앞선다.

新浪評論

<아빠 어디가>는 막을 내렸지만 논쟁은 끊이지 않고 있다. 아이들에 대한 가장 훌륭한 보호는 탐욕, 기만으로 점철된 이 사회로부터 방화벽을 만들어주는 것이다. 어른들도 물질만능세계의 온갖 유혹을 견디기 어려운데 하물며 애들이야... 치솟는 몸값에 따르는 대가를 치르는 어린 동심들...

많은 시청자들이 출연아동들의 귀여움과 매력에 매료되어 스스럼없이 애정을 표현하고 적극적으로 응원하는 반면, 일부 시청자들은 프로그램의 성공으로 하루아침에 얻어진 인기가 어린이들의 정상적인 성장에 불리할 것이라는 우려와 걱정을 드러내면서, 물질적 유혹에 눈이 어두워 순수한 동심을 상업적 도구로 이용하려는 매체들에 분노를 나타낸다.

상기와 같이 비판적 해독을 하는 시청자들이 수는 비록 적으나 그들의 관점은 많은 사람들의 공감을 불러일으키면서 불공평한 사회현실에 대한 성찰과 반성을 이끌어내고 있다. 이러한 모습은 프로그램에 대해 긍정적인 반응을 보이는 시청자들에게서도 나타나는데, 아이디어가 ‘DJ 小强’인 시청자는 “아빠 어디가는 정말로 단순하고 아름다운 무결점 프로네요. 그런데 비판적인 시각이 각광받는 오늘날, 이런 완벽한 프로가 좀 이상한 거 아니에요?”라고 하면서 화면에 비춰지는 겉모습에 현혹되어 비판적 목소리가 들리지 않는 현상 자체에 의문을 나타내면서 시청자들의 비판적 시각을 촉구하고 있다.

5. 결론 및 한계

한중 양국은 지리적으로 인접해 있고 역사적으로 교류가 깊으며 경제적으로 밀접히 연관되어있고 문화적으로도 상호 협력이 날로 많아지고 있다. 특히 2000년대 후반 들어 K-POP, 드라마와 예능프로그램을 필두로 한 신 한류 시대를 맞아 양국 간의 예능프로그램 관련 인적교류, 판권매매, 공동투자, 공동제작, 고급인력고용 등 협력이 전면적으로 활성화 되고 있는 현실에 비해, 양국 학술계는 이에 대한 연구가 부족한 상황이다.

본 논문은 한국 MBC방송국의 인기 프로그램 ‘아빠 어디가’의 포맷을 구입하여 제작된 중국 후난TV방송국의 ‘아빠 어디가’ 시즌1을 시청한 수용자들의 시나 웨이보 블로그 글을 분석텍스트로 하였다. 연구 방법 면에서는 스튜어트 홀의 기호화/ 해독 모델을 분석의 준거 틀로 적용하여, 이 프로그램이 중국수용자들에게 어떻게 해독되고 그들의 일상적인 경험이나 지식이 프로그램 내용과 어떻게 맞물려 있으며 그 이면에 숨겨진 사회문화적 함의는 무엇인지를 알아내려고 하였다.

분석을 통하여 <아빠 어디가>는 중국 리얼리티 프로그램 발전과정에서 주목할 만한 새로운 시도였음을 알 수 있었다. 첫 번째는 새 시대 바람직한 부성성에 대한 광범위한 논의와 성찰을 끌어냈다는 점이고, 두 번째는 스타와 그 자녀들이 출연하는 첫 육아리얼리티프로그램이라는 것이다. 보수적인 예능프로그램에 식상해진 중국 시청자들은 평소에 잘 볼 수 없었던 스타와 그 자녀들의 일상적인 모습에 매료되어 프로그램을 시청하기 시작하였으나 이는 곧 육아에서의 아빠의 위치와 역할에 대한 전 사회적인 진지한 고민과 반성을 이끌어내었으며, 그 결과 전통적인 가부장적인 아빠나 자유방임형 보다는 아이를 잘 이해해주는 ‘친구형’ 아빠가, 설교나 주입식 교육보다는 눈높이 맞춤식 교육이 인정을 받으면서 자녀교육에 대한 사회적인 공감대를 형성해나갔다.

한국에서 포맷을 수입하여 리메이크 제작된 예능프로그램 <아빠 어디가>는 프로그램의 설정, 출연진의 구성 등 모든 면에서 한국 버전과 아주 흡사한 모습을 보이지만 프로그램이 지향하는 바는 다름을 알 수 있다. 이는 현지화 과정을 거치면서 프로그램이 국가주의 발전 논리에 따르는 지배적인 이데올로기를 기호화된 메시지로 재구성한 결과라고 보이는데, 한국프로그램이 재미와 즐거움에 치중하여 리얼리티 쇼 프로그램의 본연의 모습에 충실한 모습을 보인다면, 중국 프로그램은 조금은 작위적이더라도 사회주의 주류 가치관에 부합되는 모범적이고 교육적인 의의에 초점이 맞추어져 있다. 하지만 능동적인 해석을 하는 수용자들은 해독의 과정에서 다양한 양상을 보이고 있는데, 그 중 선호적, 교섭적 해독이 주를 이루고 비판적 해독은 상대적으로 적었다.

선호적 해독을 하는 시청자들은 프로그램의 교육적 의의와 리얼리티성에 대해 높이 평가하며 이 프로그램을 진정성 있고 모범적이며 감동적인 힐링 프로그램으로 정의한다. 출연아빠와 아동들의 매력에 심취된 수용자들은 프로그램이 작가 등 제작진에 의해 예측 가능하고 인위적으로 꾸며진 것임을 전혀 인식하지 못하고 프로그램을 현실 그 자체로 받아들이면서 지지와 성원을 아끼지 않는다. 힘들고 고단한 육아를 스타와 그 2세들의 낭만적인 여행으로 단순화시켜 부정담론을 왜곡시킬 수 있다는 비판적 관점은 찾아보기 어렵다.

교섭적 해독을 하는 시청자들은 프로그램이 주는 메시지를 자신의 경험이나 지식을 바탕으로 새로이 해석하면서 프로그램 내용과 중국 사회의 문제들을 연결시켜 적극적으로 자신의 의견을 올리고 담론을 만들어가면서 해결책을 찾으려는 노력을 보인다. 그 중 가장 많은 것이 1가구1자녀정책에 대한 회의적인 시각, 해외프로그램의 판권구매에 열중하여 독창성을 상실하는 방송현실에 대한 우려, 좋은 모습만 보여주려는 스타와 제작진들에 대한 아쉬움 등이다. 중국의 기본국책으로서 35년간 강력하게 실시되던 1자녀정책의 존폐여부에 대해 사회적 논의가 뜨겁던 민감한 시기에 방영된 육아리얼리티프로그램, 중국시청자들은 이 프로그램을 계기로 기존 정책의 불합리성과 문제점들에 대해 다시 한 번 열띤 담론을 펼치며 현실성에 맞는 더 합리적인 정책이 도입되기를

추구한다.

비판적 해독을 하는 시청자들은 아주 적다. 사회적 소외계층의 현실을 외면하고 낭만적 미화로 은폐하려는 매체에 대한 질책이나 어린이들의 순수한 동심이 상품화되어 아이들의 성장에 나쁜 영향을 줄 것이라는 비판의 목소리도 들리나 아직은 소수자에 불과하다. 이는 시청자 게시판의 특성이 팬덤에 가깝다는 점이 가장 크게 작용한 것으로 보이며 이는 본 논문의 한계이기도 하다. 또한 수용자들의 성별, 나이, 직업, 학력, 계급의 구분이 불가능하여 인구통계학적 변인을 반영하지 못했다는 점도 아쉽다. 그럼에도 불구하고 본 논문은 처음으로 시청자 게시판 글을 분석텍스트로 삼아, 아시아 최대시장인 중국으로 수출되어 사회적으로 큰 반향을 일으킨 한국산 예능프로그램을 통해 중국 수용자들의 수용행태를 알아보고 중국사회를 투영하였다는데 그 의의가 있다고 생각한다. 한중 간의 문화교류가 활성화되는 만큼 다양한 이슈가 제기될 것이다. 이와 관련된 연구는 양국 간의 교류의 과정에서 상호 이해를 증진시키는데 필수적이라고 본다. 앞으로 이와 관련된 연구가 활발하게 이루어지기를 기대한다.

< 參考文獻 >

- 김명혜(2006), <드라마 <내 이름은 김삼순>에 대한 여성 수용자의 해독과 일상적 실천에 관한 연구>, 언론과학연구 6-2, 76-112.
- 김의권(2007), <리얼리티 프로그램의 확산과 즐거움에 관한 연구>, CERI엔터테인먼트연구 8, 147-168.
- 석진(2013), <오락프로그램의 한·중비교분석 연구>, 청운대학교 석사학위논문.
- 손성우, 김동규(2012), <서바이벌 게임과 현실 담론의 만남 그리고 재미와 판타지 리얼리티 TV프로그램 '나는 가수다'를 중심으로>, 미디어, 젠더&문화 22, 119-149.
- 신병률(2006), <텔레비전 드라마 수용자의 시청자 게시판 참여와 공동체의 특성: <파리의 연인> 시청자 게시판을 통하여>, 사회과학연구 22-1, 413-434.

- 염찬희(2009), <국경을 넘는 영상! 국경을 초월하는 수용자? 한국의 아시아 공동제작 영상물 수용양상에 대한 연구>, 영상예술연구 14, 61-90.
- 오세정, 장서지(2013), <리얼리티 표방 프로그램에 대한 수용자의 인식 연구>, 주관성 연구 27, 171-194.
- 요 정(2012), <온라인 팬카페에 나타난 UCC문화와 수용자 분석>, 한양대학교 대학원, 석사학위논문.
- 이경희(2004), <중국의 산아제한과 낙태>, 사회이론 2004 가을/겨울. 42-72.
- 이순임(2014), <현대 한중 방송교류의 역사와 성과: MBC와 중국 SHARFT.SMG의 교류협력 사례를 중심으로>, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 정영희(2007), <<내 이름은 김삼순>에 대한 수용자의 현실적 공감과 즐거움에 관한 연구>, 한국 언론학보 51-4, 32-57.
- 조 연(2014), <중국 내 K-pop 팬덤의 형성과 변화 연구>, 연세대학교 커뮤니케이션대학원, 석사학위논문
- 조종혁(2006), <텔레비전 리얼리즘과 담론>, 커뮤니케이션학 연구 13-1, 5-27.
- 주창운(2002), <인터넷 수용자의 참여방식과 문화적 생산>, 한국언론정보학보 19(2002 가을), 265-295.
- 초원원(2011), <중국 인터넷 사이트를 통한 한국 드라마의 수용 특성 연구: <시크릿가든>에 관한 <소후>와 <PPS> 인터넷 게시판 분석>, 한양대학교 대학원, 석사학위논문.
- 한희정(2002), <인터넷 게시판 수용자의 드라마 해독 연구: 멜로드라마 <피아노>의 사례분석>, 한국방송학보 16-2, 368-398.
- 한희정(2013), <부성회복 리얼리티 프로그램 <아빠! 어디가>(MBC)수용연구>, 사회과학연구 29-3, 161-186.
- 한희정(2014), <육아리얼리티 프로그램의 수용과 부정경험: <아빠 어디가?>(MBC)의 대학생 수용자를 중심으로>, 커뮤니케이션학 연구: 일반 22-1(2014 봄), 145-170.
- 나미수(2012), 《미디어 연구를 위한 질적방법론》, 커뮤니케이션북스.
- 스튜어트 홀, 임영호 편역(2005), 《스튜어트 홀의 문화이론》, 한나래.
- 스튜어트 홀, 임영호 편역(2015), 《문화, 이데올로기, 정체성 스튜어트 홀 선집》, 컬처북.
- 이강수(2001), 《수용자론》, 한울아카데미.
- 정재철(2013), 《문화연구자》, 커뮤니케이션북스.

존 스토리, 백선기 역(2000), 《문화연구란 무엇인가》, 커뮤니케이션북스.
<爸爸去哪儿>의 중韓双面, 南都周刊, 南都周刊雜誌社, 20131106.
Fiske, J.(1987). Television Culture. London: Metheun.

< 中文提要 >

《爸爸去哪儿》是湖南衛視從韓國MBC電視台引進的親子戶外真人秀節目，于2013年10月11日開始播放第一季并大獲成功。本文以斯圖亞特·霍爾的編碼/譯碼理論為分析依据，以《爸爸去哪儿》節目的新浪微博的博文為分析對象，分析了觀眾是如何認知和接受真人秀節目，研究了受眾的接受方式和特点。分析結果，被出演人物的魅力所傾倒，對節目的教育意義和真實性予以高度評價的主導—霸權地位的接受方式占主流；對計劃生育政策的利弊的審視，對熱衷于購買國外版權而喪失創意性的媒體的不滿，只給觀眾展示循規蹈矩的形象而失去真實性和娛樂性的協商的符碼也得到了很多人的共鳴。但是，因微博接近于粉絲團的原因，對抗的符碼比較少，這也是本文的局限性。

關鍵詞：爸爸去哪儿，受眾分析，中國，斯圖亞特·霍爾

원고접수일	심사일정	1차수정	게재확정	출간
2015. 3. 31.	2015. 4. 29.	2015. 5. 8.	2015. 5. 14.	2015. 5. 31.