



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

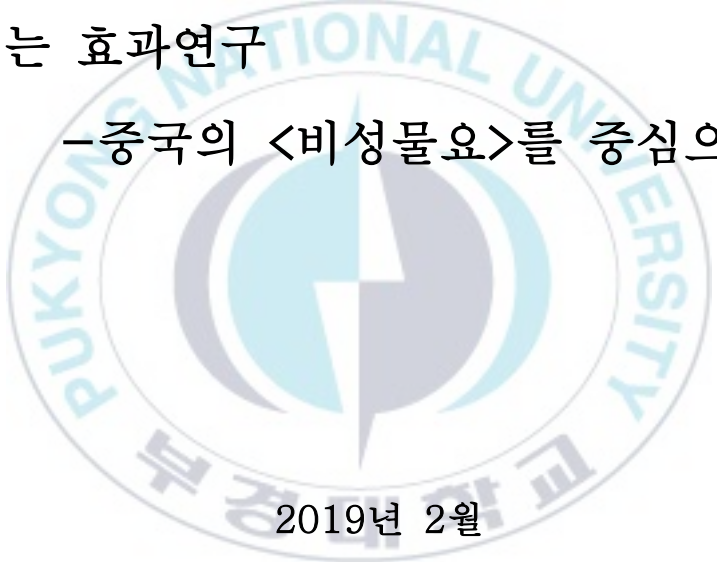
이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

신 문 방 송 학 과 석 사 학 위 논 문

리얼리티 데이트 프로그램 시청태도 차이
가 대학생의 물질주의 가치관과 결혼관에
미치는 효과연구

-중국의 <비성물요>를 중심으로-

The logo of Pukyong National University is a circular emblem. It features a stylized 'P' and 'N' intertwined in the center, with the university's name in English 'PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY' around the top half and in Korean '부경대학교' around the bottom half.

2019년 2월

부경대학교 대학원

신문방송학과

SHAO JINHUA

신 문 방 송 학 과 석 사 학 위 논 문

리얼리티 데이트 프로그램 시청태도 차이
가 대학생의 물질주의 가치관과 결혼관에
미치는 효과연구

—중국의 <비성물요>를 중심으로—

지도교수 오 창 호

이 논문을 신문방송학석사 학위논문으로 제출함

2019년 2월

부경대학교 대학원

신문방송학과

SHAO JINHUA

SHAO JINHUA의 신문방송학석사
학위논문을 인준함

2019년 2월 22일



위원장 문학박사 남 인 용 (인)

위원 광고홍보학박사 김 정 규 (인)

위원 문학박사 오 창 호 (인)

- 목 차 -

Abstract

I. 서론	1
1. 연구 배경 및 목적	1
2. 연구 구성	3
II. 이론적 논의 및 선행연구 검토	5
1. 배양이론	5
2. 시청 만족도	8
3. 물질주의	11
4. 결혼관	15
5. 리얼리티 데이트 프로그램에 관한 선행연구 검토	20
6. 중국 리얼리티 데이트 프로그램의 발전	22
가. 중국 리얼리티 데이트 프로그램의 역사	22
나. 중국 리얼리티 데이트 프로그램의 3단계	23
(1) <홍낭> 시기	24
(2) <비상남녀> 시기	24
(3) <비성물요> 시기	25
III. <비성물요> 프로그램의 내용 및 특성	28
1. <비성물요> 프로그램의 내용	28
2. <비성물요> 프로그램의 특성	31
가. 미혼 독신자	31

나. 강한 오락성	33
다. 남성 중심주의	35
IV. 연구문제 및 연구방법	37
1. 연구문제	37
2. 연구방법	38
가. 조사방법 및 조사내용	38
3. 주요 변인의 측정	39
가. 시청빈도	39
나. 시청 만족도	40
다. 물질주의 가치관	41
라. 결혼관	42
4. 측정방법	43
V. 연구결과	45
1. 응답자의 인구통계적 특성	45
2. 측정 도구의 타당도 및 신뢰도 측정	46
가. 시청빈도 측정	47
나. 시청 만족도 측정	49
다. 물질주의 가치관 측정	49
라. 결혼관 측정	52
3. 연구문제 검증	56
가. 연구문제1에 대한 검증결과	56
나. 연구문제2에 대한 검증결과	57
다. 연구문제3에 대한 검증결과	59
라. 연구문제4에 대한 검증결과	61
4. 검증결과 정리	63
VI. 결론 및 논의	65
1. 결론과 논의	65
2. 연구의 한계점 및 향후 연구	69

참고문헌	70
부록	76
설문지	76



표 목차

<표 1> 시청 만족도	9
<표 2> 결혼관의 정의	16
<표 3> 결혼관에 의의	19
<표 4> 시청 만족도 측정문항	40
<표 5> 연애와 결혼관 측정문항	41
<표 6> 물질주의 가치관 측정문항	43
<표 7> 응답자의 인구통계학적인 특성분석 결과	45
<표 8> 물질주의 가치관 요인분석 결과	48
<표 9> 개인 가치관 신뢰도분석 결과	49
<표 10> 개인 결혼관 요인분석 결과	50
<표 11> 개인 결혼관 신뢰도분석 결과	51
<표 12> 시청정도 정도분석 결과	53
<표 13> 시청 만족도 신뢰도분석 결과	55
<표 14> <비성물요> 시청량에 따른 물질주의 가치관의 평균치에 대한 독립표본T검정 결과	56
<표 15> <비성물요> 시청량에 따른 결혼관의 평균치에 대한독립표본T 검정 결과	57
<표 16> <비성물요> 시청 만족도에 따른 물질주의 가치관의 평균치에 대한 독립표본T검정 결과	59
<표 17> <비성물요> 시청 만족도에 따른 결혼관의 평균치에 대한 독립 표본T검정 결과	61
<표 18> 시청빈도 결과	63
<표 19> 시청 만족도 결과	63

그림 목차

<그림 1> <비성물요> 프로그램	29
<그림 2> <비성물요> 프로그램	76
<그림 3> <비성물요> 프로그램	82



<Abstract>

A study on the effect of viewership attitude to dating reality television programs on materialism values and marriage views of college students:

-Focus on Chinese TV<If You Are The One>

JINHUA SHAO

Department of Communication, The Graduate School, Pukyong
National University

This study focuses on college student viewers of dating reality television program, <If You Are The One>. It aims to find their viewership rate, satisfaction, materialism values, as well as the impact of such dating programs in shaping their views on marriage. The study also aims at helping in re-examining and improving China's existing dating programs going into the future.

To this end, and on the basis of the research literature, the frequency of viewership and satisfaction were set up as independent variables, while personal values and marriage views were set up as dependent variables.

For the empirical analysis of this study, some 325 Chinese college students who subscribe to the Chinese flagship reality dating program, <If You Are The One> were surveyed. A total of 325 questionnaires were posted and retrieved from them. But the analysis of data was based on 287 questionnaires, excluding 47 of them that said they do not view the program. The statistical methods used for the analysis of the questionnaire were frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, and T-verification analysis, using SPSS 25.0.

The results of this study are summarized as follows:

First, there are significant differences in viewers' personal values (distributionism, conditions of happiness) depending on the frequency of their viewership of <If You Are The One>.

Second, five factors (economic importance, appearance, love, patriarchal focus, gender openness) influence '<If You Are The One> Chinese student viewers' view towards marriage. Also, the view towards marriage (economic importance, appearance, and love) of the student viewing audience differ significantly depending on each individual's viewership rate.

Third, there is a significant relationship between viewer's satisfaction level with the program, <If You Are The One> and personal values disposition. It can be said that the program has greater impact on personal values of more frequent viewers than less frequent viewers.

Fourth, the audience's view on marriage (love, appearance, sexual openness) is markedly different depending on the level of satisfaction they derive from seeing the program <If You Are The One>. It can be said that the viewers with higher satisfaction have more positive attitude towards marriage (love, appearance, and sexual openness) than those with lower satisfaction.

Through the outcome of this study (on audience viewership and satisfaction with reality dating programs) will help to provide small but important guidelines not only for Chinese broadcasting stations but also Korean broadcasting stations on re-examining and improving these programs.

Keywords: Reality television, Dating programs, Audience viewership, Audience Satisfaction, Marriage intention

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

연애와 결혼은 인간의 영원한 주제이며 시대의 발달과 사회의 변화에 따라 사람들이 결혼생활을 시작하고 가족을 형성하는 방식으로 바뀌었다. 물론 TV 방송도 이 부분에 대하여 많은 관심을 가지고 있는 것으로 보인다. TV 리얼리티 데이트 프로그램은 사랑과 결혼을 주제로 하는 방송이다. 사랑과 결혼이라는 주제를 결합하여 탄생했으며, 현재 방영되고 있는 리얼리티 프로그램의 중요한 장르 중 하나이기도 하다.

지금까지 리얼리티 데이트 프로그램¹⁾은 규범적인 정의가 없으며, 그에 대한 명칭도 여러 가지가 있다. 'TV 데이트, 결혼 및 데이트 프로그램'의 정의에 대한 표준은 따로 없고, 여러 가지 관점에서 해석된다. 어떤 사람들은 이것을 '리얼리티 쇼'라고 분류하고, 다른 사람들은 'TV 데이트 프로그램', 'TV 교우 프로그램', '결혼, 교우 프로그램 등'이라고 말한다(郑双喜, 2011). TV 리얼리티 데이트 프로그램은 TV를 한 가지의 전파 매개로 삼아 사랑과 결혼을 주요한 주제로 하여 서비스와 오락성을 결합하는 예능 프로그램이다(罗玫, 2012). 간단하게 말하면, "리얼리티 쇼+불멸의 주제인 사랑=리얼리티 데이트 프로그램"이라는 형식에 귀납되었다(양애림, 2013).

중국에서 TV 리얼리티 데이트 프로그램은上世纪 80년대부터 지금까지 30년 넘게 유지되고 있지만 이런 프로그램은 여전히 빠르게 발전하고 있다. TV 리얼리티 데이트 프로그램은 여러 차례나 기록을 거듭했음

1) 본 논문은 통일적으로 “리얼리티 데이트 프로그램”을 사용한다.

에도 불구하고 여러 오락적 프로그램의 주력이 되고 있다. TV 리얼리티 데이트 프로그램은 고정된 시청자를 보유하고 있기 때문에 높은 시청률을 보이며, 여전히 인기도 끌고 있다. TV 리얼리티 프로그램의 가장 큰 특징은 현실성을 가지고 있는 것이다. 리얼리티 프로그램은 남녀 간의 첫 만남, 사랑, 데이트, 결혼 등의 감정 문제를 해결하는 것을 목적으로 실제 발전과정을 진실하게 보여주고 남녀 게스트에게 이성을 만날 수 있는 기회를 제공해 준다. 이런 프로그램을 보면 데이트 프로그램이기 때문에 참여하는 게스트, 진행자 그리고 애정 전문가 등이 자신의 결혼관, 교우관, 가정관 그리고 가치관에 관해 소통하고 토론한다. 이런 소통과 토론은 각기 다른 여러 가지 관점을 볼 수 있다. 이는 프로그램을 보는 시청자에게 많거나 적은 영향을 미칠 것이다. 고환(高歡)와 조선명(曹宣明)의 <TV 데이트 프로그램은 청소년의 인생 가치관에 미치는 영향에 대한 탐구> 중에서 TV 리얼리티 데이트 프로그램은 청소년의 인생 가치관에 부정적인 영향을 미치며 특히 물질주의와 향락주의에 빠지게 할 수 있다는 것을 증명하였다.

대학생들은 이런 프로그램의 중요한 시청자 중 하나이다. 생리적·심리적으로 대학생 때 한 사람의 연애 결혼관이 형성되고 발전되는 시기라 볼 수 있다. 그리고 연애와 결혼관은 한 사람이 배우자를 선택하고, 결혼 후 가정의 화목함에 있어서도 관계가 깊다. 한 사람의 연애 및 결혼관에 영향을 미치는 요소는 많다. 독서, 가정교육, 친구 간의 관계 그리고 연애 경험 등이 그 예이다.

TV 리얼리티 데이트 프로그램은 남녀 게스트의 소통, 진행자와 현장 전문가의 견해를 통하여 당대 청년을 도와줄 수 있다. 특히 대학생들의 연애관과 결혼관, 이상적 연애, 결혼생활 중 필요한 사항들을 알아볼 수 있다. 그러나 이런 프로그램 중 상당부분이 부정적인 연애 결혼관에 대해 다루고 있다. 물질주의와 향락주의 등의 가치관이 과대하게 나타나기

때문에 당대 대학생들의 연애와 결혼관에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

본 연구는 대학생 시청자들을 대상으로 조사하여, 리얼리티 데이트 프로그램 <비성물요>에 대한 시청빈도, 시청 만족도, 물질주의 가치관, 그리고 이런 데이트 프로그램이 대학생들의 결혼관에 얼마나 큰 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 중국에서 리얼리티 데이트 프로그램에 대한 연구가 많지만, 아직까지 부정적인 방향의 연구는 많지 않다. 리얼리티 데이트 프로그램 시청태도 차이가 대학생들의 물질주의 가치관과 결혼관에 미치는 효과 연구하고자 한다. 따라서 본 연구가 향후 중국의 데이트 프로그램을 다시 규범하고 개선하는데 작은 도움이 되길 바라며, 미디어의 사회적 주류 가치관을 강화하는 연구가 되길 바라는 바이다.

2. 연구 구성

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 본 논문을 서론을 포함하여 총 6장으로 구성되어 있다. 제1장은 서론으로 연구의 배경과 목적, 그리고 연구 구성에 대하여 기술하였다. 제2장에서는 배양이론과, 시청 만족도, 물질주의, 결혼관, 리얼리티 데이트 프로그램에 관한 기존 연구들을 바탕으로 본 연구를 위한 이론적 배경도 기술하였다. 제3장에서는 리얼리티 데이트 프로그램인 <비성물요>의 내용과 특성에 대하여 기술하였다. 제4장에서는 연구문제와 연구방법에 관한 부분으로서 본 연구의 목적을 달성하기 위한 연구문제를 해결하기 위한 측정도구를 제시하였다. 제5장 분석결과에서는 측정도구의 타당성과 신뢰도를 검증하고 연구문제에 대한 T-검증분석을 실시하여 이에 관한 연구결과를 검증하였다. 마지막으로 제6장에서는 연구결과를 기술하여 본 논문의 향후 보완점과 발전가

능성에 대하여 언급하였다.



II. 이론적 논의 및 선행연구 탐구

1. 배양이론

배양이론은 TV가 전체적으로 현실 세계에 대한 특정한 이미지와 상을 구축하며, 장기적으로 이러한 내용에 많이 노출된 시청자들일수록 TV가 묘사하는 내용과 일치하는 태도와 신념들을 구축하게 된다고 주장한다(Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1980, 1986). 따라서 배양이론의 가정들은 TV 프로그램 시청이 시청자에게 미치는 잠재적 영향 및 효과연구에 광범위한 이론적 틀을 제공해 왔다. 그러나 배양이론은 그것이 지나치게 광범위한 영역에 걸쳐 일반적인 주장을 하고 있다는 이유로 많은 비판을 받아왔다(Rubin, Perse, & Taylor, 1988; Van den Bulck, 2003). TV에서 방송되는 광범위한 콘텐츠가 반드시 하나의 특정한 이미지와 상을 구축한다고 볼 수 없으며, 배양이론의 초기 연구들이 TV 시청량만을 주요한 변인으로 보고 시청자의 인구사회학적 특성과 개인적 경험, TV 프로그램에 대한 인지된 현실감(perceived realism) 등 많은 변인들을 배제해 왔기 때문에 그 효과가 과장되고 명확한 인과성을 밝혀낼 수 없었다는 것이다. 또한, 설문조사에 참여하는 응답자들이 실제보다 어떠한 상을 과대평가하는 응답 바이어스(response bias)가 발행할 수 있다는 점도 지적되었다. 그럼에도 불구하고 배양이론은 최근 콘텐츠나 장르가 관련 태도나 인식에 미치는 영향 연구로 범위를 특정화이다. (Brown & Newcomer, 1991; Buerkel-Rothfuss & Strouse, 2003; Walsh-Childers & Brown,

1993; Ward & Rivadeneyra, 1999). 거브너에 의해 만들어진 배양이론효과(cultivationtheory)는 TV의 효과를 중심으로 연구가 진행됐다. 연구자는 TV에서 전달하는 메시지가 확실적이며 의례화된 시청 또는 습관적인 시청으로 이루어진다는 점을 가정했기 때문이다. 다시 말해, 연구자들은 TV메시지가 프로그램 장르의 차이에 따라 차이를 보일 수는 있겠지만 각 프로그램의 내면을 들여다보면 그 시대의 이데올로기를 확실적으로 전달하고 있다는 것을 알 수 있다(Bryant& Oliver,2009).

그리고 거브너 등은 설문조사에 대한 응답을 분석한 끝에, 중시청자와 경시청자가 서로 다른 전현적인 대답을 하는 경향이 있음을 발견했다. 즉 중시청자는 종종 TV에서 묘사되는 세계에 근접한 대답을 하였다. 예를 들면 세계인구의 몇 퍼센트가 미국에 살고 있는지 질문했다(Gerbner & Gross, 1976b), 정확한 답은 6%이다. 그러나 중시청자들은 경시청자들보다 이 수치를 훨씬 높게 측정하는 경향이 있었다. TV 오락 프로그램의 주요 인물이 거의 항상 미국인들이었기 때문인 것으로 보인다(박천일, 강형철, 안민호, 2004). 배양이론은 모든 대중매체를 통하여 전달되는 상징체계가 인간의 인식에 미치는 영향을 이론적으로 설명하고 있으나 배양이론의 경험적 검증은 TV라는 매체로 이루어져왔다.

또한 허쉬(Hirsch, 1980)와 많은 학자들은 문화계발이론의 단순성과 측정 방법을 비판 내용의 핵심으로 보았다. 우선 TV 시청량의 측정 방법과 중시청자 경시청자 구분하였다. 기존 연구를 살펴보면 TV 시청량을 하루 또는 일주일 단위로 계산하고 중시청자와 경시청자는 전체 시간의 평균값을 구해 구분하였다. 그렇기 때문에 TV 시청을 통한 현실세계의 인식에 대한 분석을 제한시킬 수 있다는 비판을 받았다 (오미영 & 정인숙, 2005; 이제아,2013). 두 번째로는 TV 시청량과 특정 TV 프로그램 주목도 중 어떤 것에 초점을 맞춰야 하는지에 대한 논란이 계속되

어 왔다(이준웅 & 장현미,2007). 이에 대해 호킨스와 핀그리(Hawkins& Pingree,1981)는 배양이론효과는 특정 장르의 선택적 시청에 의해서 일어날 것이라고 주장하였다. 예를 들어, 범죄에 대한 위험인식을 배양이론효과로 설명하기 위해서는 전체 TV 시청량이 아닌 얼마나 범죄 장면을 많이 보았는가에 대한 특정 프로그램 시청량을 가지고 측정해야 한다는 의미다 (Romer, Jamieson & Aday,2003). 이에 많은 학자들은 프로그램 장르에 따른 문화계발효과를 검증하였다(Rubin, Perse & Taylor,1998; Woo & Dominick, 2003; Cohen & Weimann, 2000; 이준웅 & 장현미,2007).

그 결과 여러 학자들은 TV 전체 시청량이 아닌 특정 프로그램 시청량에 따른 배양이론효과가 더 크게 일어나는 것을 밝혔다(Hawkins & Pingree,1981; Lee & Niederdeppe, 2011; 양혜승, 2010). 다양한 장르 중 드라마가 가장 많이 연구된 장르였으며 그 다음은 뉴스였다(Grabe& Drew,2007; Lee& Neiderdeppe, 2010). 또한 각 장르별 배양이론효과에 대해 비교한 연구도 있었으며, 그 결과 전체 TV 시청량보다는 특정 장르 시청량을 가지고 연구를 진행했을 때 배양이론효과가 더 유의미하게 나타났다. 세그린과 나비(Segrin& Nabi,2002)의 연구에 의하면, TV 전체 시청량보다 드라마 시청량이 많을수록 결혼에 대한 환상을 갖게 되는 경향이 큰 것으로 나타났다. 여러 학자들은 인구학적 변인을 통제해 배양이론효과를 검증하는 실증적 연구를 시도하였다. 둡과 맥도널드 (Doob& MacDonald)는 범죄 위험인식은 TV 시청량 때문이 아니라 시청자가 범죄율이 높은 지역에 거주하는지에 대한 여부 때문이라고 주장 하였다. 배양이론을 지지하는 초기 연구는 TV 중시청자와 경시청자의 비교에 기반한다.

따라서 이러한 배양 연구의 가장들은 TV 리얼리티 데이트 프로그램

에서 두드러지게 묘사되는 변인들이 경시청자와 중시청자의 실제 태도와 기준에 미치는 영향을 검증하는 본 연구에 이론적 틀을 제공한다고 할 수 있다. 본 연구에서, <비성물요>의 시청 정도에 따라, 경시청자와 중시청자 사이에, 개인 가치관과 결혼관에 차이가 없는지를 연구하고자 한다.

2. 시청 만족도

만족(satisfaction)이란 한 사람이 욕구에 대한 만족감이나 기대를 달성하는 정도를 설명하는 심리적 개념으로 정의되었다(박창목, 2015). 시청 만족도에 대한 여러 가지의 정의가 있다. 결혼관의 정의에 대한 선행연구들은 <표 1>과 같다.

<표 1> 시청 만족도

연구자	정의
김정기(1996)	시청 만족도(watching satisfaction)란 미디어 내용과 수용자의 인지적, 감정적 차원의 상호작용의 결과인 동시에 다른 미디어 이용 행위에 미치는 중요한 요인이라고 할 수 있다.
박종렬(2014)	시청자들이 프로그램 시청 전에 지녔던 최초의 기대감과 시청 후 얻게 되는 느낌에 대한 평가라고 정의하였다.
심미선, (2000)	한국의 연구를 살펴보면 시청 만족도는 텔레비전을 시청할 때 가지고 있는 기대가 시청을 통하여 만족하는 정도에 따라 나타나는 감성 상태라고 정의하기도 한다.
이문영(2015)	내용 만족은 프로그램의 내용으로서 정보를 얻거나 즐거움을 얻기 위한 동기, 즉 정보습득, 호기심 등에 대한 만족이며 과정 만족은 미디어 소비 활동을 통한 회피, 즐거움에 의한 참여들에 대한 만족이다.
이선주(1997)	일반적으로 만족도는 개인이 만족스러운 정도를 말하는 것이고 심리학적으로 만족도는 개인의 목표를 달성하거나 욕구가 충족되었을 때 느끼는 심리적 상태를 가리킨다.
조은영(2016)	시청경험을 통해 충족된 전반적인 감정 상태를 시청만족도라고 하였다.

출처: 이사(2015), "중국인의 한국드라마 시청동기와 시청만족도가 한국 호감도 및 화장품 구매의도에 미치는 양형" 석사학위논문 p.14

그리고 시청자들의 만족과 불만족은 시청자들이 프로그램을 시청하여 느끼는 개인적인 심리 상태라고 할 수 있으므로 시청자의 마음속에 존재하는 어떤 기준에 의하여 결정된다(곽상중, 2002). 즉 시청자들이 프로그램을 시청 후에 그 프로그램에 대해 자신이 설정한 어떠한 기준을 따

라 높다 싶으면 만족, 낮다 싶으면 불만족이라고 뜻한다(우용, 2018).

텔레비전 시청의 만족을 과정 만족 (process gratification)과 내용 만족(content gratification)으로 구분하였는데, 과정만족은 특정 유형의 프로그램 메시지에 직접 연결된 것이 아닌 외재적 가치로서 텔레비전 이용을 통해 얻는 만족을 지칭한다(Culter & Danowski, 1980; 이사 2015 재인용). 시청 만족은 개개인의 텔레비전 이용 행위에 따른 시청경험의 결과로서 다차원적 개념으로 접근했을 때 개념보다 정확하게 논의할 수 있다(이사, 2015).

만족도에 관한 연구는 마케팅 분야에서 활발하게 전개되어 왔으며 이는 인지적, 감정적 차원에서 상품에 가졌던 기대가 충족되는가에 대한 평가에 따라서 형성된다. TV의 경우 시청자의 만족은 자신이 개대하는 것이 내용에 포함되고 있을 것이라는 믿음, TV 프로그램 내용이 실제로 시청자들의 기대감을 충족시키는 정도, 기대충족에 대한 시청자의 평가에 의해 형성되는 것으로 설명된다(Palmgreen & Rayburn, 1985; 김정기, 1995). 즉, '프로그램 내용에 대한 시청자의 인지적 차원의 평가에 근거한 감정적인 효과'로 정의(김정기, 1995) 할 수 있고 시청자들의 TV 프로그램에 대한 동기나 기대가 충족되거나 시청 중에 느낄 수 있는 시청 행위와 시청 프로그램이 복합적으로 상호 관련 되어 TV 시청 만족도가 형성된다고 이해된다(박광순, 2004). 따라서 시청 만족도 형성 과정을 설명하는 연구들은 수용자의 시청 만족도가 이용과 충족 연구 이론에서 분석될 수 있음을 뒷받침한다(김정기, 1996). 즉, 물질적이든 정신적이든 간에 인생 목표나 욕구의 달성에 대한 개인의 주관적 평가를 말한다(이정아, 2005).

텔레비전 시청자의 만족은 이용과 충족이론 UGT (Uses and Gratification Theory)을 통해 논의되어 왔는데, 이 이론은 수용자가 미디어 이용을 통해 다양한 욕구의 해소를 느끼면서 만족감을 형성하는

것이라고 설명한다(우형진,2007).선행연구들은 주로 이용과 충족이론의 관점에서 텔레비전 시청을 연구하였으며 이는 시청동기의 구조를 밝히는 것부터 시청 태도, 시청 행위 그리고 텔레비전 시청과 관련된 다양한 사회, 심리적 요인과의 관계성을 탐구하였다(심미선, 2000).

하지만 시청 만족도가 독립변인으로 선행연구가 많지 않기 때문에 본 연구에서 중국 대학생들이 <비성물요> 리얼리티 데이트 프로그램에 대한 경시청자와 중시청자 사이에 물질주의 가치관과 결혼관에 영향을 미치는지를 확인하고자 하였다.

3. 물질주의

물질주의(Materialism)란, 물질적 만족을 최고 가치로 두는 경향성으로 정의된다. 물질주의에 관해서는 많은 연구가 주목되고 있고 연구 분야와 연구자에 따라 다양하게 정의되어 왔으나, 아직까지 이론가들은 물질주의에 대한 유일한 정의가 있다는 것에는 동의하지 않는다(Richins & Dawson, 1992).

텔레비전의 이미지 세계가 현실 세계를 있는 그대로 재현하지는 않는다는 점에 주목하면서, 텔레비전 중시청자의 경우 일상세계보다는 텔레비전 세계와 일치하는 믿음, 태도, 가치들을 가지게 된다고 주장하였다(Genber, Gross, Morgan, Signorielli & Shanahan, 2002). 미국 시청자표본에 대한 설문조사 결과, 텔레비전 중시청자들은 그들의 삶이 더 외롭고 따분하고 침울하고 불행하며 불만족스럽다고 인식하는 것으로 나타났다. 텔레비전 중시청자가 삶에 대한 부정적인 인식을 배양할 수 있음을 보여준 것이다. 특히, 성별, 인종, 연령, 취업 여부, 교육수준, 소득

수준, 혼인 여부 등 여러 가지 변인들을 통제한 상황에서조차 텔레비전 시청과 삶에 대한 부정적인 인식 사이의 연관성은 유의미하였다(양혜승, 송인덕, 2008).

대부분의 선행 연구들이 단순히 물질주의 성향과 삶에 대한 만족도라는 두 변인 사이의 관계를 고찰하는 데 그쳤지만(Burroughs & Rindfleisch, 2002; Fournier & Richins, 1991; Kasser & Ahuvia, 2002; Kim, Kasser, & Lee, 2003; Richins & Dawson, 1992; Ryan & Dziurawiec, 2001), 몇몇 연구들은 텔레비전 시청, 물질주의 성향, 그리고 삶의 만족이라는 세 가지 변인 간의 관계를 종합적으로 고찰하기도 했다.

물질주의 가치관이 삶의 만족도 및 행복에 끼치는 영향에 관한 연구는 1980년대부터 활발히 이루어져왔다. 이에 따르면 물질주의 가치관은 삶의 만족도 수준(Diener & Oishi, 2000), 심리적 안정감(Karabati & Cemalcilar, 2010), 가족 생활(Ryan & Dziurawiec, 2001)과 일(Decktopetal, 2010)에 대한 만족도 저하와 관련되어 있다. Dittmar와 동료들(2014)은 메타 연구를 통해서도 물질주의와 행복이 문화 및 개인 차 속에서도 부적인 상관관계를 있음을 보여주었다.

텔레비전 시청량이 물질주의 성향과 긍정적인 관계에 있다는 것을 밝혀내었다(Allen, 1992; Burroughs, Rindfleisch & Shrum, 2002; Cheung & Chan, 1996; Zhang & Harwood, 2005; Shrum, Burroughs & Rindfleisch, 2005). 처칠과 모스치스(Churchill & Moschis, 1979)의 미국 청소년들에 관한 연구에 따르면, 텔레비전 시청량은 친구들과의 커뮤니케이션, 성별 등의 변인과 더불어 물질주의 성향과 긍정적인 상관관계에 있음을 보여주었다고 지적하였다. Cheung & Chan(1996)의 홍콩 청소년들에 관한 연구도 비슷한 결과를 보였는데, 주간 텔레비전 시

청량은 텔레비전 내용에 대한 실재감 인식, 그리고 반복적 시청과 같은 변인들과 더불어 물질주의 성향에 정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 실제로 물질주의와 텔레비전 시청의 관계를 탐구한 논문들은 국가, 문화 등 그 연구가 실행된 환경적 맥락에 따라 혹은 개념적 정의에 따라 그 관련성에 있어 아직 상이한 결과를 존재하고 있다(Shrum, Burrough & Rindflrisch, 2004).

이후의 연구들은 텔레비전 시청과 삶에 대한 부정적인 인식의 관계보다 정밀하게 설명하기 위해 물질주의적 성향이라는 변인을 도입하게 된다(금희조, 2006; 양혜승, 2006; Richins, 1987; Shrum, Burroughs & Rindfleisch, 2005; Sirgy, etal. 1998; Yang, Ramasubramanian & Oliver, 2008). 물질주의 성향이 높다는 의미는 주어진 물질적 여건들에 대한 높은 욕구를 가진다는 의미로 해석할 수 있다. 많은 개인들에게 있어서 높아진 물질적 욕구는 결국 자신의 처지에 대한 불만족으로 귀결될 가능성이 높다. 미국에서 실시된 리친스와 도슨(Richins & Dawson, 1992)의 연구는 물질주의 성향이 높은 사람일수록 자신들의 삶에 대한 만족도가 낮다는 것을 보여주었다. 오스트레일리아에서 실시된 Ryan과 Dziurawiec(2001)의 연구는 물질주의 성향이 높은 사람일수록 자신들의 삶 전반에 대한 만족도가 낮고 좀 더 구체적으로는 가족생활, 생활수준, 거주지, 성취감, 건강상태 등에 대한 만족도가 낮다는 것을 보여주었다.

선행 연구를 보면 물질주의가 삶의 만족도에 부정적인 영향을 미친다는 결과가 지배적이었다(Belk, 1984; Richins & Dawson, 1992). 즉, 물질주의 성향이 높은 사람일수록 자신의 삶의 만족도가 낮다는 것이다. 오스트레일리아에서 실시된 라이언과 동료(Ryan & Dziurawiec, 2001)의 연구도 물질주의 성향이 높은 사람일수록 자신들의 삶 전반에 대한 만족도가 낮고 좀 더 구체적으로는 가족생활, 생활수준, 거주지, 성취감,

건강상태 등에 대한 만족도가 낮다는 것을 보여주었다. 이로써 물질주의자들은 물질의 획득을 생활의 중심으로 받아들이지만, 정작 자신의 생활에 대해 불만족하고 있음을 알 수 있다(박배진, 2007).

그런데 영향은 무엇보다 물질주의적 이슈와 관련된 리얼리티 데이트 프로그램의 시청과 관련이 있는 것으로 밝혀지고 있다. 고환, 선명의 <TV 소개팅 프로그램은 청소년의 인생 가치관에 미치는 영향에 대하여 토론>이라는 글에서는 TV 리얼리티 데이트 프로그램이 청소년의 인생 가치관에 부정적인 영향을 끼치는 요인으로 배금주의와 향락주의를 꼽았다. 홍정의 <TV 소개팅 프로그램 투시-비성물요>는 '비성물요'에서 양성문화의 구조와 구조를 재구성하고, 아울러 양성문화에 대한 가치 분석을 통해 방송 리얼리티 데이트 프로그램은 오락의 성격이 강하고 매체의 영향을 받아 갈수록 물질을 숭상한다고 생각하는데, 방송에서는 페미니즘을 드러내는 것 같은데, 실제로 남성들에게 확실히 통제되고 있는 것으로 보인다.

또한 Wang Mengfei와 Tang Fen은 <소개팅 프로그램의 윤리학 분석>에서 '경제사회의 전환기 중 물질 숭배', '사회경쟁력 심화에 따른 대중적 수요의 오락화', '미디어 경제 일체화 시대의 시장 경쟁에 대응한 미디어의 현실적 취향', '서양 미디어 오락화 시도 성공의 모범적 역할' 네 가지 방면에서 프로그램의 저속화된 사회기반을 분석하였다.

저우이화(2015)의 TV 리얼리티 데이트 프로그램이 대학생의 결혼관에 미친 영향, "BMW에 앉아서 울고 있어도 자전거에 앉아 웃고 싶지 않다"는 말은 개별적 현상이지만 TV라는 특별한 매체를 통해 전파되는데, 지극히 나쁜 영향을 미치고, 강렬한 배금주의가 주류 가치관과 괴리되어 사회에 나쁜 영향을 미치게 된다고 밝혀지고 있다. 미국의 학자 Trella Deanna는 Tating Programs: Love and Marriage in a Consumer

Society It' s about rating your love and loving your ratings 에서 중국의 현시대 방송의 TV 리얼리티 데이트 프로그램에 주목한 그는 소비사회의 결혼관을 설명하면서 결혼에서의 사랑이 예전만 못한 것이 아니라 돈과 물질을 대신한다고 말했다고 검증하였다.

이러한 연구들의 주된 논리는 텔레비전 시청이 개인의 물질주의적 가치를 배양하는데, 물질주의적 가치를 배양한다는 것은 물질적 욕구를 증가시키는 것에 다름 아니기에 배양된 물질적 욕구가 삶에 대한 만족도를 떨어뜨린다는 것이다. 따라서 이런 연구의 가장들은 리얼리티 데이트 프로그램에서 두드러지게 묘사되는 물질주의 가치관에 미치는 영향을 검증하는 본 연구에 이론적 틀을 제공한다고 할 수 있다.

4. 결혼관

결혼관이란 결혼 및 배우자 선택과 관련된 규범 및 가치관으로써 시대적으로 나사회적으로 신분 및 계급적 관계를 반영하며 실제 행동과 반드시 일치하지 않더라도 그러한 행동을 유발시키는 역할을 하는 것으로 정의할 수 있다(이지원, 2006). 결혼에 대한 여러 가지의 정의가 있다. 결혼관의 정의에 대한 선행연구들은 <표 2>과 같다.

<표 2>결혼관의 정의

연구자	결혼관의 정의
강 은 숙 (1981)	결혼 및 배우자 선택에 대해 개인이 지향하는 규범 및 가치관이라고 정의하였다.
권인숙(2003)	결혼관을 가족 가치관의 일부로 여기면서 결혼 및 배우자 선택과 관련하여 행동유형을 결정하는 지침과 근거라고 정의하였다.
김경신·이선미 (1998)	결혼관을 결혼과 배우자 선택에 대한 태도 및 가치관이라고 하였다.
김두현(1980)	결혼은 외부적 규제를 통하여 생활 안정과 정당한 결혼관계를 인정받는 법률제도이고, 신성한 어떤 종교적 양식에 의해 성립되는 종교제도이다.
이선교(2014)	가족가치관의 일부로 동일 세대의 사람들이 공통적으로 가지는 결혼 및 배우자를 어떻게 선택하는지 개인의 태도와 신념이라고 정의하였다.
홍승직(1990)	결혼관을 개인에게 배우자 선택과정 및 결혼 후의 생활 설계에 관련된 행동 유형을 결정하는 지침과 근거라고 정의 내렸다.

출처: 이지원(2006). “가족기능이 대학생의 결혼관 및 자녀관이 미치는 영향”, 석사학위논문. p.30

미디어의 사회현실구성을 이론화한 Gerber& Gross(1976)의 문화계발이론에 기반한 내용분석 연구들을 살펴보면, 텔레비전은 평범한 시청자들이 성취하기 어려운 과장된 물질적 풍요를 묘사한다. 또한 아직도 많은 드라마가 낭만적 결혼과 연애를 중심으로 스토리라인을 구성한다. 미디어에 나타나는 결혼과 연애를 현실적인 생활의 일부로서보다는 '로맨틱한 데이트', '육체적인 친밀함', '열정적 사랑', '기념일 이벤트', '첫눈에 반한 사랑', '감성의 교류' 등으로 표현되는 경우가 많다(Segrin & Nabi, 2002; 우형진, 김성벽, 2006, 재인용). 결혼이라는 제도의사회적,

경제적 중요성에도 불구하고 결혼의례가 사회적인 학문의 연구 대상이 된 일은 드물다. 또한 결혼이 '현실'이라고 말해지는 이유는 결혼으로 시작되는 가정생활의 현실성에 있다(장팔화, 1991). 조혜정(1991)은 결혼을 중심으로 한 연구 중 결혼/성/사랑의 삼각관계에 대한 역사적인 고찰을 행하기도 했다.

윤혜성(2007)은 2006년 한양여대 미혼 여대생에 대한 설문조사를 통해서 신데렐라 드라마가 미혼여성들의 낭만적 결혼관에 어떤 영향을 있는지 연구했다. 결과를 종합해 보면, 신데렐라 드라마 시청을 많이 할수록 낭만적인 결혼관이 계발되는데 심리적 시청유형이나 시청동기에 따라서 낭만적 결혼관 계발효과에 차이가 나타났다. 또한 하보란(2012)은 '미혼여성의 결혼에 대한 태도 변화 분석'에서 미혼여성의 결혼가치관과 변화가 혼인을 저하와 만혼화 현상의 원인으로 보고 미혼 여성의 결혼가치관이 변화 및 변화에 영향을 미치는 요인을 분석하였다.

결혼관은 시대나 문화적 배경에 따라 달라지며 그 내용도 일정하지 않고 다양하다. 또한 어느 개인이 결혼과 관련된 규범 및 가치관을 인지하고 있다고 하더라도 그 개인이 반드시 그와 일치하는 행동을 하게 된다는 것은 아니다. 그러나 결혼관은 그 속에 내포된 규범 및 가치관에 상응하는 행동을 유발시키는 중요한 기능과 역할을 가지고 있다고 볼 수 있다(박지교, 2018).

미국의 Oppenheimer(1988)은 성규범의 약화로 인해 결혼이 주는 큰 보상이 줄어들게 되고 이것이 남녀 모두에게 있어 결혼 시기를 늦추는 효과를 가지고 왔다고 한다(이세영, 2014). 즉, 성관계에 대한 인식이 낮아짐에 따라 결혼을 늦게 하거나, 아예 결혼을 하지 않는 독신이 늘어났는데, 독신에 대한 사회적 제재가 약화되어 결혼이 더 이상 사회의 규범이 아닌 개인의 선택이 된 것이다(박지교).

또한 청년기는 이성교제 등을 통해 배우자를 선택하고, 가족 및 결혼

에 대하여 주관적인 가치관을 형성하는 시기이다. 인간은 누구나 출생과 동시에 가족에 소속되고, 개인에게 있어 가족은 정서적, 신체적, 지적 발달에 영향을 미치는 하나의 정서적 체계를 공유하는 중요한 환경이다(이지원, 2006). 또한 그 가족을 구성하게 하는 결혼의 사회적 역할과 의미는 다양하다. 결혼은 법적으로 사회적인 인정과 함께 남녀의 성적 안정성, 경제적 삶, 소공동체로서의 사회적 심리적지지 및 자녀 출산의 기능을 담당하여, 결혼관은 결혼 여부, 결혼 과정에서 배우자 선택, 결혼 후의 가장 설계 등과 관련된 가족 가치관의 중요한 한 부분을 차지한다(박재순, 염순교, 2015). 결혼은 애정과 사회문화 및 경제적 특성 등의 복합된 가치들이 내재된 가치관으로 결혼 전의 대학생들에게는 많은 영향과 변화를 초래할 수 있다(박선향, 2016).

결혼관에 관한 선행연구들을 보면, 사회의 변화와 더불어 결혼에 대한 가치관도 점차 변하고 있으나, 부분적으로는 남녀 차별과 남녀 역할분담에 대한 가부장적 고정관념이 남아 있어 전통성과 현대성의 양립으로 인한 가치관의 혼재가 나타나고 있다(양명숙, 1996). 이것은 사회의 변화와 교육수준의 향상으로 인해 남녀 평등사상은 고조되고 있으나 인간이 내면화하고 있는 가치규범은 사회변화를 뒤따르지 못하고 있는 현실을 반영하고 있다. 결혼관 연구에서 주로 다루어진 사안으로는 결혼의 필요성, 배우자 선택, 혼전 순결, 동거, 이혼, 여성취업과 가사노동 등을 들 수 있다(양명숙, 이선희, 2012).

이상의 여러 결혼관에 대한 개념 및 선행연구를 토대로 개념을 정리하면 다음과 같다. 결혼관은 개인의 성장과정에서의 경험과 시대적 배경 그리고 사회·문화적 가치관에 따른 결혼과 배우자 선택 과정 및 결혼 후의 생활설계와 관련된 행동유형을 결정하는 지침과 근거라고 정의할 수 있다. 결혼관의 내용을 구체적으로 살펴보면 결혼에 대한 목적과 동기, 배우자를 선택하는 과정과 결혼 후의 생활설계에 대한 태도 등이 포함되

고 있다(김건영,2009). 결혼의 의의 <표 3>와 같다.

<표 3> 결혼의 의의

번호	의의
1	결혼은 사회적으로 공인된 성적 관계이다
2	결혼은 남녀 상호간의 애정과 신뢰를 바탕으로 영속적인 통합을 이루려는 내적인 관계이다. 결혼은 이러한 목적을 이루기 위해 심리적 융화와 생활의 안정성을 부여하는 사회적 관계로 이해할 수 있다
3	결혼생활의 안정을 위해 재산의 소유 및 보호 등의 활동을 필요로 한다는 점에서 결혼은 경제제도의 하나이다.
4	결혼은 외부적인 법적 규제를 통하여 생활안정과 정당한 결혼관계를 인정받는 법률제도이다
5	결혼은 신성한 종교적 양식에 의해 성립되는 종교제도이다.

출처: 김건영(2009). “대학생의 결혼관에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 석사학위논문, pp6

대학생의 결혼관에 영향을 주는 요소가 다양하다. TV 리얼리티 데이트 프로그램이 결혼관의 화제를 중심으로 하여 대학생들이 TV 리얼리티 데이트 프로그램의 중요한 시청층 중 하나가 되었다. TV 리얼리티 데이트 프로그램은 대학생의 관심을 끌뿐만 아니라, 대학생의 결혼관에도 영향을 미친다.

따라서 <비성물요>가 대표적인 TV 리얼리티 데이트 프로그램 중 하나다. 이전 선행연구는 사회, 문화, 가정, 교육 정도, 환경 등의 요소가 결혼관에 미치는 영향을 연구해 왔는데, 이제까지 TV 리얼리티 데이트 프로그램은 대학생의 결혼관에 미치는 영향에 대한 연구가 많지 않았던 본 연구는 리얼리티 데이트 프로그램 시청형태 차이가 대학생의 결혼관에 미치는 효과연구를 하고자 하였다.

5. 리얼리티 데이트 프로그램에 관한 선행연구 검토

리얼리티 프로그램이란 '개인이나 일상생활에서 겪은 실제 사건을 극화하여 재구성하되 리얼리티 효과나 오락적 가치를 가미한 것'으로 정의된다(Kilbom, 1994; 김예란, 박주연, 2006, 양애림, 2013 재인용). 리얼리티 프로그램은 경제적 효율성, 성공적인 프로그램 포맷에 대한 모방 풍조, 시청자들이 참여 가능성 등으로 인해 확산되어 국내외적으로 큰 인기를 끌었다. 리얼리티 프로그램이 인기 있는 이유로는 첫째, 허구가 아닌 실제사건을 보여줌으로써 현실감을 더 해주고 둘째, 실제 관계자와 얼굴이 알려지지 않은 무명 출연자의 어색함이 오히려 신선함과 친숙함을 준다는 점을 들 수 있다(이우승, 1998; 박현유, 2009, 양애림 2013 재인용).

또한 리얼리티 프로그램이라는 장르가 다른 TV 프로그램 장르에 비해 비교적 역사가 길지 않으며, 다양한 프로그램 장르를 섞어 구성되기 때문에 어떤 한 가지 정의로 개념을 내리기 어렵다. 텔레비전 장르는 비슷한 것이 반복적으로 구성되면 고정되어있는 것이 아니라 산업, 이용자들의 요구, 내부적 발전, 시기적 역할에 의해 끊임없이 변화하는 역사적 속성을 가지고 있다(주창윤, 2004; 허요예, 2017).

리얼리티 데이트 프로그램은 리얼리티 프로그램의 하위 장르 중 하나이며, 사랑, 데이트, 결혼 등과 관련된 주제로 하여 리얼리티성과 오락을 결합하는 프로그램이다. 리얼리티 데이트 프로그램은 전 세계를 휩쓸고 있기 때문에 그에 대한 연구도 점점 많아지고 있다(양애림, 2013).

리얼리티 데이트 프로그램의 시청이 시청자들의 실제 데이트와 이성 관계에 대한 태도, 데이트 상대 선택기준에 영향을 미치는지를 위하여 529명의 대학생들을 생대로 서베이를 실시하였다. 결과는 리얼리티 데

이트 프로그램의 시청은 다른 변인들을 통제한 상태에서도 데이트와 이성 관계에 대한 태도, 데이트 상대 선택에 있어서의 신체적 기준의 적용에 있어 유의미한 영향을 미치는 변인으로 밝혀졌다. 이러한 연구결과는 리얼리티 데이트 프로그램의 잦은 시청이 젊은이들의 데이트와 이성 관계에 대한 가볍고 왜곡된 태도와 무책임한 성적 의사결정을 불러올 수도 있다는 것을 시사한다(김미라, 2008).

SBS의 <짝>프로그램을 연구대상으로 리얼리티 데이트 프로그램의 시청동기(현실회피, 간접경험, 즐거움, 사회적 상호작용, 시간보내기)를 확인하였고, 시청동기 및 시청효과에 관한 실증적인 연구결과는 시청경험과 인지된 현실감, 시청동기와 만족도간 정적관계가 확인되었으며, 시청효과에 영향을 주는 요인들을 확인하였다(반옥숙, 2012; 양애림, 2013 재인용).

MBC의 <우리결혼했어>, SBS의 <골드미스가 간다> 등 한국 열개 데이트 프로그램들을 대상으로 리얼리티 데이트 프로그램 시청이 청소년의 이성관계에 대한 태도에 미치는 영향을 조사하여 결과는 청소년은 리얼리티 데이트 프로그램에 노출수준과 인식된 현실성 수준에 따라 이성관계에 대한 태도에 상당부분 영향을 받고 있음이 확인되었다. 리얼리티 데이트 프로그램에 많이 노출된 청소년일수록 성에 대해 개방적인 태도를 보였으며, 이성교제를 하는 것에 대해 호의적인 것으로 밝혔다. 또한 리얼리티 데이트 프로그램에 대한 인식된 현실성이 높은 사람일수록 이성교제에 대해 호의적이었고, 이성교제를 선호하는 태도를 본 것으로 확인하였다(박현유, 2009).

6. 중국 리얼리티 데이트 프로그램의 발전

가. 중국 리얼리티 데이트 프로그램의 역사

시대의 발전에 따라 사람들은 혼인에 들어가고 가정을 이루는 방식도 바뀌었다. 중국에서 사람들이 혼인에 들어가고 가정을 이루는 방식은 3 단계를 거쳤다. 즉 '삼종사덕(三从四德)²⁾의 봉건사회(封建社会) 단, 신문화 운동부터 20세기 80년대까지의 소개팅 단계, 오늘의 자유연애와 소개팅이 같이 공존하는 단계이다.

'부모의 뜻을 따르고, 중매자를 통해야 한다(父母之命, 媒妁之言)³⁾'는 말이 <몽자>에서 나온 말이다. 이는 중국에서 수천 년 동안 사람들을 지속한 배우자를 선택하는 표준이다. 젊은 사람들은 자기가 원하는 대로 배우자를 선택할 수 없고 부모님의 뜻에 따라 중매인을 통해 배우자를 선택해야만 했다. 그때의 젊은 사람들 동방화촉⁴⁾(洞房花烛) 전에 배우자를 만난 적이 없었다. 이러한 봉건적인 예교식의 배우자를 선택하는 방식은 젊은이들이 사랑을 선택할 권리를 말살하여 많은 애정 비극을 초래하였다.

신문화 운동 이후 사람들의 사상은 점점 해방되었고, 자유연애(自由戀愛)가 지지를 받게 되었다. 그러나 사람들의 사상은 완전히 해방되지 않고 남성과 여성의 불평등한 관념은 여전히 사회적, 문화적 이유로 존재하기 때문에 자유연애(自由戀愛)는 당시의 주류가 아니었다. 젊은 남녀들은 일반적으로 중매인의 소개를 통해 배우자를 선택하였다. 이전의

2) "삼종사덕"(三从四德): 봉건 사회에서 여성들을 위하여 윤리적 행동의 규범과 규범을 제정했다.[<仪礼.丧服.子夏传>]

3) "父母之命, 媒妁之言"은 부모의 명령과 중매쟁이의 말을 는 것.

4) "동방화촉"(洞房花烛)은 옛날에 결혼했던 풍습으로, 지금은 신혼 때를 많이 가리킨다. 옛날에 사람들은 습관적으로 신랑과 신부의 신혼집을 '동방'이라고 불렀다.

'부모의 뜻을 따르고, 중매자를 통해야 한다'(父母之命, 媒妁之言)는 것과 달리 남녀가 결혼하기 전에 중매인을 통해 소개되었지만 의사소통을 할 수 있었다. 서로 마음에 든다고 하면 결혼을 언급하고 젊은 사람에 사랑의 자주권이 생겼다.

개혁개방⁵⁾(改革开放) 이후 많은 외국 영화와 TV 드라마를 유입함에 따라 사람의 사상(思想)이 해방하게 되고 이제야 자유연애는 진정한 주류가 되었다. 젊은 사람들은 자신의 선호에 따라 배우자를 선택할 수 있고 교제할 수 있다. 대부분 젊은 사람들은 자유연애의 방식으로 자기 인생의 배우자를 찾으며 새로운 생활을 시작하였다. 그러나 도시생활 리듬이 빨라지고 업무 스트레스 등으로 인해 젊은 사람들의 생활권이 작아지고, 결국에는 다시 소개팅으로 돌아와 배우자를 찾기 되었다.

따라서 매체의 끊임없는 발전과 창조(创新)에 따라 TV 데이트 프로그램과 소개팅 웹사이트(相亲网站)등은 새로운 데이트 도구로 등장하였다.

나. 중국 리얼리티 데이트 프로그램의 3단계

중국에서 리얼리티 데이트 프로그램은 사회 변혁시기에 생긴 새로운 텔레비전 프로그램 형식이다. 이 프로그램은 “속배(速配)”⁶⁾를 위주한 프로그램 형식이며, 처음부터 참신하고 자극한 화제에 의하여 시청자들의 눈길을 끌었다(양애림, 2013). 중국 리얼리티 데이트 프로그램은 3시기를 지나치었다. 다음과 같다.

5) "개혁개방"(改革开放): 1978년 12월 열린 중국 11계3중 대회에서 개혁개방의 방침을 제출된다. 주요내용은 경제적인 건설을 중심으로 4개의 기본 원칙과 개혁개방을 건지한다.

6) "속배"(速配): TV의 소개팅 프로그램을 통해 젊은이들이 속성으로 사랑에 빠지고 서로 맺어지는 것.

(1). <홍낭⁷⁾(红娘)> 시기

중국에서의 최초 리얼리티 데이트 프로그램은 20세기 80년대에 쑤시(山西) TV에서 방송된 <텔레비전 홍낭>이다. 이 프로그램의 내용은 소개팅과 배우자를 찾기의 주제를 중심으로 진행하였다. 따라서 <텔레비전 홍낭> 리얼리티 데이트 프로그램은 중국 TV 데이트 프로그램의 원조이라고 할 수 있다. <텔레비전 홍낭>을 비롯한 중국 리얼리티 데이트 프로그램은 가장 원시적이고 전통적인 TV 데이트 프로그램이다. 데이트 프로그램의 오락적 요소가 하나도 없고 완전히 데이트를 기반으로 하였다. 당시 사람들의 사상이 완전히 해방되지 않았기 때문에 먼저 결혼하고 다시 연애하는 것이 여전히 주류 사상이었고, 방송에 참여하는 것은 주로 결혼할 만한 상대를 찾는 것이었다.

그러나 그때 제한된 재력으로 인해 프로그램을 제작한 팀은 참여한 게스트의 진정한 신분을 확보할 수 없고 오락적 요소도 없으며 시청자들이 점점 프로그램에 대한 신선함을 잃기 되므로 중국의 첫 리얼리티 데이트 프로그램은 2-3년쯤 유지하다가 점점 중단하였다.

(2). <비상남녀(非常男女)> 시기

그 뒤에 1996년에 대만에서 <비상남녀>를 방송하였다. 그때 <비상남녀>를 시청하고 토론하는 것은 유행이었다. <비상남녀>부터 후남(湖南) TV의 <장미의 약속>, 상해동방(上海东方) TV의 <토요일에 약속하자> 등의 데이트 프로그램을 방송함으로써 젊은 사람들의 눈길을 끌었다. 이와 같은 리얼리티 데이트 프로그램은 대부분 20세기 90년대 후반

7) "홍낭"(红娘): [중국 고전 희곡 작품인 <西厢记>] 남녀 간의 사랑을 맺어 주는 여자. 중매쟁이

에 나타났는데 이 시기는 중국 사회의 대변혁 시기이었다. 사람들의 사상은 정부의 개혁개방 정책에 따라 날로 개방되었다. 개혁개방 이전의 젊은 사람들은 전통적 결혼관에 의해 자유로운 교제가 규제를 당하기 때문에, 개혁개방 시기에 들어서 그들에게는 개방적인 교제의 무대가 필요하였다. 감정적인 표현에 있어서 <텔레비전 홍낭>시기의 함축과 쑥스러움과 달랐다. 사람들은 TV 리얼리티 데이트 프로그램에 참여하는 목적은 혼인을 찾거나 가정을 이루는 것이 아니라 데이트 프로그램을 통하여 취미와 성적이 맞는 애인을 찾으려는 것이다. 남녀 게스트들은 프로그램을 통하여 애인이 되었고 일상생활에서 서로 알아보고 점차적으로 결혼으로 발전하기가 된다. 따라서 수천 년 동안을 걸쳐 형성된 전통적 교제방식이 조금씩 무너지기 시작하였다. 이러한 사회와 사람들 사상의 변화는 텔레비전 데이트 프로그램의 형식 변화의 계기가 되었으며 리얼리티 데이트 프로그램은 바로 이런 배경에서 탄생하였다.

(3). <비성물요(非诚勿扰)>⁸⁾ 시기

2010년에 리얼리티 데이트 프로그램은 한 동안 주춤하다 또 다시 뜨거워졌는데 그 이유는 다음과 같다. 21세기 초에 들어서서, 중국의 “바링허우(80后)”는 점점 결혼 적령기에 이르렀다. 개인 사정이나 사회 원인 때문에 이 세대의 사람들은 독립적인 성향이 뚜렷하였다. 조사에 의하면 베이징, 상하이, 광저우 등 큰 도시의 결혼 적령기에 이른 독신 청년이 이미 30%를 돌파하였다(代丽丽, 2010). 효율적으로 살기 위해 바쁘고 빠른 생활을 하고 있는 현대의 시청자들은 그들과 같이 사는 남들이 어떻게 사는지 알고 싶어 하였고 이런 프로그램의 시청을 통해 일

8) “비성물요”(非诚勿扰)라는 단어는 ‘진심이 아니면 귀찮게 하지마세요’ 또한 ‘장난 사절’ 이 된다.

상적인 경험뿐만 아니라 특별한 경험을 간접 경험을 배우고자 하였다. 데이트 프로그램의 출현은 원래의 폐쇄적인 연애·결혼관을 공개적이고 자유로운 분위기로 이끌었고, 동시에 안전하고 자유로운 이성교제 공간을 제공해 주었다. 또한 인간 사이의 개인 커뮤니케이션을 대중 커뮤니케이션을 전환시킴으로써 진실성을 추구하는 시청자의 문화소비심리를 만족시켰다. 지금 대량의 리얼리티 데이트 프로그램은 중국 텔레비전에서 뜨겁게 방송하고 있다.

중국의 <비성물요>를 대표로 한 새로운 형식의 리얼리티 데이트 프로그램은 방송되자마자 폭발적인 시청을 이끌어냈고, 텔레비전이나 신문, 인터넷 등 각종 미디어를 통해 전파되었다. 전파된 이런 프로그램들은 시청자의 일상생활과 결합되어 새로운 결혼관, 연애관, 가치관 등을 형성시켰기 때문에 사회적인 이슈가 되었다. 지난 2단계에 비해 남녀 게스트들은 단순히 방송 출연을 통해 결혼이나 연애 상대를 찾는 것이 아니라 방송 출연을 통해 자신의 품채(风采)와 개성을 드러내고자 하였다. TV 데이트 프로그램은 다양한 콘텐츠를 갖춘 'TV 리얼리티 데이트 쇼'가 되었다. TV 리얼리티 데이트 프로그램의 시청률이 높아지고 오락성이 강해짐에 따라 프로그램 참여로 연애나 결혼을 찾는 것이 아니라, 방송을 통해 자신을 드러내며 이름을 알리려고 한다. 왕일범(王一帆, 2015)은 TV 데이트 프로그램 <비성물요>를 분석한 결과, 재치 전시 코너에서 57%의 게스트가 자발적으로 재능을 보여 달라고 요청하는데 이는 소개팅 대상에 대한 관심이 있는 것이 아니라 단순히 자기를 드러내고자 하였다. 예컨대 국제 댄스를 전공한 <비성물요>의 여자 게스트인 이로(李璐)는 남성 게스트들을 여러 번 초청하여 국제 댄스를 추었다. 남성 게스트들은 춤을 출 수 있는지를 신경을 쓰지 않았다. 그러나 재치 전시는 남녀 게스트가 TV로 자기를 과시하는 유일한 수단이 아니라 100만 명이 넘는 시청자를 모은 데이트 프로그램을 통해 과분한 말로

시청자들의 눈길을 사로잡으며 뉴스의 초점이 되기도 한다. <비성물요>의 여성 게스트인 마나(马诺)는 "나는 BMW에서 울더라도 자전거 뒤에 앉아 웃고 싶지 않다"는 배금언론, 여론의 비난을 받았지만 모델 출신의 마나는 그 때문에 더 높은 인기를 얻었다.

따라서 현재의 데이트 프로그램은 단순히 프로그램에 참가하여 결혼이나 사랑의 대상을 찾는 무대가 아니라 TV 방송국이 더 높은 시청률과 광고 수익을 얻는 도구가 되고 남녀 게스트들이 자신을 드러내며 더 높은 노출 무대를 얻고 TV 데이트 프로그램은 대규모 리얼리티 쇼가 되었다. <비성물요> 프로그램은 인기가 있는 이유는 다음과 같다.

먼저 프로그램은 독특한 방향이 있다. 이러한 프로그램의 방침은 이전의 TV 데이트 프로그램과 매우 다르다. 예를 들어 <비성물요>는 '새로운 리얼리티 데이트 프로그램으로 정의되었는데 이러한 프로그램은 패션, 결혼 및 리얼리티 TV쇼가 포함한다. 참가자들은 20~30대 중심인데 이 젊은이들은 대담하고 서로 다른 성격을 가지고 자연스럽게 많은 사람의 눈을 끌고 있다. 특히 나이와 비슷한 젊은이들의 관심을 끌었다.

다음으로 <비성물요>는 현실성과 화제성이 있는 프로그램의 대표이며 시청자의 관심을 끌기 위하여 민감한 주제를 만든다. 즉, Money, house, car, 그리고 결혼 및 가족관계 등이 고민된 모든 현실을 게스트에 의해 공개 토론하였다. 현실을 드러내는 탁월한 능력은 또한 젊은이들을 끌어들이는 중요한 이유이기도 하였다(高欢.曹宣明,2011).

현재 TV 프로그램에 대한 연구는 이론적 연구가 늘 실천 탐구보다 뒤쳐진 문제가 존재한다. 중국의 리얼리티 데이트 프로그램은 지금까지 30년을 거쳤다. 리얼리티 데이트 프로그램에 대하여 업계에서 부분적으로 연구가 되어 있지만 많은 성과가 이루어지지 않고 있다.

III. <비성물요> 프로그램의 내용 및 특성

1. <비성물요> 프로그램의 내용

<비성물요>는 중국 강쑤성TV(江苏省TV) 2010년 1월 15일부터 방송된 데이트 리얼리티 프로그램이다. 또한 <비성물요>의 성공으로 <비성물요>는 중국 최초로 하버드 비즈니스스쿨에 편입된 예능 프로그램으로 거두었다. 이 프로그램은 호주의 <Take Out> 데이트 프로그램을 참고하여 현지화를 시킨 후에 데이트 소개팅, 결혼을 핵심으로 사회, 인문 문제를 이슈로 한 생활 서비스류 TV 프로그램이다. <비성물요>는 유명한 감독인 풍소강(冯小刚)의 영화<비성물요>와 똑같은 이름으로 명명되었다. 예전의 단조로운 데이트 프로그램의 형식과 달리 방송하자마자 인기를 끌었다. 또한 짧은 시간 동안 다른 각 지방의 TV도 이 프로그램을 모방하여 비슷한 데이트 프로그램을 출시하였다. 프로그램의 규칙이 명확하고 내용도 재미있다.



<그림 1> <비성물요> 프로그램의 브랜드

출처: <https://baike.baidu.com>. (2010)

<비성물요> 프로그램은 시작할 때 먼저 진행자 맹비(孟非)가 나오고 24명 여성 게스트가 등장하는 동시에 남자 게스트는 취향에 따라 PAD로 여성 게스트를 '관찰구'와 '심동구'(心动区)로 나눈다. '심동구'(心动区)의 여자들은 불을 끄고 켜는 것을 통해 남자 게스트에 대하여 관심이 있는지 없는지를 표시하고, '관찰구'의 여자들은 등불의 밝기를 조절하며 마음을 표시할 수 있다. 여자 게스트들은 VCR의 '기본자료'를 통해 남자 게스트에 대한 첫인상을 판단하며, 좋아하면 등불을 남고, 좋아하지 않으면 등불을 끈다. 이 기간에도 남녀 게스트들끼리 질문을 나눌 수 있다. 두 명 종선구(终选区)에 선택된 설레는 여자 게스트는 특권을 가지고 있으며 남자 게스트를 좋아하면 남자 게스트에게 고백할 수 있다. 이때 남자 게스트에게 선택을 바꾸는 기회가 있다. 마지막으로 종선구(终选区)에 있는 여자 중의 한 명이 남자 게스트를 선택한다면 손을 잡고 성공하는 것이고 만약 없다면, 남자 게스트가 혼자 떠나야 한다. 이런 VCR 자료와 현장 채팅을 통해 옆에 앉아 있는 심리 마이크로 분석가인 강진우(姜振宇)와 심리 박사인 황란(黄澜)도 남자 게스트를 더 깊게 알아볼 수 있도록 24명 여자 게스트들을 도와준다. 프로그램의 진행자가

역시 프로그램 성공의 중요한 포인트이다. 예전의 데이트 프로그램의 전통적인 남녀 진행자의 패턴을 깨고 맹비(孟非)인 “대머리 남자”가 등장한다. 그리고 옆에 앉아 있는 드라마 제작자 황란(黄澜)과 심리 마이크로 분석가 강진우(姜振宇)가 적절할 때 평가와 의견도 제시할 수 있다. 프로그램에서 맹비(孟非)가 학식이 깊고 넓으며, 직설적으로 발언하여, 유머러스하고 재능이 있는 말이 계속 이어진다. 또한 현장을 파악하는 카리스마가 있기 때문에 시청자들의 사랑을 받고 있다.

심리 마이크로 반응 분석가 강진우(姜振宇)는 프로그램에서 냉정하게 분석하여 게스트 간의 의사소통과 현장에서 표현에 따라 게스트들의 진실한 인생관, 결혼관, 도덕관, 그리고 게스트의 성격단점 중요한 문제를 분석한다. 강진우(姜振宇)는 중국의 정치정책대학교(University of Political Science and Law)의 마이크로 반응 분석 연구팀의 팀장이고 마이크로 반응이 신문 인터뷰에서의 정보 탐구" 프로젝트의 책임자이다. 중국심리 마이크로반응 시험 연구 1인자이고 국내 첫 응용심리 마이크로 반응을 통해 거짓말을 측정하는 연구팀을 이끌고 있다. 황란(黄澜) 선생님은 무대 옆에서 게스트를 평가하는 역할을 담당한다. 황란(黄澜) 선생님은 단정하고 온순하고 부드러운 여성스러운 모습을 가지며 중국 여성 드라마의 제작자이다. 2016년에 <비성물요>의 진정한 파트너(Partner)가 되었다.

맹비는 강진우와 같이 더 적극적이고 윤리적이며 인간적으로 게스트들을 인도하고 있다. 진행자가 사회에 맞는 도덕적인 프로그램으로 이끌어가고 있으므로 시청자의 인정과 사랑을 받고 있다. 첫 방송부터 지금까지 프로그램에 나오는 게스트의 성격, 직업, 교양, 기질, 취미 등을 다르게 선택하였다. 예를 들어, 중성적인 여자, 이혼한 여자, 여박사 등이 다양하게 있다. 또한 프로그램의 남자 게스트도 외형, 나이, 지역, 학력, 감정 경험, 직업, 표현능력 등에 따라 다르게 골랐다. 이 남녀 게스트들이

대부분은 잘생겼고 패션에 맞게 차려입고, 개방적이고, 유머감도 있다. 성격에 있어서 부드럽거나 소심하거나 짓궂거나 자신만만하거나 다양한 성격의 게스트를 선택하였다. 또 다른 가치관, 결혼관, 인생관을 가지고 있는 남녀 게스트가 만남을 표현함으로써 시청자의 관심을 끈다. 동시에 흥미를 유발하여 지루하지 않게 하는 작용도 한다.

2. <비성물요> 프로그램의 특성

가. 미혼 독신자

서비스는 TV 리얼리티 데이트 프로그램의 본질적 특징이다. 중국에서도 현재 소개팅 프로그램이 대형 생활 서비스 프로그램으로 자리를 잡고 있는 사례가 적지 않다. 그 이유는 TV 리얼리티 데이트 프로그램이 싱글 남녀가 만날 수 있고 서로 알아볼 수 있는 기회와 무대를 마련해줬기 때문이다. TV 리얼리티 데이트 프로그램의 서비스 기능은 주로 다음과 같은 두 가지 측면에서 나타냈다.

먼저 TV 리얼리티 데이트 프로그램은 TV이라는 대중 매체를 통해서 프로그램에 참여하는 게스트를 더 많은 사람들에게 알려준다. 대중매체의 하나로 TV가 수백만 또는 수억 명의 잠재 시청자를 확보하고 있으며, 즉 남녀 게스트가 TV 리얼리티 데이트 프로그램에 참여하는 것은 수백만 명의 시청자에게 그들의 성격 특징, 취미, 업무습관 등의 개인 정보를 알려준다는 것을 의미한다. <비성물요> 데이트 프로그램의 진행자가 숙련된 진행을 통해 게스트가 시청자에게 잘 보여줄 수 있도록 도와준다. <비성물요>는 전형적인 사례 중의 하나이다. 이 프로그램에서 진행자인 맹비(孟非)는 VCR가 방송되는 사이에 남자 게스트가 VCR에

서 보여주지 않는 자기 혹은 장점을 보여주도록 하며 여자 게스트이나 TV 시청자 앞에서 더 리얼하고 뛰어난 자기 모습을 보여주기를 인도하도록 한다. 남자 게스트가 무대 위의 여자 게스트들과 손을 잡지 못하면, <비성물요> 리얼리티 테이트 프로그램은 '사랑의 코너(Love Corner)'를 준비하며, 남자 게스트들에게 소중한 부활(复活)의 기회를 제공해 준다. 또한 방송이 끝날 때는 남자 게스트에게 호감을 갖고 있는 싱글녀는 누구나 연락할 수 있는 이메일도 공개한다. 다시 말하면 <비성물요>는 프로그램에 참여하는 게스트들을 위해 전방위(全方位) 홍낭 서비스를 강화하고 있다.

다음으로 TV 리얼리티 테이트 프로그램은 프로그램에 참여하는 게스트에 대한 전문적 리뷰와 상담을 제공해 준다. 현재의 TV 리얼리티 테이트 프로그램은 진행자 외에 심리학자, 애정 전문가 등의 전문직 종사자들을 참여시켜 남녀 게스트의 감정적인 고민을 해결하고 어떤 짝을 필요한지를 깨닫게 하도록 돕는다. 예를 들어 어느 편의 <비성물요>에서 한 시골 남자 교사 게스트가 여성 게스트 유오타(刘五朵)를 위해 왔지만 손을 잡지 못했다. 그런데 무대 아래에서 '사랑의 코너(Love Corner)'에 있는 여자가 용감하게 일어나 자신의 애모의 정을 표현했다. 결국 남자 게스트가 '사랑의 코너(Love Corner)'에서 그 여자와 손을 잡게 되었다. 또한 <비성물요>의 한 여성 게스트들이 끊임없이 자신보다 스무 살 어린 '엄친아(高富帅)'에게 관심을 보여주고 심지어 지속적으로 불을 끄지 않았다. 이는 수많은 여성 게스트들의 불만과 여론의 화제를 불러일으켰다. 무대 위의 전문가들은 그녀를 끊임없이 인도하여 자신의 나이, 성격, 업무 등을 진지하게 고려하여, 자신에게 적합한 배우자를 선택하고 설득했다.

나. 강한 오락성

오락성은 텔레비전 리얼리티 데이트 프로그램의 두드러진 특징 중의 하나이다. 기존 TV 리얼리티 데이트 프로그램과 달리 현재 방송되는 리얼리티 데이트 프로그램에서 게스트들의 재치 전시가 추가되었다. 이 같은 프로그램은 과거 방송된 리얼리티 데이트 프로그램의 일문일답(一问一答)과 교화식(教化式) 프로그램의 특징을 바꾸고 현장의 오락성을 높여 분위기를 띄웠다. 시청자들은 TV 리얼리티 데이트 프로그램을 보면서 게스트의 일상적인 대화 말투, 진행자의 유머의 말투를 통해 정신적 긴장을 풀어줬다.

현재의 TV 데이트 프로그램은 이전의 TV 데이트 프로그램과 완전히 달라졌다. 현재 TV 리얼리티 데이트 프로그램은 남성과 여성 게스트가 서로에게 소개할 수 있기와 일문일답(一问一答)의 이전 TV 리얼리티 데이트 프로그램의 방식을 폐기하였다. 더 재미있는 방식으로 쇼에 참가한 남성과 여성 게스트를 소개한다. <비성물요> 리얼리티 데이트 프로그램이 좋은 예이다. <비성물요> 리얼리티 데이트 프로그램의 '심동구(心动区)', '관찰구(观察区)', '사랑의 첫 체험', '사랑의 재 판단', '사랑의 최종 선택'과 '남성의 권리'의 6 부분으로 나누어 진행한다. 남성 게스트가 무대에서는 여성 게스트들과 시청자들에게 남성 자신을 알아볼 수 있도록 '사랑의 첫 체험'과 친구의 인상을 담은 짧은 VCR를 만든다. 이 여섯 환절들의 중간에 몇 가지 현장 토론이 있다. 3단 VCR은 여성 게스트의 호기심을 자극하여 시청자의 눈길을 끈다. 오락 요소를 추가하여 남녀 게스트 간의 소통을 향상시킨다. 동시에 남성과 여성 게스트의 재능공연, 자기소개 VCR, 현장 대화 등의 내용을 통하여 TV 시청자는 편안함과 즐거움을 느낄 수 있다.

TV 리얼리티 데이트 프로그램의 오락성은 그 자체로 잘못된 것이 아니다. 프로그램 중 오락적 요소가 추가되어 남성과 여성 게스트가 편안하게 만나고 더 좋은 모습을 보여줄 수 있다. 그러나 현재 TV 리얼리티 데이트 프로그램은 오락지상(娱乐至上)의 추세를 보이고 있다. 풍파(冯波)는 미디어 내용의 오락화에 대한 정의는 '미디어는 오락화를 삶의 방식과 미디어의 명확한 정의로 간주한다.'라고 말한다. <비성물요>의 내용 분석 결과 31%의 내용은 오락적인 내용이고 80%의 내용은 리얼리티 데이트와 아무 관련이 없다는 것을 밝혔다.

또한 TV 방송국은 더 큰 오락적인 효과와 높은 시청률을 얻기 위하여, 오락지상(娱乐至上)의 추세를 빠르게 추진했고 TV 리얼리티 데이트 프로그램 서비스의 기능에서 벗어나기 시작했다. 예를 들어 <비성물요> 프로그램은 게스트를 선택하는 기준은 '특별한 경험과 정서적 이야기를 가진 사람들에게 우선권을 부여하고 특별한 직업을 가진 사람들에게 우선권을 부여하며 특히 자신을 표현하고자 하는 특별한 성격이 있고, 표현력이 뛰어난 사람들에게 우선권을 부여한다.'라고 한다. 위의 기준으로 볼 때 <비성물요> 리얼리티 데이트 프로그램은 게스트를 선택하는 기준은 결혼 또는 사랑의 대상을 찾는 태도와 상관없이 더 많은 시청자를 끌어들이고 높은 시청률을 얻기 위해서이다. TV 리얼리티 데이트 프로그램에서 오락적인 요소가 들어갈 수 있지만, 오락하는 동시에 남성과 여성 게스트에게 서비스를 제공하는 플랫폼의 기능을 무시하면 안 된다.

다. 남성 중심주의

현재 대부분 TV 리얼리티 데이트 프로그램은 남녀 게스트가 서로 소통하거나 여성 게스트가 남성 게스트를 선택하고 평가하는 형식으로 진행되고 있다. 전체적으로 TV 리얼리티 데이트 프로그램에서 남녀 게스트들은 평등해 보였고, 심지어 일부 TV 리얼리티 데이트 프로그램에서 여성 게스트가 높은 자세로 신랄한 언어로 남자 게스트를 평가한 경우가 있다. 또한 남자 게스트가 어떤 여성 게스트를 위해 일부러 찾아오는 경우도 있는데 여성 게스트는 냉담해 하며 눈살을 찌푸리기만 한다. 예를 들어 <비성물요>에서 여성 게스트는 질문을 통해 남자 게스트와 소통할 수 있다. 남자 게스트들은 방송에서 주로 여자 게스트의 질문을 대답한다.

이렇게 보면 TV 리얼리티 데이트 프로그램에서 남녀평등, 심지어 여성이 이 TV 리얼리티 데이트 프로그램을 지배하는 느낌이다. 그러나 이런 현상들을 통해 본질을 파헤칠 때 여성에 대한 인식은 여전히 전통적인 단계라고 볼 수 있다. 전통적 관념에서 여성은 '현처양모'(賢妻良母)의 이미지이어야 하며, 가정 분업에서는 '남주외 여주내'(男主外女主內)⁹⁾를 해야 하며, 여성은 상부교자(相夫教子)의 역할을 맡아야 한다. 현대 관념에서 남녀평등, 여성은 반드시 가정주부로 활동하는 것이 아니라, 남성과 같이 자신의 사업 발전을 추구해야 한다고 여긴다. 그리고 가정면에서는 살림이든 자녀든 부부 쌍방이 같이 부담해야 한다.

그러나 TV 리얼리티 데이트 프로그램에서는 남성 게스트가 가장 먼저 이상적인 여성을 선택하는데 이때 남녀가 전혀 소통이 되지 않아 대부분의 남성 게스트가 여성 게스트의 외모에 맞춰 선택한다. 몇몇 여성

9) “남주외,여주내”(男主外女主內): 남자는 밖에서 일하고, 여자는 집안일을 한다.

게스트가 몇 번 연속으로 당선한다면 남자 게스트의 이상형 여자가 되는 것도 이해할 수 있다. 따라서 남성이 여성을 선택할 때 외모에 더 머물 것으로 보인다. 개인적인 자료 전시에서, 남성 게스트들은 흔히 직업, 취미, 성격 등을 전시하는데, 여성 게스트들은 이 외에도 생활 사진, 결혼 사진, 출산, 시부모와 동거를 하고 싶은가, 가정 배경 등을 보여준다. 이런 내용으로 볼 때, 남녀 게스트의 기대는 여전히 전통적인 의미 상의 여성이다.



IV. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

본 연구는 중국의 대표적인 리얼리티 데이트 프로그램으로써의 <비성물요>에 대하여 분석하고자 한다. 중국의 대학생 시청자를 연구대상으로 하였다. 대학생은 미혼인 상태이며 동시에 매스미디어와 같은 사회적 주위환경의 영향을 쉽게 받을 수 있는 시청자 집단이라는 점이 고려되었다. 본 연구는 중국의 대학생이 시청량에 따라 리얼리티 데이트 프로그램에 대한 물질주의 가치관의 차이 있는지와 결혼관의 차이 있는지를 확인하고 만족도에 따라 <비성물요>리얼리티 데이트 프로그램에 대한 물질주의 가치관의 차이 있는지와 결혼관의 차이 있는지를 알아볼 수 있다. 따라서 리얼리티 데이트 프로그램이 대학생의 결혼관에 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다.

연구문제1: <비성물요>에 대한 시청량에 따라 물질주의 가치관의 차이가 있는가?

가설1-1: <비성물요>에 대한 시청량에 따라 물질주의 가치관의 차이가 있을 것이다.

연구문제2: <비성물요>에 대한 시청량에 따라 결혼관의 차이가 있는가?

가설2-1: <비성물요>에 대한 시청량에 따라 결혼관의 차이가 있을 것이다.

연구문제3: <비성물요>에 대한 시청 만족도에 따라 물질주의 가치관의 차이가 있는가?

연구문제4: <비성물요>에 대한 시청 만족도에 따라 결혼관의 차이가 있는가?

2. 연구방법

가. 조사방법 및 조사내용

본 연구는 설문지 조사방법을 이용하였다. 2018년 10월1일부터 10월 20일까지 온라인으로 걸쳐 수집되었다. 설문지 조사방법은 거시적 각도에서 정량의 수단을 채택하여 객관적인 검증에 의해 사회 현상을 인지하고 설명한 조사연구방식이다.(C.A.Moser & G.Kalton, 1971). 본 연구에서는 리얼리티 데이트 프로그램 시청태도 차이가 대학생의 결혼관에 미치는 효과를 분석하기 위하여 주시청대상인 대학생들이 대상으로 설문지 조사방법을 이용하였다. 일반적으로 커뮤니케이션 연구에서 대학생 표본의 사용은 흔히 대표성이 없는 편의적 표집으로 인식돼 왔다(Papachayissi & Mendelson, 2007; 김미라,2008 재인용). 이 연구는 중국 대표적인 리얼리티 데이트 프로그램인 <비성물요>에 대하여 중국 대학생을 대상으로 325명을 조사하였다. 모두 325부의 설문지가 회수되었는데 <비성물요>를 '전혀 시청하지 않다'라고 응답한 47부를 제외한 287부의 유용한 자료로 사용되었다.

조사내용은 '성별', '교제 경험', '시청 빈도', '시청 만족도', '개인 물질주의 가치관', '결혼관'과 관련된 문제를 포함하여 그 중에 '시청 만족도'의 측정항목 4개, '개인 물질주의 가치관'의 측정 항목 14개, '결혼관'의 측정 항목 21개 총 39개 측정 항목이 있다. '성별', '교제 경험', '외동 아이', '전공', '고향', '연애 태도', '학년', '나이'와 관련된 문제를 제외한

다른 문제들은 7점 척도(매우 그렇다; 그렇다; 야간 그렇다; 보통이다; 야간 그렇지 않다; 그렇지 않다; 전혀 그렇지 않다)로 구성되었다.

3. 주요 변인의 측정

가. 시청빈도 측정

배양이론의 선행연구들에서 시청량은 가장 중요한 변인으로 많이 제기되어 왔다. 기존 연구들이 중시청자와 경시청자의 비교에 기반으로 하여 보통 하루에 텔레비전을 4시간 이상 시청하는 시청자를 중시청자로 간주하였다(세버린, 탠카드, 1980 공저; 박천일, 강형철, 안민호, 2004 공역, 양애림, 2013). 그러나 배양효과 연구가 특정 장르로 집약되면서 전체 시청량을 측정하는 것보다는 관련된 특정 프로그램의 시청정도를 측정하는 것이 타당하다는 증거들이 제시되고 있다(Segrin & Nabi, 2002; Woo & Dominick, 2001; 김미라, 2008, 양애림 2013 재인용). 본 연구는 결혼관 수준을 측정하기 위하여 영애림(2013)의 시청빈도 측정 문항을 참고하였다. 또한 중국의 데이트 프로그램인 <비성물요>는 1달간에 방송시간(재방송을 포함)이 같지 않는다. 따라서 본 연구는 시청 정도에 따라 '전혀 시청하지 않다', '아주 가끔 시청 한다', '가끔 시청하는 편이다', '자주 시청 한다', '매우 자주 시청 한다', '거의 매번 시청 한다', '매번 시청 한다'와 같이 7점 척도로 구분하였다.

나. 시청 만족도 측정

시청자들은 텔레비전을 시청하면서 만족감을 느끼고 그러한 만족이 지속인 텔레비전 시청을 이끈다(조준상, 은혜정 2013, 이사 2015 재인용). 본 연구는 결혼관 수준을 측정하기 위하여 이사(2015)의 시청 만족도 측정 문항을 사용하였다. 응답자들의 시청만족도 측정은 4개의 항목에 대해 Likert 7점 척도 측정하였으며, 나는 시청에 만족한다. '나는 프로그램의 내용과 과정에 매우 만족한다.', '나는 프로그램을 보면 고독감을 감소한다.', '나는 게스트가 매력적이어서 시각적 즐거움을 얻는다.' 등의 문항들을 보완, 활용하였다. 측정 문항이 총 4개 (<표 4> 참고)로 이루어지고 7점(전혀 시청하는 않다; 아주 가끔 시청 한다; 가끔 시청 하는 편이다; 자주 시청 한다; 매우 자주 시청 한다; 거의 매번 시청 한다; 매번 시청 한다)로 자신들이 느끼는 동의의 정도를 표시하였다.

<표 4> 시청 만족도 측정문항

설문 항목	1. <비성물요>에 대한 나는 시청에 만족한다.
	2. <비성물요>에 대한 나는 프로그램의 내용과 과정에 매우 만족한다.
	3. <비성물요>에 대한 나는 프로그램을 보면 고독감을 감소한다.
	4. <비성물요>에 대한 나는 게스트가 매력적이어서 시각적 즐거움을 얻는다.

다. 물질주의 가치관 측정

물질주의 정도를 측정하기 위하여 왕일범(王一帆2014)의 텔레비전 시청이 학생의 연애관을 측정하는 항목을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다. '돈은 만능이며 모든 것에 대한 기본 척도가 될 수 있다.', '물질이 풍부하고 삶의 성공의 중요한 상징이다.', '행복한 삶을 원한다면 나의 인생에서 필요한 모든 것을 갖춰야 한다(돈, 차, 주택 등).!' 등의 문항들을 보완, 활용하였다. 측정문항이 총 14개 (<표 5> 참고)로 이루어졌다. 응답자들은 7점 척도(매우 그렇다; 그렇다; 약간 그렇다; 보통이다; 약간 그렇지 않다; 그렇지 않다; 전혀 그렇지 않다)로 자신들이 느끼는 동의의 정도를 표시하였다. 총 점수가 높을수록 물질주의 가치관이 높은 것을 의미한다.

<표 5> 물질주의 가치관 측정문항

설문 항목	1. 현대 사회에서 물질주의 현상은 매우 일반적이다.
	2. 현대 대학생들 대부분은 물질주의 현상을 인정한다.
	3. 돈은 행복과 직접적인 관계가 있다.
	4. 현대 사회에서 돈을 갖는 것은 지위의 상징이다.
	5. 삶의 행복은 물질적 만족으로 시작한다.
	6. 물질이 풍부하고 삶의 성공의 중요한 상징이다.
	7. 쇼핑할 때 제품의 브랜드는 중요한 고려 사항이다.
	8. 돈만 추구하는 대학생들은 도덕적 가치를 잃게 된다.
	9. 돈은 만능이며 모든 것에 대한 기본 척도가 될 수 있다.
	10. 행복한 삶을 원한다면 나의 인생에서 필요한 모든 것을 갖춰야한다. (돈, 차, 주택 등)
	11. 패션 브랜드를 추구하고 서로를 비교할 필요가 있다.
	12. 대중 매체의 홍보는 학교에서의 물질주의 출현의 중요한 이유이다.
	13. 교육의 부족은 학교에서의 물질주의 현상의 중요한 이유이다.
	14. 부유하고 강력한 귀족가정에서 태어나고 싶다.

라. 결혼관 측정

결혼관은 개인에게 배우자 선택과정 및 결혼 후의 생활설계에 관련된 행동유형을 결정하는 지침과 근거라고 정의할 수 있다(홍승직, 1977; 이지원, 2006 양애림 2013재인용). 구체적인 결혼 내용으로는 결혼의 사, 결혼시기, 배우자 선택조건, 결혼 후 가정계획 등이 이에 포함된다(이재희, 2000; 권인숙, 2003 양애림 2013 재인용). 본 연구는 결혼관 수준을 측정하기 위하여 정윤경(1997)등이 개발한 결혼관을 수정한 이지원(2006)의 대학생 결혼관 측정 문항과 왕일범(王一帆)의 대학생 연애관을 측정하는 문항을 사용하였다(참조). 측정문항이 총 21개 (<표 6> 참고)로 이루어졌다. 응답자들은 7점 척도(매우 그렇다; 그렇다; 약간 그렇다; 보통이다; 약간 그렇지 않다; 그렇지 않다; 전혀 그렇지 않다)로 자신들이 느끼는 동의의 정도를 표시하였다.

<표 6> 연애와 결혼관 측정문항

설문 항목	1. 얼굴이 예쁘거나 잘 생겨야 한다.
	2. 몸매가 좋아야 한다.
	3. 옷을 잘 입어야 한다.
	4. 키가 커야 한다.
	5. 내 배우자는 정직하고 신뢰할 수 있어야 한다.
	6. 내 배우자는 건강해야 한다.
	7. 내 배우자의 집안 경제력은 내 집안 경제력과 같아야 한다.
	8. 배우자의 거주 환경(도시 또한 시골)을 고려해야 한다.
	9. 경제 조건(자동차, 집, 저금 등)이 나빠도 결혼을 할 수 있는가?
	10. 주택은 결혼의 기본이다.
	11. 나의 배우자가 확실한 경제적 능력이 있어야 한다.
	12. 배우자가 돈을 가지고 있는 한, 그들은 서로의 나이 차이를 무시할 수 있다.
	13. 나는 배우자를 선택할 때 부모님의 의견을 매우 존중한다.
	14. 결혼 후에 여자는 가정생활에 집중해야 한다.
	15. 결혼 후 배우자의 빚을 나눌 수 있다.
	16. 혼전 성관계를 인정한다.
	17. 사랑한다면 성관계를 해도 된다.
	18. 성에 대한 이야기하는 것은 자연스러운 것이다.
	19. 플라토닉 (무성의) 사랑을 이해하거나 지지한다.
	20. 사랑에 따라 결혼 상황을 달라진다.
	21. 사랑의 기초 위에서 결혼 할 수 있다.

4. 측정방법

본 연구는 사용된 구체적인 실증분석방법을 다음과 같다. 모든 분석은 SPSS 25.0으로 처리하였다.

첫째, 조사 대상자(중국 대학생 287명)의 인구통계학적 특성(성별, 전공, 외동이다, 연애 태도, 교제 경험, 고향)에 대한 분석을 위하여 시청 빈도분석을 실시하였다. 그리고 <비성물요> 리얼리티 데이트 프로그램의 시청빈도에 대하여 빈도분석을 하였다. 또한 시청 만족도에 대하여 시청

만족도 신뢰도 분석도 실시하였다.

둘째 연구문제1 <비성물요>에 대한 시청량에 따라 물질주의 가치관의 차이가 있는지를 조사하기 위하여 독립표본T검증을 실시하였다. 독립표본T검증을 실시하기 전에 먼저 물질주의 가치관의 14개 문항에 대한 요인분석을 실시하였다.

셋째, 연구문제2 <비성물요>에 대한 시청량에 따라 결혼관의 차이가 있는지를 조사하기 위하여 독립표본T검증을 실시하였다. 독립표본T검증을 실시하기 전에 먼저 결혼관의 21개 문항에 대한 요인분석을 실시하였다.

넷째, 연구문제3 <비성물요>의 시청 만족도에 따라 물질주의 가치관의 차이가 있는지를 조사하기 위하여 독립표본T검증을 실시하였다. 독립표본T검증을 실시하기 전에 먼저 물질주의 가치관의 14개 문항에 대한 요인분석을 실시하였다.

다섯째, 연구문제4 <비성물요>의 시청 만족도에 따라 결혼관의 차이가 있는지를 조사하기 위하여 독립표본T검증을 실시하였다. 독립표본T검증을 실시하기 전에 먼저 결혼관의 21개 문항에 대한 요인분석을 실시하였다.

V. 연구결과

1. 응답자의 인구통계적 특성

본 연구는 리얼리티 데이트 프로그램인 <비성물요>에 대한 대학생 시청자를 대상으로 하였고, 이들의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 먼저 성별에 따라 결과는 <표 7>과 같다.

<표 7> 응답자의 인구통계학적인 특성분석 결과

구 분		빈도 (N)	퍼센트 (%)
성별	남자	126	43.9
	여자	161	56.1
전공	이공 학과	70	24.4
	문화 역사과	67	23.3
	경양학과	73	25.4
	범학과	51	17.8
	기타	26	9.1
외동이다	이다	180	62.7
	아니다	107	37.3
연애 태도	동의	203	70.7
	반대	8	2.8
	상관없음	76	26.5
교재 경험	없음	56	19.5
	1번	64	22.3
	2번	87	30.3
	3번과 3번 이상	80	27.9
고향	(大)도시	79	37.2
	(小)도시	101	44.6
	시골	107	55.4

<표 7>에서 보는 바와 같이 응답자 총 287명으로 조사하였다. 응답이 불성실한 설문지를 분석 대상에서 제외하여, 본 조사에서 분석 대상으로 선택된 설문지를 총 287부이다. 남자는 126명, 여자는 161명을 차지했다.

위의 표에서 보듯이, 응답자의 전공별 분포에 의하면 경양 학과가 73명(25.4%)과 이공 학과 70명(24.4%)로 비슷한 분포를 보이고 있으며, 문화 역사과 67명(23.3%), 법학과 51명(17.8%), 기타 26명(9.1%)로 나타났다.

응답자의 외동별 분포는 외동이 180명(62.7%)로 가장 많았으면, 반대면 107명(37.3%)로 나타났다.

응답자의 연애 태도별 분포는 동의가 203명(70.7%)로 가장 많았으면, 다음으로 상관없음이 76명(26.5%), 반대가 8명(2.8%)로 나타났다.

응답자의 교재 경험별 분포에 의하면 2번이 87명(30.3%)과 3번과 3번 이상이 80명(27.9%)로 비슷한 분포를 보이고 있으며, 1번이 64명(22.3%), 없음이 56명(19.5%)로 나타났다.

응답자의 고향별 분포는 시골이 107명(55.4%)로 가장 많았으면, (小)도시가 101명(44.6%), (大)도시가 79명(37.2%)로 나타났다

2. 측정 도구의 타당도 및 신뢰도 측정

타당도라는 측정하려고 의도된 개념을 정확하게 반영하는 측정을 기술하는 용어이다.

본 연구는 요인분석을 이용하여 타당도를 검증하였다. 요인분석은 주성분 분석을 이용하였다. 요인의 수는 고요치를 기준으로 0.4 이상의 값을 보이는 요인만 선택하였다.

물질주의 가치관의 요인을 측정하기 위해 9개 항목을 사용하였고, 항목의 조건은 항목을 활용하여 총 14개 항목으로 설문지를 구성하였다. 하지만 조사대상은 중국 대학생 때문에 물질주의 가치관의 항목이 다 적합한 것의 타당도를 검증하기 위해 요인분석을 하였다. 결혼관의 요인을 측정하기 위하여 총 14개 항목으로 설문지를 구성하였다. 조사도구에서 요인 부하량 0.05 이하하며 유의미 한다. 신뢰도 값은 0.6 이상이면 신뢰할 수 있는 정도라고 여겨지며, 0.7 이상이면 신뢰도가 높다고 할 수 있다.

가. 시청빈도 측정

본 연구는 중국 대학생 대상자로 <비성물요>에 대한 시청빈도를 조사하여 빈도분석 결과는 <표 8>와 같다. 또한 '전혀 시청하는 않는다', '아주 가끔 시청한다', '가끔 시청하는 편이다', '자주 시청한다', '매우 자주 시청한다', '거의 매번 시청 한다', '매번 시청한다' 7척도에 대하여 코딩변경을 통해 경시청과 중시청으로 2척도만 나누었다. <표 8>과 같다.

<표 8> 시청정도 정도분석 결과

구 분		빈도 (n)	퍼센트 (%)
<비성물요>	전혀 시청하지 않는다.	29	10.1
	아주 가끔 시청 한다	48	16.7
	가끔 시청하는 편이다	33	11.5
	자주 시청 한다	39	13.6
	매우 자주 시청 한다	49	17.1
	거의 매번 시청 한다	48	16.7
	매번 시청 한다	41	14.3
	경시청	149	51.9
	중시청	138	48.1

<표 8>에서 독립변수로 데이트 프로그램 시청빈도를 알아 본 결과, '매우 자주 시청한다'가 49명(17.1%)으로 가장 많았고 '아주 가끔 시청한다'와 '거의 매번 시청한다'가 48명(16.7%), '매번 시청한다'가 41명(14.3%), '자주 시청한다'가 39명(13.6%), '가끔 시청하는 편이다'가 33명(11.5%), '전혀 시청하지 않는다'가 29명(10.1%)으로 나타났다. 그리고 경시청자가 149명(51.9%)와 중시청자가 138명(48.1%)로 나타났다.

나. 시청 만족도 측정

<비성물요>의 시청 만족도에 대한 4 개 항목은 한 요인으로 신뢰도분석을 실시하였고, 결과가 <표 9>과 같다.

<표 9> 시청 만족도 신뢰분석 결과

측정항목	신뢰도 (Cronbach's Alpha)
<비성물요>의 시청 만족도 (4개 항목)	.715

<비성물요>의 독립변수로 시청 만족도의 4개 항목은 '나는 시청에 만족한다.', '나는 프로그램의 내용과 과정에 매우 만족한다.', '나는 프로그램을 보면 고독감을 감소한다.', '나는 게스트가 매력적여서 시각적 즐거움을 얻는다.'가 있다. <비성물요>의 시청 만족도에 대해 신뢰도분석을 실시한 결과는 0.715로 높은 것으로 나타났다. 따라서 이 4개 항목을 하나의 변수로 만들 수 있고 코딩변경을 통해 높은 만족도와 낮은 만족도로 2척도만 나누었다. <비성물요>의 시청 만족도로 명을 명명하였다.

다. 물질주의 가치관 측정

본 연구는 물질주의 가치관을 측정하기 위하여 대학생에게 적절하다고 판단되는 14개 항목을 선정하였다. 요인분석을 실시하였고, 결과가 <표 10>과 같다. 요인분석의 결과를 구체적으로 살펴보면 KMO 값이 0.4이상의 항목들이 2개 요인으로 도출되었다. 결과는 다음과 같다.

<표 10> 물질주의 가치관 요인분석 결과

구 분	요 인	
	물질주의	행복의 조건
쇼핑할 때 제품의 브랜드는 중요한 고려 사항이다.	.752	
현대 사회에서 돈을 갖는 것은 지위의 상징이다.	.691	
부유하고 강력한 귀족 가정에서 태어나고 싶다.	.687	
삶의 행복은 물질적 만족으로 시작한다.	.662	
현대 사회에서 물질주의 현상은 매우 일반적이다.	.599	
패션 브랜드를 추구하고 서로를 비교할 필요가 있다.	.549	
현대 대학생들 대부분은 물질주의 현상을 인정한다.	.527	
돈은 만능이며 모든 것에 대한 기본 척도가 될 수 있다.	.525	
돈은 행복과 직접적인 관계가 있다.	.447	
행복한 삶을 원한다면 나의 인생에서 필요한 모든 것을 갖춰야한다. (돈, 차, 주택 등)		.789
물질이 풍부하고 삶의 성공의 중요한 상징이다.		.718
대중 매체의 홍보는 학교에서의 물질주의 출현의 중요한 이유이다.		.667
돈만 추구하는 대학생들은 도덕적 가치를 잃게 된다.		.578
교육의 부족은 학교에서의 물질주의 현상의 중요한 이유이다.		.408
고유치	5.57	1.07
KMO(.911) Bartlett's test(.000)		

요인1은 9개의 항목으로 구성되었다. '쇼핑할 때 제품의 브랜드는 중

요한 고려 사항이다', '현대 사회에서 돈을 갖는 것은 지위의 상징이다', '부유하고 강력한 귀족 가정에서 태어나고 싶다', '삶의 행복은 물질적 만족으로 시작한다.', '현대 사회에서 물질주의 현상은 매우 일반적이다', '패션 브랜드를 추구하고 서로를 비교할 필요가 있다', '현대 대학생들 대부분은 물질주의 현상을 인증한다.', '돈은 만능이며 모든 것에 대한 기본 척도가 될 수 있다', '돈은 행복과 직접적인 관계가 있다'로 구성된 요인1은 '배금주의'로 명을 명명하였다.

요인2은 5개의 항목으로 구성되었다. '행복한 삶을 원한다면 나의 인생에서 필요한 모든 것을 갖춰야한다. (돈, 차, 주택 등)', '물질이 풍부하고 삶의 성공의 중요한 상징이다', '대중 매체의 홍보는 학교에서의 물질주의 출현의 중요한 이유이다', '돈만 추구하는 대학생들은 도덕적 가치를 잃게 된다.', '교육의 부족은 학교에서의 물질주의 현상의 중요한 이유이다'로 구성된 요인2는 '행복의 조건'으로 명을 명명하였다. 다음으로 물질주의 가치관 신뢰도분석을 실시하였다. 결과는 <표 11>과 같다.

<표 11> 물질주의 가치관 신뢰도분석 결과

요 인	물질주의	행복의 조건
신뢰도 (Cronbach's Alpha)	.842	.750
측정항목 수	9	5

물질주의 가치관 신뢰도를 살펴보기 위해 SPSS 25.0의 크론바하 알파(Cronbach's α) 계수를 산출했다. 신뢰도란 대상을 반복적으로 측정할 때 같은 결과를 가져올 수 있는 정도를 의미한다. <표 9>를 보면 물질주의 요인의 알파계수는 0.842, 행복의 조건 요인의 알파계수는 0.75 등으로 두 요인에 대한 신뢰분석 결과는 모두 0.6 이상이다. 일반적으로

사회 과학에서는 알파 값이 0.6 이상이면 신뢰성이 있다고 할 수 있다.
특히 물질주의 요인이 높은 것으로 나타났다.

라. 결혼관 측정

분석결과 각 변수들의 KMO값이 모두 0.4이상이고 Bartlett's test의 유의 수준도 0.05이하므로 요인분석에 적합함을 보인다. 구성개념들에 대한 요인분석 결과는<표 12>에 보인다.



<표 12> 결혼관 요인분석 결과

구 분	요 인				
	경제 중시	외모 중시	성개 방성	가부 장 중시	사랑 중시
주택은 결혼의 기본이다.	.783				
경제조건(자동차, 집, 저금 등)이 나빠도 결혼을 할 수 있는가?	.778				
배우자의 거주 환경(도시 또한 시골)을 고려해야 한다.	.772				
나의 배우자가 확실한 경제적 능력이 있어야 한다.	.770				
내 배우자의 집안 경제력은 내 집안 경제력과 걸맞아야 한다.	.744				
배우자가 돈을 가지고 있는 한, 그들은 서로의 나이가 차이를 무시 할 수 있다.	.714				
내 배우자는 건강해야 한다.		.732			
몸매가 좋아야 한다.		.713			
내 배우자는 정직하고 신뢰할 수 있어야 한다.		.663			
옷을 잘 입어야 한다.		.662			
키가 커야 한다.		.630			
얼굴이 예쁘거나 잘 생겨야 한다.		.563			
혼전성 관계를 인정한다.			.773		
성에 대한 이야기하는 것은 자연스러운 것이다.			.759		
플라토닉(무성의)사랑을 이해하거나 지지한다.			.734		
사랑한다면 성관계를 해도 된다.			.664		
결혼 후 배우자의 빚을 나눌 수 있다.				.841	
결혼 후에 여자는 가정생활에 집중해야 한다.				.808	
나는 배우자를 선택할 때 부모님의 의견을 매우 존중한다.				.767	
사랑에 따라 결혼 상황을 달라진다.					.860
사랑의 기초 위에서 결혼할 수 있다.					.850
고 유 치	5.83	2.53	2.04	1.44	1.14

KMO(.859) Bartlett's test(.000)

요인1은 6개 항목으로 구성되었다. '주택은결혼의기본이다.', '경제조건

(자동차, 집, 저금 등)이 나빠도 결혼을 할 수 있는가?', '배우자의 거주 환경(도시 또한 시골)을 고려해야 한다.', '나의 배우자가 확실한 경제적 능력이 있어야 한다.', '내 배우자의 집안 경제력은 내 집안 경제력과 걸맞아야 한다.', '배우자가 돈을 가지고 있는 한, 그들은 서로의 나이 차이를 무시할 수 있다.'로 구성된 요인은 '경제적 중시'로 명을 명명하였다.

요인2는 6개 항목으로 구성되었다. '내 배우자는 건강해야 한다.', '몸매가 좋아야 한다.', '내 배우자는 정직하고 신뢰할 수 있어야 한다.', '옷을 잘 입어야 한다.', '키가 커야 한다.', '얼굴이 예쁘거나 잘 생겨야 한다.'로 구성된 요인2는 '외모 중시'로 명을 명명하였다.

요인3은 4개 항목으로 구성되었다. '혼전성 관계를 인정한다.', '성에 대한 이야기하는 것은 자연스러운 것이다.', '플라토닉(무성의)사랑을 이해하거나 지지한다.', '사랑한다면 성관계를 해도 된다.'로 구성된 요인3은 '성 개방성'으로 명을 명명하였다.

요인4는 3개 항목으로 구성되었다. '결혼 후 배우자의 빚을 나눌 수 있다.', '결혼 후에 여자는 가정생활에 집중해야 한다.', '나는 배우자를 선택할 때 부모님의 의견을 매우 존중한다.'로 구성된 요인4는 '가부장 중시'로 명을 명명하였다.

요인5는 2개 항목으로 구성되었다. '사랑에 따라 결혼 상황을 달라진다.', '사랑의 기초 위에서 결혼할 수 있다.'로 구성된 요인5는 '사랑 중시'로 명을 명명하였다.

다음으로 결혼관 신뢰도분석을 실시하였다. 결과는 <표 10>과 같다.

<표 13> 결혼관 신뢰도분석 결과

요 인	경제 중시	외모 중시	성 개방성	가부장 중시	사랑 중시
신뢰도 (Cronbach's Alpha)	.871	.766	.788	.796	.854
측정항목 수	6	6	4	3	2

<표 13>을 보면 종속변수로 결혼관의 5개 요인에 대한 신뢰성분석 결과는 모두 0.70 이상이다. 일반적으로 사회 과학에서는 알파 값이 0.60 이상이면 신뢰성이 있다고 할 수 있다. 경제 중시 요인의 알파계수는 0.871, 외모 중시 요인의 알파계수는 0.766, 성 개방성 요인의 알파계수는 0.788, 가부장 중시 요인의 알파계수는 0.796, 사랑 중시 요인의 알파계수는 0.854로 나타났다. 특히 '경제적 중시'와 '사랑중시' 요인이 가장 높은 것으로 나타났다.

3. 연구문제 검증

가. 연구문제1에 대한 검증결과

본 연구에서 제시한 연구문제1은 다음과 같다.

연구문제1 <비성물요>에 대한 시청량에 따라 물질주의 가치관의 차이가 있는가?

<표 14> <비성물요> 시청량에 따른 물질주의 가치관의 평균치에 대한 독립표본T검정 결과

항 목		측정집단	사례 수	평균 (M)	표준편차 (SD)	T값	차유도 (df)	P값
물질 주의 가치관	배금주의 (요인 1)	경시청자	149	4.12	1.24	-6.04	281	.000
		중시청자	138	4.93	1.01			
	행복의 조건 (요인 2)	경시청자	149	4.44	1.39	-3.93	272	.000
		중시청자	138	5.00	1.03			

물질주의 가치관 요인1'배금주의'에 대하여 대학생은 경시청자 (M=4.12)와 중시청자(M=4.93) 간의 차이가 났으면, 유의확률(P=.000)이 유의수준 0.05보다 작으므로 경시청자와 중시청자 간 개인 가치관의 '배금주의'에는 유의적인 차이 존재한 것으로 나타났다. 검증결과 '물질주의 가치관'의 경우 중시청자와 경시청자가 배금주의 가치관의 차이가 있는 것이다.

물질주의 가치관 요인2 '행복의 조건'에 대하여 대학생은 경시청자 (M=4.44)와 중시청자(M=5.00) 간의 차이가 났으면, 유의확률(P=

0.000)이 유의수준 0.05보다 작으므로 경시청자와 중시청자 간 개인 가치관의 '행복의 조건'에는 유의적인 차이 존재한 것으로 나타났다. 검증 결과 '물질주의 가치관'의 경우 중시청자와 경시청자가 행복의 조건 가치관의 차이가 있는 것이다.

나. 연구 문제2에 대한 검증결과

연구 문제2 <비성물요>에 대한 시청량에 따라 결혼관의 차이가 있는가?

<표 15> <비성물요> 시청량에 따른 결혼관의
평균치에 대한 독립표본 T검정 결과

항 목		측정 집단	사례 수	평균 (M)	표준편차 (SD)	T값	자유도 (df)	P값
결 혼 관	사랑 중시 (요인1)	경시청자	149	4.39	1.39	-3.00	285	.003
		중시청자	138	4.899	1.44			
	외모 중시 (요인2)	경시청자	149	4.13	1.29	-5.65	276	.000
		중시청자	138	4.90	1.00			
	경제적 중시 (요인3)	경시청자	149	4.30	1.28	-4.97	280	.000
		중시청자	138	4.98	1.03			
	가부장 중시 (요인4)	경시청자	149	3.96	1.37	-1.04	285	.301
		중시청자	138	4.14	1.46			
	성 개방성 (요인5)	경시청자	149	4.12	1.11	-1.89	285	.060
		중시청자	138	4.38	1.18			

결혼관 요인1 '사랑 중시'에 대하여 대학생은 경시청자(M=4.39)와 중시청자(M=4.89) 간의 차이가 났으면, 유의확률($P=0.003$)이 유의수준 0.05보다 작으므로 경시청자와 중시청자 간 결혼관의 '사랑중시'에는 유의적인 차이 존재한 것으로 나타났다. 검증결과 '결혼관'의 경우 중시청자와 경시청자가 '사랑 중시'의 차이가 있는 것이다.

결혼관 요인2 '외모 중시'에 대하여 대학생은 경시청자(M=4.13)와 중시청자(M=4.90) 간의 차이가 났으면, 유의확률($P=0.000$)이 유의수준 0.05보다 작으므로 경시청자와 중시청자 간 결혼관의 '외모중시'에는 유의적인 차이 존재한 것으로 나타났다. 검증결과 '결혼관'의 경우 중시청자와 경시청자가 '외모중시'의 차이가 있는 것이다.

결혼관 요인3 '경제적 중시'에 대하여 대학생은 경시청자(M=4.30)와 중시청자(M=4.98) 간의 차이가 났으면 간의 차이가 났으면, 유의확률($P=0.000$)이 유의수준0.05보다 작으므로 경시청자와 중시청자 간 결혼관의 '경제적 중시'에는 유의적인 차이 존재한 것으로 나타났다. 검증결과 '결혼관'의 경우 중시청자와 경시청자가 '경제적 중시'의 차이가 있는 것이다.

결혼관 요인4 '가부장중시'에 대하여 대학생은 경시청자(M=3.96)와 중시청자(M=4.14) 간의 차이가 나지 않았으며, 유의확률($P=0.232$)이 유의수준 0.05보다 크므로 경시청자와 중시청자 간 결혼관의 '가부장중시'에는 유의적인 차이가 존재하지 않는 것으로 나타났다. 검증결과 '결혼관'의 경우 중시청자와 경시청자가 '가부장 중시'의 차이가 존재하지 않는 것이다.

결혼관 요인5 '성 개방성'에 대하여 대학생은 경시청자(M=4.12)와 중시청자(M=4.38) 간의 차이가 나지 않았으며, 유의확률($P=0.626$)이 유의수준 0.05보다 크므로 경시청자와 중시청자 간 결혼관의 '성 개방'에는 유의적인 차이가 존재하지 않는 것으로 나타났다. 검증결과 '결혼

관'의 경우 중시청자와 경시청자가 '성 개방성'의 차이가 존재하지 않는 것이다.

다. 연구문제3에 대한 검증결과

연구문제3 <비성물요>에 대한 시청 만족도에 따라 물질주의 가치관의 차이가 있는가?

<표 16> <비성물요> 시청 만족도에 따른 물질주의 가치관의 평균치에 대한 독립표본T검정 결과

항 목		측정 집단	사례 수	평 균 (M)	표준편차 (SD)	T값	차유도 (df)	P값
물질주의 가치관	배금주의 (요인1)	낮은 만족도	125	4.34	1.25	-2.15	285	.033
		높은 만족도	162	4.64	1.16			
	행복의 조건 (요인2)	낮은 만족도	125	4.57	1.25	-1.56	285	.116
		높은 만족도	162	4.81	1.26			

물질주의 가치관 요인1 '배금주의'에 대하여 대학생은 만족도 낮은 시청자(M=4.34)와 만족도 높은 시청자(M=4.64) 간의 차이가 났으면, 유의확률(P=0.033)이 유의수준 0.05보다 작으므로 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자 간 물질주의 가치관의 '배금주의'에는 유의적인 차이가 존재하는 것으로 나타났다. 검증결과 '물질주의 가치관'의 경우 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자가 '배금주의'의 차이가 존재

하는 것이다.

물질주의 가치관 요인2 '행복의조건'에 대하여 대학생은 만족도 낮은 시청자($M=4.57$)와 만족도 높은 시청자($M=4.81$) 간의 차이가 나지 않았으며, 유의확률($P=0.116$)이 유의수준 0.05보다 크므로 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자 간 물질주의 가치관의 '배금주의'에는 유의적인 차이가 존재하지 않는 것으로 나타났다. 검증결과 '물질주의 가치관'의 경우 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자가 '행복의 조건'의 차이가 존재하지 않는 것이다.



라. 연구문제4에 대한 검증결과

연구문제4 <비성물요>에 대한 시청 만족도에 따라 결혼관의 차이가 있는가?

<표 17> <비성물요> 시청 만족도에 따른 결혼관의
평균치에 대한 독립표본 T검정 결과

항 목		측정 집단	사례 수	평균 (M)	표준편차 (SD)	T값	차유도 (df)	P값
결 혼 관	사랑 중시 (요인1)	낮은 만족도	125	4.34	1.47	-3.13	285	.002
		높은 만족도	162	4.86	1.367			
	외모 중시 (요인2)	낮은 만족도	125	4.32	1.30	-2.19	285	.029
		높은 만족도	162	4.64	1.14			
	경제적 중시 (요인3)	낮은 만족도	125	4.49	1.22	-1.71	285	.088
		높은 만족도	162	4.74	1.20			
	가부장 중시 (요인4)	낮은 만족도	125	3.86	1.38	-1.92	285	.056
		높은 만족도	162	4.19	1.43			
	성 개방성 (요인5)	낮은 만족도	125	3.96	1.17	-3.77	285	.000
		높은 만족도	162	4.47	1.08			

결혼관 요인1 '사랑중시'에 대하여 대학생은 만족도 낮은 시청자(M=4.34)와 만족도 높은 시청자(M=4.86) 간의 차이가 났으면, 유의확률(P=0.002)이 유의수준 0.05보다 작으므로 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자 간 결혼관의 '사랑 중시'에는 유의적인 차이가 존재하는 것으로 나타났다. 검증결과 결혼관의 경우 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자가 '사랑중시'의 차이가 존재하는 것이다.

결혼관 요인2 '외모중시'에 대하여 대학생은 만족도 낮은 시청자(M=4.32)와 만족도 높은 시청자(M=4.74) 간의 차이가 났으면, 유의

확률($P=0.029$)이 유의수준 0.05보다 작으므로 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자 간 결혼관의 '외모 중시'에는 유의적인 차이가 존재하는 것으로 나타났다. 검증결과 결혼관의 경우 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자가 '사랑중시'의 차이가 존재하는 것이다.

결혼관 요인3 '경제적 중시'에 대하여 대학생은 만족도 낮은 시청자($M=4.49$)와 만족도 높은 시청자($M=4.86$) 간의 차이가 나지 않았으면, 유의확률($P=0.088$)이 유의수준 0.05보다 크므로 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자 간 결혼관의 '경제적 중시'에는 유의적인 차이가 존재하지 않는 것으로 나타났다. 검증결과 결혼관의 경우 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자가 '경제적 중시'의 차이가 존재하지 않는 것이다.

결혼관 요인4 '가부장 중시'에 대하여 대학생은 만족도 낮은 시청자($M=3.86$)와 만족도 높은 시청자($M=4.19$) 간의 차이가 나지 않았으면, 유의확률($P=0.056$)이 유의수준 0.05보다 크므로 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자 간 결혼관의 '가부장 중시'에는 유의적인 차이가 존재하지 않는 것으로 나타났다. 검증결과 결혼관의 경우 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자가 '가부장 중시'의 차이가 존재하지 않는 것이다.

결혼관 요인5 '성 개방성'에 대하여 대학생은 만족도 낮은 시청자($M=3.96$)와 만족도 높은 시청자($M=4.47$) 간의 차이가 났으면, 유의확률($P=0.000$)이 유의수준 0.05보다 작으므로 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자 간 결혼관의 '성 개방성'에는 유의적인 차이가 존재하는 것으로 나타났다. 검증결과 결혼관의 경우 만족도 높은 시청자와 만족도 낮은 시청자가 '성 개방성'의 차이가 존재하는 것이다.

4. 검증 결과 정리

<표 18> 시청빈도에 따라 물질주의 가치관과 결혼관의 차이

항목		M(SD)		T값	P값	채택 여부
		경시청자	중시청자			
물질주의 가치관	배금주의	4.12(1.24)	4.93(1.01)	-6.04	.000	채택
	행복의 조건	4.44(1.39)	5.00(1.03)	-3.93	.000	채택
결혼관	사랑중시	4.39(1.39)	4.90(1.44)	-3.00	.003	채택
	외모중시	4.13(1.29)	4.90(1.00)	-5.65	.000	채택
	경제적 중시	4.30(1.28)	4.98(1.03)	-4.97	.000	채택
	가부장중시	3.96(1.37)	4.14(1.46)	-1.04	.301	기각
	성개방성	4.12(1.11)	4.38(1.18)	-1.89	.060	기각

분석결과, <비성물요>에 대한 시청량에 따라 물질주의 가치관(배금주의)에 차이가 있다는 결과가 나타났다. 그리고 <비성물요>에 대한 시청량에 따라 결혼관(사랑중시, 외모중시, 성 개방성)에 차이가 있다는 결과가 나타났다.

<표 19> 시청 만족도에 따라 물질주의 가치관과 결혼관의 차이

항목		M(SD)		T값	P값	채택 여부
		낮은 만족도	높은 만족도			
물질주의 가치관	배금주의	4.34(1.25)	4.64(1.16)	-2.15	.033	채택
	행복의조건	4.57(1.25)	4.81(1.26)	-1.58	.116	기각
결혼관	사랑중시	4.33(1.47)	4.86(1.36)	-3.13	.002	채택
	외모중시	4.32(1.30)	4.64(1.14)	-2.19	.029	채택
	경제적 중시	4.49(1.22)	4.74(1.20)	-1.71	.088	기각
	가부장중시	3.86(1.38)	4.19(1.43)	-1.92	.056	기각
	성개방성	3.96(1.19)	4.47(1.08)	-3.77	.000	채택

분석결과, <비성물요>에 대한 시청 만족도에 따라 물질주의 가치관(배금주의)에 차이가 있다는 결과가 나타났다. 그리고 <비성물요>에 대한 시청 만족도에 따라 결혼관(사랑중시, 외모중시, 성 개방성)에 차이가 있다는 결과가 나타났다.



VI. 결론 및 논의

1. 결론과 논의

TV 리얼리티 데이트 프로그램은 인생에 있어서 중요한 사랑, 결혼 그리고 배우자 등과 관련된 이슈를 불러일으키고 있다. 다양한 방식을 통해 사회의 발전단계에 따라 사람들이 사랑과 결혼에 대한 관념, 견해 및 태도를 반영하고 있다. 본 연구는 중국의 리얼리티 데이트 프로그램 <비성물요>의 시청태도를 비교하여 대학생들을 대상으로 조사를 진행하였다. 리얼리티 데이트 프로그램에 대한 대학생들의 시청량에 따라서 물질주의 가치관과 결혼관의 차이가 있는지를 연구하고, 시청 만족도에 따라서도 물질주의 가치관과 결혼관의 차이가 있는지를 살펴보고자 하였다. 중국 대학생 시청자에 대한 조사를 통해 <비성물요> 리얼리티 데이트 프로그램 시청태도 차이가 대학생의 물질주의 가치관과 결혼관에 미치는 효과를 연구하는 것을 목적으로 하였다.

첫째 <비성물요>에 대한 시청량에 따라 물질주의 가치관(배금주의)는 유의한 것으로 나타나고 대학생들은 <비성물요>를 통하여 물질주의 가치관에 부정적인 영향을 미치고 있다는 알 수 있다. 즉, TV에 대한 지속적인 노출은 개인들의 물질주의적인 믿음이나 경향을 배양할 수 있기 때문에 TV의 시청량에 따라 개인 물질주의 성향에 영향을 미칠 수 있다. 이 시청량과 개인들의 물질주의 성향 사이의 연구결과는 기존 연구들과 일치하였다(쉬림,1997).

둘째, <비성물요>에 대한 시청량에 따라 결혼관(사랑, 외모, 성 개방성)은 유의미한 것으로 나타났다. 대학생들은 <비성물요>를 통하여 결혼

관에 영향을 미치고 있다는 알 수 있다. 양애림(2013)의 연구에서 시청량에 따라 중국의 <비성물요>는 당대 젊은 사람의 결혼관에 대한 더 안정적(사랑, 경제)으로 밝혀졌다. 또한 왕일범(王一帆, 2014)의 연구에서 <비성물요>에 대한 시청량에 따라 시청자의 결혼관(외모, 성 개방, 경제 조건)에 부정적인 영향을 검증하였다. 하지만 본 논문은 양애림(2013)의 연구결과와 일치하지 않고 시청자의 결혼관(외모)도 영향을 미치고 있다. 이런 연구자들의 결과를 보면 게스트는 물질주의 사랑의 표현을 극대화하였고 시청자들에게 결혼생활에 대해 환상과 동경을 줌으로서 대학생의 결혼관에 대해 일정 정도 물질주의적으로 영향을 미칠 것을 증명하였다. 이러한 결과는 리얼리티 데이트 프로그램의 반복적인 시청이 중 시청대상인 대학생의 개인 가치관과 결혼관에 대한 인식에 영향을 미칠 수 있다는 것을 보여주는 것으로, TV에서 묘사하는 내용과 일치하는 태도와 신념들을 구축하게 된다는 배양이론의 기본 가정들(Gerbner, Cross, Morgan & Signorielli, 1980, 1986)을 지지한다고 할 수 있다. 결과적으로 본 연구는 학술적으로 배양이론의 유효성을 검증하는 가운데 TV 시청으로 인한 배양효과 연구를 위해서는 다른 변인들과의 복합적 관계가 고려돼야 한다는 점과 함께, <비성물요> 리얼리티 데이트 프로그램의 부정적인 영향에 대한 사회적 관심과 점검이 필요하다는 것을 시사해 준다.

셋째 <비성물요>에 대한 시청 만족도에 따라 시청자의 물질주의 가치관(배금주의)에 영향을 미치는 유의미한 것으로 나타났다. 이사(2015)의 연구에서 높은 시청 만족도는 한국 드라마를 이용하는 중국인 시청자들의 호감도 형성에 영향을 미치는 결과를 나타났다. 시청자들은 프로그램에 대한 시청 만족도가 높으며 영향을 많이 받을 수 있다. 본 연구는 이 결과와 일치하였다. 본 연구에서 <비성물요>에 대한 만족도가 높은 시청자는 방송 중 남녀 게스트가 보여주는 물질주의 가치관에 대해서도

공감할 것이라는 것을 밝혔다. 또한 방송에서 남녀 게스트들이 배금주의를 추구하는 언행은 시청자의 물질주의 가치관에 일정 정도의 영향을 미칠 것이다. 적당하게 물질을 추구하는 것이 좋지만 과도한 배금은 시청자들의 가치관이 바르게 발전하는 데에 영향을 미칠 것이다. 결과적으로 <비성물요>에 대한 시청자의 만족도가 높을수록 물질주의 가치관(배금주의)에 미치는 부정적인 영향이 높을 거라고 판단할 수 있다.

넷째 <비성물요>에 대한 시청 만족도에 따라 시청자의 결혼관(사랑중시, 외모중시 성 개방성)에 영향을 미치는 유의미한 것으로 나타났다. 대학생의 결혼관에 영향을 주는 요소가 많다. 예를 들어 김건영(2009)의 연구결과는 대학생들의 결혼관에 영향을 미치는 요인으로 가족기능 요인과 사회 인구학적 요인을 확인할 수 있었다. 특히 가족기능 요인의 영향력이 가장 큰 것으로 분석되었는데, 무엇보다도 응집성 요인이 결혼관에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 시청 만족도를 독립변인으로 삼고, 결혼관의 종속변인을 위한 선행연구는 드물다. 본 논문은 시청 만족도가 결혼관에 영향을 미치는지를 살펴하였다. 리얼리티 데이트 프로그램이 인기를 끌면서 대학생들은 이런 프로그램의 중요한 시청층이 되었다. <비성물요>데이트 프로그램의 게스트들은 일반적으로 모두 꽃미남, 미녀들이다. 또한 프로그램에서의 개방적 언행, 예쁜 외모, 사랑을 찾아가겠다는 맹세 등으로 인해 대학생들의 결혼관에 대한 인식이 영향을 미쳤다. 결과적으로는 <비성물요>에 대한 만족도가 높은 대학생들이 결혼관에 영향을 더 미친 것으로 이해되었다.

<비성물요> 리얼리티 데이트 프로그램에 대해 여자 시청자들이 남자 시청자들보다 더 많이 시청한 것으로 보아, 여자 시청자들이 남자 시청자들보다 결혼에 더 관심이 많은 것으로 판단되었다. 남녀 시청자는 <비성물요> 리얼리티 데이트 프로그램의 내용에 대한 만족도는 현저한 차이가 없다. <비성물요>에 대한 시청빈도에 따라 남녀 시청자의 물질주의

가치관에 차이가 있는 것으로 나타났고 여자 시청자들이 남자 시청자들보다 물질주의의 영향에 더 미칠 것이다. 리얼리티 데이트 프로그램은 남녀 시청자의 결혼관(외모중시, 경제적 중시, 가부장 중시, 성 개방성)에 일정한 영향을 미친다. 결혼관에서 남자 시청자들이 (외모 중시, 가부장 중시, 성 개방성) 더 중시하고, 여자 시청자들이 경제적 여건을 더 중시했다.

따라서 TV 리얼리티 데이트 프로그램은 텔레비전 매체의 필수적인 부분으로서 결혼과 사랑의 개념을 전파하는 TV 프로그램을 통하여 시청자는 TV 프로그램을 시청하는 과정에서 TV 리얼리티 데이트 프로그램에서 홍보된 가치, 결혼과 사랑에 대한 가치와 견해를 미묘하게 수용했다. 현대의 대학생들은 이미 독립적인 판단력과 사고 능력을 가지고 있지만, 결혼과 사랑에 대한 그들의 결혼관은 TV 리얼리티 데이트 프로그램의 영향을 계속 받고 있다. 그러나 여전히 현대의 대학생들을 위한 긍정적이고 건강한 결혼과 사랑의 개념 형성에는 도움이 되지 않는다. 그래서 시청태도에 따라 대학생의 결혼관에 미치는 부정적인 효과를 보인다.

본 연구는 한국에서 학술적 관심이 부족했던 리얼리티 데이트 프로그램의 잠재적 영향에 관한 실증적 분석을 통해 물질주의적 결혼관 이슈, 테마 등을 다른 TV 콘텐츠의 배양 효과와 이용충족이론의 시청만족도에 대한 이론적 논의를 확장하고, 사회적 논의의 필요성을 제기한다는 점에서 의미가 있다고 할 수 있다. 그리고 본 연구의 분석을 통한 리얼리티 데이트 프로그램의 시청빈도와 시청 만족도는 향후 중국 방송국뿐만 아니라 한국 방송국에서 데이트 프로그램을 재정비하고 개선할 때 사용될 수 있는 작은 지침을 제공할 수 있다.

2. 연구의 한계점 및 향후 연구

위에서 언급한 발견과 그 의의에도 불구하고 본 연구의 한계점들을 명시하고 이후 연구에 대한 제안으로 삼는 것도 중요하다.

첫째 리얼리티 데이트 프로그램으로써 중국 인기가 많은 프로그램인 <비성물요>만 대표적으로 연구하였다. 실제 중국의 리얼리티 데이트 프로그램의 유형이 다양하고 서로 다르기 때문에 데이트 프로그램이 대학생의 결혼관에 효과를 미치는지 일반적으로 반영하고 있는지에 대한 문제를 제기할 수 있다. 따라서 이후 연구의 여러 가지의 리얼리티 데이트 프로그램의 효과를 미치는 연구가 필요할 것으로 보인다.

둘째 중국의 대학생 대상으로 설문조사를 진행하였으나 중국에서 선정된 표본은 의도적으로 할당된 표본으로써 전체 대학생 모집단을 반영하는 대표성이 부족하다고 할 수 있다. 이후 연구에서는 지역별 할당 또는 무작위 표집을 통한 진행 절차가 필요하다.

마지막으로 본 연구는 중국 대학생 325명을 대상으로 조사하였는데 인구수가 14억을 넘는 넓은 중국에서 이 결과로는 전체 대학생의 경우를 설명할 수 없으므로 후속 연구에서 설득력이 있는 연구결과를 얻으려면 설문지 응답수를 더 많이 확대해야 한다.

【참고문헌】

〔한국문헌〕

- 강은숙(1981). 「서울시와 제주시의 미혼남녀의 결혼관에 관한 연구」. 고려대학교 대학원, 석사학위논문.
- 권인숙(2003). 「자아 정체감과 성의식 및 결혼관에 관한 연구」. 영남대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김건영(2009). 「결혼관에 영향을 미치는 요인에 관한 연구」. 호남대학교 대학원, 석사논문.
- 김경신(1998). 「이선미, 미혼남녀의 결혼관에 나타난 결혼 이데올로기」. 『한국 가정과학학회지』 .6:27-43.
- 김미라(2008). 「리얼리티 데이트 프로그램 시청이 데이트와 이성관계에 대한 시청자 인식에 미치는 영향에 관한 연구」. 『한국언론학보』 52권 2호. pp353~450
- 김선웅(2017). 「한국과 중국 수용자의 리얼리티 프로그램 장르유형별 시청경험에 대한 연구: 이용과 충족 접근을 이용한 시청동기, 시청태도, 만족도 비교분석」. 세종대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김연우(2016). 「한국적 물질주의의 심리적 기제-마키아벨리즘, 통제성, 자존감, 불안을 중심으로」. 호서대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김예란, 박주연(2006). 「TV 리얼리티 프로그램의 이론과 실제: 제작자 심층 인터뷰분석을 중심으로」. 『한국방송학보』 . 20권 3호, 7~48.
- 김정기(1995). 「청소년 시청자의 텔레비전 시청행태와 효과연구」. 『한국언론학보』 제43-1호. pp76-114

- 김지선(2016). 「남녀 대학생의 물질주의 경향성과 이상적 배우자상의 관계」. 이화여자대학교 대학원. 석사학위논문.
- 김희숙(2007). 「여대성의 물질주의 성향에 관한 탐색적 연구」. 숙명대학교 대학원. 석사학위논문.
- 박주연(2005). 「TV 리얼리티: 다큐멘터리, 뉴스, 리얼리티 쇼의 현실 구성」. 『방송문화진흥회』.서울: 한나래출판.
- 박지교(2018). 「대학생의 결혼관과 부모 됨 인식 연구」. 가천대학교 교육 대학원. 석사학위논문.
- 박창목(2015). 「소셜 TV 이용 동기와 상호작용에 관한 연구: 이용자 만족과 지속 이용의도에 미치는 영향으로」. 서울과학기술대학교 박사학위논문.
- 박현유(2009). 「리얼리티 연애 프로그램이 청소년의 이상관계에 대한 태도에 미치는 영향에 관한 연구」. 서강대학교 대학원. 석사학위 논문.
- 반옥숙, 박주연(2012). 「리얼리티 데이트 프로그램의 시청동기 및 시청효과에 관한 연구: SBS <짝> 프로그램을 중심으로」. <한국언론학보>. PP47~70
- 변득수(2008). 「손톱을 매개체로 한 순수의 역설적 표현-배금주의 시대를 투영한 연구자의 작품을 중심으로-」. 홍익대학교 대학원. 석사학위논문.
- 양애림(2013). 「데이트 프로그램으로써 한국의 <우리결혼했어요>와 중국의 <비성물요>의 비교연구-대학생들의 결혼관에 대한 미치는 영향」. 대진대학교 대학원. 석사학위논문.
- 우용(2018). 「리얼리티 프로그램 시청동기가 만족도 및 재 시청의도에 미치는 영향-후난방송 포맷 프로그램 <나는 가수다>를 중심으로」. 중앙대학교 예술대학원. 석사학위논문.

- 이건(2016). 「청소년의 물질주의 가치관과 문제행동에 관한 연구」. 숙명대학교 대학원. 석사학위논문.
- 이문영(2015). 「중국 시청자들의 한국 포맷 방송 프로그램에 대한 이용과 충족 연구: 시청동기 및 시청만족을 중심으로」. 성균관대학교 일반대학원. 석사학위논문.
- 이선교(2014). 「대학생 결혼관의 구조모형 개발」. 대구한의대학교 대학원. 박사학위논문.
- 이선교(2014). 「대학생 결혼관의 구조모형 개발」. 대구한의대학교. 박사학위논문.
- 이선주(1997). 「TV 스포츠 프로그램이 중고생의 스포츠 활동 참여에 미치는 영향」. 한양대학교 대학원. 석사학위논문.
- 이소정(2000). 「물질주의의 성향에 따른 의복평가 기준과 자민족중심주의에 관한 연구」. 이화여자대학교 대학원. 석사학위논문.
- 이지원(2006). 「가족기능이 대학생의 결혼관 및 자녀관이 미치는 영향」. 영남대학교 대학원. 석사학위논문.
- 장익진(1992). 「문화계발 효과이론에 있어서 수용자관-의미론, 상징적 상호작용주의, 스키마 이론과의 비교고찰」. 『한국언론학보』 제 27호. pp487-507
- 차배근(1999). 「매스커뮤니케이션 효과이론」. 서울: 나남출판.
- 허요예(2017). 「리얼리티 프로그램의 시청동기가 시청효과에 미치는 영향--한국판<런닝맨>과 중국판 <런닝맨>비교를 중심으로」. 숭실대학교 대학원. 석사학위논문.
- 홍승직(1990). 「사회학 개설」. 고려대출판사.

[외국 문헌]

- 高欢,曹宣明(2011).「电视相亲节目对青少年人生价值的影响」. <当代青年研究>期刊
- 邓双喜(2011).「中国婚恋交友类电视节目叙事研究——以<非诚勿扰>为例」. 湖南师范大学. 硕士论文
- 罗玫(2012).「中国电视婚恋节目研究——以<非诚勿扰>为例」. 山东大学 硕士学位论文
- 王一帆(2014).「电视相亲节目对当代大学生婚恋观的影响——以上海地区为例」. 上海外国语大学. 硕士论文
- 李淑媛(2004).「从期刊内容看家庭价值观之变迁——以<知音>,<家庭>为例」. 复旦大学. 博士论文
- 李红美(2012).「拜金主义思潮对当代大学生价值观的危害及对策」. 河北师范大学. 硕士论文
- 程雯娟(2011).「电视相亲节目热潮下的当代婚恋观传播现象研究」. 成都理工大学. 硕士学位论文
- 陈晨(2010).「当代女大学生生活价值观研究」. 哈尔滨工程大学. 硕士论文
- Andrejevic, M. (2002). The kinder, gentler gaze of Big Brother. Reality TV in the era of digital capitalism. *New Media & society*, 4(2), 251-270.
- Buerkel-rothfuss, N. L. & Strouse, J.S.(1993). Media Exposure and Perceptions of Sexual Behaviors: The cultivation hypothesis moves to bedroom. In

- B.S.Greenberg, J. D. Brown, & N.L.Buerkel, NJ: Hampton Press.
- C. A. Moser & G. Kalton(1971). Survey Methods in Social Investigation. (Second Edition) HEB Ltd, P45.
- Cardyn, R. (2001). The tribe has spoken. American Demographics, 23(9), 34–40.
- Culter, N. E.,& Danowski, J. A.(1980), Process gratifications inaging cohorts. Journalism Quarterly, 57, 269–277.
- Deckop, J. R., Jurkiewicz, C., L & Giacalone, R. A. (2010). Effects of materialism on work–related personal well–being. Human Relations, 63(7),1007–1030.
- Diener, E., & Oishi, S, (2000). Money and happiness: Income and subjectivewell– being across nation. Culture and subjective well–being, 185–218.
- Gerbner, G. Gross, L, Morgan, M, & Signorielli, N.(1986). living with Television: The danamics of the cultivation process. In J. Bryant & D. Zillman(Eds.).
- Gerbner, G. Gross, L. Morgan, M. & Signorielli, N.(1980). The"mainstreaming" America:Violence profile no.11. Journal of Communication, 30(1), 10~29
- Karabati, S., & Cemalciar, Z. (2010). Values, materialism, and well–being: A study with Turkish university students. JourEconomic Psychology, 31(4),624–633.
- Mukerji, C.(1983). From Graven Images. Parents of Modern Materialism. New York: Coulumbia university press.

- Papacharissi, Z. Mendelson, A. L. (2007). An exploratory study of reality appeal; Use and gratifications of reality TV show. *Journal of broadcasting & Electronic Media*, 51(2), 355-370.
- Richins, M. L. & Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19, 303-304.
- Rubin, A. M. (1983). Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of broadcasting and electronic media*, 27(1), 37-51.
- Ryan, L. & Dziurawiec, S. (2001). Materialism and its relationship to life satisfaction. *Social Indicators Research*, 55(2), 185-197.

[기타]

BaiDu (2010) . <https://baike.baidu.com>

<부록>

설 문 지

안녕하십니까?

저는 한국 부경대학교 신문방송학과 석사에 유학중인 샤오 진화입니다. 바쁘신 중에 귀한 시간을 내어 설문지에 주셔서 감사합니다.

저는 인기 데이트 프로그램인 중국의 <비성물요>에 대한 중국 대학생의 결혼관에 미치는 영향을 조사하고 있습니다. 본 설문은 맞거나 틀은는 식의 정답은 없습니다. 다만 귀하의 평소 텔레비전 시청에 대해서 솔직한 응답을 해주시면 됩니다. 귀하의 응답은 아무도 알 수 없습니다. 컴퓨터로 전자처리 되어 연구 목적만을 위하여 사용되므로 응답의 내용이 알려질 우려는 전혀 없습니다.

□귀하는 바쁘시더라도 잠시만 시간을 내어 설문지조사에 응답을 해주시면 감사하겠습니다.

연구자: 부경대학교 일반대학원 신문방송학과 샤오 진화

지도 교수: 오 창호

메일 주소: shaojinhua316@naver.com



<그림 2>

※<비성물요>는 강추성 TV에서 제작한 생활 서비스와 데이트 프로그램이다. 이 맵비가 이 프로그램의 진행자이다. 프로그램에 24 명의 싱글 게스트들은 남성 게스트를 불을 남거나 끄는 방식으로 결정할 것이다. "사랑의 첫 체험", "사랑의 재 판단", "사랑의 최종 선택"등 부분을 통하여 남성과 여성 게스트가 성공 순을 잡을 수 있는지를 결정한다.

1.귀하는 리얼리티 데이트 프로그램을 얼마나 자주 보았습니까?

- ①전혀 보지 않는다. ②아주 가끔 본다. ③가끔 보는 편이다.
④자주 본다.⑤매우 보지 않다. ⑥거의 매번 본다. ⑦매번 본다.

2.귀하는 본 리얼리티 데이트 프로그램이 있습니까? (본 프로그램을 모두 체크해 주세요!)

- ①비성물요 (非诚勿扰) ②우리 데이트 하자(我们约会吧) ③백에하나 (百里挑一) ④새 소개팅 ⑤기타

3.귀하는 강쭈성 방송 <비성물요>를 본 적이 있습니까? (없으면 7번부터 체크해 주세요!)

- ① 있음 ② 없음

4.귀하의 <비성물요> 프로그램을 시청 정도는 어떻게 됩니까?

- ①전혀 시청하지 않는다. ②아주 가끔 시청한다. ③가끔 시청하는 편이다.
④자주 시청한다. ⑤매우 자주 시청한다. ⑥거의 매번 시청한다.
⑦매번 시청한다.

5. 다음은 <비성물요> 데이트 프로그램의 만족도에 대한 귀하의 생각을 선택하시기가 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그 렇지 않다	약 간 그 렇지 않다	보 통 이 다	약 간 그 렇 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1	<비성물요>에 대한 나는 시청에 만족한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	<비성물요>에 대한 나는 프로그램의 내용과 과정에 매우 만족한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	<비성물요>에 대한 나는 프로그램을 보면 고독감을 감소한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	<비성물요>에 대한 나는 게스트가 매력적어서 시각적 즐거움을 얻는다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

6. 귀하가 물질주의 가치관에 대한 설문자의 의식 수준에 대해 체크해 주시기 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	현대 사회에서 물질주의 현상은 매우 일반적이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	현대 대학생들 대부분은 물질주의 현상을 인증한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	돈은 행복과 직접적인 관계가 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	현대 사회에서 돈을 갖는 것은 지위의 상징이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	삶의 행복은 물질적 만족으로 시작한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6	물질이 풍부하고 삶의 성공의 중요한 상징이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7	쇼핑할 때 제품의 브랜드는 중요한 고려 사항이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8	돈만 추구하는 대학생들은 도덕적 가치를 잃게 된다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9	돈은 만능이며 모든 것에 대한 기본 척도가 될 수 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10	행복한 삶을 원한다면 나의 인생에서 필요한 모든 것을 갖춰야한다. (돈, 차, 주택 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11	패션 브랜드를 추구하고 서로를 비교할 필요가 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12	대중 매체의 홍보는 학교에서의 물질주의 출현의 중요한 이유이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13	교육의 부족은 학교에서의 물질주의 현상의 중요한 이유이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14	부유하고 강력한 귀족가정에서 태어나고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

7. 귀하의 결혼관에 대해 생각하는 동의 정도에 해당하는 번호에 체크해 주시기를 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	얼굴이 예쁘거나 잘 생겨야 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	몸매가 좋아야 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	옷을 잘 입어야 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	키가 커야 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	내 배우자는 정직하고 신뢰할 수 있어야 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6	내 배우자는 건강해야 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7	내 배우자의 집안 경제력은 내 집안 경제력과 같아야 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8	배우자의 거주 환경(도시 또한 시골)을 고려해야 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9	경제 조건(자동차, 집, 저금등)이 나빠도 결혼을 할 수 있는가?	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10	주택은 결혼의 기본이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11	나의 배우자가 확실한 경제적 능력이 있어야 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12	배우자가 돈을 가지고 있는 한, 그들은 서로의 나이 차이를 무시할 수 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13	나는 배우자를 선택할 때 부모님의 의견을 매우 존중한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14	결혼 후에 여자는 가장생활에 집중해야 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
15	결혼 후 배우자의 빚을 나눌 수 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
16	혼전 성관계를 인정한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
17	사랑한다면 성관계를 해도 된다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
18	성에 대한 이야기 하는 것은 자연스러운 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
19	플라토닉 (무성의) 사랑을 이해하거나 지지한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
20	사랑에 따라 결혼 상황을 달라진다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
21	사랑의 기초 위에서 결혼 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

8.귀하는 성별은?

- ①만자 ②여자

9.귀하는 나이는? ()세

10.귀하는 몇 학년은?

- ① 1학년 ② 2학년 ③3학년 ④ 4학년

11.귀하의 전공은 ?

- ① 이 공학 ②문화 역사과 ③경양학과 ④법학과 ⑤기타

12.귀하는 외동이입니까?

- ①이다 ②아니다

13.대학생들이 연애를 하는 것에 대해 귀하는 어떻게 생각하십니까?

- ① 동의 ②반대 ③ 상관없음

14.귀하는 교재 경험은?

- ① 없음 ② 1번 ③ 2번 ④ 3번 ⑤ 3번 초과

15. 귀하는 어디서 살고 있는?

- ① (大) 도시 ② (小) 도시 ③ 시골

问卷调查

您好！我是在韩国釜庆大学新闻放送专业的留学研究生邵金花，很感谢您在百忙之中抽出时间来做这份问卷调查.

我的论文是关于电视相亲节目对大学生婚恋观是否造成影响，主要以《非诚勿扰》为例，对本问卷调查的回答没有对错，只需要通过平时对电视相亲节目的观看，如实回答就行。我会对您的答案进行保密，通过电脑进行数据分析，不作别的用处.

您诚意的答卷将成为非常珍贵的资料.再次感谢您在百忙之中抽出您宝贵的时间协助本次问卷调.

2018年 10月 4号

联系人：韩国釜庆大学新闻放送学科大学院 邵金花

邮箱：shaojinhua316@naver.com



<그림 3>

※《非诚勿扰》是江苏卫视制作的一档生活服务类节目，由孟非担任主持.节目中有24位单身女生以亮灭灯方式来决定报名男嘉宾的去留，经过"爱之初体验"，"爱之再判断"，"爱之终决选"，"男生权利"等规则来决定男女嘉宾的速配成功.

1. 您经常看婚恋相亲节目吗？

- ① 不看 ② 几乎不看 ③ 不太看 ④ 一般 ⑤ 偶尔看
⑥ 经常看 ⑦ 天天看

2. 您收看过的电视相亲节目有哪些？（多选）

- ①非诚勿扰 ②我们约会吧 ③百里挑一 ④新相亲时代 ⑤其他-----

3. 您收看过江苏卫视《非诚勿扰》吗？

- ①看过 ②没有看过

4. 您现在看《非诚勿扰》的频率大概是？

- ① 不看 ② 几乎不看 ③ 不太看 ④ 一般 ⑤ 偶尔看
⑥ 经常看 ⑦ 每周更新必看

5. 以下是关于《非诚勿扰》相亲节目的满足度的调查，请选出您对以下问题的认同程度。

序号	内容	非常不同意	比较不同意	不太同意	一般	同意	比较同意	非常同意
1	《非诚勿扰》相亲节目满足了我的观看需求	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	我对节目内容及流程很满意	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	对《非诚勿扰》相亲节目的收看，减少了孤独感	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	嘉宾外貌出众（得到视觉享受）	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

6. 以下是对拜金主义价值观的调查，请选出您对以下问题的认同程度。

序号	内容	非常不同意	比较不同意	不太同意	一般	同意	比较同意	非常同意
1	当今社会的拜金现象很普遍.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	现代大多数人都认同拜金现象.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	金钱与人的幸福快乐有直接关系.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	在当代社会，拥有金钱就是地位的象征.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	人生的幸福,很多都是从物质满足开始的.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6	物质上变得丰富,是体现人生成就的一个重要标志.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7	我认为购物时产品的品牌是重要考虑的因素.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8	一味追求金钱会让人道德沦丧.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9	金钱是万能的，可以成为评价一切的首要尺度.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10	想要幸福的生活,人生中需要的东西必须都具备.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11	有必要追求时尚品牌，相互攀比.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12	大众传媒对金钱的大肆宣扬是造成社会出现拜金主义的重要原因.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13	教育缺乏是造成校园里出现拜金主义的重要原因.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14	我希望出生在有钱，有势力的家庭.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

7.以下是对婚恋观认知得调查，请选出您对以下问题的认同程度。

序号	内容	非常不同意	比较不同意	不太同意	一般	同意	比较同意	非常同意
1	我的另一半必须相貌出众.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	我的另一半必须身材出众.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	我的另一半一定要穿着干净.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	我的另一半的身高一定要高.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	我的另一半一定要诚实可靠.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6	我的另一半一定要身体健康.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7	我的另一半一定要和我门当户对.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8	选择对象时考虑对方的户籍（农村或城市）.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9	不能接受裸婚（指在没车，没房，没钻戒，没婚纱，没存款，没婚礼）.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10	房子是结婚的基础.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11	我的另一半要有一定的经济能力.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12	只要异性伴侣有钱就可以忽略彼此的年龄差异.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13	在选择未来另一半的时候，我会非常尊重父母的意见.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14	婚后，女生应该把重心放在家庭生活上，必要的时候牺牲自己的事业.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
15	婚后愿意共同承担一方债务.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
16	赞同婚前性行为.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
17	如果相爱的话，可以发生性行为.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
18	介意另一半的性史.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
19	理解或赞同柏拉图式（无性）的爱情.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
20	专享于爱情，结婚视情况而定.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
21	在爱情的基础上才能结婚.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

8.您的性别是？

- ①男 ②女

9.您的年龄？（ ）岁

10.您的年级是？

- ①大一 ②大二 ③大三 ④大四

11.您的专业是？

- ①理工科 ②文史类 ③经营类 ④法学类 ⑤其他-----

12.您是否是独生子女？

- ①是 ②不是

13.您对大学生恋爱的态度？

- ①赞成 ②反对 ③无所谓

14.您的恋爱经验是？

- ① 没有 ② 1次 ③ 2次 ④ 3次 ⑤ 3次以上

15.您的出生地是？

- ① 城市 ②城镇 ③ 农村

<국문 초록>

리얼리티 데이트 프로그램 시청태도 차이가 대학생의 물질주의 가치관과 결혼관에 미치는 효과 연구 - 중국의 <비성물요>를 중심으로 -

JINHUA SHAO

부경대학교 대학원 신문방송학과

요약

본 연구는 대학생 시청자들을 대상으로 조사하여, 리얼리티 데이트 프로그램 <비성물요>에 대한 시청빈도, 시청 만족도, 물질주의 가치관, 그리고 이런 데이트 프로그램이 대학생들의 결혼관에 얼마나 큰 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 본 연구가 향후 중국의 데이트 프로그램을 다시 규범하고 개선하는데 작은 도움을 주고자 하는데 목적이 있다.

이를 위하여 리얼리티 데이트 프로그램에 대한 문헌연구 결과를 토대로 시청 빈도와 시청 만족도를 독립변인으로, 물질주의 가치관과 결혼관을 종속변인으로 하여 연구문제를 설정하였다.

본 연구의 실증 분석을 위하여 중국 대표적인 리얼리티 데이트 프로그램인 <비성물요>에 대하여 중국 대학생들을 대상으로 325명을 조사하였다. 모두 325부의 설문지가 회수되었는데 <비성물요>를 '전혀 시청하지 않다'라고 응답한 47부를 제외한 287부의 설문지를 토대로 분석을 실시하였다. 설문에 대한 통계분석 방법은 SPSS 25.0을 사용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, T-검증분석을 실시하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, <비성물요>에 대한 시청량에 따라 시청자의 물질주의 가치관(배금주의, 행복의 조건)이 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 중시청자가 경시청자보다 물질주의 가치관(배금주의, 행복의 조건)에 더 큰 영향을 미쳤다고 판단할

수 있다.

둘째, <비성물요>에 대한 시청자의 결혼관(경제적 중시, 외모중시, 사랑중시, 가부장중시, 성 개방성)등이 다섯 가지 유형으로 나타났다. 시청량에 따라 시청자의 결혼관(경제적 중시, 외모중시, 사랑중시)가 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 중시청자가 경시청자보다 결혼관(경제적 중시, 외모중시, 사랑중시)에 더 큰 영향을 미쳤다고 판단할 수 있다.

셋째, <비성물요>의 만족도에 따라 시청자의 물질주의 가치관(배금주의)가 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 만족도 높은 시청자가 만족도가 낮은 시청자보다 물질주의 가치관(배금주의)에 더 큰 영향을 미쳤다고 판단할 수 있다.

넷째, <비성물요>의 만족도에 따라 시청자의 결혼관(사랑중시, 외모중시, 성 개방성)이 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 만족도 높은 시청자가 만족도가 낮은 시청자보다 결혼관(사랑중시, 외모중시, 성 개방성)에 더 큰 영향을 미쳤다고 판단할 수 있다.

위에 같은 검증결과를 통해서 리얼리티 데이트 프로그램의 시청빈도와 시청 만족도는 향후 방송업계에서 중국방송국뿐만 아니라 한국방송국에도 데이트 프로그램을 다시 규범하고 개선할 때 사용될 수 있는 작은 지침을 제공할 수 있을 것이다.

키워드: 리얼리티 데이트 프로그램, 시청빈도, 시청 만족도, 물질주의, 결혼관