

미디어 리얼리티의 담화작용과 언어구조의 특성에 관한 연구

함현*

*청운대학교 방송영상학과

e-mail: poparts@chungwoon.ac.kr

A Study on the Structure of Discourse with Visual Language on Media Reality

Hyun Hahm*

*Dept. of Broadcasting & Digital Media, Chungwoon University

요약

인간의 경험에 대한 지각은 다양하다. 일차원적인 직접 경험에 대한 것은 확신의 문제이다. 또한 보편적인 다른 경험은 알게 되면서 인식하는 또 다른 경험의 결과이다. 미디어에서 또한 리얼리티의 담화작용을 통해 수용자에게 경험에 대한 인식과 가치를 제공하고, 새로운 간접 경험에 대한 경험을 재현을 통해서 그 의미를 전달하고 있다. 그러므로 본 연구에서는 리얼리티의 담화작용과 의미전달에 있어서 수용자의 믿음적 상징체계의 특성과 사회문화적 현상을 고찰하고자 한다.

1. 들어가며

인간이 삶을 영위하는 과정에서 중요한 부분을 차지하고 있는 것은 경험이다. 그렇다면 경험의 의미는 무엇인가? 보편적으로 경험은 실제 체험을 통해 얻어지는 확신의 문제이며, 이러한 경험이 가져다준 확신의 문제는 사실적으로 알게 되는 직접 경험에 대한 결과이다.

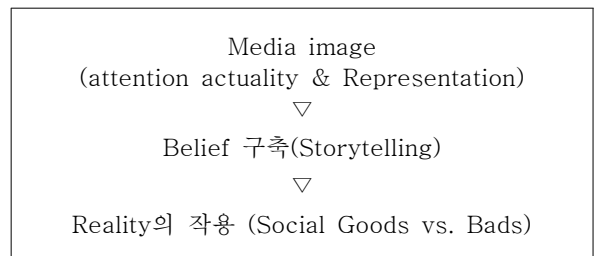
그러나 경험된 것과 체험된 경험의 의미를 해석하는데 있어서 모호한 간극이 존재한다. 인간은 경험을 통해서 확신을 얻게 되고, 경험이 가져다준 확신의 문제는 사실적 경험에 대한 결과로 고정불변의 특성을 갖고 있다고 가정해 본다면, 사실의 문제는 정말로 알고 있는 것이고, 참으로 알고 있는 것은 실재, 즉 리얼리티의 의미로 귀결되는지 그 의미를 진단해 보아야 할 것이다.

그러므로 본 연구에서는 미디어에서 표출되고 있는 리얼리티의 담화작용과 언어의 구조적 특성을 살펴보고, 그 의미와 내용전달에 따른 메시지 전달의 특성에 대해 살펴보고자 한다.

2. 연구모형의 설계

본 연구에서는 미디어의 이미지가 수용자에게 사실적 재현에 대한 시각적 믿음을 구축하고, 스토리

텔링을 통해서 믿음을 구축하여, 그러한 결과들이 우리 사회문화의 작용이 긍정적 또는 부정적으로 작용한다는 연구의 가설을 통해 다양한 현상을 규명하고자 한다.



3. 이론적 논의

3.1. 리얼리티의 실재

리얼리티의 문제는 실재와 재현에 따른 구축관계의 문제 또는 상관관계로 귀결된다. 미디어에서 표출되고 있는 리얼리티의 특성은 환영적이다. 리얼리티의 환영(illusion of reality)은 시각망막중심주의에 길들여진 수용자에게 영상을 감각적, 상징적, 지각적, 표상적 등 다양한 의미를 전달하고 있다. 결국 리얼리티의 환영은 시각적 믿음을 생성하는 주체로써 강력한 영향력을 행사하고 있다는 점이다. 또한 리얼리티의 환영은 미디어의 선전활동과도 같은 역

할을 한다. 예를 들어 미디어의 영향력은 실재와 허구에 대한 간극이 무너지고 사실적 재현이라는 리얼리티의 표상이 전지구적으로 확산되고 있는 추세이다. 그러나 최근 리얼리티에서 담아내고 있는 믿음의 상징체계는 그 의미의 본실이 상실되고 있는 추세이다.

3.2. 리얼리티의 담화작용

리얼리티의 담화작용은 언어의 구조적 특성과 같이 언어적 구성단위로서 개념을 제시하고 의미를 전달하는 과정이라고 말할 수 있다. 리얼리티의 언어적 특성은 지시대상에 대한 규칙성 또는 역동적인 구조에 따른 다변적인 효과가 나타나고 있다.

리얼리티의 담화작용은 그 지시대상에 대한 메시지를 전달하는 것이 일차원적인 시도이다. 그러나 메시지는 개인적이며, 그 약호는 집단적인 특성과 의도된 것이며, 의도된 것이다 [1].

리얼리티의 담화작용, 즉 메시지의 전달이 자의적이고 강제적임에도 불구하고 그 약호의 작용이 더욱더 강화되는 측면은 구조적 모델이 신화적인 믿음의 상징체계가 작용하기 때문이다. 미디어의 리얼리티는 현실적인 이미지를 통해 내용 전달에 따른 믿음을 구축하는 상징체계를 갖고 있다. 또한 이러한 접근 방식은 불연속적인 실체들이 변증법적으로 집합되어 약호의 작용을 하고 있다는 점이다. 한마디로 미디어에서 표출되고 있는 리얼리티의 담화작용은 수용자에게 체험의 경험적 측면에서 그 의미를 소통하고 있다.

3.3. 미디어와 리얼리티의 '장'

미디어에서 다루고 있는 리얼리티는 수용자와 끊임없이 소통하고, 그 영향력은 사회문화적 '장'을 형성해나가고 있는 있다. 그러나 리얼리티의 수용과정을 살펴보면 자기욕구를 충족하거나 혹은 자발적이기 보다는

언표 효과 행위인 말하기를 통해서 무엇인가를 행하는 것, 즉 놀라기, 유혹하기, 믿기 등의 발화행위를 통해 [2] 강제적인 장을 형성하고 있다는 점이다.

미디어가 발화하고 있는 리얼리티의 장은 의도된 행위에 따른 소통 구조의 시각적 기능으로서의 장을 형성하고 있다. 그러나 이러한 미디어에서 표출되고 있는 리얼리티의 장은 급속한 생성과 소멸의 반복적인 현상으로 드러나고 있다. 그러나 그럼에도 불구하고

하고 리얼리티의 재현에 의한 장은 현실적 재현에 대한 또는 경험에 대한 구체적인 장을 형성하지만, 때로는 매력적이고, 오락적이고, 정보적이고, 다양한 복잡성의 상징들이 젊은 수용자 층으로 확대되고 있는 현상은 괄목할 만한 대상이다.

4. 결론

이상과 같이 살펴본 결과, 인간의 직접 경험에 대한 사항이 미디어의 리얼리티를 통해서 체험된 경험의 장을 제공하고 있다. 그러나 미디어에 의한 체험된 이미지의 간접적 작용이 수용자에게 담화작용으로 표출되는 것은 미디어의 의도된 메시지의 수용결과일 뿐이다.

결국, 미디어 리얼리티의 경험적 가치의 제공은 환영성에서 비롯된 수용자의 지나친 믿음의 상징체계에서 비롯된 환영의 장으로 확장되고 있는 상황일 뿐이다. 그러므로 미디어 리얼리티의 시각적 믿음과 상징체계가 우리사회에 미치는 사회문화적 현상의 맥락을 되짚어 보아야 할 것이다.

참고문헌

- [1] Ricoeur Paul(1976), 『Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning』, 김윤성, 조현범 옮김(1997), 『해석이론』, 서광사, pp.25-26.
- [2] Ricoeur, 위의책, p.48.