

# 리얼리티 TV의 사회문화적 현상에 대한 고찰

함 현\*

\*청운대학교 방송영상학과

e-mail: [poparts@chungwoon.ac.kr](mailto:poparts@chungwoon.ac.kr)

## A Study on the Social & Cultural aspect of Reality TV

Hyun Hahm\*

\*Dept. of Broadcasting & Digital Media, Chungwoon University

### 요 약

미디어 문화는 대량 생산과 거대한 수용자 집단을 구성하고 있으며, 대중의 일상성의 문화로 자리매김 하고 있는 특징을 갖고 있다. 그러나 리얼리티 TV는 대량생산과 확산에 따른 다양한 사회문화적 현상을 야기하고, 비판적 견해도 따르고 있다. 그러므로 본 연구에서는 리얼리티 TV에 대한 재해석의 필요성이 요구됨을 인식하고, 이를 바탕으로 사회문화적으로 미치는 영향에 대해 고찰하고자 한다.

### 1. 서론

미디어 문화를 이끌어 가는 텔레비전 매체는 다양한 사회문화적 현상을 야기하고, 그 논의의 대상으로 끊임없이 문제제기가 거듭되고 있다. 텔레비전의 탄생과 더불어 시작되어온 미디어 문화의 논쟁은 수용자를 둘러싼 대중문화의 관점에서 다각화된 연구가 시도되고 있다. 또한 미디어 문화의 전 지구적 확산은 자본주의 시장 구조의 상업적 성격과 유사한 특징을 갖고 있다. 이에 따른, 미디어 문화는 생산자와 소비자 간의 교환가치의 중요성은 결여되고, 대량생산과 유통구조는 마치 그물망적인 확산으로만 전략하고 있다.

최근 그물망적인 구조처럼 확산되고 있는 리얼리티 TV는 미디어 문화를 이끌어 가는 상징체계와도 같다. 또한 리얼리티 TV는 새로운 상품을 판매하기 위한 전술과도 같이 장르간의 혼용으로 새로움을 더해가고 있는 추세이다. 즉 장르간의 이질적인 요소들을 서로 융합하고, 그 속에서 다양성을 추구하고 있는 시점에서, 수용자들에게는 골라보는 재미를 부여하는 장르로 발전되고 있다.

그러나 1930년대 프랑크푸르트학파의 비판적 커뮤니케이션 연구를 통한 문화 분석과 대중문화에 관한 수용자의 연구와 비판이론가들이 대량으로 유통되는

모든 문화적 제작물들을 산업적 생산이라는 맥락에서 분석한 [1] 내용들은 지금 리얼리티 TV의 확산과 미디어 문화의 비판적 견해와 같은 맥락을 함께 하고 있다. 결국 리얼리티 TV가 대량생산되어 지고 있는 상황에서 거대한 수용자를 대상으로 확산되고, 우리의 일상성의 문화로 자리매김하고 있다. 이러한 상황에서 그 의미를 올바르게 인식하고, 해석하는 과정은 매우 중요한 의미를 갖고 있다. 그러므로 본 연구에서는 리얼리티 TV의 무분별한 확산에 따른 문제의식을 바탕으로 그 의미를 재해석하고, 미디어 문화의 사회문화적 현상의 재배치적 사고의 필요성을 인식하고, 살펴보고자 한다.

### 2. 이론적 논의

#### 2.1. 리얼리티 TV

리얼리티 TV의 출현과 발전은 미디어 문화의 새로운 지표를 설정하는 계기를 마련하였다. 또한 다양한 장르간의 혼용으로 발전된 리얼리티 TV는 지구적으로 확산되었고, 지금은 포화상태까지 이르렀다. 결국 리얼리티 TV는 빠른 시간에 성장 발전한 장르임에 틀림없다.

그러나 리얼리티 TV의 장르 해석을 내리는 것은 단순하지만은 않다. 왜냐하면 리얼리티 TV에 대한

일반적인 해석은 다큐멘터리와 같은 실제적 상황에 대한 현실 세계의 모습을 담아내는 것으로 착각되어 지기 때문이다. 리얼리티 TV는 인기 있고 사실적인 다큐멘터리의 성격을 띠고 있으며, '사실'을 표현하는데 있어서 재미있고, 오락적이고, 정보적인 내용들이 젊은 세대들에게 어필되고, 사회적 또는 정치적 이슈에 대한 대응들이 경험적으로 어필되고 있다 [2].

또한 리얼리티 TV에 대한 힐(Hill)의 해석은 정보와 오락, 다큐멘터리와 드라마의 경계 선상에서 유명하고, 사실적인 텔레비전으로 불리고 있다고 해석하고 있다 [3]. 이는 리얼리티 TV가 장르의 혼용에서 비롯된 새로운 장르이며, 그 표현 방식에 있어서 리얼리티의 현실성을 표방하고 있을 뿐, 본질적으로는 엔터테인먼트를 기본으로 하고 있다 [4]. 그러므로 리얼리티 TV는 다큐멘터리 양식을 채용하여 사실적으로 표현하지만, 마치 쇼 프로그램과 같이 엔터테인먼트적 성향이 강한 장르로 해석하는 것이 바람직할 것이다.

## 2.2. 리얼리티 TV의 성공요인

리얼리티 TV의 성공적 사례로 평가 받고 있는 작품은 1992년 미국 MTV의 'The Real World'라는 작품이다. 이 작품은 뉴욕의 하우스에 배우가 아닌 일반 사람이 출연하고, 연출되지 않은 출연진의 모습을 담아낸 프로그램 [5]으로 일상성의 문화를 리얼리티하게 담아내어 성공한 작품이다. 그 결과 이 프로그램은 수용자의 반응을 적극적으로 유도하고, 일반 출연진의 모습이 새롭게 표현된 상징적인 의미를 갖고 있다.

또 다른 리얼리티 TV의 성공요인은 새롭다는 상징체계를 갖고 있다는 점과 장르간의 융합과 다양성을 추구하는 그물망적인 구조로 확장된다는 점이다. 아울러, 리얼리티 포맷을 제작하는데 있어서 직접비용의 절감, 쉽게 해외로 판권은 팔기기 용의하고, 전문적인 배우의 연기와 대본이 필요하지 않은 장르로 발전되었다는 점이다 [6].

결국, 리얼리티 TV의 성공 요인을 종합적으로 분석해 보면, 다른 장르에 비해서 재화의 용역으로서 그 가치가 높고, 누구나 쉽게 접근하고 시청 할 수 있는(free-for-all) 기회를 제공한다는 점이다. 또한 다양한 포맷의 구성과 정보오락(infortainment)의 엔터테인먼트의 기능을 수행하고 있다는 점이다 [7].

## 2.3. 리얼리티 TV의 이중적 텍스트 구조

최근 리얼리티 TV는 다양성을 추구하고 있다. 결국 리얼리티 포맷의 특징에 따른 결과로 추론 할 수 있다. 리얼리티 TV는 하나의 서브 장르로 다양성이 표출되고 있으며, 대표적인 장르로 게임다큐멘터리, 데이트 프로그램, 라이프스타일 프로그램, 다큐 쇼, 법정 프로그램, 리얼리티 시트콤 등 일반적이고 평범한 사람들이 텔레비전에 출연한다는 점이다 [8].

그럼에도 불구하고 리얼리티 TV는 사실적인 내용만으로 이야기 구조를 전개하는데 있어서 확장성의 한계가 표출되고 있다. 하나의 프로그램이 사실적(realistic)으로 여겨질수록 그 프로그램은 더욱 믿을 만하고 재미와 인기를 얻는 반면, 리얼리즘의 양식 또한 인위적인 구성물 [9]로 평가 되고 있다는 점이다. 그러므로 리얼리티 TV의 이중적 텍스트 구조는 사실적 내용을 담아내고 연출되어진, 즉 선택되어진 이야기 구성의 이중적인 상황이 교차되고 있다.

## 2.4. 리얼리티 TV의 사회문화적 현상과 해석

리얼리티 TV가 하나의 텍스트로 소비되어지는 과정에서 작용하는 상징적인 가치와 해석에 대한 불균형적인 관계는 서로 다른 사회문화적 현상으로 해석된다. 미디어가 텍스트로 소비되어지는 과정과 현상에 대한 논의와 다양한 연구의 시도는 단순한 텍스트의 소비 과정에 주목하기 보다는 미디어 문화로 파급되는 수용자와의 연관성에 의해서 해석되기 때문이다.

리얼리티 TV의 확산에 따른 미디어문화의 구조는 사회문화적으로 그 유형 또는 경험의 현상들이 복잡성을 띠고 있다. 즉, 리얼리티 TV의 소재와 내용이 사실적인부분도 있지만, 연출되어진 새로운 이야기를 표출하고 있다는 점이다. 또한 리얼리티를 표방한 꾸며진 이야기의 재구성을 통해 혼동되고 있다는 점을 감안한다면, 리얼리티 TV의 재해석을 통해 사회문화적 현상에 대한 올바른 인식이 요구된다.

## 3. 결론

이상과 같이 살펴본 결과, 리얼리티 TV의 확산에 따른 미디어문화의 올바른 인식과 재해석이 요구된다. 리얼리티 TV의 소재와 내용이 포화상태로 전개되면서, 미디어 문화와 사회문화적 현상에 대한 올바른 인식이 요구된다. 리얼리티 TV의 사실성과 진실성의 문제의식은 수용자에게 현실성을 반영하는데

있어서 중요한 역할을 한다. 또한 리얼리티 TV가 현실적 상황을 묘사하는데 있어서 변질되어지고, 쇼 프로그램과 같이 전락되어지는데 있어서 그 의미와 현상을 재해석하는 계기가 마련되어야 할 것이다.

**참고문헌**

[1] Kellner Douglas(1995), 「Media Culture」, c/o Routledge, London, 김수정, 정종희 옮김(1997), 새물결, p.62-63.

[2] Roscoe, Jane(2001), 'Big Brother Australia: performing the 'Real' Twenty-four-Seven', International Journal of Cultural Studiec, 4, 1"473-88, Hill Annette(2005), 「Reality TV: audience and popular factual television」, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, p.171, 재인용

[3] Hill Annette(2005), 「Reality TV: audience and popular factual television」, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, p.2.

[4] Andrejevic Mark(2004), 「Reality TV: The Work of Being Watched」, Rowman & Littlefield Publishers, Inc, Lanham · Boulder · NewYork · Toronto · Oxford, p.65.

[5] Huff, Richard M(2006), 「Reality Television」, Westoprt, Connecticut, London, p.42.

[6] Murray Susan & Ouellette Laurie(2004), 「Reality TV: Remaking Television Culture」, New York University Press, New York & London, p.7.

[7] Hill, 위의책, p.14

[8] Murray & Ouellwte, 위의책, pp.3-4.

[9] 존 피스크 · 존 하틀리(1978), 이익성 · 이은호 옮김(1994), 「TV읽기」, 현대미학사, pp.174-175.