

# TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션에 관한 연구

## - 이미지 형성 요인을 중심으로 -

김 미 현\*

중앙대학교 패션디자인전공 부교수\*

### 요 약

본 연구는 TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 특성을 이미지 형성 요인으로 살펴보고자 한다. 첫째, TV 뉴스와 앵커 그리고 비언어적 커뮤니케이션에 관한 이론적 고찰을 통하여 연구의 방법론을 모색한다. 둘째, 이미지 형성 요인 관점에서 TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례를 인지적, 정서적, 행위적으로 구분하여 특성을 살펴본다. 셋째, 비언어적 커뮤니케이션에 따른 시각적 이미지 특성을 고찰한다. 본 연구의 결론은 다음과 같다. 첫째, 비언어적 커뮤니케이션의 유형은 연구자의 시각에 따라 다양하게 구분되고 있으나, 본 연구에서는 기존의 선행연구를 바탕으로 패션디자인 영역의 관점에서 이를 인지적 커뮤니케이션, 정서적 커뮤니케이션, 행위적 커뮤니케이션으로 분류하였다. 둘째, 인지적 커뮤니케이션에서 의상과 장신구의 연출은 뉴스 내용과 유사 상황의 반복이면서 연속적이어서 시청자들에게 의사 전달을 효과적으로 하게 한다. 정서적 커뮤니케이션은 표정, 응시행위, 시선처리를 통한 표현 행위에 따라 조절되어 그 설득 효과를 높이고 앵커의 전문적이고 능숙한 인상을 형성하여 신뢰감을 높일 수 있다. 행위적 커뮤니케이션은 서있는 자세나 스튜디오 공간 이동을 통해 뉴스 전달 내용을 박력 있게 반복하여 사실감과 현장감을 높이는 카리스마를 주어 메시지 수용에 영향을 미친다. 셋째, 정확한 내용의 전달과 신뢰도의 영향이 큰 TV 뉴스 앵커의 비언어적 커뮤니케이션은 언어적 커뮤니케이션과 함께 작용하여 뉴스 내용을 보완하고 강조하는 역할을 하며 뉴스의 신뢰도와 중립성, 선호도, 전문성 등에 영향을 끼친다. 이에 따라 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션은 한 가지만 사용할 때보다 복합적으로 행해질 때 의사 전달하는데 있어 신뢰와 믿음을 가지는 하나의 총체적 커뮤니케이션이라 할 수 있다.

주제어 : TV 뉴스, 여성 앵커, 비언어적 커뮤니케이션, 이미지 형성 요인

\*교신저자: 김미현, [f\\_art@cau.ac.kr](mailto:f_art@cau.ac.kr)

접수일: 2017년 10월 25일, 수정논문접수일: 2017년 11월 21일, 게재확정일: 2017년 12월 11일

## I. 서론

최근 뉴미디어인 인터넷, 모바일, SNS 등을 통한 정보전달이 용이해지면서 이러한 미디어 환경 변화에 따라 인터넷을 기반으로 한 모바일 중심의 정보전달 비중이 높아지고 있다. 그러나 대표적 대중매체라 할 수 있는 TV 매체의 뉴스는 사건과 사고 같은 사회적 이슈를 앵커가 생동감 있게 전달하는 영향력을 가지고 있다. 또한 TV는 방송 매체로써 목소리와 이미지 영상을 함께 공유하기 때문에 다른 매체보다 비언어적 전달력이 높은 장점을 가지고 있다. 그리고 HD TV에서 UHD TV로의 방송 서비스의 전환에 따라 시각적 이미지가 강조되는 TV 프로그램에서는 시각적 변화에 대응해야 하는 필요성이 부각되고 있다. 특히 신뢰성과 정확성이 강조되는 TV 뉴스에서 뉴스 내용을 전달하는 앵커의 분장, 헤어, 의상과 손동작, 얼굴 표정, 외모 등의 시각적 이미지는 상징하는 바가 크다.

이에 따라 본 연구에서는 TV 뉴스에서 여성 앵커의 뉴스 전달시 보이는 다양한 표정, 제스처, 의상, 헤어, 자세, 신체적 접촉 공간 등의 비언어적 커뮤니케이션 요소들이 뉴스 내용에 따라 어떻게 표현되는지 이미지 형성 요인 관점에서 분석하고자 한다. 패션 관점에서 여성 앵커에 관한 선행연구는 Ryu(2014), Lee(2016)가 TV 뉴스 앵커의 의상, 메이크업, 헤어스타일, 패션 스타일링 관점으로 분석한 이미지 메이킹에 관한 연구가 있다. 또한 Kwon(2010), Lee(2007)의 비언어적 커뮤니케이션에 관한 선행연구는 방송 매체의 정보 서비스 관점에서 비언어적 커뮤니케이션이 뉴스의 신뢰도와 충성도에 미치는 영향에 관한 연구가 주를 이루고 있다. 이에 본 연구에서는 패션의 관점에서 TV 뉴스 여성 앵커가 뉴스 전달시 나타내는 비언어적 커뮤니케이션 요소들을 추출 및 분류하여 여성 앵커의 이미지를 형성할 수 있는 요인을 주요 뉴스의 내용에 따라 분석하고자 한다. 본 연구는 연구

범위를 의상에 국한하지 않고 액세서리, 헤어스타일, 장식, 패션 에티튜드 등으로 확장하여 총체적 스타일링 관점에서 분석하고자 한다.

본 연구의 내용은 다음과 같다. 첫째, 비언어적 커뮤니케이션, TV 뉴스 앵커의 개념과 역할, 이미지 형성 요인에 관한 이론적 고찰을 통하여 연구의 방법론을 모색한다. 둘째, TV 뉴스를 헤드라인 이슈로 구분하여 여성 앵커 의상 사례를 이미지 형성 요인 관점에서 분석한다. 셋째, TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션을 통하여 언어와 함께 종합적 커뮤니케이션으로서의 기능을 이미지 형성 요인 별로 분류하여 뉴스 전달력, 전문성, 친밀성, 신뢰성 등으로 그 특성을 도출하고자 한다.

본 연구의 방법은 이론적 고찰과 사례 분석 고찰을 병행한다. 이론적 고찰을 위하여 전문서적과 인터넷 자료 그리고 선행연구를 고찰하고, 뉴스를 전달하는 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션을 이미지 형성 요인 관점에서 분석한다. 사례고찰의 연구 대상은 TV 공영 방송사인 KBS 뉴스 앵커로 하고, 남성 앵커는 비언어적 커뮤니케이션의 시각적 요소 선택에 있어서 제한적인 면을 고려하여 본 연구는 여성 앵커로 그 범위를 한정한다.

KBS는 지상파 방송사 중에서 전통적인 공영방송으로 상업 방송사와는 구별되는데, 시사주간지 『시사저널』이 2012년 실시한 설문조사에서 KBS는 가장 신뢰하는 언론매체로 조사되었다. 또한 ‘한국기자협회’의 조사에서는 가장 영향력 있는 언론매체로 KBS가 56.1%로 조사되었다. 이에 본 연구에서는 KBS 뉴스를 중심으로 연구하고자 한다. KBS 메인 뉴스의 경우 매일 저녁 9시에 KBS 1 TV, KBS 제 1, 제 3라디오를 통해 동시에 생방송으로 진행되는 한국방송공사의 뉴스 프로그램이며, 긴급뉴스와 특집뉴스는 상황에 따라 방송 시간이 변경되어 특집 KBS 9시 뉴스로 방송된다. 2005년 1월 1일 평일과 주말 뉴스로 개편 분리되었다.

본 연구에서는 연구대상을 여성 앵커로 한정하였으며 2014년 이현주 앵커(2012년 7월 16일-2014년 12월 31일 진행)와 2015년-현재의 김민정 앵커(2015년 1월 1일-현재)로 하였다. Choi(2003), Kang(2015)의 연구에 의하면 시청자들은 TV 뉴스 선택 시 앵커의 영향을 받으며 남성 앵커에게서는 신뢰성을 여성 앵커에게서는 외모 즉 스타일을 중요하게 여기는 것으로 나타났다. 사회 변화에 따라 TV 뉴스는 남성 앵커 주도로 진행되었으나 점차 여성 앵커의 진행 비중이 높아지고 있는 추세이다. 여성 앵커와 관련된 선행연구들은 여성 앵커의 패션 이미지나 메이크업이나 헤어와 같이 외형적 관점의 이미지 스타일링에 관한 연구로 국한되어 있으므로 여성 앵커의 뉴스 진행 비중의 중요성이 강조되고 프로그램에 따라 메인 혹은 단독 진행이 늘어가고 있는 상황을 반영하여 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션에 관한 연구가 필요하다고 사료된다.

연구범위는 최근 3년간(2014년-2016년) 공영방송 KBS 평일 9시 뉴스에서 헤드라인으로 다루어진 국내·외적 주요 뉴스를 헤드라인 뉴스 구성에 따라 정치, 경제, 사회, 문화로 분류하여 사례 고찰을 진행한다. 예를 들어 2014년-2016년 KBS 9시 뉴스의 헤드라인 중에서 정치 뉴스는 박근혜 대통령 관련 뉴스가 퇴진, 탄핵, 촛불집회 등의 기사로 가장 많은 횟수로 보도되었으며, 경제 뉴스는 2014년-2016년 매해 11월-1월 사이에 구제역과 AI가 보도되었다. 사회 뉴스에서 주요 뉴스로는 세월호 관련 뉴스가 조사기간 2014년 4월 16일부터 2016년 12월 31일까지 가장 많이 주요 뉴스로 다양한 관점에서 보도되었다. 문화 뉴스는 2016년 올림픽 기간 내에 개막식, 메달소식, 폐막식 등의 관련 기사가 헤드라인으로 가장 많이 보도되었기에 조사 및 선정하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 비언어적 커뮤니케이션의 정의 및 기능

Hall(1959/2013)은 비언어적 커뮤니케이션 분야를 체계화하였으며, 구·문어적 커뮤니케이션을 제외한 비언어적인 외적 자극은 미소와 같은 표정, 시선, 신체 접촉, 자세, 제스처, 공간에서 이루어지는 행동, 옷차림새, 음성과 관련된 유사언어 등을 포함한다고 정의하였다. Chu and Lee(2013)의 연구에 따르면 언어와 문자로 표현되는 언어적 커뮤니케이션에 비언어적 커뮤니케이션적 표현이 동시에 이루어지면 언어적 단독 표현보다 쉽게 내용 전달이 가능하기 때문에 커뮤니케이션 과정에서 중요한 요소로 작용할 수 있다. 이것을 행위의 형태로 Harrison(1974)의 분류에 의하면 비언어적 커뮤니케이션의 요소는 얼굴의 표정, 제스처, 신체의 움직임에 의한 행위의 행위적 코드와 사물 언어처럼 옷이나 화장, 가구배열 등 인간의 인위적 행위인 인공적 코드, 커뮤니케이션의 시간적, 공간적 상황에 의한 행위인 상황적 코드, 커뮤니케이션 매체 내부에서 정보를 선택하고 버리는 방법인 매개적 코드로 나누어 설명할 수 있다. 이러한 의미에서 볼 때 비언어적 커뮤니케이션은 언어적 요소를 제외한 비언어적 커뮤니케이션의 송신자나 그 주위 환경에 의해 야기된 자극을 포함하는 개념이라고 할 수 있다.

커뮤니케이션의 기능은 언어적 커뮤니케이션을 통해 인지적 정보를 전달하고 비언어적 커뮤니케이션을 통해 정서적 정보를 전달하는 것이라고 할 수 있는데(Jeon, 1985), 특징적인 내용을 전달하는데 있어서 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션을 함께 전달하면 신뢰와 믿음을 줄 수 있다. 이러한 비언어적 커뮤니케이션은 언어적 메시지의 반복, 강조, 대체, 조절, 보완, 상반하는 기능을 한다(Ekman, as cited in Lee, 2007). 비언어적

커뮤니케이션의 기능에서 언어적 메시지의 반복은 언어적으로 반복하는 기능을 반복하는 것으로, 숫자 3을 말하고 손가락 3개를 펼치는 행동이 이에 속한다. 강조 기능은 언어적 메시지나 다른 비언어적 메시지를 강조하는 기능으로 연설 도중 강조하기 위한 내용에서 주먹을 쥐어서 올리든지 책상을 치는 행동이 있다. 대체는 언어적 메시지를 대체하는 기능으로 동의나 긍정의 의사를 대안으로 하지 않고 고개를 끄덕이는 행동이 그 예이다. 조절은 언어적 커뮤니케이션의 흐름을 조절하는 기능으로 상대방과 커뮤니케이션하는 상황에서 시선을 마주치거나 피하는 행위가 사용된다. 보완은 언어적 메시지를 수정하거나 확대하면서 보완하는 것으로 ‘네’라고 대답하면서 동시에 머리를 끄덕이는 것은 긍정적 의견의 대답을 보충하는 기능을 하는 것이다. 상반 기능은 언어적 메시지와 상반되는 역할로 언어적 메시지와 비언어적 메시지가 상반되는 상황을 말한다.

비언어적 커뮤니케이션은 상황을 효과적으로 전달하고 신뢰도가 높고 복잡적이고 연속적이며, 인상을 형성하는 특성을 가진다. 언어적 커뮤니케이션은 정보나 아이디어를 전달하는 행위인 반면에, 비언어적 커뮤니케이션은 인간의 감정이나 태도 또는 의식적, 무의식적으로 표현하고 상호작용하는 커뮤니케이션이라는 점에서 상황을 효과적으로 의사 전달한다(Jeon, 1985). 통제가 가능한 언어적 커뮤니케이션에 비해 비언어적 커뮤니케이션은 통제가 쉽지 않아 신뢰도가 높다고 할 수 있다. 비언어 행위라 할 수 있는 몸짓, 억양, 크기, 손동작, 표정 등이 한 번에 그치는 것이 아니라 언어적 커뮤니케이션(Littlejohn & Foss, 2005/2007)과 함께 반복적이고 연속적으로 이루어지 때문에 복잡적이고 할 수 있다. 그리고 커뮤니케이션 행위는 전달자의 언어적·비언어적 커뮤니케이션 표현 방법에 따라 인상을 형성하는 특성을 가진다.

## 2. TV 뉴스에서 여성 앵커의 역할

TV 뉴스는 새로운 소식을 전해주는 방송 프로그램으로 인간의 다양한 정보 욕구를 충족시켜 주는 미디어 매체로서 흥미 있는 사건이나 사실을 설명하는 것이다. 뉴스는 특정 사건을 이해하는 특정 시대의 보편적인 인식을 기반으로(Tuchman, 1978), 앵커의 목소리로 이슈관련 이미지 영상을 소개하여 그 이해를 돕는다. TV 뉴스에서 제공되는 시각적 요소들은 다른 매체와 차별화되며, 정보의 가장 중요한 구성요소로 인식되는 방송 영상 이미지로 시청자들의 감성을 자극하는 특징을 가지고 있다(Schuneman, 1996). 이와 같은 TV 뉴스에서 앵커는 시청자들에게 보도 내용을 전달할 때 개성과 친근감을 통해 전문성을 갖춘 이미지로 공신력과 신뢰도를 높이는 역할을 한다.

국내 뉴스의 시작은 1953년 정부에서 제작하여 상영하기 시작한 ‘대한 뉴스’이고, TV 뉴스 프로그램은 1956년 시작되었는데, 이때 뉴스 프로그램의 형식은 아나운서 또는 해설위원이 직접 기사를 읽어 주거나 해설하는 방식이었다. 현재 국내 TV 뉴스는 정보 프로그램으로 지상파인 방송사 KBS, MBC, SBS와 뉴스 전문 채널인 방송사 YTN 그리고 종합편성 채널인 방송사 JTBC(중앙일보), TV조선(조선일보), 채널A(동아일보), 연합뉴스TV, MBN(매일경제)에서 방송되고 있다. TV 뉴스를 방영하는 방송사들은 시청자들에게 알려지지 않은 시사성이 있는 새로운 소식을 전달하는데, TV 뉴스는 기자들이 취재한 뉴스 내용을 압축해서 앵커가 전달하는 불렛 뉴스(bulletin news), 기자들이 취재한 내용을 가지고 전문가의 의견을 포함하여 말하는 뉴스해설, 우발적으로 발생한 사건이 아닌 사회 구조적 문제 또는 외형적으로 알려진 것 외의 사건을 취재하여 보도하는 심층취재, 방송국 밖에서의 실황을 방송국이 중간에서 받아 현장의 실황을 바라보며 캐스터가 중계하는 현장중계방식의

보도로 구성된다.

뉴스를 진행하는 사회자는 뉴스를 읽기만 하는 아나운서, 뉴스를 읽으면서 해설을 덧붙이는 뉴스 캐스터, 뉴스의 해설과 논평을 곁들이는 앵커로 구분된다(Lee, 2004). TV 뉴스를 진행하는 앵커(anchor)는 ‘앵커맨(anchor man)’ 또는 ‘앵커우먼(anchor woman)’의 준말로 뉴스를 읽고, 분석하고, 코멘트하고, 인터뷰하는 텔레비전 뉴스 진행의 전담자이다(Lee, 2016). TV 뉴스에서 앵커는 사건과 사고를 목소리와 이미지 영상으로 시청자에게 간략하고 쉬우면서 빠르게 이해시켜 주는 전달자 역할을 한다.

이처럼 TV 뉴스에서 앵커는 다양한 뉴스 소재에 대한 기자들의 심층적인 현장 보도를 전달하면서 인터뷰, 해설, 논평을 진행하고 직접 보도 현장에서 뉴스를 전달하기도 한다. 뉴스 앵커는 보도자의 차원을 넘어 인터뷰어(interviewer), 해설자, 비평가와 보도기자까지 겸하는 뉴스 프로그램의 모든 과정을 통괄하는 책임자 역할을 한다(Lee, 2004). 특히 TV 뉴스의 앵커는 방송사의 이미지를 대표하는 영향력을 가진다고 할 수 있기 때문에 언론인으로서 그 자질과 역량이 크다고 할 수 있다. 이에 따라 TV 뉴스 앵커는 시청자들에게 뉴스 보도 내용을 정확하게 보도할 수 있는 전달력과 공정성을 바탕으로 뉴스의 공신력을 높이고 앵커의 전문성을 갖춘 이미지로 신뢰도를 높일 수 있어야 한다. 하지만 최근 여성 앵커의 비중이 높아지게 되면서 여성 앵커는 TV 뉴스 프로그램에서 중요한 영향력을 가지게 되면서 앵커의 전달능력, 전문성, 신뢰도, 이미지, 외모, 친밀함을 높이기 위한 시각적 이미지 연출이 중요해지고 있다.

국내 TV 뉴스에서 최초의 여성 앵커는 1983년 MBC 심야 마감 뉴스의 아나운서 박영선, 아침 스포츠 뉴스의 진현숙이 있었으며, KBS에서는 각종 뉴스 프로그램에 신은경, 김미희 외 다수의 여자 아나운서들이 활약하면서 ‘앵커우먼’이라는 용어가 사용되고 있다(Kim, 2008). 1980년대 여성 앵커

의 대거 발탁으로 혼성앵커의 도입이 이루어졌지만 당시 뉴스 진행 점유율이 남성 앵커에 초점에 맞춰졌다면, 차츰 여성 앵커의 역할이 비중을 차지하면서 현재 남녀 앵커가 거의 동등한 뉴스 진행 점유율을 보이고 있다(Park, 2011). 현재 공영방송인 KBS 뉴스 앵커들의 구성을 살펴보면 남녀 혼성 앵커의 비율이 높으며 여성 앵커의 단독 보도 뉴스도 진행되고 있다. 그 예로 경제 뉴스의 조수빈 앵커와 아침 ‘930 뉴스’의 전주리 앵커, ‘글로벌 뉴스’의 김진희 앵커가 단독으로 뉴스 진행을 맡고 있다. 이처럼 현재 TV 뉴스에서 여성 앵커의 구성 비중과 진행 점유율은 남성 앵커와 경쟁 구도로 변화하고 있는 추세이다.

### 3. 이미지 형성 요인의 개념과 분류

이미지는 ‘모방하다’라는 라틴어 ‘이미타리(imitari)’에서 파생한 것으로(Lee, 2007), 대상에 대해 개인이나 집단이 갖는 이미지란 인간이 어떤 대상에 대해 갖고 있는 주관적 지식이자 신념, 인상의 집합으로 인지적 측면뿐만 아니라 감정적, 행동적 측면을 포괄하는 개념이라고 할 수 있다(Yoo, 2013). 이미지란 다른 사람의 관점에서 바라보는 것으로 피상적이고 조작이 가능한 개념이면서 상징적 관계를 의미하며 머릿속에 그리는 주관적 그림을 이미지라고 규정하였다(Yoo, 2013). 이미지를 구분하는 가장 큰 목적과 이유는 효율적인 이미지 관리와 전략과 맞물려 있다. 어떤 대상의 이미지를 개선하고 발전시키기 위해서는 대상을 정확히 파악하고, 어떤 이미지 형성 요인들로 구성되며 이 요인들이 이미지 형성에 미치는 영향을 파악하는 것이 중요하다. 이렇게 형성된 이미지는 대상에 대해 부정적 혹은 긍정적인 태도를 갖게 할 수 있다(Gray & Balmer, 1998).

특히 이미지 형성 통로 중 매스미디어와의 접촉을 통한 요인이 큰 비중을 차지하는 경향을 보이는데(Oh et al., 2003), TV 뉴스에서 앵커의 이미

지를 받아들일 때 정확한 내재적 단서를 파악하기 어렵기 때문에 주로 시각적으로 보이는 외재적 단서에 의존해 이미지를 파악하는 경향이 크다. 기존의 이미지를 긍정적으로 바꾸거나 유지 및 발전시키기 위해서는 이미지 형성에 관한 연구가 필요하다. 그러기 위해서는 대상의 이미지를 형성하는 요인을 유형화하여야 하는데, 이미지 형성 요인은 인지적, 정서적, 행위적 요인으로 구분될 수 있다 (Scott & Paulston, 2004).

인지적 요인은 대상의 속성에 관한 정보를 입수해 형성된 이미지 요인이고, 이미지란 한 감각 대상으로부터 지속적으로 감지된 정보가 재구성된 하나의 이미지라고 할 수 있다(Yoo, 2013). 이처럼 대상의 이미지를 형성하는 것은 인지적(cognitive) 측면에서 이미지를 바라본다는 것이다(Beach, 1998). 예를 들어 TV 방송사에 대한 이미지는 방송사가 가지고 있는 것이 아니라 방송사에 대해 시청자가 가지고 있는 것으로, 뉴스에서 앵커의 이미지는 방송사 차원의 이미지로 확장될 수 있다(Kang, 2015). 그렇기 때문에 TV 뉴스에서 개인 앵커의 이미지는 방송사에 긍정적 혹은 부정적인 영향을 미칠 수 있는 영향력 확대를 의미하면서 조직에도 영향을 미친다.

정서적 요인은 대상에 대한 싫고 좋음의 정도를 말한다. 일반적으로 개개인은 대상이 가지고 있는 상이한 가치, 목표, 특징, 태도에 대해서 긍정적 혹은 부정적으로 반응을 한다(Lee, 2006). TV 뉴스에서 일반적으로 공영 방송사의 중립적 혹은 보수적 이미지에 대한 좋거나 싫음에 대한 인식이나, 종합편성 채널의 TV 뉴스에 대해서 갖는 진보적 이미지에 대한 좋거나 싫음에 대한 인식이 그 예라고 할 수 있다. 이와 같은 정서적 요인은 TV 방송 채널이 갖는 보수, 중립, 진보에 대한 부정적 혹은 긍정적 요소로 나타난다.

행위적 요인은 인지적 요인과 정서적 요인에 근거해 특정 상황에서 나타내는 반응을 말한다(Yoo, 2013). 이는 대상에 대해서 가지는 정서적

요인이 작용하여 인지적 요인을 형성하고 이는 행위적 요인으로 나타난다. 최근 TV 뉴스의 연성화 경향으로 공간을 활용하는 행위적 요인의 영역이 확장되고 있다.

이처럼 이미지 형성에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해서는 인지적, 정서적, 행위적 요인을 유형화하여 그 특성을 파악할 수 있다.

### III. 이미지 형성 요인 관점에서 TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션

본 장에서는 TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례 분석을 바탕으로 이에 따른 이미지 형성 요인을 분류하고 그 특성을 도출하고자 한다. 비언어적 커뮤니케이션은 기본적 범주를 최초로 분류한 Ruesch and Kees(1956)의 연구이후 연구자의 관점에 따라 다양하게 분류되고 있다. 본 연구는 이론적 고찰에서 제시한 다양한 학자의 비언어적 커뮤니케이션 분류를 종합하여 패션 영역에서 이미지 형성 요인의 관점으로 인지적 커뮤니케이션, 정서적 커뮤니케이션, 행위적 커뮤니케이션으로 제시하고자 한다(Dodd, 1982; Kim & Kim, 2014; Ruesch & Kees, 1956). 이때 패션 영역을 인지적 커뮤니케이션 관점에서 의상뿐만 아니라 헤어와 장신구를 포괄하고, 그 외에 표정과 제스처 그리고 앉거나 서는 자세의 상황적 행위언어를 패션 애티튜드(attitude)로서 포괄하고자 한다.

#### 1. 이미지 형성 요인 관점에서 TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 분류

비언어적 커뮤니케이션에 대한 분류는 국외에서 Ruesch and Kees(1956)가 비언어적 의사소통의 기본적인 범주로 기호언어(sign language), 행위언어(action language), 사물언어(object language) 세 가지로 최초로

분류하였다. 기호언어는 수화가 대표적인 예로 제스처를 통해 말이나 숫자 등을 표현하는 부호형태를 의미한다. 행위언어는 개인의 필요를 위한 기호화되지 않은 신체의 모든 움직임을 의미한다. 그 예는 달리거나 걷거나 필요에 의한 움직임, 식사를 하는 동작 등이 있다. 마지막으로 사물언어는 신체자체, 의복 등을 통한 대상을 전시하는 것을 말한다. 이후 Harrison(1974)은 비언어적 커뮤니케이션을 인공적 코드(artificial codes), 행위적 코드(performance codes), 매개적 코드(mediatory codes), 상황적 코드(contexture codes) 등 네 가지로 나누었다. 한편 Knapp et al.(2013)은 일곱 개의 범주로 비언어적 의사소통을 구분하였는데, 신체적 외양(physical appearance), 신체접촉행위(haptics), 신체동작(kinesics), 가공물(artifact/object), 공공간언어(proxemics), 시간언어(chronemics), 부차언어(paralanguage), 환경(environment)으로 구분하였다. 또한 Dodd(1982)는 이를 다섯 가지로 분류하였는데, 신체의 움직임, 제스처 등의 신체언어(kinesics), 눈동자언어(oculesics), 공간언어(proxemics), 신체접촉행위(haptics), 마지막으로 시간언어(chronemics)로 구분하였다. 이처럼 비언어적 커뮤니케이션에 대한 분류는 다양한 영역에서 많은 학자들에 의해 새로운 관점에서 분류되어지고 있다. 국내 선행연구를 정리하면 Park(1980)과 Jung(2014)은 비언어적 의사소통을 침묵, 시간, 공간으로 나누고, 물체언어(object language), 그림언어(pictorial language), 시간조절(chronemice language), 수화(sign language), 행동언어(action language)로 분류하였다.

본 연구는 위의 학자들의 분류 방식을 종합하고, 이를 이미지 형성 요인으로 본 연구에 맞는 관점으로 정리하여 공통적 유형을 인지적 커뮤니케이션, 정서적 커뮤니케이션, 행위적 커뮤니케이션으로 제시하고자 한다(Figure 1). 첫째, 인지적 커뮤니케이션은 대상의 정보에 따른 커뮤니케이션으로 뉴스에서 앵커의 의복, 화장, 액세서리 등을 통한 사물 언어가 시각적으로 나타내는 메시지 전달을 의미한다. 패션에서 이미지는 의복, 메이크업, 헤어, 구두, 액세서리 등이 조화를 이루어 나타내는 이미지를 표현하는 것이다(Lee & Choy, 2007). 이는 주요 뉴스의 시각에 따라 의상 컬러를 강조하거나, 상징성 있는 뱃지 등의 착용을 통해 그 의미와 상징성을 전달함을 의미한다. 둘째, 정서적 커뮤니케이션은 앵커의 제스처, 얼굴 표정, 눈맞춤, 표정 등을 통하여 긍정적, 부정적, 중립적 시선을 표현하는 행위를 말한다. 이러한 정서적 커뮤니케이션은 토탈 스타일링과 더해져서 비언어적 커뮤니케이션을 기능을 보완한다. 마지막으로 행위적 커뮤니케이션은 뉴스를 전달하는 공간과 시간 사용을 통한 커뮤니케이션으로 걷기, 서있는 자세, 공간적 움직임이 있으며 인지적 커뮤니케이션과 정서적 커뮤니케이션을 근거로 뉴스를 전달하는 공간을 활용하는 것이다. 패션 관점에서 이러한 행위적 커뮤니케이션은 전체적인 이미지 형성에 도움을 준다. TV 뉴스의 경우 앵커는 주로 데스크에 앉아서 뉴스를 진행하지만 점차 연성화되는 뉴스의 최근 경향에 따라 주요한 이슈 전달

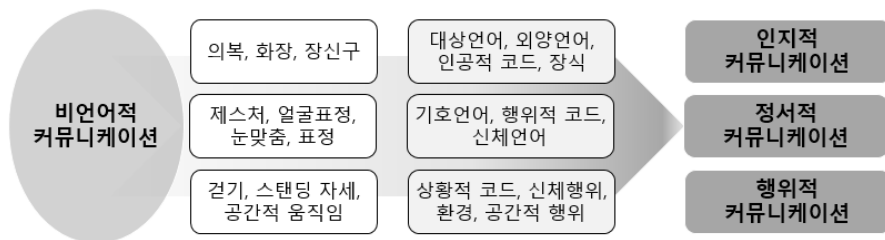


Figure 1. 비언어적 커뮤니케이션의 분류.

에 있어서 서있는 자세를 하고 손으로 스크린을 가리키거나 걷는 등의 행위를 통해 뉴스의 전달감을 강조한다. 이러한 앵커의 행위적 커뮤니케이션은 과거에는 뉴스의 경성적 특징에 의해 그 활용 사례가 미비하였으나, 최근 뉴스의 연성화는 앵커의 다양한 역동성을 보여주어 시청자에게 사실감과 현장감을 높여주는 역할을 한다.

## 2. 이미지 형성 요인 관점에서 TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 특성 고찰

본 연구는 변화하는 커뮤니케이션 미디어의 변화에 대응하기 위한 것으로, 여성 앵커의 뉴스 보도 비중이 커지고 있는 시류에 따라 여성 앵커의 전문성과 신뢰도를 높일 수 있는 이미지 형성을 위한 비언어적 커뮤니케이션에 관한 연구이다.

1차 분류는 뉴스 구성 분류 기준에 따라 정치, 경제, 사회, 문화로 구분하였으며, 이에 속하는 기사를 조사한 후 2차 분류 과정에서 선정하였다. 2차 분류에서 선정된 주요 뉴스는 조사기간 동안 기사화된 뉴스 내용을 동일 주제를 중심으로 구분하여 그 빈도수에 따라 가장 많이 보도된 뉴스의 주제를 세부 연구대상으로 진행하였다.

본 장에서는 TV 뉴스의 사회적 이슈에 따른 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션의 사례를 인지적, 정서적, 행위적 커뮤니케이션으로 나누어 살펴보고자 한다. 본 연구에서는 사례고찰을 위해 뉴스 내용의 분류 기준에 따라 정치, 경제, 사회, 문화 영역으로 구분하여 진행하였다. 또한 이러한 분류에 따라 비언어적 커뮤니케이션의 기능과 특성을 분석하였다. 연구기간 내 가장 'KBS 9시 뉴스'에서 지속적으로 다루어진 헤드라인 주요 뉴스를 분야별 추출하여 사례 분석을 진행하였으며, 정치 분야 주요 뉴스로는 대통령 탄핵, 경제 분야 주요 뉴스는 구제역과 조류독감을 이슈로 하였다. 사회 분야 주요 뉴스는 세월호, 문화 분야 주요 뉴

스는 브라질 월드컵과, 브라질 올림픽으로 선정하여 분석하였다.

본 연구에서는 패션관점에서 비언어적 커뮤니케이션을 분석하기 위하여 먼저 비언어적 커뮤니케이션을 인지적, 정서적, 행위적 커뮤니케이션으로 분류하였고 이를 의상에 국한하지 않고 액세서리, 헤어스타일, 장식, 패션앤티튜드 등을 포함하는 총체적 패션 스타일링 관점에서 분석하였다. 다음은 9시 뉴스 내용 구성에 맞추어 뉴스의 주요 영역에 따른 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례 및 특성 고찰이다(Table 1).

본 연구에서 정치적 주요 이슈로 분석된 사례인 대통령 탄핵 사건에서 여성 앵커의 인지적 커뮤니케이션은 차분한 컬러와 깔끔한 의상을 착용하고 시선은 카메라를 응시하며 보도하여 뉴스의 중요성을 강조하고 있다. 이때 앵커가 착용한 의상의 컬러나 장신구는 사물 언어로써 의복의 일차적 기능인 몸을 가리고 보호하는 것 외에 시각적으로 메시지를 전달할 수 있다. 앵커의 어두운 의상 컬러는 시각적으로 뉴스의 내용의 중요성을 강조한다(Figure 2). 이 시기 불우이웃을 돕는 행사의 일환으로 착용된 사랑의 열매 뱃지는 상징성 있는 장신구로 비언어적 커뮤니케이션의 반복 기능으로 작용한다. 정서적 커뮤니케이션의 경우는 대통령 탄핵 촛불집회를 앵커가 기사 보도와 함께 현장연결을 통해 되짚어 보는 행위로써 상황을 효과적으로 전달하고 강건한 음성으로도 신뢰도를 높인다. 특히 뉴스 내용의 사실을 편파적이지 않고 정확하게 전달하기 위해서 카메라를 응시하는 눈맞춤을 통한 시선처리로 뉴스 내용 전달의 흐름을 조절하였다. 이러한 비언어적 커뮤니케이션의 정서적 커뮤니케이션은 여성 앵커의 사회적 이미지를 의상과 헤어스타일이나 장식과 같은 인지적 커뮤니케이션 통해 사회적 앤티튜드로 만들고 잠재적인 뉴스 내용의 의미와 요인들을 파악하고 그 전달력을 높이고 신뢰감을 상승시킨다. 마지막으로 서있는



자세의 경우는 손으로 스크린을 가리키는 반복 행동과 움직임의 절제를 통해 시청자의 이해를 돕고 뉴스 전달감을 강조한다. 당시 정치적 이슈인 대통령 탄핵과 관련된 헤드라인과 리포트 그리고 현장 연결을 앵커가 서있는 자세에서 언어적 커뮤니케이션과 함께 현장 화면을 응시하거나 가리키는 것은 비언어적 커뮤니케이션 기능 중 강조와 반복이라고 할 수 있다(Figure 3). 이러한 행위적 비언어적 커뮤니케이션은 뉴스 전달에서 전문적인 개인 스타일을 완성한다.

경제적 이슈로 분석된 사례인 구제역과 AI로 인한 인명피해와 조류의 폐사 뉴스를 알리면서 주목을 지긋이 쥐는 행위로 시청자와의 상호작용을 유도하는 커뮤니케이션이라는 점에서 기사를 효과적으로 전달한다. 경제적 사례의 경우 중립적이며 시청자의 이해를 돕는 뉴스의 전달감을 높이기 위해 인지적 커뮤니케이션에서 의복의 경우 신뢰와 전문성을 드러내는 청색계열 컬러의 의상을 착용한 사례가 많았다(Figure 4). 특히 기사원고와 펜을 노출하여 객관적인 자료를 바탕으로 정보를 전달한다는 이미지는 뉴스의 전문성과 신뢰도를 높인다(Figure 5). 정보전달과 중립적인 보도 내용에 따른 인공적 코드인 화장, 의상, 액세서리 등의 외양 언어는 상황을 효과적으로 강조하여 보도 내용의 이해를 돕고 있는 사례라고 할 수 있다. 경제 뉴스가 당일의 주요 뉴스가 아닐 경우 프로그램 내에서 정보를 취사선택하는 방법으로 상반 기능이 나타난다. 정서적 커뮤니케이션의 경우는 시청자에게 구제역과 AI의 위험함을 경고하고 어려운 상황을 헤쳐 나가자 하는 의지를 커뮤니케이션하는 듯이 표현하는 행위라고 할 수 있다. 서있는 자세는 뉴스를 전달하는 스튜디오의 공간을 활용하는 행위적 커뮤니케이션으로 손으로 스크린을 가리키는 반복 활동을 통해 뉴스의 전달력을 강조한다.

문화적 이슈는 2014년 브라질 월드컵과 2016년에 브라질 리우 올림픽으로 시청자가 뉴스를 통해

올림픽 메달 획득 소식이나 월드컵 유치라는 기사를 사례로 고찰하였다. 인지적 커뮤니케이션으로 올림픽 금메달의 기원을 담아 의상의 컬러를 황금색으로 착용하여 의지를 다져주는 행위를 보여주어 언어적 메시지나 다른 비언어적 메시지를 강조하고 있다(Figure 6). 비언어적 메시지를 담아 의상 컬러의 상징적 특성을 발휘하여 앵커의 전달능력을 높이고 앵커의 밝은 의상, 액세서리 같은 유사 언어로서 러플, 비즈장식이 나타났다. 이는 인위적 행위인 인공적 코드로 뉴스의 연속성과 앵커의 인상을 형성한다. 정서적 커뮤니케이션으로 신체 언어는 밝은 표정, 입가의 미소, 음성 크기가 높고, 편안한 시선처리를 통해 시청자들에게 친근한 이미지를 줄 수 있다. 앵커는 웃는 표정으로 카메라를 응시하거나 눈웃음 또는 입 꼬리를 살짝 올리는 얼굴의 표정, 제스처, 신체의 움직임을 통한 행위적 코드와 의상의 컬러 및 디테일의 인위적 행위인 인공적 코드로 중립성을 조절하는 행위로 표현된다. 마지막으로 행위적 커뮤니케이션은 뉴스 보도에서 전달하고자하는 기사 내용을 보완하는 것으로 기쁨을 주는 소식인 월드컵이나 올림픽에서 메달 획득과 관련된 소식을 더 긍정적으로 보충하기 위해 다양한 움직임을 통해 공간을 적극 활용하였다(Figure 7).

사회적 이슈로 추출된 세월호 소식은 떨리는 음성과 의상 컬러를 화이트와 블랙으로 착용하여 비보를 강조하였다. 인지적 커뮤니케이션의 사례로 당시 슬픔 동조의 의미 전달을 위해 의상 가슴 부분에 노란 리본 부착하여 비보의 기사 내용을 비언어적 커뮤니케이션의 기능 중 대체의 사례가 분석되었다. 세월호 추모 노란 리본 뱃지는 적정 시기와 일정한 기간을 한정하여 의상에 부착, 탈착하므로 비언어적 커뮤니케이션의 조절 기능도 포함한다. 정서적 커뮤니케이션 중 억양, 음성의 크기, 표정 등은 한 번에 그치는 것이 아니라 언어적 커뮤니케이션(Littlejohn & Foss, 2005/2007)과 함께 반

Table 1. 이미지 형성 요인 관점에서 TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 특성.

구분	사례	비언어적 커뮤니케이션	
정치적	 <p>Figure 2. 박근혜 대통령 탄핵 승인. From Jung. (2016). <a href="http://news.kbs.co.kr">http://news.kbs.co.kr</a></p>	인지적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 짙은 색상 의상</li> <li>- 사랑의 열매 뱃지</li> <li>- 대체, 반복, 강조</li> </ul>
		정서적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 딱딱한 말투</li> <li>- 강건한 음성</li> <li>- 반복, 강조</li> </ul>
		행위적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 반복행동</li> <li>- 움직임의 절제</li> </ul>
경제적	 <p>Figure 4. 구제역. From Lee. (2015). <a href="http://news.kbs.co.kr">http://news.kbs.co.kr</a></p>	인지적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전문성과 신뢰감 상징 색상 의상</li> <li>- 사랑의 열매 뱃지</li> <li>- 기사원고, 펜 노출</li> <li>- 반복, 강조, 대체</li> </ul>
		정서적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주먹을 쥐는 행위</li> <li>- 위험을 경고하는 말투</li> <li>- 반복, 강조, 조절</li> </ul>
		행위적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 효과적인 상황 전달을 위한 행위적 움직임</li> <li>- 복잡성과 전문성을 강조하는 움직임과 자세</li> <li>- 반복, 강조</li> </ul>
문화적	 <p>Figure 6. 브라질 올림픽 1. From Lee. (2016). <a href="http://news.kbs.co.kr">http://news.kbs.co.kr</a></p>	인지적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 밝고, 활기찬 컬러의 의상 착용</li> <li>- 러플, 비즈장식 등의 디테일</li> <li>- 강조, 대체, 보완</li> </ul>
		정서적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 밝은 얼굴 표정, 미소, 높은 음성, 편안한 시선처리</li> <li>- 반복, 보완</li> </ul>
		행위적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 활동적, 역동적 움직임</li> <li>- 효과적인 전달 자세</li> <li>- 강조, 조절, 보완</li> </ul>
사회적	 <p>Figure 8. 세월호 침몰 1. From Gwak. (2015). <a href="http://news.kbs.co.kr">http://news.kbs.co.kr</a></p>	인지적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 무채색 의상 착용</li> <li>- 사랑의 열매 뱃지</li> <li>- 세월호 뱃지</li> <li>- 대체, 반복, 강조</li> </ul>
		정서적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 떨리는 음성</li> <li>- 비장, 안타까운 표정</li> <li>- 반복, 강조, 조절, 보완</li> </ul>
		행위적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 절제된 움직임</li> <li>- 경직된 자세</li> <li>- 반복, 강조, 조절</li> </ul>

복적이고 연속적으로 이루어지 때문에 복합적 기능을 나타낸다. 애도의 표정이나 침울한 음성과 눈짓으로 비보의 애통함과 안타까움을 효과적으로 전달하는 특성을 나타낸다(Figure 8). 비장한 표정이나 침울하면서 안타까운 표정으로 전달 내용에 따라 앵커가 뉴스의 커뮤니케이션을 조절한다. 마지막으로 행위적 커뮤니케이션으로 세월호 팽목항 현장을 헤드라인에서 그리고 리포트까지 몇 번이고 반복하거나 뉴스 보도와 화면 자료 제시를 반복하여 제시하는 행위로 상황을 효과적으로 전달한다. 현장 연결을 다른 공간으로 이동하여 서있는 자세와 신체적 언어로 현장감을 대체하면서 이슈의 내용을 보완하는 기능을 수행하며, 뉴스 내용의 효과적으로 극대화시킨다(Figure 9).

본 장에서는 TV 뉴스의 사회적 이슈에 따른 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션의 사례를 인지적, 정서적, 행위적 커뮤니케이션으로 나누어 살펴 보았다. 이를 연구기간 내 가장 지속적으로 다루어진 주요 뉴스를 추출하여 사례분석을 진행하였다. 인지적 커뮤니케이션의 경우 기존의 색의 상징성에 따라 의상의 컬러를 선정하는 사례가 많았으며, 액세서리를 적극 활용하여 비언어적 커뮤니케이션의 대체, 반복, 강조 기능이 많이 보였다. 이를 통해 상황을 효과적으로 전달하고, 복합적이고 연속적인 의사전달을 가능하게 하였다. 정서적 커뮤니케이션의 경우는 뉴스의 연성화에 따라 여성 앵커의 표정이나 제스처를 통해 앵커의 태도나 의도를 반영하는 경우가 많았는데 이는 감정이나 태도를 의식적, 무의식적으로 표현하고 상호작용하며 효과적으로 의사를 전달함과 동시에 인상을 형성하는 특성을 가진다. 마지막으로 행위적 커뮤니케이션의 경우 역시 뉴스의 연성화 경향에 따라 이전의 뉴스에 비해 공간을 활용하여 여성 앵커의 움직임이 강조되었다. 이는 긍정적으로는 시청자들에게 친밀감과 사실감, 현장감을 높여줄 수 있지만 자칫 산만하여 정확한 정보전달에 어려움을

주거나 뉴스의 중립성을 벗어날 수 있음을 유의해야 한다.

## IV. 결 론

변화하는 미디어 환경에서 TV 매체의 뉴스는 사건과 사회적 이슈를 앵커가 직접 전달하여 다른 매체보다 전달력이 높은 특성을 가지고 있어 그 영향력이 크다고 할 수 있다. 특히 뉴스를 진행하는 앵커의 커뮤니케이션은 정보 전달이라는 측면에서 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션이 동시에 이루어지면서 커뮤니케이션 과정에서 중요한 요소로 작용한다. 또한 뉴스에 대한 선호도를 높이고, 시청자들에게 친밀감을 높이기 위한 뉴스 구성의 변화 흐름인 뉴스의 연성화에 따라 남성 앵커에 비해 의상이나 스타일링 요소를 표현하기가 용이한 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 비중이 높아지고 지고 있는 현황을 고려할 때 뉴스의 전달 능력, 전문성, 신뢰도, 이미지, 외모, 친밀함을 높일 수 있는 비언어적 커뮤니케이션에 대한 연구가 필요하다고 사료된다.

이에 본 연구에서는 이미지 형성 요인을 중심으로 TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 특성을 분석하고, 이를 통해 변화하는 패션 영역의 확대를 반영하고자 하며 연구 내용은 다음과 같다. 첫째, TV 뉴스에서 여성 앵커의 분장, 헤어, 의상과 손동작, 얼굴 표정, 외모 등과 같은 비언어적 커뮤니케이션은 TV 뉴스에서 사회적 이슈 전달에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, TV 뉴스에서 비언어적 커뮤니케이션은 반복, 강조, 대체, 조절, 보완의 기능으로 구분된다. 셋째, TV 뉴스에서 비언어적 커뮤니케이션을 인지적, 정서적, 행위적 커뮤니케이션 유형으로 분류하여, 연구 기간 내 주요 뉴스의 사례를 통하여 반복, 강조, 대체, 조절, 보완의 기능으로 그 특성을 도출할 수

있다. 이러한 비언어적 커뮤니케이션은 언어적 커뮤니케이션에 비하여 구체적인 전달 능력이 덜하다고 볼 수 있지만, 언어적 표현에서의 부족함을 비언어적인 표현으로 보완하여 시청자에게 많은 관심을 유발할 수 있으며, 뉴스 앵커가 전달하는 내용의 기사에 대한 전문성을 갖춘 이미지로 공신력과 신뢰를 주는 시각적 이미지 형성에 중요한 역할을 한다.

이에 따른 이미지 형성 요인을 중심으로 분석한 TV 뉴스 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션의 특성에 대한 결론은 다음과 같다.

첫째, 비언어적 커뮤니케이션의 유형은 연구자의 시각에 따라 다양하게 구분되어지고 있으나, 본 연구에서는 기존의 선행연구를 바탕으로 패션 영역에서 의상, 코디네이션, 메이크업, 애틀리튜드 등을 총체적으로 분석하기 위하여 이미지 형성 요인 관점에서 분류하였다. 본 연구는 이를 인지적 커뮤니케이션, 정서적 커뮤니케이션, 행위적 커뮤니케이션으로 분류하였으며, 인지적 커뮤니케이션은 의복이나 액세서리 등의 사물언어를 통한 메시지 전달을, 정서적 커뮤니케이션은 चे스처, 얼굴표정, 눈맞춤, 표정을 통한 표현 행위를 마지막으로 행위적 커뮤니케이션은 뉴스를 전달하는 공간을 활용하는 비언어적 커뮤니케이션이다. 둘째, 사례를 통해 분석한 인지적 커뮤니케이션은 의상의 컬러나 디테일의 시각적인 면을 강조하고, 상징성을 가진 뱃지의 탈·부착 행위는 그 의미와 상징성을 반복과 대체하는 기능을 가진다. 이러한 비언어적 커뮤니케이션의 인지적 코드는 언어적 커뮤니케이션의 기능을 대체할 수 있고, 인위적으로 그 의미를 보완하여 비언어적 커뮤니케이션의 조절 기능도 포함한다. 뉴스의 전달에 중립성을 유지하면서도 앵커의 의상에 탈·부착하는 뱃지는 뉴스 내용과 상관없는 상반 기능도 갖기 때문에 이러한 인지적 커뮤니케이션의 연출은 유사 상황의 반복이면서 연속적이어서 시청자들에게 의사 전달을 효

과적으로 하게 한다. 정서적 커뮤니케이션은 기쁨이나 슬픔을 나타내는 얼굴 표정과 밝거나 단호한 음성과 목소리 크기는, 뉴스 내용과 사건을 효과적으로 전달하고 이러한 유사언어는 설득력을 높이고 신뢰감을 높인다. 그리고 뉴스 내용의 전달과 다른 사진으로 전환하기 위한 앵커의 카메라를 응시하는 눈 맞춤을 통한 시선은 뉴스 내용 전달의 흐름을 조절할 수 있다. 이러한 코드는 뉴스 내용에 따라 조절되어 그 전달력을 높이고 앵커의 인상을 형성하여 신뢰감을 높일 수 있다. 이는 뉴스 앵커가 단순히 뉴스 전달만 하는 것이 아니라 시청자와 동일화 되는 소통자로의 역할을 상징한다. 이러한 정서적 커뮤니케이션은 뉴스 내용의 객관성, 사실성 및 전달효과를 높여주는 역할을 하기 때문에 앵커가 뉴스 전달시 다양한 주제의 뉴스 내용에 따라 고려된 인지적 커뮤니케이션의 연출을 애틀리튜드로써 돕기 때문에 이러한 요인을 고려해야 한다. 행위적 커뮤니케이션은 앵커가 뉴스를 전달하면서 움직이거나 스크린을 가리키는 행위를 통하여 공간과 시간을 사용하는 커뮤니케이션을 의미한다. 뉴스 전달은 주로 데스크에 앉아서 진행하지만 이슈 전달에서 시청자의 이해를 돕기 위해 여성 앵커가 서있는 자세를 하고 손으로 스크린을 가리키는 행동을 하는데, 이는 최근 TV 뉴스의 연성화 경향에 따라 뉴스 내용의 사실을 편파적이지 않고 정확하게 전달하고 뉴스 내용을 사실적으로 강조하면서도 시청자와의 친밀도를 높인다. 그리고 현장의 기자와 스튜디오와의 연결을 서있는 자세나 공간 이동은 여성 앵커의 인지적 커뮤니케이션과 정서적 커뮤니케이션이 반영 및 부각되어 뉴스 전달 내용을 반복하여 사실감과 현장감을 높여 메시지 수용에 영향을 미친다. 이러한 패션 애틀리튜드는 비언어적 커뮤니케이션의 시각적 요소와 메시지 전달에 영향을 미치고 사회적 이슈에 따라 여성 앵커의 이미지를 형성하여 신뢰도 있는 방송사의 이미지를 만들 수 있다. 마

지막으로 정확한 내용의 전달과 신뢰도의 영향이 큰 TV 뉴스 앵커의 비언어적 커뮤니케이션은 언어적 커뮤니케이션과 함께 작용하여 뉴스 내용을 보완하고 강조하는 역할을 하며 뉴스의 신뢰도와 중립성, 선호도 등에 영향을 끼칠 수 있다. 이처럼 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션은 한 가지만 사용할 때보다 복합적으로 행해질 때 의사 전달하는데 있어 신뢰와 믿음을 가지는 커뮤니케이션이라 할 수 있다.

패션분야에서 여성 앵커 관련 선행 연구가 대부분 여성 앵커의 패션이미지나 스타일링의 관점에서 이루어진 것에 대해 차별화에 중점을 두고자 하였다. 이에 본 연구는 후속 연구를 위한 기초 연구로서 TV 뉴스에서 여성 앵커의 주요 뉴스 전달 비중이 높아짐에 따라 여성 앵커의 전문성과 신뢰성을 높일 수 있는 이미지 형성의 가능성과 방법론을 모색했다는데 그 의의가 있다.

본 연구에서는 조사 대상을 공영방송 KBS 9시 뉴스 여성 앵커로 한정되었지만 방송사별 TV 뉴스 앵커를 대상으로 기사 전달의 효과에 대해서 설문 및 검증하는 연구를 후속 연구로 제안한다.

## References

- Beach, L. R. (1998). *Image theory*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Choi, H. J. (2003). *Study on the characteristics of TV news anchor women: Focused on KBS and SBS anchor women*. Unpublished master's thesis, Hansung University, Seoul.
- Choi, J. H. (2016, November 7). [앵커&리포트] 우병우 출국금지...“직무유기 의혹 수사” [[Anchor&report] Woo Byeongwoo prohibition of departure...“investigation about dereliction of duty”]. *KBS NEWS*. Retrieved March 2, 2017, from <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3373989>
- Chu, Y. K., & Lee, J. W. (2013). The effect of non verbal communication exercised by restaurants on brand image and brand trust: Focused on the family restaurants. *Tourism Research*, 38(4), 257-276.
- Dodd, C. H. (1982). *Dynamic of intercultural communication*. Dubuque: William C. Brown Co.
- Gray, E. R., & Balmer, J. M. T. (1998). Managing corporate image and corporate reputation. *Long Range Planning*, 31(5), 695-702. doi:10.1016/S0024-6301(98)00074-0
- Gwak, S. J. (2015, January 26). 세월호 인양 위한 2단계 선체 조사 마무리 [2<sup>nd</sup> stage ship inspection for Sewol ferry reflating is over]. *KBS NEWS*. Retrieved March 17, 2017, from <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3009218>
- Hall, E. T. (2013). *침묵의 언어* [The silent language] (Choi, H. S., Trans.). Paju: Hangilsa. (Original published 1959)
- Harrison, R. (1974). *Beyond words: An introduction to nonverbal communication*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Hwang, J. W. (2014, April 23). [앵커&리포트] ‘선박 안전 위반’ 모두 경징계...파주시식 감사 [[Anchor&report] ‘Vessel safety violation’ all light punishment... overlooking inspection]. *KBS NEWS*. Retrieved March 17, 2017, from <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=2851567>
- Jeon, H. S. (1985). *의사 소통 과정에 있어서의 비언어적 커뮤니케이션 요소의 역할* [The role of non-verbal communication elements in communication process]. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Jung, E. H. (2014). *A Study on the persuasive effects of non-verbal communication: Focusing on show hosts' speech situation*. Unpublished doctoral dissertation, Konkuk University, Seoul.
- Jung, Y. U. (2016, December 9). 찬성표 234표...박근혜 대통령 탄핵안 가결 [A vote in favor of in motion is 234...approve impeachment motion to president Park Geunhye]. *KBS NEWS*. Retrieved March 2, 2017, from <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3391647>
- Kang, S. G. (2015). A historical study on image researches in advertising & a new direction for oncoming studies. *The Korean Journal of Advertising*, 26(2), 393-419. doi: 10.14377/KJA.2015.2.28.393
- Kim, S. H. (2008). *Television news viewing patterns and characteristics*. Unpublished doctoral dissertation, Hankuk University of Foreign Studies, Seoul.
- Kim, W. R., & Kim, H. Y. (2014). *비언어 커뮤니케이션* [Non-verbal communication]. Seoul: Communicationbooks.
- Knapp, M. L., Hall, J. A., & Horgan, T. G. (2013). *Nonverbal communication in human interaction* (8th ed.). Boston: Wadsworth Publishing.
- Kwon, M. W. (2010). The influence of nonverbal elements of woman news-casters' over users news attention and memory recall. *Journal of digital design*, 10(3), 165-172.
- Lee, C. S. (2006). *An empirical study on the two-way effects between country image and corporate image: With emphasis on the Chinese consumer of Samsung Electronics Co., Ltd.* Unpublished doctoral dissertation, Korea University, Seoul.
- Lee, D. H. (2007). *A theoretical study on the formulation of concepts for mega cultural events to enhance a national*

- image: Centering on application of fractal theory. Unpublished doctoral dissertation, Hongik University, Seoul.
- Lee, G. W. (2004). *A Study on the status and professionalism of Korean anchor women*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Lee, H. K. (2007). *A study of the effects of the nonverbal behaviors on communicator credibility*. Unpublished doctoral dissertation, Kwangwoon University, Seoul.
- Lee, J. H. (2015, January 21). 항체형성률 100% 돼지도 구제역...백신 무용론' [Antibody formation rate 100% while pig is infected by foot-and-mouth disease... 'vaccine uselessness']. *KBS NEWS*. Retrieved March 9, 2017, from <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=300647>
- Lee, J. S. (2016, August 5). 리우 올림픽 내일 개막...개회식 주제 '아날로그·환경' [Tomorrow, Rio olympic is open...opening thema 'analog·environment']. *KBS NEWS*. Retrieved March 14, 2017, from <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3324568>
- Lee, S. W. (2016). *Analysis of fashion styling of female announcer in television news*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Lee, Y. S., & Choy, H. S. (2007). A study of fashion images constructed by make-up & hair style: Focusing on the music videos of pop singers. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 7(1), 63-80.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2007). *커뮤니케이션이론* [Theories of human communication] (Kim, H. K., Trans.). Seoul: Communicationbooks. (Original work published 2005)
- Oh, M. Y., Park, J. M., & Jang, J. H. (2003). A study on factors of affecting country image. *The Korean Journal of Advertising*, 14(1), 149-177.
- Park, D. C. (2011). Corelation of anchor's gender with theme, form, importance of TV news article: Focused on the change of woman anchor's phase. *Journal of communication design*, 37(-), 161-168.
- Park, M. S. (1980). *Observations on nonverbal communication across cultures*. *Language and linguistics*, 6(-), 63-79.
- Ruesch, J., & Kees, W. (1956). *Nonverbal communication: Notes on the visual perception of human relation*. Los Angeles: University of California Press.
- Ryu, A. (2014). *Analysis of external images of China TV news women anchor*. Unpublished master's thesis, Kwangju Woman's University, Gwangju.
- Schuneman, R. S. (1966). Visual aspects of television news, communicator, message, equipment. *Journalism Quarterly*, 43(2), 281-286.
- Scott, F. K., & Paulston, C. B. (2004). *Intercultural discourse and communication: The essential readings*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Son, G. S. (2016, August 17). [앵커&리포트] 마의 18초 대진입...볼트라면 가능할까? [[Anchor&report] Entering the evil 18 second...Volt is possible?]. *KBS NEWS*. Retrieved March 14, 2017, from <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3330385>
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Yang, M. O. (2014, January 23). 충남 금강호 가창오리도 AI 가능...140km 북상? [AI is possible to Gachang duck at Kungang lake in Chungnam...140km head to north?]. *KBS NEWS*. Retrieved March 9, 2017, from <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=2795655>
- Yoo, J. W. (2013). *국가이미지* [Country image]. Seoul: Communicationbooks.

# **A Study on TV News Anchorwomen's Nonverbal Communication**

## **- Focused on Image Forming Element -**

**Kim, Mi Hyun<sup>+</sup>**

Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Chungang University<sup>+</sup>

### **Abstract**

This study sought to examine characteristics of nonverbal communication of TV news anchorwomen from the perspective of the image forming element. First, the study sought its methodology through theoretical examination on TV news, anchors and nonverbal communication. Second, examples of nonverbal communication by TV news anchorwomen were classified into cognitive, emotional and behavioral communication from the perspective of the image forming element. Third, the study examined the characteristics of visual images according to nonverbal communication. The study drew conclusions as below. First, while types of nonverbal communication were classified diversely depending on each researcher's point of view, this study classified it by cognitive communication, emotional communication and behavioral communication from the angle of a fashion design field based on precedent research. Second, display of clothes and accessories in cognitive communication, which expresses similar circumstances in a repetitive and continuous way, contributes to anchorwomen's effective news and opinion delivery to viewers. Emotional communication, done by expressing actions via facial expression, gaze and turning of eyes, can enhance the presenter's persuading effect as well as reliability of the news by forming professional and efficient impression of the presenter. Behavioral communication conveys content of the news in an impressive way via standing position or spatial movement at the studio, and so provides merits of heightening viewers' feeling of reality and vividness, affecting viewers' accommodation of the conveyed news. Third, nonverbal communication of TV news anchors for exact delivery of news contents and reliability, combined with verbal communication, plays a certain role in supplementing and highlighting news contents, and as a result it affects reliability, neutrality, preference and professionalism of the news. Therefore, nonverbal communication and verbal communication, used in combination rather than alone, can be an overall communication method providing reliability and trustworthiness to viewers when conveying news and opinions.

Key words : TV news, anchorwomen, nonverbal communication, image forming element

