

TV 뉴스의 주요뉴스에 따른 여성앵커의
비언어적 커뮤니케이션에 관한 연구
- KBS, SBS, MBC를 중심으로 -

A Study on Nonverbal Communication of Anchorwomen depending on
Major Issues of TV News
- Centered on KBS, SBS, MBC -

주저자

김 세 현 Kim, Se-hyun

중앙대학교 일반대학원 디자인학과 박사과정 | PH.D. Candidate, Chung-Ang university
hyuni5502@hanmail.net

교신저자

김 미 현 Kim, Mi-hyun

중앙대학교 패션디자인전공 부교수 | Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Chung-Ang University
f_art@cau.ac.kr

투고일	2018.12.02	심사일	2019.01.22	게재확정일	2019.01.27
-----	------------	-----	------------	-------	------------

“이 논문은 제1저자 김세현의 석사학위논문을 바탕으로 작성한 것입니다.”

www.kci.go.kr

목 차

1. 서론

- 1.1. 연구목적 및 배경
- 1.2. 연구방법 및 범위

2. 이론적 배경

- 2.1. TV 뉴스에서 비언어적 커뮤니케이션
- 2.2. TV 뉴스에서 앵커의 이해
- 2.3. TV 뉴스에서 주요뉴스의 개념

3. TV 뉴스의 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례분석

- 3.1. TV 뉴스에 나타난 주요뉴스 분류
- 3.2. TV 뉴스에서 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 유형별 사례

4. TV 뉴스의 분야별 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 특성

- 4.1. TV 뉴스의 분야별 주요뉴스에 따른 분류와 사례 고찰
- 4.2. TV 뉴스의 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 특성

5. 결론

참고문헌

Keyword

TV 뉴스, 여성앵커, 낭보, 비보, 비언어적 커뮤니케이션
TV News, Anchorwomen, good news, bad news, Nonverbal Communication,

Abstract

This study examined characteristics of image making for raising reliability, likeability, professionalism and fairness of anchorwomen from the perspective of nonverbal communication. Results of this study show that nonverbal communication elements of anchors affect viewers differently even when TV news of 3 terrestrial channels that are the objects of this study report the same main news. First, characteristics of anchorwomen from the viewpoint of physical symbolic language, facial expression of anchors was dark and they restrained gestures etc., when delivering sad news, accompanying nonverbal expression for concentrating on the contents of news through sight and hearing of views. As for good news, however, cheerful look, eyes and gestures were expressed freely unlike sad news. Second, as for the characteristics of anchorwomen from the aspect of artificial object language, they maintained simplicity, neatness and calmness by wearing worn monotone clothes and removing accessories when reporting sad news. Contrary to the foregoing, they gave change to brightness and chroma wearing vivid color clothes, excluding splendor in hair style while reporting good news. Third, when looking characteristics of anchorwomen from the viewpoint of situational behavior language, they use studio space as the method of production changed from the previous one that reported news sitting on the chair, anchorwomen showed nonverbal communication such as standing, walking, standing after walking etc. Anchor's nonverbal communication expression for viewers of rigid television news is a way to enhance understanding of the news and emphasize trust and trust.

논문요약

본 연구에서는 TV 뉴스의 전달 효과를 높이기 위하여 여성앵커의 신뢰성, 호감도, 전문성, 공정성 있는 이미지 연출 모색을 비언어적 커뮤니케이션의 관점에서 살펴보았다. 연구 대상인 지상파 3사의 TV 뉴스에서 동일한 주요뉴스를 보도하더라도 앵커의 비언어적 커뮤니케이션적 요소에 따라 전달력이 다르게 나타날

수 있다. 이에 따른 본 연구의 결과는, 첫째, 신체적 기호언어의 관점에서 비보의 뉴스를 전달할 때 앵커의 얼굴표정은 어둡고, 제스처의 행위는 자제하였고 시청자의 시각과 청각을 통해 뉴스 내용에 집중할 수 있도록 비언어적 표현을 동반하고 있었다. 그러나 낭보의 경우는 비보와는 다르게 밝은 표정, 시선, 제스처가 상대적으로 자유롭게 표현되고 있었다. 둘째, 인공적 대상언어의 관점에서 비보의 뉴스를 보도할 때는 모노톤의 의상을 착용하고 액세서리는 배제하여 차분함을 나타내고 있었다. 그러나 낭보가 주요뉴스일 때는 선명한 비비드(vivid) 컬러의 의상을 착용하였고 아나운서의 전문성과 신뢰도를 높이기 위하여 메이크업과 헤어스타일의 강조는 배제되었다. 셋째, 상황적 행위언어의 관점에서는 앉아서 진행하던 과거 뉴스의 진행방식은 다르게 스튜디오 공간을 활용하는 연출이 많아졌는데 앵커가 서기, 걷기, 걷다가 서기 등의 비언어적 커뮤니케이션의 행위로 뉴스의 내용을 강조하였다. 경직된 TV 뉴스를 시청하는 시청자에게 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 표현은 뉴스의 이해를 높이고 뉴스에 대한 신뢰와 믿음을 강조할 수 있는 연출이라 할 수 있다.

1. 서론

1.1. 연구목적 및 배경

미디어 시대에 TV는 지속적으로 대중에게 많은 영역에서 친밀하게 영향력을 발휘하는 대표적 매체이다. 그리고 TV는 과거 아날로그에서 현재 UHD TV(Ultra High Definition)로 발전하였고, 이러한 TV는 정교한 컬러와 이미지 영상을 제공하여 시청자의 감성 자극을 극대화 하는 등 기술적인 발달을 거듭하고 있다. 미디어의 다각적인 발전은 시청자에게 시각적 이미지는 물론 청각과 촉감의 느낌마저 전달하기 때문에 대중에게 큰 영향력을 미칠 수 있다.

TV 매체에서 뉴스는 그 날의 이슈를 정리하여 시청자에게 전달하는 정보 프로그램으로써 TV 뉴스를 진행하는 앵커는 전문성, 공정성, 신뢰성, 호감도를 높이기 위해 언어적·비언어적 커뮤니케이션의 연출을 필요로 한다. TV 뉴스 앵커는 이러한 임무를 수행하기 위해 내적능력과 외적능력을 갖추어야 하며 방송사의 이미지를 대표하고 시청자와의 커뮤니케이션을 유도하는 중요한 역할을 한다. 특히, 시청자와의 커뮤니케이션에는 내적능력인 언어적 커뮤니케이션과 외적능력인 표정, 시선, 제스처, 의상, 헤어스타일, 메이크업, 앉기, 서있

기, 서다건기 등의 비언어적 커뮤니케이션이 있다. 이는 청각적인 요소를 가진 언어적 표현과 시각적 요소를 지닌 비언어적 표현으로, TV에서 앵커가 뉴스를 전달할 때 갖춰야 하는 중요한 요건과 수단이 된다.

TV 매체 및 앵커와 관련된 선행연구는 이선화(2016)¹⁾의 TV 뉴스 여성 아나운서의 패션 스타일링 분석, 김정숙(2009)²⁾의 뉴스와 예능 프로그램 진행 여자 아나운서 헤어스타일 특성, 오인영(2006)³⁾의 메이크업과 헤어스타일 유형에 따른 TV 뉴스 앵커의 인상형성에 관한 연구, 장은영(2017)⁴⁾의 TV 프로그램별 여성 아나운서에 대한 시청자 선호도 연구, 이은경(2010)⁵⁾의 TV 뉴스 여성앵커의 재킷의 색상이미지 연구, 김미현(2017)⁶⁾의 비언어적 커뮤니케이션 관점에서 여성앵커의 이미지 형성 요인 연구 등으로 패션 이미지와 스타일 중심의 연구가 진행되었다. 그러나 TV 뉴스의 연성화 경향에 따라 언어적 표현 중심에서 앵커의 행위적 표현이 많아지고 있어 이러한 변화를 반영한 커뮤니케이션 관점의 연구가 필요하다. 이에 본 연구에서는 TV 뉴스의 전달력을 높이기 위해 앵커의 행위적 표현을 강조할 수 있는 여성앵커의 비언어적 특성을 살펴보고자 한다.

본 연구의 내용은 첫째, TV 뉴스에서 주요뉴스에 따른 여성앵커의 뉴스 전달 능력을 높이기 위한 앵커의 이미지 구축 방법론을 모색한다. 둘째, TV 뉴스에서 분야별 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례 특성을 분석한다. 셋째, TV 뉴스의 주요뉴스의 낭보(朗報, good news)와 비보(悲報, bad news)에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션을 신체적 기호언어, 인공적 대상언어, 상황적 행위언어로 특성을 도출한다.

1.2. 연구방법 및 범위

본 연구방법은 이론적 고찰과 사례고찰 분석을 중심으로 진행한다. 이론적 고찰에서 TV 뉴스와 앵커 그리고 비언어적 커뮤니케이션에 대해서 전문서적, 인터넷 기

- 1) 이선화. (2016)TV 뉴스 여성 아나운서의 패션 스타일링 분석. 건국대학교 석사학위논문
- 2) 김정숙. (2007)뉴스와 예능 프로그램 진행 여자아나운서 헤어스타일 특성. 중앙대학교 석사학위논문
- 3) 오인영. (2006)메이크업과 헤어스타일 유형에 따른 TV 뉴스 앵커의 인상형성에 관한 연구. 경희대학교 박사학위논문
- 4) 장은영. (2017)TV 프로그램별 여성아나운서에 대한 시청자 선호도 연구. 중앙대학교 석사학위논문
- 5) 이은경. (2010)TV 뉴스 여성앵커의 재킷의 색상이미지 연구. 한국생활과학회지, Vol.19(1), pp.149-15
- 6) 김미현. (2017)TV 뉴스 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션에 관한 연구, 한국패션디자인학회지, Vol.17(4)

사, 선행연구를 중심으로 그 개념과 특성을 이해한다. 사례 고찰에서 연구대상은 그 외형적 변화와 연출의 사례가 빈번한 지상파 방송사의 KBS 9시 뉴스, SBS 8시 뉴스, MBC 8시 뉴스의 여성앵커로 한정한다. 사례 분석은 2014-2017년까지 지상파 대표 방송사 TV 뉴스의 분야별 주요뉴스에서 정치, 경제, 사회, 문화 뉴스로 이슈가 되었던 기사에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례를 중심으로 한다. TV 뉴스의 분야별 주요뉴스 선정은 2014년-2017년까지 KBS 9시, SBS 8시, MBC 8시 뉴스에서 비언어적 커뮤니케이션과 연관성이 높은 사례 1028장을 중심으로 분석하였다. TV 뉴스의 주요뉴스는 진행에 따른 분류를 근거로 정치, 경제, 사회, 문화로 하였으며, 이를 사전 설문조사를 통해 낭보와 비보로 구분한다. 그리고 비언어적 커뮤니케이션 분류 사례를 대표하는 사례 사진 316장을 선정하고, 비언어적 커뮤니케이션 특성을 대표 할 수 있는 219장을 분석하여 그 특성을 결과로서 도출한다.

2. 이론적 배경

2.1. TV 뉴스에서 비언어적 커뮤니케이션

커뮤니케이션은 말이나 글 또는 몸짓 따위를 이용한 의사소통을 의미하며, 사회적 관계형성에 있어서 생각을 전달하고 이해시키는 역할을 한다. 이러한 커뮤니케이션은 언어와 문자를 나타내는 언어적 커뮤니케이션과 음성의 고조, 신체의 제스처, 얼굴표정 등으로 이루어지는 비언어적 커뮤니케이션으로 구분된다. 커뮤니케이션은 서로의 생각이나 느낌, 정보를 공유하는데 큰 역할을 하는데 지상파 방송사의 신뢰도 있는 이미지 형성과 시청률 확보를 위한 TV 뉴스에서 중요한 역할을 한다.

비언어적 커뮤니케이션은 언어와 문자를 제외한 얼굴 표정, 손동작과 몸동작인 신체의 제스처, 시선, 헤어스타일, 메이크업, 의상 등으로 정의된다. 이는 TV 뉴스에서 뉴스의 전달력을 높이기 위하여 앵커가 언어와 문자 외에 제스처, 의상, 메이크업, 헤어스타일, 자세 등의 비언어적 행위 활용을 의미한다. 특히 TV 뉴스의 연성화에 따라 언어적 표현의 한계를 극복하기 위하여 주요뉴스의 성격에 따라 비언어적 커뮤니케이션 요소를 표현하는 사례가 많아지고 있다. 비언어적 커뮤니케이션 표현은 정보전달을 빠르게 하며 메시지의 전달력을 높일 수 있다.

TV 뉴스에서 비언어적 커뮤니케이션은 언어적 수단보다 정확성, 효율성, 의미전달에서 더 효율적으로 전달

되기 때문에 독립적인 커뮤니케이션 기능을 수행할 수 있다⁷⁾. 이는 언어로 표현되기 힘든 내면의 기쁨, 놀람, 분노, 슬픔, 증오, 혐오, 욕망, 흥미, 환희, 믿음과 같은 감정을 얼굴표정, 시선, 행동 등의 비언어적인 요소로 독립적인 표현이 가능하기 때문이다. 이처럼 비언어적 표현은 독립적으로 혹은 언어적 표현과 복합적으로 적용되어 무의식에서 본인의 감정 상태 및 태도, 반응으로 표출되기 때문에 의식적 통제가 가능한 언어적 표현보다 신뢰되기도 한다⁸⁾.

비언어적 커뮤니케이션을 Harrison(1973)⁹⁾, Goldhaber(1983)¹⁰⁾, Dodd(1982)¹¹⁾, Knapp(1980)¹²⁾, Malandro(1989)¹³⁾의 선행연구에 따라 정리하면 [Table 1]로 나타나고 그 내용은 다음과 같다.

첫째, 손동작, 몸동작과 같은 제스처와 얼굴표정, 눈의 시선과 같은 기호언어, 신체언어, 신체행위, 행위적 코드는 신체의 움직임에 의한 의사표현으로써 신체적 기호언어라 할 수 있다. 이는 운동경기 중 선수들 간의 사인, 교통경찰의 수신호와 같은 행위를 들 수가 있다. 비언어적 커뮤니케이션은 전달자의 내면적인 상태를 표현하여 언어적 커뮤니케이션의 흐름을 보완 및 조절하는 역할을 한다. 둘째, 의상의 컬러나 디테일, 액세서리, 헤어스타일, 메이크업과 같은 대상언어는 장식, 신체적 외양언어, 인공적 코드인 인공적 대상언어라 할 수 있다. 대상언어와 외양언어는 언어적 표현을 대체하거나 강조하는 기능을 수행하므로 의도적이거나 비의도적인 인위적 행위로 볼 수 있다. 그 예로 슬픈 장례식에서 검은 옷이나 흰옷을 착용하여 예를 갖추는 것은 언어적으로 표현하기 힘든 감정을 비언어적 표현을 통해 효과적으로 쉽게 전달할 수 있다. 마지막으로 앉기, 서기, 걷기, 걸다가 서기 같은 행위언어, 공간적

7) 김은성. (2007)방송진행자의 스피치 구성요인과 공신력 평가에 관한 연구: 수용자 상위 인지 능력 개념의 적용, 한국언론학보 Vol.51(1), pp.30-36

8) 최용희. (2004) 가면극의 비언어적 상징과 의미에 관한 연구: 봉산탈춤. 노장 과정의 비언어적 의사소통 행위에 관하여, 고려대학교 석사학위논문, pp.12-23

9) Harrison, R. P.(1973) Nonverbal Communication. eds. Ithiel de Sola Pool and W. Schramm, Handbook of Communication, Chicago: Rand Mc-Nally College, pp.182-192

10) Goldhaber G. M.(1983) Organization Communication, Wm. C. Brown Company. 14, pp.141-153

11) Dodd, C. H.(1982) Dynamic of intercultural Communication. Brown Company, pp.14-15

12) Knapp, M. L.(1978) Nonverbal Communication in Human Interaction(2nd ed., New York Holt, Rinehart and Winston. 12.-----.(1980). Essentials of Nonverbal Communication. Holt, Rinehart and Winston. pp.4-11

13) Malandro, L. et, al.(1989). Nonverbal communication. New York: Random House

행위, 신체행위, 상황적 코드와 같은 상황적 행위언어로 구분할 수 있다. 이것은 신체의 움직임 중 기호화 되지 않은 행위를 말하는 것으로 환경이나 공간적 상황에서 만들어지는 공간언어를 의미한다. 이러한 신체동작을 통해 시공간 차원을 다룬다는 것은 집중력과 몰입감을 줄 수 있어, 상황에 따른 신체동작을 통해 전달 내용을 강조할 수 있다.

이와 같이 비언어적 커뮤니케이션 표현은 언어적 커뮤니케이션의 부족한 표현을 보완하여 전달하고자 하는 내용의 목적성, 정확성, 효율성을 높일 수 있게 한다. 경직된 TV 뉴스를 시청하는 시청자에게 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 표현은 뉴스의 이해를 높이고 뉴스에 대한 신뢰와 믿음을 강조할 수 있는 방안이라 할 수 있다.

[Table 1] 비언어적 커뮤니케이션 분류

비언어적 커뮤니케이션 분류	사례	의미
대상언어	신체	신체적 기호언어
기호언어	수화, 심판 손짓, 교통경찰의 수신호	
행위적 코드	얼굴 표정, 제스처, 신체의 접촉	
신체언어	얼굴 표정이나 제스처, 자세	
신체 행위	얼굴, 제스처, 접촉, 자세, 외모	
대상언어	의복, 액세서리	인공적 대상언어
인공적 코드	옷, 화장	
장식	의복, 화장, 액세서리	
상황적 코드	커뮤니케이션의 시간 및 공간적 상황	상황적 행위언어
행위언어	걷기, 물마시기, 운동하기	
환경	공간과 영역, 시간, 건축물 (architecture), 대상물(object)	
공간적 행위	공간적 상황에 의한 행위	

※비언어적 커뮤니케이션의 선행연구를 바탕으로 연구자가 재정리

2.2. TV 뉴스에서 앵커의 이해

TV 뉴스는 정확성과 공신력을 바탕으로 주요이슈의 이미지 영상과 앵커의 음성으로 전달되기 때문에 시청자는 TV 뉴스를 다른 매체보다 선호한다. TV뉴스는 방송의 다채널화로 지상파 채널과 종합편성 채널 그리고 뉴스전문 채널로 구분된다. TV 뉴스는 그 날의 국내·외 이슈의 쟁점이 되는 사건 및 사고를 앵커나 기자들이 취재한 내용을 취합하여 시청자에게 보도 및 제시하는 프로그램이다¹⁴⁾.

앵커는 뉴스를 진행하는 방송인으로서 뉴스를 읽고 분석하여 코멘트하고 인터뷰하는 TV 뉴스 진행의 전담자로 뉴스에서 중요한 부분을 차지한다¹⁵⁾. TV 뉴스에서 앵커의 역할은 뉴스 내용을 사실적으로 전달하는 전달자이며, 뉴스의 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 돕는 조력자의 역할을 한다. 앵커는 단순한 커뮤니케이터의 역할뿐만 아니라 언어적·비언어적 커뮤니케이션 표현을 통해 취재의 방향을 제시하여 뉴스를 시청하는 수용자에게 영향을 끼친다. 또한 앵커는 방송사의 이미지를 상징하므로 언어적인 능력뿐만 아니라 외적인 표현과 뉴스 보도 시 위기상황에서 대처능력까지 겸비한 복합적인 요건을 필요로 한다.

TV 뉴스 앵커의 객관성을 바탕으로 하는 ‘신뢰성’은 전달자의 진실성이 부족하면 수용자가 믿지 않기 때문에 중요한 요소라 할 수 있다¹⁶⁾. 그리고 방송사의 TV 뉴스에서 앵커의 ‘호감도’는 TV 채널의 우호적이면서 긍정적인 이미지를 만드는 감정이라 할 수 있다¹⁷⁾. 또한 TV 뉴스 앵커의 ‘전문성’은 주요 뉴스에 대한 정확한 판단을 제시할 수 있다. 마지막으로 앵커의 ‘공정성’은 시청자가 뉴스 보도 내용을 선입견 없이 받아들일 수 있게 한다.

2.3. TV 뉴스에서 주요뉴스의 개념

TV 뉴스에서 ‘주요뉴스’란 기사 내용의 시선을 끌기 위해 기사 내용을 압축하여 제목으로 만드는 것을 뜻한다¹⁸⁾. 주요뉴스는 시청자가 뉴스 내용을 즉각적으로 인지하도록 압축된 문장 속에 뉴스 내용을 담고 있다¹⁹⁾. TV 뉴스에서 ‘주요뉴스’ 또는 ‘헤드라인’은 본 방송 전에 시청자의 시각과 청각을 자극하여 이목과 관심을 집중시키는 목적으로 구성된다. 주요뉴스는 핵심적인 기사를 분류하고 정보를 요약하여 전달하는데, 주요뉴스를 통해 시청자가 뉴스 내용을 사전에 인지하도록 한다²⁰⁾. TV 뉴스에서

14) 김규남.(2004) 한국 TV 뉴스의 정보 시각화 연구: 지상파 3사 뉴스 그래픽 중심으로, 홍익대학교 석사학위논문, pp.5-14

15) <http://www.kpf.or.kr/site/kpf/main.do> 매스컴 용어 사전(검색일 2017.04.22)

16) Sereno, K. K., & Hawkins, G. J.(1966) The effects of variations in speakers, nonfluency upon audience ratings of attitude toward the speech topic and speakers, credibility. Speech Monographs, 34, pp.58-64

17) 박선미.(2005) 유아에 대한 호감도 교사의 호감도, 교사 유아 상호작용, 유아행동에 대한 교사의 귀인방식 연구. 이화여자대학교 석사학위논문, pp.5-11

18) <http://dic.mk.co.kr> 매일경제용어사전(검색일 2017.04.22.)

19) 박정민.(2008) 인터넷 뉴스의 선정성·포탈과 언론사 닷컴 헤드라인분석. 한림대학교 석사학위논문, pp.23-29

20) 유홍식.(2009) 기사제목과 예시가 수용자의 뉴스가치 평가와

주요뉴스는 분야별로 정치, 경제, 사회, 국제, 안보, 문화, 스포츠, 날씨 등으로 나뉘며 국내·외 뉴스를 포괄한다.

2014-2017년까지 TV 뉴스의 주요뉴스에서 ‘정치 분야’의 주요뉴스는 국가 통치에 영향을 미치는 활동에서 발생하는 사건 및 사고를 포함 한다²¹⁾. 그 사례로는 대통령 선거로 인한 정치적 성향 변화, 국회의원 선거, 장관 임명, 정책 변동 등이 있는데 대체로 사안이 무겁고 국민들의 관심이 집중되는 내용이 주를 이룬다. ‘경제 분야’의 주요뉴스는 재화의 생산, 소비, 교환, 분배, 서비스와 관련된 모든 활동에서 나타나는 현상이다²²⁾. 그 예로 전세난에 따른 탈 서울, 증시침체, 가계부채, 청년실업, 사드배치 후폭풍 등을 들 수 있다. 최근 4년간 경제관련 주요뉴스를 보면 기업의 구조 변화, 청년 실업률, AI 발생에 따른 경제적 파급이 주를 이루고 있다. ‘사회 분야’는 사회에서 일어나는 모든 이슈가 해당되는데²³⁾, 세월호, 고령화, 결혼관념의 변화, 가습기 살균제 피해, 이산가족 상봉, 위안부 등에 관한 이슈들로 나타났다. 특히 사회관련 주요뉴스는 세월호 사건과 강남역 문지마 살인사건, 메르스로 인한 두려움의 공포가 사회의 불안감을 조성하였다. 주요뉴스에서 ‘문화 분야’는 자연환경을 변화시키고 생활양식과 그에 따른 모든 현상들을 뜻한다²⁴⁾. 한국 웹툰의 성장, 신경숙 작가 표절, 한강의 ‘채식주의자’ 맨부커상 수상, 미세먼지, 싸이의 ‘강남스타일’ 열풍, 조영남 대작 파문 등이 있다. 또한 알파고와 인간의 바둑대결은 미래에 대한 흥미를 유발하였으며 프란치스코 교황의 방문과 대통령 선거는 정신적 희망과 위안을 주었다.

TV 뉴스에서 주요뉴스는 전달되는 성격에 따라 낭보와 비보로 구분할 수 있다. 이슈의 쟁점에서 좋은 소식, 희소식, 즐거운 소식을 ‘낭보(朗報, good news)’라 한다. 그 예로 모든 시청자가 기쁘게 공감할 수 있는 올림픽 유치나 메달 소식, 대통령 당선 소식, 유네스코 문화유산 등재 등이 있다. 반면, 슬픈 소식, 나쁜 소식은 ‘비보(悲報, bad news)’라고 한다²⁵⁾. 그 예로는 천안함 사건과 세월호 침몰처럼 사회적으로 어둡거나 무겁고 국민들이 받아들이기 힘든 뉴스를 말한다.

그리고 그 날의 주요뉴스의 성격은 뉴스의 구성과 연출에 영향을 미친다.

3. TV 뉴스의 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례분석

3.1. TV 뉴스에 나타난 주요뉴스 분류

본 장에서는 TV 뉴스의 분야별 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례를 분석한다. 먼저 2014-2017년까지 각 방송사의 분야별 주요뉴스를 조사하고, 조사한 사례를 비언어적 커뮤니케이션 관점에서 분석한다. 그리고 주요뉴스를 정치, 경제, 사회, 문화로 분류하여 시청자의 관심과 흥미 그리고 공감을 고조시켰던 뉴스를 사전 설문 조사하여 주요뉴스 사례를 선정 및 분석한다.

사례 분류를 위한 사전 설문조사는 2014-2017년까지 TV 뉴스의 주요뉴스를 정치, 경제, 사회, 문화 뉴스에 따라 살펴보고 해당 사례를 낭보(good news)와 비보(bad news)의 관점에서 실시하였다(Table 2).

정치관련 주요뉴스를 살펴보면, 한·일 위안부 문제, 국회관련 문제, 대통령 탄핵, 대통령 선거 및 당선, 남·북한 문제 등이 나타났다. 이 사례에서 남·북한 이산가족 상봉 이슈와 대통령 당선은 오랜 기다림 끝에 헤어졌던 가족이 상봉과 새 대통령의 기대감 측면에서 낭보로 보도되었고, 대통령 탄핵 관련 이슈는 국민차원에서 불행으로 인지하여 비보로 보도되었다.[Fig. 126] 경제관련 주요뉴스에는 조류 인플루엔자 AI로 인한 경제적 손실과 치솟는 물가정책, 가습기 살균제 피해, 세금의 비효율적 사용문제 등이 있었다.[Fig. 227] 또한 사드배치 문제는 정치, 경제, 사회 분야 범위에 걸쳐 광범위하게 해당되는 것으로 나타났다. 사회관련 주요뉴스에서는 강남역 문지마 살인사건, 메르스 확산에 따른 인명피해, 세월호 침몰은 온 국민을 슬픔으로 몰았다.[Fig. 328] 또한 대통령 탄핵, 촛불 집회 등의 무거운 주요뉴스들은 비보의 뉴스로 보도되었다. 그러나 이세돌과 인공지능 AI의 바둑대결은 사람들에게 큰 관심과 흥미를 주었으며, 추석 ‘슈퍼문’ 뉴스는 사람들에게 긍정적 기대감을 갖게 하는 낭보의 뉴스로 분류되었다. 마지막으로 문화관련 주요뉴스는 정치, 경제, 사회분야와 달리 비보 보다 즐겁고

이슈 지각에 미치는 영향. 한국언론학보, Vol.53(5), 176-198

21) <https://ko.dict.naver.com> 국어사전(검색일 2017.05.01.)

22) <https://ko.dict.naver.com> 국어사전(검색일 2017.05.01.)

23) <https://ko.dict.naver.com> 국어사전(검색일 2017.05.01.)

24) <http://encykorea.aks.ac.kr> 한국민족문화대백과 (검색일 2017.05.01.)

25) <https://ko.dict.naver.com> 국어사전(검색일 2017.05.01.)

26) http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/4180358_19842.html?menuid=nwdesk (2017.09.17.)

27) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3004982>(2017.02.21.)

28) http://imnews.imbc.com/replay/2014/nwdesk/article/3451736_18451.html(2017.07.06.)

낭보의 보도가 많았다.[Fig. 429] 그 예로 한국소설가의 ‘맨부커상’을 수상, 프란치스코 교황 방문 등이 해당된다.



[Fig. 1] MBC 8news



[Fig. 2] KBS 9news



[Fig. 3] MBC 8news



[Fig. 4] KBS 9news

3.2. TV 뉴스에서 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 유형별 사례

다매체·다채널 미디어 환경에서 TV 뉴스의 주요뉴스를 전달하는 앵커는 비언어적 커뮤니케이션의 신체적 기호언어, 인공적 대상언어, 상황적 행위언어를 활용하여 뉴스의 전달력을 높일 수 있다. TV 뉴스의 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례 분석 내용은 다음과 같다.

첫째, 신체행위의 기호언어인 얼굴표정, 시선응시, 손짓, 몸짓을 활용한 것으로 분류된다. 이는 앵커의 이미지 형성에 중요한 신체행위의 기호언어로 상대방에게 긍정 혹은 부정적인 이미지를 직접적으로 각인 시켜준다. TV 뉴스에서 여성앵커의 얼굴표정은 전달자의 심리상태를 전달하는 결정적인 요소가 된다. 세월호 침몰과 같은 ‘비보’의 뉴스 전달시 언어적 표현과 비언어적 표현으로 얼굴표정과 제스처를 보여준다.[Fig. 530] 이는 사회적 이슈에서 앵커가 심폐소생술로 사람을 살린 초등학교생의 뉴스 내용을 보도하면서 시청자와의 감성적 소통을 위해 감동을 담은 얼굴표정을 연출할 때 나타난다.[Fig. 631] 이처럼 사람의 얼굴표정은 대인관계를 결정짓는데 중요한 요소로 전달되기 때문에 현대사회에서는 상호간에 의사소통을 증진시킬 수 있다32). 강조하는 기사의 이미지 영상을 손짓으로 가리키는 제스처는 시청자에게 몰입감을 끌어내 앵커의

인상을 강화시킬 수 있다.[Fig. 733] TV 뉴스에서 앵커의 호감도는 뉴스를 전달할 때 뉴스기사에 대한 신뢰와 긍정의 이미지를 함께 부여하므로 여성앵커의 얼굴 표정, 손짓, 몸짓 등의 제스처의 신체적 기호언어는 중요하다.

둘째, 인공적 장식의 대상언어는 의복, 액세서리, 메이크업, 헤어로 분류된다. TV 뉴스 여성앵커는 사건과 사고를 정확히 전달해야 하는 목적을 갖고 전문성, 신뢰성 및 공정성을 높이는 전달자로 반듯한 이미지로 연출되어야 한다. 앵커의 상체 중심 연출에서 전신 연출로 방송 구성이 변화하면서 의상, 메이크업, 헤어, 액세서리와 같은 인공적 대상언어의 연출 비중이 높아지고 있다. 앵커의 외모 단점을 수정, 보완, 강화시키는 연출은 수신자인 시청자의 호감도를 높일 수 있다. 여성앵커는 전문성을 나타내기 위하여 단정하고 지적인 이미지를 보여주는데, 셔츠, 블라우스, 탑, 원피스와 재킷을 활용한 소피스티케이트 스타일을 연출한다.[Fig. 834), 935), 1036] 장식이 배제된 베이직 재킷은 앵커의 신체에 맞는 실루엣과 각진 어깨로 매니쉬한 느낌을 강조한다.[Fig. 8, 9, 10] TV 뉴스에서는 심각한 사건과 사고 전달이 많기 때문에 여성앵커의 메이크업은 깨끗한 피부표현에 중점을 두고, 헤어스타일은 묽거나, 볼륨감 있는 단발머리 스타일로 단정하게 표현한다.[Fig. 8, 9, 10] 또한 인공적 코드인 액세서리의 경우 눈에 띄지 않으면서 스타일을 보완할 수 있는 작은 사이즈를 선호하며 브로치는 탈부착이 가능하여 위치의 변경이 가능하다.[Fig. 9, 10]

셋째, 상황적 행위언어는 비언어적 커뮤니케이션에서 앉기, 걷기, 서기, 걷다가 서기, 앞뒤 반복 걷기는 TV 뉴스에서 최근 새롭게 강조되고 있는 커뮤니케이션 연출이다. TV 뉴스 시청 시 주요뉴스의 정확한 내용전달과 감정적 동감을 위해 뉴스 보도 시 DLP(Digital Light Processing) 대형 스크린을 이용하여 시청자에게 현장감을 높여 주고 있다. 상황적 행위언어는 현장에서 기자가 취재한 내용의 몰입을 끌어내기 위해 걷기, 서기, 앞으로 걷기, 앞뒤 반복하여 걷기 등의 비언어적 커뮤니케이션으로 표현된다.[Fig. 1137), 1238), 1339] 이와

29) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3009243>(2017.02.28.)

30) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=2847762>(2017.02.07.)

31) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3369330>(2017.03.25.)

32) 최승용·이창욱.(2005) 호텔 서비스 인카운터에서 종사원의 신체적 매력요인에 관한연구, 관광학연구, Vol.21(3), pp.43-60.

33) http://imnews.imbc.com/replay/2015/nwdesk/article/368194_17821.html(2017.08.06.)

34) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=2815133>(2017.02.03)

35) http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1002246229&plink=THUMB&cooper=SBSNEWSPROGRAM(2017.04.01)

36) http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/3962822_19842.html?menuid=nwdesk(2017.09.01)

37) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3161799>(2017.03.05.)

38) http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N100295394

같은 상황적 행위언어는 공간과 거리의 활용으로 생생하고 몰입할 수 있는 뉴스내용을 전달하게 한다.

[Table 2] 여성 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례

여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례			
표정 자세 외모 제스처			
	[Fig. 5] KBS 9news	[Fig. 6] KBS 9news	[Fig. 7] MBC 8news
의상 헤어 메이크업 액세서리			
	[Fig. 8] KBS 9news	[Fig. 9] SBS 8news	[Fig. 10] MBC 8news
앉기 서기 걸기			
	[Fig. 11] KBS 9news	[Fig. 12] SBS 8news	[Fig. 13] MBC 8news

4. TV 뉴스의 분야별 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 특성

4.1. TV 뉴스의 분야별 주요뉴스에 따른 분류와 사례 고찰

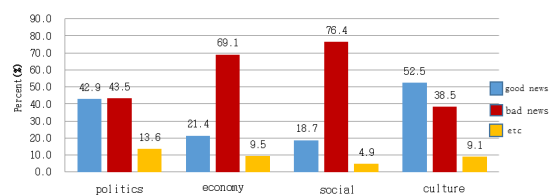
본 연구에서는 TV 뉴스의 분야별 주요뉴스에 따른 여성앵커의 특성을 분석하기 위하여 2014년-2017년까지 KBS 9시, SBS 8시, MBC 8시뉴스 사례를 조사 및 분석하였다. 각 방송사별로 헤드라인인 주요뉴스는 KBS 9시는 5-6개, SBS 8시는 7-8개, MBC 8시는 9-10개 정도 선정되는데, 이는 시청자들의 관심과 흥미를 유발한다. 각 주요뉴스는 이슈에 따라 정치, 경제, 사회, 문화로 구분하였으며, 비언어적 커뮤니케이션 사례를 고찰하기 위하여 선정 대상을 낭보와 비보로 분류한 후 특성을 중점적으로 살펴보았다.

이때 분류된 주요뉴스의 관점을 낭보와 비보로 객관적

으로 선정하기 위하여 지상파 KBS, SBS, MBC의 방송사에서 근무하는 뉴스 관련 기자와 뉴스 PD, 뉴스 작가, 뉴스 편집자 등의 보도국 종사자 50여명을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 설문 대상자들은 뉴스를 기획하고 구성하는 주요 실무자들로 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 연출의 기준이 된다. 설문조사를 바탕으로 분류된 TV 뉴스의 주요뉴스에 따른 사례는 다음과 같다.

TV 뉴스는 주요뉴스에 따라 정치, 경제, 사회, 문화로 1차 분류 하였고, 분류한 주요뉴스를 연도별로 정리하였으며 이를 설문 조사를 바탕으로 낭보와 비보에 따라 2차로 분류하여 연구 범위를 구체화 하였다.

2014-2017년까지 가장 많이 보도된 정치 주요뉴스는 남북한 관련 기사, 한일 위안부 문제, 대통령 탄핵, 대통령 선거와 당선 관련 기사로 나타났다. 설문 조사에서 이 사례는 남북한 이산가족상봉과 대통령 선거와 당선에 관한 기사는 낭보, 한일 위안부 기사와 대통령 탄핵 관련 기사는 나라의 분위기를 어둡게 하는 비보로 분류되었다. 경제 관련 주요 뉴스는 AI로 인한 경제적 타격, 가습기 살균제 관련 기사가 많이 거론되었는데, 경제 뉴스의 경우 연구 조사 기간에는 낭보보다 비보가 주도적으로 많이 나타났다. 사회 분야의 주요뉴스를 살펴보면 세월호, 메르스, 대통령 탄핵, 촛불 집회 기사 등이 오랜 기간 다뤄졌는데 대부분이 무겁고 힘든 뉴스의 비보가 많았다. 문화 분야의 주요 뉴스는 정치, 경제, 사회 분야와는 다르게 비보보다 낭보의 기사가 많았다. 한강 작가의 맨부커상 수상, 프란치스코 교황 방문이 대표적 낭보로 미술계의 조영남씨의 대작이 비보로 나타났다.



[Fig. 14] 분야별 주요뉴스에서 낭보와 비보 비교

이와 같이 정치, 경제, 사회, 문화 분야별 주요뉴스를 연도별로 10문항씩 총 30문항 설문조사 한 결과를 살펴보면 정치 주요뉴스는 낭보 42.9%, 비보 43.5%로 비슷한 비율을 보였으며, 경제 주요뉴스는 비보가 69.1%로 나타나 어려운 경제 상황을 반영하고 있었다. 사회 주요뉴스도 비보가 76.4%로 조사 기간 위중한 사회 분위기를 나타내고 있으며, 문화 주요뉴스는 낭보가 52.5%로 나타났다. 전반적으로 정치는 낭보와 비보가

1&link=THUMB&cooper=SBSNEWSPROGRAM(2017.05.10.)
39) http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/3851367_19842.html(2017.08.27.)

비슷하게 나타났고, 경제와 사회 분야 주요뉴스는 비보가 뉴스가 많았으며, 문화 분야 주요뉴스는 낭보의 뉴스가 주도하고 있는 것으로 나타났다.[Fig. 14]

4.2. TV 뉴스의 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 특성

본 장에서는 2014-2017년까지 지상파 TV 방송사의 KBS 9시, SBS 8시, MBC 8시뉴스에서 TV 뉴스의 분야별 주요뉴스를 정치, 경제, 사회, 문화로 분류하여 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션에 관한 사례를 낭보(朗報, good news)와 비보(悲報, bad news)의 관점에서 비언어적 커뮤니케이션 특성을 살펴본다.

사전설문 조사에서 주요뉴스에 나타난 뉴스의 내용에서 밝고 희소식인 긍정적 측면의 낭보의 뉴스와 어둡거나 비통한 나쁜 소식인 부정적 측면의 비보의 관점에서 비언어적 커뮤니케이션의 표현 특성을 분석한다. 비언어적 커뮤니케이션의 표현 특성은 얼굴표정, 손짓, 몸짓의 제스처를 활용한 신체적 기호언어와 의상, 메이크업, 헤어, 액세서리와 같은 인공적 기호언어 그리고 방송의 연성화에 따라 복식에 어울리는 에티튜드 관점에서 걸기, 걷다가 서기, 서서 진행하기, 시간과 공간을 활용한 상황적 행위언어로 분석한다.

커뮤니케이션의 전달 수단에서 비언어적 표현은 신체의 외적인 표현으로 전달자의 감정이 내재되기 때문에, 적절하게 활용하면 중요한 설득의 기법이 될 수 있다. TV 뉴스의 주요뉴스 성격에 따라 여성앵커의 스타일링이 연출되는데, 이는 시청자에게 뉴스의 내용을 암시하고 전달하며 앵커의 호감도를 높일 수도 있다. TV 뉴스에서 여성앵커의 신체적 표현인 제스처는 앵커가 표현하는 에티튜드로서 주요뉴스 보도의 언어적 표현을 보완한다. 주요뉴스의 내용을 전문성을 가지고 정확하게 인식시키기 위해 여성앵커는 뉴스의 성격에 따라 얼굴표정, 시선과 손짓, 고갯짓을 동반하는데 이는 기쁨, 슬픔, 감동, 절망, 아쉬움, 놀람, 충격 등과 같은 감성의 뉴스 내용을 보완한다.[Fig. 15⁴⁰⁾, 16⁴¹⁾]

신체적 기호언어의 표현은 비보의 경우는 심적 상황을 무표정의 얼굴과 다운된 목소리 톤으로 표현하는데, 남·북한 문제와 대통령 탄핵관련 뉴스와 같이 현안이 무거운 이슈인 경우 시청자에게 그 심각성을 전달한다.[Fig. 15] 긍정적 뉴스인 낭보는 밝은 표정과 손짓, 몸짓, 걸기 등으로 시청자의 몰입을 유도하여, 시청자

의 관심과 흥미를 갖게 한다.[Fig. 17참조] 그 외에 TV 뉴스에서 여성앵커가 의도적으로 볼펜을 들고 큐카드를 체크하는 이미지 연출은 시청자에게 뉴스 내용을 정확한 자료를 바탕으로 전달하고자 하는 의미로 앵커의 정확성과 신뢰도 있는 이미지를 상승 시킬 수 있다.[Fig. 16]

이처럼 주요뉴스의 성격에 따라 여성앵커의 스타일링이 다각적으로 연출될 수 있는데 이는 시청자에게 뉴스 내용에 대한 이해를 높일 수 있는 차별성을 보인다. TV 뉴스에서 여성앵커의 신체적 표현인 제스처를 활용하여 언어적 표현을 보완하여 뉴스내용을 정확하게 인식시키는데 도움을 줄 수 있다.



[Fig. 15] MBC 8news

[Fig. 16] SBS 8news

TV 뉴스의 주요뉴스에 따른 여성앵커의 인공적 대상언어는 TV 뉴스를 전달하는 여성앵커의 외적인 이미지를 나타내는 인공적 요소들로 의상, 액세서리, 헤어, 메이크업을 나타낸다. 외적인 관심과 미적 가치가 강조되고 있는 현대사회에서 호감을 주는 외모는 자신감을 높이고 개인의 가치를 높일 수 있다.

비언어적 커뮤니케이션을 위한 인공적 대상언어인 의상은 컬러가 상징하는 의미를 통해 그 이미지를 강조할 수 있다. 의상의 컬러는 여성앵커의 이미지를 보완하는데 컬러의 의미에 따라 착용빈도가 많은 흰색은 정직, 붉은 색은 정열과 자신감, 회색은 세련됨, 중립, 지성, 진지함, 편안함을 나타내고 파랑색은 냉정, 명료성, 공정을 의미한다고 할 수 있다. 그리고 TV 뉴스에서 보도되는 주요뉴스의 내용의 낭보와 비보는 여성앵커가 착용하는 의상의 컬러나 헤어스타일과 메이크업 등의 인공적 대상언어를 통해 암시될 수 있다. 사례에서 주요뉴스가 낭보일 경우 앵커가 착용하는 의상의 컬러는 밝고 따뜻해 보이는 난색 계열이 주로 나타났으며[Fig. 17⁴²⁾], 비보의 기사가 주요뉴스인 경우에는 한색 계열이나 모노톤을 주로 착용하는 것으로 나타났다.[Fig. 18⁴³⁾] 세월호, 메르스, 대통령 탄핵과 같은 위중한 비보가 주요뉴스일 경우에는 무채색의 무게감 있는 모노톤과 채도가 낮은 컬러의 의상을 스타일링 하

40) [http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/4180358_19842.html?menuid=nwdesk\(2017.08.25.\)](http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/4180358_19842.html?menuid=nwdesk(2017.08.25.))

41) [http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1002859790&plink=THUMB&cooper=SBSNEWSPROGRAM\(2017.04.03.\)](http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1002859790&plink=THUMB&cooper=SBSNEWSPROGRAM(2017.04.03.))

42) [http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=2804410\(2017.02.03.\)](http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=2804410(2017.02.03.))

43) [http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/4175304_19842.html?menuid=nwdesk\(2017.8.25.\)](http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/4175304_19842.html?menuid=nwdesk(2017.8.25.))

고[Fig. 20], 올림픽 메달 획득과 같은 낭보가 주요뉴스인 경우에는 밝은 비비드의 강렬한 컬러로 긍정을 강조하는 것으로 나타났다.[Fig. 17] 의상 아이템은 주로 상의가 강조되는데 깔끔하고 단정하면서 전문적 여성의 이미지를 강조할 수 있는 재킷, 원피스, 블라우스, 셔츠 등의 아이템으로 전문적 여성 이미지를 연출한다.[Fig. 17, 18].

그 외에 TV 뉴스에서 비언어적 커뮤니케이션의 인공적 대상언어 중에서 헤어스타일, 메이크업, 액세서리 등은 크게 강조되지 않으며 개인의 취향 또한 제한된다. 인공적 대상언어의 요소는 외적인 이미지를 만드는 수단이자 장식의 역할을 하고 시각적 효과에 도움을 주지만⁴⁴⁾, 각 방송사마다 주요뉴스의 전달 강조를 위해 앵커의 개인적 이미지 연출보다 방송을 위한 이미지 연출을 하는 것으로 나타났다.

TV 뉴스에서 보여지는 여성앵커의 헤어스타일은 긴 머리와 단발머리의 형태로 나누어졌으며, 긴 헤어는 굵은 웨이브를 주어 부드러운 이미지를 표현하거나 묶어서 단정한 이미지를 주고, 단발머리는 세련된 커리어 우먼의 이미지를 높여주는 효과를 준다.[Fig. 17, 18] 또한 메이크업은 여성앵커의 개인적 취향을 표현하기 보다는 객관적 이미지를 위해 부드럽고 내추럴한 분위기를 표현한다. 마지막으로 액세서리는 의복, 헤어, 메이크업과의 조화를 이루기 위한 장식의 도구이지만 여성앵커가 착용하는 액세서리는 치장의 도구보다는 스타일링을 이루기 위한 구성물로 볼 수 있다.[Fig. 18] 개인의 취향이 제한되는 여성앵커의 스타일링 연출은 TV 뉴스의 주요뉴스의 보도 내용을 참고하여 그 날의 의상을 선정하고 메이크업과 헤어를 연출 하는 것으로 나타났다.



[Fig. 17] KBS 9news



[Fig. 18] MBC 8news

상황적 행위언어는 시간, 공간, 속도 등의 상황에 따라 적절한 움직임을 활용하여 역동성을 보완해주는 비언어적 커뮤니케이션이다. 적절한 상황에 따른 공간적 행위는 전달자와 수신자간에 관심도와 신뢰감 유지와의 관계를 의미한다. 일반적으로 TV 뉴스 데스크에 앉아서 뉴스를 전달하던 형태에서 최근 스튜디오 내의

대형 스크린 앞에 서있거나 걷는 등의 보도 형식이 변화 되면서 이와 같은 상황적 행위언어의 연출 비중이 높아지고 있다.

TV 뉴스 여성앵커의 상황적 행위언어는 서있기, 앞으로 천천히 걷기, 앞뒤 반복하여 걷기로 나타난다.[Fig. 19, 20] 이러한 행위언어는 시청자의 주위를 모으고 뉴스 내용의 중요성을 강조 할 수 있기 때문에, 시청자가 뉴스 내용에 집중과 몰입할 수 있게 한다. TV 뉴스 여성앵커가 스튜디오 DLP 대형 스크린을 뒤로하고 걸 으면서 전달하는 행위는 전달자가 뉴스 내용에 대한 자신감의 표현으로 시청자에게 신뢰감을 높일 수 있다. 또한 제자리에 서있는 자세로 뉴스 내용을 전달하는 것은 그 내용의 중요성을 강조할 수 있기 때문에 수신자인 시청자에게 뉴스 내용을 몰입 시킬 수 있다. 이처럼 비언어적 커뮤니케이션의 상황적 행위언어는 TV 뉴스를 진행하는 스튜디오라는 공간의 한계가 따 르지만 앵커의 움직임과 움직임의 제한을 적절하게 잘 활용한다면 시청자가 뉴스에 집중 할 수 있는 몰입을 이끌어 낼 수 있다.

그리고 TV 뉴스의 스튜디오에 있는 여성앵커가 현장에서 취재하는 기자를 직접 연결하여 현장감과 실재감을 주고 생생한 라이브로 전달 받기 때문에 시청자는 흥미와 관심을 가질 수 있다. 이와 같은 현장감 있는 방송 포맷은 시청자와 앵커간의 교감을 가지게 하여 방송에 대한 믿음을 준다.[Fig. 20⁴⁵⁾]



[Fig. 19] SBS 8news



[Fig. 20] MBC 8news

TV 뉴스에서 앵커의 역할은 시청자에게 실제 사건과 사고의 사실을 전달해야 하는 전달자로서 시청자가 뉴스를 이해하고 집중할 수 있도록 해야 한다. 신체적 기호언어, 인공적 대상언어 그리고 상황적 행위언어는 서로의 관계를 형성하도록 신뢰성, 전문성을 높여주고 외향적인 매력을 통한 호감도를 높여 시청자와 전달자의 밀접한 관계에도 영향을 미칠 수 있다.

위와 같이 TV 뉴스에서 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 사례 분석을 바탕으로, 낭보와 비보의 관점에서 비언어적 커뮤니케이션의 특성을 중

44) 김민신.(2007) TV 프로그램에 따른 방송인의 이미지 메이킹에 영향을 미치는 요인. 숙명여자대학교 석사학위논문, p.7-14.

45) [http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1002792581&link=THUMB&cooper=SBSNEWSPROGRAM\(2017.04.30.\)](http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1002792581&link=THUMB&cooper=SBSNEWSPROGRAM(2017.04.30.))

46) [http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/4180357_19842.html?menuid=nwdesk\(2017.08.25.\)](http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/4180357_19842.html?menuid=nwdesk(2017.08.25.))

합하면 [Table 3]과 같다.

TV 뉴스의 주요뉴스에서 긍정적이고 좋은 소식인 낭보의 뉴스 전달시 앵커는 신체적 기호언어 표현 중에서 주로 얼굴 표정이 활용되었다. 낭보의 성격에 따라 기쁨과 감동을 나타내는 긍정적 얼굴 표정으로 나타나는데[Fig. 2147], 밝은 표정으로 전달하는 뉴스는 좋은 소식임을 암시할 수 있다.

앵커의 이미지 형성에 주요 역할을 하는 인공적 대상언어에서 의상의 컬러는 낭보를 시각적으로 상징할 수 있었는데, 노랑과 빨강과 같은 비비드 계열의 컬러의상은 활력 있는 이미지를 보여주어 자신감 있는 이미지를 높일 수 있다.[Fig. 2248]

앵커의 뉴스 진행방식의 변화에 따라 스튜디오 공간을 활용하는 보도 방식이 많아지고 있는데, 상황적 행위언어에서 TV 뉴스를 진행하는 앵커는 스크린을 활용하여 서거나 걷거나 하는 방식을 통해 이목을 집중시킬 수 있다. 현장중계를 통해 그 감동을 현실감 있게 전달하는 공간 활용을 할 수 있다.[Fig. 2349]

부정적이며 위중하고 나쁜 소식인 비보 뉴스 내용의 전달력을 높이기 위한 비언어적 커뮤니케이션은 먼저 신체적 기호언어에서 언어적 커뮤니케이션을 통해 뉴스를 전달하면서 애통한 얼굴표정이나 손짓과 같은 제스처를 통해 시청자에게 이런 상황들이 다시는 없기를 강조하며 동조를 표현하고 있다.[Fig. 2450] 비보가 그날의 주요뉴스인 경우 앵커는 인공적 대상언어인 의상을 모노톤이나 한색 계열의 컬러를 착용하여 비보뉴스 내용을 시각적으로 암시하고 뉴스를 시청하는 시청자에게 슬픔이나 애통함 혹은 위중함을 감정적 관점에서 전달한다.[Fig. 2551] 상황적 행위언어는 뉴스진행 방식의 변화를 반영하는데 주로 앉아서 진행하던 방식에서 스튜디오 대형 스크린을 배경으로 서거나 걷는 등의 스튜디오 공간 활용을 통해 뉴스 내용의 집중과 몰입 효과를 높인다.[Fig. 2652]

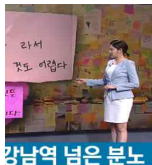
TV 뉴스에서 그날의 사건과 사고를 전달하는 헤드라인인 주요뉴스 사례에 나타난 비언어적 커뮤니케이션 특성은 신체적 기호언어, 인공적 대상언어, 상황적 행

위언어로 분류하여 도출할 수 있었다. 특히 그날의 뉴스 연출에서 주요뉴스의 낭보와 비보의 성격에 따라 전달자인 앵커는 그 특성을 적절히 활용하여 뉴스의 전달력을 높이고 있는 것으로 나타났다.

특히 TV 뉴스 여성앵커가 이러한 비언어적 커뮤니케이션의 특성을 보다 효과적으로 활용한다면 전문성을 지닌 커리어우먼으로서 시청자에게 신뢰성 있는 앵커로서 호감도를 높일 수 있다고 사료된다.

TV 뉴스 주요뉴스의 비중이 낭보보다 비보가 많은 현상을 반영하여 뉴스 내용의 이해와 집중을 높이기 위한 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션의 활용은 방송사를 대표하는 앵커의 이미지를 만들수 있을 것이다.

[Table 3] 주요뉴스 분류에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 특성

주요뉴스 분류에 따른 비언어적 커뮤니케이션 특성			
분류	신체적 기호언어	인공적 대상언어	상황적 행위언어
낭보	 [Fig. 21] MBC 8news	 [Fig. 22] SBS 8news	 [Fig. 23] KBS 9news
	-밝은 표정 -긍정적 소식 암시 -활기있는 분위기	-밝은 컬러 의상 -낭보의 시각적 암시 -자신감 있는 표현	-스튜디오 공간 활용 -스크린 활용 -이목 집중
비보	 [Fig. 24] SBS 8news	 [Fig. 25] KBS 9news	 [Fig. 26] MBC 8news
	-심각한 표정 -손짓과 제스처 활용 -심각성의 강조	-무채색/한색 계열 의상 -위중함의 시각적 암시	-스튜디오 공간 활용 -스크린 활용 -이목 집중

V. 결론

TV 뉴스는 국내·외에서 쟁점이 되고 있는 이슈를 이미지 영상과 앵커의 음성을 통해 전달하는 미디어 매체로써 방송사의 이미지를 대표한다. 특히 TV 뉴스의 앵커는 시청자에게 관심과 흥미를 유도하기 위하여 언어적·비언어적 커뮤니케이션을 활용하여 소통의 효과를 높인다.

- 47) http://imnews.imbc.com/replay/2014/nwdesk/article/3523041_18451.html(2017.07.23.)
- 48) http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1002169944&plink=THUMB&cooper=SBSNEWSPROGRAM(2017.03.19.)
- 49) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=2912087>(2017.02.13.)
- 50) http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1003584956&plink=THUMB&cooper=SBSNEWSPROGRAM(2017.06.15.)
- 51) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=2847777>(2017.02.17.)
- 52) http://imnews.imbc.com/replay/2015/nwdesk/article/3710029_17821.html(2017.08.10.)

본 연구에서는 TV 뉴스에서 보도되는 주요뉴스의 비중에 따라 앵커의 이미지 스타일링이 연출되는 환경을 반영하여 지상파 방송사의 대표 뉴스 프로그램에 나타나는 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션 특성을 연구하였다. 2014-2017년까지 TV 뉴스의 주요뉴스 사례를 뉴스 방송 관련자를 대상으로 밝거나 즐거운 긍정적인 낭보의 뉴스와 어둡거나 무거운 부정적인 비보의 뉴스로 구분하기 위한 사전 설문조사를 하였다. 그리고 낭보와 비보 뉴스 사례 구분을 바탕으로 비언어적 커뮤니케이션 특성을 도출한 결과는 다음과 같다.

첫째, TV 뉴스에서 분야별 주요뉴스에 따른 여성앵커의 뉴스 전달 능력과 이미지 연출 고찰을 위한 방법론으로써 비언어적 커뮤니케이션은 적합한 것으로 나타났다. 둘째, TV 뉴스에서 분야별 주요뉴스는 사전 설문조사를 통해 낭보와 비보로 분류되었으며, TV 뉴스 앵커의 비언어적 커뮤니케이션 연출은 그 날의 주요뉴스에 따라 그 특성이 강조되는 것으로 나타났다. 셋째, TV 뉴스의 분야별 주요뉴스에 따른 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션은 신체적 기호언어, 인공적 대상언어, 상황적 행위언어로 그 특성이 도출되었다. 그날의 분야별 주요뉴스에 따른 비언어적 표현을 통해 앵커는 신뢰성, 전문성을 동반한 편안함, 긍정적인 호감도를 높일 수 있었다.

본 연구에서 TV 뉴스의 주요뉴스에 따른 비언어적 커뮤니케이션은 얼굴표정, 시선, 제스처, 의상, 헤어, 메이크업, 액세서리, 앉기, 서있기, 걷다 서기 등의 비언어적 행위를 활용하는 것으로 나타났다. 이처럼 앵커는 뉴스 전달시 언어적 표현과 함께 비언어적 표현을 함께 활용하고 있으며, 이에 관한 결론과 기대효과는 다음과 같다. 낭보의 관점에서 비언어적 커뮤니케이션은 밝은 표정과 우호적인 시선 등과 같은 신체적 기호언어 표현이 주로 활용된다. 그리고 주요뉴스가 낭보인 경우 인공적 대상언어에서 의상은 노랑과 빨강 등의 비비드 계열로 연출되었는데 활기 있는 분위기를 주었다. 최근 여성앵커의 상반신 노출 중심에서 전신 노출이 함께 이루어지고 있어 뉴스 내용에 따라 이러한 요소들이 고려되어야겠다. 최근 스튜디오 공간에 설치된 DLP를 활용한 현장 연결이나 자료 화면이 제시되고 있어, 언어적 커뮤니케이션 만으로는 뉴스 내용에 대한 몰입과 이해가 어렵기 때문에 신체적 기호언어, 인공적 대상언어, 상황적 행위언어의 요소를 조합하여 연출한다면 호감과 전문적인 이미지와 함께 신뢰성을 높일 수 있을 것이다. 비보의 관점에서 비언어적 커뮤니케이션의 신체적 기호언어는 뉴스 내용의 전

달력을 높이기 위해 앵커의 얼굴표정은 어둡고, 제스처 행위는 자제되었으며 무거운 목소리 톤을 통해 뉴스 내용에 집중할 수 있도록 하였다. 비보일 경우 인공적 대상언어에서 의상의 컬러는 블랙, 그레이, 네이비와 같은 무채색이 착용되었으며 액세서리는 배제하여 간결하고 차분함을 연출했다. DLP 앞에서 앵커가 서거나 걷는 등의 비언어적 행위는 시청자의 시선을 집중시켜 뉴스 내용에 대한 몰입감을 높였다.

TV 뉴스에서 앵커와 시청자와의 커뮤니케이션을 높일 수 있도록 비언어적 커뮤니케이션 요소의 활용을 구체화 하여 TV 뉴스를 연출한다면 효과적인 시청자와의 커뮤니케이션 방안이 되리라 사료된다.

참고문헌

- 김미현.(2017). TV 뉴스 여성앵커의 비언어적 커뮤니케이션에 관한 연구, *한국패션디자인학회지*, Vol.17(4).
- 김은성.(2007). 방송진행자의 스피치 구성요인과 공신력 평가에 관한 연구: 수용자 상위 인지 능력 개념의 적용, *한국언론학보* Vol.51(1).
- 유홍식.(2009). 기사제목과 예시가 수용자의 뉴스가치 평가와 이슈 지각에 미치는 영향, *한국언론학보* Vol.53(5).
- 이은경.(2010). TV 뉴스 여성앵커의 재킷의 색상이미지 연구, *한국생활과학회지*, Vol.19(1).
- 최승용·이창욱.(2005). 호텔 서비스 인카운터에서 종사원의 신체적 매력요인에 관한연구, *관광학연구*, Vol.21(3).
- 최윤희.(1999). 비언어적 행위와 사회적 영향에 관한 일고찰, *한국커뮤니케이션학*, Vol.8.
- Sereno, K. K., & Hawkins, G. J.(1966). The effects of variations in speakers, nonfluency upon audience ratings of attitude toward the speech topic and speakers, credibility. *Speech Monographs*, Vol.34.
- Dodd, C. H.(1982). Dynamic of intercultural Communication. Brown Company.
- Goldhaber G. M.(1983). Organization Communication., Dubuque, IA: William C. Brown.
- Harrison, R. P.(1973). Nonverbal Communication. eds. Ithiel de Sola Pool and W. Schramm, Handbook of Communication, Chi-cago: Rand Mc-Nally College.
- Knapp, M. L.(1978) Nonverbal Communication in Human Interaction(2nd ed.). New York Holt, Rinehart and Winston. 12. 1980). Essentials of Nonverbal Communication. Holt, Rinehart and Winston.
- Leathers, D. G.(1976). Successful nonverbal communication: Principles and applications. Boston: Allyn and Bacon.
- Ruesch, j., & Kees W.(1956). Nonverbal Communication: Notes on the Visual Perception of Human Relation. Univ. of California

- Westley, B. H.(1980). *News editing*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- 김규남.(2004). 한국 TV 뉴스의 정보 시각화 연구:지상파 3사 뉴스 그래픽 중심으로, 홍익대학교 석사학위논문.
- 김민신.(2007). TV 프로그램에 따른 방송인의 이미지 메이킹에 영향을 미치는 요인. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 김정숙.(2027). 뉴스와 예능 프로그램 진행 여자아나운서 헤어스타일 특성. 중앙대학교 석사학위논문.
- 박선미.(2005). 유아에 대한 호감도 교사의 호감도, 교사 유아 상호작용, 유아행동에 대한 교사의 귀인방식 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 박정민.(2008). 인터넷 뉴스의 선정성-포탈과 언론사 닷컴 헤드라인분석. 한림대학교 석사학위논문.
- 오인영.(2006). 메이크업과 헤어스타일 유형에 따른 TV 뉴스 앵커의 인상형성에 관한 연구. 경희대학교 박사학위논문.
- 이선화.(2016). TV 뉴스 여성 아나운서의 패션 스타일링 분석. 건국대학교 석사학위논문.
- 장은영.(2017). TV 프로그램별 여성아나운서에 대한 시청자 선호도 연구. 중앙대학교 석사학위논문.
- 최용희.(2004). 가면극의 비언어적 상징과 의미에 관한 연구-봉산탈춤. 노장 과장의 비언어적 의사소통 행위에 관하여, 고려대학교 석사학위논문.