

TV 뉴스 여성앵커 재킷의 색상 이미지 연구

A Study on Color Image of TV News Anchor Woman's Jackets

이은경*

대전대학교 패션디자인·비즈니스학과

Lee, Eun Kyung

Dept. of Fashion Design·Business, Daejeon University

Abstract

TV news anchor woman's appearance, voice, expression, and clothing, etc., have an influence on the reliability of the article to be reported. Among these, clothing is the most crucial factor in forming an anchor woman's image, especially the clothing color factor. This study is aimed at providing the basic foundation for anchor woman when they select the clothing color by analyzing the clothing color image on the screen.

For this purpose, the KBS and MBC 9 o'clock news desk and SBS 8 o'clock news of the local major news programs were selected. With the collection of 300 pieces of news clips related to anchor woman's clothing from January to December 2008, they were classified into F/W seasons and analyzed by the clothing color. The surveying method of clothing color was to capture the anchor woman's clothing among the news clips, then pick the representing color by applying Adobe Photoshop, and researching the formed $L^*a^*b^*$ value of color chips. The surveyed color was transformed into value of distant cell, H V/C, and the results were analyzed. As a result, it showed that the White system for anchor woman's clothing during the S/S seasons is most frequently picked, followed by the Red system. In F/W seasons, Gray system is the most favored, then White and Red, respectively. It was revealed that the most frequently selected colors for upper-wear by anchor women in the three broadcasting stations was an achromatic color, such as White or Gray, and then the chromatic color, Red. It shows that there is no big difference in season. The Inner-wear color matched the jackets which were also achromatic in color, white and black being the most favored in the S/S seasons, and in the case of chromatic colors, Red was the most favored. In addition to this, identical coloration with jacket, coloration with similar color, or single color as clothing color were no less frequently adopted. During the F/W seasons, identical coloration accounts for 26%, the most popular colored being White and Red. It was found that the coloration with achromatic colors are highly favored in the three major broadcasting stations alike.

Keywords : TV news, anchor woman's jacket, color image

I. 서론

영상매체는 현대 문화현상에서 가장 중요하게 대두되는 대중매체 중 하나이며 대표적인 영상매체로는 TV와 영화를 들 수 있다. 그 중 TV는 현재까지 개발된 어떠한

미디어보다 보편성과 공공성, 신속성과 광역성을 갖고 있어 TV뉴스의 전달력은 다른 매체보다 월등히 앞서 있다. 뿐만 아니라 영상과 음향이 함께 전달되는 매체라서 우리 생활에 깊숙이 파고들어 사람들의 사고와 행동양식에 지대한 영향을 끼친다. 이러한 이유로 TV뉴스에서 가

* Corresponding author: Lee, Eun Kyung
Tel: 042-280-2464, Fax: 042-280-2460
E-mail: dream@dju.ac.kr

장 중요한 것은 보도기사에 대한 신뢰성이라 할 수 있다. 이 신뢰성은 뉴스 프로그램을 진행하는 앵커의 자질과 역할에 따라서 크게 좌우된다. 뉴스를 진행하는 순간 앵커의 표정, 동작, 외모 등 시각적으로 감지되는 것들이 보도기사에 포함되어 전달되기 때문이다. 앵커의 자연스럽고 친근하며 자신감 넘치는 외모는 시청자들에게 신뢰감과 호감을 줄 수 있다.

앵커의 외모를 형성하는 많은 요소 중 의상은 신체적 외모를 돋보이게 하고 시청자들에게 좋은 이미지를 심어 주는 중요한 요소이다. 의상 이미지는 의상의 색, 형태, 재질 등에 따라 형성되는 이미지를 뜻하는데 이 중에서도 색은 시각적인 인상을 형성할 뿐만 아니라 그 시각을 통하여 사람의 감정과 감각을 자극하여 타인에게 끝까지 기억되는 효과를 가지고 있기 때문에 가장 확실한 요소라 할 수 있다.

때문에 앵커의 의상색에 관한 연구가 매우 필요함에도 지금까지 이루어진 앵커에 관한 연구는 주로 앵커의 이미지 메이킹에 관한 연구(정하나, 2003), 앵커에 대한 수용자 이미지 연구(김은경, 2001; 박찬민, 1991; 이영혜, 2005), 앵커의 패션 이미지 변화에 관한 연구(박성희, 2004), 앵커의 메이크업 특성에 관한 연구(윤미영, 2005. 최희자, 2003)가 대부분을 차지하고 있다. 앵커의 의상에 대해서 부분적으로 다룬 연구는 전문 언론인으로서 차별화된 의상 디자인을 제시한 연구(김영란, 2001) 외에는 거의 없는 실정이다. 더구나 TV뉴스 여성 앵커의 뉴스프로그램시 착용한 의상의 색에 대한 연구는 전무하다.

위에서 살펴본 바와 같이 TV뉴스를 진행하는 여성 앵커의 이미지 요소 중 시각적으로 가장 효과가 큰 의상색에 대한 연구가 필요하다고 생각한다. 본 연구에서는 우선 TV뉴스의 특징과 앵커의 역할 그리고 앵커의 의상과 의상색 이미지의 특성 등에 관해서 문헌과 선행논문을 중심으로 살펴보았다. 다음은 방송사별 메인뉴스를 담당하는 여성 앵커의 사진을 수집하여 시즌별 앵커의 재킷 색상분포, 재킷과 이너웨어의 배색분포를 고찰하였다. 방송 3사의 메인 TV뉴스 프로그램에 나타나는 의상색에서 방송사가 추구하는 신뢰감을 주는 이미지 연출의 공통점을 도출해 보고자 한다. 이는 TV뉴스 프로그램의 적합한 이미지 형성에 그리고 앵커 자신만의 독특한 이미지를 구축하는데 기본 자료로 활용할 수 있도록 하는데 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. TV뉴스의 특징

TV뉴스란 일반적으로 사회에서 발생한 사건이나 소식들 가운데 중요한 의미가 있는 것들을 추출하여 언어, 부호, 기호 등을 음향과 영상을 통해서 시청자들에게 전달해주는 미디어를 말한다. TV뉴스는 저널리즘의 일반적인 특성과 TV매체가 갖는 특성을 동시에 포함하면서 신속성, 광역성, 속보성 등의 장점을 모두 가지고 있다. TV뉴스의 가장 두드러진 특징은 신문, 잡지, 인터넷 등 다른 매체와는 달리 비언어적 요소인 앵커의 표정, 동작, 외모 등 시각적인 것들이 포함되어 정보를 시청자들에게 전달하게 된다는 점이다. 때문에 시청자들은 보도기사에 대한 이해가 빠르고 호감과 친밀감을 가질 수 있다. 맥나이어(McNair)는 대다수의 사람들은 TV뉴스가 가장 신뢰감 있는 매체라고 생각하고 있다고 하였다(McNair, 1995). 실제로 여러 나라에서 TV뉴스는 많은 시청자들을 확보하면서 점차 증가하는 추세로 수용자들은 TV뉴스가 신문 뉴스보다 더 신속 할 뿐만 아니라 영향력, 신뢰성, 정확성, 균형성 등 다양한 측면에서 우수하다고 평가한 것으로 나타났다(조영현, 2004).

물론 TV뉴스에 장점만 있는 것은 아니다. TV뉴스는 심층성과 다양한 측면에서 신문과 잡지 등 다른 매체보다 시간적 제약과 적은 기사의 수로 더 나은 기능을 수행하지 못한다. 또 TV는 오락 매체의 성격이 강하기 때문에 TV프로그램 흐름의 일부로서 뉴스는 패키지화된 뉴스 포맷, 퍼스널리티의 강조, 시간적 제약에 따른 심층보도의 어려움, 뉴스 수의 제약, 비가시적 사실을 가시적 또는 극적 사건화 하는 구성방식 등의 문제점을 안고 있다(Bogart, 1980). 이러한 문제점 속에서도 TV뉴스는 신속한 전달력 면에서, 영상으로 전달되는 매체이기 때문에 시청자들에게 행사하는 영향력은 막강하다. 또 TV뉴스는 정보를 제공할 뿐 아니라 어떠한 논설로 내용을 보도하느냐에 따라서 현실 구성이 달라지고, 개인과 사회 전반으로 확산되어 사회적인 담화(談話)를 이루게 하는 기능까지 갖고 있다(이기현, 2001). 때문에 앞으로 TV뉴스만이 갖는 특징을 잘 활용하고, 사회에 대한 중도도와 책임감을 잘 인식해서 새로운 방향으로 끊임없이 발전해 나아가야 한다.

2. TV 뉴스 앵커의 정의 및 역할과 조건

앵커(anchor)란 방송 뉴스 프로그램의 진행자나 사회자를 말한다. 사전적 의미로는 ‘닻’, 릴레이 팀의 ‘마지막 주자’라는 뜻과 ‘간단한 해설과 논평을 하면서 뉴스 프로그램을 진행시키는 자’로 정의되어 있다. 방송용어로서의 앵커는 ‘뉴스 프로그램에서 다른 방송인들의 리포트를 조화시키는 메인 방송인’을 뜻한다. 이처럼 앵커는 단순히 뉴스를 전달하는 전달자로 끝나는게 아니라 그 뉴스의 취재와 편집, 기사작성 등 모든 과정을 합친 조직의 책임자라고 할 수 있다(Natusow, 1983).

최종라는 ‘TV뉴스 시청 형태에 관한 연구’에서 시청자의 82%가 일주일에 3-4번 이상 매일 저녁 9시 TV뉴스를 시청하고 있다고 하였다(최종라, 1997). 특히 TV저녁뉴스는 가족의 휴식시간 중 중요한 시간대인 8시-9시에 정기적으로 방송되는 가장 중심적인 위치에 있고 그 중에서도 뉴스 앵커는 대중적 인지도가 높고 그에 대한 이미지는 뉴스 시청행동과 관련이 높기 때문에 주된 관심의 대상이 되어왔다고 밝혔다(김현주, 1998). 이러한 이유로 국내 방송사들은 TV뉴스 이미지를 좌우하는 앵커의 선정에 신중을 기하고 있다. 이는 앵커가 뉴스를 진행하는 동안 시청자들의 관심을 지속적으로 유지시키고 뉴스의 판단과 이해에 도움을 주며 때때로 자신의 독특한 개성을 통해 시청자들에게 뉴스에 대한 접근 방향을 제시해 주는 중요한 역할을 하기 때문이다. 박찬민은 시청자들이 뉴스를 시청할 때 방송사의 이미지와 무관하게 앵커의 이미지에 따라 특정채널을 선호한다고 하였다(박찬민, 1991).

앵커의 기본 조건으로는 외모, 음성, 신뢰감 그리고 언론인으로서의 능력으로 분류할 수 있다. TV는 영상과 음향으로 구성된 시청각 매체인데 영상은 음향없이 표정과 제스처만으로도 메시지를 전달하며 지각작용을 일으켜 시청자의 기억에 오래 남는 특성을 갖고 있다. 때문에 뉴스 앵커는 기사를 전달하는 음성 뿐 아니라, 외모 또한 신경을 써야한다. 앵커는 뉴스 전달자로서 거부감을 주지 않는 단아한 메이크업과 헤어스타일 그리고 어울리는 의상을 선택함으로써 앵커로서 적합한 외모와 이미지를 갖추어야 한다. 앵커의 자연스럽고 친근하며 자신감 있는 외모는 시청자에게 신뢰감과 호감을 준다. CBS의 사장이었던 윌리엄 레오나드(William Leonard)는 앵커가 갖추어야 할 덕목으로 4가지를 제시하였다. 첫째, TV매체에 적합한 용모, 문장력, 표현력으로 훌륭한 방송인으

로서의 능력을 갖추어야 한다. 둘째, 기자로서의 능력, 판단력, 취재 감각, 추진력 등 언론인으로서의 능력을 갖고 있어야 한다. 셋째, 위기나 돌발적 사태에 대처할 수 있는 순발력과 임기응변의 능력이 있어야 한다. 넷째, 공적인 면과 사적인 면에서 신뢰감을 줄 수 있어야 한다고 말하였다(강대인, 1985). 이 말을 요약하면, 앵커의 자질이 개인의 능력과 내면적 요인을 말한다면, 조건이나 기준은 외적인 태도 즉 겉으로 드러나는 외모를 통칭한다고 볼 수 있다. 이처럼 능력, 재능 뿐 아니라 의상, 태도, 음성 등 외양적인 요소도 앵커의 조건 및 기준으로 결부된다는 것이다.

3. TV뉴스 앵커의 의상과 색상 이미지 특성

1) TV뉴스 앵커의 의상 이미지

우리의 일상생활에서 정보를 전달할 때 언어적 요소는 극히 일부분에 지나지 않는다. 특히 사람과 사람이 서로 만나서 얼굴을 마주하고 커뮤니케이션을 하는 경우 언어적 요소는 비언어적 요소에 비하여 그 효과가 현격히 떨어진다(Arsyle, 1966). 메시지는 단순히 언어뿐 아니라 비언어적 행위를 포함하여 메시지보다 비언어적 메시지가 전달속도가 더 빠르며 더 많은 영역을 차지한다(McLuhan, 1965). 비언어의 의사소통행위란 일반적으로 부호화 되지 않은 커뮤니케이션을 말한다(정하나, 2003). 비언어적 커뮤니케이션에는 다양한 얼굴 표정, 몸짓으로 보내는 신호, 몸의 움직임으로 표현하는 행위, 사물을 있는 그대로 보고 인지하는 대상 등 여러 가지가 있다. 이 중 앵커의 이미지 형성에 관련이 깊은 것은 대상을 보고 인지하는 외모이다. TV를 통해 보여지는 앵커의 외모는 시청자들이 앵커의 성격 판단 뿐 아니라 어떤 앵커가 더 소구력 있는가를 결정하는데 시각적 기준이 되기 때문에 매우 중요하다.

앵커의 외모 이미지를 만드는 요소에는 여러 가지가 있지만 그 중 대표적인 것은 의상이다. 의상은 사람의 걸모습이기는 하나 그 사람의 인격이나 사고방식, 생활양식 등의 표출과 함께 인간관계에서 기본예절의 표명이기도 하다. 그러므로 앵커의 의상은 프로그램에 대한 신뢰감을 주며 깨끗한 인상으로 남아 시청자에게 좋은 이미지로 작용한다(정하나, 2003). 의상 이미지란 의상이 전달해 주는 전체적인 느낌으로 의상의 색, 형태, 재질 등에 따라 다르게 표현된다. 사회의 문화적 규범이나 개인

의 특성에 따라 의상의 인지도와 선호하는 의상 특성이 다양하게 나타날 수 있다. 사람들이 어떠한 의상을 접하였을 때 나타나는 반응, 즉 느낌은 의상에서 표현되는 시각적 이미지에서 영향을 받게 된다(이명희, 1993). 김민신의 연구에 의하면 방송인이 추구하는 TV뉴스 앵커의 이미지 중 첫번째로 신뢰감 있는 이미지를 꼽았다. 다음은 지적인 이미지, 편안한 이미지, 세련된 이미지, 성실한 이미지, 따뜻한 이미지, 교양 있는 이미지, 자신감 있는 이미지 순으로 나타났다(김민신, 2007). 우리 시청자들이 TV뉴스를 진행하는 앵커로부터 가장 첫 번째로 요구하는 것은 '신뢰'라고 설명하듯 앵커는 그 어떤 이미지보다도 가장 신뢰감을 주는 이미지를 구축하기 위해 노력해야 한다(김영란, 2001).

2) TV뉴스 앵커의 색상 이미지 특성

색은 감성적인 요소를 가지고 있어 의상에서 이미지 연출 뿐아니라 코디네이션에서도 매우 중요한 요소로 이용된다. 김민신의 연구에서 TV뉴스 프로그램을 진행하는 여성 앵커의 이미지 연출시 코디네이터들이 인식하는 의상요소의 중요도에 관하여 조사해 본 결과, 의상의 색, 스타일, 유행, 디자인 중 의상색이 다른 어떤 요소보다 높게 나타났다고 분석하였다(김민신, 2007).

이와 같이 이미지 연출에 있어서 다른 요소들보다 중요한 색은 재질, 조명, 착용자 등에 따라서 다르게 느껴지는 특성을 갖고 있는데 이러한 요인들은 매우 미묘하고 무한하여 일정하게 체계화시키기 어려운 문제점을 갖고 있다. 특히 TV의상은 일반 의상과는 달리 화면상으로 나타나는 것이기 때문에 의상색이 실제와는 다르게 표현될 수도 있어서 의도하지 않은 시각적 거부감을 시청자에게 줄 수도 있다. 김민선은 방송의상이 조명과 카메라 기법에 따라 그리고 영상을 통한 매체를 이용하여 화상을 통해 보여지는 것이기 때문에 일반 의상과 차이가 있는 것으로 인식하고 있다고 하였다. 방송의상을 담당하는 코디네이터들에게 설문한 연구결과를 보면, TV뉴스 프로그램의 경우 방송의상이 색상면에서 조명에 의해 발색이 달라지므로 피해야 하는 색상이 있다고 인식하는 코디네이터가 50% 이상으로 가장 많았고, 그 다음은 세트 배경이 크로마키인 경우 의상색을 고려해야 한다, 다음은 화면에 잘받는 색상이 따로 있다고 답하였다고 밝혔다(김민신, 2007).

TV뉴스 앵커 의상색의 특성은, 채도가 높은 빨강은

앵커의 얼굴색 뿐 아니라 얼굴 주변까지 번져 보이며, 실제보다 확대되어 보이므로 반사되는 질감의 빨강계통 의상은 피하는 것이 좋다. 또한 빨강이 앵커 의상에서 많은 부분을 차지하게 되면 시각적으로 피로감을 주어 앵커의 이미지에 부정적인 영향을 준다. TV는 우리가 일상에서 보는 실제의 색보다 채도가 높게 나타나기 때문에 브라이트톤(bright tone)이나 페일 톤(pale tone)처럼 명도가 높은 색은 화면에서 더욱 밝게 표현된다. 또한 의상색과 배경색이 동일하거나 비슷하면 배경에 묻혀 버릴 수 있으므로 뒷배경색은 의상색과 톤이 같으면서 대조되는 색상을 선택하는 것이 좋다(김민신, 2007; 박은주, 1989). 따라서 앵커와 방송 관계자들은 우선 색에 대해 TV가 갖고 있는 특성을 파악하고 전문적 지식, 기술, 경험 등을 토대로 의상색을 신중하게 선택해야 한다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구대상 및 내용

국내에서 규모가 큰 지상파 방송 KBS, MBC, SBS 3사를 선정하고, 뉴스 프로그램 중 가장 시청률이 높고 각 방송사를 대표하는 메인 뉴스 프로그램인 KBS 9시뉴스의 김경란 앵커, MBC 뉴스데스크의 박혜진 앵커, SBS 8시뉴스의 김소연 앵커 등 여성 앵커 3인을 연구대상으로 선정하였다(사진 1). 2008년도 1월1일부터 12월 31일까지 1년동안 주 2회 여성 앵커들이 착용한 의상사진을 각 방송사별로 100점씩 총 300점을 수집하였다. 이때의 의상이란 TV 화면상에 나타난 앵커의 상의인 재킷, 그리고 안에 매치시켜 입은 이너웨어를 말하는 것으로 하의는 제외한다. 이 자료들을 S/S, F/W 시즌별로 분류하였는데 3-8월까지를 S/S시즌, 9-2월까지를 F/W로 설정하였다.



KBS 김경란

MBC 박혜진

SBS 김소연

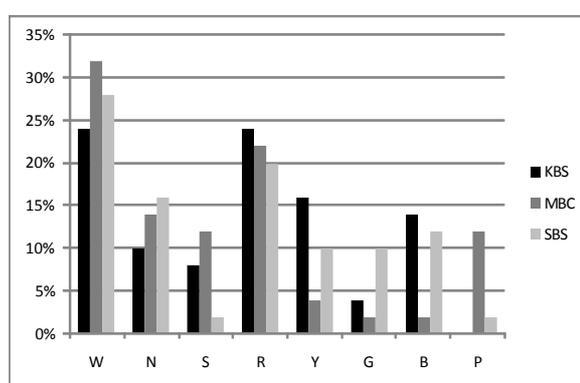
[사진 1]

2. 측정방법 및 자료분석

의상색 측정방법은 각 방송국에서 뉴스시간에 제공하는 동영상 중 여성 앵커 의상을 캡처하였다. Adobe Photoshop을 사용해 의상의 대표색을 추출한 후, 만들어진 색상 칩들의 L*a*b*값을 측정하였다. 측정된 색상은 Munsell Conversion을 사용하여 먼셀값 즉 H V/C 값으로 변환하여 분석하였다. 의상색은 무채색인 흰색(W), 검정색(B), 회색(G)과 먼셀의 기본 5색인 빨강(R), 노랑(Y), 녹색(G), 파랑(B), 보라(P)로 분류하였다. 색상 범위는 유채색의 경우 먼셀의 기본 5색을 기준으로 색상환 360°의 10%에 해당하는 좌우 36°씩 72°안에 속하는 색들은 같은 계통의 계열색으로 한정하였다.

의상색에 대한 자료분석은 크게 2가지로 나누어 실시하였다. 첫번째는 앵커가 착용한 재킷의 색상을 중심으로 분석하였는데, S/S, F/W 시즌별로, 각 방송사별로 색상의 착용빈도에 대한 특징과 차이점을 중심으로 알아보았다. 두번째는 앵커가 착용한 재킷 안에 매치시켜 입은 이너웨어와의 배색에 대해서 시즌별로, 각 방송사별로 특징과 차이점을 분석하였다.

가 앵커의 신뢰감을 주는 이미지를 가장 잘 표현할 수 있는 색이기 때문으로 생각된다. 다음으로 빨강계열 재킷의 착용빈도가 높은 것은 정열, 활력, 희망, 자신감 등 일반적인 상징 이미지가 시청자들에게 따뜻하고 자신감이 있는 이미지를 심어 줄 수 있기 때문으로 판단된다. 재킷의 색상분포에서 각 방송사별 특성과 차이점을 발견할 수 없었던 것은 메인 뉴스 프로그램이므로 시청자들에게 최대한 신뢰성과 호감을 주기 위한 이미지 연출을 하였기 때문으로 추측되어 결과적으로는 앵커들의 이미지나 의상색은 서로 비슷할 수밖에 없다고 생각한다.



[그림 1] S/S시즌 방송사별 재킷색상 분포

IV. 연구 결과

1. 방송사별 시즌별 앵커의 재킷 색상

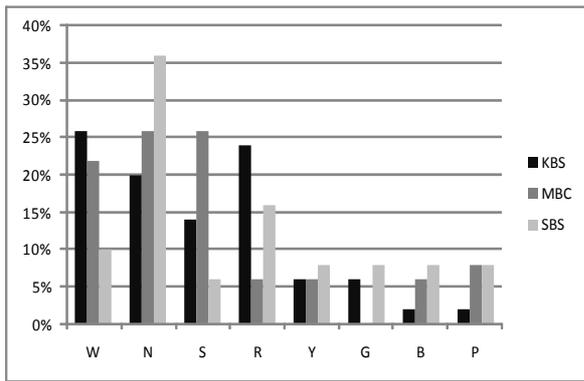
[그림 1]은 각 방송사별 S/S시즌의 여성앵커 재킷의 색상분포를 나타낸 그래프이다. 그래프상에 나타난 색에 대한 약어는 대응영어의 첫 자를 사용하였는데 회색(G)과 검정(B)의 경우 녹색(G)과 파랑(B)과 중복되므로 회색은 N으로 검정은 S로 표시하였다.

앵커의 재킷색상 중 착용빈도가 가장 높게 나타난 색은 흰색으로 방송3사 모두 20%가 넘는 수치를 보이고 있다. 그 중에서도 MBC는 32%로 흰색을 가장 많이 선호하고 있음을 알 수 있다. 다음은 빨강계열로 방송 3사 모두 착용비율이 20%가 넘음으로써 유채색 중에서 앵커들이 가장 선호하는 색임을 알 수 있었다. 그 다음으로 KBS는 노랑계열과 파랑계열을, MBC는 회색과 검정을, SBS는 회색과 파랑계열로 나타났다. 특이한 점은 KBS가 보라계열 의상을 전혀 착용치 않았다는 점이었다.

방송3사 모두 흰색 재킷의 착용빈도가 가장 높은 것은 흰색이 주는 순수함, 정직함, 깨끗함 등 긍정적인 이미지

[그림 2]는 각 방송사별 F/W 시즌의 여성앵커 재킷의 색상분포를 나타낸 그래프이다. 앵커의 재킷색상 중 평균적으로 착용빈도가 가장 높게 나타난 색은 회색으로 방송3사 모두 20%가 넘는 수치를 보이고 있는데 그 중에서도 SBS는 36%로 가장 선호하는 색으로 나타났다. KBS는 흰색이 26%로 회색보다 조금 높게 나타났고, 다음은 빨강계열로 S/S시즌과 차이가 없었다. MBC는 회색과 검정 비율이 같고 다음은 흰색으로 무채색의 착용빈도가 높았다. SBS는 회색 다음으로 빨강계열이 높았는데 이 외에도 모든 색을 고루고루 착용하고 있음으로 나타났다. 특이한 점은 MBC가 녹색계열 재킷을 전혀 착용치 않았다는 점이었다.

F/W 시즌 여성앵커 재킷에서 회색의 착용빈도가 흰색보다 높게 나타난 것은 가을과 겨울철엔 흰색보다는 명도가 낮은 회색이 더 잘 어울리기 때문이라고 생각된다. 회색 역시 TV 뉴스 앵커가 추구하는 신뢰감 있는 이미지, 지적인 이미지, 편안한 이미지, 세련된 이미지 등을 표현하기 쉽고, 또 시각적으로 자극을 주지 않는 무난한 색이면서도 배색 시에는 조합하는 다른색을 돋보이게 하



[그림 2] F/W시즌 방송사별 재킷색상 분포

는 장점을 고루 갖고 있는 색이다.

2. 방송사별, 시즌별 앵커의 재킷과 이너웨어의 배색

[그림 3]은 방송사별 S/S 시즌 여성앵커의 재킷과 이너웨어와의 배색 분포를 나타낸 그래프이다. 방송3사 모두 흰색 재킷에 빨강 이너웨어의 배색이 가장 높게 나타났다(사진 2). 특히 MBC의 경우 28%로 이 배색을 가장 선호하고 있었다. 두번째는 한 가지 색을 명도와 채도만 달리하여 조합한 동일계 배색으로 KBS가 23%, MBC가 24%, SBS가 8%이다(사진 3). 다음은 흰색 재킷에 검정 이너웨어, 흰색 재킷에 회색 이너웨어, 흰색 재킷에 노랑 이너웨어 순으로 나타남으로써 흰색 재킷에 검정이나 회색 이너웨어를 착용하는 무채색끼리 배색이 높음을 알 수 있었다(사진 4). 방송3사 모두 유사색 배색이나 보색 배색은 착용 빈도가 아주 낮게 나타났다.

흰색 재킷과 빨강계열 이너웨어와의 배색의 착용빈도가 방송 3사 모두 높게 나타난 것은 흰색 재킷이 주는 순수, 정직, 깨끗함 등의 긍정적인 이미지와 빨강계열 이

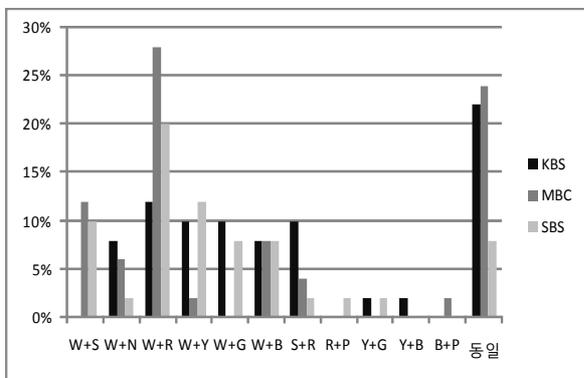


[사진 2] 흰색과 빨강 배색
[사진 3] 동일계 배색
[사진 4] 흰색과 검정 배색

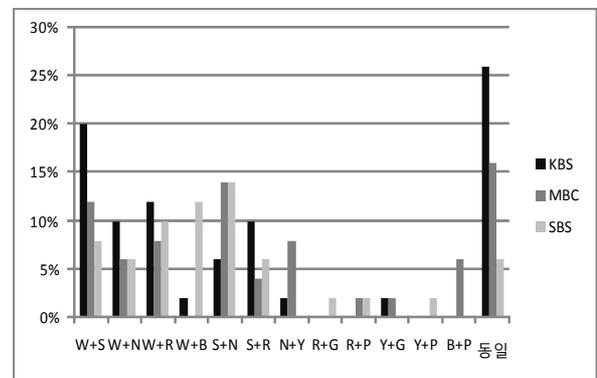
너웨어가 주는 자신감, 따뜻함, 활력 등 상징 이미지가 잘 어우러져서 시청자들에게 선명하면서도 따뜻한 이미지를 형성함으로써 신뢰감과 호감을 얻을 수 있는 배색이기 때문으로 판단된다. 또 다음으로 흰색 재킷과 검정, 흰색 재킷과 회색 등 무채색끼리 배색의 착용빈도가 높게 나타난 것은 이 배색이 시청자들에게 신뢰감 있는 이미지, 지적인 이미지, 편안한 이미지, 세련된 이미지를 줄 수 있기 때문이라 생각한다.

[그림 4]는 방송사별 F/W시즌 여성앵커의 재킷과 이너웨어와의 배색 분포를 나타낸 그래프이다. KBS는 한 가지 색상을 명도와 채도만 변화시켜 매치한 동일계 배색이 26%로 가장 높았고 다음은 흰색 재킷에 검정 이너웨어와의 배색이 20%로 나타났다. MBC는 동일계 배색이 16%로 가장 높았고, 검정 재킷에 회색 이너웨어 배색이 14%, 흰색 재킷에 검정 이너웨어 배색이 12% 순으로 나타났다. SBS는 검정 재킷에 회색 이너웨어가 14%, 흰색 재킷에 파랑계열 배색이 12%였다. F/W 시즌 역시 유사색 배색이나 보색배색은 착용빈도가 아주 낮음을 알 수 있었다.

F/W시즌 방송3사 평균으로 가장 높은 착용빈도를 나타낸 것은 동일계 배색이었고(사진 5), 다음은 무채색끼리의 배색이었다(사진 6). 이는 가을과 겨울철에는 화사



[그림 3] S/S시즌 방송사별 배색 분포



[그림 4] F/W시즌 방송사별 배색 분포



[사진 5]
검정색과 회색 배색



[사진 6]
무채색 배색

한 이미지를 나타내는 배색보다는 무게감, 안정감을 나타낼 수 있는 배색이 더 선호된 것으로 분석된다. 이러한 이미지는 앵커의 신뢰감 있는 이미지, 지적인 이미지, 편안한 이미지, 세련된 이미지 등을 연출하기에 적합하기 때문에 판단된다. S/S나 F/W시즌 모두 유사색 배색이나 보색 배색의 착용빈도가 아주 낮게 난 것은 이러한 배색이 앵커의 신뢰감 있는 이미지를 표현하는데 무리가 있고, TV 방송이 갖는 특성들을 극복하는데 많은 어려움이 따르기 때문이라 생각된다.

V. 결론

TV뉴스 앵커의 외모, 음성, 표정, 의상 등은 전달하고자 하는 보도 기사의 신뢰도에 영향을 미친다. 그 중에서 의상색은 앵커의 이미지를 만드는 중요한 요소이다. 본 연구는 국내 방송3사 TV뉴스 여성앵커의 재킷 사진자료를 수집하여 의상색을 분석함으로써 방송인이 추구하는 의상색 이미지를 밝혀보고자 하였다. 그 결과는 다음과 같다.

시즌별 색상분포에서 S/S시즌 앵커 재킷은 흰색이 가장 많았고 다음은 빨강계열로 나타났다. F/W 시즌에는 회색이 가장 많았고 다음은 흰색, 빨강계열 순이었다. 방송3사 모두 앵커재킷의 착용빈도가 높은 색은 무채색인 흰색과 회색이었으며 다음은 유채색인 빨강임을 알 수 있었다. 이는 흰색을 비롯한 무채색이 앵커의 신뢰감을 주는 이미지, 지적인 이미지를 가장 잘 표현할 수 있는 색이기 때문으로 생각되며, 빨강은 따뜻하고 자신감 있는 이미지를 시청자들에게 심어 줄 수 있는 색이기 때문으로 판단된다.

재킷과 이너웨어와의 배색분포는 S/S시즌 흰색 재킷과 빨강계열 이너웨어, 동일계 배색, 무채색 배색 순으로 나타났다. F/W는 동일계 배색, 무채색 배색 순이었다.

이는 흰색 재킷과 빨강계열 이너웨어가 잘 어우러져서 시청자들에게 신뢰감과 호감을 줄 수 있는 배색이기 때문으로 판단된다. 다음으로 동일계 배색은 신뢰감을 주는 이미지, 지적인 이미지, 세련된 이미지를 표현할 수 있는 조합이기 때문이라 생각된다.

의상색 착용분포에서 각 방송사별 특성과 차이점을 발견할 수 없었던 것은 대표적인 메인 뉴스 프로그램이므로 최대한 시청자들에게 신뢰감과 호감을 주기 위한 이미지 연출을 하였기 때문으로 추측되어 결과적으로는 앵커들의 이미지나 의상색은 서로 비슷할 수밖에 없다고 생각한다.

본 연구가 앵커의 의상색 이미지를 연구하는 것으로는 가치가 있다고 판단되나 몇가지 한계점이 있음을 알 수 있었다. 조명이나 카메라 등의 방송기술적인 측면을 고려하지 못했다는 점 그리고 우리나라 뉴스프로그램 중 주 시청 시간대인 밤 9시(SBS 8시 뉴스)만을 대상으로 하여 여성 앵커들의 특성을 골고루 파악할 수 없었다는 점이다. 앞으로의 연구에서는 이 점을 보완하여 심도있고 체계적인 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

주제어 : TV뉴스, 여성앵커 재킷, 색상 이미지

참 고 문 헌

- 강대인. (1985). 방송저널리즘의 대명사 댄래더, MBC 가이드.
- 김민신. (2007). TV프로그램에 따른 방송인의 이미지 메이킹에 영향을 미치는 요인. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 김영란. (2001). 텔레비전 뉴스진행자의 의상디자인에 관한 연구 -SBS 8시뉴스 여성 앵커를 중심으로-. 홍익대학교 석사학위논문.
- 김은경. (2001). TV뉴스 여성앵커의 수용자 이미지 연구. 경성대학교 석사학위논문.
- 김현주. (1998). TV뉴스 앵커의 메시지 전달 능력과 공신력과의 관계. **한국방송학보**, 봄호, 35-41
- 박성희. (2004). 1980년대 이후 우리나라 TV 여성앵커의 패션 이미지변화에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 박은주. (1989). **색채조형의 기초**. 미진사.
- 박찬민. (1991). TV앵커에 대한 수용자 이미지에 관한 연구. 청주대학교 석사학위논문.

- 윤미영. (2005). TV 시사교양 프로그램의 여자아나운서 메이크업색채 이미지에 관한 연구. 창원대학교 석사학위논문.
- 이기현. (2001). 텔레비전 보도 프로그램의 뉴스가치 분석. 한국방송진흥원.
- 이명희. (1993). 한국과 미국 남녀대학생의 의복이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구. **한국의류학회지**, 17(3), 367-380.
- 이영혜. (2005). TV뉴스 앵커의 이미지가 채널 선택에 미치는 영향에 관한 연구. 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문.
- 임숙자, 황선진, 이종남, 이승희. (2002). **현대의상사회심리학**. 수학사.
- 정하나. (2003). TV 진행자들의 이미지 메이킹 연구. 원광대학교 석사학위논문.
- 조영현. (2004). 2004년 언론 수용자 의식 조사. 한국언론재단.
- 최종라. (1997). TV뉴스 시청형태에 관한 연구. 연세대학교 석사학위논문.
- 최희자. (2003). TV뉴스 진행자의 메이크업 특성에 관한 연구. 한성대학교 석사학위논문.
- Arsyle, M. (1966). *Interaction*. New York: Atherto Press.
- Bogart, L. (1980). *Television News As Entertainment*, in P. H. Tannenbaum(ed.) *The Entertainment Function of Television*, Hillsdale: Lawrence Associates.
- Mcluhan, M. (1965). *Understanding Media*. New York: McGraw Hill.
- McNair, B. (1995). *'News and Journalism in the UK'*. London: Routledge press.
- Natusow, B. (1983). *The Evening Stars*. Network News Anchor.
- Schuneman, R. S. (1996). Visual aspects of television news, communicator, message, equipment. *Journalism Quarterly*, 43(3), 281-286.

접 수 일 : 2010. 01. 02.
 수정완료일 : 2010. 01. 25.
 게재확정일 : 2010. 01. 26.