

# 뉴스 진행자의 젠더가 수용자의 정서와 기억에 미치는 영향

박덕춘  
동서대학교 영상매스컴학부 교수

## Effect of news anchor's gender on affect of viewers and memory of news

Park, Dug-Chun

Dept. of Visual Communication, Dongseo University

**요약** 본 연구는 텔레비전 뉴스 진행자의 젠더가 수용자의 정서와 뉴스 기억에 어떤 영향을 미치는지 정교화가능성 가설을 바탕으로 살펴본 실험연구이다. 본 연구를 위해 앵커의 젠더에 따라 2가지 종류의 뉴스를 편집하여, 관련도를 조작한 2개의 대학생 집단에게 시청하게 하고, 이들의 앵커에 대한 정서와 뉴스 내용에 대한 장단기 기억을 측정, 분석하였다. 분석결과 여성 앵커가 남성앵커보다 호감도는 높게 나타났으나, 신뢰도는 더 낮게 나타났다. 그리고 여성앵커의 뉴스에 노출된 피험자들이 남성앵커의 뉴스에 노출된 피험자들에 비해 단기기억을 더 잘 하는 것으로 나타났다. 그러나 젠더와 관여도 간의 상호작용 효과는 발견되지 않았다.

**주제어** : TV뉴스, 앵커, 젠더, 호감도, 신뢰도, 정교화, 기억

**Abstract** This research explores the effect of TV news anchor's gender on affect of viewer and memory of news based on elaboration likelihood model. For this experimental research, 2 groups of subjects composed of university students were exposed to different types of TV news and responded to survey questions about affect and short-term and long-term memory. This research found that subjects exposed to woman anchor's news showed higher degree of affect and short-term memory, but lower degree of trust than subjects exposed to man anchor's news, but interactive effect of viewers' involvement and anchor's gender as an peripheral clue was not found.

**Key Words** : TV news, anchor, gender, affect, trust, elaboration, memory

### 1. 서론

텔레비전 뉴스가 정치 경제 사회 문화 등 각 분야에 미치는 영향력이 다른 미디어나 다른 장르의 프로그램에 비해 상대적으로 크기 때문에, 많은 연구자들이 텔레비

전 뉴스에 관한 여러 가지 주제의 연구들을 진행하고 있다. 그러나 대부분의 연구자들은 의제설정이나 점화효과를 비롯한 전통적인 미디어 효과에 관한 연구와 수용자의 인식 및 태도에 대한 연구에 집중하고 뉴스의 최종 전달자인 앵커의 젠더에 관한 연구는 매우 부족한 실정이다.

Received 11 July 2013, Revised 16 August 2013

Accepted 20 September 2013

Corresponding Author: Park, Dug-Chun (Dongseo University)

Email: parkdc2521@hanmail.net

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1738-1916

지금까지 이루어진 앵커의 젠더 관련 연구들에 따르면 남성 앵커에 비해 여성 앵커가 전달하는 뉴스는 상대적으로 중요도가 낮으며, 주로 여성뉴스에 치우치고 있음을 밝혀낸 일부 내용분석 연구와 남성 앵커보다 여성 앵커의 뉴스에 대한 수용자들의 공신력이 더 높게 나타난다는 실험 연구 등 대단히 제한된 연구에 그치고 있다 [1][7]. 그러나 1970년 MBC 뉴스데스크를 기점으로 국내에 앵커시스템이 도입되고, 1980년대 들어 혼성앵커시스템이 시작된 이후 여성앵커가 뉴스 프로그램에서 차지하는 비중이 점차 확대되고, 최근에는 여성 앵커 두 명이 진행하는 KBS 뉴스 프로그램이 탄생하는 등 국내 뉴스에서 여성 앵커의 성역할에 있어서도 많은 변화를 가져오고 있다.

이처럼 텔레비전 뉴스에서 여성 앵커의 비중이 증가하고 있는 것은 인터넷 포털 뉴스, 소셜 미디어, 스마트폰 등 다양한 미디어를 통해 매체간 채널간 경쟁이 심화되어 언론의 환경 감시기능보다는 오락 기능이 강조되어, 뉴스 콘텐츠가 점차 연성화 경향을 나타내는 것과 관련이 있을 것이다.

따라서 본 연구에서는 사회적 영향력이 큰 텔레비전 뉴스의 최종 전달자인 앵커의 젠더에 따라서 뉴스 수용자들의 호감도, 신뢰도와 함께 뉴스 기억에 어떤 차이가 있는지 실험을 통해 살펴보고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 정교화가능성 이론과 정보원

미디어의 수용자 설득에 관한 연구들은 미디어가 효과적으로 수용자를 설득할 수 있는 경우와 그렇지 못한 경우를 결정하는 변인과 미디어가 수용자의 태도변화를 유발시키는 과정에 초점을 맞추어왔다.

미디어를 통해 수용자의 설득을 발생시키는 과정은 인지적 접근방법에 의해 잘 설명될 수 있다. 그러나 이 접근 방법은 수용자들이 미디어가 제시하는 정보를 적극적으로 처리하려는 동기와 능력이 있는 경우에만 초점을 맞추었고, 수용자들이 미디어가 제공하는 정보를 적극적으로 처리할 동기와 능력이 없는 경우에 대해서는 충분히 설명하지 못했다. 이러한 인지적 접근방법의 한계점을 보완하기 위하여 제시된 것이 설득의 정교화 가능성

모델(Elaboration Likelihood Model of Persuasion, ELM)이다.

‘정교화(elaboration)’라는 것은 새롭게 입력된 정보가 지식이나 경험 등과 같은 기존의 정보들과 결합되는 것을 말하는데, 이러한 결합 과정을 통해서 수용자들은 새로운 정보를 저장하고, 기존의 정보를 찾아내는 능력을 강화한다[3].

정교화 가능성 모델의 기본 가설에 따르면, 정보를 처리할 동기와 능력이 있는 고관여도 수용자일수록 중심경로를 통해 정보를 처리하고, 정보를 처리할 동기와 능력이 부족한 저관여도 수용자일수록 주변경로를 통해 정보를 처리한다. 이때 메시지를 기반으로 한 중심경로로 정보를 처리하면 기존 정보와의 연결이 강화되어 오래 기억되며, 강한 태도를 형성하게 된다. 그러나 정보원이나 환경 등과 같은 주변경로로 정보를 처리하게 되면 기존 정보와의 연결이 느슨해져 기억이 상대적으로 오래 지속되지 못한다.

페티와 카시오포[8]는 새로운 정보에 대한 정교화 가능성이 낮을 때, 정보를 제시하는 정보원 요인이 주변단 서로써 설득에 영향을 미친다는 사실을 입증하였다. 예를 들면, 수용자가 메시지에 대해 개인적인 관심이 별로 없을 경우에는 전문성이 낮은 정보원보다 전문성이 높은 정보원의 주장이 메시지의 내용과 상관없이 더 많은 설득을 유발한 것이다.

그러나 메시지의 내용과 수용자의 개인적 관련성이 명확하지 않고, 사고처리의 정교화 가능성을 높이거나 낮출 수 있는 어떤 자극도 주어지지 않았을 때, 즉 정교화 가능성 수준이 중간 정도일 경우, 정보원의 전문성과 매력 요인이 수용자가 메시지에 대해 생각하는 정도에 영향을 미친다는 사실이 여러 연구에서 밝혀졌다 [4][6][9].

한편, 정교화 가능성이 높은 경우에는 정보원 요인이 다른 기능을 할 수 있다. 가령, 정보원 요인이 메시지의 가치나 장점과 관련되어 있으면, 정보원 요인은 설득적 주장의 기능을 할 수 있다[8]. 또한 체이컨과 매히즈와란 [2]은 정보원의 전문성이 정보처리에 미치는 편향효과를 입증했다. 사고에 있어서 정교화 가능성이 높은 조건 하에 놓인 수용자가 모호한 메시지를 접했을 때, 정보원의 전문성은 메시지에 대한 사고를 편향되게 했다. 즉, 수용자들은 메시지의 정보원이 전문가라고 판단했을 경우에

는 비전문가라고 판단했을 경우보다 모호한 정보를 더 호의적으로 해석할 가능성이 높았다. 정교화 가능성이 낮을 경우, 정보원의 전문성이 사고를 편향되게 하지는 않았으나, 그 대신 정보원 요인이 단순한 주변 단서로 작용했다[10].

## 2.2 정보원 젠더와 공신력

수용자들은 인터넷, 신문, 텔레비전, 스마트폰 등 다양한 미디어를 통해서 정보에 접할 수 있다. 그러나 미디어가 제공한 정보를 신뢰하는 것은 아니며, 그 신뢰 정도는 어떤 미디어를 통해서 어떤 정보원을 통해서 정보를 접하게 되었는가가 중요한 요인으로 작용할 수 있다. 본 연구에서는 텔레비전 미디어의 대표적 정보원이라고 할 수 있는 뉴스 앵커의 젠더가 수용자에게 어떤 영향을 미치는지를 중심으로 살펴보고자 한다.

뉴스 프로그램의 제작자들은 대부분의 수용자들이 여성 앵커보다 남성 앵커를 더욱 신뢰할 것으로 생각한다. 그러나 다수의 연구들은 앵커의 성별에 따라 수용자의 공신력에 차이가 없다고 주장한다[5][11].

한편 발론과 그의 동료들[1]은 여성 앵커의 언어구사력이 남성 앵커보다 뛰어나기 때문에 여성 앵커의 공신력이 더 높다는 연구결과를 제시하였다.

그러나 웨이벨과 그의 동료들[12]은 동일한 내용의 뉴스를 피험자에게 전달하였을 때, 피험자들은 남성 앵커의 경우에는 뉴스의 내용보다 정보원으로서 앵커에 대한 신뢰도가 높으며, 여성 앵커의 경우에는 앵커에 대한 신뢰도는 낮았지만, 전달된 뉴스의 내용에 대한 신뢰도는 높게 나타났다고 주장했다.

## 3. 연구문제 및 연구방법

### 3.1 연구문제

지금까지 살펴본 선행연구들의 결과를 요약하면 미디어 수용자들은 미디어가 제시하는 정보를 처리할 적극적인 동기와 능력이 있을 경우에는 미디어 메시지 그 자체를 중심으로 정보를 처리하고, 그렇지 않을 경우에는 메시지 이외의 주변 단서에 의해 정보를 처리하기 쉽다. 그러한 정보처리 과정에서 앵커의 젠더는 주변단서로서 수용자에게 영향을 미칠 수 있다. 그러나 지금까지의 연구

들은 앵커의 젠더가 수용자에 미치는 영향력에 대해서 서로 상반된 주장들을 하고 있다.

따라서 본 연구에서는 텔레비전 미디어의 대표적 정보원인 뉴스 앵커의 젠더가 수용자의 정서와 기사 기억에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보기 위해서 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

<연구문제1> 수용자의 관여도에 따라 앵커의 젠더가 수용자의 호감도에 차별적 영향을 미치는가?

<연구문제2> 수용자의 관여도에 따라 앵커의 젠더가 수용자의 신뢰도에 차별적 영향을 미치는가?

<연구문제3> 수용자의 관여도에 따라 앵커의 젠더가 수용자의 장기기억에 차별적 영향을 미치는가?

<연구문제4> 수용자의 관여도에 따라 앵커의 젠더가 수용자의 단기기억에 차별적 영향을 미치는가?

### 3.2 연구방법

본 연구에서는 수용자의 관여도에 따라 젠더가 수용자의 정서와 장단기 기억에 미치는 영향에 차이가 있는지를 분석하기 위해서, 2013년 4월 KBS뉴스광장과 KBS 930 뉴스 중에서 남성 앵커와 여성 앵커가 동일한 뉴스를 진행한 비디오 클립 중에서 5개를 추출, 편집하여 관여도를 조작한 대학생들로 구성된 피험자 집단에게 젠더별로 노출시킨 후 설문조사를 통해 피험자들의 앵커에 대한 호감도, 신뢰도, 뉴스 내용에 대한 기억을 측정하였다.

본 실험에 참여한 피험자들은 남자 대학생 44명, 여자 대학생 42명, 모두 86명이 참여하였으며, 남자 앵커가 진행하는 뉴스에 노출된 피험자와 여자 앵커가 진행하는 뉴스에 노출된 피험자의 수는 각각 45명, 41명이었으며, 고관여 처치된 피험자수와 저관여 처치된 피험자 수는 각각 44명, 42명이었다.

피험자들은 2개의 집단으로 구분되어 첫 번째 집단은 남자 앵커가 진행한 뉴스를 시청하였고, 2번째 집단은 여자 앵커가 진행한 뉴스를 시청하였으며, 시청 후 설문조사를 통해 앵커에 대한 호감도, 신뢰도, 뉴스 내용에 대한 기억을 측정, 분석하였다. 피험자들의 관여도는 집단내변인으로 설정하고 관여도를 조작하기 위해서 고관여 피험자에게는 “뉴스 영상물을 보고 난 후 토론을 통해 실습 점수에 반영한다”는 자막을 영상물의 앞부분에 삽입하였으며, 저관여도 피험자에게는 “가정에서 뉴스를 시청하시

듯이 편안하게 시청하라”는 자막을 앞부분에 삽입하였다.

뉴스 자극에 대한 피험자의 정서와 기억의 측정에서는 호감도, 신뢰도 등 수용자의 정서를 측정 후 수용자의 뉴스 기억을 측정하였는데, 기억의 측정은 우선 장기 기억을 먼저 측정하고 단기 기억을 측정하였다. 이처럼 장기 기억을 먼저 측정한 것은 단기 기억 측정 방식인 재인 기억 측정을 먼저 하게 되면, 재인 기억의 설문 문항에서 읽은 내용이 장기 기억 측정 방식인 단어와 문장 기술 방식의 측정에 영향을 미칠 수 있기 때문이다.

주요 변인에 대한 조작적 정의는 다음과 같다.

- 가. 호감도 : “앵커에 대해 어느 정도 호감을 가지고 있는가”로 물어서, 피험자의 앵커에 대한 호감도를 7점 리커트 척도로 측정하였다.
- 나. 신뢰도 : “앵커에 대해 어느 정도 신뢰를 가지고 있는가”로 물어서, 피험자의 앵커에 대한 신뢰도를 7점 리커트 척도로 측정하였다.
- 다. 장기 기억 : 기사의 내용을 단어, 단어 결합, 문장 등으로 표현할 수 있는 정도, 즉 회상기억을 장기 기억으로 정의하였으며, 피험자가 기억할 수 있는 내용을 설문지의 박스 안에 기술하게 하고 기사의 내용과 일치하는 단어에는 1점, 단어와 단어의 결합에는 2-3점, 문장에는 4-5점을 부여하여 측정하였다.
- 라. 단기 기억 : 제시된 기사의 내용을 보고 시청한 뉴스의 내용과 일치하는지 그 여부를 기억할 수 있는 정도, 즉 재인기억을 단기 기억이라고 정의하였다. 모두 10개의 기사관련 문장을 제시하고 정확하게 기억한 문장의 수를 측정하였다. 재인 기억, 즉 단기 기억을 측정함에 있어서, 내용과 일치하지 않는 문장을 5개 포함시켜, 잘못 기억한다는 응답, 혹은 거짓으로 기억한다는 응답을 통제하였다.

## 4. 연구결과

### 4.1 앵커의 젠더와 수용자의 정서

#### 4.1.1 앵커의 젠더와 호감도

<연구문제1> “수용자의 관여도에 따라 앵커의 젠더가 수용자의 호감도에 차별적 영향을 미치는가”를 알아

보기 위해서, 수용자의 관여도와 앵커의 젠더를 독립변인, 수용자의 호감도를 종속변인으로 설정하고, 종속변인에 영향을 미칠 수 있는 수용자의 젠더를 통제된 공변량 분석(ANCOVA)을 실시하였으며, 분석결과는 <table1> - <table2>와 같이 나타났다.

<Table 1> involvement, gender, affect

Category		Case	Mean	SD
man	low-inv.	22	3.09	1.01
	high-inv.	23	3.21	1.12
	total	45	3.15	1.06
woman	low-inv.	20	3.95	0.94
	high-inv.	21	3.71	1.10
	total	41	3.83	1.02

<Table 2> ANCOVA of involvement, gender, affect

Category	DF	F	Sig.	eta
gender	1	8.778	0.004	0.313
involvement	1	0.063	0.803	0.031
gender.× involvement	1	0.613	0.436	0.089

<Table 1>과 <Table 2>에서 볼 수 있듯이 앵커의 젠더는 수용자의 호감도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(F=8.778, df=1, p<.05). 여성 앵커가 진행하는 뉴스에 노출된 피험자의 앵커에 대한 호감도(평균=3.83)는 남성 앵커가 진행하는 뉴스에 노출된 피험자의 앵커에 대한 호감도(평균=3.15)보다 높은 것으로 나타났으며, 앵커의 젠더와 피험자의 호감도는 상당히 관계가 깊은 것으로 나타났다(eta=0.313).

그러나 관여도는 수용자의 호감도에 영향을 미치지 못하며(F=0.063, df=1, p>.05), 젠더가 수용자의 호감도에 미치는 영향은 관여도에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다(F=0.613, df=1, p>.05).

#### 4.1.2 앵커의 젠더와 신뢰도

<연구문제2> “수용자의 관여도에 따라 앵커의 젠더가 수용자의 신뢰도에 차별적 영향을 미치는가”를 알아 보기 위해서, 수용자의 관여도와 앵커의 젠더를 독립변인, 수용자의 신뢰도를 종속변인으로 설정하고, 종속변인에 영향을 미칠 수 있는 수용자의 젠더를 통제된 공변량 분석(ANCOVA)을 실시하였으며, 분석결과는 <table3> - <table4>와 같이 나타났다.

<Table 3> involvement, gender, trust

Category		Case	Mean	SD
man	low-inv.	22	3.818	1.097
	high-inv.	23	3.826	1.029
	total	45	3.822	1.050
woman	low-inv.	20	3.250	1.208
	high-inv.	21	3.000	0.948
	total	41	3.122	1.076

<Table 4> ANCOVA of involvement, gender, trust

Category	DF	F	Sig.	eta
gender	1	8.992	0.004	0.316
involvement	1	0.224	0.637	0.054
gender.× involvement	1	0.341	0.561	0.063

<Table 3>과 <Table 4>에서 볼 수 있듯이 앵커의 젠더는 수용자의 신뢰도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(F=8.992, df=1, p<.05). 남성 앵커가 진행하는 뉴스에 노출된 피험자의 앵커에 대한 신뢰도(평균=3.82)는 여성 앵커가 진행하는 뉴스에 노출된 피험자의 앵커에 대한 신뢰도(평균=3.12)보다 높은 것으로 나타났으며, 앵커의 젠더와 피험자의 신뢰도는 상당히 관계가 깊은 것으로 나타났다(eta=0.316).

그러나 관여도는 수용자의 신뢰도에 영향을 미치지 못하며(F=0.224, df=1, p>.05), 젠더가 수용자의 신뢰도에 미치는 영향은 관여도에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다(F=0.341, df=1, p>.05),

## 4.2 앵커의 젠더와 수용자의 기억

### 4.2.1 앵커의 젠더와 장기기억

<연구문제3> “수용자의 관여도에 따라 앵커의 젠더가 수용자의 장기기억에 차별적 영향을 미치는가”를 알아보기 위해서, 수용자의 관여도와 앵커의 젠더를 독립변인, 수용자의 장기기억을 종속변인으로 설정하고, 종속변인에 영향을 미칠 수 있는 수용자의 젠더를 통제된 공변량 분석(ANCOVA)을 실시하였으며, 분석결과는 <table5> - <table6>와 같이 나타났다.

<Table 5>과 <Table 6>에서 볼 수 있듯이 앵커의 관여도는 수용자의 장기기억에 영향을 미치는 것으로 나타났다(F=4.501, df=1, p<.05). 관여도가 높은 수용자는 남

성 앵커와 여성 앵커가 진행하는 뉴스 모두에서 관여도가 낮은 수용자보다 장기기억을 더 잘 하는 것으로 나타났으며, 수용자의 관여도와 뉴스의 장기기억은 어느 정도 관계가 있는 것으로 나타났다(eta=0.230).

<Table 5> involvement, gender, long-term memory

Category		Case	Mean	SD
man	low-inv.	22	6.090	2.926
	high-inv.	23	8.087	3.591
	total	45	7.111	3.399
woman	low-inv.	20	7.100	3.611
	high-inv.	21	8.619	4.641
	total	41	7.878	4.190

<Table 6> ANCOVA of involvement, gender, long-term memory

Category	DF	F	Sig.	eta
gender	1	0.906	0.344	0.104
involvement	1	4.501	0.037	0.230
gender.× involvement	1	0.070	0.792	0.031

그러나 앵커의 젠더는 수용자의 장기기억에 영향을 미치지 못하며(F=0.906, df=1, p>.05), 젠더가 수용자의 장기기억에 미치는 영향은 관여도에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다(F=0.070, df=1, p>.05).

### 4.2.2 앵커의 젠더와 단기기억

<연구문제4> “수용자의 관여도에 따라 앵커의 젠더가 수용자의 단기기억에 차별적 영향을 미치는가”를 알아보기 위해서, 수용자의 관여도와 앵커의 젠더를 독립변인, 수용자의 단기기억을 종속변인으로 설정하고, 종속변인에 영향을 미칠 수 있는 수용자의 젠더를 통제된 공변량 분석(ANCOVA)을 실시하였으며, 분석결과는 <table7> - <table8>와 같이 나타났다.

<Table 7> involvement, gender, short-term memory

Category		Case	Mean	SD
man	low-inv.	22	5.318	1.886
	high-inv.	23	7.130	1.791
	total	45	6.244	2.035
woman	low-inv.	20	6.050	2.064
	high-inv.	21	8.047	1.745
	total	41	7.073	2.137

<Table 8> ANCOVA of involvement, gender, short-term memory

Category	DF	F	Sig.	eta
gender	1	4.113	0.046	0.219
involvement	1	21.649	0.000	0.459
gender.x involvement	1	0.059	0.808	0.031

<Table 7>과 <Table 8>에서 볼 수 있듯이 앵커의 젠더는 수용자의 단기기억에 영향을 미치는 것으로 나타났다(F=4.113, df=1, p<.05). 여성 앵커가 진행하는 뉴스에 노출된 피험자들(평균=7.073)은 남성 앵커가 진행하는 뉴스에 노출된 피험자들(평균=6.244)보다 단기기억을 더 잘 하며, 젠더와 단기기억 간의 관계(eta=0.219)는 어느 정도 있는 것으로 나타났다.

그리고 수용자의 관여도 또한 뉴스에 대한 단기기억에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 관여도가 높은 수용자는 남성 앵커와 여성 앵커가 진행하는 뉴스 모두에서 관여도가 낮은 수용자보다 단기기억을 더 잘 하는 것으로 나타났으며, 수용자의 관여도와 뉴스의 단기기억은 매우 관계가 깊은 것으로 나타났다(eta=0.459).

그러나 젠더가 수용자의 단기기억에 미치는 영향은 관여도에 따라 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다(F=0.059, df=1, p>.05).

### 5. 결론

본 연구는 그동안 미디어 연구에서 상대적으로 관심이 부족했던 뉴스 앵커의 젠더에 관한 연구이다. 1970년대 이후 국내에 앵커시스템이 도입된 이후 점차 여성 앵커의 위상과 비중이 커지고 있는 시점에서 뉴스 앵커의 젠더가 수용자의 정서와 뉴스 기억에 어떤 영향을 미치는지 정교화 가능성 가설을 그 이론적 배경으로 관여도와 연관시켜 살펴보았다.

기존의 연구들에 의하면, 미디어 수용자들은 미디어가 제시하는 정보를 처리할 적극적인 동기와 능력이 있을 경우에는 메시지 그 자체를 바탕으로 한 중심경로로 정보를 처리하고, 그렇지 않을 경우에는 메시지 이외의 주변 단서에 의하여 주변경로로 정보를 처리하기 쉽다. 그러나 지금까지의 연구들은 앵커의 젠더가 수용자의 뉴스 수용에 미치는 영향력에 대해서 서로 상반된 주장들을

하고 있다.

따라서 본 연구에서는 앵커의 젠더가 수용자의 호감도, 신뢰도, 그리고 뉴스에 대한 장단기 기억에 어떤 영향을 미치는지 수용자의 관여도라 변인과 함께 살펴보기 위하여 실험연구를 수행하였다.

분석결과 앵커의 젠더는 수용자의 호감도, 신뢰도 그리고 단기기억에 영향을 미치며, 관여도는 장단기기억에 모두 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 좀 더 구체적으로 말하면, 여성 앵커가 남성앵커보다 호감도가 높게 나타났으나, 신뢰도의 경우에는 남성앵커가 더 높게 나타났다. 그리고 여성앵커의 뉴스에 노출된 피험자들이 남성앵커의 뉴스에 노출된 피험자들에 비해 단기기억을 더 잘 하는 것으로 나타났다.

그리고 관여도가 높은 수용자들은 관여도가 낮은 수용자들보다 장단기 기억을 더 잘 하는 것으로 나타났으며, 젠더와 관여도 간의 상호작용 효과는 발견되지 않았다.

본 연구에서는 대학생들만을 대상으로 피험자들이 가정에서 텔레비전 수상기를 통해 뉴스를 시청한 것이 아니라, 실험실 내에서 컴퓨터 모니터를 통해, 이어폰을 끼고 뉴스를 시청하였다. 이는 수용자들의 실제 텔레비전 시청환경과 다르다는 점에서 실험연구의 한계로 지적될 수 있다.

하지만 이러한 연구의 한계점에도 불구하고, 본 연구에서는 그동안 앵커의 젠더에 관한 상반된 주장을 검증할 수 있도록 실험연구를 수행하였으며, 의미있는 다수의 연구결과들을 도출하였다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있을 것이다.

### REFERENCES

[1] Balon, R. E., Philport, J. C., & Beadle, C. F. How gender and race affect perceptions of newscasters. *Journalism Quarterly*, 55, 160-164. 1978.

[2] Chaiken, S., & Maheswaran, D. Heuristic processing can bias systematic processing: Effects of source credibility, argument ambiguity, and task importance on attitude judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66,

- 460-473. 1994.
- [3] Eveland, W. P. Jr., & Dunwoody. User control and structural isomorphism or disorientation and cognitive load? Learning from the Web versus print. *Communication Research*, 28, 48-78. 2001.
- [4] Heesacker, M., Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. Field dependence and attitude change: Source credibility can alter persuasion by affecting message-relevant thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 653-666.
- [5] Hutchinson, Kevin, L. (1982). The effects of newscaster gender & vocal quality on perceptions of homophily and interpersonal attraction. *Journal of Broadcasting*, 26, 457. 1983.
- [6] Moore, D. L., Hausknecht, D., & Thamodaran, K. Time pressure, response opportunity, and persuasion. *Journal of Consumer Research*, 13, 85-99. 1986.
- [7] Parker, e. Does a news anchor's gender influence audience evaluations of the anchor? Paper presented at the Association for Education on Journalism and Mass Communication, Toronto, Canada. 2004.
- [8] Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. Source factors and the elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Consumer Research*, 11, 668-672. 1984.
- [9] Puckett, J., Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Fisher, D. The relative impact of age and attractiveness stereotypes on persuasion. *Journal of Gerontology*, 38, 340-343. 1983.
- [10] Shavitt, S., Swan, S., Lowrey, T. M., & Wanke, M. The interaction of endorser attractiveness and involvement in persuasion depends on the goal that guides message processing. *Journal of Consumer Psychology*, 3, 137-162. 1994.
- [11] Tan, A., Raudy, J., Huff, C., & Miles, J. Children's reactions to male and female newscasters: Effectiveness and believability. *The Quarterly Journal of Speech*, 66, 201-205. 1980.
- [12] Weibel, D., & Wissmath, B., & Groner, R. How Gender and Age Affect Newscasters' Credibility-An Investigation In Switzerland. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 466-484. 2008.

### 박 덕 춘



- 1987년 2월 : 경북대학교 공학사
- 2001년 2월 : 중앙대학교 언론학 석사
- 2010년 8월 : 경북대학교 언론학 박사
- 2004년 3월 ~ 현재 : 동서대학교 교수

· 관심분야 : 방송 영상

· E-Mail : [parkdc2521@hanmail.net](mailto:parkdc2521@hanmail.net)