뉴스앵커의 착용의상 색채를 통해 본 방송국 이미지 분석 - KBS, MBC, SBS 방송국 비교 -

박진영 · 이은숙
울산대학교 의류학전공

The Analysis of Broadcasting Station's Image expressed in Wearing Dress Color of News Anchors - Comparison among KBS, MBC, and SBS -

Jin Young Park and Eun Sook Lee

Dept. of Clothing & Textiles, University of Ulsan; Ulsan, Korea

Abstract : The purpose of this study was to examine and analyze broadcasting station's image expressed in wearing dress color of male and female news anchors. The data were collected from replay video news(n=180) provided in each station's website during 2005-2010 year. The results were as follows. First, in the case of the male anchor, KBS was focused on the quiet and classic image and the gentle image. MBC was focused on the vital and urban image. SBS was focused on the dynamic and young image. Second, in the case of the female anchor, KBS was focused on the neat, soft, and feminine in S/S season, on the other hand the loud and flamboyant image in F/W season. MBC was focused on the vital and urban image like image of a male anchor. SBS was focused on the private image of a female anchor than broadcasting station's image. Through the results of this study, the image of the individual and companies can be symbolized by the color of dress.

Key words: wearing dress color(착용의상색채), image of broadcasting station(방송국 이미지), male-female anchor(여성·남성 앵커)

1. 서 론

현대사회에서 다른 사람에게 비춰지는 개인 혹은 그룹의 이미지는 사회적 위치, 역할, 능력 등을 예측하게 하는 일차적 평가 도구로써 활용되어지기 때문에, 남녀노소를 불문하고 모든 사람들은 그들 스스로가 만들어 놓은 상(像)이 긍정적인 이미지로 전달되기를 원한다. 이미지는 다양한 단서들의 사용을 통하여 전달되는 것으로, 그 중에서도 가시적 단서인 착용의상은 내·외재적 이미지를 전달해주는 중요한 수단이다. 사람들은 언어적 커뮤니케이션이 이루어지기 전에 얼굴, 신체적 동작, 메이크업, 착용의상 등의 외현적 정보를 바탕으로 먼저 그 사람에 대한 이미지를 형성할 뿐 아니라 형성한 이미지에 의해 긍정적 혹은 부정적, 신뢰적 혹은 불신적, 호감적 혹은 비호감적 등의 행동을 보이게 된다. 이와 같이 커뮤니케이션 기능의 이미지가 미치는 영향력은 매우 크기 때문에 특히 전파력이 큰 매스미디어 분야에서 중요시되고 있다. 그 중에서 TV가 특정

이슈에 대한 입장을 정할 때 가장 영향력을 미치며 대중들이 신뢰하는 매체로 선택한다(Korea Press Foundation, 2010)는 보고내용은 각 TV방송국들의 이미지가 대중들의 채널선택과 직결됨을 추측가능하게 하며, 이에 각 방송국들은 대중들에게 그들 고유의 특징을 확립하고 차별화시키는 이미지를 구축하기 위한 지속적인 투자를 진행하고 있다.

우리나라의 가구당 일반 TV 보급률은 2008년을 기점으로 82.2%를 차지하고 있는 것으로 나타났으며(Korea Communications Commission, 2009), 매년 증가 추세를 감안하여 볼 때 각 방송국들은 시청자 확보를 위하여 그들 나름의 정체적 이미지를 구축하고 이를 전달하기 위하여 다양한 방법을 개발하고 있다. 이러한 일환으로 각 방송국은 그들의 정체성을 나타내줄 수 있는 프로그램으로써 뉴스를 중요시하고 있다. 왜냐하면 뉴스는 현실을 정의하는 강력한 도구로써 뿐 아니라 인간의 사회화와 정치화 과정에서도 중요한 역할을 수행하고 있으며(Ryu, 1999), 다른 프로그램과 달리 방송국의 사회적 영향력 확보와 방송국의 이미지 형성에도 핵심적인 역할을 하기 때문이다(Walkshlak et al., 1983). 뉴스 전달 매체는 TV, 라디오, 신문, 인터넷, 위성 DMB 중 '20시~23시' 사이에 방송되는 TV뉴스

Corresponding author; Eun Sook Lee
Tel. +82-52-259-2843, Fax. +82-52-259-2843
E-mail: eunsook@ulsan.ac.kr

가 시청자들이 가장 많이 이용하는 매체로 조사되었고, 가장 영향력 있는 매체사로 KBS, MBC, 조선일보, SBS 등의 순으로 나타났다(Korea Communications Commission, 2009). TV뉴스는 다른 매체와는 다르게 앵커에 의해 전달되며 뉴스 정보내용과 더불어 앵커의 표정, 동작, 착용의상, 메이크업, 헤어스타일 등의 비언어적 요소 등이 포함되어 시청자들에게 전달되기 때문에, 앵커의 개인적 특질 및 외현적 특징이 뉴스의 신뢰성 형성에 영향을 미친다. 아울러 뉴스 프로그램은 각 방송국마다 보도내용과 구성형식이 유사하기 때문에, 채널을 선택하는데 있어 수용자에게 형성되어 있는 이미지의 영향력은 크다(Ahn, 2003).

따라서 각 방송국의 메인 뉴스를 전달하는 앵커의 이미지는 각 방송국이 추구하는 이념을 상징할 뿐 아니라 하나의 준거집단의 이미지 모델로서도 제시될 수 있다. 앵커가 보여주는 시각적 이미지는 다양한 단서들을 통하여 전달되는 것으로, Ikeda and Konoe's study (as cited in Yu, 2002)는 타인을 판단할 때 얼굴이나 의복이라는 구하기 쉬운 정보를 바탕으로 그 사람의 전체적인 인상을 파악한다고 하였다.

이에 본 연구에서는 남성·여성의 앵커가 뉴스진행을 위하여 착용한 의상색채는 각 방송국의 이미지를 전달하는 매체가 될 수 있다는 판단에 따라 KBS, MBC, SBS 방송국의 메인 뉴스를 진행하는 남성·여성의 앵커의 착용의상 색채를 통하여 각 방송국의 이미지를 분석하고 비교하는데 초점을 두고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. TV 뉴스앵커의 역할

TV 뉴스는 앵커를 중심으로 국내외 사고, 사건, 쟁점 등과 관련한 사실보도와 의견 보도를 제시하는 프로그램으로 진행되며, 앵커는 직접 뉴스 현장에 투입되거나 기자들과 함께 뉴스를 진행해 나가는 전문적인 방송인을 의미한다. 즉, 앵커는 방송뉴스 프로그램의 진행자나 사회자, 뉴스 프로그램에서 다른 방송인들의 리포트를 조화시키는 메인 방송인으로서 단순한 전달자의 의미를 넘어 뉴스의 취재와 편집, 기사 작성 등 모든 과정을 합친 조직의 책임자라 할 수 있다(Natusow, 1983).

우리나라에서는 일반적으로 각 방송국의 메인 뉴스 진행자를 뉴스 앵커라 부르며 앵커 시스템이 선보인 것은 1970년 10월 취재기자들이 직접 등장한 MBC의 '뉴스 데스크'였고, 여성 앵커가 메인 뉴스에 등장한 것은 30여 년 전 KBS1 9시뉴스의 박찬숙 앵커가 처음이었다. 이후 KBS, MBC 지상파 방송국 메인 뉴스의 앵커 시스템은 중견 남자 기자-젊은 여자 아나운서라는 구도로 형성되었고 이 앵커 시스템은 1990년대까지 유지되어 현재 지상파 3사인 KBS, MBC, SBS 등 모두 남녀 공동 앵커 시스템을 채택하고 있다. 대부분 남성앵커는 주도적인 뉴스 진행자로서의 역할이 이루어졌고 여성앵커는 단지 남성앵커를 보조하는 역할을 수행함으로써 보조적이고 장식적이

라는 의미에서 '뉴스의 꽃'이라는 수식어가 붙여졌다. 그러나 2004년 SBS 방송국의 8시 뉴스에 기혼인 김소원 아나운서가 앵커로 발탁되면서 미혼 아나운서의 전유물이라던 메인 뉴스 앵커에 대한 고정관념이 깨뜨려졌으며, 2007년 MBC 방송국에서는 김주하 여성 아나운서의 단독 주말 메인뉴스를 진행시키는 등 차츰 여성앵커들의 주도적인 역할이 부각되어지고 있다.

2.2. TV앵커의 시각적 이미지와 색채의 역할

오늘날의 다채널 시대는 채널의 이미지가 크게 작용하고 있고, 이에 각 채널은 프로그램의 차별화와 높은 시청률을 위해 각 방송국만의 독특한 이미지 확립에 큰 노력을 기하고 있다.

우리가 흔히 상용하는 이미지라는 단어는 사전적 의미로 '시각, 후각, 청각, 미각, 촉각'의 오감을 통해 경험한 어떤 대상에 대해, 인간이 내재적으로 가지고 있는 인상의 총합을 말하며 인간의 지각활동에 의해 형성이 되고 인물과 사진과 같이 피상적인 것으로 인식되곤 한다. 또한 '특정대상(특히 사람)의 외적 형태에 대한 인위적인 모방이나 재현'을 뜻하며 이는 곧 실체를 의미하기 보다는 실체의 모방이나 재현된 상(象)을 의미하며 철학이나 심리학에서는 감각에 의해 지각되는 대상에 관해 마음 속에 떠오르는 표상이 이미지로 정의되므로(Lee & Yoon, 2008), 본 연구에서의 시각적 이미지는 눈으로 지각할 수 있는 개인의 외현적 형태를 통하여 형성되는 표상을 의미할 수 있다.

지상파 방송의 채널 이미지는 시청자에게 독특한 감정과 경험을 제공하는 몇 개의 대표 프로그램들 또는 각 방송국의 메인 뉴스 앵커에 의해 형성되기 때문에 Bellamy & Traudt's study (as cited in Park, 2007) 뉴스 진행자인 앵커의 이미지는 절대적 영향력을 미치게 된다. 뉴스 정보 내용은 각 방송국마다 비슷하지만 누가, 어떤 방법으로 전달하느냐에 따라 시청자들의 선택은 달라지며, Park(1991)은 시청자들은 뉴스 시청시 방송국의 이미지와 무관하게 앵커의 이미지에 따라 특정채널을 선호한다고 하였고, Kim(1998)은 뉴스 앵커의 대중적 이미지는 뉴스 시청행동과 관련이 높기 때문에 주된 관심의 대상이 된다고 하였다.

앵커의 이미지는 음질, 발음의 정확성, 속도, 억양 등이 설득과 관련이 되는 언어적 요소(Kim, 2008)와 착용의상, 메이크업, 화장, 피부톤, 헤어스타일 등 외모에 관련된 비언어적 요소 등으로 형성되는데, 비언어적 요소는 의미의 중요한 결정요소로서 언어적 요소에 감정적인 요소를 더하여 의미를 좀 더 명확하게 전달하는 커뮤니케이션 수단이 된다(Lee, 2010). 특히 앵커의 착용의상은 프로그램에 대한 신뢰감을 주며 시청자에게 좋은 이미지로 작용하는데(Chung, 2003), Kim(2007)은 앵커의 이미지 연출 시 의상 요소의 중요도에 관한 연구에서 의상의 색, 스타일, 유행, 디자인 중 의상색이 다른 어떤 요소보다 높게 나타나 그 의미가 매우 중요하므로 앵커의 의상선택은 매우 신중해야 한다고 하였다.

색에 의한 인상은 지각자의 시각 형성 과정에서 강렬한 인상을 남기게 되며, 색채는 구두와 문서 서술의 방법으로는 표

현할 수 없는 정서를 대변하고, 감정에 밀접한 정보들을 상징화 하거나 코드화된 형태로 표현(Eun & Park, 1996)되기 때문에 의사전달의 수단으로 사용될 수 있다.

일반적으로 개인이 착용하는 의복의 색채는 개인적이거나 주관적인 것으로 생각하기 쉬우나, Chung(1983)은 많은 연구를 통하여 여러 요인들의 영향으로 각 개인의 다양한 취향을 포괄할 수 있는 어떤 집단 공통의 편견이 있다고 하였다. 또한 색채는 어떤 하나의 요인으로 그 특성이 나타나기 보다는 시각자의 색에 대한 감정이나 그 외 다양한 요인들이 복합적으로 결합되어 그 특성이 나타나기 때문에 색마다 고유의 감정이나 이미지가 형성된다.

Lee(1999)는 의복 색채 이미지 연구에서 빨강은 건강한, 정열적인, 대담한, 색시한, 위험한 이미지, 노랑은 밝은 젊은 화려한 빛나는 이미지, 초록은 건강한, 젊은, 자연보호, 미숙한, 기이한 이미지, 파랑은 보수적인, 캐주얼, 활동적인, 남성적인, 산뜻한 이미지, 흰색은 깨끗한, 은은한 이미지, 검정은 세련된, 강한, 반항적인 이미지를 준다 하였다.

Lee(1997)는 한복 착용자를 대상으로 복식 색 이미지 지각을 연구한 결과, 남색과 초록의 조합이 다른 조합에 비해 긍정적인 이미지로 평가됐고, 노랑과 빨강의 조합이 매력적인 이미지를, 초록과 노랑이 가장 부정적인 이미지로, 초록과 파랑의 조합이 매력 없는 이미지로 평가되었다.

Yu(2001)는 의복의 배색 유형에서 색상에 따라 다른 이미지를 전달한다고 하였다. 보색배색은 젊음성, 매력성, 친근성, 유연성, 역량성의 요인으로 구성되며 색상과 흰색 배색은 매력성, 젊음성, 역량성, 친근성, 유연성 요인에, 색상과 회색배색의 이미지는 매력성, 젊음성, 친근성, 역량성, 유연성의 순서로 나타난다 하였다.

이와 같이 고유한 색이 전달하는 이미지는 사람들이 공통적으로 가지는 느낌들이 표상화된 것으로, 특징적인 색의 의복을 지속적으로 착용하거나 특정한 상황에 전략적으로 사용할 경우 개인이나 집단을 대변하는 수단이나 이미지를 고정시킬 수 있다.

그러므로 시청자가 형성하는 방송국의 이미지는 앵커가 보여주는 시각적 이미지, 즉 착용의상 스타일 및 색상에 의해서도 형성될 수 있으며, 이는 방송국의 시청률과 신뢰도에 영향을 끼치게 되고 아울러 시청자들은 형성된 방송국의 이미지형성에 의해 각 방송국의 뉴스채널을 선택하는 경향을 보이기 때문에 앵커의 시각적 이미지 창출은 매우 중요하다 할 수 있다.

3. 연구방법 및 절차

본 연구는 TV뉴스가 시청자들이 가장 많이 이용하는 매체로 '20시~23시' 사이에 방송되는 뉴스를 가장 선호되고 있고 가장 영향력 있는 매체사로 KBS, MBC, 조선일보, SBS 등의 순으로 나타난 결과를 토대로 KBS, MBC, SBS의 방송국 20시-23시대의 메인 뉴스를 선택하였다. 공영방송 KBS 방송국과 민영방송 MBC, SBS 방송국의 홈페이지에서 제공된 2005년-

2010년의 뉴스 다시보기 동영상 중 S/S시즌 3월, 5월, 7월과 F/W시즌 9월, 11월의 첫째, 셋째 주 월요일의 동영상에 연구대상으로 선정되었다. 이와 같은 연구범위의 선정은 3월, 5월, 7월, 9월, 11월은 첫 시즌을 나타내는 달로써, 관례적으로 주말 뉴스와 주중 뉴스의 앵커가 다르게 진행되고 주중의 첫 시작을 알리는 월요일이 중요하다고 판단되었기 때문이다. 수집한 동영상은 각 방송국 30건으로 총 180건이며, 남성·여성의 앵커의 상반신 착용의상(남성: 재킷, 셔츠, 넥타이, 여성: 재킷, 이너웨어)에서 단색 중심의 색채에 나타난 이미지 분석을 실시하였다. 동영상에서 캡처한 360장의 사진은 Adobe Photoshop 7.0 프로그램으로 해상도 30으로 정리한 뒤, 사진 당 3회 추출한 Pantone color code 값의 평균값을 색채변환 프로그램(<http://www.perbang.dk/>)을 이용하여 변환된 HV/C 값으로 시각적 이미지를 분석하였다.

4. 남성·여성 앵커의 착용의상 색채에 나타난 이미지 분석

각 방송국 메인 뉴스의 남성·여성의 앵커가 착용한 상반신 의상 색채를 통해 본 KBS, MBC, SBS 방송국의 이미지 분석을 살펴보고자 한다.

4.1. 남성앵커의 착용의상 색채와 방송국 이미지

4.1.1. KBS 방송국

S/S시즌의 재킷은 저명도(3-1)/저채도(2)의 dark tone(n=32)과 중명도(6-4)/저채도(2)의 light grayish tone(n=4)이, F/W시즌의 재킷은 저명도(3-1)/저채도(2)의 dark tone(n=19), 중명도(5-4)/저채도(2)의 grayish tone(n=5)이, 색상계열은 시즌에 관계없이 황록계열(GY), 청자계열(PB), 파랑계열(B)이 주로 나타났다. 재킷은 시즌과 관계없이 중명도-저명도/저채도의 GY, PB, B 계열의 재킷을 착용하여 차분함, 충실함, 중후함 등의 수수하면서 보수적인 이미지와 더불어 지적인 남성미와 클래식한 이미지를 병행하는 것으로 나타났다. 셔츠의 경우는 재킷의 색상과는 관계없이 거의 모든 시즌에서 흰색계열의 셔츠(n=56)가 착용되었다. 넥타이의 경우는 단색만을 대상으로 42장을 측정하였으며 그 결과, S/S 시즌에서는 고명도/저채도의 very pale tone(n=9), 고명도/중채도의 pale tone(n=5)과 중명도/중채도의 light tone(n=5), 기타(n=8)의 순으로 나타났으며, F/W 시즌에서는 중명도/중채도의 dull tone(n=5), 중명도/고채도의 strong tone(n=3), 기타(n=7)의 순으로 나타났다. 넥타이의 색상은 모든 시즌에서 청자계열(PB)의 색이 재킷과 매치됨으로써 보다 안정적이고 차분한 이미지를 상승시키는 아이템으로 활용되고 있으며, 시즌의 특성을 고려하여 S/S시즌에서는 재킷의 톤 이미지에 비해 밝고 가벼우면서 산뜻하고 깨끗한 이미지를 강조하였으며, F/W시즌에서는 재킷과 넥타이간에 명도차를 적게 하여 고상하고 자연스런 이미지와 더불어 무겁고 어두운 시즌에 반해 밝고 화려한 이미지를 병행하여 재킷의 이미지를 부각시키

는 보조적 톤이 나타났음을 알 수 있다.

전체적으로 KBS 방송국은 수수함이 갖는 클래식한 이미지와 온화한 남성적 이미지를 강조하고 있는 것으로 나타나, KBS 앵커들은 상대적으로 보수적이며 전통적인 이미지를 고수하는 편이라는 결과를 제시한 Park(2004)과 Kim(2004)의 선행연구 결과와 같은 맥락임을 알 수 있다.

4.1.2. MBC 방송국

S/S시즌의 재킷은 저명도/저채도의 dark tone(n=27), 중명도/저채도의 light grayish tone(n=9), F/W시즌은 저명도/저채도의 dark tone(n=19)과 중명도/저채도의 grayish tone(n=5)의 순서로 나타났으며, 색상은 시즌에 상관없이 청자계열(PB), 파랑계열(B), 황록계열(GY)로 나타났다. 즉, 재킷은 dark tone의 PB, B, GY 계열의 색상이 주로 착용되었으며 파랑계열 색상으로써 보다 남성적 이미지를 부각시키면서 수수하고 클래식한 이미지를 매치시키는 것으로 나타났다. 셔츠는 재킷의 색상과는 관계없이 거의 모든 시즌에서 흰색의 셔츠(n=37)가 가장 많이 착용되었으며, 부분적으로 고명도/저채도의 very pale tone의 청자계열(PB)과 파랑계열(B)의 셔츠를 착용하여 재킷과 셔츠간의 명도차를 이용한 유사배색으로 표현되었다. 넥타이의 경우 단색만을 대상으로 36장의 사진을 측정한 결과, S/S시즌에는 고명도/저채도의 very pale tone(n=9), 중명도/중채도의 light tone(n=2), 고명도/고채도의 bright tone(n=2), 저명도/고채도의 deep tone(n=2), 기타(n=6)의 순으로 다양한 톤이 나타났고, F/W 시즌에는 고명도/저채도의 dark tone(n=4), 중명도/고채도의 strong tone(n=3) 혹은 저명도/중채도의 dull tone(n=3), 기타(n=5)의 순으로 나타났다. S/S시즌의 넥타이 색상은 주황계열(YR), 청자계열(PB), 적자계열(RP), 파랑계열(B), 녹색계열(G), 노랑계열(Y)이, F/W시즌에는 빨강계열(R), 황록계열(GY), 청자계열(PB)의 순으로 나타났다. S/S시즌에는 F/W시즌보다 다양한 색상의 넥타이를 이용하여 재킷과 보색대비를 이루어 재킷이 주는 보수적이고 딱딱한 남성적 이미지를 상쇄시킬 수 있는 생동적이고 활기찬 이미지를 연출하고 있음을 알 수 있다. 전체적으로 MBC 방송국은 클래식한 이미지를 근간으로 하되 넥타이를 이용하여 KBS보다 생동적이고 도회적인 이미지를 연출하고 있는 것으로, 이는 MBC의 남성앵커들이 KBS의 남성앵커보다 이지적이며 부드러운 이미지를 지니며 쿨한 느낌을 동시에 전달하고 있다는 연구결과와 부분적으로 일치되고 있음을 알 수 있다(Kim, 2004).

4.1.3. SBS 방송국

S/S시즌의 재킷은 저명도(3-1)/저채도(2)의 dark tone(n=32), 중명도(4)/저채도(2)의 light grayish tone(n=3) 순으로, F/W 시즌의 재킷은 저명도(3-1)/저채도(2)의 dark tone(n=21), 중명도(4)/저채도(2)의 grayish tone(n=2) 순으로, 색상계열은 시즌에 관계없이 황록계열(GY), 녹색계열(G), 청록계열(BG), 파랑계열(B)로 나타났다. 재킷에서는 중명도-저명도/저채도의 GY, G,

BG, B 계열의 색상을 이용하여 재킷을 착용하여 수수하고 보수적인 이미지와 더불어 남성적이고 클래식한 이미지를 병행하는 것으로 나타났다. 셔츠의 경우는 재킷의 색상과는 관계없이 거의 모든 시즌에서 흰색의 셔츠(n=37)를 착용하거나 재킷의 색상과 유사한 색상이 착용되었으며 고명도(10-9)/저채도(2)의 very pale tone인 파랑계열(B, n=14)과 청자계열(PB, n=7) 순으로 나타났다. 넥타이의 경우는 단색만을 대상으로 27장의 사진을 측정한 결과, S/S 시즌에서는 고명도/저채도의 very pale tone(n=6), 고명도/중채도의 pale tone(n=5), 기타(n=6)의 순으로, F/W시즌에서는 중명도/저채도의 grayish tone(n=4), 고명도/저채도의 very pale tone(n=2)과 고명도/중채도의 pale tone(n=2), 기타(n=2)의 순으로 나타났다. 넥타이의 색상은 특히 봄 시즌에서는 적자계열(RP)과 황록계열(GY)이, 여름시즌에서는 다양한 계열이, 가을시즌에서는 노랑계열(Y), 청록계열(BG), 주황계열(YR)이, 겨울시즌에서는 황록계열(GY), 보라계열(P), 빨강계열(R) 등이 재킷과 배색되어 주로 붉은색 기미를 띤 난색계열과 중성계열의 색상이 선호되고 있음을 알 수 있다. 넥타이는 재킷의 색상과는 보색대비를 이용하여 화사하고 활기차고 역동적인 젊음의 이미지를 부각시키는 identity kits로 이용되고 있음을 알 수 있다. 이를 통하여 Kim(2004)은 지상파의 후발 주자로서 SBS는 아직 뚜렷한 이미지가 형성되지 않아 남녀를 막론하고 깔끔하고 도시적인 모습을 연출하여 생동감 있는 모습을 연출하고 있으며, Park(2004)은 SBS의 남성앵커는 활기차고 역동적인 모습을 보인다는 선행연구들의 결과와 일맥상통함을 알 수 있다. 따라서 3사 남성앵커의 착용의상 색채를 통해 본 방송사 이미지를 요약하면 Table 1과 같다.

4.2. 여성 앵커의 착용의상 색채와 방송국 이미지

4.2.1. KBS 방송국

재킷은 55장의 단색만을 측정한 결과, S/S 시즌은 고명도/저채도의 very pale tone(n=23)을 주축으로 한 빨강계열(R), 황록계열(GY)이, F/W시즌은 고명도/저채도의 very pale tone(n=7), 저명도/저채도의 dark tone(n=5)과 을 띤 빨강계열(R)과 주황계열(YR)로 나타났다. 이너웨어는 거의 모든 시즌에서 흰색(n=19)이 착용되었고, 그 외에 S/S시즌에는 고명도/저채도의 very pale tone(n=6), 저명도/저채도의 dark tone(n=4)의 황록계열(GY), 빨강계열(R)이, F/W시즌에는 고명도/저채도의 very pale tone(n=4), 저명도/저채도의 dark tone(n=3)의 파랑계열(B), 황록계열(GY)로 나타났다. 전체적으로 재킷과 이너웨어의 코디네이션에서는 재킷의 이미지를 부각시키기 위하여 흰색이 거의 착용되었으며, 색상이 있는 이너웨어인 경우는 시즌의 이미지를 고려하여 S/S시즌에서는 고명도/저채도의 동일 혹은 유사 색상대비로 전체적으로 깔끔함, 가벼움과 섬세함이 갖는 부드러운 여성적 이미지를 강조하고 F/W시즌은 재킷과 이너웨어의 보색대비를 이용한 코디네이션으로 강렬함과 화사한 이미지를 연출함을 알 수 있다. 이는 Park(2004)의 KBS 여성앵커는 지적이며 다소곳하고 수수한 분위기를 연출한다고 분석한 선행

Table 1. Dressed color and image of the KBS, MBC, SBS's anchorman

		S/S	F/W	image
KBS	Jacket (N=60)	TONE ①Dark tone(n=32) ②Light grayish tone(n=4)	①Dark tone(n=19) ②Grayish tone(n=5)	Classic image + Gentle image
		HUE GY, PB, B		
	Shirts (N=60)	TONE -	-	
		HUE ①White(n=56) etc(n=4)		
	Necktie (N=42)	TONE ①Very pale tone(n=9) ②Pale, Light tone(each n=5) etc(n=8)	①Dull tone(n=5) ②Strong tone(n=3) etc(n=7)	
MBC		HUE ①PB etc		Vital image + Urban image
	Jacket (N=60)	TONE ①Dark tone(n=27) ②Light Grayish tone(n=9)	①Dark tone(n=19) ②Grayish tone(n=5)	
		HUE ①PB ②B ③GY		
	Shirts (N=60)	TONE ①Very pale tone(n=13) etc(n=1)	①Very pale tone(n=6) etc(n=3)	
		HUE ①White(n=19) etc	①White(n=18) ②B, PB	
SBS	Necktie (N=36)	TONE ①Very pale tone(n=9) ②Light, Bright, Deep tone (each n=2) etc(n=6)	①Dark tone(n=4) ②Strong, Dull tone (each n=3) etc(n=5)	Dynamic image + Young image
		HUE ①YR ②PB, RP ③B, G, Y	①R ②GY ③PB	
	Jacket (N=60)	TONE ①Dark tone(n=32) ②Light grayish tone(n=3) etc(n=1)	①Dark tone(n=21) ②Grayish tone(n=2) etc(n=1)	
SBS		HUE GY, G, BG, B		
	Shirts (N=60)	TONE ①Very pale tone(n=14) etc(n=1)	①Very pale tone(n=7) etc(n=1)	
		HUE ①White(n=37) ②B ③PB		
	Necktie (N=27)	TONE ①Very pale tone(n=6) ②Pale tone(n=5) etc(n=6)	①Grayish tone(n=4) ②Very pale, Pale tone (each n=2) etc(n=2)	
		HUE Spring: GY, RP Summer: Various color	Fall: Y, BG, YR Winter: GY, P, R	

연구와는 부분적인 상반된 결과를 보임으로써 KBS 방송국의 여성앵커의 이미지가 기존의 이미지와는 다른 새로운 이미지를 구가하고 있는 것으로 추측된다.

4.2.2. MBC 방송국

채킷은 53장의 단색만을 측정한 결과, 색상은 시즌에 관계없이 파랑계열(B), 노랑계열(Y), 빨강계열(R), 청자계열(PB), 청록계열(BG) 등의 다양한 색상이 착용되었다. 톤의 경우, S/S시즌에서는 고명도/저채도의 very pale tone(n=15), 고명도/고채도 bright tone(n=4)과 중명도/고채도의 strong tone(n=4)이 나타났으며 주로 깔끔하고 밝은 여성스런 이미지를 강조한 반면에, F/W시즌은 저명도/저채도의 dark tone(n=7), 고명도/저채도의 very pale tone(n=5), 중명도/고채도의 strong tone (n=4)의 순으로 중후하고 클래식한 이미지, 밝고 로맨틱한 이미지, 선명하고 적극적인 이미지를 주는 등 다양한 이미지가 연출되었음을 알 수 있다. 이너웨어는 시즌에 상관없이 흰색, 파랑계열(B), 빨강계열(R), 노랑계열(Y), 황록계열(YR), 청자계열(PB) 등

의 다양한 색상이 나타났다. S/S시즌 톤의 경우, 고명도/저채도의 very pale tone(n=8), 저명도/저채도의 dark tone(n=7), 중명도/고채도의 strong tone(n=5)이, F/W시즌은 고명도/저채도의 very pale tone(n=5), 중명도/저채도의 grayish tone이나 중명도/중채도의 dull tone, 저명도/저채도의 dark tone(각각 n=3)으로 나타나 채킷의 이미지를 돋보이게 하는 톤으로 코디네이션되었음을 알 수 있다. Kim(2004)은 TV뉴스 시청에 영향을 주는 요인에 관한 연구에서 MBC는 KBS에 비해 재미있고 생기 있으며 앵커 역시 현대적이고 도시적이며 세련된 이미지를 연출한다고 하였는데, 분석 결과 역시 MBC는 KBS보다 다양한 색상과 톤의 의상을 착용하여 생기 있고 도회적인 이미지의 모습을 연출하고 있다는 것과 일치함을 알 수 있다.

4.2.3. SBS 방송국

채킷은 53장의 단색만을 측정한 결과, S/S시즌에서는 노랑계열(Y), 주황계열(YR), 빨강계열(R) 등의 고명도/저채도의 very pale tone(n=22), 중명도/저채도의 light grayish tone(n=4)이 나

타났고, F/W시즌에는 주황계열(YR), 황록계열(GY), 파랑계열(B)의 중명도/저채도의 grayish tone(n=6), 저명도/저채도의 dark tone(n=4), 저명도/중채도의 dull tone 등의 순으로 나타났다. 이 외에도 황록계열(GY), 적자계열(RP), 보라계열(P)등의 다양한 색상의 재킷이 시즌에 관계없이 착용되어 방송국의 이미지 강조보다는 여성앵커의 개인적 특징을 부각시키는 이미지에 초점을 둔 배색이 나타났음을 알 수 있다. 이너웨어는 시즌에 관계없이 고명도/저채도의 very pale tone(n=10)과 저명도/저채도의 dark tone(n=8)이 주로 착용되었으며, 색상은 S/S시즌에는 흰색(n=9), 파랑계열(B), 빨강계열(R), 황록계열(GY), 노랑계열(Y), 주황계열(YR) 등의 다양한 색상이 나타난 반면, F/W시즌에는 파랑계열(B), 주황계열(YR) 등 색상의 폭이 좁아 시즌 별로 차이를 보였다. 흰색, very pale tone과 dark tone의 이너웨어는 다양한 색상의 재킷을 더욱 부각시켜 줄 수 있는 아이템으로 활용되어 명도차 배색을 이루거나, 보색·분보색 대비를 통해 개성 있고 활기찬 이미지와 유사하거나 동일 색상대비를 통해 안정되고 차분한 이미지를 병행하고 있음을 알 수 있었다. SBS 여성앵커의 착용의상 색채를 분석한 결과, SBS 방송국만의 뚜렷한 이미지를 가지고 있기 보다는 일반적으로 앵커가 가지는 이미지와 3사중에서 가장 젊고 새로운 느낌을 주는 색채의 의상을 착용한다는 점에서 Park(2004)이 분석한 SBS의 이미지는 젊고 현대적인 이미지라는 결과와 비슷함을 알 수 있다.

따라서 3사 여성앵커의 착용의상 색채를 통해 본 방송사 이

미지를 요약하면 Table 2와 같다.

5. 결론 및 제언

현대사회에서 디지털 방송은 문화상품을 생산하는 콘텐츠이자 트렌드를 주도하는 주체임과 동시에 판매하는 하나의 산업으로 인식되고 있다. 이에 방송국의 사회적 영향력을 확보하는데 있어 결정적 역할을 하고 방송국의 이미지 형성에도 중요한 역할을 하는 뉴스 프로그램에 대한 구성이 매우 중요하다 할 수 있지만 Walkshlak's study (as cited in Ahn, 2003), 뉴스 프로그램에 대한 내용이나 구성은 방송국마다 비슷하게 형성되어 있기 때문에 뉴스 전달자로서 시청자들과 심리적인 커뮤니케이터의 역할을 수행하는 앵커는 시청자들에게 매우 큰 영향을 미치게 된다.

각 방송국 앵커들의 착용의상 색채는 기본적으로 소속된 방송국의 이미지를 전달하는데 초점을 두고 부분적으로 패션 트렌드를 가미한 모습으로 나타났다. 즉, 세 방송국의 남성앵커 이미지는 재킷 스타일보다는 재킷 색채에 의해 형성되고 있었다. 공통적으로 강렬한 남성적인 이미지보다는 대중적인 친근함과 온화한 남성적 이미지를 전달하는데 초점을 두고 있었으나, 각 방송국의 남성앵커 간의 개성을 살리는 포인트로 벡타일을 적극 활용하고 있었음을 알 수 있었다. 여성앵커의 경우에는 남성앵커에 비해 메이크업, 헤어스타일, 착용 의상들 간의

Table 2. Dressed color and image of the KBS, MBC, SBS's anchorwoman

		S/S	F/W	image
KBS	Jacket (N=55)	TONE	①Very pale tone(n=23) etc(n=11)	● S/S: Feminine image Soft・Neat image
		HUE	①R ②GY	
	Inner wear (N=44)	TONE	①Very pale tone(n=6) ②Dark tone(n=4) etc(n=4)	● F/W: Loud image Flamboyant image
		HUE	①White(n=12) ②GY ③R	
MBC	Jacket (N=53)	TONE	①Very pale tone(n=15) ②Bright, Strong tone (each n=4) etc(n=7)	Vital image + Urban image
		HUE	Various color (B, Y, R, PB, BG)	
	Inner wear (N=53)	TONE	①Very pale tone(n=8) ②Dark tone(n=7) ③Strong tone(n=5) etc(n=10)	
		HUE	①PB, R ②White ③B, YR	
SBS	Jacket (N=53)	TONE	①Very pale tone(n=22) ②Light grayish tone(n=4) ③Strong tone(n=3) etc(n=5)	Private image
		HUE	①Y ②YR ③R etc: GY, RP, P	
	Inner wear (N=46)	TONE	①Very pale tone(n=4) ②Dark tone(n=2) etc(n=15)	
		HUE	①White(n=9) ②B ③R ④GY	
			①Grayish tone(n=6) ②Dark grayish/dark tone(n=4) ③Dull, Strong tone (each n=2) etc(n=5)	
			①YR ②GY ③B etc: GY, RP, P	
			①Very pale tone(n=6) ②Dark tone(n=6) etc(n=2)	
			①White(n=2) ②B ③YR	

코디네이션이 이루어져야하는 까닭에 다양한 색상의 재킷과 이너웨어가 착용되어 졌음을 알 수 있었다.

본 연구의 결과를 구체적으로 제시하면 첫 번째, 남성앵커의 경우 KBS 방송국은 재킷과 셔츠간의 명도차 배색과 재킷과 넥타이간의 유사배색이 주로 이용되어 깔끔하고 단정한 이미지를 강조하면서 클래식한 이미지를 보조적으로 연출하고 있었음을 알 수 있었다. MBC 방송국의 경우, 재킷과 셔츠간의 명도차 배색과 유사배색이 이루어졌으며, 넥타이는 재킷과 분보색 배색과 보색 배색 등의 연출이 가능한 다양한 색상이 나타나 개성 있고 활기찬 이미지를 주는 수단으로 이용되고 있었음을 알 수 있었다. SBS 방송국의 경우에는 재킷과 셔츠간의 명도대비와 유사배색이 표현되었고 재킷과 넥타이간의 분보색 배색이 이용되어 역동적이고 활기찬 이미지의 절제성이 나타났음을 알 수 있었다.

두 번째, 여성앵커의 경우 KBS 방송국은 시즌별로 재킷의 톤 차이는 있었지만 전체적인 색상은 R, YR, GY 등으로 변화의 폭이 적었다. 이너웨어의 경우 흰색계열이 주로 착용되어 재킷과 이너웨어간의 명도차 배색과 유사 배색이 주로 이용되어 S/S시즌에서는 가볍고 섬세한 여성적 이미지를 강조한 반면에 F/W시즌에서는 강렬함과 화사함을 연출하는 이미지가 전달되었다. MBC 방송국의 경우에는 다양한 톤과 색상의 재킷을 착용하되 유사배색을 통해 안정된 분위기를 연출하였고, 간혹 bright tone 등의 악센트 색상을 사용함에 따라 도전적이고 활기차며 밝은 현대 여성상의 이미지를 병행하고 있음을 알 수 있었다. SBS 방송국은 다양한 색상의 재킷과 이너웨어를 착용하여 보색 대비나 분보색 대비를 통해 역동적이고 개성적인 이미지와 화려한 이미지를 병행하여 방송국의 이미지 전달보다는 여성앵커의 개인적 스타일에 어울리는 이미지를 강조하는 연출이 이루어졌음을 알 수 있었다. 전체적으로 KBS 방송국은 남성앵커의 착용의상을 통하여 공영방송이라는 이미지를 클래식하고 수수한 의상 색채를 전달하는데 초점을 두었으나 여성앵커의 경우는 클래식하고 수수한 이미지보다는 시즌에 따라 깔끔하고 섬세한 여성적 이미지와 강렬하고 화사한 이미지를 추구함으로써 자칫 진부하고 보수적인 이미지를 상쇄시켜주는 역할을 하고 있음을 알 수 있었다. MBC 방송국은 남성·여성의 앵커의 공통적 이미지인 도회적인 이미지를 강조하고 있음을 알 수 있었고, SBS 방송국은 두 방송국에 비해 가장 젊고 역동적인 이미지를 남녀 앵커의 착용의상 색채를 통하여 뚜렷하게 강조되고 있었음을 알 수 있었다.

본 연구에서의 방송사 이미지 형성에 영향을 줄 수 있는 의복의 실루엣은 앳한 자세로 뉴스를 진행하기 때문에 정확한 측정이 어렵고, 헤어스타일은 의상에 관계없이 거의 고정된 헤어스타일을 보이고 있었으며, 액세서리 장식은 시청자들의 뉴스의 집중을 떨어뜨릴 수 있는 아이টে็ม으로 부착빈도가 낮았기 때문에 연구대상에서 제외를 시키고 의상 색채를 연구대상으로 한정하여 보았다. 앵커의 시각적 이미지 형성에 영향을 미칠 수 있는 항목들을 제외하고 의상 색채로 한정하여 연구하였기 때

문에 각 방송국의 이미지를 일반적인 확대해석하여 평가 시에는 주의를 필요로 한다.

이상의 본 연구 결과를 통하여, 각 방송국마다 앵커의 착용의상의 시각적 이미지는 각 방송국이 추구하는 이미지를 내재하고 있는 관계로 방송국마다 남성여성의 앵커가 착용한 의상 색채는 다르게 나타났음을 알 수 있었다. 의상 색채는 개인의 정체적 이미지 뿐 아니라 기업이 추구하는 이미지를 상징화할 수 있고 소비자들의 이미지 형성에 큰 영향력을 주는 기능을 갖고 있어 각 방송사들이 지향하고 싶은 이미지 및 지속적인 이미지 유지와 의상색채와 관련된 연구가 필요할 것으로 사료된다.

References

- 'Anchorwoman has changed, From Secondary to the News's symbol'. (2008, November 11). *Mydaily*. Retrieved February 6, 2011, from <http://www.mydaily.co.kr>
- Ahn, S. M. (2003). *A research on the effect of the images of broadcasting company and its news anchors recognized by TV audiences on their intention to watch the news : focusing on the main news programs of KBS, MBC, SBS*. Unpublished master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Cathcart, W. L. (1969). Viewer needs and Desire in Television Newscasters, *Journal of Broadcasting*, 14, 55-62.
- Choi, S. K., & Sung, N. S., & Jeong, S. J. (2010). A Study on the Image and Harmonic Sensitiveness of Men's Suit According to Achromatic Coordination. *The Journal of Korean Society of Design Culture*, 16(2), 474-484.
- Choi, Y. H. (1999). Comparative Analysis on TV News Anchor's Parasocial Interaction and Professionalism. *The Journal of Korean Society for Journalism & Communication Studies*, 44(1), 468-488.
- Chung, H. N. (2003). *Image-Making of TV anchorpersons*. Unpublished master's thesis, Wonkwang University, Iksan.
- Chung, J. H. (1983). *A study on the color sign and color inference*. Unpublished master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Eun, Y. Y., & Park, S. H. (1996). A Study on Preference of Men and Women in Their 20s of Clothing Color - In the Taegu Areas. *The International Journal of Costume Culture*, 4(3), 305-323.
- Kim, H. J. (1998). The relationship of the message transfer capability of the television news anchor and public trust. *Korean Association for Broadcasting & Telecommunication Studies*, -(10), 139-165.
- Kim, H. S. (2008). A Study of the Influence of Newscaster's Nonverbal Factors in the Process of Understanding the News: Revolving Newscaster's Dress Style and Personal Ornaments. *The Korean Society for Journalism & Communication Studies*, 52(3), 256-276.
- Kim, K. T. (2004). A study on the South Korea's anchor system Characteristics and Recommendations. *Journal of the Broadcasting & Culture*, 277, 44-47.
- Kim, M. J. (2004). *A study on the factors affecting the TV new program ratings : focused on the prime time news of MBC and KBS*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Kim, M. S. (2007). *Possible Factors Affecting the Image Making of Telecasters in TV Program*. Unpublished master's thesis,

- Sookmyung Women's University, Seoul.
- Kim, Y. I., & Koh, A. R., & Hong, H. S. (2000). Fashion Image Segmentation of 20's Female Apparel Market and Apparel Color Preferences. *The Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(1), 3-14.
- Ko, Y. K., & Rhee, N. H. (2008). The Research on the Relation between Self-Image and Color Image by Lifestyle. *Journal of the Korean Society of Beauty and Art*, 19(2), 47-63.
- Korea Communications Commission. (2009). *2008 A Study on the Behavior of Watching TV*. Seoul.
- Lee, E. K. (2010). A Study on Color Image of TV News Anchor Woman's Jackets. *The Journal of Korean Association of Human Ecology*, 19(1), 149-156.
- Lee, H. S. (1997). *A Visual Image Perception of Clothing Colors, Color Combinations of Borean Traditional Dress for Woman*. Unpublished doctoral dissertation, Chungnam National University, Daejeon.
- Lee, J. H., & Cho, K. H. (1995). The Effect of Elements of Apparel Design on Impression Formation Part I : Emphasis on the Effect of Form and Color of Cloths. *The Journal of Korean Society of Clothing & Textiles*, 19(5), 51-68.
- Lee, M. H. (1993). Clothing Image Preferences and Sex Role Identity of Korean and American College Students. *The Korean Society of Clothing & Textiles*, 17(3), 367-380.
- Lee, S. J., & Yoon, D. A. (2008). *Image making-Self Marketing*. Seoul:Kyomunsa.
- Lee, U. Y., & Lee, I. S. (2010). Transactions : Analysis Characteristics of Interviewee Costume Design in Job Interviewee Image-Making -focused on costume of pre-employed women-. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 12(3), 265-271.
- Natusow, B. (1983). *The Evening stars*. Network New a Anchor.
- Park, C. M. (1991). *The research about the image of the recipient about the television news anchor*. Unpublished master's thesis, Cheongju University, Cheongju.
- Park, H. S. (2007). *The influence of news anchors' reputation on the crdeibility and satisfaction of news programs*. Unpublished doctoral dissertation, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Park, S. H. (2004). *A study on fashion image changes in anchorwomen since the 1980s in Korea*. Unpublished master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Ryu, C. L. (1999). A Study of the recipient attribute reaches to the credit of the news media. *Journal of the Media & Information*, 5, 43-65.
- Shin, H. S. (2003). *(For Fashion&Beauty)Color Image making*. Seoul: Kukje Publishing House.
- The Foundation for Broadcast Culture. (2002). *2001 Audience Response Survey*. Seoul.
- The Foundation for Broadcast Culture. (2008). *The research of South Korea's early announcers broadcasting*. Seoul.
- The Korea Foundation. (2010). *2010 The survey on the media audience's Consciousness*. Seoul.
- Walkshlak, J., Agostino, D. E., Terry, H. A., Driscoll P. & Ramsey B.(1983). Television News Viewing and Network Affiliation Changes, *The Journal of Broadcasting*, 27(1), 53-68.
- Yu, K. W. (2002). *Image perception by two-color arrangement of woman's suits*. Unpublished doctoral dissertation, Konkuk University, Seoul.
- Yu, S. Y., & Kim, Y. J., & Park, J. Y., & Lee, K. H. (2006). *The survey on people's news consumption*. Korean Press Foundation, 2006(14).

(2011년 7월 15일 접수/2011년 10월 6일 1차 수정/2011년 10월 6일 게재확정)