

번호 17-4

|  |  |   |                       |       |                    |
|--|--|---|-----------------------|-------|--------------------|
| 제 목  | 국 문  | 병원언론홍보실적에 영향을 미치는 요인  |                       |       |                    |
|  | 영 문  | A Study of Factors Affecting Newspaper Public Relation Activities in Hospitals  |                       |       |                    |
| 저 자 및 소 속  | 국 문  | 이지전 <sup>1)</sup> , 정영한 <sup>2)</sup> , 박은철 <sup>3)</sup> , 손명세 <sup>3)</sup> , 박종연 <sup>2)</sup> ,<br>1) 연세대학교 대학원 보건학과, 2) 연세대학교 보건대학원,<br>3) 연세의대 예방의학교실   |                       |       |                    |
|  | 영 문  | JeeJeon Yi <sup>1)</sup> , YoungHan Jeong <sup>2)</sup> , EunChul Park <sup>3)</sup> ,<br>MyungSei Sohn <sup>3)</sup> , JongYeon Park <sup>2)</sup> ,<br>1) Department of Public Health, The Graduate School, Yonsei University<br>2) The Graduate School of Health Science and Management,<br>Yonsei University<br>3) Department of Preventive Medicine, Yonsei University |                       |       |                    |
| 분 야  | 보건관리 (○)<br>역 학 ( )<br>환 경 ( )               | 발 표 자   | 일반회원 (○)<br>전 공 의 ( ) | 발표 형식 | 구 연 (○)<br>포스터 ( ) |
| 진행 상황  | 연구완료 (○), 연구중 ( ) → 완료 예정 시기 :      년      월 |   |                       |       |                    |
| <p>1. 연구 목적</p> <p>본 연구는 국내 500병상 이상 병원들을 대상으로 병원홍보활동 현황을 파악하고 그 결과물로 주요 4대 일간지에 게재된 병원 관련 기사들을 분석하여 병원언론홍보실적의 수준을 파악하는 것을 그 목적으로 한다. 구체적인 목적은 다음과 같다.</p> <p>첫째, 국내 500병상 이상 병원들의 일반적 특성, 병원홍보활동특성, 그리고 병원언론홍보 활동 특성의 현황을 파악하고,</p> <p>둘째, 언론홍보활동의 결과물로 주요 4대 일간지에 게재된 기사를 계량화하며,</p> <p>셋째, 병원의 특성들 중 언론홍보실적에 영향을 미치는 요인을 파악한다.</p> <p>2. 연구 방법</p> <p>500병상 이상의 병원들을 대상으로 두 가지 방법으로 자료를 수집하였다. 첫째로는 병원의 특성을 파악하기 위하여 구조화된 설문지를 개발하여 각 병원의 홍보업무담당자를 대상으로 전화설문조사를 실시하였으며, 둘째로는 병원들의 홍보실적 평가를 위해 한국언론연구원 데이터베이스(KINDS)를 이용하여 4대 일간지의 병원관련 기사를 검색하였다.</p> <p>독립변수는 크게 세 가지 특성으로 구분하였는데 첫째, 병원의 일반적인 특성으로 의료기관 중별, 병상수, 설립형태, 대학병원 여부, 설립기간, 소재지역을 둘째, 병원홍보특성으로 홍보활동의 실시여부, 홍보전담부서 유무, 전담부서 유무, 그리고 마지막으로 언론홍보특성으로는 각 병원의 홍보활동 중 특히 언론을 대상으로 하는 특별한 홍보활동 유무, 그리고 홍보활동이 있는 경우 언론홍보를 위한 자료배포 기준, 연구대상 일간지 전담기자 유무, 그리고 병원출입기자를 위한 기사 실 유무를 조사하였다.</p> <p>종속변수로 사용된 언론홍보실적은 대상 병원의 이름이 실린 기사를 검색하여 각 기사에 대하여 기사의 방향성(부정적인 기사 : -1, 사실 보도 및 긍정적인 기사 : 1)과 기사에 실린 병원의 수를 파악하여 구하였다. 홍보화 실적 점수화 공식은 <math>\text{병원의 홍보실적} = \sum (\text{기사의 방향} * 1/\text{한 기사 내 병원의 수})</math> 이다.</p> <p>분석방법은 첫 단계로 병원의 각 특성별 기술분석을 실시하였으며, 검색한 기사의 내용 또한 기사의 방향성, 길이, 형태 그리고 기사에 실린 병원의 수 등에 대한 기술분석을 실시하였다. 두 번째 단계로 기사에 대하여 홍보실적을 점수화하였으며, 기사별로 정리된 자료를 각 병원별 점수</p> |  |   |                       |       |                    |

로 환산하였다. 각 병원별로 합산된 점수는 병원언론홍보실적점수로서 종속 변수가 되었다. 점수의 합을 기술분석을 위하여 6개의 범주로 나누어 살펴보았다. 세 번째 단계로 각 독립변수별로 실적점수의 비교를 위하여 ANOVA(Analysis of Variance)분석을 사용하였다. 마지막으로 언론홍보실적에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위하여 회귀분석을 실시하였다. ANOVA와 회귀분석에서는 전체 기사를 포함한 점수(언론홍보실적점수I)와 부정적인 기사를 제외하고 계산한 점수(언론홍보실적점수II) 각각을 종속변수로 사용하여 분석하였다.

### 3. 연구 결과

분석결과 주요 4대 일간지에 나타난 각 병원의 언론홍보실적점수는 평균 4.64점으로, 0점에서 5점인 병원이 41.5%로 가장 많았고, 5점에서 10점이 9.4%, 그리고 10점에서 20점이 7.5%였다. 홍보실적이 전혀 없다고 할 수 있는 0점도 22.6%로 상당 부분을 차지하고 있었고 오히려 0점 이하의 점수를 나타낸 병원은 13.2%에 이르고 있었다. 가장 높은 홍보 실적을 보인 20점 이상의 병원군은 5.8%였다. 부정적인 기사를 제외한 분석에서는 빈도가 높은 군에서는 같은 순서를 보였다. 반면에, 10점에서 20점이 5.7%이고, 20점 이상 가장 높은 점수를 받은 군이 7.5%였다.

둘째, 병원의 일반적인 특성 중 통계학적으로 유의하게 병원언론홍보실적 점수는 병상수와 지역에 따라 차이가 있었다. 전체 기사를 대상으로 한 경우 1000병상 이상이 평균 17.06점으로 가장 높았으며, 600-799병상이 2.86점, 800-999병상이 1.93 그리고 마지막으로 500-599병상이 0.59점이었다. 부정적인 기사를 제외한 분석에서도 같은 순서를 나타내었다. 지역별 차이를 보면, 서울이 11.50점, 경기·인천 지역이 1.50점, 그리고 그 외 지역이 -0.23점이었다. 부정적인 기사를 제외한 분석에서도 같은 순서를 나타내었다.

셋째, 병원별 홍보특성 중 통계학적으로 유의하게 병원언론홍보실적 점수의 차이가 있는 것은 홍보전담부서 여부와 홍보 업무 전담자수였다. 전체 기사를 분석한 결과 전담부서가 있는 병원은 평균 7.05점이었으며, 없는 병원은 평균 0.98점이었다. 부정적인 기사를 제외한 분석에서는 전담부서가 있는 병원은 평균 8.40점, 전담부서가 없는 병원은 1.18점이었다. 홍보업무전담자수가 5명 이상인 병원은 평균 13.67점으로 가장 높았으며, 3-4명은 평균 6.54점, 1-2명은 전체 평균 이하로 1.02점, 그리고 전담자가 없는 병원은 평균 0.53점이었다. 부정적인 기사가 제외된 분석에서도 같은 순서로 나타났다.

넷째, 병원언론홍보특성 중 통계적으로 유의하게 언론홍보실적 점수의 차이가 있는 것은 4대 일간지 전담기자의 유무였다. 전체 기사를 대상으로 분석한 결과 전담기자가 있는 병원의 경우 평균 8.31점이었으며, 그렇지 않은 병원은 1.89점이었다. 부정적인 기사를 제외한 분석에서는 전담기자가 있는 경우 평균 9.08점, 없는 경우는 2.91점이었다.

마지막으로, 홍보실적점수에 영향을 미치는 요인을 회귀분석을 통하여 살펴보았다. 전체 기사를 분석하였을 때 병상수와 기타 지역을 기준으로 서울이 실적점수에 대하여 양의 방향으로 영향을 미쳤으며, 이는 통계적으로 유의한 결과였다. 부정적인 기사를 제외한 분석에서도 같은 결과였다.

### 4. 고찰

이 연구는 대형병원들의 일부 중앙일간지를 이용한 홍보활동의 실태를 분석한 제한적인 연구이지만 앞으로 병원들의 홍보 활동이 대형병원, 대학병원, 수도권 소재 병원 등 실질적으로 병원 경영에 유리한 외부환경을 가진 병원들의 홍보활동이 보다 적극적이라는 점에서 병원들간의 양극화 현상이 심화될 소지를 보였다는 점을 지적할 수 있을 것이다. 보다 균형 있는 병원산업의 발전을 위해 이러한 범주에 들지 않는 병원들의 홍보 활동이 적극적으로 이루어질 수 있는 여건을 조성할 필요가 있을 것이다.