

간호사 이미지 지각은 어떠한가?: 전공학생과 비전공 학생비교

유승엽
남서울대학교 광고홍보학과

What is Perceived the Image of Nurses?: Comparison Major and Non-Major Students

Seung-Yeob Yu

Dept. of Advertising and Public Relations, Namseoul University

요약 본 연구는 간호사의 전통적, 사회적, 전문적 및 개인적 이미지의 차원에서 전공자와 비전공자간의 지각차이가 존재하는가와 미디어에 비친 간호사역할 이미지 지각차이가 있는가 및 간호사와 관련된 정보를 접하는 매체와 간호사 관련 정보와 이미지 접촉매체에서 기존의 연구결과와 차이가 있는가를 확인하고자 하였다. 이를 위해 간호학 전공자와 비전공자를 대상으로 설문조사 하였다. 연구결과 첫째, 간호사의 전통적, 사회적, 전문적 및 개인적 이미지에서 인식의 격차가 높게 나타났다. 둘째, 미디어에 비친 간호사의 이미지는 의사의 보조역할을 담당하고 있는 것에 대한 이미지가 높게 나타났다. 셋째, 간호사 정보 접촉매체는 TV가 매우 높게 나타났다. 본 연구결과는 환자와 간호사간의 공감커뮤니케이션을 활성화하는데 근거자료를 제공해 줄 것이며, 특히 매체활용(PPL전략과 퍼블리시티 활용 전략)을 통한 간호사 이미지 향상방안을 제언하는데 의의가 있다.

주제어 : 간호사, 간호사이미지, 지각차이, 이미지향상, 매체활용전략.

Abstract This study was confirmed nurse's traditional, social, professional and personal image of the dimensional perception of the difference between the majors and non-majors students exist? and Reflected on the role of the media image of nurses are there differences in perception? and Nurses and nurse related information, and information on contacting the media and contacted the media image of the existing research results and is there a difference? For the purpose, we survey the nursing majors and non-majors students. The results follows. First, the traditional nurses, social, professional and personal image perception gap is high. Second, the media reflected the image of the nurse in charge of the secondary role of a doctor about the image is high. Third, the nurse contacted the media about the TV is very high. The results of this study have implications to enable communication between patients and nurses agree that will provide evidence. In particular, the nurses through the use of media(PPL and Publicity strategy) suggest ways to improve the image.

Key Words : Nurse, Nurse Image, Perceptual difference, Image improve, Media suggestion

* 본 논문은 2014년 남서울대학교 교내연구비에 의하여 지원되었음

Received 6 July 2014, Revised 3 September 2014

Accepted 20 October 2014

Corresponding Author: Seung-Yeob Yu(Namseoul University)

Email: ysyueb@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

1. 서론

오늘날의 의료 소비자들은 대중매체 등의 영향으로 다양한 의학 정보와 의학 지식에 노출되어 있으며 이들의 의료 환경과 건강에 대한 관심 또한 증대되고 있다. 그에 따라 대상자들의 질 좋은 간호에 대한 요구가 높아지고 있으며 이에 간호사를 역시 다양한 측면에서 전인적인 간호를 제공하는 데 힘쓰고 있다[1]. 현대 간호의 초점 또한 질병중심 간호에서 인간중심 간호로 바뀌면서 대상자를 이해하고 신체적, 정신적, 심리적 요구를 근거로 포괄적인 전인 간호를 제공하는 것이 간호의 중요한 목표가 되었다.

간호사들은 자신의 전문적인 지식과 기술을 토대로 환자의 건강과 회복을 돕고, 환자 치유에 중추적 역할을 하는 전문 인력으로서 병원조직에서도 중요한 위치를 차지하고 있다. 그러나 이러한 간호사들의 노력과는 달리 과거의 많은 연구의 결과로 볼 때 대부분의 일반 대중들은 간호 계에서 생각하고 있는 것과는 달리 변화하는 간호의 역할과 위상을 제대로 알지 못하며 간호사들을 보는 시각도 상당히 부정적으로 왜곡되어 있는 것으로 알려져 있다.

간호사 개개인이 갖는 이미지는 간호집단의 간호이미지로 대두되고, 특히 남에게 도움을 주는 전문적인 직업을 가진 사람이 직무수행을 효율적으로 하기 위해서는 그들의 신념과 태도 지각의 방향이 중요한 역할을 하므로 간호전문직 차원에서 볼 때 이미지 파악이 더욱 중요한 의의를 가진다고 하겠다.

현재까지 많은 간호사 이미지에 대한 연구가 있다. 그 내용을 살펴보면 Kalisch & Kalisch는 시대에 따른 간호사 이미지 변화를 분석하였는데 1854년~1919년에는 자비의 천사로, 1920년~1929년에는 여비서로, 1930년과 1945년에는 영웅 같은 여성으로 1946년~1965년에는 어머니로, 1966년~1982년에는 성적 대상으로 변해 왔다고 보고했다[2].

Hunt(1972)의 연구에서는 전형적인 간호사의 특성은 돌보는 일, 책임감, 지적이고 능률적인 사람이라고 긍정적으로 평가하였으나[3], Donely는 건강 전문가들중 가장 거대한 조직인 간호사들은 건강정책과 의사결정에 거의 영향을 미치지 못하며, 간호사들은 스스로를 가치 없고, 위치가 낮으며, 경제적 보상을 거의 받지 못하며,

무감각하게 반응하고, 소속되어 활동하는 전문위원회가 부족하다고 하였다[4].

일반인을 대상으로 한 전시자의 연구에서 간호사는 깨끗하고 일에 능숙하나 의사의 보조자이며, 기술적이고 기능적인 역할을 하는 것으로 나타났고[5], 전시자의 연구가 있는지 약 10년의 세월이 흐른 뒤 시행된 이돈순의 연구에서도 간호사는 힘든 직업이고 헌신적이며 의사의 보조역할을 하는 것으로 인지하고 있어서 일반인의 인식 속에 전통적인 간호사의 이미지가 아직도 많은 부분 고정관념으로 남아 있었다[6]. 이러한 정형화된 이미지는 업무 수행시 간호사에게 직업에 대한 만족감을 저하시키고 나아가서는 환자 간호의 질에도 부정적 영향을 미칠 수 있으므로 의료소비자들에게 올바른 간호사 이미지를 심어줄 수 있는 방안이 강구되어야 할 것이다. 또한 바람직한 간호사 이미지의 정립은 간호 업무 수행 중 일어나는 간호사 자신의 갈등을 줄어줄게 할 뿐만 아니라, 간호 대상자들에게 보다 향상된 간호를 제공할 수 있게 하므로 간호 역할이 확대되고 있는 현 시대에서는 매우 중요한 일이라 할 수 있다.

어떤 전문직에 대한 이미지는 그 전문직의 발전에 중요한 영향을 미친다는 사실을 감안할 때 이미지에 관한 연구는 간호 전문직의 발전에 있어서 필연적으로 요구되는 사항이라고 할 수 있다. 시대적 흐름에 따라 간호사에 대한 이미지는 간호사의 사회적 지위, 과학으로서의 간호학의 위치, 그리고 전문직으로서의 간호사의 위상과 함께 많은 변화를 거듭하고 있다. 따라서 앞으로 간호의 본질을 확립하고 대중에게 올바른 간호의 이미지를 홍보 교육하기 위한 전략을 세워야 할 필요가 있다. 이를 위한 간호 이미지에 대한 파악은 간호 전문직의 내적, 외적 위상 정립을 위한 가장 기본적인 단계라 할 수 있다.

따라서 간호가 전문직으로서 향상·발전하기 위해서는 바람직한 간호사의 이미지 정립이 필요하며, 이에 따른 이미지 연구에 관심과 노력을 기울이는 일이 필요하다. 특히 바람직한 간호사 이미지 제고를 위한 방안을 마련하는 일 또한 시급히 요구되는 과제라 할 수 있다.

이러한 배경에서 본 연구의 목적을 구체화하면, 먼저 연구자는 국내 간호사의 이미지에 대하여 알아보고자 하였다. 이를 위해 전통적인 이미지, 사회적 이미지, 전문적 이미지, 개인적 이미지의 네 가지 차원에서 간호사의 이미지에 대한 간호학 전공자와 비전공자들의 지각을 알

아보았다. 더불어 전공자와 비전공자간의 간호사 이미지에 대한 지각차이가 존재하는가에 대해 알아보았다.

둘째, 미디어에 비친 간호사의 역할에 대한 이미지가 어떠한가를 알아보고자 한다. 또한, 전공자와 비전공자간에 미디어에 비친 간호사 역할에 대한 이미지에 대한 지각차이가 있는가를 확인하였다.

셋째, 간호사와 관련된 정보와 간호사 이미지를 접촉하는 미디어 매체에 대해 알아보고자 한다. 또한 간호사 관련 정보와 이미지 접촉매체에서 기존의 연구결과[7]와 차이가 있는가를 확인하고자 한다.

본 연구의 궁극적인 목적은 국내 간호사의 이미지가 어떠한가? 에 대한 의문을 해소하고, 전공자와 비전공자간의 간호사 이미지와 역할지각 및 이미지 접촉매체간의 인식차이가 존재하는가에 대한 자료를 토대로 이러한 지각차이를 극복할 수 있는 방안을 모색하는데 있다. 이러한 결과는 또한 환자와 간호사간의 공감커뮤니케이션을 활성화하는데 근거자료를 제공해 줄 것으로 기대한다. 특히, 간호사의 이미지 형성에 대중매체의 역할이 중대하다는 점에 근거하여 매체활용을 통한 간호사 이미지를 긍정적으로 변화시킬 수 있는 방안을 제언하는데 의의가 있다.

2. 연구방법

본 연구에서는 전공자와 비전공자간에 간호사의 이미지 지각차이를 알아보고자 한다. 만일 간호사 이미지에 대한 지각차가 존재한다면, 이러한 지각차이를 인식하고 공감함으로써 환자와 공감커뮤니케이션하는 데 도움이 될 것이라고 판단되기 때문이다. 다만, 본 연구에서는 연구 참여자를 현재 간호사가 아닌 간호사가 되고자 하는 전공학생과 간호와 무관한 전공을 하는 일반대학생들을 대상으로 조사를 진행하였다.

2.1 연구대상

천안 소재 N대학교 간호학과에 재학중인 간호전공 대학생 104명과 동일 대학에서 비간호학 전공 대학생 105명 등 총 209명을 대상으로 하였다. 천안 소재 N대학교 재학생을 표집으로 선정한 이유는 N 대학교 재학생의 지역적 분포가 서울(28.5%), 경기(50.6%), 인천(12.5%), 충남

(5.8%) 및 기타(2.6%)로 분포되어 있어 지역적 대표성을 얻을 수 있다는 이유였다. 뿐만 아니라 본 연구는 간호사 이미지 지각에 대한 차이를 알아보기 위해 동일한 인구 통계학적 특성이 반영된 간호학 전공자와 비전공자를 비교하는 것이 필요했으며, 따라서 특정 N 대학교를 선정하여 표집을 얻게 되었다. 연구에 참여한 비간호 전공 대학생의 전공은 인문계와 사회계열 및 상경계열 재학생들이었다. 또한 성별분포는 간호학 전공자의 특성으로 인해 여성이 남성보다 많은 결과를 나타냈으며, 연령별로는 19세부터 28세(평균 21.3세)의 분포를 보였다. 조사는 2013년 11월 11일부터 12일까지 2일에 걸쳐 이루어졌다.

2.2 측정도구

조사의 내용은 크게 3가지 영역으로 되어 있다. 첫째, 간호사에 대한 이미지를 측정하는 것이다. 김유미와 강영실의 척도[7]를 활용하여 간호사의 이미지를 전통적인 간호사이미지 측정내용 12항목, 사회적 이미지 측정내용 7개 항목, 전문적 이미지 측정내용 6개 항목, 개인적 이미지 측정내용 3개 항목 총 28개 항목으로 측정하였다. 신뢰도 분석결과 전통적 이미지(Cronbach α =.939), 사회적 이미지(Cronbach α =.873), 전문적 이미지(Cronbach α =.845), 개인적 이미지(Cronbach α =.839)로 나타나 간호사이미지 척도의 신뢰도는 높은 것으로 해석된다.

간호사 이미지 척도의 타당도를 알아보기 위해 요인 분석을 실시하였다. 그 결과 전통적 이미지 문항은 커뮤넬리티값(Communality)이 .407~.710, 요인 부하량은 .638~.843으로 나타났으며, 설명량은 62.295%로 나타났다. 사회적 이미지 문항은 커뮤넬리티 값이 .457~.670, 요인 부하량은 .676~.819로 나타났으며, 설명량은 57.573%로 나타났다. 전문적 이미지 문항은 커뮤넬리티 값이 .409~.715, 요인 부하량은 .640~.846 나타났으며, 설명량은 57.391%로 나타났다. 개인적 이미지 문항은 커뮤넬리티 값이 .719~.770, 요인 부하량은 .845~.885로 나타났으며, 설명량은 75.766%로 나타났다.

둘째, 미디어를 통해 본 간호사의 역할에 대한 이미지를 알아보기 위해 4개 측정항목을 이용하였다. 셋째, 간호사와 관련된 정보 또는 이미지를 접하는 매체에 대해 알아보고자 하였다. 이를 위해 주관식 응답내용을 내용 분석하여 5가지 범주로 구분하여 빈도분석을 하였다.

2.3 분석방법

조사자료 분석을 위해 SPSS/PC+ Windows 21.0을 활용하였다. 먼저 간호사의 이미지를 알아보기 위해 빈도 분석과 기술통계를 활용하였다. 둘째, 간호전공과 비전공 학생 간에 간호사이미지에 대한 지각차이가 있는가를 확인하기 위해 평균차이검증(t-test)을 실시하였다. 또한 간호사의 이미지 척도의 타당성 분석을 위해 요인분석을 활용하였으며, 간호사 정보습득 또는 간호사 이미지 구축에 대한 접촉 미디어를 확인하기 위해 내용분석을 실시하였다. 각 척도의 신뢰도 분석을 위해 문항내적일치도 계수인 Cronbach α 계수를 이용하였다.

3. 결과

3.1 간호사의 이미지 차이분석

3.1.1 간호사의 전통적 이미지 차이검증

간호학 전공과 비전공 학과 재학생에 간에 간호사 이미지에 대한 지각에서 차이가 있는가를 알아보기 위해 t-test를 실시하였으며, 그 결과는 <Table 1>과 같다.

<Table 1>에 제시된 간호사의 전통적 이미지에 대한 인식차이 결과를 살펴보면, 첫째, 전반적으로 간호사 전통적 이미지에 대한 간호전공과 비전공 학생간의 인식격차가 매우 크게 나타났다. 이러한 결과는 간호사에 대한 기존의 전통적 이미지가 변화하고 있다는 점을 나타낸다고 하겠다. 특히, 간호사에 대한 대표적인 전통적 이미지라고 할 수 있는 간호사는 백의의 천사라 부를만하다 라는 측면에서 비간호 전공학생들의 응답은 부정에 가까운 응답을 보였다는 점에서 더 이상 기존의 전통적 이미지가 유지되지 않고 있다는 점을 인식할 필요가 있다고 사료된다.

또한, 간호사는 편안하다와 간호사는 매우 존경받는다와 같은 전통적 이미지에 대해서 비간호 전공학생들은 부정에 가까운 응답을 하고 있다는 점도 검토해 볼만하다고 판단된다. 더욱이 간호사와 환자간의 공감커뮤니케이션에 중요한 측면인 간호사는 환자의 요구를 신속하게 해결해준다, 간호사는 믿을 수 있다, 간호사는 협조적이고 인간관계가 좋다 등의 측면에서도 일반 전공학생들은 중립에 가까운 응답경향을 보였다는 점에서 심각함을 인식할 필요성이 제기된다고 하겠다.

(Table 1) Students majoring in nursing and Non-Major differences between the traditional image perception

Item	Group	Mean	SD	t
Nurses are clean and tidy	Major	4.29	.634	5.52***
	Non-Major	3.78	.693	
The nurse performs exactly	Major	4.28	.615	7.57***
	Non-Major	3.50	.845	
The nurse understands their patient	Major	4.24	.646	9.31***
	Non-Major	3.30	.798	
Nurses are the rational and logical thinking	Major	4.08	.692	8.75***
	Non-Major	3.17	.794	
Nurses can trust	Major	4.05	.688	8.51***
	Non-Major	3.18	.782	
Nurses to their patients seriously	Major	4.05	.705	8.79***
	Non-Major	3.14	.777	
Nurse to the patient's needs quickly solves	Major	4.01	.690	8.61***
	Non-Major	3.10	.838	
Nurses are in good cooperation and relationship	Major	3.89	.775	7.07***
	Non-Major	3.16	.722	
Nurses are very devoted	Major	3.88	.746	6.36***
	Non-Major	3.17	.849	
Nurses are called angels	Major	3.92	.784	8.18***
	Non-Major	2.97	.893	
Nurses are comfortable	Major	3.72	.984	6.12***
	Non-Major	2.97	.765	
Nurses are highly respected	Major	3.43	.973	4.58***
	Non-Major	2.89	.738	
Total	Major	3.99	.525	10.51***
	Non-Major	3.20	.558	

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

3.1.2 간호사의 사회적 이미지 차이검증

간호사의 사회적 이미지 7개 항목에 대해 간호학과 전공학생들과 비간호학과 전공학생들 간에 인식에 차이가 있는가를 확인하기 위해 평균차이 검증을 실시하였으며, 그 결과는 <Table 2>와 같다.

<Table 2>를 살펴보면 몇 가지 특징을 분석할 수 있다. 첫째, 간호사의 사회적 이미지 전체항목에 대해 대체로 간호학과 전공학생과 비전공학생간에 인식의 차이가 높다는 점이다. 둘째, 간호사는 상담자이다, 간호사는 지적이다, 간호사는 엄마와 같은 역할을 한다, 간호사는 건강 교육자이다, 간호사는 의사와 동등한 위치의 동료로 협조한다와 같은 이미지에서는 특히 비전공학생과 간호학 전공 학생들 간의 인식차이가 높다는 특징을 보였다.

이러한 결과를 전체적으로 살펴보면 간호사에 대한 사회적 이미지에서도 현저한 인식의 격차가 존재함으로 알 수 있으며, 이러한 간호사에 대한 사회적 이미지 측면의 인식격차를 해소하려는 방안이 시급히 요구된다고 하겠다.

(Table 2) Analysis of the difference between perceived social image of nurses

Item	Group	Mean	SD	t
Nurses are intelligent	Major	4.05	.702	8.73***
	Non-Major	3.19	.712	
Nurses are health educator	Major	3.96	.709	7.95***
	Non-Major	3.14	.777	
Nurses are counselor	Major	4.04	.709	11.98***
	Non-Major	2.76	.827	
Nurse acts as the mother	Major	3.69	.837	7.97***
	Non-Major	2.76	.849	
Nurses and Doctors to cooperate with colleagues equivalent positions	Major	3.54	1.01	7.42***
	Non-Major	2.57	.868	
The nurse has a high social status	Major	3.24	.960	3.98***
	Non-Major	2.76	.766	
Nurses see patients on their own stones	Major	3.16	1.04	5.03***
	Non-Major	2.49	.859	
Total	Major	3.67	.588	10.85***
	Non-Major	2.81	.548	

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

3.1.3 간호사의 전문적 이미지 차이검증

간호사의 전문적 이미지 6개 항목에 대해 간호학과 전공학생들과 일반 전공학생들 간에 인식에 차이가 있는가를 확인하기 위해 평균차이 검증을 실시하였으며, 그 결과는 <Table 3>과 같다.

<Table 3>을 해석해 보면, 첫째, 간호사의 전문적 이미지에 대해 간호학과 학생들이 비전공학생들에 비해 전반적으로 높은 긍정응답을 보였다. 이러한 결과는 간호사의 역할에 대한 전문성을 일반 소비자(또는 환자)에게 인식시켜줄 수 있는 방안모색이 필요함을 나타내는 것이라 해석된다. 특히, 간호사의 전문성 역할인식이 제고되지 않는다면, 환자로부터 신뢰성을 얻기에 부족하게 되며, 이러한 신뢰성 부재는 간호사와 환자간의 공감커뮤니케이션을 이루는데 저해하는 역할을 하게 될 것이기 때문에 부정적인 순환 고리가 될 것으로 판단된다. 따라서 시급히 해결해야할 과제라고 판단된다.

(Table 3) Analysis of the difference between the professional image of nurses

Item	Group	Mean	SD	t
Nurses have a professional knowledge	Major	4.36	.592	6.10***
	Non-Major	3.79	.743	
Nurses are a valuable and rewarding work	Major	4.36	.573	7.15***
	Non-Major	3.70	.573	
Nurses are many employment opportunities	Major	4.18	.723	6.44***
	Non-Major	3.48	.824	
The nurse is active	Major	4.19	.640	9.69***
	Non-Major	3.27	.737	
Nurses are proud of their job	Major	4.00	.788	5.72***
	Non-Major	3.41	.703	
Nurses are highly technical	Major	3.94	.761	7.48***
	Non-Major	3.10	.872	
Total	Major	4.16	.491	10.20***
	Non-Major	3.45	.501	

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

3.1.4 간호사의 개인적 이미지 차이검증

간호사의 개인적 이미지 3개 항목에 대해 간호학과 전공학생들과 비간호학과 전공학생들 간에 인식에 차이가 있는가를 확인하기 위해 평균차이 검증을 실시하였으며, 그 결과는 <Table 4>와 같다.

<Table 4>를 해석해 보면, 첫째, 간호사는 불친절하다 라는 개인적 이미지에 대해 간호학과 학생보다는 비간호학과 학생들의 긍정 응답율이 높게 나타났다는 특징이 있다. 실제 비전공 학생보다는 간호 전공학생들이 더욱 친절하다고 느끼는 것으로, 이러한 부정적인 이미지를 개선하려는 노력이 요구된다고 하겠다. 또한, 간호사는 이기적이라는 측면에서도 간호학과 학생들보다 일반 전공학생들의 긍정 응답율이 높게 나타났다. 이러한 결과도 앞의 결과와 동일하게 일반인들에게 간호사의 개인적인 부정적 이미지를 개선하려는 노력이 필요함을 나타내는 결과로 해석된다.

(Table 4) Analysis of the difference between the individual image of nurses

Item	Group	Mean	SD	t
Nurses are selfish	Major	2.19	.893	-2.82**
	Non-Major	2.50	.695	
Nurse are unkind	Major	2.14	.897	-5.12***
	Non-Major	2.73	.763	
The nurse is a lot of complaining	Major	2.55	1.00	-1.01
	Non-Major	2.68	.826	
Total	Major	2.29	816	-3.35***
	Non-Major	2.64	.657	

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

3.2 미디어를 통해 본 간호사의 이미지

미디어를 통해서 본 간호사의 역할에 대해 Likert형 5점 척도를 이용해서 이미지를 측정한 결과는 <Table 5>와 같다.

<Table 5> Nurses reflected in the media

Item	Mean	SD	Ranking	Kim(2013)Result
Role of the nurse as a doctor's assistant showed	3.62	.908	1	52.1%
Active role as a professional nurse seemed	3.18	.885	2	18.7%
To adequately represent the actual state of a nurse appeared	3.13	.903	3	12.8%
The actual role of the nurse was felt far and the distance	2.87	.942	4	7.8%
Total	3.20	.909		None 8.6%

<Table 5>를 살펴보면, 첫째, 미디어에 비친 간호사는 의사의 보조역할을 담당하는 것으로 보였다는 이미지가 매우 높게 나타났다는 특징을 보였다. 둘째, 실제의 간호사 역할과 거리가 멀게 느껴졌다는 측면에서 동의하는 응답이 적게 나타났다. 반면 실제 간호사의 모습을 잘 표현해 주고 있었다는 항목에 대해서도 약간 긍정적인 응답을만을 보였다. 이러한 결과로 볼 때 미디어에 비친 간호사는 실제 간호사 이미지보다 부정적으로 보여 지고 있다고 해석된다.

따라서 본 연구결과는 지난 수년간 미디어 속에 나타난 간호사 이미지의 중요성과 간호단체의 간호사 이미지에 대한 홍보 활용의 부족에 대하여 인식하고[8], 꾸준한 연구가 있어왔던 미국 간호학계의 노력이 왜 필요한지와 한국 간호학계의 향후 노력 지향점이 어디인가에 대한 시사점을 제공한다고 할 수 있다.

3.2.1 미디어를 통해 본 간호사의 이미지 차이분석

이러한 미디어에 비친 간호사의 이미지에 대해 간호학과 학생과 비간호학과 학생 간에 인식에 차이가 존재하는가를 확인하기 위해 평균차이검증을 실시하였으며, 그 결과는 <Table 6>과 같다.

<Table 6> Analysis of the difference between the reflection of media images of nurses

Item	Group	Mean	SD	t
Role of the nurse as a doctor's assistant showed	Major	3.39	1.09	-3.64***
	Non-Major	3.84	.606	
Active role as a professional nurse seemed	Major	3.23	1.06	.795NS
	Non-Major	3.13	.666	
To adequately represent the actual state of a nurse appeared	Major	3.34	.991	3.47***
	Non-Major	2.91	.752	
The actual role of the nurse was felt far and the distance	Major	2.77	1.14	-1.62NS
	Non-Major	2.98	.671	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

위의 <Table 6>을 살펴보면, 미디어에 비친 간호사는 의사의 보조역할을 담당하는 것으로 보였다는 항목에 대해 간호학과 학생보다 일반 전공학생에 대한 동의 응답이 매우 높게 나타났다는 특징을 보였다. 즉, 김정은 등의 연구결과[9]와 유사한 경향성을 보였다. 본 연구자는 향후 실제 PPL과 같은 기법을 활용하여 간호사 중심의 드라마 제작을 통해 간호사의 독립적인 이미지를 시청자에게 보여줄 필요성이 높다는 점을 제언한다.

또한, 실제 간호사의 모습을 잘 표현해 주고 있다는 측면에서는 역의 방향성을 보여주고 있다. 즉, 간호학과 학생들은 비전공 학생에 비해 긍정적으로 응답하였으나 비전공 학생들은 부정적인 응답을 보였다. 이러한 결과는 실제 간호사에 대해 느끼는 인식에서 차이가 존재한다는 점을 보여주는 것이라 할 수 있다.

3.3 간호사 미디어 접촉 매체

간호사와 관련된 정보나 내용을 접하게 되는 매체에 대해 주관식 응답으로 측정하였으며, 그 결과를 내용분석한 결과는 <Table 7>과 같다.

<Table 7> Media information contact the nurse

Item	Feq	Percent	Ranking	Kim(2013)'s result
TV	159	85.5	1	Yes(66.0), No(34.0)
Internet	19	10.2	2	Yes(29.2), No(70.8)
Books	2	1.1		Yes(41.5), No(58.5)
Newspapers, magazines	2	1.1		Yes(41.5), No(58.5)
Movie	4	2.2		Yes(22.4), No(77.6)

위의 <Table 7>을 살펴보면, 간호사 정보 접촉매체로 TV가 매우 높게 나타났다. 따라서 TV 매체를 활용하여 간호사 이미지를 개선하려는 노력이 효과를 발휘할 수 있는 근거자료를 제공해 줄 것으로 판단된다. 이러한 결과는 한국 의학드라마에 나타난 간호사 이미지와 역할수행에 관한 연구의 필요성을 제공한다. 또한 향후 앞에서 제기했던 PPL과 같은 기법을 활용하는 것이 바람직할 수 있다는 근거가 되기도 한다. 기존 Kim(2013)연구결과와 결부시켜 해석해 보면, 인터넷 매체에서 간호사에 대한 정보를 접하는 비율이 과거에 비해 높아졌다는 것을 알 수 있다.

4. 결론 및 논의

본 연구에서는 간호사의 이미지에 대해 4가지 측면에서 살펴보았으며, 특히 간호학 전공학생과 비전공 학생들 간에 인식에 차이가 존재하는가를 확인하고자 하였다. 연구자는 본 연구결과가 이러한 인식차이를 줄일 수 있는 방안을 모색하는 자료를 제공해 줄 것을 기대하였다. 연구결과를 요약 제시하면 다음과 같다.

첫째, 간호학과 학생들과 비전공 학생들 간의 간호사 이미지 인식차이 결과는 다음과 같다. 간호사의 전통적 이미지에 대한 인식차이 결과를 살펴보면, 첫째, 전반적으로 간호사 전통적 이미지에 대한 인식의 격차가 매우 높게 나타났다. 이러한 결과는 간호사에 대한 기존의 전통적 이미지가 변화하고 있다는 점을 나타낸다고 해석된다. 특히, 간호사에 대한 대표적인 전통적 이미지라고 할 수 있는 간호사는 백의의 천사라 부를 만한다 라는 측면에서 비전공학생들의 응답은 부정에 가까운 응답을 보였다는 점에서 더 이상 기존의 백의천사라는 전통적 이미지가 유지되지 않고 있다는 점을 인식할 필요가 있다.

또한, 간호사는 편안하다와 간호사는 매우 존경받는다와 같은 전통적 이미지에 대해서 비전공학생들은 부정에 가까운 응답을 하고 있다는 점도 검토해 볼만 하다. 더욱이 간호사와 환자간의 공감커뮤니케이션에 중요한 측면인 간호사는 환자의 요구를 신속하게 해결해준다, 간호사는 믿을 수 있다, 간호사는 협조적이고 인간관계가 좋다 등의 측면에서도 비전공학생들은 중립에 가까운 응답 경향을 보였다는 점에서 간호사에 대한 부정적 이미지가

존재한다는 위기의식 인식이 필요하다고 하겠다.

간호사의 사회적 이미지에 대한 인식 차이는 첫째, 간호사의 사회적 이미지 전체항목에 대해 전반적으로 간호학과 전공학생과 비전공 학생 간에 인식의 차이가 높다는 점이다. 둘째, 간호사는 상담자이다, 간호사는 지적이다, 간호사는 엄마와 같은 역할을 한다, 간호사는 건강 교육자이다, 간호사는 의사와 동등한 위치의 동료로 협조한다와 같은 이미지에서는 특히 비전공학생과 간호학 전공학생들 간의 인식차이가 높다는 특징을 보였다. 이러한 결과를 전체적으로 살펴보면 간호사에 대한 사회적 이미지에서도 현저한 인식의 격차가 존재함으로 알 수 있으며, 이러한 간호사에 대한 사회적 이미지 측면의 인식격차를 해소하려는 방안이 시급히 요구된다고 하겠다.

김설 등의 연구에서도 유사한 결과가 나타난 바 있다 [10]. 즉, 대학생을 대상으로 간호사의 자질요인에 대한 지각을 물어 본 결과 간호사는 건강교육자이다 라는 항목에 대해 낮은 태도를 보였다.

간호사의 전문성 이미지에 대한 인식차이는 첫째, 간호사의 전문적 이미지에 대해 간호학과 학생들이 일반 전공학생들에 비해 전반적으로 높은 긍정응답을 보였다. 이러한 결과는 간호사의 역할에 대한 전문성을 일반 소비자(또는 환자)에게 인식시켜줄 수 있는 방안모색이 필요함을 나타내는 것이라 해석된다. 특히, 간호사의 전문성 역할인식이 체고되지 않는다면, 환자로부터 신뢰성을 얻기에 부족하게 되며, 이러한 신뢰성 부재는 간호사와 환자간의 공감커뮤니케이션을 이루는데 저해하는 역할을 하게 될 것이기 때문에 부정적인 순환고리가 될 것으로 판단된다. 따라서 시급히 해결해야할 과제라고 판단된다.

간호사의 전문적 이미지에 대해 김보화 등의 연구결과[11]와 결부시켜 해석해 보면 간호사는 주로 의사가 하는 일을 도와준다는 항목에 대해 간호사들 자신이 매우 낮은 응답결과(평균=2.35)를 보였다는 점에서 간호학 전공학생의 결과와 유사한 결과를 나타내 보였다고 할 수 있다.

간호사의 개인적 이미지에 대한 인식차이는 첫째, 간호사는 불친절하다 라는 개인적 이미지에 대해 간호학과 학생보다는 비간호학과 학생들의 긍정 응답율이 높게 나타났다는 특징이 있다. 실제 일반인 보다는 간호사들이 더욱 친절하다고 느끼는 것으로, 이러한 부정적인 이미

지를 개선하려는 노력이 요구된다고 하겠다. 또한, 간호사는 이기적이라는 측면에서도 간호학과 학생들보다 일반 전공학생들의 긍정 응답율이 높게 나타났다. 이러한 결과도 앞의 결과와 동일하게 일반인들에게 간호사의 개인적인 부정적 이미지를 개선하려는 노력이 필요함을 나타내는 결과로 해석된다.

둘째, 간호사의 미디어에 비친 이미지는 다음과 같다. 먼저, 미디어에 비친 간호사는 의사의 보조역할을 담당하는 것으로 보였다는 이미지가 매우 높게 나타났다는 특징을 보였다. 또한, 실제의 간호사 역할과 거리가 멀게 느껴졌다는 측면에서 동의하는 응답이 적게 나타났다. 반면 실제 간호사의 모습을 잘 표현해 주고 있었다는 항목에 대해서도 약간 긍정적인 응답 율만을 보였다. 이러한 결과로 볼 때 미디어에 비친 간호사는 실제 간호사 이미지보다 부정적으로 보여 지고 있다고 해석된다.

전공자와 비전공자간의 인식차이 결과를 보면, 미디어에 비친 간호사는 의사의 보조역할을 담당하는 것으로 보였다는 항목에 대해 간호학과 학생보다 비전공 학생에 대한 동의 응답이 매우 높게 나타났다는 특징을 보였다. 따라서 실제 PPL과 같은 기법을 활용하여 간호사 중심의 드라마 제작을 통해 간호사의 독립적인 이미지를 시청자에게 보여줄 필요성이 매우 높다고 하겠다. 즉, 본래 PPL(제품배치)은 광고주가 제품에 대한 판매증진이나 이미지 개선을 목적으로 영화 속에 자사 상품이나 서비스를 삽입시키고 그에 대한 대가로 약정된 대금을 영화사에 지급하는 상호호혜적인 광고커뮤니케이션을 말한다[12]. 본 연구자는 이러한 PPL 기법을 간호사 이미지 제고에 활용하는 방안을 제안한다. 이를 위해 방송사와 사진 협의를 통해 간호사의 긍정적 이미지(혹은 간호사들이 추구하는 이미지(ideal image))를 갖는 캐릭터를 발굴 또는 개발하여 드라마 혹은 영화 주인공으로 등장시켜 일반인들에게 간호사에 대한 이미지를 심어주는 방법이다.

또한, 실제 간호사의 모습을 잘 표현해 주고 있다는 측면에서는 역의 방향성을 보여주고 있다. 즉, 간호학과 학생들은 비전공 학생에 비해 긍정적으로 응답하였으나 비전공 학생들은 부정적인 응답을 보였다. 이러한 결과는 실제 간호사에 대해 느끼는 인식에서 차이가 존재함으로 보여주는 것이라 할 수 있다.

끝으로, 간호사 정보 접촉매체로 TV가 매우 높게 나

타났다. 따라서 TV 매체를 활용하여 간호사 이미지를 개선하려는 노력이 효과를 발휘할 수 있는 근거자료를 제공해 줄 것으로 판단된다. 향후 앞에서 제기했던 PPL과 같은 기법을 활용하는 것이 바람직할 수 있다는 근거가 되기도 한다.

또한, 간호사 이미지를 긍정적으로 변화시키기 위한 미디어 활용전략을 제안하면 다음과 같다. 퍼블리시티(publicity)제공 전략이다. 본래 퍼블리시티란 광고주가 자기 회사의 상품이나, 서비스 또는 기업이념이나 여러 가지 회사방침, 정책 나아가 그 성과라든지 영향 등을 각종 매체에 보도되도록 자료 등을 제공함으로써 그 결과 그것들이 기사나 프로그램으로 취급되게 하는 것을 말한다[13]. 따라서 본 연구자는 국내 간호사의 긍정적 이미지 또는 아이디얼 이미지와 관련된 스토리를 적극적으로 발굴하여 퍼블리시티를 작성하고 이를 언론사에게 제공함으로써 이미지 개선 및 고영효과를 거둘 수 있을 것으로 기대한다.

본 연구는 실제 간호사와 환자를 대상으로 하지 못하고 유사한 특징을 지닌 것으로 판단된 간호학과 전공학생과 비전공 학생을 대상으로 했다는 점에서 연구결과의 일반화에 제한점이 있다. 다만, 동일한 인구통계학적 특성을 지닌 전공자와 비전공자를 대상으로 비교하고자 하는 목적으로 인해 특정 대학을 선정하여 연구를 진행하였으며, 이러한 이유로 다양한 학교학생을 표집하지 않았다는 점을 밝힌다. 향후에는 실제 간호사와 환자를 대상으로 연구를 진행할 필요성이 있다고 하겠다.

ACKNOWLEDGMENTS

Funding for this paper was provided by Namseoul university

REFERENCES

- [1] S. Y. Kim, Nurses' image perceived by nurses and patients, Daejeon University, Daejeon. 2004.
- [2] P. A., Kalisch, & . B. J. Kalisch. The changing Image of the Nurse. Menlo Park, CA: Addison-Wesley

- Publishing Co. 1987.
- [3] J. S. Jung. A study on the nurse's image, Korea University. Re-quote. 1998.
- [4] Sr. R. Donley. Strategies for changing nursing's image(Ed). Current Issues in Nursing, pp. 823-824. 1985.
- [5] S. J. Jun. The public image of the nurse's view. The Red Cross Society of the College of Nursing. 1983.
- [6] D. S. Lee. The study on the nurse image perceived by the general public. Hanyang University. 1995.
- [7] Y. M., Kim, & Y. S. Kang. Nurse's image perceived by elementary, middle, high school students, The Journal of Korean academic society of nursing education, Vol. 19, No. 3, pp. 384-395. 2013.
- [8] J. Turow, Nurses and doctors in prim time seres: the dynamics of depicting professional power. Nurs Outlook, Vol. 60, No. 5, pp. 4-11. 2012.
- [9] J. E. Kim, H. J. Jung, H. N. Han, S. Y. Soon, S. K. Ahn, S. B. Kim, J. Y. Sun, Y. J. Lee, H. Y. Lee, M. K. Jung. & K. H. Jjin. The image of nurse and their clinical role portrayed in Korean Medical TV Drama in recent 5 years, Perspectives in Nursing Science, Vol. 10, No, 20. pp. 120-132. 2013.
- [10] S. Kim, S. H. Kim, Y. J. Kim, Y. Y. Ahn, J. Y. Ahn, S. J. Yun, Y. J. Yun, J. Y. Lee. & M. J. Jang. A study on the image of nurse recognized by university students. Journal of Ewha University of Nursing, Vol, 45. pp. 45-59, 2011.
- [11] B. H. Kim, S. M. Park, S. Y. Park, M. S. Song, D. Y. Ahn, B. M. Ahn, S. Y. Ahn, A. R. Choi, J. S. Choi, & S. Y. Song. Study on the image of nurse perceived by college students who go to university which located Seoul and formation factor of nurse image. Journal of Ewha University of Nursing, Vol, 44. pp. 73-82, 2010.
- [12] B, H. Kim, T. Y. Kim, H. S. Park & K. G. Sin. Introduction to advertising. Hankyungsa Press. 2013.
- [13] H. S. Lee. A Study on the Effects of Advertising Versus Publicity According to the Clutter Level.

Korean Journal of Public Relations, Vol. 17, No. 4, pp.187-217, 2013.

유 승 엽(Yu, Seung-Yeob)



- 1987년 2월 : 중앙대학교 심리학과 (문학사)
- 1991년 2월 : 중앙대학교 (문학석사)
- 1996년 2월 : 중앙대학교 (광고심리학박사)
- 1997년 3월 ~ 현재 : 남서울대학교 광고홍보학과 교수
- 2003년 1월 ~ 현재 : 사)한국광고학회 이사 및 편집장
- 2006년 1월 ~ 2010년 12월 : 한국소비자광고심리학회 편집위원장
- 2009년 9월 ~ 2010년 8월 : 북경대학교 신문방송학부 교환교수
- 2011년 1월 ~ 현재 : 사)스마트융합학술전국연합 학술이사
- 2011년 1월 ~ 2012년 12월 : 한국소비자광고심리학회 회장
- 관심분야 : 광고심리, 미디어융합, 융합정책
- E-Mail : ysyueb@hanmail.net