

일반시민의 119구급대원에 대한 이미지

엄동춘¹, 김진우^{1*}
¹대전대학교 응급구조학과

119 Rescuers' Image of Citizens

Dong-Choon Uhm¹ and Jin-Woo Kim^{1*}

¹Department of Emergency Medical Technician, Daejeon University

요 약 본 연구는 일반시민을 대상으로 효과적인 구급대원의 이미지 향상을 위한 기초자료를 제공하기 위하여 119 구급대원 이미지 분석을 시도한 서술적 조사연구이다. 본 연구는 2011년 11월 9일부터 2011년 12월 9일까지 일반시민 281명을 대상으로 시행하였으며, 수집된 자료는 SPSS PASW statistics 18.0 program으로 분석하였다. 4개의 이미지 하부영역 중 업무적 이미지(3.17±0.36)가 가장 높고 사회적 이미지(2.81±0.48)가 가장 낮은 것으로 분석되었다. 대상자의 일반적인 특성 중 연령($p<.001$)과 직업($p<.001$) 및 응급처치교육이수 여부($p<.05$), 119구급대 이용 유무($p<.05$) 등이 119구급대원의 이미지와 통계적 유의성이 있는 것으로 분석되었다. 다중회귀분석결과 회귀모형에 대한 수정된 R² 값이 0.120으로 회귀모형이 12.0%적합하였으며, 직업(학생, 주부, 회사원)과, 응급처치교육이수자가 119구급대원에 대한 이미지가 높은 것으로 나타났다. 이상의 결과를 토대로 연구대상자의 일반적인 특성(성별, 연령, 직업, 경제적 수준 등)을 통제한 119구급대 이용 유무 와 구급서비스 만족에 따른 이미지를 비교분석할 것을 제안한다.

Abstract This study was analyzed the 119 rescuers' image of citizens to provide a fundamental material to improve 119 rescuers' image effectively. This research design was a descriptive study. Data were collected from November 9, 2011 to December 9, 2011, and analyzed by SPSS PASW statistics 18.0 program. Among the 4 subcategories of the image, occupational image was found the highest value(3.17±0.36), and the social image(2.81±0.48) was found the lowest. There were statistical different between age($p<.001$), occupation($p<.001$), whether or not the emergency first response education is completed($p<.05$), and whether or not 119 emergency service is received($p<.05$). In the result of multivariate regression analysis, adjusted R² value was 0.120. The model fit 12.0%. Occupation (students, housewives and office workers) and those who completed emergency first response education were showed a positive image of 119 rescuers. There is a need to compare and analyze the image of 119 rescuers in accordance with whether or not 119 emergency service is received and the satisfaction with the emergency service under the control of the general characteristics(sex, age, occupation, economic level, etc.) of subjects.

Key Words : 119 rescuer, Image, Citizens

1. 서론

1.1 연구의 필요성

응급구조사는 응급의료 전달체계의 핵심적인 한 분야의 건강요원으로 타 분야의 건강요원들과 협동관계를 유

지하며 병원 전 현장단계에서의 구조 및 응급처치는 물론 생명유지, 통증경감 및 이차손상 예방 등의 지속적인 치료와 간호를 제공하는 전문직업인이다[1]. 현재 우리나라에는 1997년부터 배출된 응급구조사들은 119 구급대원으로 활동하고 있는 소방공무원과 응급의료센터 및 산

*Corresponding Author : Jin-Woo Kim

Tel: +82-10-3495-3549 email: rlawlsdn321@hanmail.net

접수일 12년 03월 02일 수정일 (1차 12년 03월 27일, 2차 12년 04월 17일, 3차 12년 04월 20일) 게재확정일 12년 05월 10일

업체 등에 종사하고 있으나[2] 많은 시민들은 “응급구조사”라는 단어에 먼저 구급대원의 이미지를 연상한다.

이미지란 “Imago”라는 라틴어에서 유래된 것으로 “모방하다”라는 뜻을 지닌 “Imitari”와 관련된 것으로, 이 용어는 1922년 Walter Lippmann이 Public Opinion에서 처음 사용하였으나 이미지에 대한 학문적 관심이 이루어진 것은 소비자 행동 연구 분야에 심리학이 적용되기 시작한 1950년부터이다. 이미지란 어떤 사람이나 사물로부터 받는 느낌[3]으로 특정 대상에 대해 각 사람이 가지고 있는 신념(belief), 생각(thought), 인상(impression)의 집합체로서 상대방에 대한 태도(attitude)를 형성하는 심리적 요소가 포함된다[4]. 또한, 이미지는 주관적 지식이며 어떤 대상에 대한 평가로서 개개인의 사고와 취향에 따라 만들어진 대상에 대한 생각, 특유한 감정, 고유의 느낌으로 개인의 생각 속에 존재하는 주관적인 모습으로[4] 어떤 이미지를 정확히 측정하거나 일반화하기가 어렵다. 그러나 사람들의 의견(opinion), 태도(attitude), 행동(behavior)의 측정을 통해 유추 할 수 있다[5].

이미지의 속성에는 개인의 이미지와 개인이 공유하는 시간, 공간, 관계, 평가 등에 대한 공공(집단)이미지가 있다[6]. 이미지는 한번 형성되면 그 실체가 없어져도 그 이미지가 행동을 지배하게 되는 특성이 있을 뿐 아니라 특정 사물에 의미를 부여해 주는 평가기준이 되며, 이것을 통해 사람들은 표현하고 기억한다[7]. 그러므로 사람들은 개인적인 이미지 관리 뿐 아니라 공공(집단)이미지 관리를 중요하게 인식하고 있다.

사람들은 자신의 직업에 의해 자신은 누구이며, 어떠한 가치와 신념을 가지고 있는지, 그리고 어떻게 행동해야 하는지를 사회화하게 된다[8]. 일반인들도 특정 직업에 대해 형성된 이미지에 의해 특정 상황에서 발생한 직업적 행동의 옳고 그름을 판단하게 된다. 특히, 타인의 시선과 위신을 중요시 여기는 우리사회에서는 일반인들이 가지고 있는 직업적 이미지에 의해서 한 직업이 갖는 사회적 지위와 사회적 명성이 결정되기도 한다. 이렇게 형성된 일반인들의 사회적인 직업적 지위와 명성은 직업의 사회경제적인 지위(occupational socioeconomic status)와 결부되어 교육이나 수입과 같은 직업의 객관적인 지표들에 의해 나타내지는 위상을 의미하기도 한다[9]. 직업은 자기정체성의 한 부분이라고 할 수 있으며, 학생들이 직업을 선택할 때 자신의 흥미와 일치하는 직업보다 사회적 지위가 높은 직업을 선호하는 것으로 나타났다[10]. 이것은 개인이 자신의 직업과 동일시하는 정도에 따라 그 직업과 공동 운명체를 느끼게 되며 그 직업이 가지고 있는 명성이 자신의 명성이라고 느끼기 때문[4]에 나타난 결과라고 할 수 있다.

현대적 의미에서 직업이미지는 신분이 세습되던 전통 사회와는 다르게 소득이 높거나 직업명성이 높을수록 직업이미지가 좋다고 할 수 있다. 이러한 직업명성이 직무 만족에도 영향을 주는 것으로 보고되고 있다[11]. 직업이 이미지란 직업에 대하여 사람이 가지고 있는 신념 인상의 집합체이고 태도를 형성하는 요인이며 직업 이미지는 태도의 일종으로서 직업에 대하여 사람들이 가지고 있는 가치와 직업에서 나타내는 인상으로 볼 수 있다[12]. 그러므로 직업이미지는 향후 직업의 발전에 중요한 영향요인이라고 할 수 있으므로 사회적 사용가치와 명성을 높일 수 있도록 이미지 관리가 필요하다.

우리나라에서 응급구조사가 전문직업인으로 본격적인 활동을 시작한 시기는 1996년 이후로 사용자로서 일반인들에게 각인된 응급구조사에 대한 이미지는 앞으로 응급구조사가 전문직으로서의 발전에 중요한 영향을 준다고 할 수 있다. 그러나 119 구급대원으로서 응급구조사의 이미지와 관련된 선행연구는 거의 찾아볼 수 없는 상황이다. 그러므로 본 연구자들은 119구급대원의 직업적 명성을 높이기 위한 방법을 모색하기 위해 우선 일반시민들의 응급구조사인 119구급대원에 대한 이미지를 분석하고자 본 연구를 시도하게 되었다.

1.2 연구 목적

본 연구는 일반시민들의 119구급대원에 대한 이미지를 분석하기 위한 것으로 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 일반시민들의 119구급대원의 이미지 특성을 확인한다.
- 일반시민들의 119구급대원 이미지에 미치는 영향을 확인한다.

2. 연구 방법

2.1 연구 설계 및 연구 대상

본 연구는 일반시민들의 119구급대원에 대한 이미지를 분석을 하기위한 서술적 조사연구이다. 연구 대상자수는 G*Power Version 3.1.2 Program을 이용하여 유의 수준 0.05, 중간크기의 효과크기 0.5, 검정력 0.8을 유지하는데 필요한 표본 수는 총 258명이었다. 대상자의 탈락률을 고려하여 D광역시 D종합사회복지관을 이용하는 일반 시민 300명을 편의 표출하여 설문지를 배포하였으나 290부를 수거하였다. 설문지에 불분명하게 답변한 9부를 제외하고 최종 분석에 사용된 자료는 281부이다.

2.2 자료 수집 방법 및 윤리적 고려

자료 수집기간은 2011년 11월 9일부터 2011년 12월 9일까지였으며, 본 연구 설문지는 자가보고형으로 인구학적 특성 9문항(성별, 연령, 직업, 종교, 학력, 월 소득, 응급처치교육이수 유무, 응급처치교육이수 장소, 응급처치교육이수 횟수)과 응급구조사이미지 측정도구(44문항) 등으로 구성하였다. 연구의 윤리적 고려를 위하여 자료를 수집하기 전에 연구 대상자에게 연구목적을 설명하고 연구에 참여하기로 동의한 일반시민에게 연구 참여 동의를 받은 후 설문지를 배포하였으며, 설문지 응답완료에 걸리는 시간은 5 ~ 10분 이었다. 설문지를 배포하고 완성된 후 즉시 회수하였다.

2.3 연구 도구

2.3.1 이미지

이미지에 대한 측정도구는 간호사의 이미지를 조사한 이돈순[13]의 도구와 보건복지부 응급구조사규정집[14]을 토대로 본 연구자들은 119구급대원에 적합하도록 이미지도구를 수정·보완하였으며, 응급구조학과 교수 2인과 전문응급처치강사 3인등에게 설문지 내용의 타당성을 의뢰하였다. 또한, 시민 10명을 대상으로 예비조사를 시행 한 후 최종 개발 되었다. 본 도구는 4개의 하부영역(사회적 이미지 6문항, 업무적 이미지 11문항, 직업적 이미지 13문항, 개인적인 이미지 14문항) 44문항으로 구성되어 있다. 각 문항은 ‘매우 그렇다.’ 4점, ‘그렇다.’ 3점, ‘그렇지 않다.’ 2점 ‘매우 그렇지 않다.’ 1점 등 4점 척도로 측정하였다. 점수가 높을수록 응급구조사의 이미지가 좋은 것을 의미한다. 도구 신뢰도 Cronbach's alpha는 이돈순[13] 연구에서 0.926, 본 연구의 Cronbach's alpha는 0.905이었다.

2.4 자료 분석 방법

수집된 자료는 IBM SPSS Statistics 19.0 Program을 이용하여 인구학적 특성에 따른 119구급대원의 이미지는 t-test와 One-way ANOVA 및 Scheffe 사후분석과 단계별 다중회귀분석을 실시하였다. 도구의 신뢰도는 Cronbach's alpha로 측정하였으며, 통계적 유의수준은 $p < .05$ 로 하였다.

2.5 연구의 제한점

본 연구는 일부 지역의 일반시민을 대상으로 조사한 것으로 본 연구결과를 우리나라 119 구급대원의 이미지로 확대 해석하거나 다른 직업이미지로 일반화하는 데 제한점이 있다.

3. 연구 결과

3.1 일반시민들의 일반적인 특성에 따른 이미지

일반적인 특성에서 여자(154명, 54.8%)가 남자(127명, 45.2%)보다 많았으며, 연령별 분포에서 20세에서 29세(101명, 35.9%)가 많았다. 직업은 학생(87명, 31.0%), 회사원(77명, 27.4%) 등의 순이었으며, 종교가 있는 응답자(209명, 74.4%)가 없는 응답자(72명, 25.6%)보다 많았다. 최종학력은 고졸(114명, 40.6%), 중졸이하(84명, 29.9%), 대졸이상(83명, 29.5%)순이었다. 월 평균수입은 100만원 미만(158명, 56.2%), 응급처치교육이수 유무에서 교육이수자(169명, 60.1%)가 많았으며, 119구급대 이용 유경험자(161명, 57.3%)가 무경험자(120명, 42.7%)보다 많았다 [표1].

일반적인 특성에 따른 119구급대원 이미지 분석한 결과 사회적 이미지는 연령($p < .001$)과 직업($p < .001$)에서 통계적 유의성이 나타났으며, Scheffe 사후검정 결과 연령은 39세 이하, 직업은 주부와 학생 그리고 회사원에서 사회적 이미지 점수가 유의하게 높았다. 업무적 이미지는 성별($p < .05$), 연령($p < .001$), 직업($p < .001$), 응급처치교육이수유무($p < .05$) 그리고 119구급대 이용유무($p < .05$)에서 통계적 유의성이 나타났으며, Scheffe 사후검정 결과 연령은 19세 이하, 직업은 주부와 학생에서 업무적 이미지 점수가 유의하게 높았다. 직업적 이미지는 연령($p < .001$), 직업($p < .001$), 학력($p < .05$), 응급처치교육이수유무($p < .05$) 그리고 119구급대 이용유무($p < .05$)에서 통계적 유의성이 나타났다. 또한, Scheffe 사후검정 결과 연령은 19세 이하, 직업은 학생과 회사원, 학력은 고졸에서 직업적 이미지 점수가 유의하게 높았다. 개인적인 이미지는 연령($p < .001$), 직업($p < .001$), 응급처치교육이수유무($p < .05$) 그리고 119구급대 이용유무($p < .05$)에서 통계적 유의성이 나타났으며, Scheffe 사후검정 결과 연령은 19세 이하, 직업은 주부와 학생에서 개인적인 이미지 점수가 유의하게 높았다.

전체이미지는 연령($p < .001$), 직업($p < .001$), 응급처치교육이수유무($p < .05$) 그리고 119구급대 이용유무($p < .05$)에서 통계적 유의성이 나타났으며, Scheffe 사후검정 결과 연령은 19세 이하, 직업에서는 주부와 학생의 119구급대원에 대한 전체적인 이미지 점수가 유의하게 높았다.

[표 1] 일반적인 특성에 따른 이미지

[Table 1] General characteristics and image of 119 rescuers

(N=281)

구분			사회적 이미지		업무적 이미지		직업적 이미지		개인적인 이미지		전체 이미지	
			M±SD	t(F)	M±SD	t(F)	M±SD	t(F)	M±SD	t(F)	M±SD	t(F)
성별	여자	154 (54.8)	2.82± 0.49	-.34	3.22± 0.38	-2.88*	2.87± 0.34	-.59	2.96± 0.30	-1.39	2.98± 0.29	-1.62
	남자	127 (45.2)	2.80± 0.46		3.10± 0.31		2.85± 0.32		2.91± 0.27		2.92± 0.27	
연령	≤ 19	50 (17.8)	2.87± 0.36 ^b	5.85**	3.33± 0.29 ^b	3.68**	2.97± 0.25 ^c	11.94**	3.10± 0.21 ^b	5.68**	3.09± 0.19 ^b	6.79**
	20~29	101 (35.9)	2.92± 0.39 ^b		3.11± 0.30 ^a		2.96± 0.31 ^{bc}		2.90± 0.28 ^a		2.97± 0.24 ^{ab}	
	30~39	28 (10.0)	2.92± 0.54 ^b		3.20± 0.42 ^{ab}		2.90± 0.35 ^{bc}		2.96± 0.31 ^{ab}		3.00± 0.32 ^{ab}	
	40~49	30 (10.7)	2.66± 0.61 ^a		3.15± 0.47 ^a		2.77± 0.36 ^{ab}		2.87± 0.36 ^a		2.88± 0.39 ^a	
	≥ 50	72 (25.6)	2.62± 0.51 ^a		3.14± 0.36 ^a		2.67± 0.30 ^a		2.88± 0.27 ^a		2.85± 0.28 ^a	
직업	주부	28 (10.0)	2.95± 0.49 ^b	9.46**	3.28± 0.36 ^b	2.85**	2.89± 0.32 ^{bc}	10.62**	3.06± 0.31 ^b	6.71**	3.05± 0.29 ^b	9.41**
	학생	87 (31.0)	2.94± 0.40 ^b		3.24± 0.31 ^b		2.97± 0.28 ^c		3.01± 0.24 ^b		3.05± 0.20 ^b	
	회사원	77 (27.4)	2.87± 0.45 ^b		3.11± 0.37 ^a		2.92± 0.34 ^c		2.93± 0.32 ^{ab}		2.96± 0.31 ^{ab}	
	기타	33 (11.7)	2.57± 0.41 ^a		3.11± 0.42 ^a		2.71± 0.28 ^{ab}		2.82± 0.31 ^a		2.83± 0.29 ^a	
	무직	56 (19.9)	2.57± 0.52 ^a		3.11± 0.34 ^a		2.67± 0.32 ^a		2.82± 0.22 ^a		2.82± 0.27 ^a	
종교	유	209 (74.4)	2.83± 0.48	1.30	3.16± 0.37	-.62	2.86± 0.33	-.21	2.94± 0.30	.62	2.96± 0.28	.23
	무	72 (25.6)	2.74± 0.47		3.19± 0.31		2.87± 0.34		2.92± 0.25		2.95± 0.27	
학력	≤중졸	84 (29.9)	2.73± 0.51	1.80	3.22± 0.31	1.33	2.79± 0.31 ^a	3.78*	2.95± 0.25	.13	2.94± 0.26	.28
	고졸	114 (40.6)	2.85± 0.41		3.14± 0.34		2.92± 0.34 ^b		2.92± 0.27		2.97± 0.26	
	≥대졸	83 (29.5)	2.82± 0.52		3.15± 0.41		2.85± 0.33 ^{ab}		2.93± 0.34		2.95± 0.32	
월 평균 수입 ∩ 만원 ∪	< 100	158 (56.2)	2.78± 0.49	.91	3.19± 0.33	.44	2.84± 0.34	.47	2.93± 0.27	2.39	2.95± 0.26	.71
	100~<200	72 (25.6)	2.81± 0.43		3.13± 0.39		2.88± 0.32		2.91± 0.30		2.94± 0.29	
	200~<300	41 (14.6)	2.90± 0.46		3.17± 0.35		2.90± 0.31		3.03± 0.31		3.01± 0.27	
	≥300	10 (3.6)	2.92± 0.64		3.14± 0.55		2.82± 0.39		2.80± 0.40		2.90± 0.44	
응급처치교육 이수	유	112 (39.9)	2.83± 0.53	.78	3.22± 0.40	2.00*	2.91± 0.35	1.99*	2.98± 0.32	2.04*	3.00± 0.32	2.14*
	무	169 (60.1)	2.79± 0.44		3.13± 0.32		2.83± 0.32		2.90± 0.26		2.92± 0.25	
119 구급대 이용	유	120 (42.7)	2.77± 0.55	-1.15	3.11± 0.37	-2.40*	2.80± 0.35	-2.67*	2.89± 0.32	-2.10*	2.90± 0.32	-2.56*
	무	161 (57.3)	2.84± 0.41		3.21± 0.34		2.90± 0.31		2.96± 0.26		3.00± 0.24	

*p<0.05 **p<0.001; a, b, c; a<b<c; Scheffe 사후검정 결과

3.2 일반시민들의 119 구급대원 이미지

본 연구대상자의 119구급대원에 대한 전체 이미지에 대한 평균점수는 2.95(±0.28)점 이었으며, 업무적 이미지 3.17(±0.36)점, 개인적인 이미지 2.93(±0.29)점, 직업적 이미지 2.86(±0.33)점, 사회적 이미지 2.81(±0.48)점 순으로 나타났다[표2].

[표 2] 일반시민의 119구급대원의 이미지

[Table 2] 119 rescuers's image of citizens

구분	Mean±SD
사회적 이미지	2.81±0.48
업무적 이미지	3.17±0.36
직업적 이미지	2.86±0.33
개인적인 이미지	2.93±0.29
전체	2.95±0.28

3.3 일반시민들의 119구급대원 이미지에 미치는 영향

일반시민들의 특성이 119구급대원 이미지에 미치는 영향력을 확인하기 위하여 명목변수인 일반적인 특성을 가변수 처리한 후 단계별 다중회귀분석을 실시하였다. 이미지 4개 하부영역 중 사회적 이미지에 대한 회귀모형의 수정 R² 값은 0.104로 통계적으로 유의하게 나타났으며 (F=9.13, p<0.001), 직업(주부, 회사원, 기타)과 월평균 수입(<100만원)이 119 구급대원의 사회적 이미지에 대해 10.4%설명력이 있는 것으로 나타났다. 또한, 업무적 이미지에 대한 회귀모형의 수정 R² 값은 0.100로 통계적으로 유의하게 나타났으며(F=8.79, p<0.001), 연령(≤19세)과 성별(남), 응급처치교육이수자가 119구급대원의 업무적 이미지에 대해 10.0%설명력이 있는 것으로 나타났다. 직업적 이미지에 대한 회귀모형의 수정 R² 값은 0.123로 통

계적으로 유의하게 나타났으며(F=14.10, p<0.001), 직업(학생, 회사원, 주부)이 119구급대원의 직업적 이미지에 대해 12.3%설명력이 있는 것으로 나타났다. 그리고 개인적 이미지에 대한 회귀모형의 수정 R² 값은 0.143으로 통계적으로 유의하게 나타났으며(F=12.72, p<0.001), 연령(≤19세)및 직업(주부)과 월평균 수입(200~<300만원), 응급처치교육이수자가 119구급대원에 대해 개인적 이미지의 14.3%설명력이 있는 것으로 나타났다.

전체 이미지에 대한 회귀모형의 수정 R² 값은 0.120로 통계적으로 유의한 결과가 나타났으며(F=10.56, p<.001), 일반시민들의 일반적인 특성중 직업에서는 학생과 주부 및 회사원이, 응급처치교육이수 유무에서 응급처치교육이수자가 119구급대원에 대한 전체 이미지의 12.0% 설명력이 있는 것으로 나타났다[표3].

[표 3] 119구급대원 이미지에 미치는 영향요인
[Table 3] Multivariate regression analysis for 119 rescuers's image of citizens

(N=281)

(사회적 이미지)	B	β	t	p	
(상수)	2.839		60.648	<0.001	
직업	주부	.325	.316	4.587	<0.001
	회사원	.205	.129	2.185	<0.05
	기타	-.196	-.132	-2.227	<0.05
월평균수입 (<100만원)	-.233	-.243	-3.681	<0.001	
Adjusted R ² = .104, F=9.13, p<0.001					
(업무적 이미지)	B	β	t	p	
(상수)	2.958		66.364	<0.001	
연령(≤19세)	.181	.195	3.393	<0.01	
성별(남자)	.131	.183	3.195	<0.01	
응급처치교육이수(유)	.132	.183	3.147	<0.01	
119구급대이용(무)	.094	.131	2.264	<0.05	
Adjusted R ² = .100, F=8.79, p<0.001					
(직업적 이미지)	B	β	t	p	
(상수)	2.686		81.844	<0.001	
직업	학생	.285	.400	6.115	<0.001
	회사원	.232	.313	4.811	<0.001
	주부	.204	.185	3.038	<0.01
Adjusted R ² = .123, F=14.10, p<0.001					
(개인적인 이미지)	B	β	t	p	
(상수)	2.819		117.214	<0.001	
연령(≤19세)	.249	.332	5.832	<0.001	
직업(주부)	.178	.186	3.316	<0.01	
월평균수입 (200~<300만원)	.139	.171	3.031	<0.01	
응급처치교육이수(유)	.080	.137	2.464	<0.05	

Adjusted R ² = .143, F=12.72, p<0.001					
(전체 이미지)	B	β	t	p	
(상수)	126.168		94.271	<0.001	
직업	학생	9.871	.371	5.653	<0.001
	회사원	5.641	.204	3.087	<0.05
	주부	9.981	.243	3.977	<0.001
응급처치교육이수(유)	2.895	.115	2.022	<0.05	
Adjusted R ² = .120, F=10.56, p<0.001					

4. 논의

직업이미지란 그 직업에 대해 갖게 되는 사람들의 신념이나 인상 또는 인식으로서 직업에 대한 인식과 태도는 일의 성과뿐 아니라 사회적 지위형성에도 커다란 영향을 미친다. 119구급대원은 일반시민과 밀접한 관계를 갖는 전문직업인으로 일반시민의 119구급대원에 대한 직업이미지는 업무나 직업군으로서 사회적 인식에 중요한 영향을 미친다. 이에 본 연구는 일반 시민을 대상으로 119구급대원 이미지에 영향을 미치는 요인을 파악하여 효과적으로 119구급대원의 이미지 향상을 위한 기초자료를 제공할 목적으로 시도 되었다.

본 연구 대상자는 D광역시의 D종합사회복지관을 이용하는 일반시민 281명을 대상으로 편의 표출하였다. 본 연구 대상자 중 여성의 참여가 많고 직업에서 주부(10.0%)와 무직(19.9%) 및 기타(11.7%)가 학생과 회사원보다 많고, 월평균 수입이 100만 원이하의 대상자가 많은 것으로 분석되었다. 이것은 D종합사회복지관을 이용하는 시민을 대상으로 하였기 때문에 나타난 결과이다. 우리나라 전 지역에서 운영되고 있는 사회복지관 프로그램은 주간에 이루어지고 있으므로 직장인 보다는 주부나 노인 및 학생들의 참여가 많을 뿐 아니라 상대적으로 경제적 형편이 낮은 시민들의 이용도가 높기 때문에 나타난 것으로 선행연구결과[15, 16]와 같다. 또한, 응급처치교육이수 경험이 없는 대상자(169명, 60.1%)와 119 구급대를 이용한 경험이 없는 대상자(161명, 57.3%)가 더 많은 것으로 나타났다. 본 연구에서 응급처치교육이수에 대한 질문은 단순히 응급처치 교육을 받은 경험을 조사한 것으로 구체적으로 어떤 종류의 응급처치교육을 받았는지에 대한 분석은 어려웠다. 또한, 추후 응급처치교육을 희망하는지에 대한 조사는 이루어지지 않았으나 전체 대상자의 60.1%의 시민이 응급처치교육이수 경험이 없으므로 일반시민을 대상으로 응급처치에 대한 교육이 필요하다는 것을 알 수 있다. 이것은 김현숙 등[17]이 일 지역주민

을 대상으로 응급처치교육의 대표적인 심폐소생술 교육 이수 여부를 조사한 결과 심폐소생술 교육이수자(44.1%)보다도 미이수자(55.9%)가 더 많은 것으로 분석되었으며, 추후 심폐소생술 교육 참여의지를 확인한 결과 60.8%의 대상자가 교육이수를 희망한 것으로 보고한 결과로 추정할 수 있다. 그러나 본 연구는 일반시민의 119구급대원에 대한 이미지를 확인하는 것이 목적이므로 추후 연구에서는 성별과 연령 및 직업, 경제적 수준을 통제한 연구가 필요할 것으로 사료된다.

일반적인 특성에 따른 4개 하부영역 이미지와 전체 이미지분석에서 연령과 직업에서 공통적으로 통계적 유의성이 나타났다. 특히, 4개 하부영역 이미지와 전체적인 이미지에서 19세 이하 대상자가 119구급대원에 대한 이미지가 좋은 것으로 나타났다. 또한, 4개 하부영역 각각 이미지에서 학생이, 전체 이미지에서는 학생과 주부가 119구급대원에 대한 이미지가 좋은 것으로 나타났다. 한편, 4개 하부영역 이미지 중 업무적, 직업적, 개인적 이미지와 전체 이미지에서 응급처치 교육이수와 119구급대 이용 유무에서 공통적으로 통계적 유의성이 나타났다. 이것은 연령이 낮은 대상자가 119구급대원에 대한 이미지가 좋은 것으로 해석할 수 있다. 또한, 직업에서 학생과 주부가 119구급대원에 대한 이미지 점수가 유의하게 높은 것은 학생들일수록 학교에서 119 구급대원에 의해 이루어지는 안전교육프로그램을 받았거나 주부인 경우 상대적으로 집에서 TV를 통해 응급상황에서 119 구급대원들의 활약상을 접했기 때문에 나타난 결과라고도 할 수 있다[18]. 특히, 19세 이하인 학생들이 119구급대원에 대한 이미지가 좋은 것은 선행연구[12]에서 학생들의 진로 결정에 중요한 영향을 주는 요소 중 하나가 직업이미지라고 한 결과에 비추어 볼 때 119구급대원 이미지 향상에 긍정적이라고 할 수 있다. 응급처치교육이수 유무에서 교육이수자의 119구급대원에 대한 이미지 점수가 미이수자보다 유의하게 높은 것으로 분석되었으나 본 연구에서는 응급처치교육을 누구에게서 받았는지에 대한 조사가 이루어지지 않았으므로 추후 연구에서는 강사와 교육 내용에 따른 이미지 관련성을 분석하는 것이 필요할 것으로 사료된다. 그러나 간호사를 대상으로 응급구조사에 대한 이미지를 조사한 선행연구[19]에서 응급처치교육 이수 여부와 응급구조사에 대한 정보유무가 응급구조사의 이미지와 통계적 유의성이 없는 것으로 나타났다. 이러한 차이는 연구대상자가 119 구급대원에 국한된 응급구조사의 이미지를 조사한 결과에 의한 것으로 해석할 수 있다. 한편, 119구급대 이용경험이 없는 시민의 이미지 점수(3.00±0.24점)가 경험자의 이미지 점수(2.90±0.32점)보다 높게 나타났으며, 통계적으로 유의성이 나타났다

($p < .05$). 이것은 오히려 119구급대를 이용했던 경험자가 무경험자에 비해 119구급대원에 대한 이미지가 낮은 것으로 해석된다. 이러한 결과는 119구급대 이용 유무에 따른 119구급대원의 이미지를 확인한 선행연구가 없으므로 비교분석할 수 없으나 추후 연구에서는 119구급대 이용 유무와 구급서비스 만족에 따른 이미지 분석이 필요할 것으로 사료된다. 그러나 의료서비스가 실패했다고 하여도 병원의 이미지가 좋을수록 의료만족도가 높은 것으로 보고한 선행연구[20]를 바탕으로 대상자의 서비스 만족을 위한 노력이 필요하지만 무엇보다 중요한 것은 이미지 관리임을 알 수 있다.

본 연구에서 일반시민들의 119구급대원 이미지를 분석한 결과 전체 이미지 평균점수는 2.95(±0.28)점으로 간호사를 대상으로 응급구조사 이미지를 측정된 윤중근 등[19]보다 높게 나타났다. 또한, 이미지의 4개의 하부영역 점수 중 업무적 이미지(2.81±0.48점)가 가장 높고 사회적인 이미지(2.93± 0.29점)가 가장 낮은 것으로 분석되었다. 이것은 간호사를 대상으로 응급구조사에 대한 이미지를 분석한 선행연구[19, 20]와 일반시민을 대상으로 간호사 이미지를 분석한 이돈순[13]의 결과와 같다. 업무적 이미지란 조직적인 일처리와 숙련도 및 환자와 가족응대에 대한 것으로 일반시민들이 119구급대원에 대한 업무적 이미지 점수가 높다는 것은 119구급대원의 업무처리는 일반적으로 인정하고 있음을 알 수 있다. 한편, 사회적 이미지는 119구급대원의 대인관계 및 봉사활동 등에 관한 것으로 일반시민들의 119구급대원에 대한 사회적 이미지가 낮게 분석된 것은 대중을 위한 사회적 공헌활동이 부족하다고 할 수 있다. 이것은 대외적으로 119구급대원이 사회적 공헌활동이 앞으로 더 활발하게 이루어져야 한다는 것을 의미한다. 그러나 현장에서는 119구급대원이 일반시민을 대상으로 응급처치교육이나 대민봉사 활동을 많이 하고 있으나 이러한 활동이 제대로 홍보가 이루어지지 않고 있어 나타난 결과라고도 할 수 있다. 선행연구[21]에서 사회공헌활동이 기업이미지 형성에 중요한 요소라고 보고하였으므로 119구급대원의 사회적 이미지 향상을 위해 일반시민을 대상으로 시행하고 있는 대민활동이 119구급대원에 의해 이루어지고 있다는 것에 대한 적극적인 홍보활동이 중요하다고 할 수 있다.

119구급대원의 이미지에 미치는 영향력을 확인하기 위하여 명목변수인 일반적인 특성을 가변수 처리 한 후 단계별 다중 회귀분석을 실시한 결과 수정 R^2 값은 0.120으로 일반시민들의 일반적인 특성이 119구급대원 이미지에 대해 12.0% 설명력이 있는 것으로 나타났다. 직업에서는 학생과 주부 및 회사원이, 응급처치교육에서는 이수자가 119구급대원 이미지에 긍정적인 영향을 주는 것

로 나타났다. 특히, 학생과 주부 및 응급처치교육 이수자들이 119구급대원 이미지에 긍정적인 것은 이들이 좀 더 안전교육프로그램 참석 경험이 많고[22], 응급처치 교육을 받음으로써 119구급대원이 하는 일과 어려움 등을 간접적으로 경험해 봄으로써 119구급대원 이미지에 긍정적으로 작용한 것으로 사료된다.

이미지란 단편적으로 생성되는 것이 아니라 심리적, 사회적, 문화적, 역사적 과정의 지속적이고 복합적인 산물로서 사람들은 한번 대상에 대한 이미지를 형성하게 되면 대상이나 사물에 대한 객관적인 정보나 지식보다 이미지에 따라 반응하게 되며, 대상이나 사물에 대한 개인의 반응에 중요한 영향을 준다[17]. 또한 이러한 이미지는 신뢰형성에 중요한 요소가 된다[24]. 119구급대원은 소방방재청 소속의 공무원으로서 119구급대원에 대한 긍정적인 이미지는 소방방재청에서 어떠한 정책을 실행함에 있어서 시민들로부터 신뢰를 받을 수 있으므로 119구급대원의 이미지 향상을 위해 국가적인 차원에서 조직적이고 능동적으로 사회공헌활동을 시행할 뿐 아니라 그 활동을 대중에게 알리는 것이 중요하다고 사료된다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 일반 시민을 대상으로 119구급대원 이미지를 분석하여, 효과적으로 구급대원의 이미지 향상을 위한 기초자료를 제공하기 위하여 시도되었다. 본 연구결과 연령($p<.001$)과 직업($p<.001$) 및 응급처치교육이수 여부($p<.05$), 119구급대 이용 유무($p<.05$) 등이 119구급대원의 이미지와 통계적 유의성이 있는 것으로 분석되었다. 이미지 하부영역 4개중 업무적 이미지(3.17 ± 0.36)가 가장 높고 사회적 이미지(2.81 ± 0.48)가 가장 낮은 것으로 분석되었다. 또한, 119구급대원 이미지에 미치는 영향을 단계적 회귀분석을 시행한 결과 수정된 R^2 값은 0.120으로 통계적으로 유의하였으며($F=10.56, p<.001$), 직업(학생, 주부, 회사원)과, 응급처치교육이수자는 119구급대원 이미지에 긍정적인 것으로 나타났다. 이상의 결과를 토대로 연구대상자의 일반적인 특성(성별, 연령, 직업, 경제적 수준 등)을 통제하고 119구급대 이용 유무와 구급서비스 만족에 따른 이미지를 비교분석할 것을 제언한다.

Reference

[1] J. M. Park, and S. S. Kim "Comparison study of satisfaction levels on field practice of EMT college

students by 5 practice fields" The Journal of the Korean Society of Emergency Medical Technology vol. 2, pp 7-25, 1998.

- [2] S. S. Kim, and H. R. Kwon, "A study on 119 rescue and first aids' satisfaction level of occupation", The Journal of the Korean Society of Emergency Medical Technology Vol. 16, pp. 169-184, 2002.
- [3] <http://www.korean.go.kr>
- [4] P. Kotler, and A. Clark. "Marketing for health care organization." Journal of Business Research, Vol. 16, pp. 89-90 1988.
- [5] H. W. Choi, "A study on nursing image demonstrated in the elementary school textbooks under the 7th national curriculum", Unpublished master's thesis, Gyeongsang National University, 2006. Jinju.
- [6] H. S. Kim, "A Study on the Image of Hospital Nurses", Unpublished master's thesis, Kyung Hee University, 1996. Seoul.
- [7] J. L. Aaker, "Dementions of brand personality", Journal of Marketing Research, Vol. 34, pp. 347-356. 1997.
- [8] W. H. Kim, "Profession identification model", The Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology, Vol. 11(1), pp. 221-226, 1998.
- [9] H. J. Yoo, and W. H. Kim, "A study on the occupational status in Korea" Journal of Vocational Education & Training, Vol. 5(2), pp. 35-66, 2002.
- [10] J. P. Tangney, and P. M. Niedenthal, and M. V. Covert, and D. H. Barlow, "Are shame and guilt related to distinct self-discrepancies", Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 75, pp. 256-268. 1998.
- [11] Y. J. Park, "The effects of vocational adjustment for vocational prestige and self image accordance of the employee", Unpublished master's thesis, Kyonggi University, 2010. Seoul.
- [12] J. R. Lee, "A study on kindergarten teachers image in parents and college students", Unpublished master's thesis, KyunGwon University, 2009. Seoul.
- [13] D. S. Lee, "A study on the nurses image perceived by lay-woman and man", Unpublished master's thesis, Han Yang University, 1995. Seoul.
- [14] National Emergency Medical Center - E.M.T guide, 2004, Seoul.
- [15] D. C. Choi, "A study on the user's satisfaction of community social welfare agency : In the case of Gangseo-Gu in Seoul Metropolitan Area", Unpublished master's thesis, Korea University, 2008. Seoul.
- [16] M. G. Choi "Service quality of social welfare center and effect on loyalty of client satisfaction", Unpublished

master's thesis, Gyeongsang National University, 2010, Jinju.

[17] H. S. Kim, and D. C. Uhm, and S. W. Hong, "Factors influencing cardiopulmonary resuscitation performance on a stranger", The Journal of Korean Academic Society of Nursing Education, Vol. 16(2), pp. 339-346, 2010.

[18] K. K. Hee, "The effectiveness of a cardiopulmonary resuscitation program for first responders in Korea", Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, 1997. Seoul.

[19] J. G. Yun, and Y. Chung, and M. Y. Park, "Analysis on Image and Job perception of EMTs among Nurses", The Institute of Knowledge Management, Vol. 9(2), pp. 41-57, 2004.

[20] M. R. Kim, "Perception, satisfaction and future about 119 rescue in the view of user", Unpublished master's thesis, Chosun University 2003, Jeonnam.

[21] I. S. Yi, and J. H. Oh, "A Study on the Job Image of EMTs", Journal of KSSSS, Vol. 16, pp. 149-160, 2008.

[22] L. C. Winters, "The effect of brand advertising on company image implications for corporate advertising", Journal of Advertising Research, Vol. 26, pp. 54-59. 1986.

[23] K. Marton, and J. J. Boddewyn, "Should a corporation keep a low profile?", Journal of Advertising Research, Vol. 18, pp. 25-35. 1978.

[24] H. W. Rhee, "The effects of country of origin on agricultural and industrial products", Unpublished master's thesis, Chonbuk National University, 2009, Jeonju.

김진우(Jin-Woo Kim)

[정회원]



- 2009년 8월 : 영동대학교 발명특허공무원학과 (공학사)
- 2010년 8월 ~ 현재 : 대전대학교 대전 대학원 응급구조학과 (응급구조학 석사과정)
- 2011년 8월 ~ 현재 : LIDS 특허정보 분석팀 주임

<관심분야>

전문 응급구조학, 응급의료, 발명, 특허 등

엄동춘(Dong-Choon Uhm)

[정회원]



- 1987년 2월 : 서울대학교 의과대학원 간호학과(석사)
- 2003년 8월 : 서울대학교 간호대학원 간호학(박사)
- 1982년 1월 ~ 1996년 8월 : 서울대학교 병원 간호사
- 1996년 9월 ~ 2008년 2월 : 대전보건대학 간호과 교수
- 2008년 3월 ~ 현재 : 대전대학교 응급구조학과 교수

<관심분야>

병원 전 단계 응급처치, 응급간호, 대체요법 등