

## 간호사복 착용자의 의복에 따른 이미지 효과

이희승 · 김재숙†

충남대학교 생활과학대학 의류학과

오늘날 의료기관은 경쟁이 더욱 치열해짐에 따라 차별화된 병원이미지의 차별화가 요구되고 있으며, 이러한 시점에서 간호사는 다른 의료인보다 우리가 많이 접하기 때문에 간호사의 이미지는 병원의 이미지형성에 많은 기여를 한다. 또한 간호사복은 간호사 이미지형성에 많은 역할을 하므로 병원 조직체의 궁극적인 이미지 형성에 간호사의 복장이 차지하는 비중이 매우 크고 중요하다.

또한 현대는 모든 것이 소비자 중심적인 소비자를 위한 체제로 변화되고 있는데 이러한 관점에서 생각해 볼 때 병원에서의 소비자는 치료를 받는 환자이므로 '소비자 만족'의 시대에 환자 또는 보호자에 대한 서비스 개선차원에서 좀더 좋은 이미지를 가진 간호사복의 개발이 필요하다.

이에 본 연구에서는 간호사복 착용자의 인상차원의 구조를 분석하고, 간호사복 변인과 지각자의 성별에 따른 인상효과를 분석하는데 그 목적이 있다.

본 연구는 현장연구와 실험연구로 분류하였다. 현장연구에서는 현재 착용하고 있는 간호사복의 사진을 수집하고, 선행연구의 의복이미지 분류 변인(의복의 음·양, 직업 상징성)에 따라 분류하여 선정된 변인 따른 요인설계에 의해 총 4개의 이미지의 의복특징을 분석하였다.

실험연구에서는 현재 착용하는 간호사복의 이미지를 알아보기 위하여 측정도구를 자극물과 이에 대한 반응을 측정하는 의미미분 척도, 지각자의 성별 대한 문항으로 구성 하였다.

자극물 제작은 선정된 이미지의 의복특징을 분석하고, 유니폼 업체에서 실제 착용되고 있는 간호사복중 각 이미지의 특성을 가장 잘 나타내는 간호사복을 각 영역별로 2벌씩 총 8벌을 선정하였다. 선정된 간호사복을 모델에 착용한 사진을 포토샵 7.0에서 밝기 등을 조절하여 적합한 이미지로 수정·제작하여 최종 자극물로 사용하였다.

착용자의 인상차원을 도출하기 위한 의미미분 척도의 구성을 위하여 선행연구결과와 자유기술법을 통해 선정된 25쌍의 형용사를 본조사용 의미미분 척도로 사용하였다.

연구대상은 대전광역시와 충남에 거주하는 남녀 대학생 총 618명을 편의표집하였으며 분석에 부적절한 28명의 응답 자료를 제외한 580명의 자료를 분석에

---

†교신저자 E-mail : jaesook@cnu.ac.kr

사용하였다.

자료 분석은 SPSS 10 통계프로그램을 사용하였으며, 구체적인 자료 분석방법은 연구문제에 따라 Cronbach's  $\alpha$ , 요인분석, 분산분석, 군집분석, t-test를 실시하였다.

간호사복 착용자의 인상차원을 도출한 결과, 사교성, 평가성, 매력성, 역동성의 4가지 인상차원이 도출 되었고, '사교성' 차원이 가장 중요한 차원으로 나타났다. 이러한 결과는 선행연구에서 도출된 인상평가 차원과 다른 결과를 보여 간호사복이란 맥락에 따라 다른 결과가 나왔다고 사료된다.

착용된 간호사복의 의복변인과 지각자 성별이 인상형성에 미치는 영향을 알아본 결과 의복의 음·양은 사교성, 매력성, 역동성에서 착용자의 인상형성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 여성적 의복은 남성적 의복에 비해 사교적이고 매력적으로 보았으나 덜 역동적 이미지로 보았다.

의복의 직업 상징성은 사교성, 평가성에서 착용자의 인상형성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 간호사복 같은 의복은 평상복 같은 의복에 비해 사교적이고 좋은 평가를 받았다. 이는 간호사복이란 전제가 있었기 때문에 간호사복 같은 의복이 더 좋은 평가를 받았다고 사료된다.

지각자의 성별은 평가성과 매력성에서 착용자의 인상형성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 남성은 여성보다 평가를 낮게 했으나, 매력적으로 보았다.

간호사복의 의복변인과 지각자의 성별간의 상호 작용 효과를 알아본 결과 요인별로 변인간의 유의적인 상호작용효과가 있었다. 특히 사교성 차원에서 의복의 음·양성과 직업 상징성간의 상호작용 효과는 다른 변인들의 상호작용 보다 좀 더 유의적으로 나타났다.

본 연구의 의의는 현재 착용하고 있는 간호사복의 이미지를 분석함으로써 좀 더 실증적인 연구이며, 향후 간호사복 디자인 자료에 도움을 줄 수 있다고 기대되며 후속연구로는 이러한 자료를 바탕으로 병원 마케팅 전략에 대한 연구가 이루어져야할 것으로 사료된다.