

인터넷과 소셜미디어를 통해 본 간호사 이미지에 관한 연구

이현숙¹⁾ · 이호선²⁾ · 염영희³⁾ · 이정민⁴⁾ · 정원선⁵⁾ · 박현정⁶⁾

¹⁾경동대학교 간호학과 교수, ²⁾서울대학교병원 수간호사, ³⁾중앙대학교 적십자간호대학 교수, ⁴⁾중앙대학교병원 간호사,
⁵⁾경북전문대학교 간호학과 교수, ⁶⁾중앙대학교 간호대학원 박사과정

A Study of the Image of Nurse through Analysing Linking Words of Nurse in the Internet and Social Media

Lee, Hyunsook Zin¹⁾ · Lee, Ho Seon²⁾ · Yom, Young-Hee³⁾ · Lee, Jung Min⁴⁾ · Jung, Won Sun⁵⁾ · Park, Hyun Jung⁶⁾

¹⁾Professor, Department of Nursing, Kyungdong University

²⁾Head Nurse, Department of Nursing, Seoul National University Hospital

³⁾Professor, Red Cross College of Nursing, Chung-Ang University

⁴⁾RN, Department of Nursing, Chung-Ang University Hospital

⁵⁾Professor, Department of Nursing, Kyungbuk College

⁶⁾Doctoral Student, Graduate School, Chung-Ang University

Purpose: This study investigated the linking words of nurse which were presented together with nurse on phrase, clauses or sentence of documents or conversations in the Internet portals and social media. **Methods:** The linking words with nurse were calculated by the number of presentation on conversations or documents, in Google, Daum, Naver, Twitter and Facebook. The changes of characteristics and the trend of yearly changes of major linking words of nurse were investigated by the type of media. In order to identify the meaning of the words, clustering of the collected linking words by categories was analysed and the characteristics of each cluster were classified. **Results:** A total number of reviewed linking words was 17,399,711 and the most frequently presenting words were hospital, work and person. The words related to people were the most highly presented and the next were those of emotion, professional and place respectively. **Conclusion:** With analysing the trends of changes and characteristics of words by yearly base and clusters, we attempted to investigate the image of nurse that the public think and feel about nurse.

Key words: Nurse, Internet, Social Media, Image

I. 서 론

1. 연구의 필요성

특정 대상에 대한 생각과 신념 그리고 그에 대한 인상을 종합하여 이미지는 만들어지고 이는 사람의 태도에 영향을 미친다[1]. Kalisch와 Kalisch[2]는 간호 또는 간호사의 이미지를 간호 또는 간호사에 대한 대중의 느낌, 생각 그리고 믿음의 총

합으로 정의하였다. 대중들이 인식하는 간호 또는 간호사의 이미지는 간호사의 자기개념, 자존감, 자아정체성에 영향을 미칠 뿐만 아니라 직무만족, 이직 및 이직의도 그리고 간호업무성과에도 영향을 미치는 중요한 요소이다[3,4]. 이는 또 보건정책입안자로 하여금 간호서비스의 범위와 간호 실무를 확고하게 하는 자원분배 결정에도 영향을 미치는 중요한 요소이다[5].

그 동안 간호사의 이미지는 전문지식을 가지고 자율적으로 대상자 간호에 임하는 모습보다는 단지 착하고 선한 모습이나,

주요어: 간호사, 인터넷, 소셜 미디어, 이미지

Corresponding author: Lee, Ho Seon

Department of Nursing, Seoul National University Hospital, 101 Daehak-ro, Jongno-gu, Seoul 03080, Korea.
Tel: 82-2-2072-7412, Fax: 82-2-2072-7649, E-mail: hs21lee@hanmail.net

투고일: 2016년 4월 8일 / 심사완료일: 2016년 6월 2일 / 게재확정일: 2016년 6월 24일

자기희생적인 영웅이나 성적대상의 모습이 많았다[6-8]. 최근에는 간호에 대한 자부심을 가지고 간호업무에 임하는 전문직업인으로 비춰지기도 하였는데[9], 이는 실제 간호현장의 모습을 적극적으로 반영하는 대중매체와 인터넷 및 유튜브, 트위터, 페이스북 등과 같은 소셜미디어의 영향을 받은 것이다[10].

지금까지 선행연구에서 직업으로서 간호사 이미지는 전문 의료인이기보다는 아픈 사람을 돌봐주는 주로 여성이 택하는 덜 전문적인 직업으로 인식되고 있었다[4]. 최근에는 대중매체에서 소수이기는 하나 남자 간호사들이 활약하는 모습을 보여주면서[11] 여성만이 선택하는 직업으로서의 이미지는 약해지고 있다. 미국사회에서 간호사는 전문기술을 가진 존중받는 직업으로 인식되면서[12,13] 성별의 격차가 줄어들고 있는 전문직으로의 모습을 보여주기 시작하고 있다. 대중들은 간호사들이 스스로 인식하는 것보다는 더 긍정적이었고 전문지식을 가지고 사회적으로 인정받는 직업으로 인식하고 있었다[14]. 이러한 변화는 여전히 미약하지만 실제 간호현장에서 일하는 간호사의 모습이 대중매체를 통하여 전달되기 시작했다고 판단된다.

1994년 인터넷의 등장으로 의사소통 방식에 전환기를 맞이하면서 인터넷은 대중매체의 한 형태로 우리의 삶에 막대한 영향을 끼치는 매체로 자리 잡게 되었다. 2010년 국민건강보험공단 조사에 따르면[15], 국민의 75%가 인터넷에서 건강 관련 정보를 얻고 있다고 하였으며 보건복지부, 건강보험공단, 의료기관 등의 의료 관련 단체들이 인터넷을 통해 의료소비자들과 의사소통을 하고 있다. 디지털기기의 보급 확대와 더불어 페이스북, 트위터, 유튜브 등 소셜미디어의 등장으로 인터넷을 기반으로 한 디지털 공간에서의 활동이 일상화되고 개인과 커뮤니티의 활동기폭이 축적되면서 천문학적 규모의 데이터가 형성되고 있다. 웹사이트의 방문기록, 온라인 검색통계, 소셜미디어 소통기록 등의 빅데이터는 기존의 데이터로는 파악하기 어려운 사회 환경변화와 사람들의 심리를 반영하는 잠재적인 정보들이 포함되어 있다[16]. 검색엔진이 제공하는 통계와 소셜미디어에 언급되는 메시지를 통해 중요사건에 대한 징후와 경과를 파악하고 감지하기 어려웠던 사람들의 행태나 패턴, 감정 등을 알아낼 수도 있다[17]. 이러한 데이터는 그 용량이 워낙 방대하고 대부분 정형화되어 있지 않고 복잡하여 다루기 어려웠는데 IT기술과 분석기술의 발달로 이를 직접 다룰 수 있게 되면서 정치, 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야에서 활용되고 있다. 빅데이터의 특성상 데이터의 규모와 다양성이 증대됨에 따라 데이터 해석에서 발생할 수 있는 정보의 손실과 왜곡이 줄어들어 사람들의 행태, 트렌드 등을 여과 없이 파악하는 것이 가능하게 되었다[15]. 일례로 미국의 소비자출예

측 값을 조사하는데 있어 소비자 태도조사 설문조사를 하는 것보다 구글의 검색통계량인 구글트렌드(Google Trends)를 이용하는 것이 개인 소비자출을 더 정확하게 예상하는 것으로 나타났다. 복잡하고 방대한 데이터 속에서 의미 있는 정보를 찾아내는 것은 광산에서 유용한 광물을 캐내는 것과 비슷한 작업인데 이처럼 대용량의 데이터 속에 감춰진 지식이나 기대하지 못했던 경향, 새로운 규칙이나 관계 등의 유용한 정보를 발견하는 것을 데이터 마이닝(data mining)이라고 한다. 이러한 과정을 통해 정보의 연관성을 파악함으로써 가치 있는 정보를 만들어 낼 수 있다.

이러한 관점에서 간호 및 간호사와 관련이 높은 단어를 찾아 그 의미를 파악함으로써 그 데이터가 내포하고 있는 패턴이나 관계를 파악해 낼 수 있을 것이다. 소셜미디어에 올라오는 글 중에서 ‘간호’ 및 ‘간호사’와 연관된 단어와 관련된 글들을 살펴봄으로써, 사람들이 간호사에 대하여 무슨 이야기를 하고 무슨 생각을 하는지 그리고 어떤 경험을 하는지를 알 수 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 인터넷과 소셜미디어 공간에서 회자되고 있는 간호 및 간호사에 관한 대중들의 언어를 분석하여 대중들이 갖고 있는 간호 및 간호사에 대한 느낌, 생각 그리고 그들의 태도에 대하여 알아보고자 한다.

2. 연구목적

본 연구의 목적은 인터넷 및 소셜미디어에서 발생하는 간호사의 이미지를 분석하는 것으로 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 1) 인터넷 및 소셜미디어에서 나타나는 간호사와 함께 출현하는 연관어를 파악해 본다.
- 2) 인터넷 및 소셜미디어에서 나타나는 간호사 연관어를 통하여 간호사에 대한 이미지를 파악해 본다.

II. 연구방법

1. 연구설계

본 연구는 인터넷, 소셜미디어에 나타나는 간호사 연관어 분석을 통하여 간호사 연관 이미지를 조사하기 위한 서술적 조사연구이다. 간호사라는 텍스트와 연계된 정보를 파악하고 이와 관련된 카테고리를 찾기 위하여 본 연구에서는 텍스트마이닝의 자연어 처리방법(natural language processing) 중에서 형태소 분석방법(lexical analysis)을 사용하였다. 형태소 분석방법은 여러 형태소들의 묶음이 표층형태로 나타나는 하나의 단어로부터 의미를 갖는 최소단위인 형태소들을 분리하

고 각 형태소의 품사를 결정하는 문제로 정의된다[18].

2. 연구대상

인터넷 검색 포털사이트인 네이버, 구글, 다음에서 ‘간호사’ 키워드 검색으로 추출되는 웹문서와 뉴스 그리고 소셜미디어인 블로그, 페이스북, 트위터에서 ‘간호사’라는 단어가 있는 구, 절, 문장에 있는 단어 즉 ‘간호사’라는 단어와 동시에 출현하는 단어를 연구대상으로 하여 그 속에 숨겨진 의미나 패턴 등을 발견하고자 한다.

3. 자료수집방법

간호 및 간호사 연관어 추출은 연구시점인 2014년에서 과거로 거슬러 올라가서 2009년까지 설정하였다. 이 기간 동안 카페, 커뮤니티 그리고 블로그, 인터넷 뉴스, 페이스북, 트위터, 위키, 손수제작물, 마이크로 블로그 등의 소셜미디어에서 ‘간호사’라는 단어를 포함하는 모든 구, 절, 문장을 모아 연관어를 추출하였다. 예를 들면 ‘아파서 병원에 입원하였는데, 간호사가 친절하게 간호해 주었다’라는 문장에서 연관어는 ‘아파서’, ‘병원’, ‘에’, ‘입원’, ‘하였는데’, ‘친절’, ‘하게’, ‘간호’, ‘해’, ‘주었다’로 총 10개의 연관어가 추출될 수 있다. 추출된 결과에서 의미가 없거나 사용이 어려운 단어, 예를 들면 ‘하다’, ‘있다’, ‘보다’, ‘못’, ‘ㅋㅋㅋ’, ‘ㅠㅠ’ 등과 같은 단어는 연구자 5인의 합의하에 제외시키는 과정을 진행하였다. 제외의 기준은 5인의 연구자 중 4인 이상이 동의하는 경우 제외하였다.

페이스북은 공개된 자료와 비공개 자료 중에서 공개된 자료를 2010년부터 2014년까지 수집하였고 트위터는 공개적으로 유효한 2014년 자료를 수집하여 간호사와 동시에 출현한 단어를 수집하였다. 연관어 추출을 위하여 뉴스젤리(<http://Nesjel.ly>)에서 자체 개발한 데이터 수집기 분석엔진을 사용하였고 형태소 분석 및 빈도분석을 실시하여 간호사와 동시에 등장하는 연관어를 모두 분류하였다.

4. 자료분석방법

연구대상 인터넷 및 소셜미디어 전체에서 간호사와 동시에 출현하는 단어를 총 빈도수 순서대로 정리하였다. 그리고 각 매체별로 구분하여 자주 등장하는 단어의 특성을 분석하였다. 또한 사람들이 간호사와 관련하여 어떠한 주제의 이야기를 하는지 살펴보기 위해서 추출된 단어를 대상으로 비슷한 특성을 나타내는 단어끼리 군집화하여 분류하였다. 군집화의 경우 불

용어를 제외하고 간호사와 관련되어 추출된 최종 연관어를 5인의 연구자가 나열하여 자질이 유사한 단어끼리 분류하는 방식으로 하였다. 분류된 연관어 중에 상위개념에 해당하는 단어가 있거나 그 연관어의 집합을 총칭할 상위개념이 있다면 그 단어를 해당 연관어 집합군의 특성으로 하며 이를 반복적으로 상위개념들의 유사한 특성끼리 모아 단계적으로 연관어 집합의 특성을 정하여 군 분류 하였다. 예를 들어 유사한 단어끼리 분류된 단어 집합이 ‘웃음, 미소, 깔깔거림, 좋은 기분, 긍정적 감정’ 등으로 이루어진 경우는 연구자들의 동의하에 ‘긍정적 감정’으로 그 단어 집합의 특성으로 정하고 ‘긍정적 감정, 부정적 감정, 감정’ 등이 모였을 경우 최상위 개념인 ‘감정’으로 분류하여 단계적으로 군의 특성을 정하는 방법이다. 이와 같은 방법으로 추출된 상위 단어들의 집합들을 반복적으로 분류하여 최종 상위 개념으로 군집화 하여 5개 영역인 인물, 전문성, 장소, 감정, 교육으로 분류되었다. 각각의 군집에 포함될 단어는 5인의 연구자 중 4인 이상이 동의한 경우에만 포함하였다.

III. 연구결과

1. 간호사 연관어 검색어 분석대상

대중들이 가장 많이 활용하는 인터넷 포털인 네이버, 구글, 다음과 대표적인 소셜미디어인 트위터와 페이스북에서 공개된 자료를 대상으로 ‘간호사’라는 단어와 동시에 나타나는 단어들을 추출하였다. 추출된 연관어 가운데 많은 출현빈도를 나타내는 단어들은 병원과 업무와 관련된 단어들을 알 수 있었다.

본 연구결과 키워드 분석 대상 목록 및 ‘간호사’ 연관 키워드 출현 빈도는 아래와 같다. 2009년부터 2014년까지 본 연구에서 분석한 키워드 분석은 총 17,399,711건이었으며 그 중 구글웹 10,393건(0.1%), 트위터 41,136건(0.2%), 페이스북 100,148건(0.6%), 다음카페 7,063,569건(58.5%), 네이버카페 10,184,465건(40.6%)이었다(Table 1).

Table 1. Items and Frequency of Linking Words of ‘Nurse’

No	Items	Period	n (%)
1	Google	2014	10,393 (0.1)
2	Twitter	2014	41,136 (0.2)
3	Facebook	2009~2014	100,148 (0.6)
4	Daum	2009~2014	7,063,569 (58.5)
5	Naver	2009~2014	10,184,465 (40.6)
	Total		17,399,711 (100.0)

2. 간호사 연관어 검색어 빈도 수

2009년부터 2014년까지 6년 동안 가장 빈번하게 간호사와 동시에 등장하는 단어는 병원이었다. 그리고 간호사, 일, 사람, 시간, 의사, 수술, 서울, 선생, 보험, 이상, 마취, 건강, 정신, 의료 등 주로 간호사의 업무와 관련 있는 단어들이 대부분이었다. 그리고 여성, 여자, 임신, 아기, 엄마, 신랑 등 임신과 출산과 관련된 단어들도 상위권에 머물렀다(Figure 1).

3. 각 매체별 간호사 연관검색어 추출결과

‘간호사’ 관련 주요 키워드 중 연관성이 높은 키워드를 도출하여 빈도수에 따라 아래와 같이 나열하였다(Table 2). 구글웹 페이지는 간호사(1,503회), 병원(196회), 간호(152회), 채용(87회) 정보(83회) 순이었으며, 페이스북은 간호사(1,281회), 사람(1,117회) 일(831회) 병원(684회) 의사(611회) 순이었고 트위터는 간호사(3,030회), 간호(520회), 병원(426회), 의사(370회), 언니(237회) 순으로 나타났다. 다음 카페의 경우 공무원(62,091회), 자격증(43,481회), 보험(33,068회)이었으며 네이버 카페는 아기(162,131회), 병원(96,814회) 간호사(74,526회) 순이었다(Table 2).

4. 기간별 연관 검색어 검색순위

2009년부터 2014년까지 페이스북에 나타나는 간호사 연관어 순위는 매년 출현하는 연관어 빈도수와 순위에 변화가 심하여 2년 동안 출현하는 빈도를 합하여 2년 단위로 출현빈도 순위를 측정하였고 그 결과는 다음과 같다(Table 3).

연관어 중에서 간호사, 일, 사람, 근무는 총 조사기간 6년 동



Figure 1. Word cloud of linking word of nurse.

안 순위에 크게 변함이 없어 꾸준히 상위권을 유지하고 있었으며, 환자, 의사, 진료, 간호, 건강, 서울은 순위가 상승하였다. 그러나 여자, 의료, 정신, 전문, 관리, 한국, 미국은 순위가 내려갔다.

5. 특성별 키워드 추출결과

키워드 특성별로 5가지 영역, 인물, 전문성, 장소, 감정, 교육으로 나누어 분류한 결과를 빈도수 별로 2009년과 2014년 자료를 이용하여 추출한 결과는 Table 4와 같다. 2009년과 2014년 모두 인물과 관련된 단어들이 가장 많이 언급되었고 그 다음으로 감정, 전문성, 장소와 관련된 단어들이 많이 언급되었다.

2009년에는 인물과 관련된 단어의 경우 아기, 간호사, 엄마, 신랑 순이었으며 전문성에서는 일, 검사, 수술, 내진, 무통, 분만 순서로 주로 산부인과 관련 단어들이 많았다. 장소에 관련된 단어로는 병원이 가장 빈도수가 높았으며 집, 분만실, 병동, 산부인과, 소아과 순이었다. 감정은 아프다가 가장 높은 빈도로 나타났고 그 다음으로 진통, 생각, 좋다, 울다 순서로 나타났다. 교육은 선생, 대학, 학교, 질문, 상담 순으로 빈도수가 높게 나타났다.

2014년에는 인물과 관련된 단어는 아기, 간호사, 선생, 엄마 순으로 나타났으며, 전문성에서 출산, 수술, 검사, 무통, 내진 순으로 2009년과 비슷하였다. 장소는 병원이 가장 많은 빈도수로 나타났고 집, 병동 순이었으며 2009년에는 없었던 산후조리원이 새롭게 등장하였다. 2009년 4,682회 언급으로 8위에 머물렀던 카페는 2014년 7,391회 언급으로 4위로 상승하였다. 감정과 관련된 단어는 좋다가 36,686회로 가장 많이 언급되어 2009년 24,875회보다 약 50% 가량 증가하였으며 아프다, 이쁘다, 힘들다, 걱정, 괜찮다, 참다, 귀엽다, 고통, 사랑 순이었다. 이어 교육 관련 단어는 선생, 대학, 학교 순으로 2009년과 동일한 순서로 나타났다.

IV. 논 의

우리는 소수의 사람들이 수많은 다수에게 메시지를 전달하는 매스미디어의 시대를 지나 다수의 개인들이 개인미디어를 형성하고 전달하는 소셜미디어 시대에 살고 있으며 소통비용을 극감시켜주는 SNS (social networking service) 등장으로 소통성은 극대화되었다[19]. 의료 소비자들은 건강 관련 정보와 의견을 소셜미디어를 통해 구하거나 그들의 경험, 생각, 느낌을 서로 공유하고 있다[20]. 본 연구는 지난 몇 년간 빠르게

Table 2. Results of Linking Words by Items

Rank	Google		Facebook		Twitter		Daum		Naver	
	Linking word	n(%)	Linking word	n(%)	Linking word	n(%)	Linking word	n(%)	Linking word	n(%)
1	Nurse	1,503 (46.7)	Nurse	1,281 (11.5)	Nurse	3,030 (44.7)	Official	62,091 (11.1)	Baby	162,131 (13.6)
2	Hospital	196 (6.1)	Person	1,117 (10.1)	Nursing	520 (7.6)	Certificate	43,481 (7.8)	Hospital	96,814 (8.1)
3	Nursing	152 (4.7)	Work	831 (7.4)	Hospital	426 (6.2)	Insurance	33,068 (5.9)	Nurse	74,526 (6.3)
4	Hire	87 (2.7)	Hospital	684 (6.1)	Doctor	370 (5.5)	Examination	28,047 (5.0)	Pain	69,942 (5.9)
5	Information	83 (2.6)	Doctor	611 (5.5)	Sister	237 (3.5)	Coordinator	27,986 (5.0)	Labor	64,114 (5.4)
6	Special	81 (2.5)	Patient	540 (4.8)	Patient	208 (3.1)	Obtaining	27,514 (4.9)	Good	46,605 (3.9)
7	Patient	72 (2.2)	Child	457 (4.1)	Men	167 (2.5)	Employment	24,285 (4.4)	Thought	44,425 (3.7)
8	On-duty	70 (2.2)	Love	387 (3.5)	Work	161 (2.4)	Nursing	22,282 (4.0)	Birth	42,780 (3.6)
9	Recruitment	62 (1.9)	Korea	375 (3.4)	Injection	151 (2.2)	Person	20,604 (3.7)	Mother	39,447 (3.3)
10	org	62 (1.9)	America	332 (3.0)	Person	148 (2.2)	Job	19,912 (3.6)	Time	38,331 (3.2)
11	Health	58 (1.8)	Medical	325 (2.9)	Convalescence	130 (1.9)	Work	19,719 (3.5)	Groom	37,816 (3.2)
12	Work	54 (1.7)	Live	280 (2.5)	Thinking	119 (1.8)	Hospital	18,607 (3.3)	Giving birth	36,817 (3.1)
13	America	54 (1.7)	Mother	259 (2.3)	Teacher	110 (1.6)	School	18,325 (3.3)	Doctor	36,019 (3.0)
14	Doctor	52 (1.6)	Society	256 (2.3)	Treatment	77 (1.1)	Hopefulness	16,393 (2.9)	Test	32,739 (2.8)
15	Korea	52 (1.6)	Seoul	254 (2.3)	Old sister	72 (1.1)	Education	13,416 (2.4)	Surgery	31,524 (2.6)
16	Medical	51 (1.6)	Need	250 (2.2)	Employment	67 (1.0)	Welfare	13,347 (2.4)	Teacher	43,779 (3.7)
17	Employment	45 (1.4)	Mind	246 (2.2)	Surgery	63 (0.9)	Medical	13,324 (2.4)	No pain	26,241 (2.2)
18	Seoul	44 (1.4)	Best	243 (2.2)	Helper	59 (0.9)	Special	13,171 (2.4)	Examination	25,606 (2.2)
19	Job	42 (1.3)	School	236 (2.1)	Pain	59 (0.9)	Management	12,908 (2.3)	Hard	25,130 (2.1)
20	Society	40 (1.2)	Surgery	235 (2.1)	Information	59 (0.9)	Country	11,296 (2.1)	Mam	24,747 (2.1)
21	Mine worker	40 (1.2)	Living	231 (2.1)	Nurse Aid	58 (0.9)	Society	11,059 (2.0)	Cry	23,174 (1.9)
22	Ebola	40 (1.2)	Women	209 (1.9)	Maid	58 (0.9)	Friend	10,943 (2.0)	Delivery	22,030 (1.9)
23	Time	38 (1.2)	Dream	206 (1.8)	Face	55 (0.8)	Administration	10,867 (1.9)	Pregnancy	20,131 (1.7)
24	Education	38 (1.2)	Education	201 (1.8)	Women	55 (0.8)	Women	10,288 (1.8)	Person	19,618 (1.6)
25	Announcement	36 (1.1)	Country	199 (1.8)	Hand	52 (0.8)	Health	10,219 (1.8)	Maternity	19,004 (1.6)
26	Qualification	36 (1.1)	Activity	184 (1.7)	Eutopia	52 (0.8)	University	9,230 (1.7)	Husband	18,938 (1.6)
27	"nurse"	34 (1.1)	Hand	184 (1.6)	Student	52 (0.8)	Job	8,995 (1.6)	Cooking	18,222 (1.5)
28	Wards	34 (1.1)	Problem	182 (1.6)	Special	51 (0.8)	Psychology	8,868 (1.6)	Injection	17,329 (1.5)
29	Nurse Aid	32 (1.0)	Die	181 (1.6)	Teacher	50 (0.7)	Men	8,823 (1.6)	Admission	16,291 (1.4)
30	Region	32 (1.0)	Uinyeo	176 (1.6)	Head	49 (0.7)	Consulting	8,808 (1.6)	Breat-feeding	15,890 (1.3)
Total		3,220 (100.0)		100,148 (100.0)		41,136 (100.0)		7,063,569 (100.0)		10,184,465 (100.0)

변화하고 있는 인터넷과 소셜미디어 공간에서 소통하는 이야기를 통하여 대중들이 인식하는 간호 및 간호사에 대한 이미지를 파악하고자 하였다.

대중들이 가장 많이 활용하는 인터넷 포털인 네이버, 구글, 다음과 대표적인 소셜미디어인 트위터와 페이스북에서 '간호사'라는 단어와 동시에 나타난 단어들을 추출하였는데 '병원'과 '업무'와 관련된 단어들의 빈도수가 가장 높았다. 특히 '병

원'은 빈도수가 거의 3~4순위였는데 여전히 '간호사' 하면 병원이 연관됨을 알 수 있다. 페이스북의 5년 간 자료에서 간호사 연관어 중 가장 높은 빈도수를 보인 것은 '병원' '일' '사람' '여자' '의사' '환자'였고 2009년부터 2014년까지 연도별 변화를 살펴봐도 상위권을 차지하고 있다. 간호사에 대한 이미지 형성은 병원에서 간호사를 직접 접한 경우 46.1%로 많은 비율을 차지하고 있고 대중매체를 통해 영향을 받은 경우도

Table 3. The Changes of Linking Words of Nurse (Facebook)

No	Linking words	Rank 2009~2010	Rank 2011~2012	Rank 2013~2014
1	Hospital	13	5	18
2	Nurse	4	3	3
3	Work	7	12	8
4	Person	5	10	4
5	Women	59	521	251
6	Time	23	36	31
7	Doctor	26	15	13
8	Seoul	57	133	50
9	Medical	31	37	53
10	Patient	25	26	17
11	Seeing doctor	109	195	89
12	Nursing	192	111	107
13	Health	342	116	211
14	Psychology	112	218	143
15	Korea	19	147	34
16	Society	51	172	47
17	America	27	72	42
18	Special	132	199	260
19	Management	121	925	224
20	Information	186	489	243
21	Region	155	127	188
22	Education	294	103	59
23	Job	100	95	112
24	On-duty	231	341	216
25	Test	865	-	718
26	Infection	320	142	526
27	Center	578	223	388
28	Ebola	70	-	243
29	Health care	879	415	1,264
30	Employment	-	-	806

16.3%나 된다[21]. 이미지 형성의 대다수인 병원에서의 경험은 간호사에게 직접 보살핌의 경험을 받은 환자나 보호자가 간호사에 대해 대체적으로 높은 호감도와 좋은 이미지를 갖고 있는 것으로 나타났다[22]. 대중매체는 현실을 정의하고 있는 지배적 근원이 되며 그들이 갖고 있는 이미지는 대중매체를 통해서 획득한 것이 많다[23]. 대중 매체로는 TV드라마나 영

화 등이 대표될 수 있다. 미국 의학드라마에서 간호사가 등장하는 장소를 분석해보니 95% 이상이 병원인 것을 보면[11] 간호사의 이미지는 병원과 불가분의 관계임을 알 수 있다. 그러나 TV 드라마나 영화는 오히려 변화하는 간호의 전문직 상황을 제대로 반영하지 못하고 전통적으로 간호사에 대한 좋은 느낌과 신뢰마저도 떨어뜨리는 경우가 있어[21] 그 부분은 참으로 안타까운 점이다. 인터넷과 소셜미디어에서의 간호사는 대체적으로 ‘병원에서 의료진들과 함께 환자를 간호하는 이미지’로 나타나는 것으로 보인다.

연관어 중 여자, 여성(페이스북 순위 22, 트위터 순위 24, 다음 순위 24)이라는 단어가 30위 안에 드는 것은 간호사는 여자, 여성의 이미지로 나타남을 알 수 있다. 근원적으로는 나이팅게일의 램프를 든 여인의 여성 이미지가 간호사의 이미지로 강하게 남아있다. 그리고 조선시대 후기 의녀제도는 주로 의사역할보다는 간호역할이 많았는데[24] 간호가 여자, 여성이라는 이미지에 영향을 주었으리라 생각된다. 페이스북의 연관어 중 의녀가 30위 안에 속해있는 것도 간호사와 의녀, 여성을 관련지어 생각한 것으로 보인다. Kalisch와 Kalisch[25]가 1920년부터 1980년까지의 소설, 영화, TV 등에 나타난 670명의 간호사와 466명의 의사를 대상으로 조사한 연구에서 간호사는 대부분 여자, 아이의 엄마, 남자의 배우자로서 묘사되고 있고 의사는 모두 남자로 표현되었다. 이러한 것들이 간호사는 순정적이고 친절한 모습의 고정된 이미지로 고착화되었다. 또한 1930년에서 1950년 사이에 발행된 병원원보 598개의 간호사 광고사진에서도 간호사의 이미지는 젊고 아름다운 여성으로 남을 즐겁게 해주는 이미지가거나[26] 호주나 스웨덴에서 시행된 연구에서도 대중들은 간호사는 여성으로서 아픈 사람을 돌봐주는 사람으로 인식[4] 되는 등 간호사는 여성이라는 이미지는 당분간은 지속되리라 본다.

그러나 ‘남자’라는 단어도 비교적 상위권이었는데(트위터 순위 7, 다음 순위 29) 남자 간호사와 관련된 내용을 살펴보면 남자 고등학생의 간호학과 입학상담과 향후 진로상담이 많았다. 이는 최근 증가하는 남자간호사에 대한 높아진 관심을 반영한 것으로 Kalisch 등[12]은 ‘Meet the parents’라는 영화에서 남자간호사 퍼커의 역이 한때는 남자간호사에게 큰 장벽이 되었고 우스꽝스럽고 세련되지 못한 이미지가 대중들에게 그리고 인터넷 상에서 엄청난 파괴효과를 가져왔다고 언급했다. 그러나 남자간호사들을 결혼에 영향을 받지 않는 다른 유형의 간호사로 인식하면서 점차 과거의 부정적인 이미지에서 존중받는 직업으로서 성별의 격차를 줄이고 전문직으로서의 모습을 보여주기 시작하였다. 남자간호사에 대한 관심이 높아지고 있는 이 때 홍보나 관리에 적극적 자세가 필요하리라 본다.

Table 4. Linking Words by Category

Year	Rank	Character		Speciality		Place		Emotion		Education	
		Linking word	n (%)	Linking word	n (%)	Linking word	n (%)	Linking word	n (%)	Linking word	n (%)
2009	1	Baby	91,639 (33.0)	Work	20,784 (16.7)	Hospital	54,290 (45.9)	Pain	42,637 (23.0)	Teacher	31,964 (70.3)
	2	Nurse	41,552 (15.0)	Test	18,112 (14.6)	House	16,136 (13.6)	Labor	34,623 (18.6)	University	2,306 (5.1)
	3	Mother	25,112 (9.0)	Surgery	16,158 (13.0)	Delivery room	8,591 (7.3)	Thought	26,080 (14.0)	School	2,283 (5.0)
	4	Groom	23,213 (8.4)	Examination	13,984 (11.3)	Ward	8,001 (6.8)	Good	24,875 (13.4)	Question	1,890 (4.2)
	5	Doctor	22,883 (8.2)	No-Pain	12,514 (10.1)	OB & Gyn	6,687 (5.7)	Cry	15,498 (8.3)	Counselling	1,638 (3.6)
	6	Teacher	21,644 (7.8)	Delivery	11,780 (9.5)	Pediatric	5,819 (4.9)	Hard	14,245 (7.7)	Professor	1,329 (2.9)
	7	Child	16,006 (5.8)	Injection	8,897 (7.2)	Rest room	5,473 (4.6)	Worry	9,106 (4.9)	Education	1,196 (2.6)
	8	Person	15,730 (5.7)	Insurance	8,895 (7.2)	Cafe	4,682 (4.0)	Endurance	8,736 (4.7)	Book	1,176 (2.6)
	9	Maternity	10,398 (3.7)	Policy	6,782 (5.5)	My parents	4,388 (3.7)	Tears	5,851 (3.2)	Lecture	857 (1.9)
	10	Husband	9,704 (3.5)	Seeing doctor	6,430 (5.2)	Bed	4,330 (3.7)	Scary	4,152 (2.2)	Graduation	815 (1.8)
Total		277,881 (100.0)		124,336 (100.0)		118,397 (100.0)		185,803 (100.0)		45,454 (100.0)	
2014	1	Baby	57,847 (28.5)	Giving birth	19,122 (18.5)	Hospital	40,975 (42.5)	Good	36,686 (31.2)	Teacher	27,112 (67.0)
	2	Nurse	38,848 (19.2)	Surgery	14,717 (14.2)	House	15,299 (15.9)	Pain	24,994 (21.3)	University	2,829 (7.0)
	3	Teacher	22,921 (11.3)	Test	12,085 (11.7)	Ward	7,850 (8.1)	Pretty	12,895 (11.0)	School	2,725 (6.7)
	4	Mother	17,660 (8.7)	No-pain	11,759 (11.4)	Cafe	7,391 (7.7)	Hard	11,060 (9.4)	Professor	1,609 (4.0)
	5	Person	15,480 (7.6)	Examination	9,651 (9.3)	OB & Gyn	6,034 (6.3)	Worry	7,501 (6.4)	Study	1,338 (3.3)
	6	Doctor	14,289 (7.1)	Delivery	8,719 (8.4)	Delivery room	5,551 (5.8)	Feel okay	5,978 (5.1)	Student	1,325 (3.3)
	7	Groom	11,497 (5.7)	Admission	7,850 (7.6)	Postpartum care center	3,528 (3.7)	Endure	5,434 (4.6)	Class room	927 (2.3)
	8	Husband	8,815 (4.4)	Contamination	7,359 (7.1)	Rest room	3,461 (3.6)	Cute	4,899 (4.2)	Lecture	927 (2.3)
	9	Director	7,758 (3.8)	Seeing doctor	6,477 (6.3)	Discharge	3,247 (3.4)	Suffering	4,148 (3.5)	Nursing	838 (2.1)
	10	Maternity	7,643 (3.8)	Nursing	5,714 (5.5)	America	3,186 (3.3)	Love	3,955 (3.4)	Class	814 (2.0)
Total		202,758 (100.0)		103,453 (100.0)		96,522 (100.0)		117,550 (100.0)		40,444 (100.0)	

네이버에서는 특히 다른 매체들 보다 감정과 관련된 단어들 이 더 많은 빈도로 나타났다. 예를 들면 ‘아프다’ ‘좋다’ ‘힘들다’ ‘울다’ 등이다. 2009년에는 상위 10개 단어 중 8개가 부정적인 단어로 나타났으며 긍정적인 단어는 단 1개였다. 부정적인 단어는 ‘아프다’, ‘진통’, ‘울다’, ‘힘들다’, ‘걱정’, ‘참다’, ‘눈물’, ‘무섭다’이었으며 긍정적인 단어는 ‘좋다’이었다. ‘힘들다’는 단어와 관련된 내용을 좀 더 구체적으로 살펴보면 간호학생으로서 공부하는 것이 힘들고 간호사들이 일하는 환경이 긍정적이고 행복한 것보다는 고되고 힘든 환경이라는 내용이 많았다. 감정과 관련된 단어를 살펴보면 간호사는 긍정적 감정보다는 부정적 감정에 더 가깝게 인식되고 있었음을 알 수 있다. 이는 2006년도 대한간호협회와 궤립의 공동조사에서[14]에서 성인응답자의 91.6%가 간호사의 직업에 대해 스트레스가 많은 힘든 직업으로 인식하고 있고 간호사의 이미지에 대한 조사연구에서 ‘힘들고 스트레스가 많은 직업이다’(85%), ‘늘 바쁘게 일을 한다’(76.8%)로 응답하여 대다수가 간호사는 힘들고

스트레스가 많고 바쁘게 일하는 직업으로 인식된 것과는 일치한다[22]. 그렇다고 간호사를 부정적으로만 인식한다고 볼 수는 없다. 2014년에는 2009년에 비해 ‘좋다’, ‘이쁘다’, ‘괜찮다’, ‘귀엽다’, ‘사랑’과 같은 긍정적인 단어들 이 증가하였다. 이러한 긍정적 단어의 등장과 빈도수의 증가가 일시적인지 지속적인지의 여부와 그것이 의미하는 바가 무엇인지는 추후 연구를 통하여 살펴보아야 한다.

Kalisch[12]는 간호사의 인터넷 이미지 중 70%가 지적이며 고학력자로 나타났고 60%가 존경받을 만하고 책임감, 자신감, 헌신적인 전문인으로 나타났다고 하였다. Yom 등[22]의 연구에서 간호사는 깨끗하고 돌보는 이미지가 가장 높았으나 여전히 순종적인 이미지가 크다고 하였다. 또한 간호사의 보살핌을 받아본 대상자들이 간호사에 대해 좋은 이미지를 형성했다고 보고하였다. 2009년 실시한 여론조사에서 간호사는 정직하고 책임감이 강하고 인정받는 전문직으로 인식되고 있으며 미국에서는 가장 신뢰받는 직업 1위로 인식되고 있다

[27]. 한번 고착된 이미지를 바꾸는 데는 많은 시간과 노력이 필요하기에[22], 앞으로도 간호사의 연관어들이 긍정적으로 변화하는지의 추이를 살펴보고 좀 더 좋은 이미지로 변화할 수 있도록 관심을 가져야 한다.

각 매체별 간호사 연관어를 살펴보면, 구글에서는 ‘병원’, ‘채용’, ‘정보’, ‘전문’, ‘근무’, ‘모집’, ‘미국’, ‘취업’ 등 주로 취업과 진로에 관련된 단어들의 빈도수가 높았다. 구글은 간호사와 관련된 웹문서를 대상으로 분석하였는데 이는 최근 대학 졸업 후 취업과 진로에 대한 관심을 반영한 것이라고 할 수 있다. 특히 간호학과의 특성상 대부분 임상간호사로 취직을 하기에 창의적으로 다양한 진로 보다는 대부분이 병원위주의 설명 및 채용 정보로 한정되어 있다. 이러한 상황에서 구글이라는 검색사이트를 통해 국내외의 취업정보와 진로에 대한 여러 정보를 얻고자 한 것으로 추측된다. 다음 카페에서는 ‘공무원’, ‘자격증’, ‘시험’, ‘관리사’, ‘취득’, ‘취업’, ‘업무’, ‘일’, ‘유망’과 같은 진로와 관련된 단어들이 상위권에 위치해 있으며 이는 각종 자격증 및 공무원 준비학원에서 광고 및 홍보를 위한 광고 영향 때문인 것으로 추측해 볼 수 있다. 동시에 최근 간호사들의 활동영역이 지금까지 병원을 중심으로 한 임상영역에서 공무원, 행정직 등으로 영역을 확장하고자 하는 시도가 있음을 추측해 볼 수 있다. 이제는 직종 선택의 기회와 가능성이 많아져 간호사로만 일하는 것이 당연시 되지는 않지만 대체적으로 졸업 직후 85% 이상의 학생이 국내 임상간호사로 근무하기를 희망하고 있어[28] 아직은 다양한 진로에 대한 정보나 설명이 부족한 상황이다. 그래서 ‘유학’, ‘관리사’, ‘공무원’ 등의 영역을 넓히는 것에 대한 정보를 인터넷 검색사이트를 이용하는 것으로 판단된다.

간호사와 관련된 연관어를 유사어들끼리 반복적으로 분류하여 최종상위개념으로 군집화 하였고 인물, 장소, 감정, 전문성, 교육의 5개 영역으로 나누어 보게 되었다. 인물영역에서는 2009년과 2014년에 순위차이는 있지만 단어의 내용이 크게 변화된 것은 없었다. 아기, 간호사, 엄마, 신랑, 의사가 가장 많아 주로 출산과 관련된 단어들이 많았다. 그리고 장소는 병원, 분만실, 병실, 산부인과, 소아과, 친정, 산후조리원이라는 단어가 상위권으로 2009년과 2014년에 큰 차이가 없었다. 감정영역에서는 2009년에는 부정적인 감정이 상위권인데 비해 2014년은 ‘좋다’라는 단어가 간호사의 연관어 1위에 올라와 있는 것을 보면 간호사와의 관련된 글이 좀 더 긍정적으로 변화되었다고 보이며 이는 간호사의 긍정적 이미지와도 연관하여 생각해 볼 수 있겠다. 전문성 영역은 출산 관련 단어(내진, 무통, 수술, 분만)들이 2009년에 비해 2014년에 상당한 증가하였으나 실제 전문적 비중 보다는 출산 관련 카페의 규모가 커

지다 보니 빈도수가 높아진 듯 하다. 교육 영역은 2009년에 비해 2014년에는 교수, 연구라는 단어가 상위권에서 나타난 것이 보이고 선생, 대학, 학교, 질문, 상담, 교수, 등으로 교육 관련 단어들은 간호사의 높은 교육 수준과 간호사를 연결시키고 있음을 알 수 있다.

간호사에 대한 대중의 이미지가 간호사의 자신에 대한 이미지, 자기개념, 전문직관, 간호업무성과 및 이직의도에 영향을 미친다는 연구결과들이 나오고 있다[3, 29, 30]. 간호사들이 자신의 이미지와 대중들의 이미지를 긍정적으로 인식하는 간호사는 높은 업무성과를 발휘하고 반면 이직의도는 낮게 인식하는 것으로 나타났다[4]. 이러한 연구결과들을 보면 간호사는 자신의 이미지를 높일 뿐 아니라 대중들의 간호사에 대한 이미지를 개선하는데 관심을 기울여야 한다. 현재 대중들의 중심에 있는 소셜미디어와 인터넷의 소통성이 커질수록 변화의 속도는 빨라질 것이다[20]. 그런 변화의 중심에서 우리는 간호사의 이미지를 어떻게 느끼고 소통하고 있는지 지속적으로 파악해야 할 것이다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 인터넷과 소셜미디어에서 나타난 대중들이 느끼는 간호사의 이미지를 알아보고자 하였다. 그러나 여러 가지 기술적인 제약과 데이터의 편향, 분석방법의 한계로 본 연구는 많은 제한점을 가지고 있다.

첫째, 각 매체별 데이터의 불균형으로 연구결과가 임신과 출산으로 치중되어 나타나는 현상이 있었다. 즉 다음과 네이버의 경우, 임신과 출산 관련 카페와 커뮤니티의 자료가 상대적으로 너무 많아 뉴스와 웹페이지에서 나타나는 현상을 충분히 반영하지 못하였다. 즉 연관어의 출현빈도를 중심으로 분석하다보니 임신과 출산 관련 연관어들이 모두 상위권에 있어 상대적으로 다른 의미 있는 연관어들이 분석에서 배제되었다. 이러한 한계점을 극복하기 위하여 향후 연구에서는 매체별, 자료 출처별로 데이터를 각각 분석하여 그 의미를 파악하는 것이 좋을 것으로 제언한다.

둘째, 간호사와 동시에 출현하는 연관어 추출방식으로 데이터를 수집하여 의미가 없다고 판단되는 무의미어 또는 불용어 처리에 있어서 연구자의 주관적인 판단이 개입되었다. 5인의 연구자 중 4인 이상이 동의로 제거한다는 규칙을 적용하였으나, 이는 연구결과에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 향후 불용어 또는 무의미어 처리에 객관적인 기준에 따라 데이터 정제 후 분석하는 것이 좋을 것으로 판단된다.

셋째, 연도별 데이터의 변화추이 분석에서 자료추출에 제한

점이 있어 전체 조사자료를 대상으로 분석하지 못하고 페이스북에서 추출한 자료만을 대상으로 연도별 변화추이를 분석하였다. 페이스북의 경우 자료공개가 허락된 자료만을 대상으로 분석을 실시하였고 비공개자료의 경우 자료접근에 제한이 있어 전체적인 자료수집을 하지 못하였다. 그리고 연도별로 분석하기에 데이터의 양이 충분하지 않고 데이터의 일관성을 찾기 어려워 2년간 데이터를 합하여 매 2년 주기 즉, 2009~2010, 2011~2012, 2013~2014년 데이터를 분석하였다. 이는 결국 3주기로 나뉘어져 분석결과 해석에 많은 제한점을 주었다.

본 연구는 인터넷과 소셜 미디어에서 간호사라는 단어를 포함하는 구, 절, 문장에서 나타나는 연관어를 추출하여 그 연관어의 출현빈도와 의미를 살펴봄으로써 대중들이 간호사에 대하여 느끼고 생각하는 바를 알아보고자 하였다. 대중들의 간호사에 대한 이미지 및 인식도의 변화를 알아차리는 것은 간호가 해야 할 중요한 과제 중의 하나이다. 앞으로도 간호사 이미지에 대한 지속적인 연구가 이루어지고 그 변화에 발 빠르게 대처할 수 있는 간호사가 되기를 기대해본다.

참고문헌

- Kotler P, Clarke R. Marketing for health care organizations. New Jersey: By Prentice-Hall Engelwood Cliffs; 1987.
- Kalisch PA, Kalisch BJ, Scobey M. Images of nurses on television. New York: Springer Pub; 1983.
- Takase M, Kershaw E, Burt L. Does public image of nurses matter?. *Journal of Professional Nursing*. 2002;18(4):196-205.
- Takase M, Maude P, Manias E. Impact of the perceived public image of nursing on nurses' work behaviour. *Journal of Advanced Nursing*. 2006;53(3):333-343.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1365-2648.2006.03729.x>
- Kalisch PA, Kalisch BJ. The changing image of the nurse. Menlo Park California: Addison Wesley Publishing Company; 1987.
- Bridges JM. Literature review on the images of the nurse and nursing in the media. *Journal of Advanced Nursing*. 1990; 15(7):850-854.
- Dominiak MC. The concept of branding: is it relevant to nursing?. *Nursing Science Quarterly*. 2004;17(4):295-300.
<http://dx.doi.org/10.1177/0894318404269376>
- Gordon S, Nelson S. An end to angels. *The American Journal of Nursing*. 2005;105(5):62-69.
- Stanley DJ. Celluloid angels: A research study of nurses in feature films 1900-2007. *Journal of Advanced Nursing*. 2008; 64(1):84-95.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1365-2648.2008.04793.x>
- Kelly J, Fealy GM, Watson R. The image of you: Constructing nursing identities in YouTube. *Journal of Advanced Nursing*. 2012;68(8):1804-1813.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1365-2648.2011.05872.x>
- Kwon YA, Gil MJ, Chun KY, Yoo HJ, Jung JH, Park OK, et al. The image and activity of nurses on U.S. medical dramas. *Journal of the Nursing Academic Association of Ewha Womans University*. 2009;43(1):1-16.
- Kalisch BJ, Begeny S, Neumann S. The image of the nurse on the internet. *Nursing Outlook*. 2007;55(4):182-188.
- Donelan K, Buerhaus P, DesRoches C, Dittus R, Dutwin D. Public perceptions of nursing careers: The influence of the media and nursing shortages. *Nursing Economics*. 2008;26(3):143.
- Korean Gallop, Korean Nurses Association. Focus 02: Public opinion poll of nurse image. *The Korean Nurse*. 2006;45(6):6-7.
- National Health Insurance Service. 75.1% of respondents have gained health information via the Internet [Internet]. Seoul: National Health Insurance Service; 2010[cited 2010 December 15]. Available from:
http://www.mohw.go.kr/m/noticeView.jsp?MENU_ID=0403&cont_seq=245034&page=312.
- Manyika J, Chui M, Brown B, Bughin J, Dobbs R, Roxburgh C, et al. Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity. New York: McKinsey Global Institute; 2011.
- Song KY. Understanding society via social big data mining. Paper presented at: Korea internet conference; 2012 June 25; Intercontinental Seoul COEX. Seoul.
- Yu JW. A patent similarity analysis program using natural language process [master's thesis]. Seoul: Hanyang University; 2007. p. 41-42.
- Song IH. What is social media?. Seoul: Flat Home; 2010. p. 10-13.
- Song TM. Development of suicide search prediction model through analysis of social big data. *Health and Welfare Policy Forum*. 2013;8:74-86.
- Kim HJ, Kim HO. A study on image of the nurse. *Journal of Korean Academy of Nursing Administration*. 2001;7(1):97-109.
- Yom YH, Kim K, Son H, Jeon JH, Lee J, Kim MA. Analysis of the image and likability of the nurse. *Journal of Korean Clinical Nursing Research*. 2015;21(2):169-179.
- Kim JE, Jung HJ, Kim HN, Son SY, An SK, Kim SB, et al. The Image of nurses and their clinical role portrayed in Korean medical TV dramas in recent 5 years. *Perspectives in Nursing Science*. 2013;10(2):120-132.
- Lee MS. History: Eui-nyeo(woman with medical profession) system in Joseon Dynasty. *Korean Thought and Culture*. 2012;61:169-203.
- Kalisch PA, Kalisch BJ. A comparative analysis of nurse and physician characters in the entertainment media. *Journal of Advanced Nursing*. 1986;11(2):179-195.
- Lusk B. Pretty and powerless: Nurses in advertisements, 1930-1950. *Research in Nursing & Health*. 2000;23(3):229-236.
- Statics Korea. 2009 The survey for job reliability in Korea [Internet]. Seoul: Sisa Journal; 2009[cited 2009 July 29]. Available from:

https://www.google.co.kr/?gfe_rd=cr&ei=836oV-emDMXC8ge1vJvwDQ&gws_rd=ssl#newwindow=1&q=%EB%AF%B8%EA%B5%AD+%EC%8B%A0%EB%A2%B0%EB%B0%9B%EB%8A%94+%EC%A7%81%EC%97%85+%EC%86%8C%EB%B0%A9+%EA%B0%84%ED%98%B8+%EC%8B%9C%EC%82%AC%EC%A0%80%EB%84%90

28. Bang KS, Jun MH, Kim HS, Son HM, Kang J, Yu SJ, et al. Nursing students' awareness of nursing and future career. The

Journal of Korean Academic Society of Nursing Education. 2009;15(1):22-31.

29. Öhlén J, Segesten K. The professional identity of the nurse: Concept analysis and development. Journal of Advanced Nursing. 1998;28(4):720-727.

30. Gregg MF, Magilvy JK. Professional identity of Japanese nurses: Bonding into nursing. Nursing and Health Science. 2001;3(1):47-55.