헬스-PR

헬스커뮤니케이션학의 발전에 있어 PR학의 역할 재정립을 위한 고찰

백혜진*
한양대학교 광고홍보학부 부교수

신경아**
한양대학교 광고홍보학부 강의교수

본 연구의 목적은 국내에서도 날로 그 중요성을 더해가는 헬스커뮤니케이션학의 이론적 실무적 발전에 있어 PR학의 역할을 재정립하고자 하고자 함이다. 먼저 헬스커뮤니케이션학의 발전과정과 중심이론을 간단히 살펴보고 PR 분야의 학술지인 ≪홍보학연구≫, ≪한국광고홍보학보≫와 ≪한국언론학보≫에 나타난 헬스커뮤니케이션 연구 경향을 비교 · 분석함으로써 헬스커뮤니케이션 연구가 PR학 분야의 학술지에서 더 많이 다루어지고 있음을 확인하였다. 또한 대부분의 헬스커뮤니케이션 연구들은 커뮤니케이션 과정에서 수용자의 반응에 치중되어 있었고, 개인의 태도나 행동 변화에 초점을 두는 자아커뮤니케이션에 관심을 갖고 있는 것으로 나타났다. 반면, 다양한 분야의 이론들을 통합하거나 다차원적인 수준에서 접근하고자 하는 노력은 부족한 것으로 나타났다. 이에, 본 연구는 국내 헬스커뮤니케이션 연구의 이론적 발전을 위해 자아 수준의 이론을 넘어 행동변화 단계모델과 미디어, 사회관계 등 다수준 영향요인을 고려한 통합모델을 제언한다. 이러한 이론적 모델은 물론 전략적인 접근방법에 있어 PR학에서 자주 다루어지는 PR4모델, 공중관리, 공중 세분화, 쌍방향 커뮤니케이션, 상황이론 등이 헬스커뮤니케이션의 이론적 · 실무적 발전에 기여할 것으로 보인다.

주제어: 변화단계모델, 사회생태학적 모델, PR4모델, 수용자 세분화, 쌍방향 커뮤니케이션, 통합적 모델

* hjpaek@hanyang.ac.kr
** chloe563@gmail.com, 교신저자

www.kci.go.kr

1. 서론

최근 100세 수명 시대가 도래함에 따라, 사회적으로 건강한 삶에 대한 관심이 증대되고 있다. 따라서 건강에 대한 국민적 관심을 쫓아 대중매체들은 건강 · 의료 관련 콘텐츠의 비중을 늘리고 있으며, 건강 · 질병 · 의료 관련 문제는 수시로 사회적 관심사로 떠오르기도 한다(백혜진 · 이혜규, 2012). 이렇듯 '건강'이라는 문제가 사회적으로 중요한 의제(agenda)로 부각되고 공중을 대상으로 하는 공공 교육 차원의 건강 프로젝트에 대한 요구가 증가됨에 따라, 헬스커뮤니케이션의 역할이 더욱 중요해지고 있다.

지난 40여 년 동안 헬스커뮤니케이션 연구의 흐름을 살펴보면, 치료 관점에서 의사-환자 커뮤니케이션에 대한 관심을 시작으로 최근에는 예방 및 교육 측면에서의 대 공중 커뮤니케이션이 더욱 중요해짐에 따라 헬스커뮤니케이션의 영역이 '헬스' 중심에서 '커뮤니케이션' 중심으로 전환되고 있는 것으로 보인다. 즉, 의학, 공중보건학에서 의료 전문가 중심의 정보전달, 메시지 개발, 캠페인을 담당했던 과거와는 달리, 미디어 사용자, 소비자, 다양한 공중과의 원활하고 효과적인 소통을 연구하는 언론, 광고, 홍보 등의 학문에서 헬스를 다루게 된 것이다. 이는 다양한 공중의 시각과 성향에 맞게 메시지가 재단되고, 올바른 채널을 통해 효과적으로 전달하는 방법을 더 진지하게 연구하는 기반이 마련되었다는 것을 의미한다.

헬스 커뮤니케이션은 대중매체를 통한 일상적인 커뮤니케이션에서부터 의료전문가와 본인 또는 가족의 질병에 대한 커뮤니케이션에 이르기까지 다양한 맥락에서 이루어지며, 크게 정보제공, 설득과 같은 기술적 커뮤니케이션 영역과 커뮤니케이션 네트워크의 영역으로 구분할 수 있다(박성철 · 최진명 · 오상화, 2008). 이 점에서 헬스 커뮤니케이션과 PR학의 접점이 엿보인다. PR학 또한 공중과의 커뮤니케이션을 시도함에 있어, 공공정보의 제공, 태도 변화를 위한 설득, 그리고 상호 네트워크에 기반한 협력과 같이 다양한 커뮤니케이션 영역을 아우르는 학문이기 때문이다. 실제로 공중 보건을 비롯한 여러 관련분야의 학자들은 헬스커뮤니케이션에서 차지하는 PR학의 역할과 위상

www.kci.go.kr

을 조명하고 강조해 왔다(Aldoory & Austin, 2011; Getting, 1949; Springston & Lariscy, 2003/2010; Winnett & Wallack, 1996). 그러나, 실제로 현재 헬스커뮤니케이션 연구에서 PR학이 어느 정도 역할을 하고 있고 어떠한 이론적 실무적 함의를 제공하는지 체계적으로 검토한 연구는 많지 않다.

따라서 본 연구는 헬스커뮤니케이션에서 PR학의 역할과 위상을 재정립하고, PR학과 헬스커뮤니케이션학의 통합적 발전을 모색하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 헬스커뮤니케이션의 정의와 유래, 이론적 발전과정과 국내 헬스커뮤니케이션 연구의 흐름을 살펴보고, 특히 PR학의 이론과 전략적 개념이 헬스커뮤니케이션 연구에 어떻게 적용되어 왔는지를 살펴보고자 한다. 구체적으로, 본 연구는 국내 PR 분야 학술지(광고홍보학보, 홍보학연구)의 최근 10여 년 간 논문을 검토하여, 커뮤니케이션 특히 언론학 분야의 대표 학술지인 ≪한국언론학보≫에 비해, 홍보학 분야의 학술지에서 헬스커뮤니케이션 연구가 차지하는 비중과 이론, 주제, 접근 방법 등이 어떻게 다른지 비교 고찰하고자 한다. 이를 바탕으로 본 연구는 헬스커뮤니케이션 연구의 현황을 파악하는 한편, 이론적 한계를 극복하는 통합모델을 제시하고 이러한 모델에 있어 PR학의 역할을 제언하고자 한다.

2. 헬스커뮤니케이션의 정의, 유래 및 발전과정: 중심이론과 접근방법의 변화

1) 정의와 유래

헬스커뮤니케이션학은 1975년 처음으로 미국 국제커뮤니케이션학회(*International Communication Association*)에서 헬스커뮤니케이션 분과가 만들어진 것으로 커뮤니케이션학의 세부학문으로써 자리를 잡았다(백혜진 · 이혜규, 2012). 그 후 '*Health Communication*'이라는 헬스커뮤니케이션 전문학술지가 1980년대 생겨나고 1990년대 '*Journal of Health Communication*'이라는 전문학술지가 생겨남으로써 학문으로써의 합법적 기반을 마련하였다

www.kci.go.kr

(Parrott, 2004).

일반적으로 헬스커뮤니케이션은 다양한 물리적 · 사회적 맥락에서 사람들의 건강 관련 행위에 영향을 미치기 위한 전략적 커뮤니케이션 활동을 지칭한다(박성철 · 최진명 · 오상화, 2008). 따라서 헬스커뮤니케이션은 좁게는 의료현장에서의 의사소통을 의미하지만 넓게는 개인 또는 공공의 건강상태를 개선하기 위한 다양한 커뮤니케이션의 실행이라 할 수 있다(박동진 · 정의철, 2009). 미국의 보건복지부(Dept. of Helath and Human Service, 2001)는 헬스커뮤니케이션을 "개인, 조직, 공중들에게 중요한 건강 이슈에 관한 '정보를 제공하고', '영향력을 행사하며', '동기를 부여하는 기술 및 방법"으로 정의하고 있다. 구체적으로, 헬스커뮤니케이션은 특정 질병과 관련하여 의사들이 환자들에게 전달하는 정보에서부터 시작하여, 비만, 흡연, 폭음, 에이즈와 같은 사회적 건강문제, 암, 당뇨병과 같은 질병의 문제, 나아가 음주운전과 아동학대와 같은 상해 문제, 신종 바이러스나 자연재해와 같은 건강 위기 문제에 이르기까지 다양한 건강 관련 주제에 걸쳐 적용되고 있으며, 건강 관련 정책 및 헬스 케어 비즈니스 등과 같은 산업 등 매우 광범위한 주제들을 포함한다(이병관, 2009).

헬스커뮤니케이션 연구는 특정 질병을 가지고 있거나 건강 위험 행동을 하는 사람들을 대상으로 그들의 행동을 변화시키고자 개인의 건강문제를 이해하고, 나아가 건강 위험을 사전에 예방하고자 사회 · 문화적 측면에서 공중을 설득시키고자 하는 목적에서 실시된다. 따라서 건강 문제를 해결함에 있어 기본적으로는 질병과 관련한 신체적인 문제를 이해해야 하며, 질병을 갖고 있거나 건강 위험에 있는 사람들의 사회적 · 심리적 환경 요인을 이해하는 것이 중요하다. 이와 유사하게 주크(Zook, 1994)는 생명심리사회학(biopsychosocial)적 변화에 대해 논의하면서, 정신과 신체간의 생화학적 경로가 물질적으로 존재한다는 점, 그리고 심리적, 사회적, 문화적 변인이 개인의 건강 행동에 미치는 영향이 존재한다는 점이 서로 상호작용을 하게 된다는 것을 주장하기도 했다(Babrow & Matson, 2003/2010). 실제로 헬스커뮤니케이션 연구는 크게 "의료 전달 관점(health care deliver perspective)"과 건

www.kci.go.kr

강 증진 관점(health promotion perspective)"으로 각각 구분된다(Kreps, Bonaguro, & Query, 1998; 이병관, 2009 재인용). 먼저, 의료 전달 관점은 대인커뮤니케이션과 집단커뮤니케이션에 초점을 두고 건강관리의 방법을 전달하는 방식이다. 따라서 이는 건강 정보의 공급자와 소비자 간의 관계, 즉, 건강 문제의 치료를 위한 커뮤니케이션에 관심을 갖는다. 이 관점은 헬스커뮤니케이션 연구 초기인 1980년 말~2000년 초반까지의 헬스커뮤니케이션 연구의 중심이었는데, 의학 전문가들과 환자들 간의 대인 커뮤니케이션이나 의학적 환경, 구조 등에 연구의 초점이 이루어졌다(Kim, et al., 2010). 한편, 건강 증진 관점은 건강의 위험(health risk)을 예방하고, 공중의 건강을 증진시키기 위한 설득적 헬스커뮤니케이션 캠페인을 모색하는 것에 더욱 관심을 갖는다(이병관, 2009).

헬스커뮤니케이션의 연구들을 살펴보면 개인의 질병이라는 문제를 중심으로 다양한 커뮤니케이션의 흐름이나 사회심리학적 매커니즘을 기반으로 하여 개인의 건강 문제를 해결하는 데 초점을 둔다. 따라서 헬스커뮤니케이션은 이론과 실제가 가장 밀접하게 연결 · 적용되는 학문이며, 다양한 커뮤니케이션 영역 안에서 공중의 건강에 대한 인식, 태도, 행동 등을 변화시키기 위한 방법의 개발과 같은 실천적 함의를 이끌어내기 위해 발전되어 왔다.

2) 헬스커뮤니케이션의 주요 이론과 연구 현황

미국의 국립 암 연구소(National Cancer Institute)는 ≪이론을 한눈에: 건강 증진과 행동을 위한 적용(Theory at Glance: Application to Health Promotion and Health Behavior)≫이라는 백서에서 다양한 학문 분야를 헬스커뮤니케이션 맥락으로 옮겨와 발전된 주요 이론을 소개함으로써 건강 프로그램 기획, 이행, 평가 등에 활용하도록 권고한다. 이러한 이론들은 개인/자아 수준, 대인수준, 조직/공동체 수준 등으로 나누어진다. 개인/자아 수준에서 대표적인 이론은 건강신념모델(Health Belief Model), 변화단계모델(Stage of Change Model), 합리적 행위이론/계획된 행동이론(Theory of Reasoned Action: TRA/Theory of Planned Behavior: TPB)이 있다. 이 백서

www.kci.go.kr

에서는 소개되지 않았지만 헬스커뮤니케이션 맥락에서 태어난 확장된 병행과정모델(Extended Parallel Process Model: EPPM) 역시 중요한 자아수준의 이론적 모델이라 할 수 있겠다. 대인수준의 이론으로는 사회 인지 이론이, 조직/공동체 수준의 이론으로는 개혁의 확산이론이 대표적이라고 할 수 있다. 그 밖에, 개인/자아, 대인, 조직/공동체 수준의 이론을 모두 고려하는 다수준(multilevel) 이론적 개념으로 사회생태학모델(Social Ecological Model)을 소개하고 있다. 아래에서는 위의 이론들을 지면의 한계상 간단하게 소개하고자 한다.

먼저, 개인/자아 수준 이론으로 건강신념모델이 있다. 이 모델은 1950년대 초반 미국 공중보건국의 사회심리학자들이 사람들로 하여금 질병을 예방하거나 검사를 받도록 하는 일련의 활동들이 실패하는 이유를 찾기 위한 노력의 일환으로, 벡커(Becker, 1974)에 의해 이론화되기 시작하였다. 이 모델에 따르면, 개인의 건강 행동은 자신이 해당 질병에 걸릴 위험(취약성)과 질병에 걸리게 될 경우 경험하게 되는 결과(심각성)를 평가함과 동시에 자신이 해당 질병을 치료하고자 어떤 행동을 하게 될 때 겪게 될 이득과 장애를 계산함으로써 결정된다고 한다(Janz & Becker, 1984). 또한 이러한 개인의 건강 행동은 지각된 취약성, 심각성, 이득, 장애와 같은 상황적 요인뿐만 아니라, 행동을 촉발시키는 기제로서 행동에 대한 효능감이나 매스미디어의 정보, 또래 집단의 압력과 같은 행동의 단서에 의해서도 강화될 수 있음을 보여준다.

국내 헬스커뮤니케이션 연구에서 건강신념모델은 인플루엔자 예방, 구강건강, 여성암, 예방접종, 결핵 등 다양한 건강이슈에 걸쳐 적용되었다(손영곤 · 이병관, 2010; 이병관 · 오현정 · 신경아 · 고재영, 2008; 조성은 · 신호창 · 유선욱 · 노형신, 2011). 그러나 건강신념모델에 대한 일련의 연구에서 지각된 취약성, 심각성, 이득, 장애, 행동 단서, 자기 효능감 등의 구성 요인들 중 어떤 요인이 개인의 건강 행동을 촉진시키는 데 가장 효과적인지에 대한 합의는 이루어지지 않고 있다. 또한 건강신념모델은 특정 건강 행동에 대한 개인의 태도와 신념을 설명할 수는 있으나 금연, 구강건강과 같은 습관적 건강 행동이나 질병이 아닌 다이어트, 조깅과 같은 일상적 건강행동을 충분히 설명하

www.kci.go.kr

는 데는 부족한 것으로 나타났다(Janz & Becker, 1984). 이 이론이 적용된 국내외 연구에 대한 메타분석 결과에서도, 건강 행위에 대한 실질적인 예측력이 낮게 나타나 사람들의 건강행위를 충분히 설명해 주기에는 부족하다는 문제점이 지적되기도 했다(Harrison, Mullen, & Green, 1992; 이병관 외, 2013). 건강신념모델의 예측력을 높이고자 하는 연구에서는 건강 행위를 예측하는 데 있어, 신념 변인과 행동변인 측정의 시간 간격, 예방/치료와 같은 행동의 유형 등이 조절 변수 등을 제시하기도 했다(Carpenter, 2010). 따라서 국내 연구에서도 건강신념의 주요 변인 이외에 건강행위를 설명할 수 있는 다양한 개인적/사회적 맥락 변수에 대한 고려를 통한 모델의 확장이 필요한 것으로 보인다.

두 번째 개인/자아 수준의 이론적 모델로, 변화 단계 모델이 있다. 이 모델은 전문가들로부터의 치료를 받은 흡연자들 중 개인 스스로의 의지에 따라 금연을 시도하는 사람들의 경험을 기초로 개발되었다(Prochaska & DiClemente, 1983). 이 모델은 사람들의 건강행동 변화는 한 번에 이루어지는 것이 아니라 하나의 과정을 통해 이루어진다고 가정한다. 즉, 사람들의 행동변화를 유도하기 위해서는 몇 가지 단계를 거쳐야 한다는 것이다. 이러한 단계는 행동에 대한 의지가 없어 변화에 대한 필요성이 충분히 제시되어야 하는 사전 숙고(pre-contemplation) 단계, 건강 행동을 실천 하고자 하는 의지는 있는 숙고(contemplation)의 단계, 권고된 건강 행동을 수행하고자 하는 결심을 한 준비(preparation) 단계, 짧은 기간이라도 행동을 시도해본 경험이 있는 행동(action)의 단계, 그리고 6개월 이상 행동을 유지하고 있는 유지(maintenance) 단계로 각각 구분된다. 이렇듯 변화의 단계를 구체적으로 구분 짓는 이유는 행동의 단계마다 권장 행동을 시도하거나, 채택하거나, 지속하려는 동기가 다르기 때문이다(Prochaska & Velicer, 1997).

헬스커뮤니케이션 영역에서, 개인의 건강 행동에 대한 이와 같은 단계적 접근은 변화 수용에 대한 의도를 가진 수용자들을 세분화하고, 각 집단에 따라 적합한 처방과 맞춤화된 정보를 제공할 수 있고, 차별화된 커뮤니케이션 전략을 사용할 것을 장려한다. 금연을 예로 들면, 사전고려 단계에 있는 사람은 교

www.kci.go.kr

육 자료나 미디어 캠페인과 같이 흡연이 얼마나 심각한지 문제를 인지시키는 메시지가 필요하다. 고려 단계에 있는 사람은 흡연하는 본인의 이미지와 건강 상태 등을 재평가하는 메시지를 제공하여 행동 준비 단계에 진입하도록 유도한다. 준비 단계에 있는 사람은 금연을 시도할 수 있는 여러 방법을 제시하고, 금연의 기회를 제공한다. 행동 단계에 있는 사람은 금연에 동참할 친구를 만들어 주거나 흡연을 대체할 행동이나 물건을 권장하는 등 금연을 지속하게 해준다(Prochaska, DiClemente, & Norcross, 1992; 백혜진, 2013a).

이렇듯, 변화단계모델이 목표 수용자를 세분화하고 그에 적합한 커뮤니케이션 전략을 개발할 수 있는 틀을 제공해 줄 수 있음에도 불구하고, 이 모델을 적용한 국내 헬스커뮤니케이션 연구는 많지 않은 것으로 보인다. 반면에, 보건학, 간호학, 의학 분야의 일부 연구들에서는 구강검진, 암 검진, 노인의 운동 행위와 같이 건강 위험 문제를 중심으로 변화단계 모델에 따른 치료 방법에 대해 논의하고 있는 것으로 보인다(권윤정, 2002; 김영복, 2005; 황선희 · 최혜숙 · 손소현, 2011).

세 번째 개인/자아 수준 이론으로, 합리적 행위이론/계획된 행동이론이 있다. 합리적 행위이론은 인간이 매우 합리적이고 논리적인 존재라는 가정 하에, 인간의 행동은 행동의도에 의해 결정되고 행동의도는 다시 대상에 대해 가지고 있는 태도와 자신에게 중요한 사람들의 판단에 대한 인식(주관적 규범)이 결합되어 결정된다고 설명한다(Ajzen & Fishbein, 1980; 이한울 · 박현순, 2010). 그러나 일상의 많은 행동들이 완벽히 통제 가능한 상황에 놓여있지 않다는 문제가 대두되면서, 아젠(Ajzen, 1991)은 합리적 행위이론을 확장하여 계획된 행동이론을 개발하였고 개인의 행동에 영향을 미치는 제3요인으로서 지각된 행동통제(perceived behavioral control)를 포함하였다. 이 지각된 행동통제는 합리적 행동이론에서 제시하는 주관적 규범과 태도와 더불어 행동의도에 영향을 미치는 한편, 직접적으로 행동변화에 영향을 준다(Corcoran, 2007). 실제로 계획된 행동이론을 적용한 국내 연구들의 메타분석을 실시한 손영곤과 이병관(2012)은 지각된 행동통제가 행동의도에 대한 설명력을 높인다는 결과를 통해 합리적 행동이론보다 계획된 행동이론의 이론적 유용성이

www.kci.go.kr

높다고 하였다. 실제로도 2000년대 이후 계획된 행동이론을 적용한 연구들은 지속적으로 증가 추세를 보이고 있으며(손영곤 · 이병관, 2012), 체중조절, 음주, 신종인플루엔자, 당뇨병 등 다양한 건강 영역에 걸쳐 계획된 행동이론을 적용하고 있고 있는 것으로 보인다.

네 번째 개인수준 이론으로, 확장된 병행과정모델(EPPM)이 있다. 이 모델은 위협소구 메시지가 두 가지 인지적 평가인 '위협'과 '효능감'의 인식 정도에 따라, 무반응, 위험통제과정, 공포통제과정 중 한 가지 과정을 거쳐 위협 소구 메시지를 수용할 수도, 거부할 수도 있게 된다고 설명한다(차동필, 2006). 이에, 건강 위험 메시지에 대한 연구들은 위협(심각성과 개연성)과 효능감을 통한 위협 소구 메시지의 설득적 효과(메시지의 수용과 거부)에 관심을 두어 왔으며, 위협과 효능감의 수준을 어떻게 조절하는 것이 의도하는 건강행동을 이끌어낼 수 있는가에 주목해 왔다(Gore & Bracken, 2005; Mckay, Berkowiz, Blumberg, & Goldberg, 2004; Witte, 1992; 차동필, 2007; 최명일, 2007).

확장된 병행과정 모델은 위협 소구와 관련한 일련의 연구들을 종합하고 수정 · 보완하여 제시된 이론이라 할 수 있다(이병관 외, 2013). 위협 소구 혹은 확장된 병행과정모델에 관한 연구들은 천식예방, 에이즈, 농부의 청력보호, 허리케인 관한 뉴스 보도에 이르기까지 다양한 주제 및 분야에 걸쳐 연구되었다(e.g., Goei et.al., 2010; Smith et.al., 2008; 차동필, 2006). 최근 국내 위협 소구 연구를 메타분석한 이병관 외(2013)의 연구는 위협 소구 메시지에 의해 유발된 '공포'는 행동변화를 이끌어내는데 효과적인 수단일 될 수 있음을 제시한 바 있다. 또한, 위티와 앨런(Witte & Allen, 2000)은 음주운전, 흡연, 안전한 성생활 등 다양한 건강 주제 맥락에서 확장된 병행과정모델을 적용한 98편의 연구를 메타분석했는데, 이 모델의 예측대로 고위협/고효능감 메시지가 가장 설득적임을 밝혔다. 그러나 공포소구를 활용한 메시지에 관한 연구들은 위협과 효능감의 수준에 따른 설득적 효과에 합의된 결과를 제시하지 못하고 있으며(차동필, 2007), 때로는 공중의 위험인식이 지나치게 높아 불필요한 공포 및 걱정을 야기시킴으로써 위험 메시지에 대한 수용을 방해하기도 하는 것으로 나타나기도 했다(유선욱 · 박계현 · 나은영, 2010).

www.kci.go.kr

한편, 대인 수준의 대표적인 이론은 사회인지이론이다. 이 이론은 사람들의 행동이 외부적 환경에 대한 행동 관찰, 결과에 대한 이해와 같은 관찰학습으로부터 파생된 개인적, 대인적 정보에 의해 영향을 받는다고 가정한다. 학습은 직접적 혹은 간접적으로도 관찰되어 개인에게 영향을 미치는데, 그 때문에 헬스커뮤니케이션 연구에서 미디어에서 묘사되는 다양한 건강 주제가 수용자에게 미치는 역할을 설명할 때 자주 사용된다(Kim, Paek, & Lynn, 2010; Paek, Kim, & Hove, 2010). 예를 들어 TV 드라마에서 묘사되는 흡연장면이 청소년의 흡연 행동에 영향을 미칠 것을 두려워하여 규제하는 것이나 뉴스에서 자살에 대한 보도 지침을 마련하는 것 등은 학습과 모방, 모델링 등을 통해 행동 변화가 일어난다고 설명하는 사회인지이론에 기반한다.

사회 인지 이론은 개인적, 환경적 요인들과 인간 행동 간의 영향력 관계에 대한 일련의 과정을 체계적으로 제시하는데, 크게는 ① 자기 효능감, ② 목표, ③ 결과에 대한 기대라는 세 가지 요인들이 건강 행동의 중요한 선행변인으로 제시되고 있다(U.S. Department of Health and Human Services, 2005). 또한, 이 이론은 개인의 행동 변화 과정을 구체적으로 주목(attention), 유지(retention), 시도(reproduction), 동기화(motivation), 이행(perfor- mance), 자기 효능감(self-efficacy) 등으로 설명함으로써 헬스커뮤니케이션 영역에서 공중의 건강 행동 변화에 대한 과정을 제시하고 있다(Schiavo, 2007). 특히, 반두라(Bandura, 1997)에 의해 제시된 자기 효능감은 사회인지이론에서 파생된 대표적인 개념으로, 어떤 행동을 성공적으로 수행할 수 있다는 개인의 지각으로 정의된다. 실제로 이 개념은 건강행동을 가장 일관적으로 예측하는 선행변인으로 알려져 있으며, 건강증진 및 중재 프로그램에서 가장 많이 사용되는 이론적 개념이다(Holden, 1992; O'Leary, 1985).

조직/공동체 수준의 이론으로는 1962년 에버렛 로저스(Everett M. Rogers)에 의해 제안된 개혁의 확산이론이 있다. 이 이론은 특정 시점의 새로운 아이디어나 신기술, 신상품이 사회 구성원 중 누구에게 먼저 채택되고, 확산되는지를 설명해 준다(백혜진, 2013a). 구체적으로, 개혁의 확산 이론은 아이디어를 채택하는 속도에 따라 수용자를 개혁자(innovator), 초기 수용자(early

www.kci.go.kr

adopter), 초기 다수 수용자(early majority), 후기 다수 수용자(late majority), 지각 수용자(laggard)로 나누고 있으며, 이러한 개혁의 채택에 대한 단계적 관점은 수용자 세분화에 유용하다. 예를 들어, 새로운 의약품을 사용하도록 촉진하거나, 사람들에게 익숙하지 않은 건강 행동을 도입할 때 소수 개혁자가 누구인지 먼저 찾고, 그 개혁자에게 먼저 소구한 뒤, 그들로 하여금 초기 수용자 및 다른 사회구성원에게 그 제품이나 행동을 전파하도록 하는 것이다(백혜진, 2013a)

또한, 개혁의 확산 이론은 콘돔사용, 금연, 새로운 건강 관련 기술의 수용 등 광범위한 건강 행동 및 프로그램 영역에 걸쳐 적용될 뿐만 아니라(U.S. Department of Health and Human Services, 2005), 건강 증진을 위한 효과적인 커뮤니케이션 메시지 개발 및 교육과 관련하여 공중의 건강 행동 변화를 이해하고자 하는 연구자들의 관심을 받아 왔다(Haider & Kerps, 2004). 다만, 어떠한 새로운 아이디어나 개혁이 혁신자로부터 지각 수용자에게 이르기까지 전 사회로 확산되는 데는 오랜 시간이 걸리기 때문에 이 이론을 총체적으로 검증하는 연구는 많지 않아 보인다.

마지막으로, 대표적인 다수준 이론으로써 사회생태학모델이 있다. 이는 개인의 행동이 다양한 사회적 물리적 환경과 상호작용하면서 결정된다는 것을 강조하는 유리 브론펜브레너(Urie Bronfenbrenner)의 생태시스템 이론을 스토콜스(Stokols, 1992, 1996)가 사회생태학 모델로 발전시켜 공중보건과 건강증진 분야에 적용시켰다. 이 모델의 세 가지 핵심 전제는 첫째, 개인의 건강과 안녕은 개인의 행동은 물론 환경적 조건과의 결합에 의해 영향 받고, 둘째, 건강 증진을 위해서는 다차원적이고 복잡한 성질의 인간 환경을 이해해야 하며, 셋째, 인간 행위자와 환경은 개인, 단체/조직, 그리고 국가 전체 등 다양한 차원에서 연구되어야 한다는 것이다(Paek, Hove, & Oh, 2013). 예를 들어 아동비만의 경우, 특히, 개인의 건강한 식생활과 활발한 신체활동으로 비만을 예방할 수 있지만 그것만으로는 부족하며, 그 개인이 속한 단체나 조직의 식생활과 운동에 대한 규범은 물론, 미디어에 노출되는 패스트푸드 광고, 그리고 국가 차원의 비만 예방 정책이나 패스트푸드 광고에 대한 규제 등이 함께 고려될

www.kci.go.kr

때 개인의 비만 예방 행동이 성공적일 수 있다는 것이다. 따라서 공중보건 연구자들은 사회생태학 모델을 적용한 건강 증진 프로그램은 다양한 환경적 자원, 커뮤니티 환경, 정책 등을 함께 개선할 때 가장 성공적으로 개인의 행동을 변화시킬 수 있음을 깨달았고, 이 모델은 흡연예방, 아동비만 예방 등 다양한 건강주제에 사용되었다(예: Paek, et al., 2013). 그러나 국내 헬스커뮤니케이션 연구에서는 그 활용도가 미비해 보인다.

종합하면, 위에서 설명한 헬스커뮤니케이션 이론들은 여러 학문 영역에서 빌려와 다양한 건강주제에 적용되어 연구됨으로써 경험적 증거를 쌓는데 기여했다. 실제로 지난 22년간 *Health Communication* 저널에 실린 642편 연구들의 경향을 내용 분석한 연구 결과에 따르면, 가장 많이 인용된 이론이 계획된 행동이론인 것으로 나타났으며, 그 뒤를 이어 사회 인지이론, 확장된 병행과정모델 등이 각각 높은 빈도를 보여 공중의 건강관련 신념, 태도, 행동을 이해하는 데 유용하게 활용되고 있음을 보여 주었다(Kim et. al, 2010). 그러나 이러한 이론들은 다른 학문에서 발전되어 헬스커뮤니케이션 연구 분야에 적용되었기 때문에 커뮤니케이터, 메시지, 미디어 혹은 채널 등 커뮤니케이션 과정의 요인들을 설명하지 못하고 수용자의 지각과 신념, 행동에 주로 초점이 맞추어져 있다. 다만, 확장된 병행 과정 모델만이 거의 유일하게 헬스커뮤니케이션 상에서 위협 소구에 대한 수용자 반응과정을 설명하려는 목적으로 개발되어 메시지와 수용자를 함께 설명하고 있지만, 후속 경험 연구들이 모델의 예측과 일관적인 결과를 내지 못한다는 점에서 한계를 가지고 있으며, 위협 소구 메시지에 대한 수용자의 반응이라는 특정맥락에 국한되는 태생적 한계를 가지고 있다. 따라서 커뮤니케이션 모델의 요인들을 설명하면서 헬스커뮤니케이션의 궁극적인 목표인 수용자의 행동변화를 설명하는 통합적 이론을 발전시킬 필요가 있다. 또한, 다 수준 모델인 사회생태학 모델은 개인뿐 아니라 개인을 둘러싼 다양한 환경을 이해하고 개인의 건강에 대인과 조직 등의 역할을 강조하지만 구체적으로 어떠한 과정과 전략을 통해 그 역할이 이행되는지에 대한 설명이 부족하다. 따라서 개인을 넘어선 다양한 공중 간의 관계와 수용자 세분화를 핵심적으로 다루는 PR학은 이러한 헬스커뮤니케이션 이론들

www.kci.go.kr

의 한계를 극복하는 데 중요한 역할과 기여를 할 수 있을 것으로 보인다.

3. PR 분야에서의 헬스커뮤니케이션 연구 현황과 특징

1) PR학과 헬스커뮤니케이션

국내에서는 1990년대 후반부터 몇몇 연구자들을 중심으로 건강 관련 커뮤니케이션 분야의 논문이 발표되기 시작했으며, 헬스커뮤니케이션이나 캠페인의 영역을 포괄하는 연구들이 광고 · 홍보학 분야에 소속된 연구자들을 중심으로 공중보건, 질병예방의 이슈를 다루면서 발표되기 시작하였다(한미정, 2006). 특히 2000년대 후반 이후에 들어서 헬스커뮤니케이션 분야에 대한 연구가 활발하게 이루어지고 있는데, 2007년 커뮤니케이션 학자들을 중심으로 한국헬스커뮤니케이션 연구회 설립을 시작으로, 2009년에는 아시아 최초로 '헬스커뮤니케이션'이라는 명칭을 가진 학회, '*한국헬스커뮤니케이션학회 (Korea Health Communication Association)*'가 공식적으로 창립되어 (Paek, et al., 2010), 현재까지 건강이슈에 관한 사회적 합의 도출을 위한 커뮤니케이션의 역할에 대해 많은 학문적 논의들이 진행 중에 있다. 한국과 미국의 헬스커뮤니케이션 연구 경향을 분석한 박성철 · 최진명 · 오상화(2008)는 미국의 경우 헬스커뮤니케이션 연구자의 전공 분야가 의학, 사회과학, 공중보건과 같이 다양한 영역에 걸쳐져 있는 반면, 한국의 경우 연구자 대부분이 커뮤니케이션 관련 학과에 소속되어 있다고 보고하고 있으며, 내용적인 면에서는 건강 · 질병에 대한 일반 수용자의 메시지 효과에 대한 연구가 대다수를 차지하고 있다고 보고한 바 있다. 특히 국내의 경우 PR학자들이 건강 및 위험, 위기와 관련된 다양한 주제들을 다루고 헬스커뮤니케이션 및 공중보건에서 활용되는 다양한 이론에 관심을 갖고 적용하는 연구들을 종종 볼 수 있다.

PR은 19세기 후반부터 미국을 중심으로 발전된 설득커뮤니케이션의 한 유형으로서 사람들을 그들의 의사와는 상관없이 설득하는 퍼블리시티의 개념으로 시작하여 쌍방향 커뮤니케이션, 상호관계 및 조직행동의 개념들을 수용

www.kci.go.kr

하면서 발전되어 왔다(최윤희, 2008). PR을 다양한 공중과의 관계를 형성하고 소통하는 것으로 이해한다면 헬스커뮤니케이션학에서 PR의 의미는 더욱 중요해진다(백혜진, 2013b). 특히, 최근 조류독감, 신종인플루엔자, 멜라민, 방사능 문제 등 다양한 사회 · 환경적 맥락에서 발생하는 위험 이슈들은 개인의 건강과 관련하여 더욱 많은 관심을 불러일으키게 되었다. 따라서 공중과의 관계구축을 통한 상호이해와 설득을 기반으로 하는 PR 학문 영역은 헬스 커뮤니케이션과 관련하여 공중으로 하여금 건강증진을 촉구하기 위한 목적에서 실시되는 설득적 맥락에서 더욱 유용한 것으로 보인다. 건강에 대한 관심이 증대되고 사회적으로 관리되어야 할 질병이 증가함에 따라 정부 차원에서 국민의 건강 증진을 위한 다양한 방법을 모색하고 있으며, 헬스커뮤니케이션 연구 또한 정책적으로 실천 가능한 커뮤니케이션 전략을 탐색하고 있다. 이에, 공중 스스로가 보다 건강한 삶을 영위하도록 하기 위해 보다 효과적인 커뮤니케이션 접근 방법을 개발하는 데 PR 분야의 연구에서 시도되는 공중 설득에 관한 논의는 헬스커뮤니케이션 연구 및 전략적 접근 개발에 더욱 발전적 기여를 할 것으로 보인다.

사실 헬스커뮤니케이션에 있어 PR학의 중요성은 최근의 일이 아니다. 일찍이 게팅 (Getting, 1949)은 공중 보건(public health)을 사업적 관점으로 보는 시각이 중요함을 지적하면서, 공중 보건을 담당하는 정부 기관들이 질병이나 신체적 장애를 예방하는 것을 독자적으로 해결할 수 없기 때문에 의료 전문가들과 병원, 그리고 다른 커뮤니티 기반의 자원들을 적극적으로 활용할 필요가 있으며, 이러한 다양한 조직들과의 협력을 이루어내기 위해서는 PR학에서 강조하는 '관계관리'의 영역을 효과적으로 활용함으로써 보다 구조화된 계획의 실행이 필요하다고 하였다.

또한, 위넷과 월락(Winnett, & Wallack, 1996)은 건강증진에서 PR의 목적은 개인과 관련된 조직의 임무를 지지하는 전문적, 사회적 환경을 양성하는 것으로서, 구체적으로 ① 조직의 활동을 활성화하거나 방해하는 "공중"과의 관계와 신뢰를 형성하고, ② 커뮤니케이션 노력을 통해 조직의 이미지를 유지시키며, ③ 조직의 전문적 경쟁적 지위에 해를 입히는 위협을 예측하고 억제하

www.kci.go.kr

며, ④ 현재의 사회적 전문적 분위기에 대한 깊은 이해를 발전시킴으로써 조직이 변화하는 조건에 쉽게 적응하고 또한 개인의 행동변화를 수월하게 함으로써 성취된다고 주장했다(백혜진, 2013b). 이러한 개념은 헬스커뮤니케이션 분야의 연구가 수용자의 정보 처리 과정이나 위협 소구 등 효과적인 메시지의 소구나 제시방법(프레임)에 치우쳐 있었다면, PR학의 개입으로, 메시지의 생산자이자 커뮤니케이터로서 질병관리본부나 보건 복지부와 같은 국가 조직의 효과적인 활동이 수용자 개인의 건강행동에 영향을 줄 수 있음에 주목할 수 있다. 즉, 수용자 개인과 신뢰 있는 관계를 형성하고, 메시지를 전달하는 미디어(채널)와의 우호적인 관계를 지속하며, 다양한 공중들과의 관계 형성 및 강화를 통해 건강행동 실천을 위한 사회적 지지를 이끌어 내는 것이 공중의 건강에 중요하다는 것을 강조할 수 있다.

이러한 맥락에서, 실제로 국내 PR학에서 헬스커뮤니케이션 연구의 비중, 연구되는 이론과 접근 방법, 그리고 헬스 커뮤니케이션 연구에서 PR학 이론과의 접목 정도를 파악하는 것은 헬스커뮤니케이션의 이론적 발전과 그 안에서 PR학의 역할을 재정립하기 위해 선결되어야 할 중요한 과제라고 할 수 있다. 따라서 본 연구는 국내 커뮤니케이션학, 특히 언론학의 대표 학술지라 할 수 있는 ≪한국언론학보≫와 PR학 관련 대표 학술지인 ≪홍보학연구≫, ≪광고홍보학보≫에서 다루어진 헬스커뮤니케이션 연구 경향을 비교 분석함으로써, ① 언론 관련 저널에 비교해 PR학 관련 저널에서 헬스커뮤니케이션 관련 논문의 비중, ② 헬스커뮤니케이션 연구의 이론과 연구영역, ③ 다루어지는 대 주제 및 건강 이슈 등을 살펴보고자 한다.

2) PR 분야에서 헬스커뮤니케이션 연구의 특징: 내용분석 결과

본 연구는 2004년부터 2012년까지 ≪홍보학연구≫와 ≪광고홍보학보≫, 그리고 ≪한국언론학보≫ 총 3개의 학술지에 나타난 헬스커뮤니케이션 연구들을 수집함에 있어 학술지 검색 사이트를 활용하였다. “헬스커뮤니케이션 연구”는 내용적 측면에서 헬스커뮤니케이션에 대한 선행 연구들의 정의를 참고하여, ‘개인, 조직, 공중에게 중요한 건강 이슈에 관한 정보’를 포함하고 있거나

www.kci.go.kr

‘개인 또는 공중의 건강증진에 영향을 미칠 수 있는 사회 · 환경적 요인들’을 다루고 있는 연구로 조작적 정의하였다. 따라서 세부 연구 주제로 의료커뮤니케이션, 헬스 프로모션, 헬스케어 비즈니스, 건강정보 분야의 연구가 포함되었다.

국내 PR학 및 커뮤니케이션 분야의 학술지에 나타난 헬스커뮤니케이션 연구 경향을 살펴보기 위해, 연구에 사용된 ‘건강이슈’와 ‘연구영역’, ‘이론’, ‘연구내용’을 중심으로 살펴보았다. 먼저, 건강 이슈의 경우 박성철 · 최진명 · 오상화(2008)의 기준을 참고하여 연구자가 사전에 연구 대상 논문들을 검토한 후 개별 연구들이 다루고 있는 구체적인 질병이나 건강 위험 이슈, 혹은 건강 행위들을 검토하여 분류하였으며, 연구영역의 경우 커뮤니케이션 수준에 따라 헬스커뮤니케이션 연구의 접근 방법을 구분한 크렙스 외(Kreps, et al., 1998)의 연구를 참고하여 자아커뮤니케이션, 대인커뮤니케이션, 집단 커뮤니케이션, 조직 커뮤니케이션, 사회적 커뮤니케이션으로 각각 구분하였다. 이론의 경우 김 외(Kim, et al., 2010)의 연구를 참고하여 ‘연구의 가설이나 주장이 이론에 의해서 도출된 것인가’를 기준으로 하여 연구의 이론적 배경에서 해당 이론을 언급하고 있으면서, 연구문제나 가설을 통해 해당 이론에서 등장하는 개념을 사용하는 경우로 한정하여 이론 사용 여부를 파악하였다. 또한, 주요 이론들을 검토함에 있어 일반적으로 ‘이론’ 혹은 ‘모델’이라고 언급되는 것뿐만 아니라 사회과학 이론으로부터 파생되어 다양한 이론들에 영향을 미치는 변인들 까지도 고려하였다. 이에, 헬스커뮤니케이션의 주요 이론인 건강신념모델, 계획된 행동이론, 확장된 병행과정모델 등은 물론, 자기효능감, 사회적 지지, 낙관적 편견과 같은 헬스커뮤니케이션 연구에서 자주 사용되는 개념들도 포함되었다.

연구내용의 경우 박성철 · 최진명 · 오상화(2008)의 연구를 참고하여 커뮤니케이터, 채널, 수용자, 메시지, 상호작용, 평가연구, 기타로 각각 구분하였다. 분석을 위해 두 명의 코더가 코딩 과정에 참여하였으며, 코더 간 일치하지 않는 부분에 있어서는 연구자와 코더가 해당 문헌을 재검토하며 협의하는 과정을 거쳤다.

www.kci.go.kr

〈표 1〉 주요 이론 사용 현황

구분		N	%	구분		N	%
헬스 커뮤니케이션 이론	건강신념모델	9	7.6		IMB모델	1	0.8
	계획된 행동이론	8	7.6		감각추구성향	1	0.8
	공포소구/EPPM	6	5.1		총계	28	23.7
	자기효능감	4	3.4	PR 이론	조화의 우연성 이론	1	0.8
	사회 학습 이론	3	2.5		위기관리 시스템 모델	1	0.8
	보호 동기 이론	1	0.8		총계	2	1.7
	주관적 규범	1	0.8	커뮤니케이션 이론/개념	메시지 프레이밍	8	6.8
	총계	32	27.1		제 3자 효과	6	5.1
헬스 커뮤니케이션 관련 개념/모델	낙관적 편견	4	3.4		정보원 신뢰도 및 특성	5	4.2
	사회적 지지	3	2.5		설득전략 (메시지기법)	5	4.2
	관여도	3	2.5		침묵의 나선	2	1.7
	기대-가치 이론	2	1.7		커뮤니케이션스타일	2	1.7
	자아 존중감	2	1.7		사회적 거리감	2	1.7
	설득 지식 모델	2	1.7		예시이론	1	0.8
	문화감수성접근	1	0.8		전망이론	1	0.8
	낙인	1	0.8		설득적 건강 메시지(PHM)	1	0.8
	BAS/BIS	1	0.8		개혁 확산 이론	1	0.8
	사회적 규범	1	0.8		상호지향성모델	1	0.8
	지각된 위험	1	0.8		다원적 무지	1	0.8
	사회 통제 이론	1	0.8		심리적 반발이론	1	0.8
	위험지각태도모델	1	0.8		분노행동주의모델	1	0.8
	위험커뮤니케이션 증폭모델	1	0.8		사회적 자본	1	0.8
					총계	39	33.1
	사회비교이론	1	0.8	기타		4	3.4
	상호작용성	1	0.8	없음		13	11.0
전체						118	100

주: 다중응답 결과임.

www.kci.go.kr

(1) 헬스커뮤니케이션 이론에 대한 상대적 관심과 적용

≪홍보학연구≫의 경우 2004년부터 2012년까지 게재된 총 188개의 연구 논문 중 11개(5.9%), ≪광고홍보학보≫의 경우 총 381개의 연구논문 중 25개(6.6%)의 연구가 추출되었으며, ≪한국언론학보≫의 경우 920개의 논문 중 37개(4.0%)가 각각 추출되었다. 각 학술지 별로 헬스커뮤니케이션 연구의 비중을 살펴보면 PR학 분야의 학술지인 ≪홍보학연구≫와 ≪광고홍보학보≫의 경우 전체 논문 중 헬스커뮤니케이션 연구가 6.33%를 차지해 ≪한국언론학보≫에 비해 헬스커뮤니케이션 연구가 상대적으로 많이 게재된 것으로 나타났다. '커뮤니케이션'의 하부 학문으로서의 헬스커뮤니케이션이 언론학을 포함한 커뮤니케이션 전반을 다루는 ≪한국언론학보≫보다 PR 학술지에 더 많이 나타났다는 것은 PR 분야의 학자들이 헬스커뮤니케이션 연구에 대한 관심이 더 크다는 것을 드러내는 대목이다.

≪홍보학연구≫의 경우 게재된 모든 연구들에서 헬스커뮤니케이션 관련 이론이나 개념들을 사용하는 것으로 나타났으며, ≪광고홍보학보≫는 88%의 연구가 이론을 사용한 반면, 12%가 이론이나 개념을 적용하지 않는 것으로 나타났는데, 이들 연구들은 주로 2008년 이전에 이루어진 연구들인 것으로 나타났다. 따라서 PR 분야의 최근 연구들은 모두 이론/개념들을 적용하고 있는 것으로 보인다. 한편, ≪한국언론학보≫의 경우 27%의 연구들이 이론 없이 단순히 '건강 이슈'를 다루고 있는 것으로 나타났는데, 이들 연구의 상당수가 언론의 '건강보도방식'에 관한 연구들로, 헬스저널리즘이라 불리는 영역에 해당하는 것으로 보인다.

본 연구의 분석 대상인 3개 학술지에 게재된 헬스커뮤니케이션 연구들에 적용된 이론의 유형을 살펴보면, 국내 연구들의 경우 헬스커뮤니케이션 이론을 사용하는 경우가 27.1%, 헬스커뮤니케이션 분야에서 주로 사용되는 개념들을 사용하고 있는 경우가 23.7%, 커뮤니케이션 분야의 이론들이 33.1%로 나타났으며, PR 분야의 이론이 헬스커뮤니케이션 연구에 접목된 경우는 1.7%에 그치는 것으로 나타났다.

www.kci.go.kr

이 중 PR 분야의 학술지의 경우 헬스커뮤니케이션 이론이 36.5%, 헬스커뮤

〈표 2〉 학술지 유형별 연구 접근 방식

이론	PR 분야		한국언론학보	
	N	%	N	%
자아 커뮤니케이션	23	63.9	17	45.9
대인 커뮤니케이션	2	5.6	1	2.7
조직 커뮤니케이션	2	5.6	0	0.0
사회적 커뮤니케이션	8	22.2	10	27.0
기타	1	2.8	9	24.3
전체	36	100.0	37	100.0

니케이션 관련 개념 및 연관 이론들이 22.2%로 상당수를 차지했다. ≪한국언론학보≫의 경우 헬스커뮤니케이션 이론이 적용된 연구는 17.9%에 그쳤으며, 헬스커뮤니케이션 관련 개념을 적용한 경우는 25.0%인 것으로 나타난 반면, '커뮤니케이션 관련 이론'이 37.5%로 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 나타났다.

(2) 개인/자아 수준에서 수용자 이해에 관한 높은 연구 비중

PR 분야의 학술지에서 자아커뮤니케이션 연구 비중이 63.9%를 차지해 커뮤니케이션 분야에 비해 상대적으로 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났으며, 사회적 커뮤니케이션 분야의 비중은 PR 분야 학술지(22.2%), ≪한국언론학보≫(27.0%) 모두 비슷한 수준으로 나타났다. 이들 사회적 커뮤니케이션 연구들의 대부분은 언론이나 온라인 매체 등 사회적 파급효과가 있는 정보원들에 의해 제시되는 건강 관련 정보들의 효과에 대한 연구들이기 때문에, PR학 분야뿐만 아니라 ≪한국언론학보≫의 연구들에서도 상대적으로 비중 있게 다루어지고 있는 것으로 보인다. 한편, 본 연구의 대상인 헬스커뮤니케이션 연구들 중 PR학과 밀접한 관련이 있는 조직 커뮤니케이션 연구들의 경우 ≪한국언론학보≫에는 없는 것으로 나타난 반면, PR 분야의 연구에서는 조수영과 카메론(Cho & Cameron, 2009), 김은진(2011)의 연구 2건(5.6%)이 존재

www.kci.go.kr

〈표 3〉 학술지 유형별 연구 내용

이론	PR 분야		한국언론학보	
	N	%	N	%
커뮤니케이터	2	5.6	9	24.3
메시지	5	13.9	7	18.9
채널	1	2.8	1	2.7
수용자	16	44.4	17	45.9
평가연구	2	5.6	0	0.0
상호작용[3]	8	22.2	2	5.4
기타	2	5.6	1	2.7
전체	36	100.0	37	100.0

하는 것으로 나타났다.

PR 분야 학술지들과 ≪한국언론학보≫ 각각에 어떤 내용의 연구들이 주로 나타나는지 살펴본 결과 두 분야 모두에서 '수용자'에 대한 연구가 절반 가량을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 한편, PR 분야 학술지의 경우에는 '상호작용' 연구가 22.2%로 그 다음으로 높은 비중을 차지하는 반면, ≪한국언론학보≫에서는 '커뮤니케이터'에 대한 연구가 24.3%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 메시지에 대한 연구는 PR 분야(13.9%)가 ≪한국언론학보≫(18.9%)보다 상대적으로 낮은 비율을 차지한 반면, 채널 연구는 두 분야 모두 각 1개씩 나타났다. 마지막으로, 평가연구의 경우 PR 분야의 학술지에서만 5.6%가 나타난 반면, ≪한국언론학보≫에서는 헬스커뮤니케이션의 효과를 평가하는 것에 초점을 둔 연구는 존재하지 않는 것으로 나타났다.

3) 상호작용의 경우 '수용자+메시지', 커뮤니케이터+메시지'와 같이 두 개 이상의 개념이 동시적으로 사용된 경우임.

www.kci.go.kr

〈표 4〉 학술지 유형별 건강주제

건강 주제	PR 분야		한국언론학보	
	N	%	N	%
비만	2	5.3	1	2.6
암	4	10.5	2	5.3
음주/폭음	5	13.2	3	7.9
흡연	4	10.5	0	0.0
구강건강	1	2.6	0	0.0
고혈압	1	2.6	0	0.0
당뇨병	2	5.3	0	0.0
신종출몰 질환 (신종플루,조류독감,광우병 등)	3	7.9	8	21.1
학교폭력	1	2.6	0	0.0
마약/약물사용	1	2.6	1	2.6
결핵	1	2.6	0	0.0
의료 커뮤니케이션	1	0.0	0	0.0
다이어트/신체이미지	0	0.0	3	7.9
성, 음란물/성매매	0	0.0	2	5.3
헌혈/수혈	0	0.0	1	2.6
정신건강/중독	0	0.0	2	5.3
장기기증	0	0.0	2	5.3
건강정보/리터러시	2	5.3	0	0.0
의료분쟁	1	2.6	0	0.0
식품 섭취	2	5.3	2	5.3
에이즈	3	7.9	3	7.9
자살	0	0.0	2	5.3
의약품	0	0.0	1	2.6
기타	1	2.6	2	5.3
없음	3	7.9	3	7.9
전체	38	100.0	38	100.0

주: 다중응답 결과임

www.kci.go.kr

(3) 에이즈, 암, 흡연과 같이 일반적 질병에 초점을 둠

연구 분야별로 어떤 건강 주제들이 다루어지는지 살펴본 결과 ≪한국언론학보≫의 논문에서 PR 분야 학술지들의 논문보다 더욱 다양한 주제가 다루어지고 있는 것으로 나타났다. 가령, ≪한국언론학보≫에 실린 논문들은 다이어트/신체이미지, 헌혈/수혈, 정신건강/중독, 장기기증, 자살, 의약품 문제 등의 주제와 같이 사회적으로 이슈가 되었던 주제들이 일부 다루어지고 있었다. 반면, PR 분야 학술지들에 게재된 연구에서는 이러한 주제들이 다루어지지 않은 것으로 나타났다. 한편, PR 분야의 연구들에서는 흡연, 구강건강, 고혈압, 당뇨병과 같이 질병이나 습관성 건강행동에 대한 부분들이 상당 부분 다루어진 반면, ≪한국언론학보≫에서는 전혀 다루어지지 않은 것으로 나타났다.

4. 헬스커뮤니케이션의 이론적 전략적 발전을 위한 PR학의 역할에 대한 논의

1) 내용 분석 결과의 함의

위의 내용분석 결과를 보면, 앞으로 PR학이 헬스커뮤니케이션의 이론 및 전략적 발전이나 연구 방향에 기여하는데 있어 몇 가지 함의점을 제공한다.

첫째, 내용분석 결과는 PR학 저널에서 나타나는 헬스커뮤니케이션 연구들은 ≪한국언론학보≫ 연구들에 비해 헬스커뮤니케이션 이론이나 개념들을 더욱 많이 적용하고 있는 것으로 나타났다. 또한 PR 분야 학술지의 연구들은 ≪한국언론학보≫보다 커뮤니케이터, 채널, 수용자, 메시지 중 두 가지 이상의 영역을 고려하고 있는 경우가 상대적으로 많았다. 이러한 결과는 PR 분야의 연구들이 다양한 커뮤니케이션 요소들을 고려하여 보다 전체적인 커뮤니케이션 효과를 검증하고자 하는데 더욱 주목하고 있음을 추측해 볼 수 있다.

둘째, 대부분의 헬스커뮤니케이션 연구가 자아 커뮤니케이션 연구에 집중되어 있고, 커뮤니케이션 모델에 따른 내용에서는 수용자와 메시지에 집중되어 있는 것으로 나타났다. 전략적 커뮤니케이션의 맥락에서 공중에 대한 기본

www.kci.go.kr

적인 이해와 그들을 설득시키기 위한 메시지의 개발도 중요하지만, 어떠한 커뮤니케이션 채널을 사용하고, 누구를 커뮤니케이터로 활용할 것인가에 대한 문제 또한 중요한 문제다. 그러나 지금까지의 국내 PR학술지에 실린 헬스커뮤니케이션 연구는 커뮤니케이터와 채널 등에 관한 연구가 상대적으로 부족한 것으로 보인다. 따라서, 개인의 태도 · 행동 변화를 이끄는 심리적 과정에 대한 논의뿐 아니라, 대인과 조직, 사회의 차원을 함께 고려함으로써 개별 수용자로서의 공중을 넘어 보다 다양한 상황적 맥락에서 조직화된 공중을 고려한 전략의 접근에 대한 연구 또한 필요할 것으로 보인다.

셋째, 국내 헬스커뮤니케이션 연구들은 다양한 건강 주제를 다루고 다양한 이론을 적용하고 있었지만, 새롭게 발전되거나 보다 확장된 이론적 개념을 소개하고 적용하는 연구는 부족했다. 하나의 학문이 발전하기 위해서는 다른 분야에서 빌려온 이론과 이론적 개념들을 그 분야의 맥락에 맞게 교정하고 확장하며, 새롭게 개발하는 노력이 필요하다. 커뮤니케이션학문이 "학문의 십자로"라 불리우며 다양한 학문에서 이론적 개념과 원리를 빌어와 발전했다면, 커뮤니케이션의 하위분야로서 헬스커뮤니케이션도 이와 비슷한 과정을 거쳐왔다. 이러한 맥락에서 공중을 세분화하고, 공중과 보다 효과적으로 커뮤니케이션하기 위한 방법론적 논의를 제공하는 공중 상황 이론(Situational theory of publics)과 같은 PR이론들은 헬스커뮤니케이션의 공중의 특성을 파악하는 데 유용할 것으로 보인다. 또한 PR의 이슈관리나 위기관리 영역에 대한 연구들은 기업으로부터 발생할 수 있는 건강 문제나 신종전염병의 확산과 같은 공중보건위기 문제 등의 해결을 위한 전략적 접근을 제공할 수 있을 것으로 보인다.

2) 헬스커뮤니케이션의 전략적 발전을 위한 PR학의 역할

헬스커뮤니케이션의 접근 방법이나 시각이 의사 중심에서 환자 중심, 즉, 공중 중심으로 변해온 점을 감안해 본다면(백혜진 · 이혜규, 2012), PR학에서 다루는 다양한 공중 관계관리, 그리고 쌍방향 커뮤니케이션에 대한 논의는 헬스커뮤니케이션 학문에 이론적, 실무적으로 다양하게 기여 할 수 있다. 특히,

www.kci.go.kr

PR4모델에서 논의되는 실무적 영역으로서 언론대행/퍼블리시티, 공공정보, 쌍방향 균형, 쌍방향 불균형 커뮤니케이션 모형은 헬스커뮤니케이션에서 논의되는 다양한 맥락의 커뮤니케이션 접근과 PR실무 영역 간의 접점을 모색하는 데 적어도 세 가지 차원에서 도움이 될 수 있다.

첫째, 사회적 파급력과 영향력이 높은 언론을 대상으로는 에이즈나 결핵과 같은 사회적 질병의 발생과 전염 문제를 비롯하여, 다양한 건강 문제에 대한 대 공중 교육을 위한 공공정보(publicity)의 제공이 가능하다. 특히, 건강 문제가 미디어 뉴스와 정보 관련 보도로부터 점점 더 많은 관심을 받아 온 점을 미루어 볼 때, PR은 미디어를 통한 건강 이슈의 제시와 논의에 중요한 역할을 수행할 수 있다(Springston & Lariscy, 2003; 이병관 · 백혜진 역, 2010).

둘째, 특정 질병에 노출 가능한 개인들을 대상으로 하는 건강 위험 커뮤니케이션 차원에서는 비만, 암, 당뇨병 등의 예방을 위한 설득적 공중 건강 캠페인을 기획할 수 있다. 공중의 태도로부터 조직의 입장을 전달하는 설득을 목적으로 하는 쌍방향 불균형(two-way asymmetrical) 모델의 접근은 건강 캠페인 기획에 있어 공중의 건강 문제에 대한 지식, 신념, 태도, 그리고 행동 등에 대한 조사가 기초되어야 함을 지지해 준다. 따라서 PR학에서 논의되는 다양한 설득 메시지 기법과 효과에 대한 연구들은 건강 캠페인을 기획함에 있어 공중 설득을 위해 어떠한 메시지 혹은 커뮤니케이션 전략을 사용해야 하는지에 대한 근거를 제시해 줄 것으로 보인다.

셋째, 특정 지역이나 하부 문화 집단, 혹은 환자 집단 등을 대상으로 하는 커뮤니케이션 중재(intervention)를 통한 사회적 지지와 같은 관계구축 활동 등을 고려할 수 있다. PR학에서 논의되는 쌍방향 균형(two-way symmetry) 모델은 조직과 공중의 협력적 옹호에 기반한다(Grunig, 2001). 이는 커뮤니케이션의 주체가 되는 양자가 상호간의 이해를 바탕으로 하여 보다 발전적인 결과를 창출하는 것을 의미한다. 따라서 공중과의 네트워크 구축을 통한 효과적인 관계관리 접근법을 제시하는 PR학의 연구들은 환자집단을 대상으로 하는 프로그램 기획에 있어서 도움을 줄 수 있다.

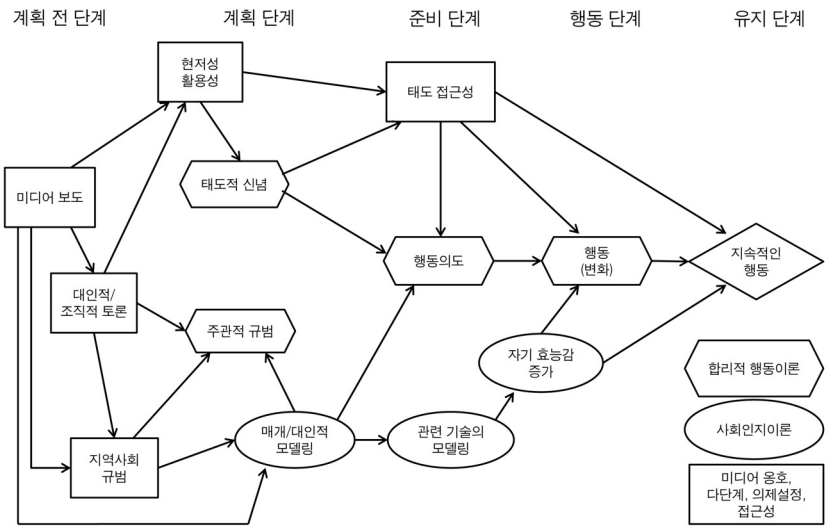
www.kci.go.kr

3) 헬스커뮤니케이션의 이론적 발전을 위한 PR학의 역할

내용분석 결과에서도 볼 수 있듯이 헬스커뮤니케이션의 연구의 대다수가 아직도 자아/개인 수준에 초점을 맞추는 이론들을 적용하고 있으며, 새로운 이론이나 조직 및 더 큰 환경을 고려하는 사회생태학적 모델을 적용하는 연구는 미비했다. 또한, PR학 이론을 적용한 헬스커뮤니케이션 연구도 상당히 부족했다. 특히 수용자 세분화와 전략적 관계관리를 중시하는 PR학의 근본적인 개념은 주요한 헬스커뮤니케이션 이론의 한계를 극복하는 통합 모델을 개발하는 데 중요한 역할을 할 수 있다.

헬스커뮤니케이션 이론의 한계 – 즉 자아/개인적 수준에 머물러 있다는 점과 송신자, 채널, 메시지 등 커뮤니케이션 과정을 설명하지 못하는 – 를 극복하기 위해 수용자 세분화 개념이 포함된 변화단계 모델, 매스커뮤니케이션 이론, 그리고 사회적 지지와 공동체 규범 등 조직 수준의 관계를 강조해야 한다.

〈그림 1〉 변화단계에 따른 미디어 효과, 태도, 행동



출처: I*ntegrating application of media effects, persuasion and behavior change theories to communication campaigns: A stages of change framework*, Slater, 1999, Health Communication, 11, p. 339.

이러한 통합적 모델을 개발하려는 노력은 슬레이터(Slater, 1999)에 의해 한때 제안된 바 있다.

이 모델은 행동변화단계 모델을 큰 축으로 하여 각 단계에서 다음의 행동단계로 넘어갈 때 필요한 이론적 개념을 사회인지 이론, 합리적 행동이론 등 헬스커뮤니케이션의 주요 이론과 미디어 노출, 미디어 프라이밍(접근성과 현저성) 등 미디어 효과 이론, 대인 커뮤니케이션, 사회 규범 등 자아 커뮤니케이션을 넘어선 대인과 조직/사회 커뮤니케이션의 요인들을 〈그림 1〉과 같이 제시한다.

이 모델에 따르면, 행동변화단계모델에서 첫 단계인 사전숙고단계에서 "행동의 변화를 고려하지 않는 사람들"은 그 권장행동의 필요성이나 건강주제를 다루는 미디어에 많이 노출됨으로써 행동의 변화를 숙고하는 다음 단계로 넘어가야 한다. 이 과정에서 건강이슈와 관련하여 미디어에 많이 노출되는 것이 중요한데, 이는 미디어의 노출이 대인 및 조직에서의 소통에 영향을 주고 그 이슈가 머릿속에서 현저해지면서(프라이밍) 그에 따라 개인의 신념에 영향을 주기 때문이다. 이 신념은 합리적 행동 이론의 설명에 따라 행동의도와 행동, 그리고 지속적인 행동으로 옮겨가게 된다. 한편, 가족이나 친구 등 대인과의 커뮤니케이션은 개인이 속한 지역사회의 규범에 영향을 주고 또 주관적 규범(개인에게 소중한 사람들이 자신이 그 행동을 따라야 한다고 생각할 것이라는 지각)에 영향을 준다. 이러한 규범에 대한 지각은 또한 행동의도에 영향을 주게 된다. 한편 합리적 행동이론의 한 예측변인으로써 태도는 행동 준비단계에서 중요한 역할을 하며 행동의도, 행동, 지속적인 행동에 영향을 주게 된다. 사회 인지 이론에서 설명하는 모델링은 기존의 규범에 영향을 받지만 주관적 규범에 영향을 주기도 하고 직접적으로 행동의도에 영향을 주거나 자기 효능감을 증가시켜 행동변화를 일으키기도 한다. 마지막으로, 행동준비단계에서는 어떤 행동에 대한 태도가 중요한 역할을 함으로써 행동의도, 행동, 지속적인 행동에 직접적으로 영향을 줄 수 있다.

다소 복잡하지만 이 통합모델은 건강행동의 변화와 유지에 있어 다양한 개인적, 대인적, 조직적 요인들을 고려함은 물론, 수용자의 행동 변화단계에 따

www.kci.go.kr

라 어떠한 요인들이 더 중요한 역할을 하는지를 제시한다. 이는 수용자를 세분화할 필요성뿐만 아니라 각 행동변화단계에 있는 수용자들에 맞게 헬스커뮤니케이션의 목적, 그리고 전략에 사용할 요인들을 차별화해야 함을 의미한다.

변화단계모델이 함의하는 수용자 세분화의 개념은 소셜 마케팅, 헬스커뮤니케이션 에서도 자주 거론되는 개념이지만 PR의 대표적인 학자인 그루닉 역시 주목한 개념이다. 그루닉(Grunig, 1989)의 정의에 의하면 수용자 세분화는 인구 집단이나 시장, 수용자를 다른 집단과는 성질이 다르되, 그 집단 안에서는 동질적인 하부 집단으로 나누는 것이다 (Slater, 1996; 백혜진 · 이혜규, 2012). 헬스 커뮤니케이션은 사람들의 행동을 바꾸는 것이 궁극적인 목표이기 때문에 캠페인 수용자를 행동 변화의 결정 요인이 비슷한 사람들끼리 묶는다면 캠페인의 메시지나 중재 전략을 효과적으로 세울 수 있기 때문이다(백혜진 · 이혜규, 2012).

마지막으로, PR학은 조직 및 공동체는 물론 다양한 공중과의 관계를 관리하고 헬스커뮤니케이션의 목표와 일치하는 건강행동을 권장하는 규범이나 사회적 지지를 형성함으로써 효과적인 헬스커뮤니케이션에 기여할 수 있다. 이는 개인의 신념, 태도 등 자아수준의 요인들이 개인의 건강행동에 영향을 미칠 뿐만 아니라 그를 둘러싼 다양한 수준의 환경들을 고려해야 함을 의미한다. 또한, 외국의 공중보건프로그램에서 자주 활용되는 사회 생태학 모델(Social Ecological Model)이 지향하는 바와 맥을 같이 한다. 특히 건강 증진에서 PR의 목적이 개인과 관련된 조직의 임무를 지지하는 전문적, 사회적 환경을 양성하는 것이라고 본다면(Winnet & Wallack, 1996), 사회생태학 모델을 헬스커뮤니케이션 분야에서 적용할 때 PR의 역할을 기대할 수 있다. 즉, 사회생태학 모델이 어떤 건강 주제에 대해 그 건강행위의 주체인 개인은 물론 개인을 둘러싼 대인, 조직, 사회 등의 다수준의 영향요인을 파악한다면, 그러한 영향 요인과 영향력자들에게 어떻게 접근하고 관계하고 분위기를 조성할지에 대한 구체적인 전략과 전술을 PR학이 제시할 수 있을 것이다.

www.kci.go.kr

5. 결론: Health-PR의 전망과 제언

본 연구는 헬스커뮤니케이션의 정의와 유래, 이론적 발전과정과 국내 헬스커뮤니케이션 연구의 흐름을 살펴보고, 특히 PR학이 어떻게 헬스커뮤니케이션과 연관되며 어떻게 적용되어 왔는지를 살펴보고자 하였다. 이를 토대로 지난 10여 년 간 국내 홍보 관련 학술지에 나타난 헬스커뮤니케이션 연구의 비중과 이론적 내용적 접근 및 주제 등을 언론분야 대표 학술지와 비교 고찰함으로써 국내 연구의 현황을 짚어보고 향후 연구의 제언을 하고자 하였다.

헬스커뮤니케이션이 다양한 수준의 이론을 고려하여 통합적인 이론/모델을 개발하고 전략을 도출함에 있어 PR학은 다음과 같은 몇 가지 중요한 이론적 기여를 할 수 있다. 첫째, PR학에서 제시되는 쌍방향 커뮤니케이션과 같은 개념은 헬스커뮤니케이션에서 건강 정보의 수용자들을 이해하고, 효과적으로 커뮤니케이션하기 위한 전략적 접근방법을 제시할 수 있을 것으로 보인다. 소셜미디어와 모바일 기술 등으로 대표되는 커뮤니케이션 기술의 발전은 이러한 쌍방향 커뮤니케이션의 중요성을 더욱 부각하며 PR학과 헬스커뮤니케이션학의 협력적 발전을 부추길 것이다(Aldoory & Austin, 2011). 예를 들어 최근 많은 병원 조직들이 소셜미디어 활동을 통해 환자들과 보다 적극적으로 소통하고자 노력하고 있는 가운데, 이러한 소셜미디어를 통한 커뮤니케이션이 실질적으로 병원이나 의료 조직이 의도하는 바대로 효과적으로 공중에게 커뮤니케이션 되고 있는지를 파악하는 것이 중요할 것이다. 이에 쌍방향 커뮤니케이션의 맥락에서 조직과 공중의 입장과 인식 차이를 평가하고자 PR연구에서 종종 사용되는 모델인 '상호지향성모델(Coorrientation Model)'이 활용될 수 있을 것이다.

둘째, 헬스커뮤니케이션 연구가 주로 개인수준의 이론들에 치우치고 있는 가운데, 조직 커뮤니케이션의 맥락에서 발전되어온 PR의 조직–공중 관계관리 접근은 헬스커뮤니케이션 영역에 있어 병원 및 의료, 보건조직이 환자 및 여러 공중과의 관계 관리의 중요성을 강조할 수 있다. 따라서 PR이론에서 제시되는 '조직–공중 관계성'의 개념을 적용함으로써 의료 서비스 조직이 관련

www.kci.go.kr

공중과 어떠한 관계를 형성하고 있는지를 평가해 봄으로써 향후 조직의 커뮤니케이션 방향 설정을 위한 지표를 제시해 보는 것 또한 의의가 있다. 예를 들어, 최근 김현정과 손영곤(2013)의 연구에서는 병원의 SNS 활동이 조직–공중관계성과 병원 이용의도 및 구전행위에 미치는 영향을 검증한 바 있으며, SNS상의 커뮤니케이션 특징 중 콘텐츠가 가지고 있는 정보성과 공감성, 그리고 상호작용적 커뮤니케이션 활동인 반응성이 조직과 공중 간의 관계의 질을 높이는 데 기여한다고 하였다.

셋째, 헬스커뮤니케이션 영역에서 사람들의 건강 행동을 기반으로 각각의 행위에 적합한 커뮤니케이션 통합 모델이 제시되었다면, PR 영역에서는 공중의 이슈에 대한 인식을 기반으로 한 공중 분류 모델이 존재한다. PR의 쌍방향 커뮤니케이션의 맥락에서, 공중에 대한 이해를 토대로 한 커뮤니케이션 전략 수립을 위해 그들의 건강 문제에 대한 인식을 토대로 행위를 예측하고자 문제해결상황이론(situational theory of problem solving)과 같은 접근을 활용해 보는 것은 공중의 건강행위를 이해하는 데 또 다른 접근을 제공할 것이다.

넷째, PR학에서 논의되는 상황적 접근은 신종 바이러스의 출현과 확산과 같은 위기상황에서는 정부와 의료기관, 지자체, 국민 등 다양한 공중들이 신속하게 건강 문제에 대비하게 함으로써 문제 상황의 확산을 저지하는데 위기관리 커뮤니케이션 기법으로 활용될 수 있다. 즉, 국가적인 건강문제에 보다 효과적으로 대처하기 위해 위기의 유형이나 단계에 따른 커뮤니케이션 메시지 개발과 더불어 다양한 공중들과 효과적으로 소통하기 위한 대응 프로세스를 모색하는 데 말이다.

헬스 커뮤니케이션은 임상에서 일어나는 의사-환자의 대인커뮤니케이션에서 발전하여 '건강'에 대해 언론, 광고, 홍보 등 다양한 공중과의 원활하고 효과적인 소통을 연구하는 학문으로 진화하였다. 효과적인 헬스 커뮤니케이션을 위해서는 다양한 공중을 세분화하여 그 하위 집단의 동기와 욕구를 충족시킬 수 있는 전략을 개발하는 것이 중요하다. 또한 공중 개개인뿐만 아니라 그들을 둘러싼 조직과 공동체, 사회적 맥락을 고려하는 것이 중요함을 여러 이론적 모델과 경험적 연구에서 파악하였다. 이러한 헬스커뮤니케이션의 발전

www.kci.go.kr

방향에 있어 공중세분화와 관계 관리에 대한 이론적 · 전략적 개념을 다루는 PR학은 중요한 역할과 기여를 할 것이며, 헬스-PR을 적용하는 다양한 연구가 진행되어야 할 것이다.

그러나 본 연구는 헬스커뮤니케이션학과 PR학의 통합적 발전을 논의함에 있어 다음과 같은 한계점을 지닌다. 구체적으로, 지면의 한계로 인해 결론 부분에서 향후 PR이론이나 PR영역에서 강조되는 개념들이 헬스커뮤니케이션 연구에 어떻게 적용될 수 있는지와 관련하여 간략한 연구자의 견해를 제시하는 데 그칠 수밖에 없었다. 따라서 후속 연구를 통해 PR 이론과 헬스커뮤니케이션 이론을 통합 · 발전시키고자 하는 시도와 더불어 언론 관계관리, 이슈 및 위기관리, 조직–공중 관계 관리, 등 다양한 PR의 실무 영역과 관련하여 헬스커뮤니케이션 전략 방향을 제안하는 심도 있는 논의가 절실하다.

www.kci.go.kr

참고문헌

권윤정 (2002). 노인 운동행위 변화단계별 중재프로그램의 개발 및 평가: 범이론적 모형의 적용. ≪지역사회간호학회지≫, 13권 2호, 205～215.

김영복 (2005). 범이론적 모델(TTM)에 기초한 위암 조기검진 수검 행동변화 단계별 수검 관련 요인에 관한 분석. ≪보건과 사회과학≫, 18권, 25～45.

김은진 (2011). 병원 위기관리 상황 모형 추출을 위한 탐색적 연구: 의료분쟁 위기를 중심으로. ≪한국광고홍보학보≫, 13권 4호, 155～189.

김현정 · 손영곤 (2013). 소셜미디어를 통한 조직－공중 간 공중관계성 강화를 위한 모색: 삼성의료원 소셜미디어를 통한 공중관계성 영향력 분석을 중심으로. ≪홍보학연구≫, 17권 3호, 278～339.

박동진 · 정의철 (2009). 헬스커뮤니케이션의 역사, 정의, 과제. ≪헬스커뮤니케이션연구≫, 1권 1호, 33～48.

박성철 · 최진명 · 오상화 (2008). 한국과 미국의 최근 헬스커뮤니케이션 연구 경향에 관한 기술적 분석. ≪한국언론학보≫, 52권 2호, 40～69.

백혜진 (2013a). ≪소셜 마케팅≫. 서울:커뮤니케이션북스.

백혜진 (2013b). 거시적 차원의 저출산 대비 PR전략: 사회 생태학적 모델과 소셜마케팅, 홍보, 미디어 옹호의 통합적 접근. 한국 PR 학회 기획 세미나.

백혜진 · 이혜규 (2012). ≪헬스 커뮤니케이션의 메시지 수용자 미디어 전략≫. 커뮤니케이션북스.

손영곤 · 이병관 (2010). 유아의 구강건강 실천행동 의도의 사회인지적 예측변인에 대한 탐구: 건강신념모델과 계획된 행동이론의 비교를 중심으로. ≪한국광고홍보학보≫, 12권 1호, 84～120.

손영곤 · 이병관 (2012). 계획된 행동이론을 적용한 사회인지적 행동 모델의 유용성에 대한 메타분석. ≪한국언론학보≫, 56권 6호, 127～161.

양 윤 · 백미희 (2009). 공포소구와 결합된 자기 책임성 정서와 자기 효능감이 금연의도에 미치는 영향. ≪광고학연구≫, 20권 4호, 207～218.

유선욱 · 박계현 · 나은영 (2010). 신종플루 메시지에 대한 심리적 반발과 공포감이 예방행동의도에 미치는 영향. ≪한국언론학보≫, 54권 3호, 27～53.

이병관 (2009). 헬스커뮤니케이션 연구의 접근방법. ≪헬스커뮤니케이션연구≫, 1권 1호,

www.kci.go.kr

1～32.

이병관 · 오현정 · 신경아 · 고재영 (2008). 행위단서로서의 미디어 캠페인이 인플루엔자 예방행동에 미치는 영향: 건강신념모델의 확장을 중심으로. ≪한국광고홍보학보≫, 10권 4호, 108～138.

이병관 · 손영곤 · 서동명 · 좌보경 · 홍현호 · 이진우 (2013). 지난 40 년 간 공포소구 연구의 통합-국내 공포소구 연구에 대한 메타분석. ≪한국광고홍보학보≫, 15권 3호, 126～155.

이병관 · 손영곤 · 이상록 · 윤문영 · 김민희 · 김채린 (2013). 국내 건강신념모델(HBM) 연구에 관한 메타분석. 2013 한국헬스커뮤니케이션학회 춘계학술대회.

이한울 · 박현순 (2010). 논문: 당뇨병 환자의 자가-관리 행동에 대한 영향 변인 탐구: 계획된 행동이론을 적용하여. ≪한국광고홍보학보≫, 12권 4호, 327～362.

이현우 · 김동성 (2011). 공중의 예방접종 관련 지식, 태도, 행동의도에 미치는 매체 및 이용자 특성 영향력 연구. ≪한국광고홍보학보≫, 13권 3호, 326～360.

조성은 · 신호창 · 유선욱 · 노형신 (2012). 결핵예방행동의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 자기효능감과 공포의 매개역할을 중심으로 한 건강신념모델의 확장. ≪홍보학연구≫, 16권 1호, 148～178.

차동필 (2006). 공포소구 메시지의 위협과 효능감 수준에 따른 설득효과-공포소구 모델 EPPM 의 적용. ≪한국언론학보≫, 50권 4호, 411～436.

차동필 (2007). 공포소구 메시지에서 위협과 효능감의 역할: 승수적 관계, 혹은 합산적 관계?. ≪한국광고홍보학보≫, 9권 2호, 339～363.

최명일 (2007). 메시지 유형에 따른 에이즈 예방 캠페인 효과: 공포소구와 메시지 측면성의 효과를 중심으로. ≪광고학연구≫, 18권 2호, 185～206.

최윤희 (2008). ≪현대 PR론≫ (개정 3판.). 나남.

한미정 (2006). 건강관련 커뮤니케이션 연구논문 내용분석: 1990년부터 2005년 상반기까지 발표된 국내논문을 중심으로. ≪한국광고홍보학보≫, 7권 5호, 210～232.

황선희 · 최혜숙 · 손소현 (2011). 범이론적 모델에 근거한 20 대 성인의 구강검진 행위에 대한 조사. ≪치위생과학회지≫, 11권 2호, 77～83.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. NJ: Prentice-Hall.

Aldoory, L., & Austin, L. (2011). Relationship building and situational publics:

www.kci.go.kr

Theoretical approaches guiding today's health public relations. T. L. Thompson, R. Parrott, & J. F. Nussbaum.(Eds.), *The Routledge handbook of health communication* (Chapter 9, pp. 132～145). New York: Routledge.

Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review, 84*, 191～215.

Babrow, A., & Mattson, M. (2003). 헬스커뮤니케이션(이병관 · 백혜진, 역). 커뮤니케이션북스. (원서출판, 2003).

Becker, Gary. S. (1974). A Theory of social interactions. *Journal of Political Economy. 82,* 1095～1117.

Carpenter, C. J. (2010). A Meta-analysis of the effectiveness of health belief model variables in predicting behavior. *Health Communication, 25(8)*, 661～669.

Cho, S-Y., Cameron, G. T. (2009). Redefining the power of public relations in health organizations: A National survey of health PR practitioners. ≪*한국광고홍보학보*≫, 11권 4호, 7～28.

Corcoran, N. (2007). Theories and models in communicating health messages. In N. Corcoran(Eds.), Communicating Health: Strategies for health promotion. (pp. 5～31). London: Sage.

Getting, V. A. (1949). Public relations in public health. *American Journal of Public Health, December,* 1561～1566.

Goei, R., Boyson, A. R., Lyon-Callo, S. K., Schott, C., Wasilevich, E., & Cannarile, S. (2010). An examination of EPPM predictions when threat is perceived externally: An asthma intervention with school workers. *Health communication, 25(4)*, 333～344.

Gore, T. D., & Bracken, C. C. (2005). Testing the theoretical design of a health risk message: Reexamining the major tenets of the extended parallel process model. *Health Education & Behavior, 32(1)*, 27～41.

Grunig, J. E. (1989). Symmetrical presuppositions as a framework for public relations theory. *Public relations theory*, 17～44.

Grunig, J. E. (2001). Two-way symmetrical public relations: Past, present and future. In R. L. Heath(Eds.), *Handbook of public relations*(pp. 11～30). Thousand Oaks, CA: Sage.

Haider, M., & Kreps, G. L. (2004). Forty years of diffusion of innovations: utility and value in public health. *Journal of health communication, 9(S1)*, 3～11.

Holden, G. (1992). The Relationship of self-efficacy appraisals to subsequent health related outcomes. *Social Work in Health Care, 16(1)*, 53～93.

www.kci.go.kr

Harrison, J. A., Mullen, P. D., & Green, L. W. (1992). A meta-analysis of studies of the Helath Belief Model with adults. *Health Education Research, 7(1)*, 107～116.

Janz, N. K., & Becker, M. H. (1984). The Health belief model: A decade later. *Health Education Quarterly, 11(1),* 1～47.

Kim et.al. (2010). Mapping health communication scholarship: Breadth, depth, and Agenda of published research in health communication *Health Communication, 25(6-7)*, 487～503.

Kim, K. S., Paek, H.-J., & Lynn, J. A. (2010). A content analysis of smoking fetish videos on YouTube: Regulatory implications for tobacco control. *Health Communication, 25*, 97～106.

Kreps, G. L., Bonaguro, E. W., & Jim Jr, L. Query Jr.(1998): The History and development of the field of health communication. *Health communication research: Guide to developments and directions,* 1～15.

Long. L. W., & Hazelton, V. (1987). Public relations: A Theoretical and practical response. *Public Relations Review, 13(2)*, 3～13.

McKay, D. L., Berkowitz, J. M., Blumberg, J. B., & Goldberg, J. P. (2004). Communicating cardiovascular disease risk due to elevated homocysteine levels: Using the EPPM to develop print materials. *Health education & behavior, 31(3)*, 355～371.

O'Leary, A. (1985). Self-efficacy and health. *Behaviour Research and Therapy, 23(4)*, 437～451.

Paek, H.-J., Lee, A. L., Jeong, S., Wang, J., & Dutta, M. J. (2010). The emerging landscape of health communication in Asia: Theoretical contributions, methodological questions, and applied collaborations. *Health Communication, 25*, 552～559.

Paek, H.-J., Hove, T., & Oh, H. J. (2013). Multilevel analysis of the impact of school-level tobacco policies on adolescent smoking: The case of Michigan. *Journal of School Health, 83(10),* 679～689.

Paek, H.-J., Kim, K., & Hove, T. (2010). Content analysis of antismoking videos on YouTube: Message sensation value(MSV), message appeals, and their relationships with viewer responses. *Health Education Research, 25(6)*, 1085～1099.

Parrott, R. (2004). Emphasizing "communication" in health communication. *Journal of Communication, 54(4)*, 751～787.

www.kci.go.kr

Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1983). Stages and processes of self-change of smoking: toward an integrative model of change. *Journal of consulting and clinical psychology, 51(3)*, 390.

Prochaska, J. O., DiClemente, C. C., & Norcross, J. C. (1992). In search of the structure of change. In *Self Change* (pp. 87～114). Springer New York.

Prochaska, J. O., & Velicer, W. F. (1997). The trans theoretical model of health behavior change. *American journal of health promotion, 12(1)*, 38～48.

Rosenstock, I. M. (1974). The health belief model: Origins and correlates. *Health Education & Behavior. 2(4),* 336～353.

Schiavo, R. (2007). Health Communication: From Theory to Practice. Jossey-Bass.

Slater, M. D. (1996). Theory and method in health audience segmentation. *Journal of health communication, 1(3)*, 267～284.

Slater, M. D. (1999). Integrating application of media effects, persuasion and behavior change theories to communication campaigns: A stages of change framework. *Health Communication, 11*, 335～354.

Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psylogy and Psychiatry, 49*, 376～385.

Stokols, D. (1992). Establishing and maintaining healthy environments: Toward a social ecology of health promotion. *American Psychologist, 47(1)*, 6～22.

Stokols, D. (1996). Translating Social Ecological Theory into Guidelines for Community Health Promotion. *American Journal of Health Promotion, 10(4)*, 282～298.

Springston, J. K., & Lariscy, R. A. (2010). 헬스커뮤니케이션(이병관 · 백혜진, 역). 커뮤니케이션북스. (원서출판, 2003).

US Department of Health & Human Service. (2001). Healthy People 2000 Final Review. *National Center for Health Statistics. Hyattsville, Maryland: Public Health Service*.

US Department of Health & Human Service. (2005). Health, United States, 2005 with Chart book on Trends in the Health of Americans. *National Center for Health Statistics. Hyattsville, Maryland.*

Witte, K. (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. *Communication Monographs*, 59, 329～349.

Witte, K., & Allen, M. (2000). A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health Education & Behavior, 27(5)*,

www.kci.go.kr

591～615.

Winnett, L., & Wallack, L. (1996). Advancing public health goals through mass media. *Journal of Health Communication, 1(2)*, 173～196.

Zook, E. G. (1994). Embodied health and constitutive communication: Toward an authentic conceptualization of health communication. *Communication yearbook, 17*, 344～377.

www.kci.go.kr

Abstract

Health-PR

The Public Relations Field's Contribution to the Theoretical and Strategic Development of the Health Communication Field

Hye-Jin Paek
Associate Professor, Department of Advertising and Public Relations at Hanyang University

Kyung-Ah Shin
Lecturer, Department of Advertising and Public Relations at Hanyang University

The purpose of this study is to redefine and highlight the role of public relations in the theoretical and strategic development of the health communication field in Korea, which is currently evolving and flourishing. First, we provide an overview of the health communication field's development and its major theories. Next, we compare and contrast health communication studies published in PR-related journals with those published in a top communication journal, Korean Journal of Journalism & Communication Studies. This examination shows that PR-related journals published health communication studies slightly more frequently than the communication journal. Within the communication-model's SMCRE (sender-message-channel- receiver- effect) components, most health communication studies focused on the receiver (audience) component and on individual/intrapersonal-level communication. Efforts to integrate relevant theories or to undertake a multi-level approach were lacking. For further theoretical development of the health communication field, we propose a theoretically integrative model, by introducing the work of Slater (1999). Slater's integrative model combines multi-level and interdisciplinary theoretical concepts, such as Stage of Change, social norms and social support, interpersonal communication, media effects, Social Cognitive Theory, and Theory of Reasoned Action. Finally, we argue that PR concepts – such as the PR4 model, relationship manage-

www.kci.go.kr

ment, audience segmentation, two-way communication, and situational theory—can play a critical role in theoretical integration and strategic refinement of the health communication field.

Key words: stage of change, social ecological model, PR4 model, audience segmentation, two-way communication, integrative model

www.kci.go.kr