

대전 시민의 심미보철에 대한 만족도 및 인식도 연구

지민경 · 신민우¹

동우대학, ¹대전보건대학

색인: 심미보철, 만족도, 인식도

1. 서론

오늘날 경제적 발달에 따른 생활수준의 향상과 환자들의 미에 대한 관심의 증가로 환자나 치과의사, 치기공사들이 치과의료영역에서 더욱 심미성 높은 치료를 원하게 되었다. 이처럼 심미적 요구가 높아지고 생체친화성이 중시되면서 심미성 높은 치료에 대한 관심 및 수요의 증가로 예전에는 요구되지 않았던 치료상의 변화가 일어나고 있다. 현대 치과치료에 있어서의 심미성의 회복은 이제 기능 회복과 동등한 중요한 위치를 갖게 되었다¹⁾.

상실된 치아의 회복은 필수적인 행위이며, 심리적 열등감을 가질 수 있는 비정상적인 치아에 대한 성형적 치료 행위까지도 많이 증가하

고 있고, 환자 스스로가 신체에 대한 자신감을 가질 수 있도록 하기 위한 다양한 시도가 활발하게 이루어지고 있으며²⁾, '심미치과'라는 용어는 우리 사회 속에 새로운 치과의료행위의 일면으로 자리매김을 하고 있는 것이다.

그러나 '심미치과'라는 것이 다른 치과진료와 별개의 진료가 될 수는 없으며, 여러 과목의 적절한 개념과 적용을 통해 이루어지며, 치과의사 혼자만의 힘으로는 이루어지지 못하는 분야이므로 '심미치과'는 환자, 치과기공사, 치과위생사, 치과의사 모두의 강한 목표의식이 있을 때 좋은 결과를 보여줄 것이다³⁾.

또한 '심미적'이란 것은 주관적인 면이 있다. 이것은 특히 환자의 주관적 평가에 기초하고 있으며, 따라서 환자가 만족하지 못하는 심미는

최소한 그 환자에게는 심미가 아닌 것이다. 이러한 관점으로 볼 때, '심미적'이란 말의 의미는 아름답다는 의미가 있지만 자연스럽게 조화롭다는 의미로 이해하는 것이 더욱 적합한 치과보철물의 심미성에 대한 해석이라 하겠다.

심미보철치료란 일종의 치아성형술이라 할 수 있으며, 얼굴의 중요한 부분을 차지하는 치아를 건강하고 아름다운 치아가 되도록 장치물을 사용하여 치료함으로써 치아의 색깔, 모양, 치열 등을 보기 좋게 바꿔주는 심미치료라 할 수 있다⁴⁾. 심미보철에는 도재, 라미네이트, 올세라믹 등이 있으며, 무엇보다 보철재료의 선택에 있어서도 현재 여러 방면에 걸쳐 존재하는 각종 치과재료를 적재적소에 사용하여 치료를 하는 것이 중요하며⁵⁾, 또한 환자가 요구하는 것을 긍정적으로 받아들이고 가능하면 환자 입장에서 생각하려고 노력해야 한다⁶⁾.

주로 상악 전치부 심미에 관하여 치과의사와 일반인의 인식도를 비교한 연구가 행해져 왔고⁷⁻¹²⁾, 정²⁾의 심미보철에 관한 적응실태 및 박⁶⁾의 심미보철에 대한 인식, 기대수준에 관한 연구가 다소 보고된 바 있으며, 심미보철에 관한 만족도 및 인식도를 파악해 보는 것은 심미에 관한 일반지식과 환자의 요구 사이에서의 의견 차이를 조정하는데 반드시 고려해야 할 부분이라 하겠다.

특히, 보철물의 양적·질적 수요 증대는 급속히 변화되고 있는 사회 속에서 이러한 구강보건현실을 능동적인 입장에서 대처하기 위해 많은 정보와 지식 및 철저한 준비를 필요로 한다. 따라서 점차 치과의료를 행하는 의료기관과 치과의료진, 다시 말해 치과 의료기관의 중심 역할을 담당하는 치과의사와 치과보철물의 제작업무를 담당하는 치과기공사 및 진료에 보조업무를 담당하는 치과위생사의 역할이 증대되고 있다.

이에 저자는 대전광역시에 거주하는 성인을 대상으로 심미치과 보철물에 대한 만족도 및 인식도를 조사하여 심미보철을 결정하는 데 영향을 미치는 요인을 파악하고, 치과의료기관에서 치과환자들의 보철물에 대한 만족도를 극대화하기 위한 보철의 방향을 유도하는 데 기초자료로 활용하고자 한다.

2. 연구대상 및 방법

2.1 연구 대상

본 연구는 대전광역시에 거주하는 20대 이상의 성인 550명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문지는 550부 중 524부가 회수되었고, 이 중 응답내용이 불성실한 20부를 제외한 504명을 대상으로 하였다.

2.2 연구 방법

연구 자료는 정²⁾, 박⁶⁾의 내용을 근거로 하였고, 본 연구의 취지에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 자기기입식 설문법을 실시하였다. 자료수집기간은 2007년 12월 3일부터 29일까지 실시하였고, 설문지에 포함된 조사내용은 연구대상자의 일반적 특성 7문항, 만족도 4문항, 인식도 6문항, 사전지식 및 인식경로, 전치부 치아 및 치과방문정도로 구성하였다.

2.3 통계분석

통계분석은 SPSS(Statistical Package for Social Science) Ver.13.0 통계프로그램을 사용하였고, 연구대상자의 사전지식 및 인식경로, 일반적 특성은 실수와 백분율을 이용하였으며, 연령별 전치부 치아 및 치과방문정도에 대한 인식도 차이, 사전지식 유무별 일반적 특성, 연령별 심미보철에 대한 만족도 및 인식도, 성별, 사전지식

유무별 및 보철보유별 심미보철에 대한 인식도는 χ^2 -test로 분석하였다.

3. 연구성적

3.1 심미보철에 대한 사전지식 및 인식 경로

연구대상자의 심미보철에 대해 사전지식이 있는 경우는 54.4%, 없는 경우는 45.6%이었고, 사전지식이 있는 경우의 주 인식경로는 치과관계자 20.8%로 가장 많았으며 아는 사람 13.5%, TV, 라디오 10.9%, 신문, 잡지 7.7% 순으로 나타났다<표 1>.

3.2 연령별 전치부 치아 및 치과방문정도에 대한 인식도 차이 비교

3.2.1 연령별 전치부 치아 인식도

연구대상자의 연령별 전치부 치아에 대한 인식도 차이를 보면, 전체적으로 전치부 치아가 외모에 많은 영향을 준다고 한 경우가 54.2%로 많았고, 25세 미만인 경우는 55.8%로 나타났다.

전치부 치아에 불만이 있는 경우는 58.9%, 불만이 없는 경우는 41.1%로 나타났고, 치아색

에 대한 불만이 24.8%로 가장 많았으며, 연령별 30세 이상은 30.6%, 25세 이상 30세 미만은 29.9%, 25세 미만은 21.5%로 나타났으며, 그 뒤로 충치 13.3%로 나타났다<표 2>.

3.2.2 연령별 치과방문정도

연구대상자의 연령별 치과방문정도를 보면, 방문하는 경우에서 25세 미만이 40.4%, 30세 이상은 25.9%로 나타나 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다($pM0.047$). 방문경험이 있는 경우를 중심으로 주 방문이유는 우식치료가 14.7%로 가장 많았고, 잇몸치료 7.9%, 정기검진 7.1% 순으로 나타났으며, 연령별 우식치료에서 25세 미만이 16.0%, 25세 이상 30세 미만은 15.9%, 30세 이상은 8.2%로 순으로 나타났다($pM0.020$)<표 3>.

3.3 일반적 특성

3.3.1 연구대상자의 일반적 특성

연구대상자의 일반적 특성을 보면, 성별에서 여자 52.4%, 남자 47.6%로 여자가 많게 나타났고, 연령별로는 25세 미만이 61.9%로 가장 많았으며, 25세 이상 30세 미만은 21.2%, 30세 이상은 16.9% 순으로 나타났다. 학력에서 고졸이하가 59.1%로 대졸이상 40.9% 보다 많게 나타

표 1. 심미보철에 대한 사전지식 및 인식경로

단위: N(%)

	항 목	구 분	인 원	백분율
사전지식	유	인식경로	274	54.4
		신문, 잡지	39	7.7
		TV, 라디오	55	10.9
		아는 사람	68	13.5
		치과관계자	105	20.8
		기타	7	1.4
	무		230	45.6
계			504	100.0

표 2. 연령별 전치부 치아에 대한 인식도

단위: N(%)

항 목	구 분	E25	25 ~ 30	30G	계	p값
외모에 미치는 영향	많은 영향 줌	174(55.8)	55(51.4)	44(51.8)	273(54.2)	0.744
	어느정도 영향 줌	107(34.3)	40(37.4)	33(38.8)	194(56.7)	
	보통	23(7.4)	9(8.4)	7(8.2)	39(7.7)	
	별로 영향주지 않음	4(1.3)	3(2.8)	0(0)	7(1.4)	
	전혀 영향주지 않음	4(1.3)	0(0)	1(1.2)	5(1.0)	
치아 불만	예	182(58.3)	62(57.9)	53(62.4)	297(58.9)	0.799
	종류*	앞니가 벌어짐	26(8.3)	5(4.7)	8(9.4)	0.129
		치아 상실	8(2.6)	4(3.7)	6(7.1)	
		충치	45(14.4)	15(14.0)	7(8.2)	
		치아색	67(21.5)	32(29.9)	26(30.6)	
		기타	36(11.5)	6(5.6)	6(7.1)	
	아니오	130(41.7)	45(42.1)	32(37.6)	207(41.1)	
계		312(100.0)	107(100.0)	85(100.0)	504(100.0)	

* "전치부 치아에 불만이 있다" 라고 응답한 자를 대상으로

표 3. 연령별 최근 6개월 치과방문정도

단위: N(%)

항 목	구 분	E25	25 ~ 30	30G	계	p값
치과방문경험	유	126(40.4)	42(39.3)	22(25.9)	190(37.7)	0.047*
	방문이유	정기검진	28(9.0)	4(3.7)	4(4.7)	0.020*
		심미보철치료	4(1.3)	4(3.7)	1(1.2)	
		우식치료	50(16.0)	17(15.9)	7(8.2)	
		잇몸치료	19(6.1)	12(11.2)	9(10.6)	
		기타	25(8.0)	5(4.7)	1(1.2)	
	방문기관	종합병원	4(1.3)	1(0.9)	1(1.2)	0.179
		치과병원	42(13.5)	10(9.3)	4(4.7)	
		치과의원	80(25.6)	31(29.0)	17(20.0)	
	무	186(59.6)	65(60.7)	63(74.1)	314(62.3)	
계		312(100.0)	107(100.0)	85(100.0)	504(100.0)	

* pE0.05

났고, 직업별로는 학생이 65.9%로 가장 많았으며, 흡연여부별 비흡연인 경우가 63.3%로 가장 많이 나타났다. 기호식품에서는 커피가 35.1%를 차지했고, 주거지별 동구가 30.4%로 많았고, 서구 20.6%, 중구 18.5%, 유성구 15.7%, 대덕구 14.9% 순으로 나타났다<표 4>.

3.3.2 사전지식 유무별 일반적 특성

연구대상자의 사전지식 유무별 일반적 특성을 보면, 사전지식이 있는 군에서 여자가 58.8%로 남자 41.2%보다 많아 통계적인 차이를 나타냈다(pM0.002).

반면 사전지식이 있는 군에서 연령별로 25세 미만 60.9%, 25세 이상 30세 미만 21.9%, 30세

이상 17.2%로 나타났으나 통계적인 유의성은 없었다(표 5).

3.4 연령별 심미보철에 대한 만족도

연구대상자의 연령별 심미보철에 대한 만족도를 보면, 심미보철을 가지고 있는 경우 연령별 30세 이상이 25.9%로 가장 많았고, 25세 이상 30세 미만은 20.6%, 25세 미만은 16.0%로 나타났으나 통계적인 유의성은 없었다.

심미보철을 가지고 있는 경우를 중심으로 만족도를 살펴보면, 만족하지 않는 경우 연령별 30세 이상이 14.1%로 가장 많았고, 25세 이상 30세 미만은 12.1%, 25세 미만은 8.0%로 나타났다. 불만족 이유로는 심미적이지 않다는 경우가 3.2%로 가장 많았고, 연령별로는 25세 이상 30세 미만에서 6.5%, 30세 이상 3.5%, 25세 미만 1.9% 순으로 나타났으며 통계적으로 유의한 차이가 있었다($p < 0.015$) (표 6).

표 4. 연구대상자의 일반적 특성

단위: N(%)

항 목	구 분	인원	백분율
성별	남자	240	47.6
	여자	264	52.4
연령	E25	312	61.9
	25~30	107	21.2
	30G	85	16.9
학력	고졸이하	298	59.1
	대졸이상	206	40.9
직업	학생	332	65.9
	자영업	14	2.8
	회사원	72	14.3
	공무원	24	4.8
	서비스업	20	4.0
	기타	42	8.3
흡연여부	흡연자	169	33.5
	과거흡연자	16	3.2
	비흡연자	319	63.3
기호식품	커피	177	35.1
	차	90	17.9
	담배	132	26.2
	탄산음료	50	9.9
	기타	55	10.9
주거지	동구	153	30.4
	중구	93	18.5
	서구	104	20.6
	대덕구	75	14.9
	유성구	79	15.7
계		504	100.0

표 5. 사전지식 유무별 일반적 특성

단위: N(%)

항 목	구 분	사전지식		계	p값
		유	무		
성별	남자	113(41.2)	127(55.2)	240(47.6)	0.002**
	여자	161(58.8)	103(44.8)	264(52.4)	
연령	E25	167(60.9)	145(63.0)	312(61.9)	0.885
	25~30	60(21.9)	47(20.4)	107(21.2)	
	30G	47(17.2)	38(16.5)	85(16.9)	
학력	고졸이하	164(59.9)	134(58.3)	298(59.1)	0.717
	대졸이상	110(40.1)	96(41.7)	206(40.9)	
직업	학생	178(65.0)	154(67.0)	332(65.9)	0.272
	자영업	9(3.3)	5(2.2)	14(2.8)	
	회사원	44(16.1)	28(12.2)	72(14.3)	
	공무원	8(2.9)	16(7.0)	24(4.8)	
	서비스업	11(4.0)	9(3.9)	20(4.0)	
	기타	24(8.8)	18(7.8)	42(8.3)	
흡연여부	흡연자	92(33.6)	77(33.5)	169(33.5)	0.383
	과거흡연자	6(2.2)	10(4.3)	16(3.2)	
	비흡연자	176(64.2)	143(62.2)	319(63.3)	
기호식품	커피	97(35.4)	80(34.8)	177(35.1)	0.955
	차	47(17.2)	43(18.7)	90(17.9)	
	담배	75(27.4)	57(24.8)	132(26.2)	
	탄산음료	26(9.5)	24(10.4)	50(9.9)	
	기타	29(10.6)	26(11.3)	55(10.9)	
주거지	동구	79(28.8)	74(32.2)	153(30.4)	0.830
	중구	53(19.3)	40(17.4)	93(18.5)	
	서구	57(20.8)	47(20.4)	104(20.6)	
	대덕구	44(16.1)	31(13.5)	75(14.9)	
	유성구	41(15.0)	38(16.5)	79(15.7)	
계		274(100.0)	230(100.0)	504(100.0)	

** p<0.01

3.5 심미보철에 대한 인식도

3.5.1 연령별 인식도

연구대상자의 연령별 심미보철에 대한 인식을 보면, 심미보철을 할 의향이 있는 경우에서 25세 미만이 49.7%로 가장 많이 나타났고, 30세 이상 44.7%, 25세 이상 30세 미만 43.0% 순으로 나타났다. 심미보철 시 고려하는 부분으로는 심미성이 32.9%로 가장 많았고, 가격

24.2%, 편안함 23.6%, 기능성 19.2% 순으로 나타났다. 연령별 25세 미만이 35.6%로 심미성을 가장 고려하는 것으로 나타났으나 통계적인 유의성은 없었다(표 7).

3.5.2 성별 인식도

연구대상자의 성별 심미보철에 대한 인식을 보면, 고려하는 부분에서 심미성이 남자는

표 6. 연령별 심미보철에 대한 만족도

단위: N(%)

항 목	구 분		E25	25 ~ 30	30G	계	p값
심미보철	보유	예	50(16.0)	22(20.6)	22(25.9)	94(18.7)	0.100
		아니오	262(84.0)	85(79.4)	63(74.1)	410(81.3)	
	종류*	포셀린	26(8.3)	12(11.2)	15(17.6)	53(10.5)	0.581
		올세라믹	14(4.5)	5(4.7)	3(3.5)	22(4.4)	
		라미네이트	2(0.6)	1(0.9)	1(1.2)	4(0.8)	
		기타	1(0.3)	1(0.9)	0(0)	2(0.4)	
		정확히 명칭 모름	7(2.2)	3(2.8)	3(3.5)	13(2.6)	
	만족도	예	25(8.0)	9(8.4)	10(11.8)	44(8.7)	0.273
		아니오	25(8.0)	13(12.1)	12(14.1)	50(9.9)	
	불만족**	음식씹기 불편	9(2.9)	2(1.9)	4(4.7)	15(3.0)	0.015*
		이유	심미적이지 않음	6(1.9)	7(6.5)	3(3.5)	
		입에서 냄새	2(0.6)	0(0)	1(1.2)	3(0.6)	
		잇몸이 퇴축	8(2.6)	1(0.9)	4(4.7)	13(2.6)	
		기타	0(0)	3(2.8)	0(0)	3(0.6)	
계			312(100.0)	107(100.0)	85(100.0)	504(100.0)	

* pE0.05, **“보철 보유한 경우” 및 ***“불만족한 경우”로 응답한 자를 대상으로

표 7. 연령별 심미보철에 대한 인식도

단위: N(%)

항 목	구 분		E25	25 ~ 30	30G	계	p값
심미보철	의향	예	155(49.7)	46(43.0)	38(44.7)	239(47.4)	0.421
		아니오	157(50.3)	61(57.0)	47(55.3)	265(52.6)	
	원치 않는 이유*	비용이 많이 들어	61(19.6)	24(22.4)	23(27.1)	108(21.4)	0.228
		치아가 상할 염려	24(7.7)	15(14.0)	10(11.8)	49(9.7)	
		치과가 무서워	25(8.0)	6(5.6)	5(5.9)	36(7.1)	
		치료받을 시간부족	24(7.7)	4(3.7)	6(7.1)	34(6.7)	
		기타	23(7.4)	12(11.2)	3(3.5)	38(7.5)	
	고려하는 부분	심미성	111(35.6)	31(29.0)	24(28.2)	166(32.9)	0.098
		편안함	67(21.5)	27(25.2)	25(29.4)	119(23.6)	
		가격	75(24.0)	33(30.8)	14(16.5)	122(24.2)	
	기능성	기능성	59(18.9)	16(15.0)	22(25.9)	97(19.2)	0.262
		안다	146(46.8)	47(43.9)	47(55.3)	240(47.6)	
		모른다	166(53.2)	60(56.1)	38(44.7)	264(52.4)	
	알고** 있는 종류	포셀린	51(16.3)	19(17.8)	23(27.1)	93(18.5)	0.391
		올세라믹	38(12.2)	22(20.6)	10(11.8)	70(13.9)	
		라미네이트	73(23.4)	22(20.6)	17(20.0)	112(22.2)	
		지르코니아	3(1.0)	2(1.9)	0(0)	5(1.0)	
		기타	6(1.9)	3(2.8)	0(0)	9(1.8)	
	교육 필요성	알긴하나 명칭부정확	56(17.9)	22(20.6)	24(28.2)	102(20.2)	0.391
		매우 필요	26(8.3)	9(8.4)	9(10.6)	44(8.7)	
		필요	104(33.3)	25(23.4)	33(38.8)	162(32.1)	
		보통	159(51.0)	64(59.8)	38(44.7)	261(51.8)	
		불필요	17(5.4)	8(7.5)	3(3.5)	28(5.6)	
		매우 불필요	6(1.9)	1(0.9)	2(2.4)	9(1.8)	
계		312(100.0)	107(100.0)	85(100.0)	504(100.0)		

* “보철할 의향 없는 경우” 및 **“보철종류 인식한 경우”로 응답한 자를 대상으로

25%, 여자는 40.2%로 여자가 남자보다 심미성을 중요하게 인식하고 있었으며 통계적으로 유의성이 있었다(pM0.000). 또한 심미보철의 종류를 알고 있는 경우에서 여자가 52.7%로 남자 42.1% 보다 많게 나타났다(pM0.018)<표 8>.

3.5.3 사전지식 유무별 인식도

연구대상자의 사전지식 유무별 심미보철에 대한 인식도를 보면, 사전지식이 있는 군에서 심미보철이 필요하다고 한 경우가 55.8%로 필요하지 않다고 한 경우 44.2%보다 많았고

(pM0.000), 심미보철이 필요하지 않다고 한 52.6%를 중심으로 원치 않는 이유를 살펴본 결과 비용이 많이 든다는 경우가 21.4%로 가장 많았으며, 치아가 상할 염려는 9.7%로 나타났다(pM0.001).

사전지식이 있는 군에서 심미보철시 고려하는 부분으로 심미성 40.5%, 가격 21.9%, 편안함 21.9%, 기능성 15.7% 순으로 나타났으며 통계적인 유의성이 있었다(pM0.001). 또한 사전지식이 있는 군에서 심미보철의 종류를 알고 있다고 한 경우가 65.3%로 모르는 경우 34.7%

표 8. 성별 심미보철에 대한 인식도

단위: N(%)

항 목	구 분		남 자	여 자	계	p값
심미보철	의향	예	106(44.2)	133(50.4)	239(47.4)	0.163
		아니오	134(55.8)	131(49.6)	265(52.6)	
	원치 않는 이유*	비용이 많이 들어	54(22.5)	54(20.5)	108(21.4)	0.494
		치아가 상할 염려	21(8.8)	28(10.6)	49(9.7)	
		치과가 무서워	18(7.5)	18(6.8)	36(7.1)	
		치료 받을 시간부족	20(8.3)	14(5.3)	34(6.7)	
		기타	21(8.8)	17(6.4)	38(7.5)	
	고려하는 부분	심미성	60(25.0)	106(40.2)	166(32.9)	0.000**
		편안함	64(26.7)	55(20.8)	119(23.6)	
		가격	74(30.8)	48(18.2)	122(24.2)	
		기능성	42(17.5)	55(20.8)	97(19.2)	
	종류 인식여부	안다	101(42.1)	139(52.7)	240(47.6)	0.018*
		모른다	139(57.9)	125(47.3)	264(52.4)	
	알고** 있는 종류	포셀린	40(16.7)	53(20.1)	93(18.5)	
		올세라믹	35(14.6)	35(13.3)	70(13.9)	
		라미네이트	31(12.9)	81(30.7)	112(22.2)	
		지르코니아	4(1.7)	1(0.4)	5(1.0)	
		기타	5(2.1)	4(1.5)	9(1.8)	
	교육 필요성	알긴하나 명칭부정확	45(18.8)	57(21.6)	102(20.2)	0.163
		매우 필요	19(7.9)	25(9.5)	44(8.7)	
		필요	80(33.3)	82(31.1)	162(32.1)	
		보통	125(52.1)	136(51.5)	261(51.8)	
		불필요	9(3.8)	19(7.2)	28(5.6)	
		매우 불필요	7(2.9)	2(0.8)	9(1.8)	
계			240(100.0)	264(100.0)	504(100.0)	

* "보철할 의향 없는 경우" 및 **"보철종류 인식한 경우"로 응답한 자를 대상으로

표 9. 사전지식 유무별 심미보철에 대한 인식도

단위: N(%)

항 목	구 분	사전지식		계	p값
		유	무		
심미보철 필요성	예	153(55.8)	86(37.4)	239(47.4)	0.000**
	아니오	121(44.2)	144(62.6)	265(52.6)	
원치 않는 이유*	비용이 많이 들어	51(18.6)	57(24.8)	108(21.4)	0.001**
	치아가 상할 염려	25(9.1)	24(10.4)	49(9.7)	
	치과가 무서워	19(6.9)	17(7.4)	36(7.1)	
	치료받을 시간부족	12(4.4)	22(9.6)	34(6.7)	
	기타	14(5.1)	24(10.4)	38(7.5)	
고려하는 부분	심미성	111(40.5)	55(23.9)	166(32.9)	0.001**
	편안함	60(21.9)	59(25.7)	119(23.6)	
	가격	60(21.9)	62(27.0)	122(24.2)	
	기능성	43(15.7)	54(23.5)	97(19.2)	
종류 인식여부	안다	179(65.3)	61(26.5)	240(47.6)	0.000**
	모른다	95(34.7)	169(73.5)	264(52.4)	
알고*** 있는 종류	포셀린	82(29.9)	11(4.8)	93(18.5)	0.024*
	올세라믹	62(22.6)	8(3.5)	70(13.9)	
	라미네이트	88(32.1)	24(10.4)	112(22.2)	
	지르코니아	5(1.8)	0(0)	5(1.0)	
	기타	8(2.9)	1(0.4)	9(1.8)	
	알긴하나 명칭부정확	77(28.1)	25(10.9)	102(20.2)	
	매우 필요	29(10.6)	15(6.5)	44(8.7)	
	필요	98(35.8)	64(27.8)	162(32.1)	
교육 필요성	보통	133(48.5)	128(55.7)	261(51.8)	0.024*
	불필요	12(4.4)	16(7.0)	28(5.6)	
	매우 불필요	2(0.7)	7(3.0)	9(1.8)	
계		274(100.0)	230(100.0)	504(100.0)	

* pE0.05 ** pE0.01, **"보철할 의향 없는 경우" 및 ***"보철종류 인식한 경우"로 응답한 자를 대상으로

보다 많았으며(pM0.000), 알고 있는 종류로는 라미네이트 22.2%, 포셀린 18.5%, 올 세라믹 13.9% 순으로 나타났다. 반면 알고 있긴 하나 명칭을 제대로 알지 못하는 경우도 20.2%로 나타났다. 심미보철의 교육이 매우 필요하다고 한 경우에는 사전지식이 있는 군이 10.6%로 사전지식이 없는 군 6.5%보다 많게 나타났다(pM0.024)〈표 9〉.

3.5.4 보철보유별 인식도

연구대상자의 심미보철 보유별 인식도를 보면, 현재 심미보철을 보유하고 있는 군에서 심미보철시 고려하는 부분으로는 심미성 34.0%, 편안함 29.8%, 가격 19.1%, 기능성 17.0% 순으로 나타났으나 통계적인 유의성은 없었다.

심미보철의 종류를 알고 있는 경우에서 보철을 보유하고 있는 군이 87.2%로 보유하고 있는 않는 군 38.5%보다 많았고(pM0.000), 알고 있

표 10. 심미보철 보유별 인식도

단위: N(%)

항 목	구 분	심미보철보유		계	p값
		유	무		
심미보철 고려하는 부분	심미성	32(34.0)	134(32.7)	166(32.9)	0.330
	편안함	28(29.8)	91(22.2)	119(23.6)	
	가격	18(19.1)	104(25.4)	122(24.2)	
	기능성	16(17.0)	81(19.8)	97(19.2)	
종류 인식여부	안다	82(87.2)	158(38.5)	240(47.6)	0.000**
	모른다	12(12.8)	252(61.5)	264(52.4)	
알고** 있는 종류	포셀린	46(48.9)	47(11.5)	93(18.5)	0.000**
	올세라믹	29(30.9)	41(10.0)	70(13.9)	
	라미네이트	31(33.0)	81(19.8)	112(22.2)	
	지르코니아	1(1.1)	4(1.0)	5(1.0)	
	기타	3(3.2)	6(1.5)	9(1.8)	
	알긴하나 명칭부정확	34(36.2)	68(16.6)	102(20.2)	
	매우 필요	17(18.1)	27(6.6)	44(8.7)	
	필요	37(39.4)	125(30.5)	162(32.1)	
교육 필요성	보통	39(41.5)	222(54.1)	261(51.8)	0.000**
	불필요	1(1.1)	27(6.6)	28(5.6)	
	매우 불필요	0(0)	9(2.2)	9(1.8)	
계		94(100.0)	410(100.0)	504(100.0)	

p<0.01, *보철종류 인식한 경우"로 응답한 자를 대상으로

는 종류로 보철을 보유하고 있는 군에서 포셀린 48.9%, 라미네이트 33.0%, 올세라믹 30.9% 순이었다. 반면 알긴 하나 명칭을 정확히 모르는 경우는 36.2%로 나타났다.

심미보철의 교육이 매우 필요하다고 한 경우에서 보철을 보유하고 있는 군은 18.1%로 보유하고 있지 않는 군 6.6%보다 많아 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다(p<0.000)〈표 10〉.

4. 종합 및 고안

우리 사회는 생활수준의 향상과 더불어 의약품과 의료기기의 발달 및 보급으로 건강에 대한 국민들의 건강과 관심을 증대시켰다. 그 결

과 평균 기대수명은 2005년 77세로 괄목할 만한 향상을 가져왔고, 한편 2007년 우리나라 65세 이상 인구는 총인구의 9.9%를 차지하며, 앞으로 2018년에는 노인인구가 차지하는 비율이 14.3%, 2026년에는 20.8%를 상회하는 초고령사회에 도달할 것으로 전망된다¹³⁾.

이와 같은 한국 사회 전반에 걸친 변화 및 건강상태의 변화는 치아건강에 대한 관심을 고조시켰고, 아울러 소득수준 향상과 인구고령화 등은 치아보철 치료에 대한 기대와 수요를 증대시켰으며, 오늘날 보철에 대한 환자들의 기대는 기능적 측면뿐만 아니라 치아의 심미적 치료기능에까지도 확대되고 있다¹⁴⁾.

이에 치과치료 만족도를 높이기 위한 치과보철 방향을 유도하고, 장래 보철치료 있어서 환

자의 치료만족감 극대화를 도모하기 위한 방안을 제시하고자 실시하였다.

심미보철에 대해 사전지식이 있는 경우는 54.4%, 없는 경우는 45.6%이었고, 사전지식이 있는 경우의 주 인식경로는 치과관계자 20.8%로 가장 많이 나타났다. 정²⁾의 연구결과 대상자의 52.8%가 사전지식이 있는 것으로 조사된 것과 유사하게 나타났으며, 심미보철에 대한 과반수 정도가 사전지식이 부족한 것으로 볼 때, 치과 병·의원 종사자와 매체의 적극적인 홍보와 자세가 필요할 것으로 사료된다.

연령별 6개월 이내 치과방문정도를 보면, 방문하는 경우에서 25세 미만이 40.4%로 가장 많았고(pM0.047), 주 방문이유는 우식치료가 14.7%로 가장 많았으며, 심미치료는 1.8%로 나타났다. 연령별 우식치료에서 25세 미만이 16.0%(pM0.020) 많이 나타나 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 이는 박⁶⁾의 연구에서 주 치과치료로는 충치치료가 높게 나왔고, 심미치료는 1.4%로 나타난 결과와 일치하였다.

사전지식 유무별 일반적 특성을 보면, 사전지식이 있는 군에서 여자가 58.8%로 남자 41.2%(pM0.002)보다 많이 나타나 박⁶⁾의 연구결과에서 심미보철치료의 필요성에 대해 여자가 남자보다 높게 나온 것과 같이 여자가 남자보다 심미보철에 관심과 심미성에 대한 요구가 높은 것으로 사료된다.

연령별 심미보철에 대한 만족도를 살펴보면, 심미보철 보유 시 불만족한 경우에서 연령별 25세 이상 30세 미만이 12.1%로 나타났고, 불만족한 이유로 심미적이지 않다는 것을 보였다(pM0.015). 이는 미적인 부분에 신경을 많이 쓰고 대인관계에 대한 민감성이 나타난 것으로 사료되고, 사회생활에 있어서 치아의 심미성이 중요한 바 치료 시 치아 level의 색조와 형태를 논할 전제로 조화를 이루는 치열과 치아인지를

판별하는 것이 필요하며, 근관, 치주, 교정보철의 모든 분야를 별도로 생각하지 않으면서 이른바 총체적 접근을 행하는 것이 치과치료에서 심미를 달성하는 데 필요할 것이다¹⁵⁾. 또한 치과의사, 치과기사, 치과위생사로 이루어지는 치료팀 간에 치료과정과 목적에 대한 확실한 이해가 바탕이 되는 것이 중요할 것이다¹⁶⁾.

사전지식 유무별 심미보철에 대한 인식도를 보면, 사전지식이 있는 군에서 심미보철이 필요하다고 한 경우 55.8%(pM0.000), 심미보철을 원치 않는 이유로 비용이 많이 드는 경우 21.4%(pM0.001), 심미보철시 고려하는 부분으로 심미성 40.5%(pM0.001), 심미보철의 종류를 알고 있는 경우 65.3%(pM0.000), 종류로는 라미네이트 22.2%로 나타난 반면 명칭을 제대로 알지 못하는 경우도 20.2%로 나타났고, 사전지식 군에서 심미보철의 교육이 매우 필요하다고 한 경우가 10.6%(pM0.024)로 많이 나타났다. 심미보철치료 선택 시 심미성을 가장 크게 보는 것으로 나타났고, 심미보철을 원치 않는 이유로 비용적인 부담이 가장 크게 작용하는 것으로 나타나 이에 심미보철치료에 있어 경제적 측면에 대한 적절한 비용관련 대책이 필요하다고 사료되며, 이는 정²⁾, 박⁶⁾ 연구에서도 같은 결과를 나타냈다. 또한 심미보철의 종류로 라미네이트를 많이 알고 있는 것은 의료기관의 홍보 및 대중매체를 통한 연예인이나 정보를 통한 것으로 보이고, 정확하지 않은 명칭을 알고 있는 경우도 많아 이 부분에 있어서도 올바른 심미보철의 지식전달을 위한 교육이 뒷받침되어야 할 것으로 사료된다.

심미보철 보유별 인식도를 보면, 심미보철의 종류를 알고 있는 경우에서 보철을 보유하고 있는 군이 87.2%(pM0.000), 종류로는 포셀린이 48.9%로 가장 많이 나타난 반면 명칭을 정확히 모르는 경우도 36.2%로 나타났고, 보철보유 군

에서 심미보철의 교육이 매우 필요하다고 한 경우가 18.1%(pM0.000)로 많게 나타났다. 이는 정²⁾의 연구에서 과반수 이상이 도재를 사용하고 있는 결과에서 보듯 보철을 보유하고 있는 경우에서 주로 포셀린을 알고 있는 것은 심미보철치료 방법으로 치아를 전부 갈아내고 도재를 덧씌운 경우가 많아 그로 인한 것으로 사료된다.

총괄적으로 대전 시민의 심미보철에 대한 사전지식이 다소 부족한 것으로 나타나 다각적인 방법을 통한 홍보 및 교육이 요구되고, 또한 심미보철 치료의 보편화를 위해 심미보철치료 비용을 합리적 수준으로 조정할 필요가 있으며, 치아심미와 관련된 숙련된 기술과 사회적 분위기에 맞는 적절한 보철 술식을 위한 치과중사 의료인의 연구 및 개발이 중요할 것으로 사료된다.

본 연구의 제한점으로는 연구대상이 대전광역시에 거주하는 성인을 대상으로 한정되어 있어 전체 성인에게 적용시키기에 문제가 있으므로 후속연구에서는 연구대상의 범위확대와 향후 안면과 치아 형태, 치은 특성 간 관계를 고려한 심미보철종류 등에 관한 세부적이고 깊이 있는 개별연구가 필요할 것으로 사료된다.

5. 결 론

저자는 대전 시민을 대상으로 심미보철에 대한 만족도 및 인식도를 조사하여, 일반인이 가지고 있는 심미보철에 대한 올바른 인식제고와 심미 극대화를 위한 보철방향을 모색하고자 2007년 12월 3일부터 29일까지 대전에 거주하는 20대 이상의 성인 550명을 대상으로 심미보철에 관한 인식도와 만족도를 조사하여 다음과 같은 결론을 얻었다. 설문지는 550부 중 524부

가 회수되었고, 이 중 응답내용이 불성실한 20부를 제외한 504명을 대상으로 하였다.

1. 심미보철에 대해 사전지식이 있는 경우는 54.4%, 없는 경우는 45.6%이었고, 사전지식이 있는 경우의 주 인식경로는 치과관계자 20.8%로 가장 많게 나타났다.
2. 전치부 치아가 외모에 많은 영향을 준다고 한 경우는 54.2%로, 25세 미만인 경우에서 55.8%로 많게 나타났으며, 전치부 치아에 불만이 있는 경우는 58.9%로 치아색에 대한 불만이 24.8%로 가장 많게 나타났다.
3. 사전지식 유무별 일반적 특성을 살펴보면, 사전지식이 있는 군에서 여자가 58.8%로 남자 41.2% 보다 많아 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다(pM0.002).
4. 연령별 심미보철에 대한 만족도를 살펴보면, 심미보철 보유 시 불만족한 경우에서 연령별 30세 이상이 14.1%로 가장 많았고, 불만족 이유로는 심미적이지 않다는 경우가 3.2%로 많았으며, 연령별 25세 이상 30세 미만에서 6.5%로 나타나 통계적인 유의한 차이가 있었다(pM0.015).
5. 사전지식 유무별 심미보철에 대한 인식도를 살펴보면, 사전지식이 있는 군에서 심미보철이 필요하다고 한 경우 55.8%(pM0.000), 심미보철을 원치 않는 이유로 비용이 많이 드는 경우 21.4%(pM0.001), 심미보철시 고려하는 부분으로 심미성 40.5%(pM0.001), 심미보철의 종류를 알고 있는 경우 65.3%(pM0.000), 종류로는 라미네이트 22.2%로 나타난 반면 명칭을 제대로 알지 못하는 경우도 20.2%로 나타났고, 사전지식 군에서 심미보철의 교육이 매우 필요하다는 경우가 10.6%(pM0.024)로 많게 나타났다.

6. 심미보철 보유별 인식도를 살펴보면, 심미보철의 종류를 알고 있는 경우에서 보철을 보유하고 있는 군이 87.2%(pM0.000), 종류로는 포셀린이 48.9%로 가장 많이 나타난 반면 명칭을 정확히 모르는 경우도 36.2%로 나타났고, 보철보유 군에서 심미보철의 교육이 매우 필요하다고 한 경우가 18.1%(pM0.000)로 많이 나타났다.

심미보철의 올바른 인식 형성 및 만족도를 위해서는 합리적인 치료비 조정이 필요하고, 치과 의료진의 정확하고 적극적인 홍보와 교육이 필요할 것으로 사료되었다.

참고문헌

1. 이종엽. 심미치과 개론, 대한심미치과학회 2005;14(2):7-10.
2. 정효경. 심미치과보철물의 적응 실태 및 인식도, 영남대학교 보건대학원 석사학위논문 2004.
3. 정찬권. Flow line of aesthetic restoration, 대한심미치과학회 2003;12(1):33-38.
4. 김석균. 치과심미개론, 서울: 지성출판사;1993:329-350.
5. 우이경, 노재경. Esthetical Basic of Elements, 서울: 한국퀀테센스출판 2001.
6. 박영남, 이혜진. 심미보철에 대한 인식 및 치료 기대도에 대한 조사 연구, 한국위생과학회지 2006;12(2):105-115.
7. 이병호. 일반인과 일부 치위생과 학생들의 상악 전치부 심미 선호도, 치위생과학회지 2007;7(3):201-205.
8. 안기연, 이주연, 김성조, 최점일. 한국인의 상악 전치부 심미 인지 선호도 및 정상 치은의 형태 분포, 대한치주과학회지 2006;36(4):817-827.
9. Lavacca MI, Tarnow DP, Cisneros GJ: Interdental papilla length and the perception of aesthetics. Pract proced Aestet Dent 2005;17:405-412.
10. Kurt M.A, Rolf G.B, Thomas Mckinney: Tooth shape preferences in an esthetic smile. Am J Orthod Dentofacial Orthop 2005;128:458-465.
11. Flores-Mir C, Silva E, Barriga MI, Lagravero MO, Major PW: Lay person's perception of smile aesthetics in dental and facial views. J Ortho. 2004;31:204-209.
12. 정재훈, 오상천. 상악 전치부 심미에 대한 인식도 평가, 대한치과보존학회지 2003;41(5):640-654.
13. 고령자 통계2007, 통계청 2007.
14. 정효경. 치과 내원 환자들의 치과보철 치료결정 및 보철치료 만족에 영향을 미치는 요인, 영남대학교 보건대학원 박사학위논문 2007.
15. 우이형. 전치부. 심미적 보철에 관하여, 대한치주과학회지 1991;29:746-751.
16. 고여준. A comprehensive approach for esthetic restorations, 대한심미치과학회지 2003;12(2):7-16.

Abstract

A study on satisfaction with and recognition of aesthetic dental prostheses among citizens in Daejeon

Min-gyeong Ji, Min-Woo Shin¹

Dept. of Dental Hygiene, Dong-U College,

¹Dept. of Dental Hygiene, Daejeon Health Sciences College

Key words: Aesthetic Dental Prostheses, Satisfaction, Recognition

The present writer conducted this study in order to seek desirable directions to enhance right recognition of aesthetic dental prostheses and maximize the aesthetic effect of dental prostheses, by investigating satisfaction with and recognition of aesthetic prostheses among citizens in Daejeon. the writer carried out a self-administered survey with a questionnaire, reaching the following conclusions.

1. It was revealed that 54.4% of them had previous knowledge of aesthetic prostheses while 45.6% had not, and among people with the knowledge, 20.8% acquired it from the dental clinic interested.
2. It was revealed that 58.9% were not satisfied with their front teeth, and among them 24.8% were discontented with their teeth color most.
3. In general characteristics according to whether or not they have previous knowledge aesthetic prosthesis, among people with the knowledge 58.8% were female while 41.2% were male, showing a statistically significant difference ($p=0.002$).
4. In terms of levels of satisfaction with aesthetic dental prostheses by age, in the case of dissatisfaction people over 30 were most with 14.1%.
5. In terms of levels of recognition of aesthetic prostheses according to whether or not they have previous knowledge of those, among people with the knowledge, 55.8% reported that aesthet-

ic prostheses are necessary (pM0.000).

6. In terms of levels of recognition of aesthetic prostheses according to whether or not they have aesthetic prostheses, among people with knowledge of the kinds of aesthetic prostheses, 87.2%(pM0.000).

It was thought that in order to create accurate recognition of and enhance satisfaction with aesthetic dental prostheses, dental care expenses should be adjusted reasonably and also dentists should perform public relations actively with accurate information and provide related education.