

일부지역 치위생과 학생들의 치과홈페이지 인식도 조사

김선영 · 장선희¹ · 문상은²

전남과학대학 치위생과, ¹원광보건대학 치위생과, ²광주여자대학교 치위생학과

색인 : 치과홈페이지, 인식도, 인지도

1. 서론

1.1. 연구의 필요성

오늘날 우리에게 인터넷은 없어서는 안 되는 현대사회의 생필품이며, 어느새 우리 생활 곳곳에 많이 스며들어 있다고 해도 과언이 아니다. McEner KW 등¹⁻⁵⁾은 인터넷(Internet)이란 서로 다른 네트워크상의 사용자들과 통신할 수 있도록 여러 가지 서비스가 제공되는 네트워크의 거대한 집합이며, 이것은 정부, 대학, 산업, 그리고 각 가정으로 연결된다고 정의하였다. 그리고 McEner KW 등^{1,4,5)}은 인터넷 서비스에는 인터넷 이메일, 유스넷, 뉴스그룹, FTP, Gopher, 월드 와이드 웹, Internet Realy Chat, 텔넷 등이 있다고 소개하고 있고, 이러한 인터넷을 이용한 웹페이지 활용은 늘어만 가고 있다. Galvin 등⁶⁾은 가상의 병원의 웹페이지를 만들어 의과대학 및 연구기관에서의 웹을 이용한 교류를 하고 있으며, 1995년 Arijj 등²⁾은 구강 약

안면방사선과 관련한 증례를 웹페이지에 올려 수련의의 교육에 도움을 주고 있고, 이러한 움직임은 치과계에도 다양한 변화와 영향을 끼치고 있다. 미국의 ADA(American Dental Association)는 치의학에서 급속히 늘어나는 전자 교육 매체의 표준화를 위해 Work group⁵(교육용 소프트웨어와 연구시스템)를 1995년에 결성하여 치의학에서는 정보기술에 대한 몇 가지 표준화 작업을 하고 있다⁷⁾.

이러한 시대적 흐름을 반영하듯 치과계에서도 대학병원을 중심으로 인터넷 홈페이지를 점진적으로 개설하여 운영하고 있다⁸⁾. 치과계 홈페이지를 중심으로 많은 정보를 환자와 공유하고 환자와 치과 의료기관의 보이지 않는 넓은 거리감을 좁혀주는 구심점 역할을 한다는 의미에서 순기능이 있다고 본다. 그러나 우리나라의 정보시장에도 유사 의료정보가 많이 있으며 일반 국민들이 인터넷을 통하여 의료지식과 정보를 습득하고 있으나 정보의 질적, 양적 내용에 있어서는 보완되어야 한다.

이러한 정보의 제공에 있어 통신망을 이용한 정보 내용의 문제점이 있을 수 있고, 일반 국민의 건강 생활에 악영향을 미칠 수도 있다⁹⁾. 이러한 문제점을 개선하고 의료서비스의 인터넷 마케팅을 위한 기초자료를 제공함은 물론 건강 상담 체계를 효율적으로 구축하는 자료를 마련하고자한 송 등¹⁰⁻¹²⁾의 선행연구와 병원임상에서의 지식관리 시스템 및 환자기록 관리시스템과 웹 프로그램 개발을 위한 김 등¹³⁻¹⁵⁾의 연구도 있었으나, 아직 홈페이지에 대한 인식과 환자관리 프로그램 개발 및 치과 홈페이지의 질적인 개선을 위한 선행연구는 미흡한 실정이다.

이에 본 연구는 임상에서 환자관리와 교육 및 상담에 중요한 역할을 하고 있는 치과위생사가 될 치위생과 학생들을 대상으로 치과홈페이지에 대한 인지도와 인식도 및 치과홈페이지 방문 경험도를 파악하여 실질적인 치과홈페이지의 질적인 개선을 위한 기초자료를 제공하고자 이 연구를 실시하였다.

1.2. 치과홈페이지의 용어정리

웹 사용자에게 홈페이지는 일반적으로 월드 와이드 웹 브라우저(WWW browser)로 볼 수 있는 하이퍼텍스트로 제작된 것으로 웹상에서 어떤 사이트를 선택했을 때 제일 먼저 보여지는 웹 페이지를 말한다. 웹이라는 것은 월드 와이드 웹(World Wide Web)을 뜻하는 것으로 정확한 의미로는 무수히 많은 하이퍼텍스트들이 서로간의 연결된 모습이 마치 거미가 집을 짓듯 엉킨 형상과 같아 붙여진 명칭이다. 그러나 많은 이들 사이에서 이러한 홈페이지의 개념이 확대되어 현재는 웹사이트와 홈페이지의 구별이 모호하게 사용되고 있어 본 연구에서는 치과의원 및 치과병원과 치과대학병원의 웹사이트를 통칭하여 치과홈페이지라는 용어를 사용하고자 한다.

2. 연구방법

2.1. 연구대상

본 연구는 2009년 5월 12일부터 6월 28일까지 광주, 전남 지역의 3개 전문대학 치위생과 학생 620명 중 설문에 응답해준 526명을 대상으로 진행하였다. 이 연구 자료는 자체 개발한 설문을 이용하여 자기기입식 방법으로 조사하였으며 응답이 미흡한 17부를 제외한 509(96.8%)명의 자료를 최종 분석 대상으로 하였다.

2.2. 연구방법

본 조사의 설문 항목은 일반적 특징 7문항, 치과홈페이지 방문경험에 관한 질문 4문항, 치과홈페이지 구성서비스 지식정도에 관한 질문 6문항, 치과홈페이지에 대한 인식도에 관한 질문 13문항 총 30문항으로 측정하였다. 치과홈페이지에 대한 인식도에 관한 질문의 응답범위는 5점 리커드 척도로 구성하여 '매우 그렇다'를 5점, '그렇다'를 4점, '보통이다' 3점, '그렇지 않다'를 2점, '전혀 그렇지 않다'를 1점으로 하여 점수가 높을수록 치과홈페이지에 대한 인식이 긍정적인 것으로 해석하였다.

2.3. 자료분석방법

수집된 자료는 SPSS Win 12.0을 이용하여 연구대상자의 일반적 특성, 치과근무경험, 인터넷 활용, 홈페이지 방문경험에 관한 문항은 빈도와 백분율로 산출하였고, 학년별 일반적 특성과 인지도에 관한 차이를 알아보기로 χ^2 -test로 분석하였으며, 일반적 특성과 홈페이지 방문경험에 관한 문항에 따른 치과홈페이지의 인식도의 차이는 T-test(검증)와 One-way ANOVA(일원변량분석)를 실시하였다. 치과홈페이지 구성서비스 인지도는 안내

서비스, 방명록과 게시판 서비스, 예약서비스, 상담서비스, 정보서비스, 영상서비스 문항을 ‘있다’, ‘없다’로 하여 ‘있다’로 응답한 경우 정답 처리하여 1점, ‘없다’로 응답한 경우 오답 처리하여 0점으로 평점하였다. 검증에 사용된 유의수준은 .001, .01, .05이었다. 치과홈페이지 인식도는 모두 13문항으로 도구의 신뢰도는 Cronbach’s alpha를 구하여 검정을 실시한 결과 0.839로 나타났다.

3. 연구성적

3.1. 연구대상자의 일반적 특징

연구대상자의 일반적 특징을 살펴보면 남학생 5명(1%), 여학생 504명(99%)으로 대부분이 여학생이었고 학년별 분포에서는 1학년 200명(39.3%), 2학년 181명(35.6%), 3학년 128명(25.1%)이었다. 치과근무경험 분포는 ‘있다’로 응답한 학생은 195명(38.3%), ‘없다’로 응답한 학생은 314명

표 1. 대상자의 일반적 특징

	구분	빈도(N)	백분율(%)
성별	남학생	5	1
	여학생	504	99
학년	1학년	200	39.3
	2학년	181	35.6
	3학년	128	25.1
치과근무경험	있다	195	38.3
	없다	314	61.7
근무치과 수	1군데	86	44.1
	2군데	64	32.8
	3군데	19	9.7
	4군데	15	7.7
	5군데 이상	11	5.6
치과근무경력	6개월 이하	131	67.2
	1년	35	17.9
	2년	10	5.1
	3년	7	3.6
	4년	3	1.5
	5년 이상	9	4.6
	없다	314	61.7
인터넷 활용정도	평균 주 1회~3회	196	38.5
	평균 주 4회~6회	113	22.2
	평균 주 7회 이상	41	8.1
	매일 자주	159	31.2
인터넷 사용용도	메일 수신·발신	34	6.7
	홈페이지관리	138	27.1
	정보검색	162	31.8
	인터넷 쇼핑	118	23.2
	학습활동	20	3.9
	기타(게임, 음악, 영화)	37	7.3
계		509	100

(61.7%)이었다. 치과근무경험이 '있다'로 응답한 학생 중 치과근무경력이 6개월 이하인 학생수는 131명(67.2%)으로 가장 많았고, 1년인 학생수는 35명(17.9%), 2년인 학생수는 10명(5.1%) 순으로 나타났다. 인터넷 활용정도는 평균 주 1회~3회가 196명(38.5%)으로 가장 많았고, 매일 자주가 159명(31.2%), 주 4회~6회 113명(22.2%), 주 7회 이상 41명(8.1%) 순으로 나타났다. 인터넷 사용 용도 분포를 살펴보면 정보검색이 162명(31.8%), 홈페이지 관리가 138명(27.1%) 순이었고, 학습활동이 20명(3.9%)으로 가장 낮았다(표 1).

3.2. 학년별 인터넷 활용정도에 관한 특성

학년별 인터넷 활용정도에 관한 특성은 <표 2>와 같다. 1학년은 인터넷을 매일 자주가 64(40.3%), 평균 주 1회~3회 60(30.6%), 평균 주 4회~6회 57(50.4%), 평균 주 7회 이상 64(40.3%) 순으로 나타났다으며, 2학년은 평균 주 1회~3회 83 (42.3%), 매일 자주 56(35.2%) 순으로 나타났고 3학년은 평균 주 1회~3회 53(27.0%), 매일 자주 39(24.5%), 평균 주 4회~6회 23(20.4%), 평균 주 7회 이상 13(31.7%) 순으로 학년별 인터넷 활용정도의 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$).

3.3. 학년별 인터넷 이용용도에 관한 특성

학년별 인터넷 이용용도에 관한 특성은 <표 3>과 같다. 전체 학년의 인터넷 이용용도를 살펴보면 정보검색이 162(31.8%)로 가장 높은 순위를 차지하였고 그 다음으로는 홈페이지관리 138 (27.1%), 인터넷쇼핑 118(23.2%) 순이었다. 학년별 인터넷 이용용도를 보면 1학년에서는 홈페이지 관리가 66(47.8%)으로 가장 높았으며 정보검색 55(34.0%), 인터넷쇼핑 44(37.3%), 기타 18(48.6%), 메일 수신·발신 15(44.1%), 학습활동 2(10.0%) 순이었고, 2학년에서는 정보검색 65(40.1%), 홈페이지관리 46(33.3%), 인터넷쇼핑 36(30.5%), 학습활동 15(75.0%), 메일 수신·발신 10(29.4%), 기타 9(24.3%) 순이었으며, 3학년에서는 정보검색 42(25.9%), 인터넷쇼핑 38(32.2%), 홈페이지관리 26(18.8%), 기타 10(27.0%), 메일 수신·발신 9(26.5%), 학습활동 3(15.0%) 순으로 유의한 차이가 나타났다($p < 0.05$).

3.4. 학년별 치과홈페이지 구성서비스 인지도

학년별 치과홈페이지 구성서비스 인지도는 <표 4>와 같다. 안내서비스, 방명록과 게시판서비스,

표 2. 학년별 인터넷 활용정도

구분	1(%)	2(%)	3(%)	계(%)	χ^2	p
평균 주 1회~3회	60 (11.8)	83 (16.3)	53 (10.4)	196 (38.5)	15.890	0.014*
평균 주 4회~6회	57 (11.2)	33 (6.5)	23 (4.5)	113 (22.2)		
평균 주 7회 이상	19 (3.7)	9 (1.8)	13 (2.6)	41 (8.1)		
매일 자주	64 (12.6)	56 (11.0)	39 (7.7)	159 (31.2)		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

표 3. 학년별 인터넷 이용용도

구분	1(%)	2(%)	3(%)	계(%)	χ^2	p
메일 수신·발신	15 (2.9)	10 (2.0)	9 (1.8)	34 (6.7)	27.112	0.03*
홈페이지관리	66 (13.0)	46 (9.0)	26 (5.1)	138 (27.1)		
정보검색	55 (10.8)	65 (12.8)	42 (8.3)	162 (31.8)		
인터넷 쇼핑	44 (8.6)	36 (7.1)	38 (7.5)	118 (23.2)		
학습활동	2 (0.4)	15 (2.9)	3 (6.0)	20 (3.9)		
기타(게임, 음악, 영화)	18 (3.5)	9 (1.8)	10 (2.0)	37 (7.3)		

*p<0.05, **p<0.01

예약서비스에서는 학년간의 치과홈페이지 구성서비스 인지도가 유의한 차이를 보이진 않았으나 정보서비스에서는 정답률이 2학년, 1학년, 3학년 순으로 높았고 통계적인 유의한 차이를 보였다(p<0.05). 상담서비스에서는 정답률이 2학년이 가장 높았고 1학년, 3학년 순으로 유의한 차이를 나타냈다(p<0.05). 영상서비스에서도 정답률이 2학년이 가장 높았고 1학년, 3학년 순으로 학년별 유의한 차이를 나타냈다(p<0.01).

3.5. 학년별 치과홈페이지 방문경험도

치과홈페이지 방문경험에 대한 학년별 특성은 <표 5>와 같다. 치과홈페이지 방문경험은 2학년이 145(28.5%)로 가장 높았으며 1학년 85(16.7%), 3학년 115(22.6%) 순으로 유의한 차이를 보였다(=99.661, p<0.001). 방문한 치과홈페이지의 횟수는 1학년에서는 2군데 방문 34(9.9%)로 가장 높게 나타났고, 2학년에서는 5군데 이상 방문 48(13.9%), 3학년에서는 2군데 방문 41(11.9%)이 가장 높게 나타났으며 유의한 차이를 보였다(=26.120, p<0.01). 치과홈페이지의 방문목적에

서는 1학년은 상담목적이 27(7.8%)로 가장 높게 나타났고, 2학년과 3학년은 각각 80(23.3%), 43(12.5%)으로 전공에 관한 자료를 수집하고자 방문한다가 가장 높게 조사되었으며 유의한 차이를 보였다(=62.539, p<0.001). 방문계기는 1, 2, 3학년 각각 68(19.8%), 130(37.9%), 98(28.6%)로 모두 검색을 통하여 방문한 것으로 나타났으며 유의한 차이를 보였다(=15.706, p<0.05).

3.6. 치과홈페이지에 대한 인식도

연구대상자들의 치과홈페이지 인식도는 <표 6>과 같다. 학년별 유의한 차이를 보이는 문항은 치과홈페이지를 통하여 치과의원의 정보를 알 수 있다고 생각한다(p<0.01), 치과홈페이지 방문은 환자에게 치과의원의 예비 방문적 의미가 있다고 생각한다(p<0.01), 홈페이지를 통하여 환자가 내원할 수 있다고 생각한다(p<0.001), 치과홈페이지의 예약기능관리는 치과의원의 효율적 환자관리에 도움을 준다고 생각한다(p<0.01), 치과홈페이지의 예약서비스는 바쁜 현대인의 구강진료서비스에 도움을 줄 수 있다고 생각한다(p<0.01), 치과홈

페이지의 개설은 앞으로 계속 증가될 것이다($p < 0.01$), 치과홈페이지를 통하여 치과계의 다양한 변화가 있을 것이라고 생각한다($p < 0.05$)로 나타났다. 점수가 가장 높은 문항은 치과홈페이지 관리에 병원 이미지와도 관련이 있다고 생각한다(3.96 ± 0.781)였고, 점수가 가장 낮은 문항은 치과홈페이지 효율적 관리는 환자구강보건관리의 연장된 치과위생사의 업무라고 생각한다(3.12 ± 0.971)였다. 1, 2, 3학년 모두에게서 치과홈페이지에 관한 인식도가 가장 긍정적인 문항은 치과홈

페이지 관리는 병원 이미지와도 관련이 있다고 생각한다고 각각 평균이 3.87 ± 0.798 , 4.03 ± 0.734 , 4.00 ± 0.813 로 나타났다.

3.7. 일반적 특징과 홈페이지 방문경험에 따른 인식도

일반적 특징과 치과홈페이지 방문경험에 따른 인식도 차이는 <표 7>과 같다. 학년에 따른 인식도 차이는 2학년, 3학년, 1학년 순으로 유의한 차이를 보였고($p < 0.01$), 방문경험에 따른 인식도

표 4. 학년별 치과홈페이지 구성서비스 인지도

(N=509)

구분		1(%)	2(%)	3(%)	계(%)	χ^2	p
안내서비스	정답	181 (35.6)	171 (33.6)	112 (22.0)	464 (91.2)	4.704	0.95
	오답	19 (3.7)	10 (2.0)	16 (3.1)	45 (8.8)		
방명록과 게시판	정답	160 (31.4)	155 (30.5)	103 (20.2)	418 (82.1)	2.373	0.305
	오답	40 (7.9)	26 (5.1)	25 (4.9)	91 (17.9)		
예약서비스	정답	126 (24.8)	111 (21.8)	76 (14.9)	313 (61.5)	0.436	0.804
	오답	74 (14.5)	70 (13.8)	52 (10.2)	196 (38.5)		
정보서비스	정답	173 (34.0)	174 (34.2)	118 (23.2)	465 (91.4)	11.313	0.03*
	오답	27 (5.3)	7 (1.4)	10 (2.0)	44 (8.6)		
상담서비스	정답	148 (29.1)	154 (30.3)	105 (20.6)	407 (80.0)	7.741	0.021*
	오답	52 (10.2)	27 (5.3)	23 (4.5)	102 (20.0)		
영상서비스	정답	104 (20.4)	137 (26.9)	96 (18.9)	337 (66.2)	29.743	0.000***
	오답	96 (18.9)	44 (8.6)	32 (6.3)	172 (33.8)		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

차이에서는 방문경험이 있다가 없다보다 인식도가 높은 것으로 유의한 차이가 나타났다($p < 0.001$). 그러나 성별, 치과근무경험, 치과근무지 횡수, 치

과근무경력, 인터넷 활용정도, 인터넷 이용용도, 치과홈페이지 방문의 횡수, 목적, 계기별로는 유의한 차이는 없었다.

표 5. 학년별 치과홈페이지 방문경험

(N=509)

구분		1(%)	2(%)	3(%)	계(%)	χ^2	p
방문경험	예	85 (16.7)	145 (28.5)	115 (22.6)	345 (67.8)	99.661	0.000***
	아니요	115 (22.6)	36 (7.1)	13 (2.6)	164 (32.2)		
방문횡수	1군데	23 (6.7)	22 (6.4)	18 (5.2)	63 (18.3)	26.120	0.001**
	2군데	34 (9.9)	29 (8.4)	41 (11.9)	104 (30.1)		
	3군데	13 (3.8)	32 (9.3)	17 (4.9)	62 (18.0)		
	4군데	3 (0.9)	14 (4.1)	8 (2.3)	25 (7.2)		
	5군데 이상	12 (3.5)	48 (13.9)	31 (9.0)	91 (26.4)		
방문목적	호기심에	16 (4.7)	17 (4.9)	19 (5.5)	52 (15.1)	62.539	0.000***
	상담목적으로	27 (7.8)	7 (2.0)	8 (2.3)	42 (12.2)		
	치위생과 학생이므로	17 (4.9)	18 (5.2)	22 (6.4)	57 (16.6)		
	전공에 관한 자료를 수집하려고	20 (5.8)	80 (23.3)	43 (12.5)	143 (41.6)		
	취업 전 치과에 대한 간접경험으로	4 (1.2)	23 (6.7)	23 (6.7)	50 (14.5)		
방문계기	검색을 통하여	68 (19.8)	130 (37.9)	98 (28.6)	296 (86.3)	15.706	0.015*
	치과홍보 배너를 통하여	14 (4.1)	7 (2.0)	6 (1.7)	27 (7.9)		
	지인의 소개를 통하여	2 (0.6)	4 (1.2)	6 (1.7)	12 (3.5)		
	기타	0 (0)	4 (1.2)	4 (1.2)	8 (2.3)		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

표 6. 치과홈페이지 인식도

(N=509)

인식도 문항	1	2	3	p
	M±SD	M±SD	M±SD	
1. 치과홈페이지를 통하여 치과의원의 정보를 알 수 있다고 생각한다.	3.38±.780	3.66±.694	3.49±.742	.001**
2. 치과홈페이지는 환자를 위한 상담 역할에 큰 도움을 준다고 생각한다.	3.08±.739	3.21±.789	3.17±.888	.265
3. 치과홈페이지 방문은 환자에게 치과의원의 예비 방문적 의미가 있다고 생각한다.	3.25±.888	3.45±.806	3.54±.822	.005**
4. 치과홈페이지를 통하여 환자가 내원할 수 있다고 생각한다.	3.07±.903	3.38±.914	3.48±.784	.000***
5. 치과홈페이지 관리는 병원 이미지와도 관련이 있다고 생각한다.	3.87±.798	4.03±.734	4.00±.813	.114
6. 치과홈페이지의 관리를 잘하는 병원이 서비스의 질도 좋다고 생각한다.	3.55±.929	3.61±.957	3.66±.916	.516
7. 치과홈페이지의 예약기능관리는 치과의원의 효율적 환자 관리에 도움을 준다고 생각한다.	3.67±.870	3.86±.817	3.48±.878	.001**
8. 치과홈페이지의 예약서비스는 바쁜 현대인의 구강진료서비스에 도움을 줄 수 있다고 생각한다.	3.71±.894	3.99±.803	3.78±.822	.005**
9. 치과홈페이지의 예약서비스를 비롯한 활용 및 관리를 치과위생사가 할 수 있다고 생각한다.	3.39±.945	3.56±.875	3.57±.867	.062
10. 치과홈페이지 효율적 관리는 환자구강보건관리의 연장된 치과위생사의 업무라고 생각한다.	3.15±.881	3.08±.869	3.15±.865	.726
11. 치과홈페이지 개설은 환자의 편의를 위해 필수적이라고 생각한다.	3.51±.897	3.57±.837	3.48±.803	.603
12. 치과홈페이지의 개설은 앞으로 계속 증가될 것이다.	3.67±.863	3.94±.721	3.84±.791	.003**
13. 치과홈페이지를 통하여 치과계의 다양한 변화가 있을 것이라고 생각한다.	3.41±.869	3.64±.849	3.52±.905	.036*

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

4. 충갈 및 고안

현대사회에서 우리는 정보의 홍수 속에 살고 있다. 정보의 풍요를 누리는 것을 가능하게 한 것은 인터넷의 발달과 인터넷 활용인구의 증가라고 볼 수 있다. 인터넷은 의료, 보건분야에도 그 영향력을 나타내고 있다. 인터넷은 잠재적으로 일반 대중에게 건강교육에 대한 자료를 값어치 있게 제공할 수 있다¹⁶⁾. Adelhard K¹⁷⁾의 연구에서는 인터넷 사용자들의 3분의 1 이상이 네트워크상에

서 의학에 관한 정보를 찾고 결과들을 사용했던 것으로 나타났다. 이러한 시대적인 흐름은 치과계에도 영향을 미쳤고, 치과홈페이지의 증가와 발달의 배경이 되었다. 하지만 홈페이지 실태와 특성 분석을 한 김 등^{18,19)}의 연구에서 치과홈페이지의 관리가 안 되는 게시판과 방명록, 효율적이지 못한 예약서비스, 답변의 신속성이 없는 상담서비스, 과대광고 등이 보고된 바 있다. 이에 본 연구는 치위생과 학생들의 치과홈페이지에 대한 인지도와 인식도 및 치과홈페이지 방문 경험도를 파악

표 7. 일반적 특징과 치과홈페이지 방문경험에 따른 인식도 (N=509)

	구분	N	M±SD	F(T)	p
성별	남	5	3.55±.309	.107	.915
	여	504	3.52±.503		
학년	1	200	3.43±.523	6.308	.002**
	2	181	3.61±.434		
	3	128	3.55±.534		
치과근무경험	유	195	3.56±.505	1.223	.222
	무	314	3.50±.499		
근무치과 수	1군데	86	3.61±.491		
	2군데	64	3.56±.447		
	3군데	19	3.53±.662		
	4군데	15	3.62±.477		
	5군데 이상	11	3.14±.550		
치과근무경력	6개월 이하	131	3.57±.510	1.166	.327
	1년	35	3.44±.478		
	2년	10	3.73±.538		
	3년	7	3.41±.676		
	4년	3	3.51±.463		
	5년 이상	9	3.80±.263		
인터넷 활용정도	평균 주 1회~3회	196	3.48±.473	2.468	.061
	평균 주 4회~6회	113	3.62±.471		
	평균 주 7회 이상	41	3.41±.572		
	매일 자주	159	3.54±.530		
인터넷 이용용도	메일 수신·발신	34	3.46±.564	.970	.453
	홈페이지관리	138	3.54±.535		
	정보검색	162	3.58±.457		
	인터넷 쇼핑	118	5.51±.482		
	학습활동	20	3.41±.614		
	기타(게임, 음악, 영화)	37	3.43±.491		
방문경험	예	345	3.59±.500	4.210	.000***
	아니요	164	3.39±.479		
방문횟수	1군데	63	3.51±.531	2.173	.072
	2군데	104	3.53±.486		
	3군데	62	3.56±.527		
	4군데	25	3.77±.390		
	5군데 이상	91	3.67±.489		
방문목적	호기심에	52	3.50±.512	1.175	.322
	상담목적으로	42	3.62±.528		
	치위생과 학생이므로	57	3.51±.537		
	전공에 관한 자료를 수집하려고	143	3.64±.467		
	취업 전 치과에 대한 간접경험으로	50	3.60±.505		
방문계기	검색을 통하여	296	3.61±.488	.446	.721
	치과홍보 배너를 통하여	27	3.51±.530		
	지인의 소개를 통하여	12	3.52±.545		
	기타	8	3.62±.483		

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

하여 홈페이지 관리, 운영에 있어 질적인 개선을 위한 기초자료를 제공하고자 이 연구를 실시하였다. 치과홈페이지 인지도와 인식도 및 치과홈페이지 방문경험도를 파악하여 실질적인 치과홈페이지의 질적인 개선을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

학년별 인터넷 이용용도에 관한 특성은 전체 비율에서 정보검색이 162(31.8%)로 가장 높은 순위를 차지하였고 그 다음으로는 홈페이지관리 138(27.1%), 인터넷쇼핑 118(23.2%) 순이었다. 학년별 비율을 살펴보면, 2학년과 3학년에서는 정보검색이 42(25.9%)로 가장 높았다. 이는 2001년 6월 말 기준, 인터넷 이용자들의 62.9%가 자료 정보 검색을 목적으로 사용한 것으로 나타난 KRNIC²⁰⁾의 연구와 일치된 결과를 보였다.

학년별 치과홈페이지 구성서비스 인지도를 알아보기 위한 항목으로는 안내서비스, 방명록과 게시판서비스, 예약서비스, 상담서비스, 정보서비스, 영상서비스 문항을 조사하였다. 구성서비스 인지도의 각 항목을 '있다', '없다'로 하여 '있다'로 응답한 경우 정답 처리하여 1점, '없다'로 응답한 경우 오답 처리하여 0점으로 평점하였다. 안내서비스, 방명록과 게시판서비스, 예약서비스에서는 학년간의 치과홈페이지 구성서비스 인지도가 유의한 차이를 보이진 않았으나 정보서비스와 상담서비스 그리고 영상서비스에서는 정답률이 2학년, 1학년, 3학년 순으로 높았고 통계적인 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$). 치과홈페이지 구성서비스에 대한 인지도는 학년이 높을수록 인지도가 높은 것은 아님을 알 수 있었다.

치과홈페이지 방문경험에 대한 학년별 특성은 2학년이 145(28.5%)로 가장 높았으며 1학년 85(16.7%), 3학년 115(22.6%) 순으로 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$). 방문경험에 따른 인식도 차이에서는 방문경험이 있다가 없다보다 인식도가 높은 것으로 유의한 차이를 나타냈다($p < 0.001$).

방문경험이 인식도에 영향을 미친다는 것을 알 수 있으나, 학년이 높을수록 방문경험이 높은 것은 아님을 알 수 있었다.

연구대상자들의 치과홈페이지 인식도에서 점수가 가장 높은 문항은 치과홈페이지 관리는 병원 이미지와도 관련이 있다고 생각한다(3.96 ± 0.781)였다. 이는 1, 2, 3학년 모두에게서 높은 점수를 나타냈다. 점수가 가장 낮은 문항은 치과홈페이지 효율적 관리는 환자구강보건관리의 연장된 치과위생사의 업무라고 생각한다(3.12 ± 0.971)였다. 이는 치위생과 학생들이 치과홈페이지 관리에 대한 치과위생사의 업무영역 확대에 대하여 그다지 긍정적인 편이 아님을 알 수 있다. 그러나 김²¹⁾의 연구에 의하면 인터넷은 정보전달 매체로서 그 영역을 점점 넓혀가고 있고 이제 의료인들도 단순한 환자진료 업무뿐만 아니라 의료정보제공자로서의 역할도 감당해야 할 시점에 이르렀다라고 보고된 바 있다.

본 연구의 제한점은 일부 광주 전남지역의 3개 전문대학 치위생과 학생을 대상으로 한 자료를 바탕으로 하였기 때문에 일반화하기 힘들고, 치과위생사나 치위생과 학생들을 대상으로 치과홈페이지의 인식도에 대한 연구가 원활하게 이루어져야 함에도 불구하고 이러한 선행 연구가 전무한 실정이므로 본 연구와 맥락을 같이한 선행연구가 없기 때문에 직접적인 비교분석이 미흡하였다.

앞으로 치과계는 새로운 변화를 원하는 온라인 정보 소비계층의 요구에 맞추어 인터넷을 활용한 다양한 콘텐츠 개발과 함께 치과홈페이지의 발전 가능성이 크다. 이러한 변화는 임상에서 환자를 관리하고 교육 및 상담에 중요한 역할을 맡고 있는 치과위생사에게도 미칠 것이다. 환자의 효율적 관리를 위해서, 환자의 구강보건교육과 상담을 위해서, 병원의 이미지 관리를 위해서 등등 치과홈페이지를 이용한 치과위생사의 업무영역도 커다란 변화가 있을 것이라 생각한다. 그러므로 치과위생

사와 치위생과 학생의 치과홈페이지 인식도에 관한 연구는 홈페이지 발전방향을 제시할 뿐만 아니라 환자가 느끼는 치과에 대한 편견 및 선입견으로 인해 보이지 않는 높은 문턱을 낮출 수 있기에 이러한 부분의 연구가 원활히 이루어지는 가운데 변화를 인식하고 변화에 맞추는 움직임이 있어야 한다고 판단된다.

본 연구는 치위생과 학생들을 대상으로 치과홈페이지의 인지도와 인식도 및 치과홈페이지 방문경험도를 파악하여 치과계의 변화에 따른 치과홈페이지의 질적 개선을 위한 기초자료를 제공하는데 도움이 되길 바라며, 후속연구에서는 여러 지역에 분포한 연구대상의 표본추출을 확대시키고 아울러 치과위생사와 치위생과 학생들의 인식에 대한 비교가 이루어져야 한다고 사료된다.

5. 결론

일부 광주 전남지역의 3개 전문대학 치위생과 학생을 대상으로 치과홈페이지의 인지도와 인식도 및 치과홈페이지 방문경험도를 파악하여, 치과홈페이지의 질적 개선을 위한 기초자료를 마련할 목적으로 응답이 미비하고 회수되지 않은 17부를 제외한 509(96.8%)명의 자료를 이용하여 분석한 바 다음과 같은 결론을 얻게 되었다.

1. 학년별 치과홈페이지 구성서비스에 관한 인식도는 정보서비스에서는 정답률이 2학년, 1학년, 3학년 순으로 높았고 통계적인 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$). 상담서비스에서는 정답률이 2학년이 가장 높았고 1학년, 3학년 순으로 유의한 차이를 나타냈고($p < 0.05$), 영상서비스에서도 정답률이 2학년이 가장 높았고 1학년, 3학년 순으로 학년별 유의한 차이를 나타냈다($p < 0.01$)
2. 치과홈페이지 방문경험에 대한 학년별 특성에서 치과홈페이지 방문경험은 2학년이 145 (28.5%)로 가장 높았으며 1학년 85(16.7%), 3학년 115(22.6%) 순으로 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$).
3. 방문한 치과홈페이지의 수는 1학년에서는 2군데 방문 34(9.9%)이 가장 높게 나타났고, 2학년에서는 5군데 이상 방문 48(13.9%), 3학년에서는 2군데 방문 41(11.9%)이 가장 높게 나타났으며 유의한 차이를 보였다($p < 0.01$).
4. 치과홈페이지의 방문목적에서는 1학년은 상담목적이 27(7.8%)로 가장 높게 나타났고, 2학년과 3학년은 각각 80(23.3%), 43(12.5%)으로 전공에 관한 자료를 수집하고자 방문한다가 가장 높게 조사되었고 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$).
5. 방문계기는 1, 2, 3학년 각각 68(19.8%), 130(37.9%), 98(28.6%)로 모두 검색을 통하여 방문한 것으로 나타났으며 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$).
6. 연구대상자들의 치과홈페이지 인식도 문항 중 1, 2, 3학년 모두에게서 점수가 가장 높은 문항은 치과홈페이지 관리는 병원 이미지와도 관련이 있다고 생각한다(3.96 ± 0.781)였고, 점수가 가장 낮은 문항은 치과홈페이지 효율적 관리는 환자구강보건관리의 연장된 치과위생사의 업무라고 생각한다(3.12 ± 0.971)였다.
7. 학년별 치과홈페이지 인식도 차이는 2학년, 3학년, 1학년 순으로 유의한 차이를 보였고($p < 0.01$), 방문경험에 따른 인식도 차이에서는 방문경험이 있다가 없다보다 인식도가 높은 것

으로 유의한 차이를 나타냈다($p < 0.001$).

치위생과 학생들의 홈페이지 구성서비스에 대한 존재 유무, 방문목적과 방문경험도, 방문계기에 대한 학년간의 유의한 차이를 보였다. 그리고 치과홈페이지의 효율적인 관리는 병원 이미지와도 관련 있다는 인식은 높은 것에 반해 치과홈페이지 효율적 관리는 환자구강보건관리의 연장된 치과위생사의 업무라고 생각한다는 인식도는 가장 낮게 나타났다. 이에 치과홈페이지에 대한 치위생과 학생을 비롯한 치과위생사의 인식도를 높여나가는 가운데 치과홈페이지의 질적인 개선을 위한 다양한 연구가 활발히 이루어져야 할 것으로 사료된다.

참고문헌

1. McEnergy KW. The Internet, World-Wide Web, and Mosaic. An Overview. *Am J Roentgenol* 1995;164:469-473.
2. Ariji E, Ohki M, Yamada T, Ariji Y, Yamada M, Ueno H, Izumi M, Kimura Y, Hotokezaka Y, Nakamura T. Oral and maxillofacial radiology teaching file on the World Wide Web. *Oral Surg Oral Med Oral Pathol Oral Radio Endod* 1996;81:498-502.
3. Richardson ML. A World-Wide Web Radiology Teaching File Server on the Internet. *Am J Roentgenol* 1995;164:479-483.
4. Stauffer T. Using the Internet with Your Mac. QUE, 1995.
5. Heck J, Kent P. Using Netscape™ 2 with Your Mac. QUE 1995.
6. Galvin JR, D'Alessandro MP, Kurihara Y, Erkonen WE, Knutson TA, Lacey DL. Distributing an Electronic Imaging Teaching File Using the Internet, Mosaic, and Personal Computers. *Am J Roentgenol* 1995;164:475-478.
7. Stanford S. Status Report of the American Dental Association's Dental Informatics Activities. Chicago: American Dental Association, Cited from reference 1995:25.
8. 김성량. 치과대학병원의 인터넷 홈페이지 홍보 실태에 관한 연구. 광주대 언론홍보대학원 석사학위논문, 2001:32.
9. 류진우, 박종권, 정민 외 5인. 인터넷 홈페이지를 이용한 유방질환 상담내용 분석. *대한외과학회지* 2000;58(3):319-322.
10. 송경애, 백승인, 권은하. 일 병원 류마티스센터 홈페이지의 인터넷 상담내용 분석. *류마티스건강학회지* 2003;10(1):54-61.
11. 김태섭, 이해중. 종합병원 인터넷 홈페이지의 콘텐츠 및 운영 현황 및 향후 개선 방안. *병원경영 학회지* 1999;4(2):192-218.
12. 정면숙. 병원의 인터넷 마케팅을 위한 간호부서의 웹사이트 분석. *간호행정지* 2000;7(3):531-543.
13. 김정애. 간호과정 임상적용을 위한 지식관리 시스템 개발연구. *간호학 탐구* 2001;10(1):110-138.
14. 김명관. HTTP(Hypertext Transport Protocol)를 이용한 병원 환자기록관리시스템 개발에 관한 연구. *Annual Bullentin of Seoul Health Junior colleg* 1995;15:257-264.
15. 윤민중, 이 준. 중소병원 진료를 위한 Web 상에서의 ANY-PACS 구현. *한양대 전자정보통신연구소 논문집* 1999;1:222-236.
16. Chestnutt I.G. The nature and quality of periodontal related patient information on the world-wide web. *British Dent J* 2002;193(11):657-659.
17. Adelhard K, Obst O. Evaluation of Medical Internet Sites. *Meth Inform Med* 1999;38:75-79.
18. 김선영. 치과의원의 홈페이지 실태. *조선대학 환경보건대학원 석사학위논문*, 2005.
19. 김빛나. 치과 관련 인터넷 홈페이지의 특성 분석. *연세대 관리과학대학원 석사학위논문*, 2001:36-51.
20. Korea Network Information center; KRNIC 2001.
21. 김순호. 인터넷을 이용한 당뇨교육과 홈페이지 구축. *당뇨병* 1996;20(2):45-53.

Abstract

An investigation on the recognition degrees of the dental clinics' homepages by students of dental hygienic departments in some areas

Seon-Yeong Kim · Sun-Hee Jang¹ · Sang-Eun Moon²

Dept. of Dental Hygiene, Chunnam Techno College

¹*Wonkwang Health Science University*

²*Kwangju Women's University*

Key words : dental clinics' homepages, knowledge, recognition degrees

Objectives : The study is to gain some basic material for the improvement of dental clinics' homepages through a survey investigation, in which college students of three Dental Hygienic departments participated in Kwangju and Cheollanamdo Province.

Methods : In the investigation three factors were analyzed : the degree of knowledge on dental clinics' homepages, the degree of recognition on them, and whether they have paid a visit on them or not. A total of 509(96.8%) respondents are valid except 17sheets of responses.

Results :

1. When asked about the degrees of knowledge on the formation of the homepages by students' years, the correct rate on Information Service was higher in a row of the second year, the first year, and the third year. And it shows statistically significant difference($p<0.05$). In the part of Counseling Service, the rate of correct answers was highest in the second year, and then the first year and the third year. It also shows significant difference($p<0.05$). In case of Visual Service, the second year got the highest rate of correct answers, and then the first year and the third year. Here is significant difference by the school years(<0.01)
2. It was asked whether they have visited the dental clinics' homepages. The results are like this: 145 sophomores(28.5%) have visited them, and 115 juniors(22.6%) and 85 freshmen(16.7%), and it show significant difference ($p<0.001$).

3. It was asked how many sites they have visited. Among the freshmen, not a few students visited two sites (34, 9.9%), among sophomores 48 students visited five sites(13.9%), and among juniors the highest answers were two sites (41, 11.9%). It shows significant difference($p<0.01$).
4. It was asked what is the purpose of the visits. At this 27 freshmen answered for having counseling(7.8%), and 80 sophomores(23.3%) and 43 juniors(12.5%) answered they visited them for the purpose of gaining some materials about their major. It shows significant difference($p<0.001$).
5. It was asked with what opportunity they have visited them. They answered through searching activities like this : freshmen (68, 19.8%), sophomores (130, 37.9%), and juniors (98, 28.6%). It shows significant difference($p<0.05$).
6. In regard with the recognition of the homepages, all the participants said that the management of the homepages are closely related with the images of the clinics(3.96 ± 0.781). But it is found that they do not think that the effective management of dental clinics' homepages is the task of dental hygienic workers as a part of dental hygienic(3.12 ± 0.971).
7. There is some difference concerned with the homepages among each group of students; sophomores have highest recognition on them and then juniors and freshmen, and it shows significant difference($p<0.01$). In addition, those who have visited them show higher recognition than those who have never visited them($p<0.001$).

Conclusions : There are some differences among each group of students in regard with the formation service, the purpose of visiting them and such experiences, and the opportunities. Whereas they think that the management of the homepages are closely related with the images of the clinics, they do not think that the effective management of dental clinics' homepages is the task of dental hygienic workers as a part of dental hygienic. Therefore it is necessary to study actively for the qualitative improvement of the dental clinics' homepages, which will result in the higher recognition on the homepages by the dental hygienic students and the workers.