

소아를 주요 대상으로 하는 한의원 웹사이트의 분석 및 고찰

서영민, 김장현

동국대학교 한의과대학 소아과학교실

Analysis of Oriental Pediatrics Clinic Web Sites in Korea

Seo Young Min, Kim Jang Hyun

Department of Pediatrics, College of Oriental Medicine, Dongguk University

Objectives : The Internet is closely related to the live of modern people in the 21st Century. With increasing interest in health and disease of children, the public has access to a growing supply of information on oriental pediatrics clinic through Internet.

The purpose of this study is to collect and analyze the Internet web sites concerning oriental pediatrics clinic in Korea, and study the effectiveness of internet toward oriental pediatrics.

Methods : We selected 42 web sites by searching for such keyword as child and oriental Medical clinic at korea major web search engine. The sites were evaluated and analyzed on the basis of 24 items under three evaluation criteria such as quality of contents, the easy of use, reliability of web sites.

Results: Study results indicated that 34% of web sites were built in 2004, 58% of oriental pediatrics clinic was located in Seoul & Kyunggi and 84% of them was connected network medical system. About health information was supplied in oriental pediatrics clinic web sites, the growth was high frequent information, 50% of web sites supplied high quality information and 19% of them was supplied high diversity information.

Conclusions: It is necessary to control system as information certification system in the area of oriental pediatrics clinic web sites.

Key words: internet, health information, oriental pediatrics, web sites

접 수 : 2006년 7월 14일, 채택일자 : 2006년 8월 19일

교신저자 : 서영민, 경상북도 경주시 석장동 1090-1 동국대 경주한방병원 한방소아과
(Tel. 054-770-1260, E-mail: min6352@lycos.co.kr)

I. 서론

21세기를 일컬어 정보화 사회라고 하며 인터넷은 정보화 사회를 앞당기는 촉매제 역할을 하고 있다. 우리나라는 세계수준의 정보화 선진국 50개국 중 국가정보화 지수 순위가 98년 22위에서 2005년 3위에 오른 것으로 조사되었으며, 인터넷 이용자수에 있어서 2005년 12월 말 3,158만 명으로 6세 이상 전 국민의 70.2%를 차지하고 있으며 이는 인구 1천 명당 610명으로 비교대상 50개국 중 3위를 차지하고 있는 것으로 나타났다¹⁾.

인터넷 이용자의 증가와 함께 건강관련 사이트도 그 이용이 계속 증가하고 있어 2002년 6월 국내 인터넷 이용자 2,565만 명 중에서 4.2%에 해당하는 107만 명이 건강 및 의학 관련 사이트에 접속하는 것으로 나타났으며, 인터넷 이용자의 97.3%가 인터넷을 통하여 건강정보를 이용한 경험이 있다고 답하였고, 이들 중 20%가 정기적으로 이용하고 있는 것으로 나타났다²⁾.

인터넷 정보화는 보건의료계에도 많은 영향을 미치고 있어, 진료 및 기술적인 측면보다는 소비자 중심의 경영 및 마케팅이 성공 요인으로 부각되고 있으며, 가격 및 서비스, 홍보 및 광고의 치열한 경쟁이 의료시장에도 나타나 앞으로 공동광고 및 홍보, 진료방식과 경영부문의 표준화를 통한 '네트워크 병원'의 경영방식이 의료시장의 큰 흐름을 주도할 것으로 예측되고 있다³⁾.

최근 출산율의 감소에도 불구하고, 키즈산업의 규모가 성장하고 다양화됨에 따라⁴⁾, 한방의료 분야에서는 소아를 주요 치료대상으로 하는 네트워크 한의원이 급증하고 있으며, 이들은 인터넷 정보화와 맞물려 소아의 치료에 새로운 형태의 의료서비스가 있다는 사실을 한의원 웹

사이트를 통하여 일반인들에게 주지시킴으로써 한방소아과의 진료영역을 확대하고자 하는 노력들을 보이고 있다.

한의원 웹사이트를 통하여 제공되는 소아와 관련된 건강정보가 잠재적으로 건강증진에 기여하는 부분이 많은 것도 사실이지만, 여과되지 않은 잘못된 건강정보와 지나친 광고성 정보는 소아의 건강에 악영향을 줄 수 있어, 소아에 관한 한방적 치료의 관심이 증가되고 있는 시점에 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트의 서비스 실태를 파악할 필요가 있으며, 현재까지 비만⁵⁾, 금연⁶⁾의 건강정보를 제공하는 웹사이트에 대한 연구는 있었으나 소아와 관련된 한방건강정보를 제공하는 웹사이트에 대해서는 따로 연구된 바가 없었다.

이에 저자는 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트의 실태와, 건강정보의 종류, 정보수준 및 정보다양성, 이용자 편리성, 웹사이트 정보 제공성 및 신뢰성 등을 조사하여 약간의 지견을 얻었기에 이에 보고하는 바이다.

II. 대상 및 연구방법

1. 조사대상

인터넷에서 주요검색 사이트인 네이버, 다음, 네이버, 야후코리아, 파란, 엠파스의 검색창에 '소아' '한의원' 키워드 검색을 통해 나타난 사이트를 중심으로 조사를 실행하여 중복 검색되는 사이트와 주요대상이 소아가 아닌 사이트를 제외하였고, 공사 중이거나, 페이지 오류 등의 이유로 접속이 되지 않는 사이트를 제외하였을 때 실제 조사할 수 있었던 사이트는 42개였다.

2. 연구방법

웹사이트를 조사하여 한의원을 지역별로 분류하였고, 웹사이트에서 제공되는 정보의 내용을 각 질환으로 분류하여 조사하였으며, 건강 정보를 제공하는 웹페이지를 통하여 제공정보의 양적 수준을 판단하였고, 유⁷⁾와 손⁸⁾의 건강 관련 웹사이트 평가기준을 참고로 정보의 질적 수준은 의학전문수준의 공신력 있는 정보인 경우 정보수준을 높음으로, 단순 일반상식 정도의 정보수준인 경우 낮음으로, 의학전문수준의 정보로서는 부족하지만 일반상식 정보 이상인 경우 보통으로 표시하였다. 정보의 다양성에 있어서는 주요 질환에 대한 원인, 증상, 치법과 함께 한방적인 육아법이나 한방적인 지식 등을 표시한 경우 높음으로, 주요 질환에 대한 원인, 증상, 치법에 관한 정보만을 제공하는 경우 보통으로, 주요 질환에 대해 단순히 개론적인 정보만을 제공하는 경우 낮음으로 구별하였다.

그 외 웹사이트의 이용자 편의성을 판단할 수 있는 FAQ, Q&A, Sitemap, 운영자 E-mail,

자가진단 제공여부, 검색기능, 답변신속성을 조사하였고, 웹사이트의 정보 제공성 및 신뢰성을 파악할 수 있는 공지사항, 약력소개, 사진정보, 진료기기 소개, 치료 후기, 건강칼럼, 보도자료 제공, 게시판 활용도 등을 조사하였다

Ⅲ. 결 과

1. 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트의 실태

1) 연도별 웹사이트 개설현황

전체 42개 사이트 중 웹사이트 개설일자를 표시한 사이트는 총 35개 사이트였으며, 7개 사이트는 개설년도를 표시하지 않았다. 2002년도에 개설된 사이트가 6개, 2003년도 8개, 2004년도 8개, 2005년도 12개, 2006년도 4월까지 1개의 사이트가 개설되었다(Fig. 1).

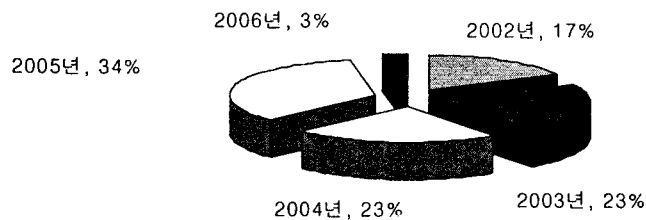


Fig. 1. 연도별 웹사이트 개설현황

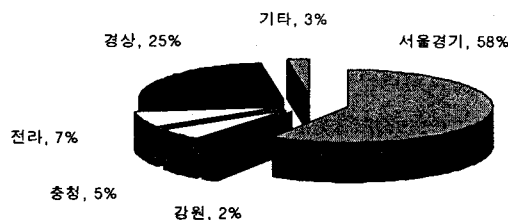


Fig. 2. 소아를 주요대상으로 하는 한의원의 지역별 분포

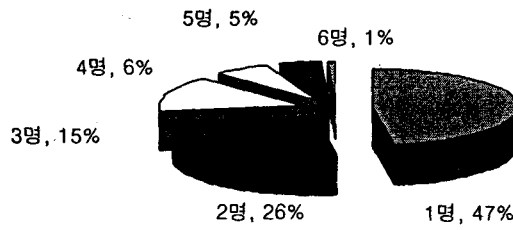


Fig. 3. 소아를 주요대상으로 하는 한의원 진료진 수

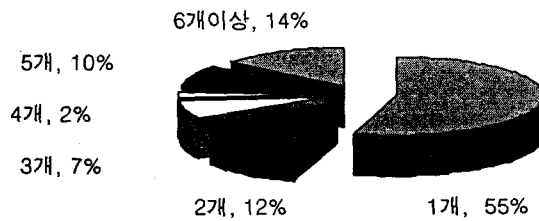


Fig. 4. 네트워크로 연결된 한의원 지점의 수

2) 소아를 주요대상으로 하는 한의원의 지역별 분포

전체 42개 사이트에서 조사된 한의원의 수는 총 153개였다. 서울에 40개, 경기 46개, 인천 5개, 강원 3개, 대전 5개, 충청 3개, 광주 7개, 전라 4개, 대구 11개, 울산 4개, 부산 11개, 경상 10개, 기타 4개로 나타났다. 기타로는 제주 1개, 미국 3개였다(Fig. 2).

3) 소아를 주요 대상으로 하는 한의원의 진료진 수

전국 153개 한의원 중 12곳을 제외한 141개의 한원에서 진료진 수를 확인할 수 있었다. 1명의 진료진을 두고 있는 한의원이 67개로 가장 많았고, 2명이 36개 한의원, 3명이 21개 한의원, 4명이 9개 한의원, 5명이 7개 한의원, 6명이 1개 한의원으로 나타났다. 평균적으로 한의원마다 1.98명의 진료진을 두고 있었으며, 서울이 2.42명, 경기 2명, 인천 2명, 강원 1명, 대전 1.8명, 충청 1.67명, 광주 1.29명, 전라 1.5명, 대구 1.6명, 울산 2명, 부산 2.09명, 경상 1.71명,

기타 1.75명의 진료진을 갖추고 있는 것으로 나타났다(Fig. 3).

4) 네트워크로 연결되어 있는 지점의 수

42개 웹사이트 중 23개 웹사이트가 단독으로 운영되고 있었으며, 2개의 지점이 네트워크 방식으로 연결된 경우가 5개 사이트, 3개의 지점이 연결된 경우는 3개 사이트, 4개의 지점이 연결된 경우는 1개 사이트, 5개의 지점이 연결된 경우는 4개 사이트, 6개의 지점이 연결된 경우는 1개 사이트, 7개의 지점이 연결된 경우는 2개 사이트, 9개의 지점이 연결된 경우는 1개 사이트, 14개의 지점이 연결된 경우는 1개 사이트, 45개의 지점이 연결된 경우는 1개 사이트로 나타났다(Fig. 4).

5) 사이트에서 표방하고 있는 대표클리닉

총 42개 사이트 중 26개의 웹사이트에서 한 가지 대표클리닉을 설정해 놓고 그 질환에 대한 집중적인 정보를 제공하고 있었다. 성장을 대표클리닉으로 표방하는 사이트가 5개 사이

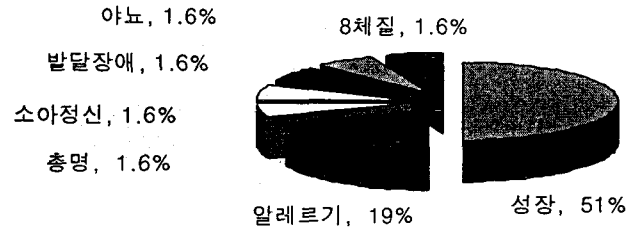


Fig. 5. 사이트에서 표방하고 있는 대표클리닉

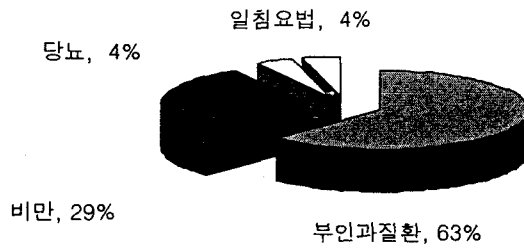


Fig. 6. 소아과 이외의 진료과목

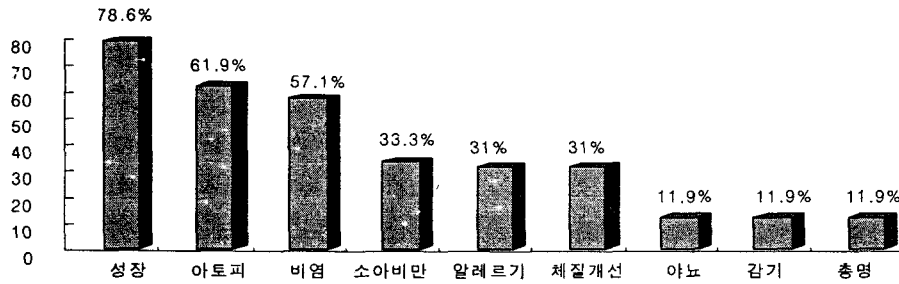


Fig. 7. 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트에서 제공되는 질환별 건강정보

트, 알레르기 3개 사이트, 총명, 소아정신, 발달장애, 야뇨, 소아 8체질 각각 1개의 사이트가 있었다. 나머지 16개 사이트의 경우 한 가지 질환을 대표 클리닉으로 표방하지 않고 소아의 주요 질환 중 3-4가지 질환에 대해서 균등한 정보를 제공하고 있었다(Fig. 5).

6) 소아과 이외의 진료과목

42개 사이트 중 18개 사이트에서 소아와 관련된 질환 이외 다른 과목의 치료클리닉을 운영하는 경우가 있었는데 부인과 질환이 15개 사이트, 비만 7개 사이트, 당뇨, 일침요법 각각

1개 사이트가 있었다(Fig. 6).

2. 웹사이트의 소아 건강정보

1) 웹사이트에서 제공되는 질환별 건강정보

총 42개 사이트에서 소아와 관련된 체계적인 건강정보를 제공하고 있었는데 성장에 관한 정보를 제공하는 곳이 33개 사이트, 아토피 26개 사이트, 비염 24개 사이트, 소아비만 14개 사이트, 알레르기과 체질개선 각 13개 사이트, 야뇨, 총명, 감기 각 5개 사이트, 소아정신 4개 사이트, 추나 3개 사이트, 중이염, 경련 각각 2개 사이트,

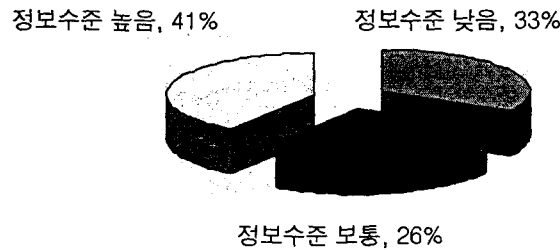


Fig. 8. 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트의 정보수준

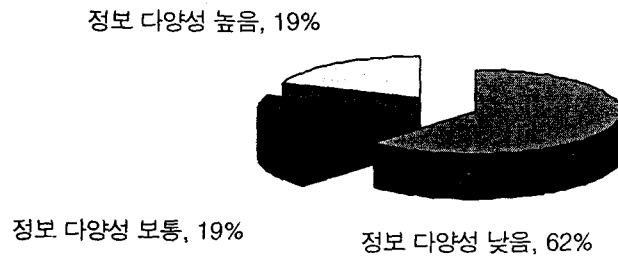


Fig. 9. 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트의 정보다양성

구안와사, 안구건조, 소아근시, 발달장애 각각 1개 사이트에서 체계적인 건강정보를 제공하고 주요클리닉으로 운영하고 있었다(Fig. 7).

정보만을 제공하는 경우가 26개 사이트로 나타났다(Fig. 9).

2) 건강정보 수준

총 42개 사이트의 평균 보유정보의 웹 페이지 수는 24.48 page였고, 의학전문 수준의 공신력 있는 수준의 정보를 제공하는 곳이 14개 사이트, 의학전문 수준의 정보로는 부족하지만 일반상식 수준 이상인 경우가 11개 사이트, 단순히 일반상식 정도의 정보를 제공하는 곳이 17개 사이트로 나타났다(Fig. 8).

3) 건강정보다양성

정보의 다양성에 있어서는 주요 질환에 대한 원인, 증상, 치법과 함께 한방적인 육아법이나 한방적인 지식 등의 정보를 같이 제공하는 경우가 8개 사이트, 주요 질환에 대한 원인, 증상, 치법에 관한 정보만을 제공하는 경우가 8개 사이트, 주요 질환에 대해 단순히 개론적인

4. 웹사이트의 이용자 편의성

1) 이용자의 편의성을 나타낼 수 있는 항목

전체 42개 사이트 중 16개 사이트에서 FAQ를 제공하고 있었고, Q&A는 39개 사이트, Sitemap은 25개 사이트, 운영자 E-mail은 20개 사이트, 자가진단은 12개 사이트, 검색기능은 2개 사이트에서 제공하고 있었다(Fig. 10).

2) 답변 신속성

건강관련 질문란을 제공하고 있는 사이트는 전체 42개 사이트 중 38개 사이트였고, 4개 사이트는 질문란을 제공하지 않았다. 이용자의 질문에 대한 답변은 38 사이트 중 27개 사이트에서 24시간 이내에 질문에 대한 답변이 올라왔고, 6개 사이트에서 일주일 안에 답변이 올라왔으며, 5개 사이트에서는 일주일 이 지나서

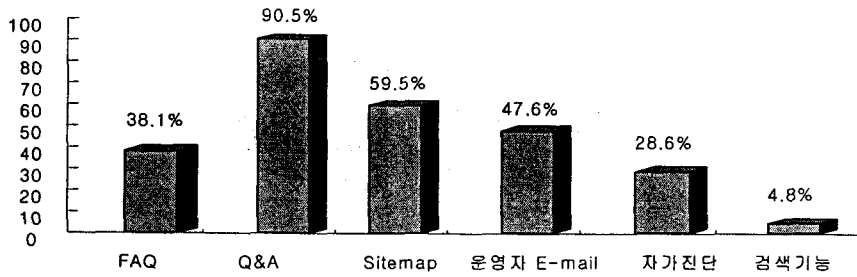


Fig. 10. 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트의 이용자 편의성 관련 항목

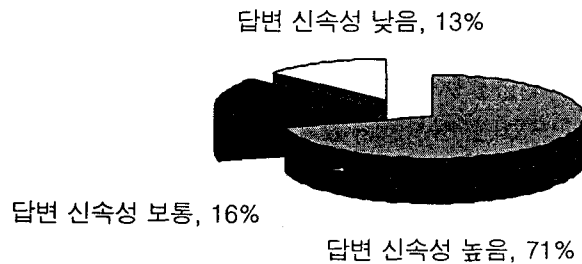


Fig. 11. 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트의 답변신속성

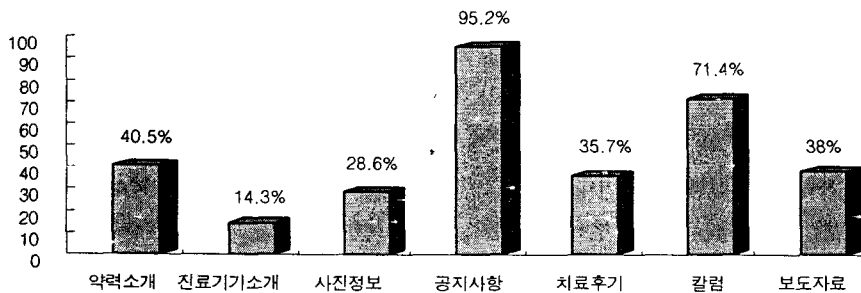


Fig. 12. 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트의 신뢰성 관련 항목

야 질문에 대한 답변을 올리거나 질문에 대한 답변을 올리지 않았다(Fig. 11).

4. 웹사이트의 정보 제공성 및 신뢰성

1) 웹사이트의 정보 제공성 및 신뢰성 관련 항목

총 42개 사이트 중 진료진의 약력을 제공하고 있는 경우가 17개 사이트, 진료기기에 대한

정보 6개 사이트, 진료기관 내부의 사진정보 12개 사이트, 공지사항 40개 사이트, 치료후기 15개 사이트, 건강칼럼 30개 사이트, 보도 자료 17개 사이트로 나타났다(Fig. 12).

2) 게시판 활용도

총 42개 사이트에서 평균 3.92개의 게시판을 사용하고 있었으며, 21개 사이트에서 2주에 한 번 이내로 새로운 정보들이 제공되었고, 8개

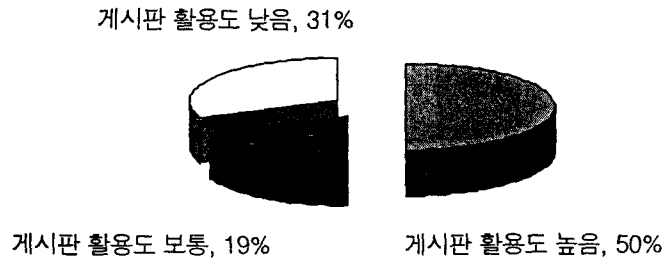


Fig. 13. 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트의 게시판 활용도

사이트에서 2개월에 한번, 13개 사이트는 6개월 이상 새로운 건강정보를 제공하지 않는 것으로 나타났다(Fig. 13).

IV. 고찰

우리나라의 인터넷 사용자 인구는 매년 급속히 증가하고 있으며, 2005년에는 3,158만 명이 사용하고 있는 것으로 추정되고 있다. 1997년에 163만 명이 사용한 것과 비교해볼 때 거의 20배 정도가 증가하여 인터넷 사용인구가 급격히 증가하고 있으며¹⁾, 과거에는 주로 20-30대 초반, 남성 및 고학력자가 인터넷을 사용하였으나 현재는 30대 후반, 여성, 고교생과 주부 이용자의 구성비가 증가하는 추세를 보이고 있어⁷⁾ 인터넷 이용이 보편화되고 있음을 알 수 있다.

인터넷 이용자의 증가와 함께 건강에 대한 관심도 증가하면서 국민들은 양질의 건강정보를 요구하고 있으며, 인터넷을 통한 건강정보는 텍스트 위주의 일방적인 지식전달에서 다양한 방식의 정보제공으로 진일보하여 최근 많은 각광을 받고 있고⁹⁾, 보건의료 전문가와 소비자 사이의 용이한 접근성은 보건의료 분야에서의 의사결정에 큰 영향을 미치고 있다¹⁰⁾.

이러한 영향으로 의료계에서는 진료 및 기술적인 측면보다 소비자 중심의 경영 및 마케팅이 성공요인으로 자리 잡고 있으며, 마침내 가격 및 서비스, 홍보 및 광고의 치열한 경쟁이 의료시장에도 나타나게 되어, 다양한 '네트워크 병원'의 경영방식이 의료시장의 큰 흐름을 주도할 것으로 예상되고 있다³⁾. 국내에서도 치과계를 선두로 피부과, 성형외과, 안과 등으로 많이 확산되고 있으며, 한방 의료분야에서도 소아, 피부, 비만 클리닉 등에서 네트워크 방식의 한의원들이 많이 생겨나고 있는 실정이다.

네트워크 한의원들은 진료와 경영의 분리를 통한 전문화, 지식경영을 통한 시너지 발생, 공동구매를 통한 원가절감, 공동광고 및 홍보를 통한 매출 신장효과, 경영 부문의 표준화를 통한 생산성 향상 등의 긍정적인 효과를 나타내고 있는 반면 임상표준화의 어려움, 공동 브랜드 사용으로 인한 잠재적인 위험 등의 질적인 관리나 이증개설, 의료광고, 의료기관 개설자의 범위 등과 관련된 사항들은 아직 극복해야 할 과제로 남아있는 실정이다³⁾.

최근 저출산 시대를 맞아 아이의 수는 줄고 있지만 아이들을 대상으로 한 '키즈(Kids) 산업'의 규모는 증가일로에 있으며, 관련업계에 따르면 키즈산업의 규모는 2003년 10조원 규모에서 매년 약 20%씩 성장해 올해엔 18조원에 이를 것으로 전망하고 있다⁴⁾.

이러한 사실을 반영하듯 최근 소아를 주요

대상으로 하는 한의원들이 많이 생겨나고 있으며 개인적인 차원에서 비용을 절감하고 효율성을 높이기 위해 네트워크 형태로 연결되어 내부 인터리어와 홍보, 마케팅을 공동으로 진행하는 경우를 많이 볼 수 있다.

전반적으로 교육수준이 높은 1960년대 후반에서 1970년대생이 부모가 되면서 한의원을 찾기 이전에 인터넷을 통하여 의료진의 약력, 특정질병의 치료방법, 시설이나 치료기기 등과 같은 지역별 의료기관에 대한 체계적인 정보들을 확인하는 경우가 많아지면서 소아를 주요 대상으로 하는 한의원들은 웹사이트를 통해 새로운 한방서비스에 대한 정보들을 제공하여 소아의 한방적 진료영역을 확대하려는 노력들을 하고 있는 실정이다.

인터넷에서 제공되는 소아의 건강정보에 관한 손쉽고 빠른 접근은 보건의료분야의 발전에 많은 기여를 하고 있으나, 여과되지 않은 정보들로 인한 부작용 우려가 커지면서, 건강관련 사이트의 효율적인 관리 필요성이 제기하고 있다. 건강과 관련된 정보는 다른 인터넷 정보와 달리 건강에 관한 일반적인 상식, 선입견의 변화를 통해 생활습관과 문화적 가치의 변화까지 초래할 수 있어 다양한 영향력을 갖게 된다. 매체의 특성상 인터넷을 통한 정보는 그 파급속도나 영향이 매우 커서 한번 확산된 정보를 수정하는 것 역시 많은 노력이 들어야 가능해지며 그 효과 또한 확실치 않고, 정보획득의 방법이나 과정이 매우 사적으로 이루어지게 됨으로써 잘못된 정보나 질이 낮은 정보에 대한 판단력을 개개인이 갖고 있지 않은 경우 이를 보완하거나 정보선택에 도움을 줄 수 있는 방법이 별로 없는 것이 사실이다¹¹⁾.

소아의 한방적 치료법에 대한 국민적 관심이 증가되고 있는 시점에서 소아를 주요 대상으로 하는 한의원 웹사이트의 서비스 실태를

평가함으로써 좀 더 나은 양질의 소아 관련 건강정보서비스를 제공하고, 웹사이트의 신뢰성을 구축할 수 있을 것이다.

이번 소아와 관련된 한의원의 웹사이트에 관한 연구는 2006년 4월부터 6월까지 3개월에 걸쳐 진행되었으며, 각 웹사이트의 평가에 있어서 유⁷⁾와 손⁸⁾의 평가지표와 건강정보 평가항목 중 이번 연구에 적용 가능한 몇 가지 항목들을 편집하여 사용하였다.

인터넷에서 주요검색 사이트를 통하여 조사된 소아를 주요대상으로 하고 있는 한의원 웹사이트는 총 42개였다. 2개 사이트를 제외한 40개 사이트가 개설년도를 표시하였으며, 2002년에 6개, 2003년에 9개, 2004년에 11개, 2005년에 14개 사이트가 개설되어 점차 한방소아와 관련된 사이트가 점차 증가하고 있음을 보여준다.

각 사이트별로 한의원의 위치와 간단한 소개가 표시되어 있었으며 지점을 지역별로 분류하였을 때 서울경기에 속해 있는 한의원이 91개로 전체의 58%에 해당하였으며, 경상도, 전라도, 충청도, 강원도의 순으로 나타났다. 그 외에 제주 1개, LA, 뉴욕, 로렌하이츠에 3개의 한의원이 개설되어 있었다. 특히 수도권 지역과 광역시에 128개의 한의원이 개설되어 소아를 주요대상으로 하는 한의원의 83.66%가 수도권 또는 광역시 지역에 분포되어 있었다.

2005년 통계청 조사¹²⁾에서 수도권 지역에 전체 한의원의 46.07%, 수도권과 광역시에 73.91%의 한의원이 개설되어 있는 것과 비교해볼 때 특히 소아를 주요 대상으로 하는 한의원이 일반 한의원과 비교해도 더욱 수도권이나 광역시에 편중되어 있는 것을 알 수 있다.

총 42개 사이트 중 1개의 한의원이 독자적으로 운영하는 사이트가 54.8%로 가장 많았으며, 5개 이상을 한의원이 네트워크 형식으로 연결되어 있는 사이트도 전체 사이트의 24%로 많

은 부분을 차지하였고, 한의원별로 보면 전체 153개 한의원 중 84% 이상이 네트워크 형식의 취하고 있는 것으로 나타났다. 가장 많은 경우 45개 한의원이 네트워크 방식으로 연결되어 있었고, 14개 한의원이 연결되어 있는 곳이 1개 사이트, 9개 한의원이 연결되어 있는 곳이 1개 사이트로 나타났다.

한의원의 진료인원을 조사하였을 때 1명의 한의사가 근무하고 있는 경우가 43.8%로 가장 많았고, 2명이 23.5%로 나타났으며, 가장 많은 경우 한 한의원에 7명의 한의사가 근무하고 있는 것으로 나타났다.

지역별로는 서울이 2.42명으로 가장 많았으며, 그 다음으로는 부산이 2.09명, 경기도와 인천이 2.00명 순으로 나타났고, 강원도가 1.00명으로 가장 적게 나타났으며 전체 평균 1.98명으로 각 한의원에 평균 2명 정도의 한의사가 근무하고 있는 것으로 나타났다. 우리나라 한의원 평균 진료진이 1.06명인 것과 비교해 보면¹²⁾ 소아를 주요 대상으로 하는 한의원의 진료잔 숫자가 2배가량 많아, 특화된 한의원의 경우 일반 한의원에 비하여 인력 면에서도 더 많은 투자를 하고 있는 것으로 생각된다.

각 웹사이트에서 표방하고 있는 대표적인 클리닉을 살펴보면 42개 사이트 중에서 26개 사이트가 한 가지 질환이 아닌 소아에게 흔히 나타날 수 있는 여러 소아 질환을 치료대상으로 하고 있었으며, 16개(38.1%)사이트만이 한 가지 주요 질환을 대표적인 클리닉으로 소개하고 있었다. 16개 사이트 중 성장치료를 표방하는 웹사이트가 전체의 19%로 가장 많았고, 알레르기, 소아정신과, 발달장애, 8체질, 야뇨치료 순으로 나타났다.

웹사이트에서 전체 사이트 중에 57.1%가 소아질환 이외의 건강정보를 제공하거나 소아과 이외의 클리닉을 운영하였는데, 부인과 질환이

37.5%를 차지하였고, 비만이 16.7%를 차지하였다.

건강정보의 내용면에 있어서 사이트의 평균 건강정보 웹 페이지 수는 24.48페이지였고 건강정보의 질적인 수준에 있어서는 전체 사이트의 41%가 교과서 수준의 정보수준을 보였고, 26%가 의학전문 수준의 정보로는 부족하지만 일반상식 정보 이상의 수준을 보였으며, 33%는 각 질환에 대한 일반적인 상식 수준의 정보만을 제공하였다. 정보의 다양성 면에서는 전체의 19%가 일반적인 질환에 대한 정보 이외에도 한방적인 육아법이나 계절적 건강관리법 등 다양한 정보를 제공하고 있었으며, 19%는 소아와 관련된 다양한 질환에 대한 정보를 제공하고 있었고, 나머지 62%는 3-4가지의 주요 질환에 관한 정보만을 제공하는 것으로 나타났다.

건강정보를 제공하는 방법에 있어서는 주로 홈페이지 제작과 동시에 건강정보에 관한 웹페이지를 작성하여 건강정보를 제공하는 경우도 있었지만 게시판을 이용하여 홈페이지 제작 이후에도 꾸준한 업데이트를 하는 사이트가 많았다. 사이트마다 평균 3.82개의 게시판을 운영하였으며, 주로 각 한의원에 관한 공지사항이나, 흥미 있는 주제에 대한 칼럼, 한의원에 관한 신문기사나 보도자료 등을 게시하는데 이용하는 경우가 많았다. 게시판 활용의 경우 21%는 2주에 한번 이상 새로운 정보들이 제공되었고, 8% 정도는 2개월에 한번 정도의 새로운 건강정보들이 제공되었으나, 31%는 6개월 이상 새로운 건강정보를 제공하지 않는 것으로 나타났다. 일반적으로 이용자의 궁금증이나 건강 상담에 대한 답변은 전체 사이트의 71%는 24시간 이내에, 16%는 일주일 안에, 13%는 일주일 이 지나서야 질문에 대한 답변을 올리거나 1개월 이상 질문에 대한 답변을 올리지 않았다.

전체 사이트의 90.5%에서 Q&A와 같은 이

용자와 진료진과의 의사소통 기능을 제공하고 있었으며 이곳을 통하여 건강 상담을 하거나, 한의원 이용에 관한 질문에 답변을 제공하고 있었다. 그러나 웹사이트의 접속과 동시에 이용자 편의를 가져다 줄 수 있는 FAQ의 경우 38.1%에서만 제공하고 있었고, 정보제공자와 웹사이트 운영자의 정보교류를 판단 할 수 있는 운영자 E-mail 표시는 47.6%만이 작성되어 있었다. Q&A는 일반적으로 의료상담과 같은 역할을 하고 있었지만 환자의 개인적인 비밀을 보장하기 위한 비밀글 기능을 사용하고 있는 곳은 없었다. 28.6%가 전문적인 지식 없이 간단한 문항선택을 통해 진단하면서 고객의 흥미성을 유발할 수 있는 자가진단 코너를 운영하고 있었으나, 의료기관의 홈페이지의 특성상 방대한 자료를 보관하고 있지 않기 때문인지 정보를 검색할 수 있는 검색기능을 가진 사이트는 4.8% 밖에 제공되지 않았다.

저자의 신뢰도를 나타낼 수 있는 한의원의 의료진의 약력이나 경력에 대해서 40.5%가 사이트에 표시하였고, 28.6% 진료시설에 관한 사진 정보를 제공하였으며, 35.7%에서 직접적인 치료 후기를 공개하거나 게시판이나 방명록을 통하여 이용자 스스로 치료 후기를 기록할 수 있도록 하였다.

95.2%에서 새로운 지점의 개설이나 각 진료진의 보도자료 등을 공지사항을 통하여 공개하고 있었고, 71.4%에서 웹페이지 형식의 건강정보 이외에도 각종 건강 상식을 칼럼 형식으로 제공하고 있었으며, 38%의 사이트에서 신문이나 텔레비전, 잡지 등에 소개된 보도 자료를 모아놓은 코너를 운영하고 있었다.

특히 동영상 자료의 경우 71%가 보도 자료나 간단한 한의원의 소개에 해당되었고, 성장체조 동영상이 전체 동영상 자료의 14%로 이 두 가지 자료가 동영상 자료의 대부분을 차지

하였다.

메인메뉴에서 주로 제공되는 소아와 관련된 체계적인 건강정보의 경우 성장(78.6%)이 가장 많은 수를 차지하였고, 아토피(16.9%), 비염(57.1%), 소아비만 (33.3%), 알레르기 (31%), 체질개선 (31%) 순으로 나타났으며, 이외에도 소아정신, 경련, 야뇨, 감기, 총명, 추나, 근시, 소아 구안와사, 안구건조증, 발달장애에 관한 체계적인 건강정보를 제공하는 곳도 있었다.

그러나 대부분 소아를 주요 대상으로 하는 한의원에서 성장, 아토피, 비염을 기본적인 치료질환으로 설정하고 있어, 여러 소아질환에 대한 다양한 접근이 부족한 것이 아쉬웠다.

이번 연구에 있어서 한 시점을 기준으로 평가함으로써 인터넷 의료 환경의 변화에 따른 웹사이트의 변화사항이나 향후 변화의 가능성을 제시할 수 없었으며, 자료의 내용성 이외에도 전문적 평가도구를 통하여 웹사이트의 디자인이나 기능성에 대한 평가를 할 수 없었던 점이 아쉬웠다.

향후 복합적이고 정확한 웹사이트의 평가를 통하여 소아에 대한 부정확하거나 불완전한 건강정보를 제공하는 인터넷 사이트의 자율규제 방안이 확립되어야 하고, 건강정보 제공자는 정확한 양질의 정보를 제공하며, 이용자 역시 건강에 위해가 되는 정보를 걸러서 받아들일 수 있어야 하겠다.

V. 결 론

소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트의 실태와, 건강정보의 종류, 정보수준 및 정보 다양성, 이용자 편리성, 웹사이트 정보 제공성

및 신뢰성 등을 조사한 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 소아를 주요대상으로 하는 한의원 웹사이트 총 42개 중 2002년 17%, 2003년 23%, 2004년 23%, 2005년 12%, 2006년 4월까지 3%가 개설되었고, 조사된 한의원 153개의 지점 중 서울·경기 58%, 경상도 25%, 전라도 11%, 충청도 5%, 강원도 2%, 기타지역 3%가 분포되어 있는 것으로 나타났다.
2. 소아를 주요 대상으로 하는 한의원의 평균 진료진의 수는 1.98명이었으며, 조사대상 한의원의 84% 이상이 네트워크 형식을 취하고 있었으며, 성장을 대표클리닉으로 표방하는 경우가 51%로 가장 많았으며, 소아 이외의 다른 클리닉을 운영하는 경우 63%에서 부인과 질환을 택하고 있는 것으로 나타났다.
3. 소아를 주요 대상으로 하는 한의원 웹사이트에서 제공하는 건강정보 중 78.6%에서 성장에 관한 정보를 제공하고 있었으며, 아토피 61.9%, 비염 57.1%, 소아비만 33.3%, 알레르기 31%, 체질개선 31% 등의 순으로 나타났고, 41%에서 수준 높은 건강정보를 제공하였으며, 19%에서 질환에 대한 정보 이외에 육아법이나 건강관리법 등 다양한 정보를 제공하고 있는 것으로 나타났다.
4. 이용자 편의성과 관련된 항목에서 Q&A를 전체 사이트의 90.5%에서 제공하고 있었으며, Sitemap 59.5%, 운영자 E-mail 47.6%, FAQ 38.1% 등의 순으로 제공하고 있었으며, 전체 사이트의 71%에서 24시간 이내 질문이나 건강상담에 대한 답변을 제공하고 있는 것으로 나타났다.
5. 이용자의 정보제공성과 신뢰성을 나타낼 수 있는 항목에서 공지사항을 95.2%에서 제공하고 있었으며, 건강칼럼 71.4%, 진료진 약력소개 40.5%, 보도자료 38%, 치료 후기 35.7% 등의 순으로 제공하고 있었고, 50%에서 2주 이내에 1회 이상의 새로운 정보를 제공하는 것으로 나타났다.

참고문헌

1. 한국전산원. 2005 국가정보화백서. 서울. 서울기획케이투. 2005:454.
2. 남은우, 송태민, 류시원, 조정민. e-헬스혁명. 메디컬업저버. 2003:424.
3. '네트워크병원·전문화병원'이 대세. 2006. URL:<http://www.kukinews.com/news>.
4. 저출산 시대에도 키즈산업은 크다. 2006. URL:<http://www.chosun.com/magazine/news>.
5. 유재현, 손애리. 국내 인터넷상의 비만정보에 대한 평가 연구. 한국스포츠리서치. 2004;15(6):250.
6. 유혜라, 장연수, 변금옥. 건강정보의 품질 평가 연구: 인터넷 금연 정보 사이트 서비스 품질 평가를 중심으로. 한국보건간호학회지. 2003;17(2):278-286.
7. 손애리, 건강 관련 인터넷 평가를 위한 기준. 한국보건통계학회지. 2000;25(2):97-107.
8. 정영철, 박현애. 인터넷상의 건강정보 평가 체계개발. 대한의료정보학회지. 2002;6(1):53-65.
9. 유선미, 정유석, 박일환, 이상훈, 박선령, 서지현. 멀티미디어 도구를 이용한 건강정

- 보 시스템 개발. 가정의학회지. 1997;18(6): 645-56.
10. Pallen, M. Guide to the Internet: the World Wide Web. British Medical Journal. 1995;311:1552-6.
 11. 서미경. 법을 통한 인터넷 건강정보 관리 방안. 보건교육·건강증진학회지. 2003; 20(1):61.
 12. 통계청. 2005년 한국통계연감. 대전. 통계청. 2006:732.