

구강관리에 대한 인터넷 상담 실태조사

김민자¹ ‡, 양희정²

¹한서대학교 치위생과, ²여주대학교 보건행정과

Research on Internet Counselling for Oral Health

Min-Ja Kim¹ ‡, Hee-Jeong Yang²

¹*Department of Dental Hygiene, Hanseo University,*

²*Department of Public Health Administration, Yeju College*

<Abstract>

The purpose of this study was to make a comparative analysis of dental question and answer in portal sites. To achieve this, 4,212 questions were used for final analysis after connecting to Naver, Daum and Nate, which take first, second and third place in rank information of all sites at Rankey.com, to search dental information by keyword from January to late March. The results are as follows. Naver was the highest as a portal of Internet search engines. Questions on the use of dental clinics, the quality of dental services and the offer of dental services by types of dental clinics were very important. Dental clinics had to give dental patients customized services and information to please them through dental services and dental information services on the Internet, and questions and answers on this were increasing very explosively. Consequently, Dental clinics will have to give Internet users and health- and disease-related data searchers distinctive professional services by inquiring into factors affecting portal search and factors affecting health- and disease-related search, respectively.

Key Words : Oral Health, Internet Counselling, Knowledge Search, Question and Answer

‡Corresponding author(mjk2873@naver.com)

I. 서론

인터넷 포털업체의 지식검색서비스는 네티즌들이 인터넷을 통해 궁금한 것을 서로 묻고 대답하는 커뮤니티 형식의 서비스로서 네티즌의 자발적인 참여로 이루어진다. 네티즌 스스로 질문을 올리면 이에 대해 알고 있는 네티즌이 적절한 답변을 제공한다. 이같이 질의응답 결과가 아카이브(Archive)되면, 향후 인터넷상에서 검색될 수 있으므로 지식을 공유하게 된다[1]. 이는 인터넷의 상호 작용성, 접근의 용이성, 그리고 정보생산자로서 인터넷 이용자들을 활용한 사례라 볼 수 있다.

이와 같은 인터넷 지식검색서비스가 최초로 운영된 것은 1999년에 시작된 미국의 LookSmart(www.looksmart.com)가 제공하는 LookSmart Live로 알려져 있다[2]. 우리나라에서는 인터넷한겨레의 디비딕(dbdic.com)이 2000년에 최초로 지식검색서비스를 시작하였고, 2002년 10월 네이버의 지식iN이 등장하면서 인터넷 네티즌들의 폭발적인 인기를 얻었다[3]. 지식iN 외에 아하쥬, 오아시스, 지식바다, 다음 신지식, 네이트 지식 등 여러 사이트에서 다양한 명칭의 지식검색서비스가 제공되고 있다.

한국인터넷진흥원[4]의 정보화 실태조사에 의하면, 정보검색 이용자 수가 꾸준히 증가하여 궁금한 사항이 있으면 인터넷에서 가장 먼저 찾고, 36.0%는 필요한 사이트 주소를 통해 인터넷에서 지식검색서비스를 이용하는 것으로 나타났다.

인터넷의 활성화는 건강에 대한 대중적인 관심과 맞물려 보건 의료 체계에도 큰 변화를 가져왔다. 즉, 국내 연구에 따르면 인터넷 이용자 중 건강정보를 검색해 본 사람들의 비율은 84.4%로 나타났으며, 이용자들은 자신에게 필요한 건강정보를 인터넷에서 검색하여 질병관리, 건강증진 행위, 의료 행위 등에 적극적으로 활용하고 있다[5]. 건강정보의 검색뿐만 아니라 인터넷을 통한 의료상담 및

진료를 받고자 하는 수요도 크게 증가하고 있으며, 인터넷을 통한 의료상담은 맞춤형 정보를 제공할 수 있다는 장점으로 인해 앞으로 이용자는 늘어날 것으로 예측된다[6][7][8][9]. 그런 점에서 인터넷 지식검색서비스는 쉽게 원하는 정보를 구할 수 있고, 무료로 제공된다는 점에서 인기를 끌고 있지만, 급속한 이용 증가의 수용도와 검증되지 않은 정보가 유통될 수 있다는 점에서 문제로 지적되고 있다.

전문가에 의한 의료상담은 이용자의 요구에 맞춰 전문가가 작성한 신뢰할 만한 정보일 경우 단순히 인터넷 상에 게시된 자료의 열람을 통해 얻는 정보일지라도 당해 정보가 가지는 신뢰성의 한계를 극복할 수 있다면 앞으로도 건강정보의 수요에 대한 전망을 고려할 때 그 활용가치는 매우 높다[10]. 의료상담이 활성화되면 체계화된 온라인 의료상담 서비스를 받고자 하는 이용자들의 방문이 늘고, 이는 홈페이지 전체의 방문자 확보와 함께 홈페이지를 활성화 시킬 수 있는 수단이 될 수 있다. 의료기관들은 이를 통해 홍보효과와 국민건강의 교육적 기능을 수행함으로써 이미지 제고를 얻을 수 있을 것이다. 그럼에도 불구하고 현재 건강정보의 인터넷 지식검색서비스가 활성화된 것에 비해 의료상담 댓글에 대한 인식이나 신뢰성은 낮아 이에 대한 활용 수준을 높일 필요가 있다. 즉, 현재까지 인터넷 지식검색서비스에 대한 신뢰성과 이용자 그룹 간 응답에 대한 신뢰성을 평가하기 위한 체계적인 연구가 부족함과 동시에 전문가들의 전문적인 답변 댓글에 대한 공신력을 높이라는 노력이 요구된다[3][10][11].

이러한 문제제기와 연구의 필요성을 바탕으로 본 연구는 인터넷 포털사이트 네이버, 네이트, 다음 인터넷 지식검색서비스의 치과 관련 구강관리에 대한 인터넷 상담 실태와 문제점을 식별하여 개선 방안을 제시하는데 목적을 갖는다.

II. 연구방법

1. 연구 대상

본 연구는 2013년 1월부터 3월 말까지 웹사이트 분석평가 전문사이트인 랭키닷컴에서 전체 사이트 순위정보 1위, 2위, 3위인 네이버, 다음, 네이버에 접속하여 치과 관련 키워드를 사용하여 검색된 정보를 대상으로 하였다. 즉, 네이버 지식iN은 2002년 10월 07일부터 2012년 12월 30일, 다음 신지식은 2005년 09월 01일부터 2012년 12월 30일, 네이버 지식은 2003년 4월부터 2012년 12월 30일까지 질문자 추가 정보가 기재된 자료만을 대상으로 하였다. 수집된 자료는 통계자료 활용 및 편의를 위해 각 표본을 일일이 검토하여 중복된 표본을 제거한 후 총 4,212건 질문을 최종 대상으로 하였다.

2. 연구 방법

본 연구의 자료분석 방법은 대부분의 사람들이 의학적 궁금증이 생겼을 때 일차적으로 사용하는 검색 사이트 중 네이버, 네이버, 다음을 통한 치과 관련 질문자와 답변자의 질의응답 내용의 인터넷 상담 댓글을 분석틀에 맞게 분석하였다. 질문자는 의학적 지식이 없으므로 치과관련 질문 내용 중에서 분류하였으며, 진료과는 구강내과, 구강악안면외과, 구강악안면방사선과, 소아치과, 치과 교정과, 보존과, 보철과, 치주과, 예방치과 9개과로 분류되지만 질문 내용을 읽어본 후 진료과 유형에 맞게 구강악안면외과, 소아치과, 치과 교정과, 보존과, 보철과, 치주과 등으로 6개과로 재분류하였다. 분류방법 또한 질문내용을 일일이 읽어본 후 증상, 치료기간 및 방법, 치료 후 후유증, 의료비, 의료기관, 임플란트, 보철물(싱글, 브릿지), 교정, 기타 등으로 분류하였다. 질문 내용 기타에는 복용 중인 약, 검사 관련 내용, 민간요법 등을 포함시켰다. 질

문 답변자는 치과의사, 치과위생사, 일반인, 의사, 한의사 등으로 나타났으나 분석 시 유의성을 고려해 치과의사, 치과위생사, 일반인, 의사와 한의사를 결합하여 기타 등으로 재분류하였다. 질문 답변내용은 병원방문 권유, 의학적 지식제공 및 기타 등으로 분류하였다. 기타에는 한의학적 답변, 민간요법 답변 등을 포함하였다. 그밖에 질문자의 추가 정보로 출생년도, 성별, 치과 질의응답 여부가 표기되도록 하였으며, 일일이 조사하여 엑셀 파일로 정리하여 분류하였다.

3. 자료분석

본 연구에 수집된 자료는 Windows SPSS(version 15.0) 통계프로그램을 이용한 빈도분석으로 응답자의 일반적인 특징을 알아보았다. 포털별 치과관련 조회수, 답변수, 추천수 차이를 알아보기 위해 일원변량분석을 실시하였으며, Duncan-test를 사용하여 사후검정을 하였다. 또한 포털별 치과관련 실태 차이를 알아보기 위해 교차분석을 실시하고, χ^2 검정으로 그 차이를 검정하였다.

III. 연구결과

1. 일반적 특징

본 연구 조사대상자의 일반적 특징은 <Table 1>과 같다. 포털의 경우 '네이버'가 2,598건(61.7%)으로 가장 많았으며, 다음으로 '네이트' 955건(22.7%), '다음' 659건(15.6%) 순이었다. 진료과의 경우 '치과 교정과'가 967건(23.8%)으로 가장 많았으며, 다음으로 '보존과' 947건(23.3%), '치주과' 807건(19.9%), '구강악안면외과' 735건(18.1%), '치아보철과' 450건(11.1%), '소아치과' 153건(3.8%) 순이었다. 답변자의 경우 '치과의사'가 2,172건(54.8%)로

가장 많았으며, 다음으로 '일반인' 1,636건(41.3%), '기타' 81건(2.0%), '치과위생사' 71건(1.8%) 순이었다. 질문자연령의 경우 '20대'가 536건(52.3%)으로 가장 많았으며, 다음으로 '30대' 219건(21.4%), '10대' 164건(16.0%), '40-50대' 86건(8.4%), '60대' 20건(2.0%) 순이었다. 마지막으로 성별의 경우 '여성'이 569건(52.6%)으로 '남성' 512건(47.4%)보다 많았다.

<Table 1> General characteristics of those surveyed

Variable	Classification	N	%
Portal	Naver	2,598	61.7
	Nate	955	22.7
	Daum	659	15.6
Dental Department	Preservation	947	23.3
	Periodontal Surgery	807	19.9
	Pediatric Dental Surgery	153	3.8
	Oral and Maxillofacial Surgery	735	18.1
	Dental Prosthetic Surgery	450	11.1
	Dental Orthodontic Surgery	967	23.8
	Answerer	Dentist	2,172
Dental Hygienist		71	1.8
General Person		1,636	41.3
Other		81	2.0
Questioner's Age	0's~10's	164	16.0
	20's	536	52.3
	30's	219	21.4
	40's~50's	86	8.4
	60's	20	2.0
Questioner's Gender	Male	512	47.4
	Female	569	52.6
Total		4,212	100.0

*Nonresponse : Dental Department(N=153), Answerer(N=252), Questioner's Age(N=3187), Questioner's Gender(N=3131)

2. 포털별 치과관련 질문 진료과 유형

포털별 치과관련 질문 진료과 유형에 대한 결과는 <Table 2>와 같다. '치과 교정과'가 23.8%로 가장 많았으며, 다음으로 '보존과' 23.3%, '치주과' 19.9%, '구강악안면외과' 18.1%, '치아보철과' 11.1%, '소아치과' 3.8%순이었다. 포털별 응답 차이를 알아보기 위한 χ^2 검정 결과, 포털에 따라 유의한 차이가 있었다($p<.05$). 즉, 네이버는 '치주과'와 '구강악안면외과' 관련 질문이 많았으며, 네이트는 '보존과' 관련 질문이 많았다. 다음의 경우 '치과 교정과'에 대한 질문이 다른 포털들 보다 많았다.

3. 포털별 치과관련 답변자 유형

포털별 치과관련 답변자 유형에 대한 결과는 <Table 3>과 같다. '치과의사'가 54.8%로 가장 많았으며, 다음으로 '일반인' 41.3%, '기타' 2.0%, '치과위생사' 1.8% 순이었다. 포털별 응답차이를 알아보기 위한 χ^2 검정 결과, 포털에 따라 유의한 차이가 있었다($p<.05$). 즉, 네이버와 다음은 '치과의사'가 많은 답변을 하였으며, 네이트는 '일반인'이 많은 답변을 하였다.

4. 포털별 치과관련 질문자 연령

포털별 치과관련 질문자 연령에 대한 결과는 <Table 4>와 같다. '20대'가 52.3%로 가장 많았으며, 다음으로 '30대' 21.4%, '10대' 16.0%, '40-50대' 8.4%, '60대' 2.0%순이었다. 포털별 응답차이를 알아보기 위한 χ^2 검정 결과, 포털에 따라 유의한 차이가 있었다($p<.05$). 즉, 네이버는 '10대' 질문자가 많았으며, 네이트는 '20대', 다음은 '30대'가 치과관련 질문을 많이 하였다.

<Table 2> Types of dental department for dental question by portal site

Classification							N(%)
	Preservation	Periodontal Surgery	Pediatric Dental Surgery	Oral and Maxillofacial Surgery	Dental Prosthetic Surgery	Dental Orthodontic Surgery	χ^2
Naver	541 (20.8)	642 (24.7)	110 (4.2)	548 (21.1)	239 (9.2)	518 (19.9)	295.131 (p=.000)
Nate	262 (30.4)	121 (14.1)	32 (3.7)	137 (15.9)	92 (10.7)	217 (25.2)	
Daum	144 (24.0)	44 (7.3)	11 (1.8)	50 (8.3)	119 (19.8)	232 (38.7)	
Total	947 (23.3)	807 (19.9)	153 (3.8)	735 (18.1)	450 (11.1)	967 (23.8)	

*Nonresponse(N=153)

<Table 3> Types of dental answerer by portal site

Classification					N(%)
	Dentist	Dental Hygienist	General Person	Other	χ^2
Naver	1,458 (56.4)	70 (2.7)	979 (37.9)	79 (3.1)	170.398 (p=.000)
Nate	366 (43.1)	1 (0.1)	481 (56.7)	1 (0.1)	
Daum	348 (66.3)	0 (0.0)	176 (33.5)	1 (0.2)	
Total	2,172 (54.8)	71 (1.8)	1,636 (41.3)	81 (2.0)	

*Nonresponse(N=252)

<Table 4> Dental questioner's age by portal site

Classification						N(%)
	10's	20's	30's	40's~50's	60's	χ^2
Naver	84 (30.2)	112 (40.3)	60 (21.6)	12 (4.3)	10 (3.6)	84.133 (p=.000)
Nate	75 (10.7)	409 (58.1)	146 (20.7)	66 (9.4)	8 (1.1)	
Daum	5 (11.6)	15 (34.9)	13 (30.2)	8 (18.6)	2 (4.7)	
Total	164 (16.0)	536 (52.3)	219 (21.4)	86 (8.4)	20 (2.0)	

*Nonresponse(N=3187)

5. 포털별 치과관련 질문자 성별

포털별 치과관련 질문자 성별에 대한 결과는 <Table 5>와 같다. '여성'이 52.6%로 남성 47.4%보다 많았다. 포털별 응답차이를 알아보기 위한 χ^2 검정 결과, 포털에 따라 유의한 차이가 있었다($p<.05$). 즉, 여성의 질문자 비율이 네이버가 가장 많았으며, 다음으로 다음, 네이트 순으로 여성 질문자 비율이 높았다.

6. 포털별 치과관련 답변분류

포털별 치과관련 답변분류에 대한 결과는 <Table 6>과 같다. '의학적 지식 제공'이 71.5%로 가장 많았으며, 다음으로 '병원 방문 권유' 19.7%, '기타' 8.9% 순이었다. 포털별 응답차이를 알아보기 위한 χ^2 검정 결과, 포털에 따라 유의한 차이가 있었다($p<.05$). 즉, 네이트의 경우 치과관련 답변 중 '병원 방문 권유'라는 답변을 다른 포털보다 많이 답변하였다.

7. 포털별 치과관련 질문분류

포털별 치과관련 질문분류에 대한 결과는 <Table 7>과 같다. '증상에 관한 질의'가 33.1%로 가장 많았으며, 다음으로 '치료기간 및 방법에 대

한 문의' 22.6%, '기타' 14.9%, '교정에 대한 문의' 13.9%, '치료 후 후유증에 대한 문의' 4.8%, '의료비에 관한 문의'와 '임플란트' 3.9%. '보철물(싱글, 브릿지)' 2.8%순이었다. 포털별 응답차이를 알아보기 위한 χ^2 검정 결과, 포털에 따라 유의한 차이가 있었다($p<.05$). 즉, 네이버는 '치료기간 및 방법에 대한 문의'가 다른 포털보다 많았으며, 다음의 경우 '기타' 질문이 다른 포털보다 많았다.

8. 포털별 치과관련 답변수, 추천수, 조회수 차이 분석

포털별 치과관련 답변수, 추천수, 조회수 차이 분석결과는 <Table 8>과 같다. 답변수의 경우 '네이버'가 평균 1.93개로 가장 많았으며, 다음으로 '네이트' 1.60개, '다음' 1.10개 순이었으며, 이는 유의한 차이로 나타났다($p<.05$). 추천수의 경우 '네이버'가 평균 2.40개로 가장 많았으며, 다음으로 '다음' 0.33개, '네이트' 0.05개 순이었으며, 이는 유의한 차이로 나타났다($p<.05$). 마지막으로 조회수의 경우 '네이버'가 평균 1,174.40회로 가장 많았으며, 다음으로 '다음' 119.67회, '네이트' 52.50회 순이었으며, 이는 유의한 차이로 나타났다($p<.05$). 종합적으로 볼 때 네이버는 치과관련 답변수, 추천수, 조회수 모두 많았으며, 네이트의 경우 답변수는 많았지만 다음보다 추천수와 조회수가 적었다.

<Table 5> Dental questioner's gender by portal site

Classification	Male	Female	χ^2	N(%)
Naver	125 (41.1)	179 (58.9)	6.748 ($p=.034$)	
Nate	357 (50.0)	357 (50.0)		
Daum	30 (47.6)	33 (52.4)		
Total	512 (47.4)	569 (52.6)	1,081 (100.0)	

*Nonresponse(N=3131)

<Table 6> Classification of dental answers by portal site

Classification				N(%)	
	Advice on Visit to Dental Clinic	Medical Knowledge Offer	Other	χ^2	
Naver	323 (12.4)	2,057 (79.2)	217 (8.4)		
Nate	388 (45.6)	363 (42.7)	99 (11.6)	506.698 (p=.000)	
Daum	70 (13.3)	418 (79.6)	37 (7.0)		
Total	781 (19.7)	2,838 (71.5)	353 (8.9)	3,972 (100.0)	

*Nonresponse(N=240)

<Table 7> Classification of dental questions by portal site

Classification	Question on Symptom								N(%)	
		Inquiry about Treatment Period and Method	Inquiry about Aftereffects After Treatment	Inquiry about Medical Expenses	Other	Implant	Prosthetic Appliances (Single, Bridge)	Inquiry about Orthodontics	χ^2	
Naver	985 (37.9)	799 (30.8)	71 (2.7)	86 (3.3)	161 (6.2)	76 (2.9)	100 (3.8)	320 (12.3)		
Nate	324 (34.2)	112 (11.8)	80 (8.4)	31 (3.3)	198 (20.9)	50 (5.3)	16 (1.7)	137 (14.5)	912.121 (p=.000)	
Daum	80 (12.3)	39 (6.0)	52 (8.0)	48 (7.4)	268 (41.2)	37 (5.7)	2 (0.3)	125 (19.2)		
Total	1,389 (33.1)	950 (22.6)	203 (4.8)	165 (3.9)	627 (14.9)	163 (3.9)	118 (2.8)	582 (13.9)	4,197 (100.0)	

*Nonresponse(N=15)

<Table 8> Analysis on difference in number of dental questions, advices and hits by portal site

Item	N	Mean	SD	F(p)	Duncan-test	
Number of Answers	Naver	2,598	1.93	1.206	147.494 (p<.001)	Ⓒ<Ⓓ<Ⓐ
	Nate	948	1.60	1.110		
	Daum	653	1.10	0.774		
	Total	4,199	1.73	1.166		
Number of Advice	Naver	2,598	2.40	27.981	5.149 (p=.006)	ⒸⒹ<Ⓐ
	Nate	949	0.05	0.556		
	Daum	653	0.33	2.237		
	Total	4,200	1.55	22.052		
Hits	Naver	2,598	1,174.40	7,505.388	17.047 (p<.001)	ⒷⒸ<Ⓐ
	Nate	949	52.50	92.138		
	Daum	653	119.67	282.817		
	Total	4,200	756.92	5,927.648		

Ⓐ=Naver, Ⓓ=Nate, Ⓒ=Daum

IV. 논의 및 고찰

이상의 검정결과 논의 및 고찰을 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 포털별 치과관련 질문 진료과 유형은 '치과 교정과', '보존과', '치주과' 순으로 나타났으며, 포털별로 네이버는 '치주과'와 '구강악안면외과' 관련 질문이 많은 반면 네이트는 '보존과' 관련 질문이 많아 유의한 차이가 있었다.

둘째, 포털별 치과관련 답변자 유형은 '치과의사', '일반인' 순으로 나타났으며, 포털별 네이버와 다음은 '치과의사'가 많은 답변을 한 반면 네이트는 '일반인'이 많은 답변을 한 것으로 나타나 유의한 차이가 있었다.

셋째, 포털별 치과관련 질문자 연령은 '20대', '30대', '10대' 순으로 나타났으며, 포털별 네이버는 '10대' 질문자가 많은 반면 네이트는 '20대', 다음은 '30대'가 치과관련 질문을 많이 한 것으로 나타나 유의한 차이가 있었다.

넷째, 포털별 치과관련 답변자 성별은 '여성'이 '남성'보다 많았으며, 포털별 여성의 답변자 비율이 네이버가 가장 많았으며, 다음, 네이트 순으로 높았다.

다섯째, 포털별 치과관련 답변분류는 '의학적 지식 제공'이 매우 높게 나타났고, 포털별 네이트의 경우 치과관련 답변 중 '병원 방문 권유'라는 답변을 다른 포털보다 많이 답변하였다.

여섯째, 포털별 치과관련 질문분류는 '증상에 관한 질의', '치료기간 및 방법에 대한 문의', '교정에 대한 문의' 순으로 나타났으며, 포털별 네이버는 '치료기간 및 방법에 대한 문의'가 많았으나 다음의 경우 '기타' 질문이 다른 포털보다 많은 것으로 나타나 유의한 차이가 있었다.

일곱째, 포털별 치과관련 답변수, 추천수, 조회수를 분석한 결과 네이버는 치과관련 답변수, 추천수, 조회수 모두 많았으며, 네이트의 경우 답변수

는 많았지만 다음보다 추천수와 조회수가 적었다.

전체적으로 인터넷 검색을 이용한 치과진료는 치과교정, 보존, 치주관련 내용이 많고 주요 내용의 답변은 치과의사들이었다. 이들 질문 연령 또한 20대가 52.3%로 압도적이었으며, 성별비율 또한 남녀 모두 높은 참여율과 질문 분류유형에서도 치과 질환 증상에 관한 질의와 치료방법, 교정 등의 순으로 전문지식을 요하는 질문이 많고, 이들 답변글을 통해 주위에 추천이나 다른 이용자에게 조화가 확장되어 이용되는 것을 특징적으로 볼 수 있다.

이 같은 결과는 포털 검색 사이트의 특성을 고려한 서비스 제공이 매우 중요한 의미를 갖는 것을 보여준다. 즉, 인터넷을 통한 의료서비스 및 의료정보 서비스를 통해 이용자를 만족시키기 위해서 전문지식에 대한 정보제공의 중요성을 시사한다. 이는 포털 검색에 영향을 미치는 건강, 치과관련 질의응답에 영향을 미치는 요인을 보다 세분화시켜 건강, 질병자료 검색자에게 차별성 있는 서비스를 제공함으로써 신뢰도를 높이고 참여자의 높은 추천율과 조회수를 이룰 수 있음을 의미한다.

이 같은 결과를 선행연구에 대비시켜보면 김소연[11]의 연구에 의하면 최근 지식검색서비스나 소셜 네트워크 같은 인터넷 매체를 통해 의사들 역시 의료 소비자와 직접 소통하려는 노력을 하고 있음을 주장하였는데 이는 본 연구에서 치과관련 답변자 유형이 네이트를 제외한 네이버와 다음에서 치과의사가 일반인 보다 많은 답변을 한 것과 일치함을 보여준다. 이는 실제로 개인적인 감회에 서부터 전문적인 의료정보 제공에 이르기까지 소통의 내용 측면에서만 보더라도 보수적인 의료서비스 역시 예전과 확연히 달라지고 있음을 시사한다.

또한 이현실 외[6]의 연구에 따르면 20대 질의자들 중 약 75.2%가 인터넷을 통해 건강정보를 검색해 보고, 단순하게 건강정보를 검색하는 형태가 아닌, 직접 자신의 상태를 설명하고 그에 대해 상

답 받는 형태를 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 일부 전문상담을 요구하는데 비해 응답수준이 낮아 전문수준에 이르기까지는 1:1 의료상담은 아직 활성화가 미흡한 상태임을 지적하기도 한 점에서 전문성을 높일 필요가 있다. 이 같은 결과는 본 연구에서 20대가 52.3%로 포털에 질문을 가장 많이 한 연령으로 나타난 것과 일치함을 보이는데, 이는 인터넷 문화에 익숙한 우리나라 특성에 기인한 것으로 보인다. 하지만 이현실 외[6]의 연구는 포털에 건강정보 검색 및 온라인 의료상담을 검색한 것이지만 본 연구는 치과관련 질문으로 국한하였다는 점에서 차이가 있다.

또한 김영[12]의 연구에 의하면 인터넷 의료정보 서비스에서 가장 질의 응답을 원하는 것이 질병 치료관련 정보가 40%로 가장 많이 나타내 본 연구에서 치과관련 답변과 질문 분류에서 의학적 지식과 증상에 관한 질의가 가장 높게 나타난 것과 유사함을 보였다. 또한 채국병[13]의 연구에 의하면 지식검색 서비스의 이용 목적이 세부 정보를 얻기 위해가 44.2%로 가장 높게 나타난 것과 유사성을 갖는 바, 인터넷 검색이 지식제공에 있음에서 지식iN에서의 치과진료 질의응답 또한 높은 수준까지 요구하고 있음을 알 수 있어 본 연구 결과의 차이점을 지지해준다. 즉, 온라인 의료상담을 이용해 보지 않은 사람들은 차후 이용하게 된다면 자신의 증상에 대한 정보를 얻기 위해 이용할 것이나 이는 건강한 사람들이 건강유지를 위해 단순 의료상담을 이용하기 보다는 주로 건강에 이상이 생긴 사람들이 의료상담을 찾게 될 가능성이 높다는 것을 시사한다. 이러한 이용자들은 자신의 건강 이상이라는 민감한 문제에 있어 가장 확실하고 신뢰할 수 있는 정보를 찾을 것이므로 이들에게 신뢰성 측면에서 단순 건강정보에 비해 의료상담이 가질 수 있는 장점을 인지시킨다면 온라인 의료상담의 주요 고객층으로 유인할 수 있을 것이다.

V. 결론

전체적인 연구결과 치과관련 질문 진료과 유형은 '치과 교정과', '보존과', '치주과' 순으로 나타났으며, 포털별 네이버는 '치주과'와 '구강악안면외과' 관련 질문이 많은 반면 네이트는 '보존과'관련 질문이 많아 차이를 보였다. 질문자 연령 또한 '20대', '30대', '10대' 순이었다. 치과관련 답변분류는 '의학적 지식 제공'이 매우 높게 나타났고, 치과관련 질문분류는 '증상에 관한 질의', '치료기간 및 방법에 대한 문의', '교정에 대한 문의' 순으로 나타났으며, 포털별 네이버는 '치료기간 및 방법에 대한 문의'가 많았다.

이 같은 결과는 인터넷을 고려한 서비스 제공이 매우 중요한 의미를 갖는 것을 보여주고 있다. 또한 인터넷을 통한 의료서비스 및 의료정보 서비스를 통해 이용자를 만족시키기 위해서 어떤 서비스를 제공하고, 어떤 정보를 제공해야 할지를 알 수 있다. 즉, 포털 검색에 영향을 미치는 요인과 건강, 질병관련 검색여부에 영향을 미치는 요인을 각각 규명하여 인터넷 이용자와 건강, 질병자료 검색자에게 차별성 있는 서비스를 제공해야 함을 의미한다. 따라서 인터넷 지식검색을 통한 지식검색서비스의 확장을 위해 본 연구에서와 같이 능동적인 응답에 기초한 평가 외에 설문조사, 포커스 그룹 연구 등 다양한 방법을 적용한 평가가 지속적으로 수행되어야 할 것이다.

마지막으로 본 연구는 검색도구 선정의 제한성을 갖는다. 즉, 본 연구에서는 네이버, 네이트, 다음만의 검색엔진을 선정하였으나 그 외에 다양한 지식검색서비스가 있음에 상당수 분석대상에 포함시키지 못한 점이 본 연구의 정확도를 떨어뜨릴 수 있는 요인이 될 것이다. 따라서 향후 연구에서는 보다 폭 넓은 검색도구를 활용하여 보다 세분화된 질문 내용으로 질적분석의 확장이 요구된다.

REFERENCES

1. H.J. Lee, J.W. Lee, and S.J. Hong(2009), The Study on Selection Factors of Ophthalmic Medical Institute and Habits of Information Searching, The Korean Journal of Health Service Management, Vol.3(1);43-54.
2. J.B. Park(2004), A User Study of Web-based Question-answer Services, MS Thesis Ewha Womans University, pp.17-18.
3. E.T. Lee(2006), Performance Evaluation of the Question and Answer Services in Internet Portals, MS Thesis Sangmyung University, pp.1-2.
4. Korea Internet & Security Agency(2010), Research on the Current Status of Informatization in the Second Half of 2009, Korea Internet & Security Agency, pp.1-27.
5. G.Y. Ahn(2006), Leave the Medical Market to Market Forces, The Chosun Ilbo, 2006.11.03.
6. H.S. Rhee, K.S. Lee, M.S. Kim, S.H. Hwang, D.S. Kim, J.W. Woo, D.H. Mun, J.S. Ryu, and T.R. Lee(2012), A Study on Health Information and Medical Consulting via Internet Focusing on the Age Group of 20s, Journal of Digital Policy & Management, Vol.10(2);255-267.
7. B.M. Lee, W.H. Cho, and Y.M. Yoon(2009), Telemedicine Conference System for Realtime Transfer of Heart Sound, The Journal of The Korea Contents Association, Vol.9(8);158-165.
8. J.H. Ahn(2006), Medical Information on the Internet for Local Clinic Patients with Psychiatric Illnesses, Ph. D. Dissertation Soonchunhyang University, pp.48-49.
9. H.J. Choi(2004), Information Searching Behavior and Factors Affecting Choosing Dental Institutions, MS Thesis Inje University, pp.34-37.
10. Y.J. Choi, B.H. Im, and B.D. Hwang(2009), A Study on the Attitudes and Awareness on Medical Public Relations by Employee of Hospitals, The Korean Journal of Health Service Management, Vol.3(2);76-85.
11. S.Y. Kim(2011), A Study on Medical Consumer's Lifestyle Patterns and Online Information Searching Behavior, MS Thesis Ewha Womans University, pp.66-68.
12. Y. Kim(2003), Factors Affecting the internet Use of the Medical Patients at a General Hospital in Seoul, MS Thesis Yonsei University, pp.9-10.
13. K.B. Chae(2010), A Study on Users' Motives of Using the Information Services and Their Satisfaction with Them Depending on Types of the Domestic Portal Site Services, MS Thesis Hanyang University, pp.44-48.

접수일자 2013년 5월 10일

심사일자 2013년 5월 13일

게재확정일자 2013년 9월 11일