

# SNS 이용자의 치과 SNS 특성에 관한 인식도

박보영 · 안선민 · 배은아 · 김현경 · 박소연 · 박효은 · 하늘별 · 윤미숙\*

신한대학교 치위생학과

## 1. 서론

2022년 6월 정보통신정책연구원(KISDI)에서 조사한 '세대별 SNS 이용 현황'에 따르면 Social Network Service(SNS) 이용률은 2019년 47.7%에서 2020년 52.4%로 증가한 것으로 보고된다<sup>1)</sup>. SNS는 사용자 간의 자유로운 의사소통을 통해 사회적 관계를 생성하고 강화하는 온라인 플랫폼을 의미하지만 넓은 의미로는 블로그, 페이스북, 트위터, 유튜브 등 소셜 미디어를 포함하는 사회관계망서비스로 이해된다. SNS 이용목적은 주로 인맥 관계의 구축과 발전, 자기 표현, 정보 탐색 등으로 보고되며<sup>2,3)</sup> 정보 탐색의 경우 소비자들의 니즈에 맞는 다양하고 신속한 정보를 획득할 수 있다는 점에서 SNS는 현대사회에서 중요한 사회적 도구이다.

의료정보는 과거에는 공급자 중심으로 제한적으로 정보가 제공된 반면 현재는 SNS 사용을 통해 양질의

건강정보가 제공되고 이것이 공유되며 SNS 사용자들은 매우 쉽게 건강정보를 탐색할 수 있다<sup>4)</sup>. 대학생들을 대상으로 건강정보탐색행태를 조사한 선행연구에 따르면 연구대상의 건강정보요구 특성에 따라 단발성에서 지속적인 건강정보탐색을 하고 있으며 이용의 편의성이 건강정보탐색의 주요 이유로 보고되었다<sup>5)</sup>. SNS를 통해 건강정보를 수집한 경험이 있는 사람을 대상으로 한 선행 연구<sup>6)</sup>에서는 SNS에서 탐색한 건강정보의 활용도가 높다고 응답한 33.9%, 낮다고 응답한 경우는 18.5%로 보고된 바 있다.

의료서비스 분야에서 환자 중심의 의료를 구현하기 위해서는 SNS의 역할이 중요한데<sup>7)</sup>, 특히 의료 SNS의 경우 신뢰성이 중요한 요인으로 사 등<sup>8)</sup>의 연구에서 63.3%가 SNS를 통해 탐색한 정보는 병원 선택 시 영향을 주고, SNS 정보 특성 중 신뢰성은 병원선택요인에 영향을 미치는 것으로 보고한 바 있다. 즉, SNS를 통해 얻은 의료관련 정보가 다소 제한된 정보일지라도 의료기관 이용자들은 이러한 정보를 통해 자신의 건강상태에 대한 이해도가 높아질 수 있고 의료기관 선택에 대한 만족도도 높아질 것이라 생각된다.

의료관련 SNS 정보는 간결성, 동의성, 신뢰성, 최신성의 특성을 갖고 있다<sup>6)</sup>. 치과 분야에서도 치과 SNS 특성과 관련된 연구가 보고된 바 있는데, 신 등<sup>8)</sup>의

접수일: 2022년 11월 10일 최종수정일: 2022년 11월 28일

게재 확정일: 2022년 11월 30일

교신저자: 윤미숙, (11644) 경기도 의정부시 호암로 95 신한대학교 에벤에셀관 3층 3300호(Department of Dental Hygiene, Shinhan University, 95 Hoam-ro, Uijeongbu 11644, Korea)

Tel: +82-31-870-3450, Fax: +82-31-870-3459

E-mail: news9090@naver.com

연구에서는 치과 페이스북을 메시지 유형을 상호작용형, 정보제공형, 유희형으로 구분하고, 이에 대한 이용자의 반응을 측정한 바 있으며 박과 조<sup>9)</sup>의 연구에서는 치과 SNS 정보 이용 현황과 정보 내용을 조사하였고, 치과 SNS 정보 활용이 치과의료 이용의사에 영향을 미친다고 보고하였다. 그러나 아직까지 치과의료기관에서 SNS를 활용하기 위하여 치과 SNS가 어떠한 특성을 갖춰야 하는지 보고된 바 없어 SNS 사용자 입장에서 치과 SNS 특성을 어떻게 인식하고 있는지 확인할 필요가 있다.

이에 본 연구는 SNS 사용자들이 치과 SNS 특성에 대하여 어떠한 인식을 갖고 있는지 조사하고 SNS 사용자의 일반적 특성에 따른 치과 SNS 특성에 대한 인식도의 차이를 확인하기 위하여 수행하였다.

## 2. 연구방법

### 2.1. 연구대상 및 방법

본 연구는 SNS 사용자 성인 177명을 대상으로 2022년 4월 14일부터 5월 19일까지 구글폼을 이용하여 자기기입식 설문조사를 수행하였다. 본 연구의 목적에 대하여 동의한 경우에만 설문조사에 참여하였으며 총 177명이 설문조사를 완료하였고, 결측값이 있는 경우는 확인되지 않아 총 177명(100%)의 자료를 최종 분석하였다.

### 2.2. 연구도구

#### (1) 일반적 특성

연구대상의 일반적인 특성으로 성별, 연령, 직업, 1일 인터넷 이용 시간을 분석하였다. 연령은 20~30대, 40대 이상으로 구분하였고, 1일 인터넷 이용 시간은 한국인 하루 평균 스마트폰 사용 시간은 3시간이라는 근거<sup>10)</sup>를 참고하여 3시간 미만, 3시간 이상과 6시간 미만, 6시간 이상으로 구분하였다. 치과 SNS 이용 경험과 최근 3년간 치과의료이용 여부를 확인하기 위하여 예, 아니오로 설문하였다.

#### (2) 치과 SNS 특성 영역별 인식도

윤<sup>11)</sup>은 문헌고찰을 통해 SNS 특성을 5가지(정보 제공성, 상호작용성, 최신성, 신뢰성, 유희성)로 정의하고 SNS 특성이 경영성과에 미치는 영향을 조사한 바 있는데, 본 연구에서는 치과 SNS 특성을 조사하기 위하여 윤<sup>11)</sup>의 연구에서 사용한 설문 도구를 치과분야에 맞도록 수정하여 사용하였다. 치과 SNS 특성에 관한 문항 수는 총 17개로 정보 제공성 3개, 상호작용성 3개, 최신성 4개, 신뢰성 4개, 유희성 3개였다. 각 문항에 대하여 전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다, 보통이다, 그렇다, 매우 그렇다로 조사하였고, 분석을 위하여 5점 척도(전혀 그렇지 않다 1점~매우 그렇다 5점)로 변환하여 분석하였다. 치과 SNS 특성 17개 문항의 Cronbach's alpha 값은 0.966이었다.

### 2.3. 자료분석

통계 분석은 IBM SPSS program(ver. 26.0; Corp., Armonk, NY, USA)을 이용하였다. 연구 대상의 일반적 특성은 빈도분석을 하였고, 치과 SNS 특성 영역별 인식도는 기술통계분석을 하였다. 일반적 특성에 따른 치과 SNS 특성 인식도의 차이는 T-test와 일원배치 분산분석(one-way ANOVA)를 실시하였으며, 사후검정을 위해 Scheffé로 다중비교를 하였다. 통계적 유의확률은 0.05로 하였다.

## 3. 연구결과

### 3.1. 일반적 특성

연구대상의 일반적 특성을 살펴보면, 성별은 여성이 58.2%였으며 연령은 20~30대가 82.0%로 가장 많았다. 인터넷 사용시간은 0~3시간 미만이 45.2%로 가장 많았다. 치과 SNS 이용 경험이 없는 사람이 65.5%였고, 최근 3년간 치과 방문이 있는 사람은 80.2%였다(Table 1).

Table 1. General Characteristics

Characteristics	Division	N	%
Gender	Man	74	41.8
	Woman	103	58.2
Age	20-30	145	82.0
	40≤	32	18.0
Work	Permanent employee	56	31.6
	Temporary position	28	15.8
	Jobless(Student)	93	52.5
Average internet usage time per day (hours)	<3	80	45.2
	3-5	57	32.2
	6≤	40	22.6
Experience of using dental SNS	Yes	61	34.5
	No	116	65.5
Whether to use dental care for 3 years	Yes	142	80.2
	No	35	19.8
Total		177	100

### 3.2. 치과 SNS 특성 영역과 문항별 인식도

치과 SNS 특성의 영역별 인식도는 신뢰성(3.51점), 상호작용성(3.36점), 정보제공성(3.35점), 최신성(3.26점), 유희성(2.94점) 순서로 높았다.

각 영역별로 살펴보면, 신뢰성에서는 ‘치과 SNS가 제공하는 교육적인 정보는 가치가 있다(3.60점)’의 문항이, 상호작용성에서는 ‘치과 SNS 교육 영상은 정보 공유와 치과 관련 지식향상에 유용하다(3.53점)’의 문

항이, 정보제공성에서는 ‘치과 SNS 교육 영상은 정보를 얻는데 도움이 된다(3.41점)’의 문항이, 최신성에서는 ‘치과 SNS 교육 영상은 나의 요구에 따라 적절한 의료정보를 신속하게 제공한다(3.31점)’의 문항이, 유희성에서는 ‘치과 SNS 계정은 교육 영상을 이용할 때 항상 새로운 재미를 준다(3.11점)’의 문항 인식도가 가장 높았다(Table 2).

Table 2. Recognition Score according to Factors and Items of Dental SNS Characteristics

Dental SNS characteristics		Mean ± SD
	Total	3.35 ± 0.84
1. Information provision	1) Dental SNS training videos help you get information	3.41 ± 0.96
	2) Dental SNS education videos provide information when necessary	3.25 ± 0.96
	3) Dental SNS training videos provide up-to-date information on dental institution selection	3.40 ± 0.89
	Total	3.36 ± 0.82
2. Interact	1) Dental SNS education videos are useful for information sharing and improving dental intelligence	3.53 ± 0.87
	2) Dental SNS education videos provide opportunities to communicate with doctors	3.23 ± 0.94
	3) Dental SNS education videos are useful for my dental choice	3.33 ± 0.94
	Total	3.26 ± 0.81
3. Recency	1) Information provided by dental SNS education videos is continuously being updated	3.21 ± 0.93
	2) Dental SNS education videos quickly provide appropriate medical information according to my needs	3.31 ± 0.87
	3) The dental SNS education video continuously updates information on communication between the user and the medical staff	3.25 ± 0.87
	4) Dental SNS training videos continuously update the information users need	3.29 ± 0.90
	Total	3.51 ± 0.76
4. Reliable	1) Educational information provided by dental SNS is valuable	3.60 ± 0.82
	2) Education information within the dental SNS account is reliable	3.49 ± 0.87
	3) Educational information retrieved from dental SNS is reliable	3.51 ± 0.83
	4) Information about doctors using dental SNS accounts is reliable	3.48 ± 0.82
	Total	2.94 ± 0.90
5. Interest	1) Dental SNS accounts always have new fun when using educational videos	3.11 ± 0.90
	2) Watching dental SNS educational videos is a lot of fun	2.94 ± 0.97
	3) Watching dental SNS continuously gives me pleasure	2.79 ± 1.03

### 3.3. 일반적 특성에 따른 치과 SNS 관련 특성 인식도의 차이

20~30대가 40대 이상에 비해 최신성(각각 3.33점과 2.88점)과 신뢰성(각각 3.59점과 3.09점) 영역의 점수가 통계적으로 유의하게 높았다( $p < 0.05$ ). 치과 SNS 이용 경험자는 비경험자에 비해 치과 SNS 특성 모든 영역의 인식도가 통계적으로 유의하게 높았다( $p < 0.05$ ) (Table 3).

치과 SNS 이용 경험 여부에 따라 치과 SNS 특성 문항별로 인식도의 차이를 살펴보면, 치과 SNS 이용 경

험자는 '치과 SNS의 검색된 교육적 정보는 신뢰할 수 있다(신뢰성 3번)'의 인식도가 가장 높고 '치과 SNS 교육 영상을 수시로 시청하는 것은 나에게 즐거움을 주기 때문이다(유희성 3번)'가 가장 낮은 반면, 치과 SNS 교육 영상 시청 비경험자는 '치과 SNS가 제공하는 교육적인 정보는 가치가 있다(신뢰성 1번)'가 인식도가 가장 높고 '치과 SNS 교육 영상을 수시로 시청하는 것은 나에게 즐거움을 주기 때문이다(유희성 3번)'가 가장 낮았다(Table 4).

Table 3. Differences in Recognition according to General Characteristics and Dental SNS Characteristics

Characteristics	Division	Information provision	Interact	Recency	Reliable	Interest	Total
Gender	Man	3.42±0.84	3.40±0.86	3.37±0.81	3.55±0.77	3.10±0.93	57.47±13.18
	Woman	3.30±0.84	3.33±0.78	3.18±0.80	3.49±0.76	2.83±0.86	55.17±11.86
	<i>P</i>	0.356	0.604	0.141	0.612	0.058	0.226
Age	20–30	3.36±0.83	3.39±0.79	3.33±0.79	3.59±0.71	2.96±0.91	56.90±11.99
	40≤	3.20±0.88	3.12±0.93	2.88±0.84	3.09±0.90	2.78±0.82	51.27±14.00
	<i>P</i>	0.357	0.106	0.007*	0.001*	0.312	0.026*
Work	Permanent employee	3.33±0.84	3.35±0.85	3.19±0.81	3.39±0.85	2.91±0.87	55.17±13.32
	Temporary position	3.45±0.81	3.36±0.89	3.30±0.85	3.52±0.79	3.08±1.07	57.03±14.00
	Jobless (Student)	3.32±0.85	3.36±0.78	3.29±0.80	3.59±0.69	2.92±0.86	56.41±11.46
	<i>P</i>	0.781	0.997	0.747	0.302	0.682	0.771
Average internet usage time per day (hours)	<3	3.42±0.84	3.35±0.84	3.28±0.81	3.47±0.80	3.05±0.95	56.81±12.32
	3–5	3.37±0.77	3.40±0.70	3.32±0.78	3.61±0.69	2.89±0.82	55.95±12.17
	6≤	3.15±0.90	3.30±0.93	3.13±0.86	3.46±0.79	2.08±0.87	52.43±14.23
	<i>P</i>	0.198	0.670	0.275	0.712	0.096	0.424
Experience of using dental SNS	Yes	3.61±0.80	3.72±0.77	3.56±0.81	3.78±0.83	3.27±0.84	61.24±12.62
	No	3.20±0.82	3.17±0.78	3.10±0.77	3.38±0.69	2.77±0.88	53.43±11.51
	<i>P</i>	0.002*	0.000*	0.000*	0.001*	0.000*	0.000*
Whether to use dental care for 3 years	Yes	3.38±0.80	3.40±0.81	3.31±0.80	3.57±0.74	3.00±0.89	56.90±12.06
	No	3.22±0.97	3.20±0.84	3.05±0.85	3.30±0.82	2.73±0.92	52.94±13.57
	<i>P</i>	0.340	0.189	0.091	0.067	0.117	0.091

\**p*<0.05 statistically significant by t-test

Table 4. Dental SNS Recognition Score according to the Experience of Using Dental SNS

Dental SNS characteristics		Experience of Using Dental SNS (mean ± SD)		
		Yes	No	p
1. Information provision	1) Dental SNS training videos help you get information	3.67 ± 0.93	3.27 ± 0.95	0.007*
	2) Dental SNS education videos provide information when necessary	3.51 ± 0.92	3.11 ± 0.96	0.009*
	3) Dental SNS training videos provide up-to-date information on dental institution selection	3.67 ± 0.85	3.25 ± 0.88	0.003*
2. Interact	1) Dental SNS education videos are useful for information sharing and improving dental intelligence	3.84 ± 0.80	3.36 ± 0.88	0.001*
	2) Dental SNS education videos provide opportunities to communicate with doctors	3.59 ± 0.90	3.04 ± 0.92	0.000*
	3) Dental SNS education videos are useful for my dental choice	3.75 ± 0.89	3.11 ± 0.90	0.000*
3. Recency	1) Information provided by dental SNS education videos is continuously being updated	3.59 ± 0.90	3.02 ± 0.89	0.000*
	2) Dental SNS education videos quickly provide appropriate medical information according to my needs	3.61 ± 0.84	3.16 ± 0.86	0.001*
	3) The dental SNS education video continuously updates information on communication between the user and the medical staff	3.52 ± 0.89	3.10 ± 0.83	0.002*
	4) Dental SNS training videos continuously update the information users need	3.54 ± 0.92	3.13 ± 0.87	0.007*
4. Reliable	1) Educational information provided by dental SNS is valuable	3.82 ± 0.89	3.48 ± 0.76	0.009*
	2) Education information within the dental SNS account is reliable	3.75 ± 0.94	3.35 ± 0.81	0.003*
	3) Educational information retrieved from dental SNS is reliable	3.85 ± 0.89	3.33 ± 0.74	0.000*
	4) Information about doctors using dental SNS accounts is reliable	3.70 ± 0.86	3.36 ± 0.79	0.008*
5. Interest	1) Dental SNS accounts always have new fun when using educational videos	3.41 ± 0.86	2.96 ± 0.89	0.001*
	2) Watching dental SNS educational videos is a lot of fun	3.34 ± 0.89	2.72 ± 0.95	0.000*
	3) Watching dental SNS continuously gives me pleasure	3.07 ± 1.05	2.65 ± 1.01	0.010*

\*p &lt; 0.05 statistically significant by t-test

## 4. 고찰

본 연구는 SNS 사용자들을 대상으로 치과 SNS 특성에 대하여 어떠한 인식을 갖고 있는지 조사하고 SNS 사용자의 일반적 특성에 따른 치과 SNS 특성별 인식도의 차이를 확인하기 위하여 수행하였다.

본 연구결과에서 치과 SNS 특성의 영역별 인식도를 살펴보면 신뢰성이 3.51점으로 가장 높았다. 사 등<sup>6)</sup>의 연구에서 SNS 정보 특성 중 신뢰성과 동의성이 높을수록 병원만족도가 증가한다고 보고된 바 있는데 동의성은 타인의 신뢰성 있는 의견이라고 할 수 있다<sup>12)</sup>. SNS 정보 신뢰에 대한 부분은 기존연구에서 구매의도와

관련성이 입증된 바 있는데, 치과의료의 경우도 환자 입장에서 의료서비스를 소비하는 것으로 볼 수 있기 때문에 신뢰성의 중요도가 높게 인식되는 것으로 생각된다. 최근에 의료관련 SNS 콘텐츠가 증가하고 있으나 정확하지 않은 내용이나 허위, 과장 광고 등의 SNS 콘텐츠가 무분별하게 공유되고 있는 점에 문제가 제기된 바 있고 대한의사협회에서는 ‘의사 소셜 미디어 사용 가이드라인’을 마련하였다<sup>13)</sup>. 치과계에서도 잘못된 치과 SNS 콘텐츠에 관한 자성의 목소리가 나오고 있으며 치과계에도 의료진에 대한 신뢰도를 훼손시키지 않는 콘텐츠를 만들기 위한 노력이나 제재의 필요성이 제기되었다<sup>14)</sup>. 본 연구에서 SNS 사용자

가 치과 SNS에 대하여 신뢰성을 가장 중요하게 고려하는 점을 볼 때, 치과 SNS 정보의 신뢰성을 감독 및 관리할 수 있는 기준이 마련될 필요가 있겠다.

본 연구결과에서 치과 SNS 특성의 각 문항별로 인식도를 살펴보면, '치과 SNS가 제공하는 교육적인 정보는 가치가 있다(3.60점)', '치과 SNS 교육 영상은 정보공유와 치과 관련 지식향상에 유용하다(3.53점)', '치과 SNS의 검색된 교육적 정보는 신뢰할 수 있다(3.51점)'에 대한 인식도가 높은 수준이었다. 이러한 결과를 근거로 치과 SNS가 구강건강관리 관점에서 좋은 교육 도구로 활용될 가능성이 있음을 추측할 수 있으며 치과 SNS를 이용하는 사람들의 인식에 부합되는 질 좋은 구강건강관련 정보를 SNS 콘텐츠로 제작할 필요가 있겠다. 박과 조<sup>9)</sup>의 연구에서 SNS를 통하여 제공받고 싶은 치과 정보로 치과질환 정보와 치과 의료상담의 비율이 가장 높았지만 기존에 가장 많이 이용한 치과 SNS는 비용할인 관련 정보인 것을 볼 때 치과 SNS에서 교육적 내용을 바탕으로 정보가 제공될 필요가 있겠다.

본 연구결과에서 일반적 특성에 따른 치과 SNS 특성의 인식도 차이를 살펴보면, 20~30대가 40대 이상에 비해 최신성(각각 3.33점과 2.88점)과 신뢰성(각각 3.59점과 3.09점) 영역을 중요하게 인식하는 것으로 확인되었다( $p < 0.05$ ) (Table 3). SNS 사용량이 상대적으로 많은 30대 이하의 경우는 최신의 정보를 중요하게 생각하고 SNS 정보를 통해 확인할 수 있는 이용 후기나 광고 내용에 대한 신뢰성을 중요하게 고려한다면 40대 이상의 경우 치과 선택 시 SNS 정보뿐 아니라 이전의 치과 경험이나 지인을 통한 소개 등도 중요하게 고려할 것으로 생각된다. SNS 정보 특성 중 최신성이 소비자 태도와 구매 의도에 영향을 미친다고 조사된 바 있기 때문에<sup>15)</sup> 치과의료기관에서 환자 유치나 교육 목적으로 SNS를 활용하는 경우에는 신뢰성은 물론 최신성을 갖춘 정보를 제공해야 할 것이다.

본 연구결과에서 치과 SNS 이용 경험 여부에 따라 치과 SNS 특성에 대한 인식도 차이가 있는 것으로 확인되었는데, 치과 SNS 이용 경험자의 경우 '치과 SNS

의 검색된 교육적 정보는 신뢰할 수 있다(신뢰성 3번)'의 인식도가 가장 높았고 치과 SNS 이용 경험여부에 따라 '치과 SNS 교육 영상은 나의 치과 선택에 유용하다'의 인식도 차이(0.64점)가 가장 큰 것으로 검토되었다 (Table 4). 치과 SNS 이용을 한 경우 탐색한 구강건강관련 정보에 대한 신뢰 경험이 생기고 이것이 치과선택에 영향을 미칠 수 있다는 점을 예상할 수 있다. SNS 정보 특성이 병원선택에 영향을 미치는 요인을 조사한 선행 연구<sup>6)</sup>에서 연구대상의 47.6%가 앞으로 병원선택에 SNS가 많은 영향에 줄 것이라고 보고하며 향후 의료소비자들의 정보탐색행태에서 SNS가 병원홍보를 위한 직간접적인 수단으로 작용할 것이라고 주장한 바 있다. 치과에서도 환자 유치 및 의사소통의 수단으로 SNS의 적절한 활용이 필요하며, 환자의 구강건강관련 지식향상에 도움이 되며 치과 방문을 통한 구강건강증진행동에 동기부여가 될 수 있는 SNS 콘텐츠 개발에 대한 고민이 필요할 것이다.

본 연구는 설문 응답 연령대가 주로 20대, 30대에 집중되어 있어 대표성에 한계가 있으며 치과 SNS 이용행태가 세분화되어 조사되지 않았기 때문에 치과 SNS 이용 빈도나 이용 목적 등을 확인하기가 어렵다. 그럼에도 본 연구는 SNS 사용자들의 치과 SNS 특성에 관한 인식을 파악함으로써 치과 SNS 콘텐츠 제작 시 갖출 필요가 있는 요인들을 확인했다는 점에서 의미가 있다. 추후 연구에서는 연령별로 연구대상 수를 비슷한 수준으로 모집하고, 치과 SNS 이용 빈도와 이용 목적 등에 따른 치과 SNS 특성에 관한 인식의 차이를 확인할 필요가 있다.

## 5. 결론

본 연구는 SNS를 사용하는 성인 177명을 대상으로 치과 SNS 특성에 관한 인식과 SNS 사용자의 일반적 특성에 따른 치과 SNS 특성 대한 인식도의 차이를 확인하기 위하여 수행하였으며 주요 결과는 다음과 같다.

1. 치과 SNS 특성의 영역별 인식도 중 가장 높게 나

타난 특성은 신뢰성(3.51점)으로 나타났으며, 유효성(2.94점)이 가장 낮게 나타났다<Table 2>.

- 치과 SNS 특성의 항목별로는 ‘치과 SNS가 제공하는 교육적인 정보는 가치가 있다(3.60점)’, ‘치과 SNS 교육 영상은 정보공유와 치과 관련 지식 향상에 유용하다(3.53점)’, ‘치과 SNS의 검색된 교육적 정보는 신뢰할 수 있다(3.51점)’의 인식도가 높았다<Table 2>.
- 20~30대가 40대 이상에 비해 최신성(각각 3.33점과 2.88점)과 신뢰성(각각 3.59점과 3.09점) 영역의 점수가 통계적으로 유의하게 높았다( $p < 0.05$ ). 치과 SNS 이용 경험자는 비경험자에 비해 치과 SNS 특성 모든 영역의 인식도가 통계적으로 유의하게 높았다( $p < 0.05$ )<Table 3, 4>.

이상의 결과를 근거로 치과의료기관에서는 환자관리와 교육에 SNS를 활용할 수 있는 방안들을 생각할 필요가 있으며 치과 SNS 관련 콘텐츠 제작 시 SNS 사용자의 구강건강관리에 도움이 되도록 교육적이며 신뢰성이 있는 정보로 구성되어야 할 것이다.

#### ORCID ID

Bo-young Park, <https://orcid.org/0000-0002-4058-2186>

Seon-Min An, <https://orcid.org/0000-0002-0100-3591>

Eun-A Bae, <https://orcid.org/0000-0002-0318-2626>

Hyeon-Gyeong Kim, <https://orcid.org/0000-0003-3695-5119>

So-Yeon Park, <https://orcid.org/0000-0001-5753-7966>

Hyo-Eun Park, <https://orcid.org/0000-0003-3402-664X>

Neul-byeol Ha, <https://orcid.org/0000-0003-1251-2954>

Mi-sook Yoon, <https://orcid.org/0000-0001-8029-128X>

## References

- Retrieved November 10, 2022, from <http://www.ifocus.kr/news/articleView.html?idxno=174956>
- Lampe C, et al. Perceptions of Facebook's value as an information source. In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems, 2012, pp 3195–3204. <https://doi.org/10.1145/2207676.2208739>
- Nadkarni A, Hofmann SG. Why do people use Facebook?. *Pers Individ Dif* 2012;52(3):243–249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Eysenbach G. Medicine 2.0: social networking, collaboration, participation, apomediation, and openness. *J Med Internet Res* 2008;10(3):e22. <https://doi.org/10.2196/jmir.1030>
- Kim SJ. An exploratory study of undergraduate students' health information needs and seeking behaviors in social media. *Journal of the Korean BIBLIA* 2012;23(4):239–260. <https://doi.org/10.14699/KBIBLIA.2012.23.4.239>
- Sa GM, et al. The effects of SNS information characteristics on hospital selection and satisfaction degree. *The Korean Journal of Health Service Management*. 2014;8(1):15–25. <https://doi.org/10.12811/kshsm.2014.8.1.015>
- Kim JW. A study on the types of hospital information through Facebook and intent to use information. Unpublished master's thesis, Jeonbuk University, Jeonju, 2013.
- Shin BR, Im HS, Park JM. Study on users' responses to facebook messages from dental clinics. *Journal of implantology and applied sciences*, 2018;22:18–34. <https://doi.org/10.12972/implantology.20180003>
- Park SY, Cho YS. Influence of social network service(SNS) information on intention to dental



- office use. *J Korean Soc Dent Hyg.* 2016;16:121–127. <https://doi.org/10.13065/jksdh.2016.16.01.121>
10. Retrieved November 10, 2022, [http://www.ifocus.kr/news/articleView.html?idxno=174956\(2019\)](http://www.ifocus.kr/news/articleView.html?idxno=174956(2019))
11. Yoon SE. A study on the influence of SNS characteristics on SNS utilization and business performance : focusing on SNS education adjustment effect. Unpublished master's thesis. Hansung University, Seoul, 2018.
12. Sultan F. Consumer response to the Internet: an exploratory tracking study of on-line home users. *Journal of Business Research* 2002;55(8):655–663. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00206-X](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00206-X)
13. Retrieved November 10, 2022, from [http://www.doctorstimes.com/news/articleView.html?idxno=216268\(2021\)](http://www.doctorstimes.com/news/articleView.html?idxno=216268(2021))
14. Retrieved November 10, 2022, from [https://www.dentalarirang.com/news/articleView.html?idxno=31641\(2021\)](https://www.dentalarirang.com/news/articleView.html?idxno=31641(2021))
15. Jung BC, Ok KJ. The effects of SNS messenger's traits and SNS information characteristics on the purchase intention. *Korean Corporation Management Review* 2013;20(2):251–272.

## ABSTRACT

## Perception of dental office visits of social network service users

Bo-Young Park · Seon-Min An · Eun-A Bae · Hyeon-Gyeong Kim ·  
So-Yeon Park · Hyo-Eun Park · Neul-Byeol Ha · Mi-Suk Yoon\*

Department of Dental Hygiene, shinhan University

**Background:** This study was aimed at investigating the perception of social network service (SNS) users regarding dental office visits and determining the proportion of dental SNS users among general SNS users.

**Methods:** We surveyed 177 adults using SNSs. Dental SNS characteristics were classified into information provision, interaction, recency, reliability, and interest, and the recognition level of each area was surveyed on a 5-point scale. The total number of items was 17, including three information provision, three interaction, four recency, four reliability, and three interest items.

**Results:** Among the five domains, the recognition level was the highest for reliability (3.51 points) and the lowest for interest (2.94 points). Among the 17 items, the recognition level was the highest for “Educational information provided by dental SNS is valuable” at 3.60 points, “Dental SNS educational video is useful for information sharing and dental knowledge improvement” at 3.53 points, and “The perceived educational information of dental SNS is reliable” at 3.51 points. Participants in their 20s and 30s had higher scores for being up-to-date (3.33 and 2.88 points, respectively) and reliability (3.59 and 3.09 points, respectively) than those in their 40s or older. The recognition level of all areas of dental SNS characteristics was significantly higher for experienced dental SNS users than for non-experienced ones.

**Conclusions:** The results of this study suggested that dental institutions should consider ways to utilize SNS for patient management and education and that dental SNS-related contents should contain educational and reliable information to help SNS users manage their oral health.

**Keywords:** Dental institutions; Dental SNS; SNS users