

온·오프라인 정보수집 경로에 따른 치과위생사 이미지: 대입 준비생을 중심으로

이경진¹ · 김혜중² · 엄지은² · 이주희² · 주민정² · 한지은² · 정임희^{1,2,*}

¹을지대학교 일반대학원 치위생학과

²을지대학교 보건과학대학 치위생학과

1. 서 론

과거에는 문자와 언어를 통해 정보획득 및 의사소통을 했다면, 오늘날 우리가 이용하는 인터넷이 발달되면서 이메일과 메신저를 통해 의사소통을 주고받았고, 현재는 다양한 소셜미디어를 사용하여 복잡하고 다양한 정보를 수집하고 이를 활용할 수 있게 되었다. 스마트 폰의 보급이 활성화되고 다양한 온라인 매체들이 생성되면서 현대사회에서 인터넷 기반의 미디어 환경은 필수가 되었고, 스마트 기기만 있다면 어디에서든지 실시간으로 정보를 접할 수 있어, 정보전달 속도가 매우 빨라졌다. 과거에 비해 스마트 기기 매체 인식 추이가 증가하여 스마트폰 사용률이 증가했을 뿐만 아니라, 사용하는 미디어 및 이용 sns가 다양해졌다. 특히 최근 연구된 보고에 따르면, 미디어 환경에서 자라온 대입준비생들에게 미디어는 자신을 표현하고 타인과 소통을 하는 플랫폼이 되었다¹⁾. 따라서, 대입준비생들이 획득한 다양한 정보 및 경로가 이전

의 세대처럼 단순하지 않고 다양화되었을 것으로 보인다. 한국언론진흥재단에서 2019년 10대를 대상으로 조사한 통계에 따르면, 주요 매체 중 스마트 폰의 중요도는 5점만점 중 4.38로 다른 매체에 비해 높게 나타났다. 또한 관심 있는 주제가 있을 때 가장 많이 이용하는 경로로는 온라인 동영상 플랫폼, 포털 및 검색 엔진, sns, 지식생산 사이트 순으로 많았으며, 이를 통해 정보 검색에서 다양한 온라인 경로가 이용되는 것을 알 수 있다²⁾.

직업 정보를 얻는 매체로는 매스미디어, 컴퓨터, 직접체험, 전화서비스, 박람회 등을 꼽을 수 있다. 관련 선행연구에서는 세부적인 정보원으로 일반 서적, 사전, 잡지, 신문, TV, 영화, 게임, 만화, 동영상, 비디오, 오테이프, 인터넷, 직업 정보 자료실, 전화, 박람회, 진로상담, 진로 프로그램 등으로 구분하였다³⁾. 이러한 매체들을 통해 직업에 대한 타당하고 유용한 정보들을 얻을 수 있는데, 선행연구에 따르면, 다양한 정보획득 매체에서 오프라인을 통해 직업정보를 획득한 경우 직업정보에 대한 높은 확장성을 보이고, 온라인을 통해 직업정보를 획득한 경우, 크진 않지만, 미비하게라도 확장성을 보이면서 오프라인보다 직업정보에 더 친밀감을 나타낸다고 하였다⁴⁾. 변화되는 사회 환경에 맞추어 접근성이 쉬운 온라인을 잘 활용한다

접수일: 2023년 8월 4일 최종수정일: 2023년 9월 23일

게재확정일: 2023년 10월 18일

교신저자: 정임희, (13135) 경기도 성남시 수정구 산성대로
553 을지대학교 치위생학과
Tel: 82-31-740-7491/ Fax: 82-31-740-7352
E-mail: Jungih@eulji.ac.kr

면, 직업에 대한 긍정적인 이미지와 다양한 정보를 제공하는데 훌륭한 직업 정보획득 경로가 될 수 있을 것이다.

치과위생사는 치과의사와 함께 구강보건향상을 위해 노력하는 전문적인 자격을 가진 인력으로 예방치과처치, 구강보건교육, 진료보조의 업무를 주로 담당하고⁵⁾, 최근 치과 의료기관의 전문화와 대형화 추세에 따라 치과위생사는 상담기술, 대인관계기술, 경영관리 업무에도 핵심적인 역할을 수행하고 있다⁶⁾. 하지만 아직까지도 치과위생사라는 호칭보다 치과간호사로 불리는 경우가 많고, 치과위생사의 명칭을 경험하지 못한 경우가 53%로 나타날 정도로 치과위생사에 대한 인식이 전반적으로 낮은 수준이다⁷⁾. 한국 치과위생사 역사가 55년 이상 지났음에도 치과위생사에 대한 인식도에는 많은 차이가 없다는 것은 큰 문제점이다⁸⁾.

치위생 분야에서 치과위생사와 치위생(학)과 학생, 일반인을 대상으로 치과위생사 직업적 이미지와 관련된 선행연구⁹⁻¹³⁾들은 많지만, 대입준비생을 대상으로 한 연구는 부족한 실정이다. 직업을 선택할 때 그 직업의 긍정적인 이미지 확립이 중요하기 때문에 직업 선택을 고려하는 대입준비생들을 대상으로 치과위생사에 대한 바람직한 직업정보를 통해 긍정적인 이미지를 확립시키는 것이 필요할 것으로 생각된다.

본 연구는 대상을 대입준비생으로 설정하고, 선행연구에서 제시된 경로를 온라인과 오프라인으로 구분하

였다. 대입준비생들을 대상으로 최근 경향을 포함하여 직업정보를 얻는 경로에 따라 치과위생사의 직업이미지 형성에 어떠한 차이가 있는지를 파악하고, 그 분석 결과를 활용하여 치과위생사에 대한 올바른 인식과 직업이미지 긍정화의 토대를 마련하는데 있다.

2. 연구 대상 및 방법

2.1. 연구 대상 및 방법

본 연구 대상은 수도권 지역 대입준비생으로 만 18세 이상 고등학생, 고등학교를 졸업한 재수생 및 대학교 신입생이다. 고등학교 페이스북 커뮤니티, 재수생 커뮤니티, 대학교 커뮤니티를 이용하여 게시판에 설문지 링크를 게시하여 대상자를 모집하였고, 온라인 설문지에 대상자용 설명문, 참여 동의서 및 개인정보 수집/이용 동의서를 첨부하여 배포하였다. 2022년 3월 21일부터 2022년 4월 3일까지 네이버 폼을 이용한 온라인 설문지를 배부하여 자기기입식으로 작성하도록 하였다. 회수된 307부의 설문지 중 연구 자료로써 부적합한 자료를 제외하고 305부를 최종 분석에 사용하였다.

2.2. 연구 도구

본 설문에 사용된 설문지는 일반적 특성(3문항), 경로 관련 문항(3문항), 치과위생사 이미지 관련 문항(21

Table 1. Survey content of general characteristics

Variable	Survey content
Most used app	Education app, Online messenger, SNS, OTT service
Most used social media	Youtube, Face book, Instagram, Twitter, Blog
Dental hygienist cognitive path	On-line SNS, Broadcast Media, Admission information site Off-line People around, Teacher, Dental visit, Experience program, Publicity of the major
Major information acquisition path	On-line Mobile phone, Computer, Broadcast media Off-line Booklets and pamphlets, person(face to face)
Major selection influence path	On-line SNS, Broadcast media, Admission information site Off-line People around, Teacher, Experience program, Publicity of the major
Dental hygiene major enrollment	Yes/NO

문항), 앱(app) 관련 문항(2문항), 진학 관련 문항(5문항)으로 구성되어 총 34문항으로 작성되었고(Table 1), 그 중 치과위생사의 이미지에 대한 문항은 조⁷⁾ 연구를 참고하여 개인적 이미지(4문항), 사회적 이미지(4문항), 직업적 이미지(7문항), 업무적 이미지(6문항)으로 구분하였다(Table 2). 각 문항은 Likert 5점 척도로 ‘매우 그렇지 않다(1), 그렇지 않다(2), 보통이다(3), 그렇다(4), 매우 그렇다(5)’로 구성되었다. 즉, 문항의 평가점수가 높을수록 치과위생사에 대한 해당 이미지가 긍정적인임을 뜻한다. 이미지 관련 설문지의 전체 Cronbach’s α 값은 0.879, 개인적 이미지는 0.786, 사회적 이미지는 0.427, 직업적 이미지는 0.722, 업무적 이미지는 0.732로 확인되었다.

2.3. 통계분석

수집된 자료는 통계분석 프로그램 SPSS 25.0(IBM Co., Armonk, NY, USA)을 이용하여 분석하였다. 이미

지 점수 문항은 신뢰도 분석을 진행하였고, 일반적 특성, 앱, 경로, 진학 관련 문항들은 빈도분석을 실시하였다. 일반적 특성에 따른 치과위생사 이미지, 인식 경로에 따른 치과위생사 이미지, 진학관련 요인에 따른 치과위생사의 이미지 차이는 정규성 검정 결과 정규성 분포를 충족하지 않으므로, 비모수 방법인 Mann-Whitney의U 검정, kruskal-wallis 검정으로 분석하였고, Tukey test를 사용하여 사후분석 하였다. 통계적 유의성 검정을 위한 유의수준은 0.05를 기준으로 하였다.

3. 결과

3.1. 일반적 특성에 따른 치과위생사 이미지 점수

일반적 특성에 따라 치과위생사 이미지 점수에 유의한 차이가 존재하는지 확인해 본 결과는 Table 3과 같다($p < 0.05$).

Table 2. Survey content of dental hygienist image

Variable	Survey content
Personal images	1. Dental hygienists are clean and tidy.
	2. Dental hygienists are sincere and have a strong sense of responsibility.
	3. Dental hygienists are confident and confident.
	4. Dental hygienists are kind.
Social images	1. Dental hygienists are recognized as dental nurses
	2. Dental hygienists have a high social status.
	3. Dental hygienists do valuable and rewarding work.
	4. Dental hygienists are not an established name.
Occupational images	1. Dental hygienists have skilled expertise.
	2. Dental hygienists play an important role on national oral health.
	3. Dental hygienists are suitable for a lifelong job.
	4. Dental hygienists have a sense of duty.
	5. Dental hygienists are proud of their profession.
	6. Dental hygienists work in the position of dentists and colleagues.
	7. Dental hygienists seem difficult and stressful.
Business images	1. Dental hygienists actively work.
	2. Dental hygienists treat their work with patient priority.
	3. Dental hygienists have professional knowledge and skill.
	4. Dental hygienists perform only the assistant role to the dentists.
	5. Dental hygienists are distinct from the duties of nurses and nursing assistants.
	6. Dental hygienists play an intermediate role between dentists and patients.

Table 3. Image of dental hygienists by general characteristic

General character	N	Personal		Social		Occupational		Business		Total		
		Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value	
Gender	Male	71	4.28±0.60	.677	3.07±0.50	.096	3.74±0.47	.955	3.77±0.62	.819	3.71±0.45	.956
	Female	234	4.17±0.58		3.24±0.60		3.79±0.50		3.82±0.59		3.77±0.47	
Education	High school(3rd)	80	4.27±0.58		3.25±0.69		3.87±0.51		3.89±0.64		3.84±0.51	
	High school graduation	27	4.18±0.57	.222	3.36±0.51	.214	3.81±0.48	.096	3.85±0.57	.204	3.80±0.45	.090
	University(1st)	198	4.14±0.58		3.16±0.54		3.74±0.48		3.76±0.58		3.71±0.44	
	Education app	9	4.47±0.67		3.94±0.71 ^b		4.19±0.64		4.05±0.74 ^b		4.15±0.65 ^b	
Most used app	Onlinemessenger	105	4.16±0.58		3.15±0.53 ^a		3.72±0.48		3.68±0.44 ^{ab}		3.68±0.44 ^a	
	Portal site	18	3.84±0.68	.088	3.18±0.49 ^a	.041 [*]	3.63±0.56	.098	3.54±0.49 ^{ab}	.005 [*]	3.56±0.44 ^a	.019 [*]
	SNS	152	4.19±0.56		3.18±0.58 ^a		3.80±0.47		3.89±0.58 ^{ab}		3.78±0.45 ^{ab}	
	OTT service	21	4.33±0.54		3.33±0.75 ^a		3.85±0.53		3.97±0.61 ^{ab}		3.87±0.50 ^{ab}	
Most used SNS	Youtube	133	4.19±0.54		3.25±0.59		3.76±0.47		3.83±0.56		3.76±0.44	
	Face book	12	4.29±0.66		3.29±0.68		3.92±0.40		4.12±0.53		3.93±0.45	
	Instagram	143	4.13±0.61	.601	3.15±0.58	.911	3.76±0.52	.437	3.74±0.64	.198	3.71±0.49	.415
	Twitter	14	4.32±0.50		3.16±0.55		3.93±0.42		3.94±0.41		3.86±0.34	
	Blog	3	4.50±0.86		3.33±0.80		4.19±0.82		4.16±0.76		4.07±0.77	
		305	4.18±0.58		3.20±0.59		3.78±0.49		3.80±0.59		3.75±0.46	

P-value was determined from Mann-Whitney U test or kruskal-wallis test(^{*}p<0.05). Post hoc analysis used Tukey test

연구 대상자 전체를 대상으로 치과위생사에 대한 전체 이미지는 3.75점으로 나타났고, 개인적 이미지(4.18점)가 가장 높게 나타났으며, 업무적 이미지(3.80점), 직업적 이미지(3.78점), 사회적 이미지(3.20점) 순으로 나타났다. 먼저, 연구 대상자의 성별에 따른 전체 이미지는 집단 간 통계적으로 유의한 차이는 나타나지 않았지만, '여자'(3.77점)가 '남자'(3.71점)보다 높게 나타났다. 세부적으로 개인적 이미지는 '남자'가 '여자'보다 평균점수가 높았으며, 개인적 이미지를 제외한 사회적, 직업적, 업무적 이미지는 '여자'가 '남자'보다 평균점수가 높게 나타났고, 집단 간 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

최종학력에 따른 전체 이미지는 '고등학교 3학년 재학'(3.84점), '고등학교 졸업'(3.80점), '대학교 1학년 재학'(3.71점) 순으로 나타났으며, 집단 간 통계적으로 유의한 차이는 나타나지 않았다. 세부적으로 사회적 이미지를 제외한 개인적, 직업적, 업무적 이미지에서 '고등학교 3학년 재학' 집단이 평균점수가 높게 나타났고, 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

가장 많이 사용하는 앱은 'SNS'(152명), '온라인 메신저'(105명), 'OTT서비스'(21명), '포털 사이트'(18명), '교육관련 앱'(9명) 순으로 나타났고, 이들 앱에 따른 치과위생사의 전체 이미지는 '교육관련 앱'(4.15점), 'OTT서비스'(3.87점), 'SNS'(3.78점), '온라인 메신저'(3.68점), '포털 사이트'(3.56점) 순으로 나타났으며, 집단 간 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 각 세부 영역인 개인적, 사회적, 직업적, 업무적 이미지는 전체 이미지 점수와 유사한 경향을 보였고, '교육관련 앱' 집단에서 점수가 가장 높게 나타났다. 다만, 사회적, 업무적 이미지에서만 집단 간 통계적으로 유의한 차이가 나타났고(p<0.05), 사후분석 결과 두 이미지에서 전체 이미지와 유사하게 교육관련 앱에서 통계적으로 유의하게 높은 이미지 점수가 관찰되었다.

가장 많이 사용하는 SNS는 'Instagram'(143명), 'Youtube'(133명), 'Twitter'(14명), 'Face book'(12명), 'Blog'(3명)순으로 나타났고, 이들 SNS에 따른 치과위생사 전체 이미지는 'Blog'(4.07점), 'Face book'(3.93점), 'Twitter'(3.86점), 'Youtube'(3.76점), 'Instagram'

Table 4. Image of dental hygienists according to cognitive path

(N=286)

Characteristic	Classification	N	Personal		Social		Occupational		Business		Total	
			Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value
Dental hygienist cognitive path	On-line	74	4.30 ± 0.62	.026*	3.33 ± 0.84	.221	3.89 ± 0.56	.081	3.95 ± 0.72	.050*	3.88 ± 0.59	.032*
	Off-line	212	4.14 ± 0.57		3.16 ± 0.47		3.75 ± 0.46	.081	3.78 ± 0.53		3.72 ± 0.40	

P-value was determined from Mann-Whitney U test (*p<0.05)

(3.71점) 순으로 나타났다. 각 세부 영역에서도 'Blog' 집단에서 점수가 가장 높게 나타났으나, 집단 간 통계적으로 유의한 차이는 나타나지 않았다.

3.2. 인식경로(온/오프라인)에 따른 치과위생사 이미지 점수

치과위생사를 인식한 경로(온/오프라인)에 따른 이미지 점수는 치과위생사를 처음 접한 19명을 제외한 286명을 대상으로 분석하였고, 세부 결과는 Table 4와 같다.

치과위생사 인식경로(온/오프라인)에 따른 치과위생사 전체 이미지는 '온라인'(3.88점)이 '오프라인'(3.72점)보다 높게 나타났고, 집단 간 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 세부 영역 모두 온라인이 오프라인보다 점수가 높게 나타났고, 개인적, 업무적 이미지에서 집단 간 통계적으로 유의한 차이가 나타났다(p<0.05).

3.3. 진학관련 요인에 따른 치과위생사 이미지 점수

진학과 관련된 요인에 따른 치과위생사에 대한 이미지 점수는 전체 305명을 대상으로 분석하였고, 세부 결과는 Table 5와 같다.

진학정보 획득경로는 '온라인'(268명)이 '오프라인'(37명)보다 많았고, 정보 획득경로에 따른 치과위생사 전체 이미지는 '오프라인'(3.87점)이 '온라인'(3.74점)보다 높게 나타났으며, 집단 간 통계적으로 유의한 차이는 없었다. 세부적으로 개인적, 사회적, 직업적, 업무적 이미지에서도 오프라인이 온라인보다 평균점수가 높게 나타났으며, 개인적 이미지에서만 집단 간 통계적인 유의한 차이를 보였다.

학과 선택에 영향을 주는 경로는 '오프라인'(200명)이 '온라인'(105명)보다 많았고, 학과선택 영향 경로에 따른 치과위생사 전체 이미지 점수는 온·오프라인 집단이 서로 유사했고, 세부적으로 개인적, 사회적, 직업적, 업무적 이미지에서도 집단 간 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

치위생(학)과의 진학 여부는 '비진학'(207)이 '진학'(98명)보다 높은 빈도수로 관찰되었는데, '비진학'의 이유로 '흥미가 없고 적성에 맞지 않는다'(45.5%), '직업에 대한 정보가 부족하다'(40.6%), '직업의 보수가 낮다'(9.7%), '직업의 사회적 인식이 좋지 않다'(1.4%)로 나타났다. 하지만, 진학여부에 따른 치과위생사 전체 이미지는 '진학(4.00점)'이 '비진학(3.64점)'보다 높았

Table 5. Image of dental hygienists according to factors related to admission

Characteristic	Classification	N	Personal		Social		Occupational		Business		Total	
			Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value	Mean ± SD	p-value
Major information acquisition path	On-line	268	4.15 ± 0.58	.020*	3.19 ± 0.59	.186	3.76 ± 0.49	.054	3.80 ± 0.60	.870	3.74 ± 0.47	.117
	Off-line	37	4.36 ± 0.53		3.28 ± 0.53		3.94 ± 0.47		3.85 ± 0.54		3.87 ± 0.43	
Major selection influence path	On-line	105	4.17 ± 0.59	.925	3.17 ± 0.75	.058	3.78 ± 0.55	.734	3.85 ± 0.65	.383	3.76 ± 0.54	.791
	Off-line	200	4.18 ± 0.58		3.22 ± 0.48		3.78 ± 0.46		3.78 ± 0.57		3.75 ± 0.42	
Dental hygiene major enrollment	Yes	98	4.49 ± 0.46	.000*	3.29 ± 0.73	.613	3.98 ± 0.47	.000	4.15 ± 0.57	.000*	4.00 ± 0.47	.000*
	No	207	4.03 ± 0.57		3.16 ± 0.50		3.68 ± 0.48		3.64 ± 0.54		3.64 ± 0.41	

P-value was determined from Mann-Whitney U test(*p<0.05)

고, 더불어 세부 영역인 개인적, 사회적, 직업적, 업무적 이미지에서도 모두 '진학'이 높게 나타났고, 사회적 이미지를 제외한 모든 영역에서 통계적으로 유의하였다($p < 0.05$).

4. 고찰

인터넷이 보편화되면서 과거에 비해 정보를 획득하는 매체가 다양해졌고, 이를 통해 많은 정보를 보다 쉽게 접근할 수 있게 되었다. 과거에 서적이나 박람회, 전화 등 오프라인 매체로 직업정보를 획득했다면, 현대에는 인터넷 기반의 스마트기기를 이용한 온라인 경로가 더 활용될 것으로 생각된다. 특히 스마트기기 중 스마트폰은 몇 개월 만에 빠르게 대중화가 되었고 그 이유가 바로 앱이라고 할 수 있다¹⁴⁾. 치과위생사는 국민의 구강건강을 위해 노력하는 전문 인력으로써 진료보조업무뿐만 아니라 상담, 경영 등의 중요한 업무를 수행하고 있으나, 선행연구⁹⁾에 따르면 일반인들에게 치과위생사라는 직업에 대한 인식은 아직 낮은 수준이다. Kim과 Chae⁴⁾의 연구에 따르면 온라인을 통해 직업정보를 획득한 경우, 해당 직업에 친밀감을 느낄 수 있다고 하였고, 이에 접근성이 높은 온라인 경로를 통한 정보전달이 직업에 대한 긍정적 이미지를 형성할 수 있을 것으로 기대된다. 따라서 본 연구에서는 온·오프라인 경로에 따라 치과위생사의 직업 이미지에 차이가 있는지를 파악하고자 하였다.

이미지는 특정 대상에 대해 각 사람이 가지고 있는 주관적인 요소인데⁷⁾, 본 연구에서 치과위생사에 대한 전체 이미지는 5점 만점에 3.75점이었고, 그 중 개인적 이미지가 가장 높았다. 이는 연구대상자들이 치과위생사의 외형, 성격, 태도를 긍정적으로 보고있음으로 해석할 수 있다. 반대로 사회적 이미지가 가장 낮게 나타났는데, 본 연구 설문 문항 중 '치과간호사로 인식 된다'(3.53점), '호칭이 확립되지 않았다'(2.92점)에서 특히 더 낮은 점수를 보였다. 선행연구에서^{5), 15) 16)} 사회적 이미지가 가장 낮은 점수를 나타냈는데,

치과위생사가 간호사로 인식되는 경우가 많고, 치과위생사라는 호칭이 확립되지 않음을 이유로 보고하였다. Lee와 Choi¹⁷⁾의 연구에서도 '치과위생사'라고 정확하게 불리는 경우가 21.1%뿐이었다. 해당연구가 2012년에 진행된 것을 감안하면, 아직도 호칭 정립이 안 됨을 알 수 있다. 따라서, 사회적 이미지 개선을 위해서는 치과위생사 호칭 정립을 포함, 본 직업 가치에 대한 교육과 사회적 지위 향상을 위한 노력이 필요할 것으로 보인다.

한편, 성별에 따른 치과위생사 이미지 조사 결과, '여자'에서 점수가 좀 더 높았고, 선행연구^{5), 7)}에서도 유사한 경향을 보였다. 이는 치과위생사 직역에서 여성의 비율이 높아, 남성보다 여성에서 좀 더 긍정적인 이미지를 갖고 있기 때문일 것으로 생각된다. 최종학력에서는 '고등학교 3학년 재학' 집단에서 전체 이미지 평균이 3.84로 가장 높게 나왔는데, 고등학교 3학년 집단이 다른 집단에 비해 직업 관련 교육 및 진로지도 시스템이 잘 갖춰진 환경에 노출되어 있고, 이로 인해 보다 정보를 수집할 수 있는 기회가 더 많이 제공된 결과로 보인다.

본 연구에서 가장 많이 사용하는 앱으로 'SNS', '온라인 메신저', 'OTT서비스', '포털 사이트', '교육관련 앱'의 순으로 조사되었고, 2012년 선행연구¹⁴⁾에서 앱 이용 순위가 메신저, 포털 사이트, SNS의 순으로 나타난 것과 비교하면 주로 사용되는 도구가 SNS로 변경되었음을 확인할 수 있다. 앱 사용에 따른 치과위생사 이미지는 '교육관련 앱' 집단에서 가장 높게 나타났는데, 이는 다른 앱에 비해 치과위생사 명칭뿐만 아니라 치과위생사의 직업정보를 접할 기회가 보다 많았기 때문일 것으로 생각된다. 더불어, 본 연구에서 가장 많이 사용하는 SNS로 '인스타그램'과 '유튜브'의 비율이 두드러지게 많았고, 집단 간 유의한 차이는 보이지 않았지만, '블로그' 집단에서 이미지 점수가 높았다. 김¹⁹⁾의 연구에 따르면, 광고 내 전달되는 정보량의 증가가 홍보 효과에 긍정적인 영향을 끼친다고 하였는데, 블로그는 길이의 제한 없이 많은 양의 정보를 사진과 글로 쉽게 작성할 수 있고, 필자의 경험을 생

생히 전달해줄 수 있으며, 필요한 부분을 발췌해서 볼 수 있는 장점이 있다. 또한, 현대사회에서의 블로그는 영향력과 파급력이 큰, 높은 잠재력을 가진 플랫폼으로 효과적인 홍보수단으로 이용될 수 있다¹⁸⁾고 보고되고 있다. 따라서, 본 연구의 결과는 블로그를 통해 대상자들이 입시 및 직업 정보 등 치과위생사 및 치과와 관련된 다양한 정보를 얻을 수 있었고, 이러한 다양하고 많은 정보 노출이 치과위생사에 대한 이미지 수준에 다소 긍정적인 영향을 미쳤기 때문에 도출된 결과라고 판단된다.

본 연구에서 치과위생사의 인식 경로는 선행연구²⁰⁾와 마찬가지로 주위사람, 치과방문, 체험프로그램 등 오프라인 경로가 많았으나, 치과위생사 인식 경로에 따른 이미지는 온라인 경로가 오프라인보다 모든 이미지 영역에서 높았다. 온라인을 통한 정보탐색이 오프라인보다 신뢰 및 재구매 의도에 유의한 영향을 미치고, 온라인 경로에서 영향력이 크다는 선행연구²¹⁾의 결과에 비춰볼 때, 치위생 영역에서도 온라인 경로를 통한 직역 인식이 이미지 점수에 긍정적인 영향을 끼치는 것으로 생각되며, 이러한 결과를 반영, 온라인을 이용한 객관적이고 지속적인 정보 제공, 그리고 이를 통한 이미지 형성 및 구축이 필요할 것으로 생각된다.

한편, 학과 선택에 있어 영향을 받은 경로는 온라인과 오프라인이 비슷하였으나, 진학정보 획득의 빈도는 온라인이, 이미지 점수는 오프라인이 높게 나타났다. 선행연구^{16,22,23)}에서도 ‘직접 치과진료 경험을 통해서’라고 답한 응답자들에서 치과위생사에 대한 이미지 점수가 높게 나타났는데, 이는 치과방문 시 치과위생사와의 상호작용을 통해 관련 이미지가 높아졌기 때문으로 생각된다. 따라서 학계와 대학에서 서로 협력하여 보다 많은 임상가들이 긍정적인 이미지를 구축할 수 있도록 실질적인 방안을 강구하고 실천해야 할 것이다.

본 연구 결과, 치위생(학)과 진학을 희망하는 집단보다 비희망 집단의 수가 높았고, 비희망 이유로 ‘직업에 대한 정보가 부족하다’(40.6%)라고 선택한 것으로 보아 치위생(학)과 관련 정보의 접근이 부족한 것

로 보인다. 한편, 치위생(학)과 진학 희망 집단에서 개인적, 업무적, 직업적 이미지 점수는 높게 나타났지만, 사회적 이미지 점수는 상대적으로 낮은 편이었다. 고등학생을 대상으로 한 Lee와 MUN의¹⁵⁾ 연구에서도 치과위생사에 대한 전체적인 이미지는 다소 긍정적이었으나 사회적 이미지가 낮은 편이었으며, 조사 대상자 대부분의 학생이 치위생직을 고려하지 않는 것으로 나타났다. 고등학생을 대상으로 한 Han과 Jung의 연구¹⁶⁾에서도 개인적 이미지는 높았지만, 사회적 이미지는 낮았고, 이는 본 연구 결과와 유사했다. 정²⁴⁾의 연구에 따르면, 진로 결정에 있어 해당 직업에 대한 이미지가 큰 영향을 끼친다고 보고된 바 있다. 본 연구에서 비록 사회적 이미지는 낮았으나, 이를 제외한 치과위생사에 대한 전체적인 이미지 수준은 치위생(학)과 희망집단에서 유의하게 높았고, 이렇게 높게 형성된 치과위생사에 대한 사전 이미지가 관련 학과 진학 희망으로 연결된 것으로 판단된다. 단, 진학 희망 집단에서도 여전히 사회적 이미지가 낮은 것은 관련 문제해결을 위한 추가 노력이 필요할 것으로 보인다.

본 연구를 종합해보면, 연구 대상자들은 온라인 경로를 활용하여 진학정보 수집하는 경향이 높았다. 하지만, 진학 정보 수집경로에 따른 치과위생사에 대한 이미지 점수는 모든 세부 이미지 구분에서 오프라인이 높게 조사되었다. 더불어, 치위생(학)과 비희망 이유로 직업정보 부족이 주요 원인으로 조사되었다. 즉, 많은 대입 준비생들이 온라인 경로를 통하여 진학 정보를 얻고 있지만, 현재 치위생 분야에 대해서는 온라인을 통한 정보전달이 제대로 이루어지지 않고 있는 것으로 판단된다. 하지만, 치과위생사 인식 경로가 온라인이었을 경우 보다 긍정적인 이미지를 가지고 있음을 확인한 본 연구 결과를 고려할 때, 치위생 진학 정보도 온라인을 통해 잘 전달된다면, 치과위생사에 대한 이미지 향상은 물론 치위생 영역으로 좋은 인재들의 진학도 유도할 수 있을 것으로 기대된다. 따라서, 치과위생사에 대한 긍정적인 이미지 구축을 위해서는 (진학 정보를 포함한) 지금보다 더 적극적인 홍보 및 교육 전략이 필요하며, 그 효과를 증대시키기 위해

서는 온라인 경로를 활용할 것을 제안한다.

단, 본 연구는 연구대상의 거주 지역이 서울 및 경기도로 국한되어 대입 준비생 전체를 일반화하기에는 다소 무리가 있어, 추후 연구에서는 수도권뿐만 아니라 지역을 확대하여 일반화할 수 있는 표본 집단을 대상으로 한 연구가 필요하다. 또한, 본 연구에서 사용된 교육관련 앱, SNS, 온라인 메신저 뿐 아니라, 근래 건강정보 및 취업정보 제공 앱 등 새로운 분야 및 기능을 갖는 앱들이 개발되고 있으므로, 이들을 활용한 추가 연구도 의미가 있을 것으로 생각된다. 하지만, 본 연구는 정보수집 경로를 온라인과 오프라인으로 구분하여 치과위생사에 대한 이미지를 분석했다는 점에서 의의가 있으며, 이를 통해 치과위생사에 대한 이미지 개선의 토대로 기능할 수 있기를 기대한다.

Notes

이해관계

본 연구 및 연구 저자들은 다른 이해관계를 가지고 있지 않습니다.

윤리위원회 승인

본 연구는 을지대학교의 연구윤리심의위원회에서 승인을 받았습니다 (IRB 21-90).

ORCID ID

Kyoung-Jin Lee, <https://orcid.org/0009-0004-4288-9239>

Hye-Joong Kim, <https://orcid.org/0000-0001-9815-9607>

Ji-Eun Um, <https://orcid.org/0000-0002-0236-9253>

Joo-Hee Lee, <https://orcid.org/0000-0002-5513-7675>

Min-Jeong Ju, <https://orcid.org/0000-0003-0848-602X>

Ji-Eun Han, <https://orcid.org/0000-0003-3049-1907>

Im-Hee Jung, <https://orcid.org/0000-0002-8645-1587>

References

1. Ryu KS, Shin YH. An analysis for the influence factors of new media's utilization on career decision making -Focus on the literacy adjustment effect. *KOCON*, a. 2019;(19)10:206-216. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2019.19.10.206>
2. Min BW. Tweens' and teens' media use in korea. Korea Press Foundation, Seoul, pp.33-36, pp.40-41. 2019.
3. Kim BS, et al. An analysis of the youths' readability according to the media providing the occupational information. *The Journal of Career Education Research*. 2012;(25)4:183-198. <https://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE02409490>
4. Kim BS, Chae HW. Influence of vocational information via image media and realistic printed media on expansion of teenager's information and familiarity regarding vocation. *The Journal of Career Education Research*. 2007;(20)2:165-180. <https://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE02487317>
5. Jeong KY. A study on the image for dental hygienists and career consideration in academic high school students. *J Dent Hyg Sci*. 2015;(15)6: 689-695. <https://doi.org/10.17135/jdhs.2015.15.6.689>
6. Choi EY. A study on the job satisfaction and organizational commitment of the dental hygienist. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Wonju, 2001.

7. Cho SH. A study on the image of dental hygienist. Unpublished master's thesis, Dankook University, Cheonan, 2000.
8. Kim MJ, et al. A study on the dental hygienists' image perceived by health allied college students. *J Dent Hyg Sci*. 2011;(11)6:481–487. <https://scienceon.kisti.re.kr/commons/util/originalView.do?cn=JAKO201108148773824&dbt=JAKO&koi=KI STI1.1003%2FJNL.JAKO201108148773824>
9. Cho EM, et al. A study on dental hygienist recognition and preference inhabitants in Seoul and Kyunggi-do. *京福論叢*. 2004;(8):399–414.
10. Park SH, et al. Factors affecting the image of dental hygienists in some adults. *KOHS*. 2021;(9)1:7–14. <https://doi.org/10.33615/jkohs.2021.9.1.7>
11. Lim YS. The opinions of dental related major students on dental hygienists. *KAIS*. 2020;(21)7:583–589. <https://doi.org/10.5762/KAIS.2020.21.7.583>
12. Ryu HG, Choi SS. Analysis an opinion of dentists and staff of dental clinic about image of dental hygienist. *JKSDH*. 2009;(9)1:1–15. <https://scienceon.kisti.re.kr/srch/selectPORSrchArticle.do?cn=JAKO200923263073991>
13. Park SS, Choo PK. A study on the awareness of dental patients about dental hygienists. *J Dent Hyg Sci*. 2010;(10)3:191–197. <https://accesson.kisti.re.kr/main/search/articleDetail.do?artiId=ATN0026941301>
14. Lee SJ, et al. Smartphone application development technology. *International Journal of Contents*. 2012;(10)1:1–4. <https://doi.org/10.20924/CCTHBL.2012.10.1.030>
15. Lee SM, Moon WS. A study on the image of dental hygiene and the career consideration of some local high school students. *KSIM*. 2020;(8)2:149–157. <https://doi.org/10.15268/ksim.2020.8.2.149>
16. Han OS, Jung KY. A study on the image for dental hygienists and influence factor in academic high school students in some regions. *Journal of Digital Convergence*. 2017;2:385–392. <https://doi.org/10.14400/JDC.2017.15.2.385>
17. Lee EJ, Choi JM. The effect of the dental patients perception about dental hygienist on the social demand of dental hygienist. *J Dent Hyg Sci*. 2012;(12)4:392–403. <http://dx.doi.org/10.4174/jdhs.2012.12.4.392>
18. Kim JR. The effects of comparative advertising mediated by the amount of information. Unpublished master's thesis, Chung-Ang University, Seoul, 2001.
19. Yeu MS, et al. How sponsorship type affects the review adoption of blog reviews: Focusing on moderating effect of self-control. *JPR*. 2020;(38)2:63–70. <http://dx.doi.org/10.36345/kacst.2020.38.2.008>
20. Lee KH. Factors affecting the perception of dental hygienists. *J Dent Hyg Sci*. 2018;(18)4:463–476. <https://doi.org/10.13065/jksdh.20180035>
21. Zhao Y, Kwon SD. A study on the influence of value, risk, online and offline Search on trust and repurchase. *JKES*. 2022;(17)3:79–104. <https://doi.org/10.24878/tkes.2022.17.3.79>
22. Choi HJ, Park KH. Factors affecting the professional image of dental hygienists. *JKSDH*. 2020;(20)2:197–207. <https://doi.org/10.13065/jksdh.20200019>
23. Hwang MY, Lee SM. A study of dental hygienists' image impressed on the students of dental hygiene department. *論文集-東南保健大學*. 2003;(21)2:117–125.
24. Jung YS, Ra CI. The moderating effects of social support on the effect of job image of food-carving by adolescent on career decision level. *Tourism Research*. 2019;(44)4:287–315. <https://doi.org/10.32780/ktidoi.2019.44.4.287>

초록

연구배경: 본 연구의 목적은 직업정보를 얻는 경로에 따라 치과위생사 이미지 형성에 어떠한 차이가 있는지를 파악하고, 치과위생사에 대한 올바른 인식과 직업 이미지 긍정화의 토대를 마련하고자 한다.

연구방법: 수도권 지역의 대입 준비생 305명을 대상으로 설문지를 배부하였다. 설문 내용은 일반적 특성(3문항), 경로 관련 문항(3문항), 치과위생사 이미지 관련 문항(21문항), 앱 관련 문항(2문항), 진학 관련 문항(5문항), 총 34 문항으로 작성되었다. 일반적 특성, 인식 경로 및 진학 여부에 따른 치과위생사의 이미지는 Mann-Whitney의 U 검정, kruskal-wallis 검정으로 분석하였다.

연구결과: 연구 대상자 전체를 대상으로 치과위생사에 대한 전체 이미지는 3.75점으로 나타났고, 개인적 이미지(4.18점)가 가장 높게 나타났으며, 사회적 이미지(3.20점)가 가장 낮았다. 치과위생사 인식경로에 따른 치과위생사 전체 이미지는 '온라인'(3.88점)이 높게 나타났고, 전체 이미지, 개인적, 업무적 이미지에서 집단 간 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($p < 0.05$). 정보획득 경로에 따른 치과위생사 전체 이미지는 '오프라인'(3.87점)이 높게 나타났으며, 세부 영역 중 개인적 이미지에서만 집단 간 통계적인 유의한 차이를 보였다. 진학 여부에 따른 치과위생사 전체 이미지는 '진학(4.00점)'이 '비진학(3.64점)'보다 높았고, 사회적 이미지를 제외한 모든 영역에서 통계적으로 유의하였다($p < 0.05$).

결론: 온라인 경로를 효율적으로 활용하면 보다 많은 사람들에게 치과위생사의 중요성과 전문성을 알릴 수 있을 것으로 생각되며, 이를 통해 구강건강 증진에 기여하는 치과위생사의 역할을 올바르게 인식하고, 직업의 가치를 홍보하고 교육함으로써 이미지 향상에 도움이 될 것으로 생각된다.

색인어: 치과위생사, 정보출처, 이미지, 모바일 앱, 소셜미디어

ABSTRACT

Image of dental hygienists according to information sources at online or offline: focusing on college preparatory students

Kyoung-Jin Lee¹ · Min-Jeong Ju² · Hye-Joong Kim² · Ji-Eun Um² · Joo-Hee Lee²
Ji-Eun Han² · Im-Hee Jung^{1,2,*}

¹ Department of Dental Hygiene, Graduate School, Eulji University, Seongnam, Korea

² Department of Dental Hygiene, College of Health Science, Eulji University, Seongnam, Korea

Background: The purpose of this study was to examine the differences in the formation of dental hygienist images based on the pathways of obtaining occupational information and to establish a foundation for the correct perception and positive promotion of the dental hygienist profession.

Methods: A survey was distributed to 305 college preparatory students in the metropolitan area. The questionnaire consisted of 34 items, including general characteristics(3 items), pathway-related questions(3 items), dental hygienist image-related question(2 1items), application-related questions(2 items), and admission-related questions(5 items). The images of dental hygienists based on general characteristics, perception pathways, and admission were analyzed using the Mann-Whitney U test and Kruskal-Wallis test.

Results: The survey results from all participants showed that the overall image of dental hygienists was 3.75 points. Personal image scored the highest at 4.18 points, while social image was the lowest at 3.20 points($p<0.05$). The overall image of dental hygienists was higher for the 'online' group (3.88) compared to the 'offline' group, and statistically significant differences were observed among groups in overall, personal, and professional images($p<0.05$). The overall image of dental hygienists was higher for those who learned offline (3.87), and the only significant difference between groups was seen in the personal image. When it came to admission, the 'admitted' students gave a higher overall score (4.00) compared to 'non-admitted' students (3.64), with significance found in all areas except for social image ($p<0.05$).

Conclusion: It is believed that effective utilization of online pathways can inform more people about the importance and expertise of dental hygienists, thereby contributing to promoting oral health and enhancing the perception of the profession. Properly valuing and educating about the role of dental hygienists through promotion and education can help improve the image of the profession.

Key words: Dental hygienist, Information sources, Image, Mobile application, Social media