

소아 성형안과 환자 보호자의 인식 변화: 2007년과 2017년의 비교 분석

Guardians' Perceptions of Pediatric Oculoplasty: Comparative Analysis in 2007 and 2017

전제휘¹ · 조은영² · 손준혁¹

Jehwi Jeon, MD¹, Eun Young Cho, MD², Jun Hyuk Son, MD, PhD¹

영남대학교 의과대학 안과학교실¹, 제일안과병원²

Department of Ophthalmology, Yeungnam University College of Medicine¹, Daegu, Korea
Cheil Eye Hospital², Daegu, Korea

Purpose: With regard to the process by which the guardians of pediatric oculoplastic patients choose medical care, this study assessed whether their perceptions changed after the department name was changed to oculoplasty. The study involved a comparative analysis of changes in the perceptions between a 10-year period from 2007–2017, to assess whether the name change led to better medical service.

Methods: Questionnaires, which were the same as those distributed in 2007, were distributed to the guardians of pediatric oculoplastic patients who were hospitalized for surgery for epiblepharon and ptosis. The results from 100 guardians who completed the survey were compared and analyzed with those collected in 2007.

Results: The average age of respondents was 38.1 years, and most respondents were mothers. Most had become aware of the primary symptoms after medical examinations of infants and school eyesight tests. The ophthalmologist had the most direct effect on the decision for oculoplastic surgery. With regard to economic status, most respondents were middle-class. Most had a college degree or higher, which was significantly increased when compared with the educational levels in 2007.

Conclusions: Overall, guardians' perceptions had improved due to continuous education about oculoplasty, including notification of the name change to the Department of Oculoplasty, but it is necessary to continue efforts, such as providing professional information and medical consultations, to encourage patients to make the right decisions when selecting medical care.

J Korean Ophthalmol Soc 2018;59(8):703-710

Keywords: Guardians' perceptions, Pediatric oculoplasty, Questionnaire

지난 1988년 안성형 학회가 정식으로 출범된 이래 안성형 분야는 안과의 세부 분과 중 하나로 급속도로 발전해 오고 있다. 미국과 유럽 등의 의료선진국가에선 이미 오래 전

부터 아주 보편화되고 널리 인식되어 있으며, 세부 분과에 대한 관심은 지속적으로 증가하고 있다.¹ 국내에서는 아직 생소하기는 하나, 이 분과에서 안과의 전문성을 보여준 안과의사들의 술한 노력으로 많은 환자들이 치료를 받았거나, 받고 있는 상황이다. 그러나 '안성형'이라는 단어 자체가 도입 당시 '눈꺼풀을 포함한 눈 주변부 질환의 치료와 수술을 전문으로 하는 분야'라는 'oculoplastic surgery' 영어 문구를 그대로 직역하여 환자들이나 일반 국민들에게는 금방 이해하기 어려울 뿐만 아니라 제대로 된 홍보조차 되지 못한다는 지적이 지속적으로 대두되어 온 것은 사실이다. 또한 안성형이라는 명칭이 성형외과의 분과가 아닌 안과의

■ Received: 2018. 5. 17. ■ Revised: 2018. 6. 12.

■ Accepted: 2018. 7. 18.

■ Address reprint requests to Jun Hyuk Son, MD, PhD
Department of Ophthalmology, Yeungnam University Hospital,
#170 Hyeonchung-ro, Nam-gu, Daegu 42415, Korea
Tel: 82-53-620-3444, Fax: 82-53-626-5936
E-mail: sonjh@ynu.ac.kr

* Conflicts of Interest: The authors have no conflicts to disclose.

© 2018 The Korean Ophthalmological Society

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

세부 분야라는 인식을 표현하기에는 한계가 있어 온 점을 고려하여 2013년 기존의 ‘안성형’ 명칭을 환자들이 잘 이해할 수 있는 ‘성형안과’로 바꾸고 학회 명칭 또한 ‘대한안성형학회’에서 ‘대한성형안과학회’로 변경하게 되었다. 국내에서는 성형안과학회로 명칭이 변경되기 전인, 2007년 소아 안성형 환자 보호자의 인식에 관한 설문조사에 대한 보고가 발표된 바 있으나 2013년 ‘대한성형안과학회’로의 명칭 변경 이후 보호자의 인식에 관한 분석이 이루어진 바는 없었다.²

소아 성형안과 환자 대부분은 눈꺼풀처짐과 덧눈꺼풀 등으로 수술적 교정이 필요한 경우가 많고, 치료뿐 아니라 미용적인 측면 또한 수술 결과에 중요한 부분을 차지한다. 이렇듯 소아에서 수술을 한다는 것은 보호자의 입장에서는 매우 신중한 부분이므로 의료를 선택함에 있어 다양한 사항을 고려하지 않을 수 없고, 설문지를 통해 보호자들의 의견과 인식을 파악하는 것이 성형안과의 홍보 적합성 여부를 파악하고 인식 변화를 확인하는 데 직접적이고 예민한 지표가 될 것으로 생각되었다. 이에 저자들은 2007년 ‘소아 안성형 환자 보호자의 인식에 관한 설문조사’²에 대한 연구를 바탕으로 동일한 설문조사를 시행하여, 성형안과 학회로 명칭을 변경한 후인 2017년의 소아 성형안과 환자 보호자의 의료 선택 과정에 대한 인식 변화를 조사하고, 이를 2007년의 연구자료와 비교 분석하여 인식 개선 여부를 평가하였으며, 앞으로 나아갈 더 나은 방향을 모색해 보고자 하였다.

대상과 방법

2017년 3월 1일부터 8월 22일까지 덧눈꺼풀과 눈꺼풀처짐 수술을 위해 입원한 소아 성형안과 환자의 보호자에게 설문지를 배부하고 조사를 시행하였다. 덧눈꺼풀 및 눈꺼풀처짐의 재발로 인한 두 번째 수술인 경우는 대상에서 제외하였다. 보호자들에게 수술 전 날 수술 동의서를 작성하게 한 후, 설문지와 함께 봉투를 배부하였고, 응답자와 연관된 조사결과와 편파(bias) 발생을 최소화시키기 위해 무기명으로 설문지를 작성한 뒤 봉투에 넣어서 제출하도록 하였다. 설문지 중 주어진 질문에 모두 답하지 않은 경우나 중복답안을 제출한 경우는 본 연구 분석 대상에서 제외하였다. 설문조사에 응한 총 109명의 대상자 중 미응답, 중복표기, 문맥에 맞지 않는 답변 등의 설문지 제외된 총 100명의 완전한 설문지를 답한 대상으로 분석하였고, 통계는 SPSS ver. 20.0 (IBM Corp., Armonk, NY, USA)을 이용하여, 2007년 설문과의 비교 분석을 위해 카이제곱 검정, Fisher exact test를 사용하였다. 유의 수준은 p -value 0.05를

기준으로 상관관계의 유의성을 분석하였다. 본 연구는 헬싱키 선언(Declaration of Helsinki)을 준수하였으며, 연구방법과 동의서는 본 기관의 institutional review board (IRB)의 심의(YUMC 2017-01-031)에서 승인을 받아 시행하였다.

결 과

완벽하게 설문조사에 답변한 총 100명 대상자의 평균연령은 38.1세였고, 환자와의 관계로는 어머니가 86명으로 대부분을 차지하였고, 그 다음으로 아버지가 13명, 외할머니가 1명 순으로 조사되었다. 보호자의 연령대는 35-40세가 42%로 가장 많은 분포를 차지했고, 30-34세가 30%, 40세 초과가 27%, 25-29세가 1% 순이었다.

환자의 주된 증상을 발견하여 내원하기까지 걸린 기간은 1개월 미만인 13%, 1개월 이상-6개월 미만인 33%, 6개월 이상-1년 미만인 11%, 1년 이상-2년 미만인 21%, 2년 이상은 22%의 결과가 나왔다. 2007년에는 각 항목이 17-23% 비율로 비교적 고른 분포를 보이고 있으나, 이번 연구에서는 1개월 이상-6개월 미만인 33.3%로 가장 높은 분포를 보이고 있다. 이는 증상 발견 후 내원하기까지의 시간이 과거에 비해 비교적 단축된 것으로 보이나 통계적 유의성은 관찰되지 않았다.

환자의 주된 증상을 가장 먼저 발견한 방법으로는 영유아 건강검진과 학교에서 시행하는 시력검사를 통한 경우가 44%, 부모에 의해 발견된 것이 42%로 이 두 가지의 경우가 대부분을 차지하였다. 그 외 환자가 직접 증상을 말한 것은 7%이고, 친척이 발견한 경우는 2%였다. 하지만 학교에서 친구 및 선생님들을 통해 증상을 발견한 환자는 2007년 연구에서는 3%의 분포를 보였으나 이번 연구에서는 없었다. 그 외 5%를 차지한 기타 항목에는 안경점이 2%, 주 증상 이외의 이유로 방문한 소아과와 안과는 각각 2%, 1%로 확인되었다. 이전 연구에 63%로 대부분을 차지했던 부모에 의해 발견된 비중이 이번 연구에서는 42%로 통계적으로 유의하게 감소하여(Fig. 1, $p=0.003$) 두 번째 주된 증상 발견자가 되었고, 15%에 불과했던 영유아 건강검진 및 학교검진 등 시력검사가 44%로 가장 높은 분포를 보이며 통계적으로도 유의한 증가를 확인할 수 있었다(Fig. 1, $p<0.0001$).

본원에 방문하게 된 경로는 다니던 개인 안과의 소개로 방문한 경우가 45%이고 타인의 추천으로 알게 된 경우가 24%, 직접 방문하여 온 경우와 소문을 듣고 온 경우가 각각 14%, 10%를 차지했다. 병원 홈페이지를 통해 알게 된 경우는 1%에 불과하였고, 기타 경로로 인터넷 검색, 소아과 추천, 안경점 등이 있었다. 전반적으로 각 경로에 따른

분포 변동은 2007년 연구와 비교하여 유의한 차이는 없었으며, 직접 방문이 22%에서 14%로 약간 감소하였고, 개인 안과를 통해 온 경우가 32%에서 45%로 증가하였으나 유의한 차이는 없었다.

환자가 뺨꺼풀 또는 눈꺼풀처짐을 진단받고 수술을 결정하는 데 가장 직접적인 영향을 미친 사람은 안과의사가 64%로 가장 많았으며, 보호자가 27%, 가족 7% 순으로 나타났다. 환자 본인이 결정한 경우도 2%나 되었다. 2007년 연구에서 수술 결정에 대부분을 차지했던 보호자의 비중이 68%에서 27%로 낮아졌고(Fig. 2, $p<0.0001$), 2번째로 많았던 안과의사의 비중이 18%에서 64%로 급격히 상승하였으며 통계적으로도 유의한 분포의 차이를 보였다(Fig. 2, $p<0.0001$).

환자가 수술을 받으려는 직접적인 이유를 선택하는 문항에서는 대부분인 69%가 각막 손상을 선택하였고, 25%는 안구 불편감, 2%는 주위 이목, 1%에서 타인의 권유 순으로 나타났다. 이전 연구와 비교했을 때 각막 손상의 이유로 수술을 결정한 경우가 34%에서 69%로 유의하게 증가하였고(Fig. 3, $p<0.0001$) 안구 불편감이 58%에서 25%로 유의한

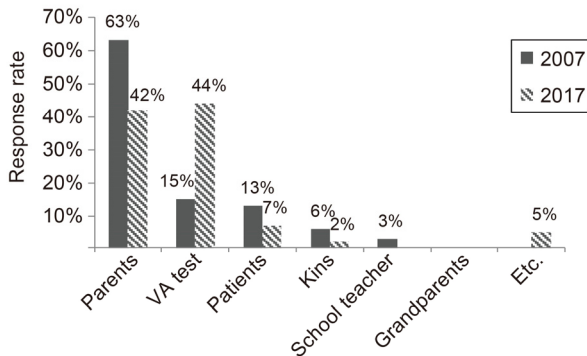


Figure 1. Distribution of respondent in questionnaire. Question is 'observers who found the symptoms'. VA = visual acuity.

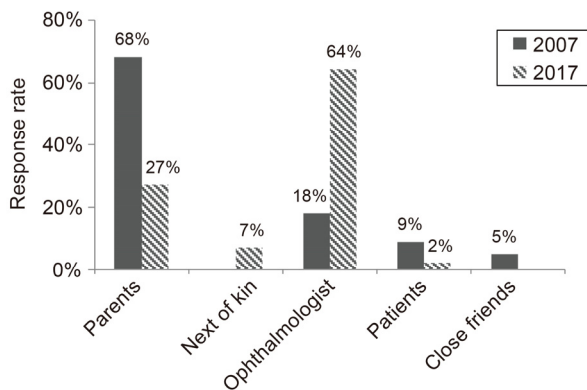


Figure 2. Distribution of respondent in questionnaire. Question is 'who had the greatest influence on the operation decision'.

감소를 보였다(Fig. 3, $p<0.0001$).

보호자들이 생각하는 수술 결과에 대한 기대치는 '결과가 매우 좋을 것' 55%, '좋을 것'이 39%였고 '조금 좋을 것', '잘 모르겠다' 등의 응답이 각각 1%와 5% 정도에서만 확인되어 수술 결과에 대하여 대부분이 낙관적인 기대치를 보였다. 이는 이전 연구와 비교하여 통계적으로 유의한 분포의 변화는 보이지 않았으나 매우 좋을 것이라는 가장 긍정적인 기대는 37%에서 55%로 10년 전보다는 유의하게 증가된 분포를 보였다($p=0.011$).

성형안과 수술에 관한 정보는 인터넷 검색과 다니던 안과병원을 통하여 얻은 경우가 각각 46%와 37%로 가장 많은 부분을 차지했고, 그 다음으로는 지인 7%, 신문이나 잡지 2%, 가족 1%, television (TV) 1% 순으로 정보를 얻은 것으로 나타났다. 10년이 지난 2017년의 연구에서도 인터넷은 여전히 수술 정보를 얻을 수 있는 가장 주된 정보원으로 확인되었고, 35%에서 46%로의 분포 변화를 보였으나 통계적으로 의미를 가지진 못했다(Fig. 4, $p=0.113$). 그러나

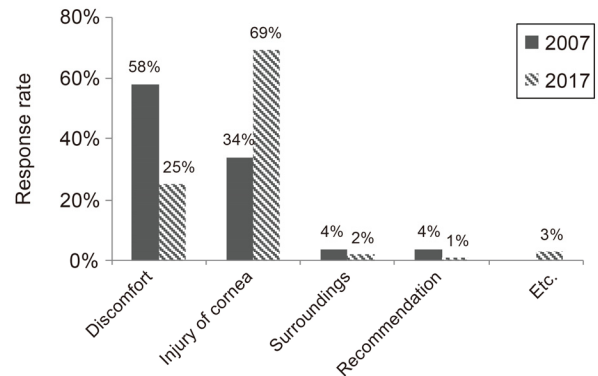


Figure 3. Distribution of respondent in questionnaire. Question is 'the reasons for operation'.

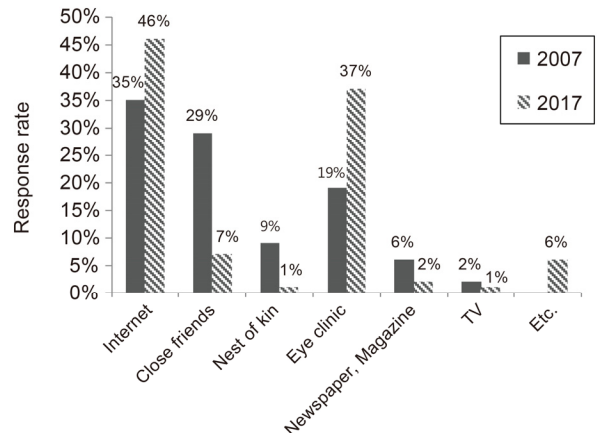


Figure 4. Distribution of respondent in questionnaire. Question is 'main informative sources for operation'.

2007년에는 두 번째로 많았던 ‘지인으로부터 정보를 습득하는 경로’가 29%에서 7%로 유의한 감소를 보였으며(Fig. 4, $p<0.001$), ‘다니던 안과병원을 통한 경우’가 19%에서 37%로 유의한 증가를 보였고(Fig. 4, $p=0.005$), 2017년 조사에서는 두 번째로 많은 정보 제공의 경로가 되었다.

성형안과라는 분과가 안과에 있다는 것을 알고 있다고 대답한 보호자는 73%로 조사되었으며, 아직 모른다고 답한 보호자도 27%가 존재했다. 2007년 연구와 비교했을 때 성형안과의 존재에 대하여 알고 있는 보호자의 분포가 54%에서 73%로 유의한 증가를 보였다(Fig. 5, $p=0.005$). 그리고 성형안과뿐 아니라 성형외과 두 곳 모두에서 수술이 가능한 것으로 아는 보호자도 30%에서 49%로 통계적으로 의미있는 증가(Fig. 6, $p=0.006$)를 보였으나 51%에서는 그런 사실을 여전히 모르고 있었다. 소아의 수술상담을 위해 안과와 성형외과 모두 방문을 한 경우는 5%로 이전 연구 결과인 8%에 비해 조금 감소하였다. 그리고 성형외과에서도 동일한 수술을 하는 것을 알고 있다고 대답한 49명의 보호자를 대상으로 한 설문에서 최종적으로 성형안과를 선택하여 수술을 받게 된 이유는 ‘시력과 연관된 안과 전문

의 진료가 좋을 것 같아서’가 85.7%로 대부분을 차지하였고, 그 다음으로 ‘수술 결과가 좋을 것 같아서’ 8.2%, ‘사시 치료와의 병행을 이유로’ 2% 순이었다(Fig. 7, $p<0.001$).

보호자의 최종 학력은 전문대졸 이상이 68%로 가장 많았으며, 그 다음이 고졸 31%, 중졸 이하가 1%로 구성되어, 과거 전문대졸 이상이 51%, 고졸이 46%였던 연구와 비교했을 때 유의한 분포의 변화를 보이고 있다(Fig. 8, $p=0.042$). 특히 전문대졸 이상의 보호자가 51%에서 68%로 유의하게 증가하여(Fig. 8, $p=0.014$) 전반적인 학력이 상승한 것을 알 수 있다. 또한 보호자의 최종 학력에 따른 성형안과 분과 존재의 인지여부 및 성형안과와 성형외과 모두에서 동일한 수술이 가능함을 인지한 경우 등 최종 학력과의 두 가지 항목의 상관관계는 2007년과 마찬가지로 의미있는 연관성은 없었다(Fig. 9, $p=0.383$, Fig. 10, $p=0.609$).

보호자의 경제적인 상태는 82%가 ‘중’이라고 답하여 가장 많았고, ‘하’가 10%, ‘상’이 8%를 차지하였다. 이는 과거 연구에서 63%에서 ‘중’, 26%에서 ‘하’라고 답한 것과 유의한 분포의 변화를 보인 것이며, 특히 ‘중’이라고 대답한

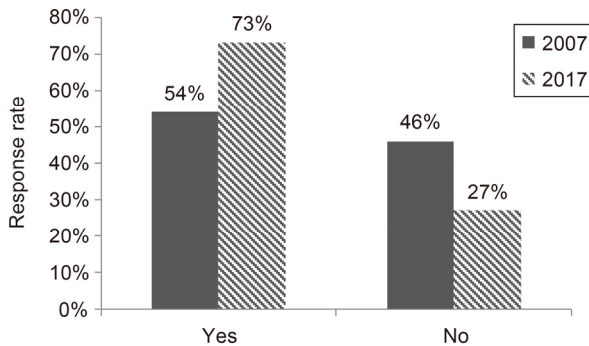


Figure 5. Distribution of respondent in questionnaire. Question is ‘perception of the existence of Oculoplasty department’.

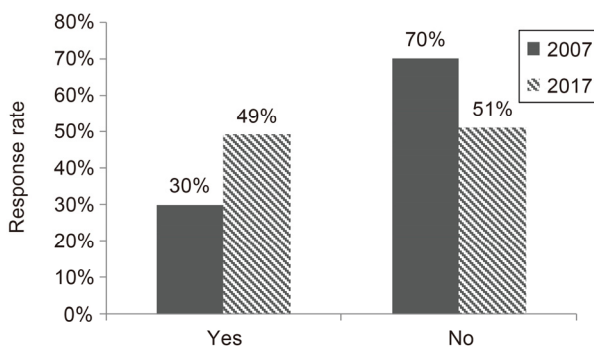


Figure 6. Distribution of respondent in questionnaire. Question is ‘awareness of both plastic surgery and oculoplasty department on operation’.

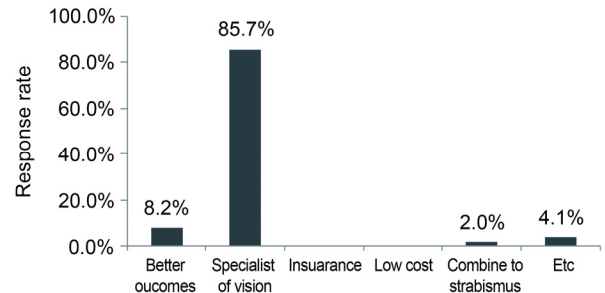


Figure 7. Distribution of respondent in questionnaire. Question is ‘the reason why guardians chose oculoplasty even though they already knew both oculoplasty and plastic surgery can perform operation’.

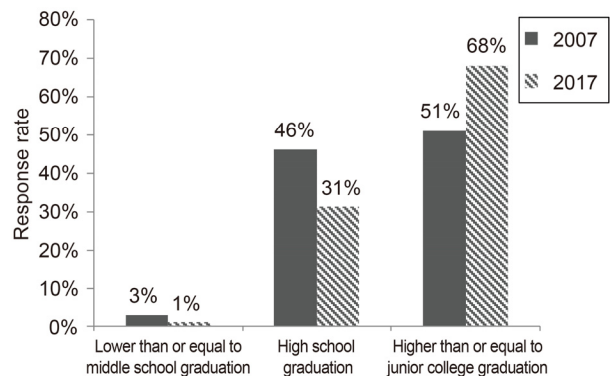


Figure 8. Distribution of respondent in questionnaire. Question is ‘academic background of guardians of pediatric oculoplastic patients’.

보호자가 82%로 의미있는 증가를 보여(Fig. 11, $p=0.003$) 전반적인 경제적인 상태 또한 높아진 것을 알 수 있었다. 보호자의 경제적 상태에 따라 성형안과 분과 존재의 인지

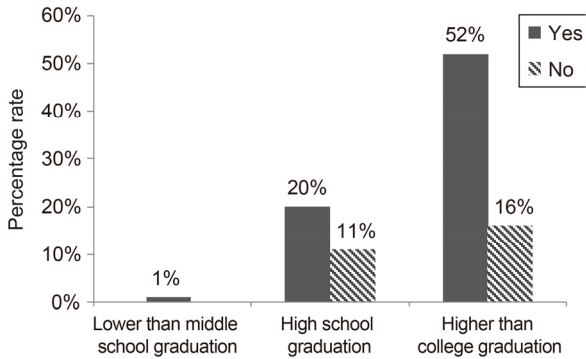


Figure 9. Correlation between the academic background of education of guardians and the perception level of oculoplastic clinic at the department of ophthalmology ($p = 0.383$). Percentage of perception level in each categories of educational background.

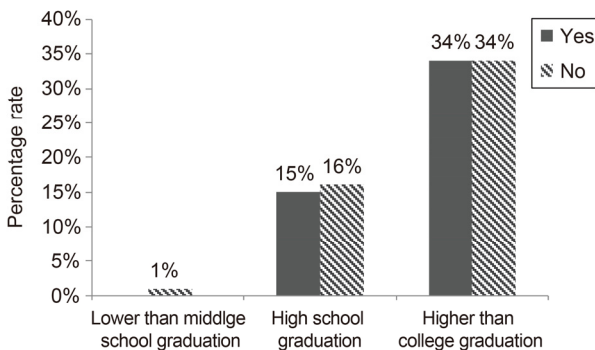


Figure 10. Correlation between the academic background of education of guardians and perception level that oculoplastic surgery can be done at both eye clinic and a plastic surgery clinic ($p = 0.609$). Percentage of perception level in each categories of educational background.

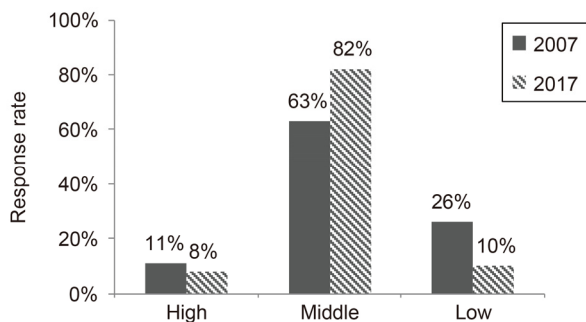


Figure 11. Distribution of respondent in questionnaire. Question is 'economic status of guardians of pediatric oculoplastic patients'.

여부의 상관관계를 조사해 보았을 때, 경제적 상태가 높을 수록 성형안과 분과에 대한 인지수준이 높았고 유의한 차이를 보였던 2007년의 결과와는 달리, 2017의 연구에서는 경제적 상태와 성형안과 분과 인지여부는 유의한 상관관계는 없는 것으로 확인되었다(Fig. 12, $p=0.425$). 또한 경제적 상태에 따라 성형안과와 성형외과 모두에서 동일한 수술이 가능함을 인지한 경우의 상관관계를 조사해 보았을 때, 경제적 상태가 높을수록 인지 수준이 유의하게 높았던 2007년의 결과와 달리, 2017년 연구에서는 유의한 상관관계는 보이지 않았다(Fig. 13, $p=0.208$). 또한 본원으로 진료를 위해 오기까지의 정보습득 방법에 따른 성형안과 분과 존재의 인지여부 및 성형안과와 성형외과 모두에서 동일한 수술이 가능함을 인지한 경우 등의 상관관계는 2007년과 마찬가지로 두 가지 경우 모두 유의한 상관관계를 보이지 않았다(Fig. 14, $p=0.783$, Fig. 15, $p=0.711$).

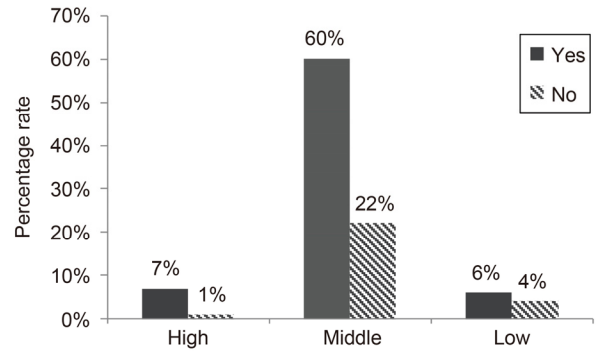


Figure 12. Correlation between the economic status of guardians and perception level of oculoplastic clinic at the department of ophthalmology ($p = 0.425$). Percentage of perception level in each categories of economic states.

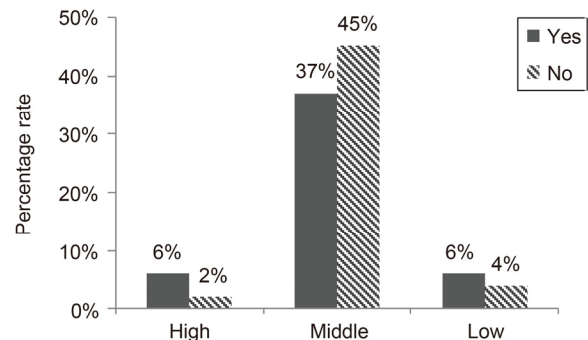


Figure 13. Correlation between the economic status of guardians and perception level that oculoplastic surgery can be done at both eye clinic and a plastic surgery clinic ($p = 0.208$). Percentage of perception level in each categories of economic states.

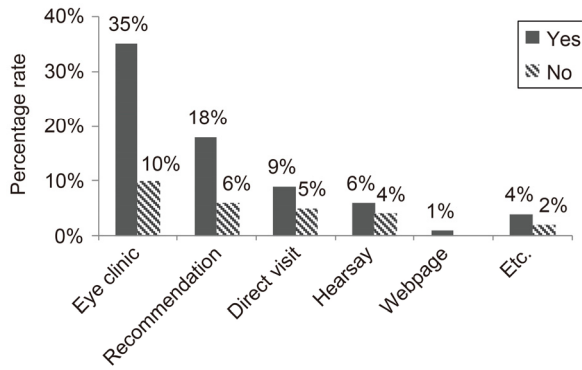


Figure 14. Correlation between the way of introduced university hospital and perception level of oculoplastic clinic at the department of ophthalmology ($p = 0.783$). Percentage of perception level in each categories of the ways that introduced patients to university hospital.

고 찰

환자들은 치료받을 병원을 결정함에 있어 여러 가지 정보에 노출되어 선택의 과정을 겪게 된다.³ 특히 소아 환자가 수술을 받게 되는 경우, 보호자가 고민해야 할 문제는 더욱 많아지게 되는데 소아 성형안과로 대학병원에 내원한 환자 대부분은 눈꺼풀처짐과 덧눈꺼풀로 전신마취하 수술로 교정 및 치료가 가능한 경우가 많다. 이때 전신마취 자체의 위험성뿐만 아니라 수술 후 재발, 과교정, 저교정 등의 기능적 문제와 수술 후 흉터 등의 미용적인 측면이 수술 결과에 중요한 부분을 차지하므로 치료를 결정하는 보호자는 수술의 결정이 쉽지 않게 된다.

그래서 소아 환자 보호자의 의견과 인식을 파악하는 것이 성형안과에 대한 인식을 확인하는 데 가장 예민하고 직접적인 지표로 이용될 것으로 생각되어 2007년 소아 안성형 환자 보호자의 인식에 대한 설문조사를 바탕으로 10년 후인 2017년에 동일한 연구를 진행하여 인식변화를 비교 분석해 보고자 하였다. 그리고 10년이란 기간 동안 1차 의료기관의 홍보 및 전문적인 의료상담 등의 개선이 이루어졌는지 등을 평가해보고 본 연구를 통해 환자 및 보호자가 의료를 선택하는 과정에서 고려할 수 있는 다양한 사항들을 분석하여, 더 나은 의료서비스를 제공할 수 있는 방법을 모색해 보고자 하였다.

2007년의 연구 결과와 비교하여 유의하게 변화한 것은 환자의 주된 증상을 발견한 방법이 부모의 역할이 대부분(63%)을 차지하였던 과거와 달리 영유아 건강검진에서의 시력검사 및 학교 시력검사 등의 선별검사에서 발견된 경우가 15%에서 44%로 증가되어 가장 많은 것으로 조사되었다. 이는 만 6세 미만의 영유아를 대상으로 하는 영유아

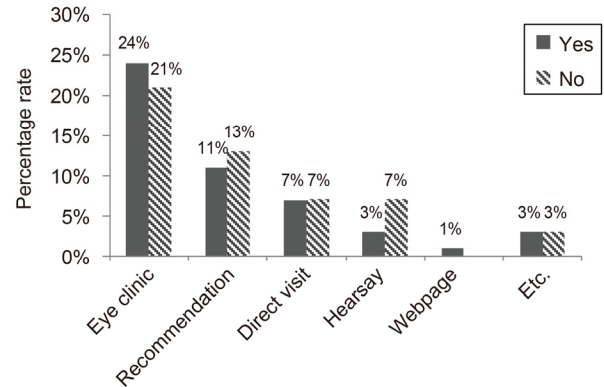


Figure 15. Correlation between the way of introduced university hospital and perception level that oculoplastic surgery can be done at both eye clinic and a plastic surgery clinic ($p = 0.711$). Percentage of perception level in each categories of the ways that introduced patients to university hospital.

건강검진이 2007년 처음 시행되었고 수검률 또한 2016년 71.9%로 매년 지속적으로 증가된 것 때문으로 여겨진다.⁴ 앞으로도 영유아 건강검진의 수검률이 더 증가될 것으로 여겨지며 시력검사와 간단한 문진을 통해 주된 증상을 확인하는 소아과 의사를 비롯한 1차 의료진의 중요성이 더 높아질 것으로 생각된다. 또한 학교에 입학한 경우 주기적으로 시행하는 학교 신체검사에서 시력이상이 발견되는 경우 안과 전문 진료의 권유로 이어지게 되므로 학교의 역할도 중요하다 할 수 있다. 그러므로 효과적인 성형안과의 홍보를 위해서는 영유아 검진 및 학교시력검사 등의 선별검사가 전문 진료로 쉽게 연계될 수 있도록 소아과 의사를 비롯한 1차 의료진과 학교 선생님들에게도 철저한 교육 및 제도적인 뒷받침이 필요할 것으로 생각된다.

본원에 방문하게 된 경로로는 다니던 개인 안과의 소개를 통한 경우가 32%에서 45%로 증가하였고, 수술을 결정하는 데 직접적인 영향을 주는 사람으로 18%에 불과했던 안과의사의 비중이 64%로 급격히 상승하였으며 안과 수술에 대한 정보를 다니던 안과 병원을 통해 얻는 경우가 19%에서 37%로의 유의한 증가를 보이는 것으로 볼 때, 안과의사의 역할이 환자의 의사결정에 중요한 역할로 자리매김해 온 것을 확인할 수 있다. 이것은 환자의 주관적 증상만을 가지고 수술 결정에 큰 영향력을 차지했던 부모의 비중이 68%에서 27%로 낮아짐과 동시에 전문 의료인의 진료를 통해 보다 객관적이고 전문적인 정보의 전달이 중요해졌다고 할 수 있다. 이러한 결과를 볼 때, 지난 10년 동안 성형안과 학회에서 안과의사들을 대상으로 한 성형안과 수술의 필요성과 전문성 교육이 잘 이루어진 것으로 생각된다.

분과적 개념이 도입된 지 20년이 지난 과거연구에서 겨

우 절반이 넘는 환자 보호자만 성형안과의 분야를 인지하고 있었는데 이는 안성형이란 명칭이 성형외과와의 치료 영역을 명확하게 구분하기 어렵게 하여 안과적인 전문성을 일반인에게 인식시키기 어려웠기 때문이라 여겨진다. 2013년 대한안성형학회를 대한성형안과학회로 개명하는 등 일반인을 대상으로도 성형안과 분야의 홍보가 비교적 잘 이루어져 10년이 지난 이번 연구에서는 73%의 환자 보호자들이 성형안과를 안과의 전문 분과로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 2007년도에는 보호자의 30%가 성형외과에서도 동일한 수술이 가능함을 알고 있었고 그중 20%만 안과 전문의에게 치료를 받길 원하여 안과를 택했다고 하였다. 2017년도에는 49%가 성형외과에서도 동일한 수술을 할 수 있다고 인지하고 있어 그 비율은 이전보다 증가하였고, 그중 85.7%에 해당하는 42명의 보호자가 시력과 연관된 전문의에게 진료를 원하여 성형외과보다 최종적으로 안과를 선택하게 된 것으로 조사되었다. 이는 성형안과의 질환들이 외모의 변화 이외에도 시력적인 문제를 포함할 수 있다는 안과적 특수성을 잘 이해하고 있다는 것을 내포한다.

이러한 전문적인 의료정보의 제공도 중요하지만, 보호자의 경제적 상태와 최종 학력에 따라서도 정보를 취득하고 선택하는 과정에서 차이를 보일 수 있고, 이 격차를 최대한 줄이는 것 또한 홍보의 목적이다. 특히 과거 연구에서는 경제적 상태가 높은 보호자가 성형안과 분과를 더 많이 알고 있었으나 최종 학력과는 유의한 상관관계를 보이지 않았다. 이번 연구에서는 경제적 차이와도 상관관계를 보이지 않았다. 그리고 소아의 수술상담을 위해 안과와 성형외과 모두 방문을 한 경우는 5%로 이전 연구 결과인 8%에 비해 조금 감소하였으며, 성형안과 존재에 대한 보호자들의 인식의 증가가 이러한 결과에 영향을 미쳤을 것으로 생각되며, 이

러한 결과는 여러 매체를 통한 적극적인 홍보가 이루어진 결과로 생각되며 특히 미용 수술의 경우 91.4%의 환자가 인터넷을 통해 정보를 얻는 것으로 보고되고 있어 인터넷을 이용한 홍보에 중점을 기울여야 하겠다.⁵

본 연구는 2007년과 2017년의 동일한 설문문을 비교하여 성형안과에 대한 인식 개선 여부를 평가해 보고자 하였고, 연구 결과를 바탕으로 볼 때, 성형안과 분야에 대한 생소함을 해소하고 적절한 인식 개선이 있었던 것으로 보인다. 이는 지난 10년 동안 안과의를 비롯한 1차 의료진들을 대상으로 성형안과 질환에 대한 교육과 일반인을 대상으로 성형안과로의 명칭 개정을 포함한 적극적인 홍보의 결과로 여겨진다. 나아가 지속적인 관심과 분과에 대한 홍보가 계속되어 환자 및 보호자에게 명확하고 올바른 인식이 정착될 수 있도록 노력하여야 한다.

REFERENCES

- 1) Gedde SJ, Budenz DL, Haft P, et al. Factors influencing career choices among graduating ophthalmology residents. *Ophthalmology* 2005;112:1247-54.
- 2) Hwang BS, Son JH. A Survey on the perceptions of guardians of pediatric oculoplastic patients. *J Korean Ophthalmol Soc* 2007;48:1023-7.
- 3) Lee SH. A study of hospital choice on the basis of consumption values theory. *Korean J Prev Med* 1997;30:413-27.
- 4) National Health Insurance Service. 2016 National Health Screening Statistical Year Book, 1st ed. Vol. 1. Wonju: National Health Insurance Service, 2017; 510.
- 5) Montemurro P, Cheema M, Hedén P. Patients' and surgeons' perceptions of social media's role in the decision making for primary aesthetic breast augmentation. *Aesthet Surg J* 2018 Feb 9. doi: 10.1093/asj/sjy021. [Epub ahead of print]

= 국문초록 =

소아 성형안과 환자 보호자의 인식 변화: 2007년과 2017년의 비교 분석

목적: 소아 성형안과 환자 보호자의 의료 선택 과정에 대한 10년 만의 인식 변화를 비교 분석함으로써 성형안과로의 명칭 변경 이후의 인식 개선 여부를 평가하고, 더 나은 의료서비스를 제공할 수 있는 방법을 모색해 보고자 한다.

대상과 방법: 덧눈꺼풀 및 눈꺼풀처짐 수술을 위해 입원한 소아 성형안과 환자 보호자에게 2007년 연구와 동일한 설문지를 배부하여, 완벽하게 설문조사를 시행한 100명을 대상으로 과거 연구 결과와 비교 분석하였다.

결과: 보호자의 평균연령은 38.1세였고 대부분은 어머니였다. 영유아 검진 및 학교 시력 검사를 통하여 주 증상이 처음 발견된 경우, 안과 의사가 수술을 결정하는 데 직접적인 영향을 미쳤던 경우, 그리고 성형안과의 존재에 대하여 알고 있는 경우가 과거 연구와 비교하여 유의한 증가를 보였다. 경제적인 상태는 중, 최종 학력은 전문대졸 이상인 경우가 가장 많았으며, 2007년에 비해 유의하게 증가했다.

결론: 지난 10년 동안 안과 의사를 비롯한 1차 의료진들을 대상으로 한 성형안과적 진단, 치료 및 수술에 대한 지속적인 교육과 안성형에서 성형안과로 개명하는 등 일반인을 대상으로 한 적극적인 홍보가 비교적 잘 이루어져 성형안과 분야에 대한 생소함을 해소하고 적절한 인식 개선이 있었던 것으로 평가된다.

〈대한안과학회지 2018;59(8):703-710〉
