

성형외과 인지도에 관한 연구(II)

장충현¹·조민수¹·서상원¹·홍윤기¹·오갑성²

성균관의대 강북삼성병원 성형외과학교실¹, 삼성서울병원 성형외과학교실²

The authors presented 'A study on the knowledge about the field of plastic surgery(I)' decade ago. Since then, the cognition toward a plastic surgery might be altered by the evolution of internet and social atmosphere taking count of outward appearance. Therefore the authors studied again about the cognition to the plastic surgery. The subjects were total 1812 of high school and college students residing in Seoul, Korea from October through December in 2003 and 1812 students are consisted of 839 male and 973 female. The contents of questionnaire are as follows: 1. The cognition to the plastic surgery. 2. The cognition to the difference between plastic surgery and orthopedic surgery. 3. The cognition to the operation performing in the filed of plastic surgery. 4. The known operation kinds of plastic surgery. 5. The experience of plastic surgery operation. We compared the results of this survey with that in 1992. The results of research showed 15.1% increase in the cognition to the plastic surgery, 5.6% increase in the cognition to the difference between plastic surgery and orthopedic surgery and 9% increase in the cognition to the operation performing in the filed of plastic surgery. In the known operation kinds of plastic surgery, a double-eyelid operation was the most well known and followed by rhinoplasty and augmentation mammoplasty, but in 1992, a double-eyelid operation was followed by rhinoplasty and rhytidectomy. In the experience of plastic surgery operation, the result showed 6.3 %, which has more than doubled in the last 10 years. Increase of the cognition to the plastic surgery is inspired, but that results is localized to aesthetic field.

Key Words: Knowledge, Plastic surgery, Survey

A Study on the Knowledge about the Plastic Surgery(II)

Choong Hyun Chang, M.D.¹,
Min Su Cho, M.D.¹,
Sang Won Seo, M.D.¹,
Yoon Gi Hong, M.D.¹,
Kap Sung Oh, M.D.²

Department of Plastic and Reconstructive Surgery, ¹Kangbuk Samsung Hospital, ²Samsung Seoul Hospital, School of Medicine, Sungkyunkwan University, Seoul, Korea

Address Correspondence : Choong Hyun Chang M.D., Department of Plastic and Reconstructive Surgery, Kangbuk Samsung Hospital, School of Medicine, Sungkyunkwan University, 108 Pyung-dong, Jongno-gu, Seoul 110-746, Korea.
Tel: 02) 2001-2178, Fax: 02) 2001-2177,
E-mail: eppeen@hanmail.net

* 본 논문은 제 58차 대한성형외과학회 춘계학술대회에서 3분 구연 발표되었음.

I. 서 론

성형외과는 1973년 정식 진료과목으로 정해진 이후 지속적인 발전을 해왔다. 사회가 점차 내면의 미보다 외적인 미를 중시하는 경향으로 말미암아 외모에 대한 관심이 높아지고 있다. 이는 과거에 비하여 성형수술의 증가를 가져왔다. 이승희 등¹에 따르면 이상적인 아름다움을 추구하기 위해 하는 노력 중 성형수술이 9.5%를 차지할 정도로 성형수술은 이제 보편적인 수술이 되었다.

또한 최근 인터넷의 발달은 의료 소비자로서 하여금 더 쉽고, 더 빠르게 필요한 정보를 얻을 수 있도록 하여, 의학적인 결정을 내리는데 많은 영향을 미치고 있다. 2000년, 미국 내의 조사에 따르면 매년 6천만 명의 사람들이 의학적인 정보를 구하는 곳으로 인터넷을 사용하고 있으므로² 인터넷 강국인 국내의 경우도 유사할 것으로 생각된다. 이러한 사회적인 변화는 당연히 성형외과의 인지도를 높이는 데 기여하였을 것으로 생각된다. 저자들은 1993년 '성형외과에 대한 인지도에 관한 연구 (I)'³을 발표하였으므로 이후 약 10여년의 시간동안 일반인

들의 인지도 변화에 대해 다시 한번 조사할 필요가 있다고 생각한다.

II. 재료 및 방법

가. 대상

서울의 4개 고등학교 1,034명과 6개 대학교 778명, 총 1,812명에 대하여 설문조사를 시행하여 조사하였다 (Table I).

나. 방법

조사기간은 2003년 10월부터 12월까지였다. 설문지 작성방법은 대상의 각 학교에 방문하여 교실 및 강의실에서 설문지를 배포하고 작성하도록 하였다.

설문 내용은 성형외과에 대한 인지도, 성형외과와 정형외과의 차이에 대한 인지도, 성형외과 영역의 수술과 종류에 대한 인지도, 미용성형수술 경험 등 총 5개 큰 범주 하에 각각 연령, 성별, 대학생의 성별, 고교생의 성별, 대학생과 고교생간의 차이에 대해 분석하였고 1992년 조사 결과와 비교하였다.

각 질문마다 답변별 총계와 평균을 계산하였고, Wilcoxon rank sum test(SPSS version 10.1 for window)를 사용하여 95% 신뢰수준에서 오차의 허용한계 ± 1.5 으로 하여 1,812개를 편의 추출하였다.

III. 결 과

전반적인 성형외과 인지도에 대한 질문인 “성형외과에 대하여 알고 있습니까?”라는 질문에 “네”는 79.2%, “아니요”는 5.9%, “관심없다”는 14.5%, 분류 불가는 0.4%로 조사되어 인지도는 1992년 64.1%에서 79.2%로 15.1% 증가하였다(Table II-1). 연령별로는 10대는 67.8%에서 77.9%로 20대는 66.2%에서 82.1%로 증가하였다(Table II-2). 성별로는 남자는 15.2% 증가하였고, 여자는 13.6% 증가하였다(Table II-3). 대학생에서는 남자는 25.7%, 여자는 13.4% 증가하였다(Table II-4). 고등학생은 남자는 4.8%, 여자는 16.4% 증가하였다(Table II-5).

학교별로 보면 고등학생은 8.3%, 대학생은 17.4% 증가하였다(Table II-6).

두 번째로 “성형외과와 정형외과의 차이점에 대해 알고 있습니까?”라는 질문에 대해 “알고있다”는 71.8%, “모른다”는 27.1%, “같은 것이다”는 1.1%로 조사되어 성형외과와 정형외과의 차이점을 아는 경우가 1992년 66.2%에서 71.8%로 약 5.6% 증가하였다(Table III-1). 연령별로는 10대는 6.2% 증가하였고, 20대는 13.5% 증가하였다(Table III-2). 성별로는 남자는 15.5% 증가하였고, 여자는 8.9% 증가한 결과를 보였다(Table III-3). 대학생에서는 남자는 29.5%, 여자는 7.3% 증가하였다(Table III-4). 고등학생은 남자는 5.4%, 여자는 8.8% 증가한 결과를 보였다(Table III-5). 학교별로 보면 고등학생은 5%, 대학생은 15.8% 증가한 결과를 보였다(Table III-6).

세 번째로 성형외과에서 시행하는 수술에 대해 알고 있는지에 대해 질문한 결과 1992년 94.9%가 어느 정도 이상 알고 있다고 응답한데 반해 2003년에는 88.3%가 알고 있다고 하여 오히려 5.6%가 감소한 결과를 보였다. 그러나 성형외과 수술에 대해 잘 알고 있는 사람은

21.3%에서 30.3%로 증가하였다(Table IV-1). 연령별로는 성형외과 수술에 대해 잘 알고 있는 경우가 10대는 5.7% 증가하였고, 20대는 14.3% 증가하였다(Table IV-2). 성별로는 남자는 0.7% 감소한 결과를 보였고, 여자는 16.3% 증가한 결과를 보였다(Table IV-3). 대학생의 경우, 남자는 0.8% 증가하였고 여자는 24.4% 증가하였다(Table IV-4). 고등학생의 경우, 남자는 2.2% 감소하였고 여자는 10.3% 증가하였다(Table IV-5). 학교별로 보면 고등학생이 5.5% 증가한 결과를, 대학생이 13.7% 증가한 결과를 보였다(Table IV-6).

네 번째로 성형외과 수술에 대하여 알고 있는 경우 어떤 수술을 알고 있는가에 대한 질문으로는 예전과 같이 대표적인 열 가지 종류에 대해 조사하였다. 열 가지 항목 모두 증가한 결과를 보였다. 가장 크게 증가한 항

목은 유방확대술로 26.2% 증가하였으며, 다음으로는 쌍꺼풀 수술, 주름제거술 순이었다(Table V).

마지막으로 성형수술 경험에 대해 질문한 결과 1992년 3.1%에서 2003년 6.3%로 약 2배 가량 증가한 결과를 보였다(Table VI).

IV. 고 찰

성형외과에 대한 인식이 부족하던 예전에는 성형외과 자체를 모르는 사람도 약 10%를 차지할 정도로 많았다. 점차 외적인 아름다움이 중요시되면서 성형수술에 대한 관심과 성형외과에 대한 인지도도 증가하게 되었다. 미국에서도 10대들의 미용성형수술 경험이 1994년에 비해 1998년에 2배로 증가하였으며,⁴ 본 조사에서 우리나라의 경우도 1992년에 비해 2003년에 2배 이상 증가한 결과를 보였다. 이처럼 성형수술이 증가하면서 성형수술의 순기능과 함께 폐단도 보고되어 있는 실정이라서 성형외과가 사회에서 갖는 역할에 대해 다시 한번 생각해 볼 필요가 있다.

최근 인터넷의 발달로 의료 소비자가 인터넷을 통해 정보를 얻고, 결정을 내리게 되는 경우가 많다.² 미국의 한 조사에 따르면, 사춘기 청소년에 대한 설문조사결과 96%가 성형수술에 대한 정보를 잡지, 텔레비전 등에서 얻으며 오직 2%만이 의사나 부모에게서 얻는다고 하였다.⁴ 성형외과의 인지도 증가에 인터넷, 잡지, 텔레비전 등이 큰 역할을 하였지만, 이는 의학서적 등과는 달리 검증 받은 자료가 아닌 경우도 허다하다. 실제로 Samear SJ 등²이 'Breast augmentation'이라는 단어를 사용하여 인터넷에서 검색한 결과, 300개의 웹사이트 중 130개가 의학적인 정보를 담고 있으며 접근 가능하였고 그 중 34%가 잘못된거나 거짓 정보를 담고 있었다. 이처럼 일반 의료 수요자들이 주로 정보를 얻는 매체가 잘못된 내용을 담고 있다면 이는 의료에 대한 잘못된 인식을 가지게 될 확률도 높아진다. 이는 성형외과의 경우도 마찬가지로 볼 수 있다.

본 설문조사 결과, 성형외과에 대한 인지도가 10여년 전에 비해 15% 이상 크게 증가한 것은 고무적이라 할 수 있다. 그러나 그 내용을 들여다보면, 성형외과 수술

에 대한 인지도 조사에서 미용성형수술에 대한 인지 증가에 비해 재건 성형수술에 대한 인지도 증가는 적었던 것으로 볼 때, 국내의 성형외과 인지도 증가가 미용적인 측면 위주로 이루어졌음을 알 수 있다. 위에서 언급한 바와 같이 의료 소비자들의 정보 획득이 주로 대중 매체에서 이루어지게 되는데, 대중 매체에서는 영리와 흥미 위주의 내용을 다루게 되어, 결과적으로 성형외과의 미용적인 측면이 주로 부각된 것으로 사료된다. 성형외과 인지도에 관한 질문의 소항목 분류 중 남자 대학생들(Table II-4)의 증가가 25.7%로 두드러진 것은 취업난이 심각한 요즘 사회에서 남자들 역시 외적인 면이 중시되는 사회 풍조를 나타낸 결과라고 생각되어진다.

외적인 아름다움도 중요하지만, 내면의 미 역시 중요한 것임은 누구도 부인할 수 없는 사실이다. 성형외과는 외모만을 고치는 학문이 아닌, 환자의 정신적인 안정도 도모할 수 있도록 도와주는 정신사회학적 중재(psychosocial intervention)⁵로서의 역할을 잊지 말아야 하며, 앞으로 성형외과에 대한 홍보도 미용 위주가 아닌 성형외과 전반에 대해 올바르게 인식하도록 해야 할 것으로 사료된다.

V. 결 론

성형외과에 대한 인지도 연구(I)을 발표한지 약 10년이 지난 후 다시 설문조사 한 결과, 성형외과 인지도는 15.1% 증가하였고, 성형외과와 정형외과의 차이에 대한 인지도는 5.6%, 성형외과에서 시행하는 수술에 대한 인지도는 9% 증가하였다. 알고 있는 성형외과 수술 종류에 대해서는 쌍꺼풀 수술, 비성형술, 유방확대술 순으로 1992년 쌍꺼풀 수술, 비성형술, 주름제거술 순에서 약간의 변화가 있었다. 성형수술 경험은 1992년 3.1%에서 2003년 6.3%로 약 2배 증가한 결과를 보였다. 이와 같은 결과로 볼 때, 성형외과 인지도가 증가한 것은 고무적이거나, 미용적 측면이 강조되어 있으므로 성형외과의 영역의 균형 있는 홍보가 필요할 것으로 사료된다.

REFERENCES

1. 이승희, Nancy AR, 김재숙: 바디이미지 연구(제1보): 한미

- 여성의 이상적 미, 바디이미지와 외모행동에 관한 연구. *한국미용학회지* 25: 969, 2001
2. Samear SJ, Jason MR, William MKJ, Kevin CC, Sandra VK, Paul SC: Evaluation of plastic surgery information on the internet. *Ann Plast Surg* 49: 460, 2002
 3. 장충현, 이두형: 성형외과에 대한 인지도에 관한 연구(I). *대한성형외과학회지* 20: 539, 1993
 4. Anne P, Jane W: Attitudes of adolescents about cosmetic surgery. *Ann Plast Surg* 50: 628, 2003
 5. 안재훈, 김용운, 백무현, 김승홍, 민대홍: 성형수술 환자들의 정신의학적 측면에 관한 연구(II). *대한성형외과학회지* 20: 945, 1993

