

호스피스 사이버상담 프로그램 운영에 대한 소고

유지수 · 강세원 · 이윤정

연세대학교 간호대학, 간호정책연구소

Operating Report of a Hospice Cyber Counselling Program

Ji-Soo Yoo, Se-Won Kang and Yoon-Jeoung Lee

College of Nursing, Nursing Policy Research Institute, Yonsei University, Seoul, Korea

Purpose: This study is to report the operating result of the Hospice Cyber Counselling Program for improving quality of life for terminal patients and their families. **Methods:** This study was performed followed by counsellor training, building strategy of public relations, management, and evaluation of the effect in order. **Results:** 72 subjects visited our cyber homepage and became members for approximately 9 months from Oct. 2004 to July 2005; 17 subjects in their 20s (23.6%), 12 subjects in their 30s (16.7%), 17 subjects in their 40s (23.6%), and 13 subjects above 50s (18%). Classified by diagnose related group, cancer related disease consist of 90%. As for the relationship between contents of counselling and counselling applicants, families consist of 90% and self-applicants only 10%. Only 30 members used on-line counselling and their counselling frequency was just 35 times. Although counselling frequency and the number of members who used the counselling site were not high, they tend to contact with a counsellor continuously and use the site actively after the first counselling. **Conclusion:** Cyber counselling program for hospice was practically managed to improve quality of life for terminal patients and their families as a basic activity for hospice business activation. Basic public relations with regard to hospice business by mass media and the press should be performed continuously and the hospice training program is required for medical personnel to be continue. (Korean J Hosp Palliat Care 2006;9:30-34)

Key Words: Cyber hospice, Counselling program, Management

서 론

최근 들어 생명공학과 의료기술 수준의 급격한 발달로 인해 질병의 양상이 기존의 단순하고 급성적인 질환에서 암 같은 복합, 만성적 질환으로 급격히 변화하고 있다. 2000년 들어 우리나라의 사망순위는 각종 암에 의한 사망률이 1위를 보이고 있는데 이러한 양상은 향

후 지속적인 수준을 유지할 것으로 전망되고 있다. 국가 정책 차원에서 이의 치료 및 관리에 대한 다양한 정책의 개발 및 적용이 진행되고 있으나, 대부분 암의 예방 및 치료에 대한 집중적인 투자가 우선적이며 말기암 환자 및 그 가족의 고통에 대한 관심이나 투자는 상대적으로 저조한 실정이다^{1,2)}. 때문에 현대의 비용 효율성을 강조하고 있는 의료시장 구조 내에서 이들은 여전히 소외집단으로 남아 있다.

현대의 정보화 시대에는 즉, 현대사회에서의 건강 소비자는 면대면의 건강 상담을 초월하여 사이버 상에서 실시간으로 자신의 건강 관심 및 이에 대한 지식을 습득해가고 있다^{3,4)}. 호스피스 프로그램들도 이러한 소비자의 요구에 부응하기 위한 여러 가지 방안들을 모색하고 있으며, 대상자 개인의 특성을 최대한 고려하면서도

접수일: 2006년 5월 4일, 승인일: 2006년 6월 20일

교신저자: 강세원

Tel: 02-2228-3258, Fax: 02-392-5440

E-mail: kcjbns503@yumc.yonsei.ac.kr

이 논문은 2004학년도 연세대학교 대학원 교수-학생 연구비 지원과제로 수행되었음.

시간적 공간적 제한점을 보완하는 방향을 추구하려 하고 있다.

지난 2004년 7월 연세대학교 간호대학에서는 호스피스 교육 및 상담을 위한 연세 사이버 호스피스 상담 홈페이지를 개발한 바 있다(연세 사이버 호스피스-Yonsei Cyberhospice: <http://www.cyberhospice.net>)³⁾. 그러나 아직 홍보의 수준이 미진하고, 개발 단계에 머물러 있어 제 역할을 다 하지 못하고 있다. 호스피스 사이버 상담을 위한 프로그램의 활성화를 위해서는 실제적인 홍보 전략 구축하여 이용도를 높이고 대상자의 요구도에 맞게 프로그램을 수정, 보완해 나가는 적극적인 형태를 갖추는 것이 필요하다.

따라서 본 연구는 말기 질환자 및 가족들의 삶의 질 증진 차원에서 개발된 호스피스 상담 프로그램을 운영하여 교육 및 상담을 제공하여 호스피스 사업의 활성화에 기여하고자 한다. 구체적 목표는 다음과 같다.

- 호스피스 사이버 상담 제공을 위한 상담 인력을 훈련한다.
- 호스피스 사이버 상담 프로그램의 홍보 전략을 구축하여 사이트 홍보를 실시한다.
- 호스피스 사이버 상담 프로그램을 운영한다.

대상 및 방법

1. 연구 설계

본 연구는 호스피스 사이버 상담을 위한 인력 훈련 및 홍보 시행을 통해 호스피스 사이버 상담 프로그램을 운영하기 위한 방법론적 연구이다.

2. 연구 대상 및 범위

본 연구의 대상자는 호스피스 환자/가족, 사업소, 호스피스에 대한 관심 그룹, 호스피스 상담자 등을 포괄적으로 포함하며, 본 연구의 범위는 호스피스 상담 제공을 위한 전문 인력 훈련, 홍보, 운영의 절차로 진행하였다.

3. 연구 절차 및 방법론

1) I 단계: 상담 제공을 위한 인력 훈련 실시(2004. 1. 14~2004. 3. 30): 상담 제공을 위한 인력 훈련의 대상은 호스피스 전문간호사, 의사, 임상상담가 총 50명으로 구성되었으며, 기간은 총 10주간 실시하였다. 인력 훈련 방법으로는 전문상담가로부터 상담 훈련에 필요한 내용을 매주 2시간씩 토의, 강의, 소그룹 토의(의사소통, 듣기 & 말하

기 기술, 회상, 감정표현, 지각, 발달특성, 탐색 전략, 상담 주제 및 종류)를 진행하였다.

상담내용으로는 상담 시 상담의뢰자와의 관계 형성, 상담 분량, 상담 방법, 상담의 목표설정, 상담의 치료적 접근 방법 등 사이버 상담 시에 필요한 내용과 규칙들을 훈련하였다.

또한 상담 제공을 위한 인력 훈련 후 실질적 상담인력에 대한 관리는 총관리자(Supervisor)를 두어 상담의 수준이 저하되지 않도록 지속적인 상담인력을 관리하였다.

2) II 단계: 호스피스 사이버 상담 프로그램 홍보(2004. 7~2005. 3): 호스피스 사이버 상담 프로그램 홍보를 위해 전략 회의를 매월 1~2차례 실시하였다. 홍보는 호스피스 환자/가족, 사업소, 호스피스 관심그룹 3개 대상으로 나누어 계획하였으며, 홍보 방법으로는 오프라인(off-line) 홍보와 온라인(on-line) 홍보를 함께 실시하기로 하였다. 사이트 홍보를 위해서 우선적으로 리플렛 및 포스터, 책갈피 등의 홍보물을 제작하였다(그림 1~2).

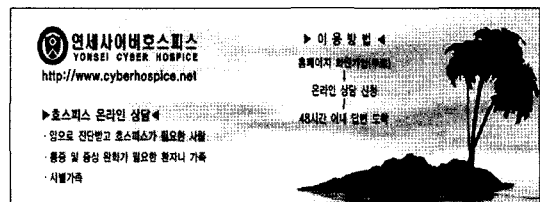


그림 1. 홍보 제작물 중 상담 홍보용 책갈피.

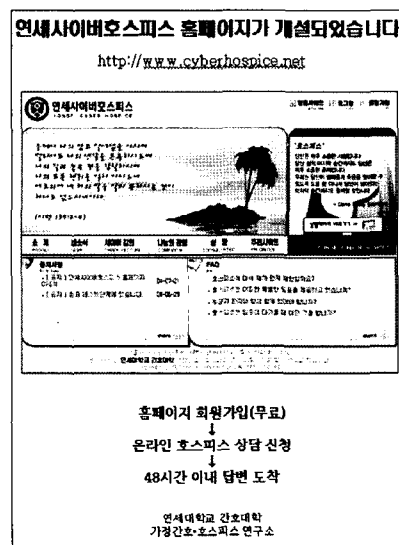


그림 2. 홍보 제작물 중 상담 홍보용 포스터 및 리플렛.

오프라인 홍보로 환자/가족을 대상으로는 호스피스 대상자들이 자주 찾는 일간지, 협회신문, 잡지 등을 통해 사이트 홍보 관련 기사를 게재하였다. 또한 환자들이 직접적으로 호스피스 상담을 이용할 수 있게, 입원 병동에 호스피스 리플렛 및 홍보자료를 배치하여 볼 수 있게 하였으며, 병원 및 전국 호스피스 기관 및 사업소 대상으로는 사이트 홍보 자료를 만들어서 우편 발송을 하였다. 또한 관심그룹 대상으로는 호스피스 각 학회 및 건강 관련 학회에 참여하여 리플렛 배포 및 홍보 안내를 실시하였으며, 관련 병원에서는 홍보 메일을 발송하여 홍보를 실시하였다. 또한 호스피스 자원봉사자를 통해 환자들에게 알릴 수 있도록, 자원봉사자 교육 기간 동안 리플렛 제공 및 호스피스 온라인 상담 프로그램 안내를 실시하였다.

온라인 홍보의 경우 인터넷 검색엔진에 본 연구에 사용된 호스피스 상담 사이트를 등록하여 이용자들이 쉽게 사이트를 찾아 올 수 있게 하였고, 호스피스 관련 사이트 및 동호회 등의 게시판 또는 방명록을 통하여 1개월에 한번씩 지속적으로 사이트 홍보를 실시하였다.

3) III 단계: 호스피스 사이버 상담 프로그램 운영(2004. 11 ~ 2005. 7): 실질적인 호스피스 사이버 상담 프로그램 운영

은 홍보 시행 4개월 후부터 본격적으로 시작되었으며, 운영 과정 동안에도 상담 프로그램에 대한 홍보는 계속되었다.

호스피스 사이버 상담 프로그램은 상담 의뢰 후 최대 48시간 이내에 답변을 하도록 되어있으며, 홈페이지 관리자를 두어 상담이 의뢰되면 상담내용에 따라 상담원의 전문분야에 맞추어 상담내용을 이메일로 전송하도록 하였다. 상담원은 전담 상담인력 8인을 두어, 일반적 상담내용의 경우는 상담원을 순번으로 배정하였으며, 사별가족, 영적 지지, 의료정보의 경우 전문 상담원과 연결될 수 있게 배정하였다. 답변시 의뢰자는 답변이 사이버 호스피스 홈페이지에 기재되었다는 이메일통보를 통하여 직접 홈페이지를 방문하여 답변을 확인하는 과정으로 상담이 진행되도록 하였다. 의뢰된 상담 내용 및 상담 진행절차에 대한 데이터 베이스는 엑셀로 저장되어 필요시 통계분석을 할 수 있도록 하였다.

결 과

1. 호스피스 사이버 상담 프로그램 운영 결과

2004년 11월부터 2005년 7월까지 약 9개월 동안 사이

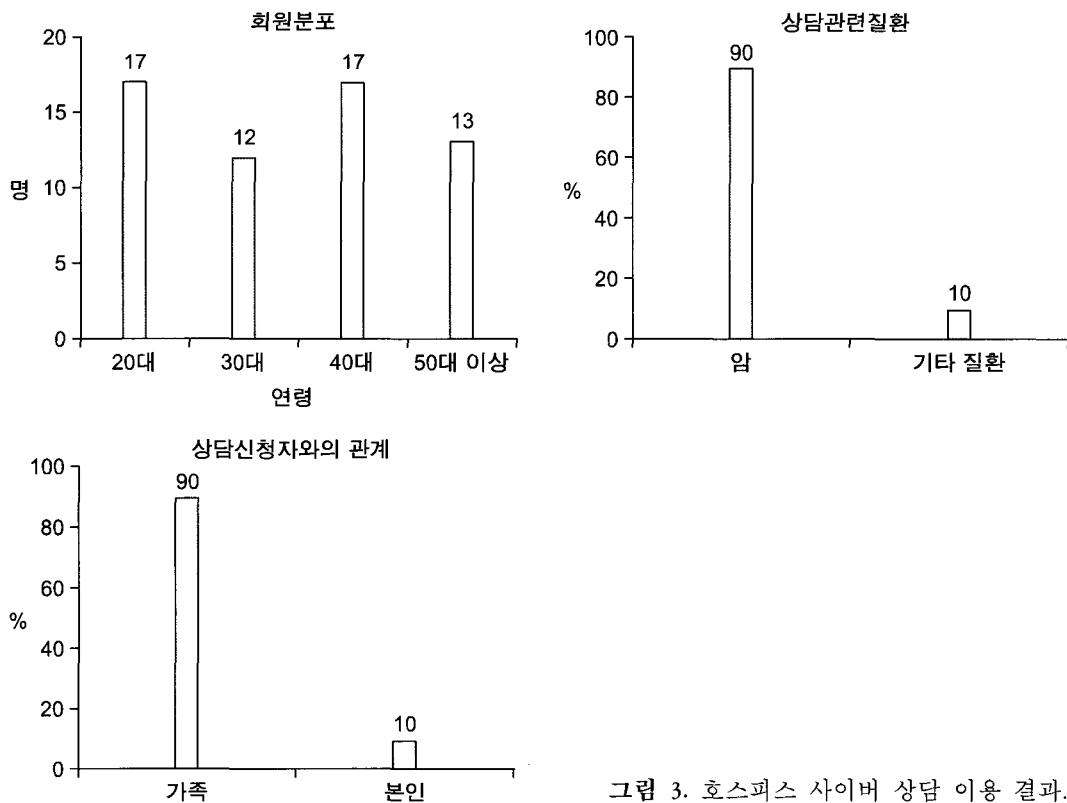


그림 3. 호스피스 사이버 상담 이용 결과.

버 호스피스 홈페이지를 방문하여 회원가입을 한 대상자는 총 72명으로 20대가 17명(23.6%), 30대가 12명(16.7%), 40대가 17명(23.6%), 50대 이상이 13명(18%)를 차지하였다. 회원 중 30명이 온라인 상담을 이용하였으며 상담 건수는 35건이었다. 상담과 관련된 의학 진단명은 암이 90%였으며, 기타 질환이 10%를 차지하였다. 상담내용과 상담신청자와의 관계는 가족이 90%를 차지하였으며, 10%만 본인이었다. 상담 건수 및 상담 이용 회원수는 적었으나, 상담 이용 후 지속적인 상담원과의 연계 및 사이트 활용의 경향을 보였다(그림 3).

회원들이 주로 활동하고 있는 공간은 커뮤니티 공간이었으며, 자유게시판에는 주로 사이트 활용 및 상담문의와 관련된 것들을 이용하였다. 또한 사이버 강의에는 말기 호스피스 환자들에게 도움이 될 만한 자료를 관리자가 직접 제공하였으며, 커뮤니티 공간에서도 환자에게 필요한 기타 정보를 제공하였다.

고 찰

본 연구는 호스피스 상담 프로그램을 인터넷 홈페이지를 이용하여 운영하고자 시도된 연구로서 호스피스 사이버 상담을 위한 인력 훈련 및 홍보 기간을 거쳐 실질적으로 운영을 진행하였다. 호스피스 사이버 상담 프로그램 개발을 위해서도 관련 전문가들의 많은 노력이 있었지만⁵⁾, 개발된 프로그램들을 활성화시키기 위한 과정도 개발 과정 못지 않게 많은 시간과 노력이 필요하였다.

본 연구는 호스피스 사업 활성화의 실무 측면으로 시간적 공간적 제한성을 보완하는 측면에서 호스피스 관리를 위한 하나의 방법으로 사용될 수 있으며, 호스피스 대상자의 요구도를 충족시킬 수 있는 효과적인 방법의 시도로서 연구의 의의를 둘 수 있다.

호스피스 상담을 사이버 상으로 하는 과정에서 나타날 수 있는 문제점들, 특히 최근에 대중 매체와 인터넷을 통해 수많은 정보들이 그 진위가 가려지지 않은 채 환자와 가족들에게 전달되어 문제를 더욱 가중시키고 있는 부분이 우려되어⁶⁾ 여러 가지 방안을 추구하였는데, 그 중 하나가 호스피스 상담 전문 인력을 위한 훈련이었고, 이는 환자와 가족의 문제해결 능력을 돕고 의사결정에 도움을 주기 위한 사이버 상담의 핵심적인 부분이었다.

연구과정에서 온라인과 오프라인을 병행한 체계적이며 다양한 각도로 홍보 전략을 세우고, 중점 그룹을 호

스피스 환자/가족, 사업소, 호스피스 관심그룹으로 구분하여 전략들을 수행하였으나, 가입회원의 수와 상담이용도가 홍보의 노력에 비해 부족한 결과를 보였다. 이러한 이유에 대해서는 연구 과정을 통해서 나타난 여러 가지 장애점들을 통해 생각해 볼 수 있다. 첫째, 일반인 전수를 대상으로 하는 사이트들과는 달리 호스피스를 이용하는 대상자 수가 다소 제한되었다. 사용하는 대상자 수가 다른 일반 사이트에 비해 지극히 한정되어 있어 사이트의 활성화가 다소 어려웠다. 둘째, 현재의 호스피스에 대한 대중의 인식 부족, 특히 호스피스를 사이버로써 접근할 수 있다는 인식 자체가 아직은 부족한 상태라고 볼 수 있다. 때문에 사이버로서 호스피스를 접근하여 전문 상담을 받을 수 있다는 인식을 전환시키기엔 짧은 기간, 제한된 지역에서 홍보를 통해서 해결하기란 다소 큰 어려움이 있었다.

이러한 제한점을 해결하기 위해서는 호스피스 대상자들에게 그들이 가지고 있는 문제를 해결할 수 있는 방법들이 다양하게 존재하며, 충분히 활용할 수 있도록 정보를 제공해 주는 것이 필요하다. 이를 위해선 일차적으로 말기 환자를 돌보는 의료진들의 역할이 중요한데, 의료진 스스로가 호스피스에 대한 인식을 가지고 말기 환자들에서 문제가 되는 신체적 증상 이외의 여러 차원들을 고려할 수 있는 시각을 가지는 것이 필요하다고 하겠다⁷⁾. 의료진을 통해서 환자와 가족들이 호스피스에 대한 접근과 상담에 대한 기회를 가지게 된다면 더욱더 큰 효과를 가질 수 있다고 본다. 많은 호스피스 프로그램들이 개발되고 있지만 대상자들에게 실질적으로 활용되지 못하고, 개발 수준에서 머물러 있어, 우수한 프로그램조차도 활용되지 못하고 사장되어지는 경우들이 많다. 본 연구는 개발된 호스피스 상담 프로그램을 대상자들이 실질적으로 접근하고 이용할 수 있도록 하기 위한 시도로서 수행되었으며, 대중 매체 및 언론을 통한 호스피스에 대한 대중적 홍보와 의료진을 대상으로 한 호스피스에 대한 지속적인 교육이 호스피스 프로그램들의 활성화를 위해 계속적으로 추구되어질 필요가 있다고 사료된다.

요 약

목적: 본 연구는 말기 질환자 및 가족들의 삶의 질 증진 차원에서 호스피스 사이버 상담을 위한 인력 훈련 및 홍보 시행을 통하여 호스피스 사이버 상담 프로그램을 운영하여 보고자 한다.

방법: 본 연구는 호스피스 사이버 상담 제공을 위한 상담 인력 훈련, 홍보 전략 구축, 운영 및 효과 평가의 절차로 진행하였다.

결과: 2004년 10월부터 2005년 7월까지 약 9개월 동안 사이버 호스피스 홈페이지를 방문하여 회원가입을 한 대상자는 총 72명으로 20대가 17명(23.6%), 30대가 12명(16.7%), 40대가 17명(23.6%), 50대 이상이 13명(18%)를 차지하였다. 진단명 별로는 암과 관련된 질환이 90%를 차지하였으며, 상담 내용과 상담신청자와의 관계는 가족이 90%를 차지하였으며, 10%만 본인이었다. 회원 중 30명이 온라인 상담을 이용하였으며 상담 건수는 35건이었다. 상담 건수 및 상담 이용 회원수는 적었으나, 상담 이용 후 지속적인 상담원과의 연계 및 사이트 활용의 경향을 보였다.

결론: 말기 질환자 및 가족들의 삶의 질 증진, 호스피스 사업 활성화의 기초 활동으로써 호스피스에 대한 사이버 상담 프로그램을 실질적으로 운영하였다. 호스피스 사이버 상담의 활성화를 위해 대중 매체 및 언론을 통한 호스피스 사업에 대한 기본적인 홍보들이 지속적으로 이루어져야 하며, 의료진을 대상으로 한 호스피스에 대한 교육도 계속되어야 할 필요가 있다.

중심단어: 사이버 호스피스, 상담 프로그램, 운영

참 고 문 헌

1. 윤영호, 허대석. 말기 암환자의 3차 의료기관 입원의 문제점. 대한가정의학회지 1996;17:294-304.
2. 허대석, 윤영호, 정주영, 김홍수, 김성혜, 신상도 등. 암환자 응급진료의 현황 및 문제점. 한국 호스피스·완화의료학회지 1998;1:13-21.
3. 송태민. e-Health의 현황 및 전망. 보건복지포럼 2001;52:18-27.
4. 이재창, 문미란. 사이버 상담에 관한 연구. 교육연구론집 2000;17:89-123.
5. 이원희, 오익금, 김조자, 강규숙, 강세원. 호스피스 사이버 상담을 위한 프로그램 개발. 한국 호스피스·완화의료학회지 2005;8(2):209-15.
6. 이영숙, 허대석, 김미라, 김원경, 최정윤. 진행암 및 말기암 환자와 가족을 위한 집단 교육 프로그램. 한국 호스피스·완화의료학회지 2005;7(1):64-72.
7. Homs J, Walsh D, Nelson KA, LeGrand SB, Davis M, Khawam E, et al. The impact of a palliative medicine consultation service in medical oncology. Support Care Cancer 2002;10(4):337-42.