

## Special

## 의료기관의 사회공헌



글·김철중 |  
조선일보 의학전문기자

미국 유명 병원의 사회공헌활동은 다채롭다. 웬만한 병원들은 환자나 가족들이 가진 정보와 용기를 나눌 수 있도록 '환자 Support Group'을 병원 내부에 만든다. 병원에서 구성한 특정 질환 전문가 그룹들이 지역 커뮤니티에서 원할 때 찾아가서 주민들이 원하는 주제에 대한 무료 교육 프로그램을 진행하는 것도 확산되어 있다.

여성, 소수 인종, 의료보험이 없는 계층, 노년층 등 특정 타깃 그룹에 대한 지속적인 지원 프로그램도 운영한다. 사회공헌활동의 목적이 명확하다는 얘기다. 장차 직업을 가질 청소년들에게 헬스케어 관련 직업을 소개하는 프로그램을 운영하는 병원도 있다.

질병 관련 무료 건강강좌 프로그램을 운영하는 것이 주요 사회공헌활동인 우리나라 병원과는 큰 차이가 있다. 국내 병원들이 가끔 벌이는 건강 관련 캠페인은 다소 형식적이고, 병원 중심으로 과시적인 성향을 띠는 것에 반해 미국 병원들은 타깃 그룹을 명확히

설정하고, 전문적이고 친밀한 교류를 하려고 애쓴다.

미국 내 병원 랭킹 1~2위를 다투는 존스 홉킨스 병원의 사회공헌활동 중 눈에 띄는 것은 'A Woman's Journey' 프로그램이다. 병원은 매년 여성의 건강을 위협하는 중요한 이슈에 대한 새롭고 주목할 만한 정보를 제공한다. 하루 체험 프로그램으로 아침부터 저녁까지 8개의 준비된 세미나 중 4개의 세미나를 선택하여 듣고, 병을 이겨낸 수기를 책으로 펴낸 인사와 점심 식사가 마련되어있다. 세미나 주제는 주로 심장질환, 유방암, 가정건강관리, 영양학 등으로 이 병원의 의사와 간호사, 영양사 등이 강사진으로 참여한다.

메이요 클리닉은 전문가로 맞춤형 강사진을 구성하여 지역 사회에 직접 찾아가는 프로그램을 운영한다. 이들은 커뮤니티에서 원하는 주제를 신청하면 무료로 직접 방문하여 강의를 펼친다. 또한 뇌질환, 심장·폐 질환 등을 극복하는 환자들이 그룹을 결성하도록 하여 비슷한 질병을 앓는 환자들에게 도움을 줄 수 있도록 하고 있다. 또한 병원은 히스패닉 계열 신문·방송과 교회 등과 함께 유방암 예방 프로그램을 진행한다. 이는 스페인어로 진행된다. 참고로 히스패닉은 백인보다 유방암 발병율이 높다. 'Scalpel to Sketch'라는 주제로 메디컬 아트 전시회도 연다. 'Scalpel'은 외과용 메스를 말한다. 이를 통해 의학을 주제로 한 수채화, 에어브러시, 디지털미디어, 일러스트레이션 등을 전시하여 인체로의 여행을 소개한다. 메이요 클리닉의 스텝들이 그리거나 병원이 소장한 작품들도 전시된다.

UCLA 메디컬 센터는 50세 이상을 위한 건강 프로그램을 운영한다. 이제 각종 질병이 막 생기기 시작할 나이인 이들에게 건강 관리의 중요성을 알려주기 위한 것이다. 병원은 50세를 위한 'Free Walking Programs(50+)'를 만들어 지역별로 참가자를 모집한다. 이들은 함께 모여 걸으며 건강 정보를 나눈다. 'Improving Your Memory Power(50+)'은 기억력을 높이는데 도움이 되는 유용한 기술을 배울 수 있는 프로그램이다.

콜롬비아와 코넬대 부속 병원인 뉴욕 장로병원은 맨하탄, 퀸즈, 브룩클린, 브롱스 등 카운티 또는 시와 제휴하여 의료보험 지원 활동을 한다. '무(無)보험 어린이를 위한 무료 혹은 저가의 치료 프로그램', 19~64세 사람이 받을 수 있는 의료보험 지원 프로그램 등을 운영하여 소외 계층이 전문적인 의료서비스를 받도록 하고 있다.

시카고 메디컬 센터는 Outreach Team 결성하여 지역민을 찾아가 의료 서비스를 제공한다. 이는 아프거나 다친 사람뿐만 아니라 지역 커뮤니티가 건강을 유지하도록 교육 하

는 데에 목적이 있다. 또한 질병의 조기발견과 치료로 건강을 유지할 수 있도록 무료 또는 저가의 건강검진을 제공한다.

국내 병원은 이제 막 사회공헌에 눈을 뜬 상태로 보인다. 건강강좌나 지역 의료봉사는 웬만한 규모의 병원들은 거의 참여하고 있는 상황이다. 하지만 국내 병원은 찾아 온 환자와 소통하는 캠페인들이 주로 눈에 띄며, 지역 공헌으로 뺏어나가는 특별한 프로그램을 만들기 보다는 병원이 중심에서 환자에게 제공, 배려하는 프로그램이 대부분이었다. 일종의 고객 관리 차원에 머물러 있다. 특정 병원에서 시작한 캠페인이 성과가 좋을 경우에는 유행처럼 이름만 바뀌서 여타 병원으로 확산되는 것도 경향도 있다.

미국 병원과 한국 병원과의 사회 공헌 활동의 가장 큰 차이는 미국 병원은 바깥으로 확산하려는 반면 국내 병원은 안으로 들어오기 위한 것이 많다는 점이다. 특이한 점은 한국 병원들이 지역 사회에 기여하려는 데에 강박 관념이 있다면 미국 병원은 지역사회와 함께 병원을 키워 가려는 인식도 있다. 새 병원 건립을 위한 모금행사를 지역 주민들과 카니발 형태로 치르는 것이 그런 예이다.

우리나라 병원들도 이제는 지역 사회나 기업과 손잡고 사회공헌의 외연을 확대하려는 움직임을 보이고 있다. 국가 보건의료 단체나 은행들과 협약을 맺어 넓게 퍼지는 사회공헌을 시도 하고 있다. 이를 통해 외국인 이주 노동자 의료 서비스 제공이나 아동학대 예방 캠페인 등 의료기관 혼자만으로 실천하기 힘든 사회공헌 프로그램을 선보이고 있다.

기업의 사회공헌은 '똑똑한 비즈니스' 라고 한다. 기업의 입장에서라면 자선이 아니라 투자인 셈이다. 하지만 의료기관의 사회 공헌은 투자 그 이상의 것이어야 한다고 본다. 사회공헌을 통한 의료기관의 가치 실현이다. 그래서 의료기관의 사회공헌은 좀더 넓고 깊게 퍼져야 한다고 생각한다. **KHA**