

## 뇌사자 장기이식 활성화를 위한 Non-Governmental Organization (NGO)의 역할과 중요성

연세대학교 의과대학 외과학교실<sup>1</sup>, 서울대학교 의과대학 외과학교실<sup>2</sup>, 을지대학교 의과대학 내과학교실<sup>3</sup>,  
서울대학교 의과대학 내과학교실<sup>4</sup>, 계명대학교 의과대학 외과학교실<sup>5</sup>

김순일<sup>1</sup> · 민상일<sup>2</sup> · 허규하<sup>1</sup> · 방기태<sup>3</sup> · 안규리<sup>4</sup> · 조원현<sup>5</sup>

### The Role of NGO in Deceased Organ Transplantation

Soon Il Kim, M.D.<sup>1</sup>, Sang Il Min, M.D.<sup>2</sup>, Kyu Ha Huh, M.D.<sup>1</sup>,  
Ki Tae Bang, M.D.<sup>3</sup>, Curie Ahn, M.D.<sup>4</sup> and Won Hyun Cho, M.D.<sup>5</sup>

Department of Surgery, Yonsei University College of Medicine<sup>1</sup>, Seoul,  
Department of Surgery, Seoul National University College of Medicine<sup>2</sup>, Seoul,  
Department of Medicine, Eulji University School of Medicine<sup>3</sup>, Daejeon,  
Department of Medicine, Seoul National University College of Medicine<sup>4</sup>, Seoul,  
Department of Surgery, Kyemyung University School of Medicine<sup>5</sup>, Daegu, Korea

Solid organ transplantations give end stage organ failure patients new, healthy and normal lives and have them return to their families, friends and communities. But, there has been a donor organ shortage and it has been considered a major obstacle. A national report in 2009 showed a severe disparity between the annual numbers of organ donors (1,787) and the number of patients (12,235) on the deceased donor waiting list. In terms of donor action, and to meet the demands of organs for transplantation, we need to educate the public on the need for organs, eye and tissue donations, and we need to motivate the public to make an actionable donor designation. The unification of non-governmental organization (NGO) is necessary to educate the public about organ, eye and tissue donations and to avoid duplication of effort.

**Key Words:** Organ transplantation, Donor organ shortage, Donor action, Educate the public, NGO

**중심 단어:** 장기이식, 공여장기부족, 장기기증운동, 대중홍보, 민간단체

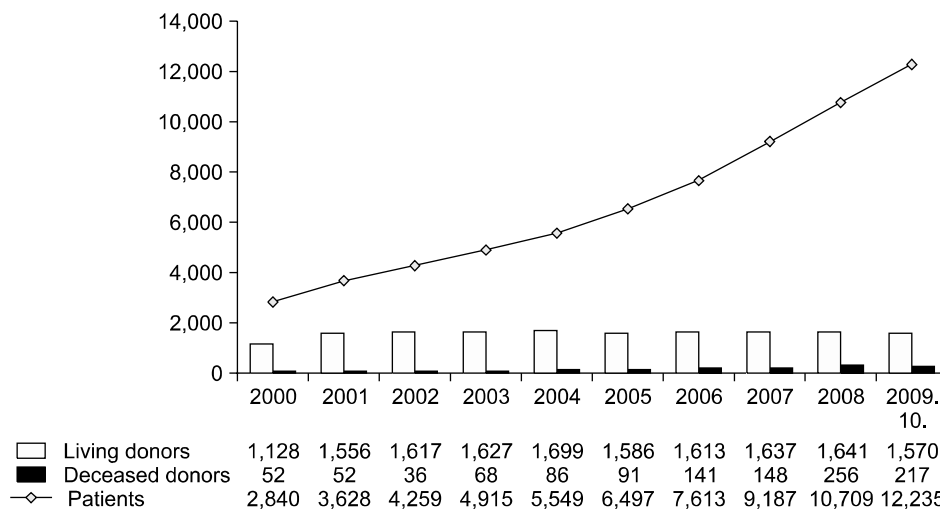
## 서 론

대한민국의 장기이식은 1969년 국내 최초로 생체 공여 자 신장이식이 시행된 이후 최근 이식 신장의 5년 생존율이 92.3%(1)에 이를 정도로 괄목할 만한 발전을 이루었으며 간이식을 비롯한 다른 고형장기 이식 분야에서도 동일한 발전을 이루었고, 학문적으로도 국제 학회와 학술지에 매년 수 많은 논문을 발표하는 등 국제적으로도 이식 분야에서 선두 그룹으로 인정받고 있다. 최근에는 말기 장기부전증 환자와 가족들의 이식에 대한 관심과

선호도가 급격히 증가하고 있고 국내에서는 76개의 병원에서 장기이식이 이루어지고 있으며 일부 의료기관에는 러시아 등 외국에서 환자가 찾아와 이식을 받고 돌아간 사례가 있는 등 이러한 국내 이식관련 의료수준은 국제화의 동력을 제공하고 있다. 그러나 이에 반하여 국내의 고형 장기이식 대기자는 2009년 10월 기준으로 12,235명의 환자가 등록되어 있으며 이는 2000년의 2,840명과 비교할 때 약 4배 정도 증가되어 매우 빠른 증가 추세(2)를 보이고 있으나 생체 기증자의 숫자는 지난 10년 간 매년 1,600여명으로 크게 변화가 없으며(Fig. 1), 뇌사 기증자 역시 2009년에 261명으로 약간 증가한 경향을 보이고 있으나 급격히 증가하고 있는 뇌사자 장기이식 대기자의 수에 비하면 턱없이 부족한 실정이다. 따라서 만성질환의 고통 속에 간절한 마음으로 이식만을 기다리는 장기이식 대기자를 위해서는 뇌사자 장기기증 활성화가 시급

책임저자 : 김순일, 서울시 서대문구 신촌동 134  
연세대학교 의과대학 외과학교실, 120-752  
Tel: 02-2228-2118, Fax: 02-313-8289  
E-mail: soonkim@yuhs.ac

접수일 : 2010년 3월 16일, 게재승인일 : 2010년 3월 17일



**Fig. 1.** Annual living donors, deceased donors, and patients waiting for organ graft.

히 이루어져야 하며, 이를 위해서는 범국가적인 장기기증 문화의 확산이 시급하다.

## 본 론

국내 뇌사자 장기기증 침체의 원인으로는 첫째, 뇌사와 장기기증에 대한 인식의 부족, 둘째, 전통적인 유교적 관습, 셋째, 기증자 및 가족에 대한 배려 부족, 넷째, 효율적 뇌사자 발굴 및 관리 체계 부재 등이 꾸준히 제기되어 왔다. 뇌사자 장기이식의 관리 체계 측면에서 국가에서는 장기이식의 공정성과 투명성 확보를 위하여 2000년 국립장기이식관리센터를 설립하고 뇌사자 장기이식 시스템을 개선하려고 노력해 왔다. 그러나 국립장기이식관리센터의 경우 그간의 활동을 통하여 장기이식의 공정성과 투명성 확보 등 본래의 설립 목적 측면에서는 사업을 잘 시행하였다고 평가할 수 있으나, 장기기증 홍보를 위한 사업 부분에서는 인력 및 예산 부족 등으로 그 결과가 미미하였다고 평가할 수 있다. 최근 효율적인 뇌사자 발굴과 관리 시스템을 도입하기 위해서 독립 장기구득기관인 Korea Organ Donation Agency (KODA, 한국 장기기증원)의 설립을 통해 뇌사자 장기이식 시스템을 개선하는 과정 중에 있으며 뇌사자 장기기증 활성화를 위해서는 KODA의 활성화가 우선적으로 시행되어야 할 것이다. 그러나 이보다 더 시급한 것은 지속적이며 효율적인 홍보를 통한 뇌사 장기기증자를 늘리는 것이다.

장기이식 선진국인 미국의 예를 들어 보면, 실질적이고 지속적인 뇌사자 장기기증 활성화를 위해서 범국가적인 민간단체의 헌신적인 활동이 활발하게 이루어지고 있다. 미국의 경우에도 1990년대 초반까지는 여러 민간단체들이 뇌사자 장기기증과 관련하여 산발적으로 홍보 활

동을 수행하였으나, 1992년 각 단체의 홍보 노력의 중복을 방지하기 위해 장기기증 홍보 단체의 연합체(coalition on donation)인 Donate Life America가 설립되었고 현재까지 장기, 안구 및 조직기증에 관해 1억명의 장기기증 서약을 목표로 일반 국민 홍보를 담당하고 있다. 이러한 홍보 단체 연합체의 장점으로 첫째, 장기기증에 대한 홍보를 전국적으로 체계화하여 진행하므로 효율적이고 일관성이 있으며, 둘째, 각 단체들의 홍보를 통합 조정하여 중복 투자를 예방할 수 있고, 셋째, 연관된 산하의 각 홍보 단체들에게 체계화되고 보다 전문적인 지식을 근거로 한 홍보 콘텐츠를 제공할 수 있다는 점이다. 국내의 경우 역시 1990년대 이전의 미국과 같은 상황으로 장기기증 홍보는 주로 사랑의장기기증운동본부, 한마음한몸운동본부, 생명나눔실천본부와 같은 각 종교의 사회사업 단체를 포함하여 약 30여 개의 민간 단체들에 의해 산발적으로 이루어지고 있다. 그러나 아직까지는 각 단체들의 유기적 협조가 이루어지지 않고 있어 중복 투자의 문제점이 제기되고 있다. 또한 각 단체들의 홍보 활동이 대부분 산발적이고 일회성 홍보 활동에 치우쳐 있으며, 동시에 비체계적이고 일관성이 부족하여 홍보의 효율성이 낮은 실정이다. 게다가 단체 인원의 대부분이 사회사업 활동가와 일회성 홍보 활동 자원 봉사자로 구성되어 장기기증 및 이식에 대한 객관성과 전문성이 부족한 현실이다. 이러한 판단의 근거로는 지난 10년 간 실질적인 장기기증자의 수를 볼 때 정체된 상황인 것으로 보아 이들 민간 단체가 수행해 온 홍보 활동의 효용성에 대한 의문이 제기되고 있으며 또한 그간의 활동에 대한 객관적 평가가 전혀 이루어지지 않고 있어 이에 대한 전문적인 연구와 개선이 필요하다. 따라서 우리나라에서도 미국 등 이식 선진국에서 시행한 장기기증 홍보 단체 연합체의

성공을 거울로 삼아 전국을 아우를 수 있는 장기기증 홍보 단체 간의 네트워크를 형성하고 이에 더하여 이식 전문가의 도움을 통한 시너지 효과를 유도하는 것이 바람직하다. 이러한 장기기증네트워크의 선결 조건은 윤리적인 측면을 포함하여 모든 면에서 모범적이고 건강한 모든 장기기증 홍보 단체를 아우르는 홍보 네트워크이어야 한다. 이러한 단체의 활동을 통하여 학생을 포함한 일반인에 대한 교육을 통해 생명 나눔 문화를 우리 사회에 확산시키고, 장기기증 희망 서약자를 획기적으로 증가시켜서, 뇌사자 장기기증의 활성화를 유도하고, 궁극적으로는 국민의 삶의 질, 보건의료 수준 향상 및 국민 의료비 절감 효과를 기대할 수 있어야 한다. 장기기증 네트워크의 구체적인 업무로는 첫째, 장기기증에 대한 국가적 캠페인 통합 조정, 둘째, 장기기증과 이식에 대한 각종 안내서 및 홍보 자료 생산, 셋째, 이식 관련 단체들의 일반 국민에 대한 홍보를 통합하고, 넷째, 전국민을 대상으로 한 장기기증 서약 홍보이다. 장기기증에 대한 국가적 캠페인 통합을 위해서는 장기기증 네트워크와 보건복지부 등 유관 국가기관의 긴밀한 협조와 의견 조정 및 정부 차원에서의 예산 지원 등이 필요하다. 장기기증과 이식에 대한 각종 안내서 및 홍보 자료 생산에 관해서는 일반인을 대상으로 한 자료의 경우 내용은 같지만 대상군의 연령과 지식 정도에 따라 난이도가 다른 몇 가지 맞춤형 자료를 생산하는 것이 필수적이며 이외에도 의료인을 위한 전문적인 자료 역시 필요하므로 이식과 관련된 전문 의료인의 협력이 필수적이다. 방송 매체를 통한 홍보를 위해서는 인쇄매체, 영상매체, 라디오매체, 인터넷매체 등 다각적인 매체를 이용한 홍보 시스템의 구축이 필요하며 방송매체를 통해 제공되는 정보는 이식관련 전문의들의 자문과 의견을 반영한 정확하고 실제적인 의학정보이어야 할 것이다. 홍보 효율의 극대화를 위해서는 단순한 사례의 보고가 아닌 이야기 홍보가 중심이 되어야 할 것이며, 미국의 경우 뇌사자 가족 또는 장기이식 수혜자 및 가족의 경험담을 공유함으로써 새로운 이야기를 창출하며 이를 통해서 대중의 관심을 자연스럽게 유도하고 있다. 또한 발굴된 이야기는 블로그, 인쇄매체 및 드라마 속의 이야기 등으로 재가공이 가능하므로 이후 다양하게 이용하고 있다. 우리나라의 경우 직접적인 대국민 홍보 활동을 위해서는 ‘헌혈의 집’을 벤치마킹하여 ‘장기기증 희망 안내실’과 같은 장기기증 홍보 안내실을 전국적으로 설치하고 상시 운영하여 모든 국민이 장기기증에 대한 내용을 쉽게 접할 수 있도록 하여 뇌사자 장기기증을 홍보하고 참여를 유도해야 할 것이다. 다른 한편,

장기기증의 날을 제정하여 집중적인 홍보 기간을 설정하거나 월별 내용에 맞는 주제를 설정하여 홍보대상의 다각화를 꾀할 수도 있으며 뇌사 장기기증자의 가족과 장기이식을 받은 환자 및 그들의 가족들이 다 같이 참석하는 견기대회 등과 같은 행사를 통하여 장기기증의 의미를 기릴 수도 있다. 또한 뇌사 장기기증자를 추모하기 위한 기념관의 설립 등도 고려해야 할 것이다.

효과적인 장기기증 네트워크가 형성된 다음에는 미국 소재 Donate Life America, 호주의 DonateLife, 유럽의 European living donation (EULID) 등의 유관 단체와의 협조를 통해서 선진 홍보 기법을 습득하고 다음 단계로는 국내 장기기증운동의 확산과 국제화를 유도할 수 있겠다. 이를 위해서는 일반인에 대한 지속적이고 효율적인 홍보와 함께 각 유관 학회, 의사협회, 병원협회 등을 통한 공적 부분의 강화와 궁극적으로는 의료인을 대상으로 한 donor action과 같은 장기기증 활성화 운동을 도입하는 방법이 있다.

## 결론

이식관련 의료진들의 전문성과 민간 홍보 단체의 축적된 홍보 노하우가 어우러진 장기기증 네트워크가 형성되고 효율적으로 운영될 경우 일반인은 물론이고 장기기증과 관련된 의료인들에게 장기기증 및 이식에 대한 구체적이고 정확한 정보를 제공할 수 있으며 뇌사자 장기기증 수를 늘릴 수 있다. 또한, 장기기증 선진국의 홍보 자료와 공유 데이터베이스를 확보하고 전문가의 의견을 반영하여 빠른 시일 내에 최신 노하우를 축적할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 향후 일회성이 아닌 지속적이고 효율적, 체계적인 전국적인 홍보 네트워크를 구축함으로써 국민들의 접근 가능성을 높여 많은 국민들의 동참을 유도하고 결과적으로 장기기증에 대한 국민들의 관심, 장기기증 희망등록 및 뇌사자 장기기증이 증가하여 말기장기부전 환자의 생명 연장 및 삶의 질 확대가 이루어지는 날이 오기를 기대한다.

## REFERENCES

- 1) Korean Network for Organ Sharing. 2008 KONOS Annual Report. Seoul: Korean Network for Organ Sharing; 2009.
- 2) Korean Network for Organ Sharing (KONOS) [internet]. Seoul: KONOS; 2010 [cited 2010 Jan 16]. Available from: <http://www.konos.go.kr>.