

## 의료인-제약회사 관계윤리

# 의대생/전공의와 제약회사의 윤리적 관계

정유석\*, 박재현\*\*, 고윤석\*\*\*

## I. 글을 열며

의과대학생과 전공의 수련기간은 전문 의료인으로서의 자격을 갖추는 데 있어서 가장 중요한 시기이다. 한 의사가 평생동안 사용하게 되는 기본적인 지식과 술기의 상당 부분을 이 시기에 습득하게 되기 때문이다. 젊은 의료인들은 학업과 수련기간을

통하여 의학적 지식과 술기뿐 아니라 환자나 동료 의료인, 각종 의료산업과의 관계 등을 자연스럽게 익히게 된다. 그동안의 의학교육은 과학적 지식에 근거한 지식 전달에 주력하였으므로, 이러한 '관계 맺기'에 대해서는 정규 교육 외에 교수나 선배들을 통한 간접 교육이 대부분이었다. 교수나 선배들은 싹든 좋은 역할모델(role model)의 역할을 하게 되었고 이는 각 병원이나 의국의 전통으로 굳어졌다. 좋은 역할모델로부터 좋은 전통을 배우는 것이야말로 바람직한 일이겠으나, 그렇지 않은 경우가 문제가 된다. 새로운 지식을 배우고 환자를 돌보는 일만으로도 정신을 차리기 힘든 의대생과 전공의 입장에서 학교와 병원의 전통에 대하여 별다른 비판의식을 가지기 힘들기 때문이다.

한편, 제약회사는 약에 대한 선택권이 있는 의사들의 처방에 직간접적인 영향을 미치기 위하여 다양한 활동을 할 수밖에 없다. 한 번 익숙해진 처방이 쉽게 바뀌지 않는다는 점에서 의과대학생이나 젊은 전공의들은 매력적인 마케팅 대상일 것이다. 기존의 많은 연구들이 제약회사가 제공하는 선물, 식사제공, 강좌 등이 의사들의 처방에 영향을 준다고 보고하고 있으며 이에 대한 우려의 목소리가 증가하고 있다.<sup>1-3)</sup> 의사들의 처방은 제약회사 직원과의 접촉에 의해서 영향을 받고 있으며, 제약회사가 의도적/비의도적으로 제공한 잘못된 정보가 의사들의 부적

교신저자: 박재현. 경희대학교 의학전문대학원 의학교육학교실. 02-961-9102. fool@khu.ac.kr

\* 단국대학교 의과대학 의료윤리학교실 \*\* 경희대학교 의학전문대학원 의학교육학교실 \*\*\* 울산의대 서울아산병원 내과 및 인문사회의학학교실

- 1) Montague BT, Fortin AH 6th, Rosenbaum J. A systematic review of curricula on relationships between residents and the pharmaceutical industry. Med Educ 2008 ; 42 : 301-308.
- 2) House of Commons Health Committee. The Influence of the Pharmaceutical Industry: Fourth Report of Session 2004-05, 2005 : 1-126. <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm200405/cmselect/cmhealth/42/42.pdf>. [Accessed 10 January 2011.]
- 3) Tattersal M, Kerridge I. Doctors behaving badly. Med J Aust 2006 ; 185 : 299-300.

절한 지식과 처방을 초래한다.<sup>4)</sup>

최근 사회적 정의에 대한 관심이 증가하면서 의료계뿐 아니라 사회 각 분야에서 이해상충(conflict of interest)의 개념이 주목받고 있다. 의사들은 원하던 원하지 않던 간에 제약회사의 이해관계에 영향을 주거나 혹은 받는 입장에 서게 된다. 문제는 젊은 의사들의 경우 이러한 관계가 충분한 숙고 없이 관행에 의해서 진행될 수 있다는 점이다.

본고를 통하여 의과대학생들과 전공의들에 대한 제약회사의 영향력에 대한 국내외 문헌들을 고찰하고 바람직한 관계 형성을 위해 필요한 내용들을 고민하고자 한다.

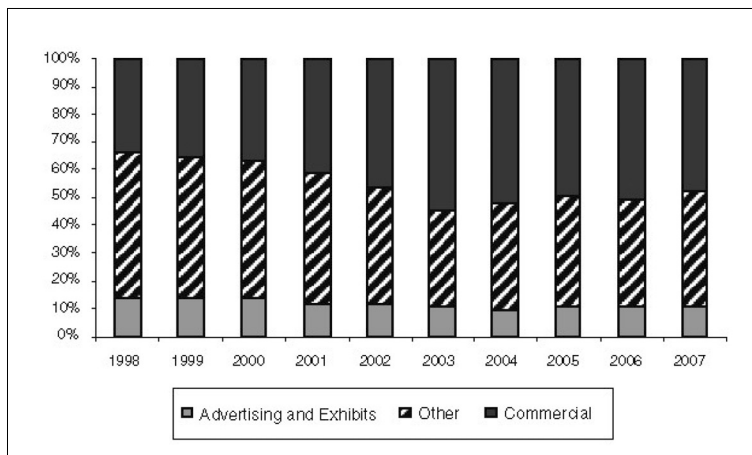
## II. 의대생과 전공의들의 제약회사 접촉 현황

안타깝게도 제약회사가 국내 의과대학생들과 전공의들에게 어느 정도 선에서 얼마나 자주 접촉하고

있는지를 보여주는 자료는 없다. 하지만, 상당수의 의대생들이 병원 임상 실습 중에 제약회사 주관의 점심 세미나에 참석하거나 볼펜, 메모지 등 작은 선물을 받기도 한다. 해당 실습 전문과목이 주관하는 학회에 참여하여 직·간접적으로 제약회사의 마케팅 대상이 되는 경우도 있다. 전공의들의 경우 논문이나 교재를 제공받는 정도로부터 제약 설명회를 병자한 회식비, 특정 약에 사용에 대한 대가성의 의국비 지원 등에 이르기까지 다양한 접촉이 이루어지고 있다는 사실을 임상 의사들은 이미 인지하고 있는 바이다. 외국의 경우 학생, 및 전공의들이 제약회사와 어느 정도 접촉하고 있는지를 조사한 연구들은 아래와 같다.

- 미국의 경우 1998년부터 2007년까지 의과대학과 수련병원들의 교육예산 중 제약회사의 공식 후원 및 광고비용은 40%대에서 60%대 이상으로 꾸준히 증가하고 있다(그림 1).<sup>5)</sup> Sierles 등이 미국의 8개 주요 의과대학 3학년 학생들을 대상으로 한 설

〈그림 1〉 미국의학 교육수련기관의 교육예산 출처(1998-2007년, 미국의사협회 지속교육위원회)



4) Wazana A et al. Using the literature in developing McGill's guidelines for interactions between residents and the pharmaceutical industry. Acad Med 2004 ; 79 :1033-1040.

5) Institute of Medicine. Conflict of Interest in Medical Research, Education, and Practice. Washington, D.C. : The National Academies Press, 2009. Available on <http://www.nap.edu/catalog/12598.html>

문조사에 의하면 거의 모든 의과대학생들이 제약회사가 제공하는 점심 식사(96.8%)나 선물(94.1%)을 받은 경험이 있으며 외부 행사에 초대받아 참석한 경우도 34%에 이르렀다(표 1).<sup>6)</sup>

- 캐나다의 한 대학병원 정신과 전공의들의 경우 제약회사가 제공하는 점심 컨퍼런스에 참석하는 빈도가 평균 10회였다.<sup>7)</sup>

- Varley 등은 미국의 정신과 전공의들을 대상으로 한 이메일 설문연구에서 이들이 수련 기간 중

에 제약회사가 제공하는 점심 집담회에 참석하는 횟수가 주당 4.8회에 이른다고 하였다.<sup>8)</sup>

- 미국 전역의 272개 내과 수련 책임자에 대한 설문에서 88.6%가 제약회사가 제공하는 컨퍼런스를 허용하고, 85%가 식사제공을 허락하며 84%는 일과중 전공의들과의 만남을 허락한다고 하였다. 수련 책임자들의 14%는 제약회사가 비윤리적인 마케팅을 제공하고 있다고 응답하였다.<sup>9)</sup>

- 미국의 106개 응급의학과와의 수석 전공의들에

〈표 1〉 미국 의과대학 3학년 학생들의 제약회사 접촉 빈도

Type of Event	No. of Students. (N = 826)	No. (%) of Students Who Received a Gift or Participated in at Least One Event	Exposure Frequency per Month <sup>a</sup>	
			Mean (SD)	Range
A lunch provided by a drug company	793	768 (96.8)	1.08 (0.76)	0-4.2
A small, noneducational gift (e.g., pen or coffee mug)	801	754 (94.1)	0.87 (0.69)	0-3.5
A journal reprint or a glossy brochure from a pharmaceutical representative	800	716 (89.5)	0.53 (0.52)	0-3.5
A snack (e.g., donut, candy, coffee) provided by a pharmaceutical representative	800	713 (89.1)	0.75 (0.72)	0-8.5
A grand rounds sponsored by a drug company	798	690 (86.5)	0.54 (0.57)	0-2.4
A dinner provided by a drug company	801	405 (50.6)	0.13 (0.21)	0-2.4
A drug sample from a pharmaceutical representative	799	435 (54.4)	0.10 (0.20)	0-2.1
Another social event (e.g., party) sponsored by a drug company	799	272 (34.0)	0.06 (0.11)	0-0.8
A book donated by a drug company <sup>b</sup>	826	421 (51.0)		
Attendance at a workshop sponsored by a drug company <sup>b</sup>	826	214 (25.9)		
Registration fee for a conference paid for by a drug company <sup>b</sup>	826	37 (4.5)		
Participation in a market survey sponsored by a drug company <sup>b</sup>	826	29 (3.5)		
Participation in a research project sponsored by a drug company <sup>b</sup>	826	22 (2.7)		
Travel expenses for a conference paid for by a drug company <sup>b</sup>	826	15 (1.8)		
Nominated for an award sponsored by a drug company <sup>b</sup>	826	5 (0.6)		
Obtained a fellowship sponsored by a drug company <sup>b</sup>	826	4 (0.5)		

<sup>a</sup>For each student, an exposure index was calculated as the sum of the monthly frequencies for the first eight items.

<sup>b</sup>Monthly frequency data were not requested.

SOURCE: Sierles et al. Medical students' exposure to and attitudes about drug company interactions: a national survey. *Journal of the American Medical Association* 294(9):1034-1042 (September 7, 2005). Copyright © 2005 American Medical Association. All rights reserved.

- 6) Sierles et al. Medical students' exposure to and attitudes about drug company interactions: a national survey. *JAMA* 2005 ; 294 : 1034-1042
- 7) Hodges B. Interactions with the pharmaceutical industry: experiences and attitudes of psychiatry residents, interns and clerks. *Can Med Assoc J* 1995 ; 153 : 553-559.
- 8) Varley CK, Jibson MD, McCarthy M, Benjamin S: A survey of the interactions between psychiatry residency programs and the pharmaceutical industry. *Acad Psychiatry* 2005 ; 29 : 40-46.
- 9) Lichstein PR, Turner RC, O'Brien K. Impact of pharmaceutical company representatives on internal medicine residency programs. A survey of residency program directors. *Arch Intern Med* 1992 ; 152 : 1009-13.

대한 설문에서 93%가 자신들의 프로그램에 제약회사가 관여하고 있다고 응답하였다. 제약회사와 전공의 간의 관계에 대하여 특별한 제약이 없는 경우가 18%였고, 제약회사가 직접적으로 전공의 교육에 관여하는 경우가 41%, 사회적 활동에 대한 현금 지원을 받는 경우가 40%라고 하였다.<sup>10)</sup>

- 내과의 수석 전공의 84명을 대상으로 한 연구에서 100%의 의국이 제약회사가 제공하는 스포츠 이벤트나 문화 관람에 참여한 적이 있다고 하였고 개인적으로 참석한 경우도 67%에 이른다고 하였다. 응답자의 25%는 제약회사가 제공한 약품 정보에 대한 참고문헌을 요청하거나 문의한 경험이 없었으며 10%는 제약회사로부터의 정보가 의학서적이거나 담당 교수 혹은 동료들로부터의 정보보다 우선순위에 있다고 답하였다.<sup>11)</sup>

- 캐나다 Toronto의 7개 교육병원의 인턴과 전공의들(n=105)을 대상으로 한 설문조사에서 응답자의 56%는 제약회사가 제공하는 선물이 자신들의 처방에 영향을 주지 않을 것이라고 답했다. 응답자의 42%는 제약회사가 선물을 제공하지 않더라도 만나는 횟수가 달라지지 않을 것이라고 했다. 그들이 경험한 선물의 가격은 평균 60 달러(범위; 0-80)였으며, 37%가 저녁 만찬을 대접받았다고 하였다. 선물을 받은 횟수와 이러한 선물이 처방에 영향을 주지 않을 것이라는 믿음 사이에는 통계적으로 의미 있는 양의 상관관계가 있었다.<sup>12)</sup>

- Steinman 등은 내과 전공의들에 대한 설문연구에서 전공의들의 생각과 실제 행동간의 모순을 지적하였다. 제약회사에서 제공하는 선물(13명)이나 점심 식사(18명)가 부적절하다고 응답한 전공의 모두가 이러한 제안을 거절하지는 않고 있었다. 또한 제약회사의 마케팅이 본인의 처방에 영향을 미친다고 답한 경우는 39%였으나 다른 전공의는 영향을 받을 것이라는 데 84%가 동의하였다.<sup>13)</sup>

### III. 의대생, 전공의에 대한 제약회사의 영향력

이상에서 살펴본 것처럼 제약회사는 의대생 혹은 전공의들과 긴밀한 접촉을 취하고 있다. 이러한 접촉은 의과대학생 혹은 전공의들에 대하여 긍정적이거나 혹은 부정적인 영향을 끼친다. 먼저 긍정적인 영향은 다음과 같다.<sup>14)</sup> 제약회사는 의대생과 전공의들에게 다양한 정보와 교육의 기회를 제공한다. 실제로 제약회사의 전문 강사로부터 신약에 대한 유용한 정보를 제공받기도 하며, 새로운 의료기기의 사용법이나 주의사항 등을 교육받기도 한다. 제약회사로부터의 직간접적인 후원이 없다면 학회나 연수 강좌 등의 비용이 증가하여 경제적으로 넉넉지 못한 학생/전공의들의 참가가 제한될 것이라는 우려도 있다. 더 큰 규모에서는 제약회사가 의과대학이나 병원에게 건물이나 연구소 등을 지어주기도 하고 특정 연구 프로그램을 후원하기도 한다. 이러한 장점

10) Keim SM, Mays MZ, Grant D. Interactions between emergency medicine programs and the pharmaceutical industry. Acad Emerg Med 2004 ; 11 : 19-26.

11) Adler, L, Muller D, Bao P, Lan J, Haddow S. The pharmaceutical industry's influence on chief medical residents. JGIM 1999 ; 14 [supplement2] : 128.

12) Hodges B. Interactions with the pharmaceutical industry: experiences and attitudes of psychiatry residents, interns, and clerks. CMAJ 1995 ; 5 : 153.

13) Steinman MA, Shlipak MG, McPhee SJ. Of principles and pens: attitudes and practices of medicine housestaff toward pharmaceutical industry promotions. Am J Med 2001 ; 110 : 551-7.

14) Bernard L. Resolving ethical dilemmas. 3rd ed. Lippincott Williams & Wilkins, 2005 : 209-12.

에도 불구하고 다음의 연구들은 제약회사가 피교육자인 의과대학생/전공의들에게 부정적인 영향에 대하여 우려를 표시하고 있다.

- Schwartz 등은 미국의 한 정신과 의국에서 제약회사가 제공하는 점심 약품설명회와 전공의들이 처방패턴과의 관계를 후향적으로 조사하였다. 3개월 동안 12번의 약품 설명회가 있었는데 이중 11회는 새로운 약의 시작과 통계적으로 의미 있는 상관관계를 보였다.<sup>15)</sup>

- Orłowski 등은<sup>16)</sup> 호화로운 리조트에서 진행된 신약 소개 심포지엄에 참석한 의사들이 신약에 대한 처방 건수가 의미 있게 증가하였다고 하였고, Chren 등은<sup>17)</sup> 제약회사가 주도하는 신약연구에 참여하거나 강사로 초청받은 의사들은 병원 처방목록에 해당 신약을 등록시키는 경향이 높다고 하였다. 이러한 경향은 수련중인 전공의들에 대하여서도 다르지 않을 것으로 예상된다.

- Midwest의 7개 대학병원의 교수와 전공의들을 대상으로 한 설문연구에 의하면 교수의 25%, 전공의의 32%가 지난 일 년 동안 제약회사 직원과 접촉 후 최소한 한 번 이상 처방을 변경하였다고 하였다. 교수의 20%, 전공의의 4%가 제약회사 직원이 제시한 약을 원내 약품 목록에 추가하였으며, 특히

제약회사 주관의 연구에 참여하거나 강사로 초청받은 교수의 경우 이러한 경향성이 현저하였다.<sup>18)</sup>

- Ziegler 등은 제약회사가 제공하는 13회의 설명회 자료를 당시 Physicians' Desk Reference 등 문헌과 비교하였다. 총 106개의 진술 중에서 12개(11%)가 잘못된 내용이었으며 이들은 모두 자사의 약품에 호의적인 내용들 이었다. 27명의 참석자 중에서 7명(26%)은 어떤 잘못된 정보도 인지하지 못하고 있었고 10명(37%)은 이러한 정보가 자신의 처방에 영향을 미친다고 응답하였다.<sup>19)</sup>

- Boltri 등은 가정의학과 수련 병원에 샘플 약의 제공을 제한하는 정책이 도입된 전후 고혈압 약의 처방 패턴을 비교하였다. 제 6차 고혈압치료지침에 따른 일차 혈압강하제의 처방비율은 샘플약 제한 전 38%에서 제한 후에 61%로 증가하였다. 이는 주로 이차약인 샘플약의 제공이 전공의와 전문의 모두의 처방약 선택에 영향을 미치고 있었다는 사실을 확인해준 결과이다.<sup>20)</sup>

- Jason 등은 다양한 관련 문헌들을 리뷰한 결과 볼펜 등 작은 선물조차도 영향력이 있으며 이들은 무의식의 영역에서 약품의 선택에 작용한다고 하였다. 일반적으로 학생들과 전공의들은 전문의에 비하여 이러한 마케팅에 영향을 받기가 더 쉽다. 전공의들은 전문의에 비하여 제약회사가 제공하는 향응

15) Schwartz TL et al. Newly admitted psychiatric patient prescriptions and pharmaceutical sales visits. *Ann Clin Psychiatry*. 2001 ; 13 : 159-162.

16) Orłowski JP, Wateska L. The effects of pharmaceutical firm enticements on physician prescribing patterns: there's no such thing as a free lunch. *Chest*. 1992 ; 102 : 270-273.

17) Chren MM, Landefeld CS. Physicians' behavior and their interactions with drug companies: a controlled study of physicians who requested additions to a hospital drug formulary. *JAMA* 1994; 271 : 684-689.

18) Lurie N et al. Pharmaceutical representatives in academic medical centers: interaction with faculty and house staff. *JGIM* 1990 ; 5 : 240-243.

19) Ziegler MG, Lew P, Singer BC. The accuracy of drug information from pharmaceutical sales representatives. *JAMA*. 1995; 273 : 1296-1298.

20) Boltri JM, Gordon ER, Vogel RL. Effect of antihypertensive samples on physician prescribing patterns. *Fam Med*. 2002 ; 34 : 729-731.

이 모든 영역에서 - 회진(47% 대 34%), 병원 내 저널클럽(58% 대 30%), 외부 강연(80% 대 57%) - 더 많은 영향력을 미친다는 견해를 가지고 있었다.<sup>21)</sup>

#### IV. 제약회사와 의대생, 전공의들의 올바른 관계 정립을 위한 대책

제약회사의 다양한 마케팅으로부터 의과대학생과 전공의들을 지키기 위한 노력은 크게 세 가지 관점에서 연구들이 진행되고 있다. 첫째는 관련 지침이나 규정을 가지고 있는지 여부이고 둘째는 이러한 규정이 어느 정도 교육되고 있는지, 그리고 이러한 교육이 얼마나 효과적인지에 대한 것이다.

- Lichstein은 1990년대 초반에 대규모로 진행된 설문 연구에서 미국의 내과 수련 프로그램 중 26%만이 이 주제를 교육하고 있다고 하였다.<sup>22)</sup> 미국과 캐나다의 내과, 가정의학과, 응급의학과 의국에 대한 설문연구에서는 제약회사와의 관계 지침을 읽어보았다고 답한 전공의가 23%에 불과하였다.<sup>23)</sup>

- 미국의 가정의학과 전공의들에 대한 설문연구에서 제약회사와의 관계에 대한 수련 지침이 있는 프로그램의 전공의들이 그렇지 않은 경우보다 제약회사가 제공하는 정보의 유용성이나 선물의 적절성

에 대하여 부정적인 평가를 하고 있었다.<sup>24)</sup>

- McCormick 등은 제약회사직원과의 관계 규정을 도입한 McMaster 대학병원의 내과 전공의들에 있어서 규정 도입 전에는 한 달에 2.9회 정도의 접촉이 있었으나 도입 후 1.4회로 감소하였다고 하였다. 또한 전공의 시절에 제약회사와의 접촉 회수가 높은 그룹은 졸업 후에 제약회사와의 접촉 빈도도 높고 호의도도 높다고 하였다.<sup>25)</sup>

- 14개의 가정의학과 수련 프로그램에서 378명의 전공의들을 대상으로 조사한 Brotzman 등의 연구에 의하면 제약회사 관련 규정이 없는 프로그램에 속한 전공의들은 규정을 갖춘 프로그램에 속한 그룹에 비하여 '제약회사와의 접촉이 이득이 된다(54% 대 27%, P=.003), '선물을 제공받는 것이 적당하다'(저가의 선물-50% 대 19% p=001, 고가의 선물- 18% 대 5% P=.005)고 응답한 비율이 의미 있게 높았다.<sup>26)</sup>

- 수련 중에 제약관련 지침교육의 유무가 전문의 취득 이후의 태도에 미치는 영향에 대한 두 개의 연구가 있다. 두 개의 연구 모두에서 전문의 취득 후에는 교육을 받은 군과 받지 않은 군 모두에서 제약산업과 접촉횟수나 샘플약을 받는 비율이 차이가 없다고 하였다.<sup>27,28)</sup> 하지만, 병원의 사회활동 후원

21) Institute of Medicine(2009). 전계서 : 137.

22) Lichstein PR(1992). 전계서.

23) Sergeant MD et al. Interactions with the pharmaceutical industry: a survey of family medicine residents in Ontario. Can Med Assoc J 1996 ; 155 : 1243-1248.

24) Brotzman GL, Mark DH. The effect on resident attitudes of regulatory policies regarding pharmaceutical representative activities. J Gen Intern Med 1993 ; 8 : 130-134.

25) McCormick BB et al. Effect of restricting contact between pharmaceutical company representatives and internal medicine residents on posttraining attitudes and behavior. JAMA 2001 ; 286 : 1994-1999.

26) Brotzman GL, Mark DH. The effect on resident attitudes of regulatory policies regarding pharmaceutical representative activities. J Gen Intern Med 1993 ; 8 : 130-134.

27) McCormick BB(2001) 전계서.

28) Ferguson RP et al. Encounters with pharmaceutical sales representatives among practicing internists. Am J Med 1999 ; 107: 149-152.

이나 자문비 수수 등 더 긴밀한 접촉은 교육을 받은 군이 의미 있게 적다고 보고하였다.<sup>29)</sup>

- Randall 등의 보고에 의하면 전공의를 위한 제약회사 관련 규정교육을 운영하는 경우에 교육적 가치가 없는 선물을 받는 비율은 20%가 감소하였으나( $p=.032$ ) 교육적인 가치가 있는 선물을 받는 것은 감소하지 않았다.<sup>30)</sup>

- Schneider 등은 수련 중에 제약관련 지침에 관한 교육을 받은 군과 받지 않은 전공의의 군에 대하여 연속적인 설문을 실시하였다. 매년 설문에 응한 전공의의 수가 일치하지 않았기 때문에 단면적인 분석만 진행하였는데, 졸업 후에 양군간에 제약회사가 주관하는 점심식사 참가, 비교육적인 선물의 수수 등 면에서 차이는 없었다.<sup>31)</sup>

지금까지 제약회사가 의과대학생 및 전공의로 대표되는 의료 피교육자들에게 어느 정도 접촉하며

얼마나 큰 영향력을 끼치고 있는지 살펴보았다. 그리고 북미의 경우 교육기관과 수련병원에서 적절한 지침과 규정을 가지고 있고, 정규 교육프로그램을 실시하는 등의 노력이 진행되고 있다는 사실도 확인하였다. 하지만 의대생과 전공의에 대한 제약윤리에 관한 교육은 개별 교육기관이나 수련병원 차원의 접근보다는 더 체계적인 접근이 필요해 보인다.

미국의 경우 의과대학협의회(AAMC, American Association of Medical Colleges)나 의사협회 산하 지속교육위원회(ACCME, the Accreditation Council for Continuing Medical Education) 등의 단체를 중심으로 제약 윤리에 관한 체계적인 정책을 도입하고 있다(표 2).<sup>32)</sup> 2008년도에 미국 제약업계도 자체적으로 의료진과의 접촉에 관한 규약을 개정하였다.<sup>33)</sup> 이 규약은 장학금과 교육목적 펀드 지원을 제외하고는 교육기관과의 관계를 엄격하게 제한하고 있는데, 스포츠 행사 등에 대한 입장권 제공, 자문비 제공, 리조트에서의 연차 훈련, 특별한 정보 가 없는 식사제공 등이 여기에 해당된다.<sup>34)</sup> 놀랍게

〈표 2〉 미의과대학협의회(AAMC, 2008c)의 제약회사 관련 지침

1. 환자, 진료과정, 의료진의 일정 등을 보호하기 위하여 제약회사의 직원들은 진료영역이 아닌 장소에서 의사의 초청에 의해서만 만남을 허용해야 한다.
2. 학생이나 전공의들의 참여는 오직 교육적인 목적에서만 가능하며 반드시 담당 교육자의 허가 하에만 가능하도록 해야 한다. 특히 의과대학의 경우 미국 의사협회 평생교육위원회(ACCME)가 허가한 교육적 프로그램을 제외하고는 어떤 식사나 음식도 제공받아서는 안 된다.
3. 각 수련기관은 제약회사로부터의 정보제공이 수련 책임자의 관리 하에 그룹으로 진행할 있는 체계를 구축해야 한다. 정보 제공자는 제약회사 소속의 의사, 약사, 박사급 연구원 등 전문가에 의해서 행해져야 한다.

29) McCormick BB(2001). 전게서.

30) Randall ML, Rosenbaum JR, Rohrbaugh RM, Rosenheck RA. Attitudes and behaviours of psychiatry residents toward pharmaceutical representatives before and after an educational intervention. Acad Psychiatry 2005 ; 29(1) : 33-39.

31) Schneider JA et al. Residents perceptions over time of pharmaceutical industry interactions and gifts and the effect of an educational intervention. Acad Med 2006 ; 81(7) : 595-602.

32) Institute of Medicine(2009). 전게서. 134.

33) PhRMA. Code of Interactions with healthcare professionals. 2008, available at <http://www.phrma.org/about/principles-guidelines/code-interactions-healthcare-professionals>

34) Code on Interactions with Healthcare Professionals PhRMA 2008, effective 2009, available at <http://www.news.pharma-mkting.com/pmn77-article01.htm>

도 미국 의과대학생들의 연합체인 AMSA(American Medical Student Association)는 웹사이트를 통해서 각 의과대학 및 수련병원이 제약회사로부터의 선물에 대하여 어떤 정책을 가지고 있는지를 평가하는 순위를 공개하고 있다.<sup>35)</sup>

## V. 글을 닫으며

지금까지 논의한 내용은 대부분 외국에서 시행된 연구들을 기초로 구성된 것이다. 짧지 않은 국내 의료계의 역사와 높은 임상의학의 수준으로 볼 때 이러한 윤리적 주제에 대한 연구 결과가 거의 전무하다는 것은 기성 의료인으로서 매우 부끄러운 일이다. 제약회사와의 관계는 고리타분한 윤리문제가 아니다. 그동안 잊을만하면 한 번씩 언론과 정부로부터 비판 받아온 의료계의 현실이자 가시가 아닌가? 별다른 문제의식 없이 '좋은 게 좋은 것'으로 안주했던 대가로 전 세계에서 유래를 찾아볼 수 없이 강력한 리베이트 금지법안인 쌍벌죄가 현 의료계를 짓누르고 있다.

이러한 사태에 대해 지나친 흥분이나 침묵으로

일관해서는 안 된다. 의료 문제의 전문가로서 정부와 국민을 설득할 수 있는 논리를 개발하고, 제약회사와도 눈치 보기가 아니라 상생의 관계를 만들어 가야 한다. 더 근본적인 것은 의료계 자체가 이 문제에 대해 공부하고 잘못된 관행들로부터 돌이켜야 한다. 그리고 의료계의 미래인 의대생과 전공의들에 대한 체계적인 교육 시스템을 만들어야 한다.

구체적인 실천 방안으로 학교와 병원, 혹은 수련의국별로 표준화된 규정을 마련하고 체계적인 교육을 실시해야 한다. 전공의들의 중요한 역할모델인 수련 담당 교수나 수석 전공의에 대한 집중적인 교육도 간접적인 교육효과를 기대할 수 있을 것이다.<sup>36)</sup> 의과대학, 의사협회, 의학회는 물론이고 교육 수요자인 의대생과 전공의들도 이 문제에 대한 올바른 교육의 필요성을 인식해야 한다. 이러한 총체적인 노력을 통해서 더디더라도 의료계, 제약회사, 환자, 정부가 모두 만족하는 바람직한 의료 문화를 만들어 낼 수 있기를 기대해 본다. ◎

## 색인어

의대생, 전공의, 의사-제약회사 관계, 이해상충

35) AMSA는 이러한 정보를 어떤 방법으로 어떤 내용을 제시하였는지에 관한 것을 <http://amsascorecard.org/>에 제시하고 있다.

36) Oxman AD et al. No magic bullets: a systematic review of 102 trials of interventions to improve professional practice. Can Med Assoc J 1995 ; 153 : 1423-1431.



## Ethical Issues Concerning the Relationship between Medical Students/Residents and the Pharmaceutical Industry

CHEONG Yoo-Seock\*, PARK Jae-Hyun\*\*, Younsuck Koh\*\*\*

### Abstract

The pharmaceutical industry interacts with the medical profession by supporting clinical research and assisting in medical education activities in academic medical centers. Medical students and residents spend years establishing patterns of prescribing and making relationships with pharmaceutical companies. The pharmaceutical industry has a significant presence during residency training, gaining the overall acceptance of trainees, and appears to influence prescribing behavior. Contact with pharmaceutical representatives is common among medical students and residents. Residents acknowledge the potential for industry influence in others, but generally not in themselves, despite evidence that they themselves are influenced as well. The prescriptions written by residents are associated with pharmaceutical representative visits and the availability of samples. A variety of policy and educational guidelines appear to influence residents' attitudes toward interactions with industry representatives, although data on the long-term effects of these interventions are limited. This article contends that medical training programs can benefit from policies and curricula that teach medical students and residents about the influence of marketing and how to critically evaluate the information they receive from industry representatives.

### keywords

medical students, residents, physician-pharmaceutical interaction, conflict of interest

---

\* Department of Medical Ethics, College of Medicine, Dankook University

\*\* Department of Medical Education, School of Medicine, Kyung Hee University: *Corresponding Author*

\*\*\* Department of Medical Humanities & Social Sciences, Department of Pulmonary and Critical Care Medicine, Asan Medical Center, University of Ulsan College of Medicine