



제18회 기부문화심포지엄  
Giving Korea 2018

# 2017 개인기부조사 I : 개인기부실태조사

연구자

·

정익중

(이화여자대학교 사회복지학과 교수)



## 정익중

이화여자대학교 사회복지학과 교수

### ◎ 학력

- University of Washington 사회복지학박사
- 서울대학교 사회복지학 석사

### ◎ 최근 주요 경력

- 초록우산 어린이재단 아동복지정책 자문위원
- 한국청소년정책연구원 연구과제심의위원회 위원
- 법무부 여성아동정책심의위원회 위원

### ◎ 연구실적

- 전종설, 남성희, 강현아, 노충래, 우석진, **정익중** (2014). Factors associated with perceived health among Korean adolescents. *Social Work in Public Health*, 29, 528-539.
- 강현아, **정익중**, 전종설, 노충래, 우석진 (2014). The outcomes of foster care in South Korea ten years after its foundation: A comparison with institutional care. *Children and Youth Services Review*, 39, 135-143.
- 박재연, **정익중** (2014). Adolescent suicide triggered by problems at school in Korea: Analyses focusing on depression, suicidal ideation, plan, and attempts as four dimensions of suicide. *Child Indicators Research*, 7(1), 75-88.

# 기부와 자원봉사의 중복효과: 보완 또는 대체?

## 1. 들어가며

Giving Korea는 우리나라 최초로 민간의 기부실태를 파악하기 위해 2000년에 시작되었고 올해로 18년째를 맞고 있다. Giving Korea 조사가 지속될수록 우리나라 민간 기부현황과 추세를 설명하는 대표적인 자료로서 자리를 굳건히 하고 있다. 시작이 반이라는 말처럼 어떤 일을 시작하기도 어렵지만 어떤 일을 10년 이상 지속한다는 것은 더 어려운 일이다. 지금까지 이어진 조사의 역사 자체가 힘이고 그로 인해 자료의 가치가 점점 높아지고 있다고 생각된다. 특히 통계청에서 진행하는 사회조사에서 2011년부터 기부문항이 포함된 것도 Giving Korea의 영향력을 보여주는 대표적인 일이라 판단된다. Giving Korea 조사의 결과는 다양하게 사용될 수 있는데, 종단적으로 기부 경향을 살펴보는 일은 특히 중요하다. 어떤 시기에 어떠한 사회적 이슈가 기부 참여를 유도했는지, 그 시기에는 어떤 분야에서 기부 참여율이 높았는지 등을 분석한다면 향후 기부의 홍보나 콘텐츠 개발에 참고할 수 있기 때문이다. 이렇게 Giving Korea의 조사 데이터와 분석 결과는 우리나라에서 일반인의 기부 참여를 증진시키고 기부 문화를 확산시키는 것에 많은 기여를 하고 있다.

Giving Korea는 2001년부터 개인 기부와 기업 기부를 격년으로 번갈아가며 조사해 왔다. 매 짝수년도에는 전년도 개인 기부 실태를 조사하여 발표하고 홀수년도에는 전년도 기업 기부 실태조사 결과를 발표하였다. 이에 따라 2018년에는 2017년도 개인 기부에 대한 실태를 조사하였다. 2014년도에는 핵심문항은 변화가 없지만 개인 기부 실태에 대한 좀 더 자세하고 면밀히 내용을 살펴보기 위해 설문을 처음 시작한 2000년보다 그 질문의 양을 대폭 증가시켰다. 하지만 설문조사의 표본수가 1,000여명이어서 충분히 유의미한 표본수가 확보되지 못했다. 이에 2016년에는 표본수를 2,500명을 확보해 조사하는 등 표본수를 증가시키기 위해 노력했고, 설문문항을 줄이는 개편을 단행하고 대면 면접조사에서 전화 설문조사로 큰 변화를 가져왔다. 2018년도에도 표본수 2,011명을 확보하여 유의미한 결과를 도출하려고 노력했다.

또한 2018년도 조사에서는 전화 설문조사의 단점을 보완하기 위해 컴퓨터를 이용한 온라인조사를 시행하였다. 대면 면접조사와 전화 설문조사 간에는 그 결과 차이가 큰 편이다(de Leeuw, 1992; Weeks, Kulka, Lessler, & Whitmore, 1983). 하지만 온라인 조사와 대면 면접조사의 신뢰도 차이에 대해서는 조사방법 상의 차이가 크지 않다는 사실이 보고되고 있다. Greenberg와 Weiner(2014)에 따르면 온라인 설문조사를 시행하기 전에 조사를 충분히 설명하는 메일을 보내게 된다면 참여자들이 설문조사에 대한 중요성을 인식하게 되고, 이는 조사의 신뢰도를 높이는 효과로 이어질 수 있다고 보고하였다. 문항의 누락으로 인한 오류를 줄이기 위해 한 페이지에 무응답이 있으면 다음 페이지로 넘어가려 할 때 경고메시지가 뜨도록 설정해 놓음으로써 응답의 누락을 없앴고, 이는 오류를 크게 줄이는 효과로 나타날 수 있다(Schonlau, Fricker, & Elliott, 2002). 온라인조사는 다른 조사방법에 비해 무응답을 축소할 수 있는 다양한 장치를 가지고 있으며 이를 통해 무응답의 비율을 급격하게 감소시키고 있다. 이번 기빙코리아 조사에서도 무응답이 거의 없는 결과를 산출하였다. 다양한 조사방법을 비교하여 온라인 조사의 효과성에 대해 입증한 연구들도 있었는데, Fisher와 Herrick(2013)은 인터넷 조사와 이메일 조사를 실시하고 응답률을 비교한 결과 이메일 조사와 인터넷 조사도 편향을 줄이면서 대표성을 확보할 수 있다는 사실을 입증하였다. Schillewaert와 Meulemeester(2005)의 연구에서는 온라인과 오프라인 표집 방법의 차이로 인해 인구통계학적 특성을 통제하지 않을 때 상이한 결과를 생성했지만, 이 특성요인을 통제하면 태도, 관심사 및 의견의 관점에서 유사한 결과를 생성하는 것으로 나타났다. 또한 Zhang 외(2017)의 연구에서는 연구대상 13개의 척도 중 9개의 척도에서 대인면접 설문, 전화설문, 온라인설문, 오프라인 설문의 차이가 없는 것으로 나타났고 나머지 4개의 척도에서도 부분적으로만 차이가 있는 것으로 나타났다. 국내에서도 이와 관련된 연구가 진행되었는데, 권익현 외(2005)의 패널을 이용한 온라인 조사와 오프라인 조사 자료 사이의 신뢰도에 대한 탐색적 연구 결과, 온라인 조사 자료는 오프라인 조사 자료와 매우 높은 상관관계를 보여 그 신뢰도가 수용가능한 수준임이 밝혀졌다. 또한 이지영 외(2006)의 연구에서는 예측 타당도와 내적일관성 신뢰도 측면에서 온라인 조사가 오프라인 조사보다 우월하였고, 개념 타당도와 동형검사 신뢰도의 측면에서는 온라인 조사와 오프라인 조사 간 차이가 없었다는 결과가 나타나기도 했다. 이러한 선행연구 결과들은 온라인 설문과 오프라인 설문의 신뢰도 차이

가 크지 않으며, Giving Korea의 온라인 설문 결과가 이전 조사결과와 비슷하게 신뢰할 만한 수준임을 예상할 수 있다.

하지만 Giving Korea 조사가 신뢰할 수 있는 자료인지에 대한 의문은 계속되고 있다. 조사결과에 대한 올바른 평가를 위해서는 민간 기부에 대한 정확한 통계자료와의 비교분석이 필요하다. Giving Korea 외에도 한국조세재정연구원에서 2008년부터 조사하여 구축하고 있는 재정패널 자료에서도 민간 기부에 관한 조사가 진행되고 있다. 5,000여 가구를 조사하는 재정패널 자료는 표본의 대표성 측면에서 Giving Korea 자료보다 낫다고 볼 수 있지만, 이 조사자료는 가구 단위 조사이기 때문에 개인 단위로 조사하는 Giving Korea와의 직접적인 비교가 어렵다는 문제점이 있다. 이렇게 민간에서 기부 영역에 대한 조사의 어려움을 겪는 가운데, 2011년 통계청에서 처음으로 전국의 38,000여명을 대상으로 민간 기부에 대한 본격적인 사회조사를 시작하였다. 사회 조사는 Giving Korea와 마찬가지로 격년으로 기부금에 관한 조사가 이루어져 현재까지 2011년, 2013년, 2015년, 2017년의 개인 기부실태에 대한 조사 결과가 공개되어 있다. 따라서 이 연도들의 사회조사 기부 참여율과 평균 기부금액 수준은 Giving Korea 자료와의 비교가 가능하다는 장점이 있다.

이에 본 연구에서는 2018년 Giving Korea 실태조사를 바탕으로 하되 사회조사 자료와 영국 CAF(Charities Aid Foundation)의 조사결과 등을 사용하여 비교 분석을 진행하고자 한다. 먼저 조사대상 및 조사설계를 설명하고 기부 참여율 및 기부금액, 기부자 그룹 주요 조사결과에 대해 살펴볼 것이다. 또한 지금까지 수많은 연구들이 기부나 자원봉사에 영향 미치는 요인 즉, 독립변수에 관심을 가지고 있었던 반면, 이번 연구는 기부와 자원봉사가 그들의 발달산물에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보려고 한다. 따라서 이 연구에서는 기부와 자원봉사 여부에 따라 사람들의 삶에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 검증하고 이를 통해 기부와 자원봉사활동 간의 중복관계가 발달산물에 대한 영향에 있어 서로 보완적인 것인지, 서로 대체적인지에 대해 고찰하고자 한다. 만약에 보완적 관계라면 기부와 자원봉사를 동시에 하는 것이 훨씬 더 발달산물에 긍정적인 영향을 미칠 것이고, 대체적 관계라면 기부와 자원봉사를 동시에 한다는 것이 각각 기부와 자원봉사를 독립적으로 하는 것과 별다른 차이가 없을 것이다. 이러한 결과는 더 많은 기부자와 자원봉사자들을 발굴하고 지속적인 참여를 이끌어내기 위한 기부 및 자원봉사 활성화 방안의 기초자료가 될 것이다.

# 1) 기부행동과 자원봉사활동 간의 관계

## (1) 대체관계

기부와 자원봉사의 대체적 관계를 설명하는 이론에는 대표적으로 합리적 선택이론(rational choice theory)과 공공재 모형(public goods model) 등이 있다. 먼저 합리적 선택이론은 기부와 자원봉사 간의 대체적 관계를 설명한 대표적인 경제학 이론이다. Andreoni(1990: 김지혜, 정익중, 2012; 강철희 외, 2017에서 재인용)는 Becker(1974)의 합리적 선택이론을 자선행동에 적용하여, 개인은 자선 등의 행동을 선택할 때 이성적으로 행동의 대안들 중 상대적인 비용과 편익을 비교하여 행동을 선택한다고 설명한다. 합리적 선택의 관점에서, 돈과 시간의 기부라는 대안적인 두 가지 중 하나를 선택하는데 여가시간이 많으면 봉사활동을 선택하고, 시간적 여유가 없으면 돈을 기부하기 때문에 기부와 봉사활동 간에는 상충관계가 있다는 것이다(Freeman, 1997: 김지혜, 정익중, 2012에서 재인용). 이러한 상충관계 가설에 따르면 많은 여가시간이 있는 사람들은 더 많이 자원봉사를 하지만 기부는 더 적게 하고, 반대로 높은 소득을 갖고 있는 사람들은 돈을 기부하지만 자원봉사활동은 덜 하는 것으로 나타난다는 것이다(Wilson, 2000).

기부와 자원봉사 간 대체적 관계를 설명하는 또 다른 관련 이론으로 공공재 모형이 적용될 수 있다. 공공재 모형에 의하면, 개인은 순수한 이타주의자로서 공공재의 효과를 극대화하고자 하는 욕구를 지니고 가장 효율적인 방법으로 나눔을 실천하는 존재이기 때문에 개인은 자신이 얻게 되는 편익과 상관없이 공공재를 생산하는 자선단체 등의 사회단체에 돈과 시간 중 보다 효율적인 것이라 판단되는 것을 기부할 수 있다고 설명한다(Warr, 1982; Roberts, 1984; Bergstrom et al., 1986; 강철희 외, 2017). 이러한 시각에서는 순수한 이타주의자로서 개인은 보다 효율적인 행동을 지향하는데 그 과정에서 금전적 기부와 시간적 자원봉사는 대체적 관계로 형성될 가능성이 높다는 것이다(강철희 외, 2012; 김지혜, 정익중, 2012; Duncan, 1999).

## (2) 보완관계

기부와 자원봉사가 보완적 관계임을 논의하는 이론에는 대표적으로 소비모형 (consumption model)과 사회자본이론(social capital theory) 등이 있다. 경제학적 관점에서 소비모형은 개인을 순수하지 않은 이타주의자라고 가정하고, ‘warm-glow’와 같은 편익에 의해 동기화되는 개인은 금전적 기부와 시간 기부로부터 각기 다른 편익을 얻을 수 있기 때문에 어느 하나의 선택적 행동을 하기 보다는 둘 다에 관여할 수 있음을 논의한다(강철희 외, 2017; 강철희 외, 2012; Bauer et al., 2013). 기부하면서 누구나 한번쯤 경험했을 법한 느낌을 ‘따뜻한 빛’에 비유하여 ‘warm-glow’라고 한다. 만일 사람들이 뿌듯한 느낌을 얻기 위해 기부한다면 그 행위는 결코 순수한 의미의 이타심에서 우러난 것으로 보기 어렵다는 것이다. 이는 신고전학과 경제학의 효용이론을 그대로 유지하면서 기부 행위의 동기를 넓은 의미의 이기심으로 설명한다는 특징을 지닌다. 예를 들어, 개인은 자원봉사를 통해 경력개발과 같은 개인적 편익을 얻고, 기부를 통해 공공재 확대에 기여한다는 ‘warm-glow’의 편익도 얻을 수 있기 때문에 두 가지 모두에 관여할 수 있다는 것이다(강철희 외, 2017; 강철희 외, 2012).

다음으로 사회자본이론도 기부와 자원봉사의 보완적 관계를 설명하는 근거가 된다. 사회자본은 개인 및 지역 차원의 대표적인 사회적 변수이다. 사회자본에 대한 정의는 학자마다 다르지만, 공통적으로 개인 간 혹은 집단 간 관계에 존재하고 그 구성원들이 활용할 수 있는 무형의 자원을 의미한다(어유경 외, 2017; Coleman, 1988). 사회자본이론가 Putnam(2000: 강철희 외, 2017에서 재인용)은 사회에의 참여, 특히 사회공동체를 위한 다양한 형태의 관여를 통해 신뢰가 구축되고, 신뢰의 구축은 다시 참여를 강화시키는 선순환 관계가 존재함을 강조하는데, 이러한 설명 과정에서 참여의 핵심 내용이 될 수 있는 자원봉사와 기부 등의 활동은 선별적으로 구분되는 것이 아니라 통합적으로 이뤄질 수 있는 것임을 제시한다. 즉, 다양한 형태의 참여가 신뢰를 증진시키고, 신뢰는 기부와 자원봉사활동에의 참여를 강화시키고 이는 다시 신뢰를 증진시키는 선순환적 구조 속에 자원봉사와 기부가 통합적으로 행해질 수 있는 것임을 논의한다(강철희 외, 2017; Bekkers, 2002). 네트워크가 촘촘하고 신뢰가 높은 긍정적 사회는 고립과 불신에 의한 막대한 사회적 비용을 피할 수 있는데, 기부와 봉사는 모두 긍정적 사회에서 나타나는 통합 산물의 두 가지 형태라는 것이다. 타인의 복지에 대해



더 관심을 느끼는 사람들은 기부뿐만 아니라 봉사활동도 더 많이 한다는 것이다. 공감과 수용과 같은 친사회적 개인 성향은 실제로 자원봉사와 기부에 동시에 영향을 미친다는 연구들이 많이 있다(김지혜, 정익중, 2012).

## 2. 기빙코리아 2018 조사결과

### 1) 조사대상

Giving Korea 2018 조사는 우리나라의 만 19세 이상 성인 남녀를 대상으로 2018년 5월 14일부터 5월 30일까지 2주일에 걸쳐 이루어졌다. 2018년 4월 행정안전부의 주민등록 인구현황에 근거하여 지역별, 성별, 연령별 비례할당 후 무작위추출하였고 컴퓨터를 이용한 온라인 조사를 실시하여 전국을 대표할 수 있는 총 2,011명의 표본을 확보하였다.

Giving Korea 2018에서는 응답자에게 작년 1년 동안 기부를 했던 경험이 있었는지 여부를 묻고 기부 경험이 있었다고 답한 사람에게는 기부분야, 기부금액(물품 외 금전 기부금액), 정기적 기부 여부 등에 관해 응답하게 하였다. 그리고 기부에 대한 질문 다음으로 작년 1년간 자원봉사를 한 경험이 있는지에 대해 물었고 여기서 정기적 자원봉사 여부와 자원봉사 기간에 대해 답하게 하였다.

기부와 자원봉사 참여 여부를 묻는 문항의 응답을 통해서 기부/자원봉사 모두 한 사람, 기부만 한 사람, 자원봉사만 한 사람, 기부/자원봉사 모두 안 한 사람으로 그룹을 나눌 수 있었다. 그리고 이 네 그룹에 대한 공통적인 질문에서는 기부 요청 방식별 호감도, 삶의 만족도, 우리 사회의 신뢰도에 관한 의견에 대한 문항이 있었다.

본 조사대상의 인구통계학적 특성에 대한 기초통계는 <표 1>과 같이 나타났다.



〈표1〉 조사대상의 인구통계학적 특성

항목	구분	빈도(명, N=2011)	비율 (%)
성별	남	994	49.4
	여	1017	50.6
연령	20대	348	17.3
	30대	345	17.2
	40대	407	20.2
	50대	403	20.0
	60대 이상	508	25.3
학력	고졸 이하	1,025	51.0
	대졸 이상	986	49.0
수도권 거주	수도권 거주	996	49.5
	비수도권 거주	1,015	50.5
혼인여부	미혼	555	27.6
	기혼	1,320	65.6
	별거/이혼/사별	136	6.8
가구원수	1명	160	8.0
	2명	495	24.6
	3명	498	24.8
	4명	636	31.6
	5명 이상	222	11.0

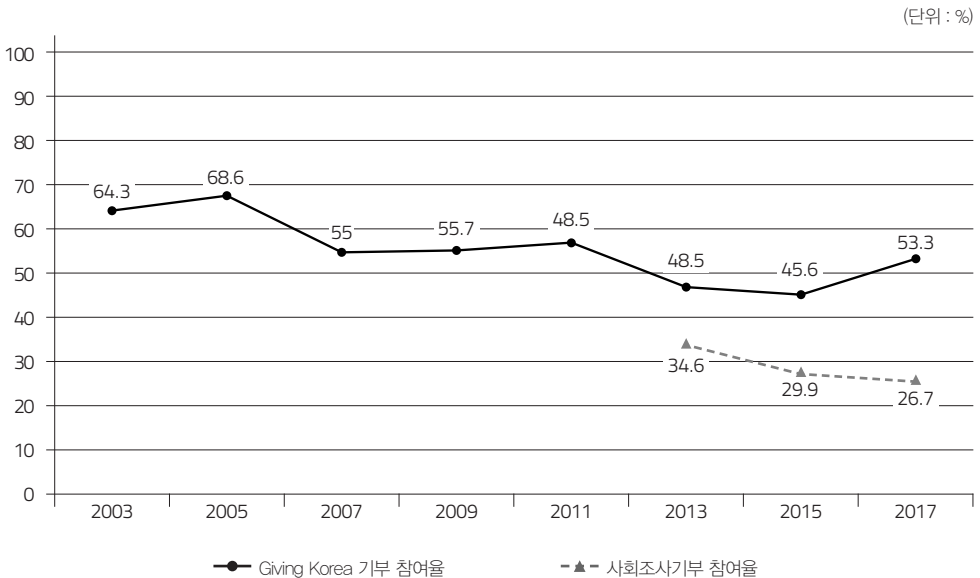
## 2) 기부 참여율 및 기부금액

### (1) 기부 참여율과 기부금액의 Giving Korea와 사회조사 비교

〈그림 1〉은 Giving Korea 조사의 기부 참여율과 사회조사의 기부 참여율의 변화 추이를 보여주고 있다. Giving Korea 조사의 기부 참여율은 2015년의 45.6%보다 2017년에 53.3%로 증가한 것으로 나타났고 사회조사 기부참여율은 2015년의 29.9%보다 2017년에 26.7%로 감소한 것으로 나타나 서로 동조 경향을 보이던 변화추이가 다르

게 나타나고 있다. Giving Korea 조사의 기부 참여율 그래프를 기준으로 보면, 2003-2017년도의 평균 기부참여율은 56.1%로 나타났고 표준편차는 7.58 이었다. 사회조사 그래프에서는 2013-2017년도의 평균 기부 참여율은 30.4%이고 표준편차는 3.97로 나타났다. 참여율의 평균과 표준편차를 통해 장기적 경향성으로 본다면 이전 조사와 크게 다른 것으로 해석하기보다 비슷하다고 해석하는 것이 더 맞을 것이다. 따라서 기부 참여율이 이전 조사보다 높아졌고 낮아졌음에 집중하기보다 이제 기부가 비교적 안정화 경향을 찾고 있음에 주목하는 것이 바람직하지 않을까 생각한다.

〈그림1〉 기부 참여율 추세변화



또한 <표 2>는 2011년부터 2017년까지의 기부 참여율의 세부 구분에 대한 것이다. <그림 1>에서 2011-2013 구간 기부 참여율이 약 10% 정도 감소하는 것을 볼 수 있었다. 하지만 <표 2>를 보면 2011-2013년의 정기기부자 수에는 차이가 없고 일시기부자 수만 100명 가량 감소했기 때문에, 2011-2013 구간에서 기부 참여율에 영향을 끼친 요인은 일시기부자의 감소 때문인 것으로 보인다. 2015-2017 구간도 마찬가지로 정기기부자의 수에는 거의 변동이 없지만 일시기부자의 증가로 인해 전체 기부 참여율이 증가한 것으로 보인다. 따라서 이번 결과를 통해 향후 기부의 일시적 변동보다 정기기부자의 안정성에 초점 맞추는 것이 더 바람직할 것으로 보인다.

〈표2〉 기부 참여율의 세부 구분

	2011	2013	2015	2017
전체	1,029	1,007	2,500	2,011
기부자	591	488	1,140	1,072
정기기부자	187	186	751	637
일시기부자	404	302	365	435
비기부자	438	519	1,360	939
정시기부율	18.2%	18.5%	30.4%	31.6%
일시기부율	39.2%	30.0%	14.6%	21.6%

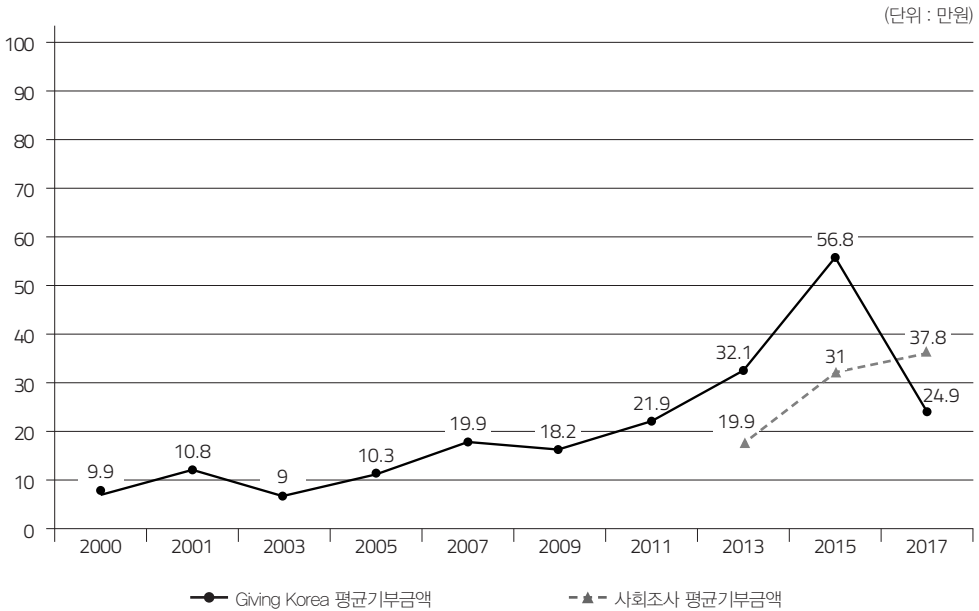
주: 2015년도 기부자 수는 1,140명이지만, 정기기부나 일시기부 질문은 현금 기부자 1,116명 대상으로 설문 진행함

〈그림 2〉는 Giving Korea 조사와 사회조사에서 기부에 참여한 사람들의 평균 기부금액 추세를 보여주고 있다. Giving Korea 조사 그래프를 보면 기부자들의 평균 기부금액은 꾸준히 증가하는 추세를 보이다 이번 조사에서 감소하는 것을 볼 수 있다. 2015년에 1억 이상 기부한 고액 기부자 2명의 사례를 제외하고도 37.3만원이었다는 결과를 고려하면 이번 조사에서는 그에 비해 12.4만원 감소한 것을 알 수 있다. 한편, 사회조사에서는 2013년부터 2017년까지 평균 기부금액이 점차 증가한 것을 볼 수 있다.

Giving Korea 조사와 사회조사는 완벽하게 비교 가능한 자료는 아니다. 사회조사는 조사대상, 조사방법, 조사시점 등의 차이로 인하여 관련 유사통계 결과와 다를 수 있다고 보고하고 있다. 조사시점이 정확하게 일치하지 않고 조사대상도 Giving Korea는 만 19세 이상이고 사회조사는 만 13세 이상으로 다르고, 조사방법도 Giving Korea는 온라인조사이고 사회조사는 대인 면접조사라는 점에서 다르다. 또한 이전 분석에서 Giving Korea 조사와 사회조사 결과 간 차이의 원인을 조사방법뿐만 아니라 조사 내용에서 추론하기도 하였다(송헌재, 2016). Giving Korea 조사의 경우 처음부터 기부에 대한 조사임을 밝히기 때문에 만일 응답자가 본인의 기부경험을 드러내고 싶지 않은 경우 설문조사 자체를 거절할 개연성이 있다. 반면 사회조사는 기부를 포함하여 소득, 소비, 노동, 복지, 문화, 여가 등 다양한 분야에 광범위한 조사가 이루어지기 때문에 본인의 기부경험을 드러내고 싶지 않은 경우에도 조사에 포함될 수 있어서 이러한 기부율 차이가 나타났다는 것이다. 현재 주어진 정보만을 가지고 이러한 차이의 원

인을 정확하게 분석하고 검증하기에는 무리가 있지만 향후 두 자료가 충분히 축적된다면 그 원인도 좀 더 정확하게 분석될 수 있을 것이다.

〈그림2〉 기부자 평균 기부금액



주: 2015년 기빙코리아 평균기부금액은 1억 이상 고액기부를 제외했을때 37.3만원 임.

## (2) 기부분야별 기부 참여율과 기부 금액 비교

조사 결과에 따르면 2017년 한 해 동안 기부를 경험한 사람의 비율은 53.3%로 나타났다. 이 기부 참여율을 기부/봉사 모두 한 사람, 기부만 한 사람을 나눠서 비교해 보았다. 기부/자원봉사 경험 여부에 대한 빈도와 비율은 <표 3>과 같다. 기부/봉사 모두 한 사람은 22.5%, 기부만 한 사람은 30.8%, 봉사만 한 사람은 9.8%, 모두 경험이 없는 사람은 36.8%로 나타났다. 자원봉사와 기부 모두 한 사람 452명 중 정기 기부자는 303명(67.04%), 일시 기부자는 149명(32.96%)으로 정기 기부자에서 자원봉사와 기부를 모두 하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 기부자 중 봉사는 하지 않고 기부만 한다는 비율이 57.7%로 나타났고 봉사자 중 기부는 하지 않고 봉사만 한다는 비율은 30.3%로 나타나 봉사자가 더 많은 비율로 기부와 봉사를 중복하고 있음을 알 수 있다.

〈표3〉 기부/자원봉사 경험여부

	기부/봉사 모두 경험있음	기부만 경험있음	봉사만 경험있음	모두 경험없음	합계
빈도(명)	452	620	198	741	2011
비율(%)	22.5	30.8	9.8	36.8	100.0

이후 기부자들에게 작년어느 분야에 얼마나 기부하였는지 조사하였다. 여러 분야에 기부했던 경우 분야별로 모두 응답하도록 하였다. 〈표 4〉의 기부 분야별 기부 참여율을 살펴보면 국내 자선분야 참여율이 기부/봉사 모두 한 사람이 34.3%, 기부만 한 사람이 39.6%, 합계 73.9%로 가장 높았다. 다음으로 해외구호 분야가 31.1%(기부/봉사 모두 한 사람: 14.1%, 기부만 한 사람: 17%), NGO 분야 24.1(기부/봉사 모두 한 사람: 13.6%, 기부만 한 사람: 10.5%) 등의 순으로 기부 경험 비율이 높았던 것으로 나타났다. 이는 우리나라 기부자들이 국내 불우이웃을 돕는데 가장 관심이 크다고 해석할 수 있다.

기부 참여율이 가장 높은 이 세가지 분야를 좀 더 살펴보면, 국내자선과 해외구호 분야는 기부만 한 사람의 참여율이 기부/봉사 모두 한 사람의 참여율 보다 높았다. 반면, NGO 분야는 기부/봉사 모두 한 사람의 참여율이 더 높았다. 이를 통해 NGO 분야 기부 참여자들은 기부뿐만 아니라 자원봉사활동을 하는 것에도 적극적이라는 사실을 알 수 있다. 또한 교육, 문화예술, 의료, 지역사회 분야에서도 기부/봉사 모두 한 사람의 기부 참여율이 기부만 한 사람의 참여율 보다 높게 나타났고, 이를 통해 이 분야의 기부 참여자들이 기부와 봉사활동을 병행하는 비율이 높다는 것을 알 수 있다.

영국의 CAF(Charities Aid Foundation)의 ‘UK GIVING 2018’ 자료와 비교해보면 영국에서는 의료연구 분야가 26%로 기부 참여율이 가장 높았고, 동물복지 24%, 아동·해외구호·호스피스 분야가 23%로 나타났다. 영국과 한국은 의료시스템이 다르고 문화적 차이가 있기에 직접적인 비교는 어렵지만, 최근 우리나라에서도 반려동물을 키우는 사람들이 급증한 만큼 동물복지 영역도 하나의 기부 분야로 생성되어야 할 필요성을 고려해 볼 수 있다.

〈표4〉 분야별 기부 참여율

(단위 : 명, %)

	기부/봉사 모두 한 사람 (N=452)	기부만 한 사람 (N=620)	전체 응답자 (N=1,072)
국내자선	368 (34.3)	424 (39.6)	792 (73.9)
해외구호	151 (14.1)	182 (17.0)	333 (31.1)
교육	59 (5.5)	37 (3.5)	96 (9.0)
의료	45 (4.2)	37 (3.5)	82 (7.6)
문화예술	38 (3.5)	14 (1.3)	52 (4.8)
NGO	146 (13.6)	113 (10.5)	259 (24.1)
지역사회	74 (6.9)	46 (4.3)	120 (11.2)
기타	42 (3.9)	53 (4.9)	95 (8.8)

다음으로 해당 분야에 기부한 사람들의 분야별 평균 기부금액을 살펴보면 〈표 5〉와 같다. 교육분야의 평균 기부금액이 약 24만원으로 가장 많고 다음으로 기타 분야 약 22만원, 지역사회 약 15만원 순으로 나타났다. 〈표 4〉에서 살펴본 것처럼 우리나라 기부자들의 기부분야별 참여율에서는 국내자선 분야 참여율이 가장 높다. 하지만 참여율이 가장 높은 국내자선 분야의 평균기부금액은 13만원 정도로, 교육분야 평균기부금액보다 10만원이나 적다. 교육분야의 기부 참여율은 9% 정도였지만 평균기부금액은 높게 나타났는데, 이는 교육분야에 기부를 하는 사람들은 적지만, 그 기부자들이 낸 기부금액이 다른 분야의 기부금액보다 월등히 높아서인 것으로 보인다. 또한 국내자선 분야의 기부자들은 그 수가 많고, 교육 분야에 비해 소액의 기부를 하는 것으로 보인다.

이를 기부와 자원봉사 모두 한 사람, 기부만 한 사람으로 나눠서 살펴보면 교육분야에서 기부/봉사 모두 한 사람의 평균 기부금액은 29만원, 기부만 한 사람은 14만원으로, 기부와 봉사를 모두 한 사람의 기부금액이 훨씬 높았다. 기타 분야에서 기부/봉사 모두 한 사람의 평균 기부금액은 24만원, 기부만 한 사람은 21만원이었다. 지역사회 분야는 기부/봉사 모두 한 사람 평균 기부 금액은 18만원, 기부만 한 사람 10만원으로 나타났다. 그리고 문화예술 분야를 제외한 모든 분야에서 기부/봉사를 모두 한 사람의 기부금액이 기부만 한 사람의 기부금액보다 높았다. 강철휘 외(2017)의 연구에서 기부

금액과 자원봉사시간의 관계를 분석한 결과 기부금액과 자원봉사시간의 상관관계가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났는데, 이 결과는 기부와 봉사가 서로 영향을 주고 받는다는 보완관계의 주장을 뒷받침해줄 만한 증거로 보인다.

〈표5〉 분야별 평균 기부금액

(단위 : 만원)

	기부/봉사 모두 한 사람 (N=452)	기부만 한 사람 (N=620)	전체 (N=1,072)
국내자선	13.35	13.12	13.32
해외구호	14.32	13.19	13.71
교육	29.15	14.10	24.33
의료	18.0	10.85	14.78
문화예술	8.91	8.93	8.37
NGO	14.67	13.08	13.98
지역사회	18.11	10.50	15.21
기타	24.55	21.73	22.99

### 3) 기부자집단의 주요 조사결과

기부자들에게는 기부를 하게 된 가장 중요한 이유, 기부단체를 선택하는 가장 중요한 기준, 기부 관련 의견 등을 물어보았다.

#### (1) 기부 요인

먼저 기부 요인에 대한 조사 결과를 이전 결과들과 비교했을 때 기부에 대한 인식 변화가 생긴 것으로 나타났다. 〈표 6〉의 전체응답자 조사결과를 보면 ‘남을 돕는 것이 행복해서’라고 응답한 확률이 지난 2015년 29.6%에서 이번 조사에서는 20.6%로 감소한 반면 ‘남의 도움을 받은 적이 있고 이를 갚고 싶어서’라고 응답한 확률은 5.4%에서



9.6%로 증가했다. 또한 이전 조사에서는 동정심이나 ‘불쌍한 사람들을 위해서’가 1순 위였는데 이번 조사에서는 ‘시민으로서 해야 할 책임이라고 생각해서’가 31.3%로 가장 높은 순위를 차지한 것을 고려할 때, 사람들의 기부 인식이 동정심에 기반한 감성적 동기에서 사회적 책임감에 기반한 이성적 동기로 변화하고 있다고 볼 수 있다.

기부 요인을 자원봉사와 기부 모두 한 사람과 기부만 한 사람의 두 집단으로 나누어 살펴본 결과는 <표 7>과 같다. 자원봉사와 기부 모두 한 사람들의 경우 기부를 하게 된 가장 중요한 이유로 ‘시민으로서의 해야 할 책임이라고 생각해서’라고 응답한 비율이 34.1%로 가장 높게 나타났고 ‘남을 돕는 것이 행복해서’라는 답변이 27%로 그 다음을 차지했다. 반면, 기부만 한 사람들의 경우 ‘불쌍한 사람들을 위해서’라는 답변이 34.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘시민으로서의 해야 할 책임이라고 생각해서’ 라는 응답이 26.4%로 뒤를 이었다. 이를 통해 자원봉사와 기부 모두를 하는 사람들과 기부만 하는 사람들 모두 기본적인 민주사회의 시민으로서의 책임감은 있지만, 자원봉사와 기부 모두를 하는 사람들은 남을 돕는 것에서 행복을 느껴 기부를 하는 확률이 더 높은 반면 기부만 하는 사람들은 불쌍한 사람들을 위해 기부를 하는 확률이 높다는 점에서 기부 대상자들에 대한 인식이 다르다고 보인다. 또한 ‘세제혜택을 받기위해’, ‘주변이나 소속 조직에 의해’ 기부를 하는 확률이 기부만 한 집단에서 더 높게 나타난 점을 고려할 때, 기부만 하는 사람들의 기부요인은 아직까지 외부적 요인도 상대적으로 크다고 볼 수 있다.

<표6> 기부 동기

(단위 : %)

	2011	2013	2015	2017
1순위	동정심 (62.1)	동정심 (63.5)	불쌍한 사람들을 위해서 (30.8)	시민으로서 해야 할 책임이라고 생각해서 (31.3)
2순위	사회에 대한 책임감(59.4)	사회적 책임감 (62.9)	남을 돕는 것이 행복 (29.6)	불쌍한 사람들을 위해서 (28.9)
3순위	개인적 행복감 (57.7)	개인적 행복감 (62.7)	시민으로 해야 할 책임 (29.3)	남을 돕는 것이 행복해서 (20.6)

4순위	종교적 신념 (34.9)	종교적 신념 (34.4)	남의 도움 받은 것을 갚기 위해 (5.4)	남의 도움을 받은 적이 있고 이를 갚기 위해서 (9.6)
5순위			기부금 세제 혜택(3.0)	기부금에 대한 세제혜택을 받기위해서 (3.0)
6순위				기타 (5.4)
7순위				주변/ 소속조직의 권유/ 영향에 의해서(1.1)

주: 2011년, 2013년의 경우 중복응답 가능

〈표7〉 기부와 자원봉사 여부에 따른 기부 동기

(단위 : %)

	기부/자원봉사 모두 한 사람 (N=452)	기부만 한 사람 (N=620)
1순위	시민으로서의 해야할 책임이라고 생각해서 (34.1)	불쌍한 사람들을 위해서 (34.8)
2순위	남을 돕는 것이 행복해서 (27.0)	시민으로서의 해야할 책임이라고 생각해서 (29.4)
3순위	불쌍한 사람들을 위해서 (20.8)	남을 돕는 것이 행복해서 (16.0)
4순위	남의 도움을 받은 적이 있고 이를 갚고 싶어서 (11.7)	남의 도움을 받은 적이 있고 이를 갚고 싶어서 (8.1)
5순위	기타 (4.2)	기타 (6.3)
6순위	기부금에 대한 세제혜택을 받기 위해 (1.5)	기부금에 대한 세제혜택을 받기 위해 (4.0)
7순위	주변/소속 조직의 권유/ 영향에 의해서 (0.7)	주변/소속 조직의 권유/ 영향에 의해서 (1.5)

## (2) 기부단체의 선택 기준

기부단체의 선택 기준에 대한 응답 결과는 <표 8>과 같다. 기부단체를 선택하는 기준에 있어서 전체응답자들은 ‘기부단체의 투명성과 신뢰성’을 가장 높게 응답하였다. 이는 2015년과 동일한 결과이지만, 2015년도 조사결과에서는 51%였던 비율이 이번에 55.6%로 4.6%가 증가하였다. 이를 통해 기부에 가장 영향을 미치는 것은 여전히 기부단체에 대한 신뢰도인 것을 알 수 있다.

기부와 자원봉사 여부에 따른 결과를 살펴보면, 두 집단에서 거의 비슷한 수준으로 나타났다. ‘기부단체의 투명성과 신뢰성’이 각각 55.5%, 55.6%로 나타났고, 다른 기준들에 대해서도 자원봉사와 기부 모두 한사람들과 기부만 한 사람들의 응답이 거의 비슷했다. 그러나 두 집단 간의 차이가 ‘기부단체의 활동 분야나 수혜자에 대한 관심’에서는 기부/자원봉사 모두 한 사람이 4.6% 더 높게, ‘기부단체의 직접 홍보나 요청’은 기부만 한 사람이 2.5% 더 높게 나타났다. 이를 통해 자원봉사와 기부 모두 한 사람들은 기부단체의 홍보나 요청 같은 외부적 요인보다는 기부단체의 활동이나 수혜자에 대한 관심과 같은 내부적 요인으로 기부단체를 선택하는 경향이 더 높은 편이라고 해석할 수 있다.

<표8> 기부단체의 선택 기준

(단위 : %)

	전체 응답자 (N=1072)	기부/자원봉사 모두 한 사람 (N=452)	기부만 한 사람 (N=620)
1순위	기부단체의 투명성과 신뢰성 (55.6)	기부단체의 투명성과 신뢰성 (55.5)	기부단체의 투명성과 신뢰성 (55.6)
2순위	기부단체의 활동 분야나 수혜자에 대한 관심 (26.6)	기부단체의 활동 분야나 수혜자에 대한 관심 (29.2)	기부단체의 활동 분야나 수혜자에 대한 관심 (24.7)
3순위	기부단체에 대한 지인의 소개나 권유 (6.0) / 기부단체의 인지도 (6.0)	기부단체의 인지도 (5.8)	기부단체에 대한 지인의 소개나 권유 (6.5)
4순위		기부단체에 대한 지인의 소개나 권유 (5.3)	기부단체의 인지도 (6.1)
5순위	기부단체의 직접 홍보나 요청 (4.8)	기부단체의 직접 홍보나 요청 (3.3)	기부단체의 직접 홍보나 요청 (5.8)
6순위	기타 (1.1)	기타 (0.9)	기타 (1.3)

### (3) 기부 관련 의견

기부관련 의견을 묻는 질문에 ‘대체로 동의한다, 매우 동의한다’로 응답한 응답자의 비율을 살펴보면 <표 9>와 같다. ‘기부는 전체사회의 통합과 발전을 위해 필요하다’로 응답한 사람이 가장 많았고(86.4%), 그 뒤로 ‘기부금을 필요로 하는 기부단체들이 많이 있다’(82.5%), ‘기부는 나의 신념에 맞는 행동이다’(67.4%) 등이 뒤를 이었다.

기부에 대한 의견은 자원봉사와 기부 모두 한 사람과 기부만 한 사람에게서 비슷한 순위로 나타났으나 그 수준은 약간씩 차이가 있었다. 두 집단 모두 ‘전체 사회의 통합과 발전을 위해 필요하다’고 응답한 결과가 각각 94.7%, 89.7%로 가장 높았고 그 뒤를 이어 ‘기부금을 필요로 하는 기부단체들이 많이 있음’이 각각 88.5%, 85.5%로 나타났다. 이후에는 ‘나의 신념에 맞는 행동임’, ‘의무감이 있다고 느낌’의 답변 순으로 응답 결과가 나타났다. 특히 ‘의무감이 있다고 느낌’이라고 응답한 사람들은 자원봉사와 기부 모두를 한 집단이 기부만 한 집단보다 15.7% 더 높게 나타났다는 점에서 자원봉사와 기부 둘 다 하는 사람들이 기부만 하는 사람들보다 기부에 대한 책임감이 더 높다고 해석할 수 있다.

이러한 점은 기부 교육의 중요성을 시사한다. 기부에 대한 책임감이나 의무감은 단기간에 형성되기 어렵다. 따라서 기부와 자원봉사 등의 사회참여를 기반으로 사회가 발전해간다는 것을 가정과 학교에서 더욱 비중 있게 가르쳐서 어린 시절부터 아이들이 기부와 자원봉사에 대한 책임감과 의무감을 갖고 사회에 적극적으로 참여할 수 있도록 해야 할 것이다. 기부 문화의 성숙도는 그 사회의 수준과 나라의 국격을 말해주므로 어렸을 때부터 나눔을 생활화할 수 있도록 도와야 할 것이다. 기부와 나눔은 공동체를 유지하는 중요한 요인이라는 점에서 기부 교육은 지금보다 더욱 확산되어야 할 것으로 생각된다. 하지만 기부와 나눔은 도덕이나 윤리교육과 같은 인지적 방법으로 쉽게 습득할 수 있는 것이 아니다(정익중, 2015). 기부 문화는 어릴 때부터 생활로 받아들여져야 하는 것이다. 미래의 기부자인 아동들이 기부나 봉사를 자연스러운 행위로 인식하도록 교육하는 것은 매우 중요하다. 나눔에 대한 긍정적 인식이 몸에 배어 성인이 되면 그만큼 사회 전체의 기부 문화로 자연스럽게 발전하게 된다. 그 시작은 어른들이어야 한다. 나눔은 가르치는 것이 아니라 몸으로 보여주는 것이다. 어른들이 먼저 모범을 보여주면서 가정과 학교가 이를 실천하는 장으로 변화를 꾀하는 것이 기

부 교육의 첫걸음이 되어야 한다. 아이들의 변화만을 요구하는 기부 교육은 의미가 없다. 아이들과 가까이 있는 어른들이 솔선해야 아이들이 변한다는 사실을 기억해야 한다. 기부 교육은 학교에서만 이루어지는 것이 아니다. 기부 교육의 가장 근본적인 현장은 가정이다. 학교에서 배우기 전에 가정에서 자녀들에게 공동체 의식을 가르쳐야 한다. 부모들이 먼저 나눔과 배려, 공동체 의식을 실천할 때 우리 자녀들은 자연스럽게 나눔을 배우게 될 것이다.

〈표9〉 기부 관련 의견

(단위 : %)

	전체 응답자 (N=2011)	기부/자원봉사 모두 한 사람 (N=452)	기부만 한 사람 (N=620)
1순위	기부는 전체 사회의 통합과 발전을 위해 필요하다 (86.4)	기부는 전체 사회의 통합과 발전을 위해 필요하다 (94.7)	기부는 전체 사회의 통합과 발전을 위해 필요하다 (89.7)
2순위	기부금을 필요로 하는 기부단체들이 많이 있다 (82.5)	기부금을 필요로 하는 기부단체들이 많이 있다 (88.5)	기부금을 필요로 하는 기부단체들이 많이 있다 (85.5)
3순위	기부는 나의 신념에 맞는 행동이다 (67.4)	기부는 나의 신념에 맞는 행동이다 (85.8)	기부는 나의 신념에 맞는 행동이다 (78.4)
4순위	나는 기부를 해야 하는 의무감이 있다고 느낀다 (48.5)	나는 기부를 해야 하는 의무감이 있다고 느낀다 (71.5)	나는 기부를 해야 하는 의무감이 있다고 느낀다 (55.8)

#### 4) 기부와 자원봉사 여부에 따른 차이

이번 영역에서는 기부와 자원봉사 여부를 중심으로 자원봉사와 기부 모두 한 사람, 기부만 한 사람, 자원봉사만 한 사람, 모두 안한 사람으로 집단으로 나누어 삶의 만족도와 우리 사회의 신뢰에 대한 의견을 묻고 그 결과를 비교해보았다. 기부와 자원봉사 여부에 따른 삶의 만족도와 우리 사회에 대한 신뢰의 차이를 살펴보기 위해 ANOVA와 사후검정 Scheffe test를 사용하여 분석하였다.

## (1) 삶의 만족도

먼저 삶의 만족도의 경우 전체 대상자들의 만족도 총점의 평균은 <표 10>과 같다. 총 16점 만점에 전체 응답자들의 평균은 10.89였으며, 기부와 자원봉사여부에 따른 구분에서는 기부와 자원봉사 모두 한 집단의 총점 평균이 11.62점으로 가장 높았고, 모두 안한 사람이 10.27점으로 가장 낮았다. 삶에 만족감을 느끼는 정도는 기부/자원봉사 여부에 따라 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=34.252, p<.001$ ), 사후검정 결과 자원봉사와 기부 모두 한사람, 기부 또는 자원봉사에 참여한 사람, 모두 안한 사람 순으로 삶에 만족을 느끼는 것으로 나타났다.

삶의 만족도를 묻는 각 문항에 따른 집단 간 차이도 <표 10>과 같이 나타났다. 각 문항 별 결과를 살펴보면, ‘나는 사는 게 즐겁다’라는 문항에서 기부/자원봉사 여부에 따라 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=28.310, p<.001$ ) 기부/자원봉사를 모두 한 사람들이 삶에서 즐거움을 느끼는 정도가 가장 높고, 기부 또는 자원봉사에 참여한 사람들은 그 다음으로 높고, 모두 안한 사람들이 가장 낮게 삶의 즐거움을 느끼는 것으로 나타났다. ‘나는 내 삶이 행복하다고 생각한다’ 문항에서도 각 집단의 차이는 위 문항과 비슷한 양상으로 나타났다. 행복을 느끼는 정도는 기부/자원봉사 여부에 따라 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=25.799, p<.001$ ) 기부/자원봉사를 모두 한 사람이 삶에서 행복을 느끼는 정도가 가장 높고, 기부나 자원봉사를 한 사람은 그 다음으로 높고, 모두 안한 사람은 가장 낮은 삶의 행복감을 경험하는 것으로 나타났다. ‘내 삶의 소득과 직업에 만족한다’ 문항에서도 기부/자원봉사 여부에 따라 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=29.434, p<.001$ ), 기부/자원봉사를 모두 한 사람이 소득과 직업에 대한 만족감이 가장 높고, 그 뒤로 기부 또는 자원봉사만 한 사람, 모두 안 한사람 순으로 만족감을 느끼는 것으로 나타났다. ‘내 삶의 가족, 친구 등 관계적인 측면에 만족한다.’ 문항에서 관계적인 측면에서 만족감을 느끼는 정도 역시 기부/자원봉사 여부에 따라 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=13.377, p<.001$ ), 기부/자원봉사를 모두 한 사람과 기부만 한 사람이 가장 관계적인 측면에 대한 만족감이 높고, 이에 비해 모두 안 한사람은 관계에 대한 만족감을 적게 느낀다는 결과가 나타났다.

이러한 결과는 자원봉사와 기부 모두 참여하는 경우 삶의 만족도에 정적(+인 영향을 미친다는 여러 선행연구의 결과들과 같은 맥락으로 나타났다(송진영, 2013; Yao,

2015; 강철희 외, 2017). 이렇게 자원봉사와 기부활동이 수혜자들 뿐 아니라 봉사자와 기부 참여자들의 삶에도 긍정적인 영향을 줄 수 있다는 결과는 자원봉사와 기부 활동의 정기적이고 적극적인 참여를 독려할 수 있는 홍보 방법으로도 유용하게 활용할 수 있을 것으로 보인다.

〈표10〉 기부/자원봉사 여부에 따른 삶의 만족도의 차이

문항	기부/자원봉사 경험여부	M(SD)	F	Scheffe
삶의 만족도 총점	모두 한 사람 <sup>a</sup>	11.62 (2.30)	34.252***	a>b>c>d
	기부만 한 사람 <sup>b</sup>	11.05 (2.19)		
	자원봉사만 한 사람 <sup>c</sup>	11.20 (2.13)		
	모두 안한 사람 <sup>d</sup>	10.27 (2.43)		
	전체	10.89 (2.36)		
나는 사는 게 즐겁다	모두 한 사람 <sup>a</sup>	3.00 (.62)	28.310***	a>b>d, c>d
	기부만 한 사람 <sup>b</sup>	2.84 (.60)		
	자원봉사만 한 사람 <sup>c</sup>	2.85 (.60)		
	모두 안한 사람 <sup>d</sup>	2.65 (.68)		
	전체	2.81 (.65)		
나는 내 삶이 행복하다고 생각한다	모두 한 사람 <sup>a</sup>	2.98 (.78)	25.799***	a>b>d, c>d
	기부만 한 사람 <sup>b</sup>	2.83 (.65)		
	자원봉사만 한 사람 <sup>c</sup>	2.84 (.64)		
	모두 안한 사람 <sup>d</sup>	2.64 (.72)		
	전체	2.79 (.69)		
내 삶의 소득과 직업에 만족한다	모두 한 사람 <sup>a</sup>	2.65 (.78)	29.434***	a>b>c>d
	기부만 한 사람 <sup>b</sup>	2.50 (.75)		
	자원봉사만 한 사람 <sup>c</sup>	2.45 (.75)		
	모두 안한 사람 <sup>d</sup>	2.24 (.77)		
	전체	2.43 (.78)		
내 삶의 가족, 친구 등 관계적인 측면에 만족한다.	모두 한 사람 <sup>a</sup>	3.00 (.64)	13.377***	a>d, b>d
	기부만 한 사람 <sup>b</sup>	2.89 (.63)		
	자원봉사만 한 사람 <sup>c</sup>	2.88 (.62)		
	모두 안한 사람 <sup>d</sup>	2.75 (.72)		
	전체	2.86 (.67)		

\* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$



## (2) 우리사회에 대한 신뢰도

전체 대상자들이 응답한 우리 사회에 대한 신뢰도 총점의 평균은 <표 11>과 같다. 전체 대상자들의 평균은 16점 만점에 9.70이었으며, 기부와 자원봉사여부에 따른 구분에서는 기부와 자원봉사 모두 한 집단의 총점 평균이 10.10점으로 가장 높았고, 그 뒤를 이어 기부만 한 사람이 9.82점, 자원봉사만 한 사람이 9.72점, 모두 안한 사람이 9.35점 순으로 총점 평균이 비슷하지만 점차 낮아지는 양상으로 나타났다. 신뢰도 총점에서 기부/자원봉사 여부에 따른 집단 간 차이는 존재하는 것으로 나타났으며 ( $F=18.983, p<.001$ ) 신뢰도 총점은 기부와 자원봉사 모두 한 사람과 기부만 한 사람이 모두 안한 사람보다 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 자원봉사자들이 기부자들보다 더 자주, 그리고 가까이 사람을 대하여 사람에 대한 신뢰를 쌓을 수 있는 경험이 많을 가능성을 고려해보면 예상하지 못한 결과이다.

각 문항에 따른 집단 간 차이도 <표 11>과 같이 나타났다. 먼저 ‘일반적으로 대부분의 사람들은 믿을 만하다’에서 기부/자원봉사 여부에 따른 집단의 차이는 존재하는 것으로 나타났으며( $F=25.835, p<.001$ ) 기부/자원봉사를 모두 한 사람은 기부 또는 자원봉사만 한 사람들과 모두 안한 사람들보다 대중에 대한 신뢰가 높은 것으로 나타났다. ‘사람들은 대체로 나에게 도움을 주려고 한다’ 문항에서도 각 집단의 차이는 존재하는 것으로 나타났으며( $F=30.585, p<.001$ ) 기부와 자원봉사를 모두 한 사람이 가장 높고, 기부 또는 자원봉사를 한 사람들은 그 다음으로 높고, 모두 안한 사람이 가장 낮게 사람들로부터의 안정감을 느끼는 것으로 나타났다. ‘사람들은 기회가 되면 나를 이용하려고 한다.’ 문항은 역코딩을 하여 결과를 도출하였다. 분석 결과 각 집단의 차이가 존재하나 다른 문항들에 비해서는 그 차이가 크지 않은 것으로 나타났다( $F=2.635, p=.048$ ). 기부/봉사 모두 한 사람이 가장 점수가 높은 것으로 나타났지만 사후검정 결과 그 차이는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. ‘밤 늦게 혼자 외출을 하는 것은 비교적 안전하다’ 문항에서는 통계적으로 유의한 집단 간 차이가 존재하지 않는 것으로 나타났다. 통계적 차이가 나타나지 않은 두 개 문항의 경우, 부정적 문항이거나 사회의 신뢰와 직접적 연관성이 낮은 안전 관련 문항이라 이러한 결과가 나타났을 가능성이 있다.

〈표11〉 기부/자원봉사 여부에 따른 우리 사회에 대한 신뢰도의 차이

문항	기부/자원봉사 경험여부	M(SD)	F	Scheffe
우리 사회에 대한 신뢰도 총점	모두 한 사람 <sup>a</sup>	10.10 (1.71)	18.983***	a)d, b)d
	기부만 한 사람 <sup>b</sup>	9.82 (1.81)		
	자원봉사만 한 사람 <sup>c</sup>	9.72 (1.58)		
	모두 안한 사람 <sup>d</sup>	9.35 (1.73)		
	전체	9.70 (1.76)		
일반적으로 대부분의 사람들은 믿을 만하다	모두 한 사람 <sup>a</sup>	2.64 (.60)	25.835***	a)b)d, a)c
	기부만 한 사람 <sup>b</sup>	2.52 (.63)		
	자원봉사만 한 사람 <sup>c</sup>	2.39 (.62)		
	모두 안한 사람 <sup>d</sup>	2.33 (.65)		
	전체	2.46 (.64)		
사람들은 대체로 나에게 도움을 주려고 한다	모두 한 사람 <sup>a</sup>	2.64 (.65)	30.585***	a)b=c)d
	기부만 한 사람 <sup>b</sup>	2.44 (.65)		
	자원봉사만 한 사람 <sup>c</sup>	2.45 (.60)		
	모두 안한 사람 <sup>d</sup>	2.28 (.64)		
	전체	2.43 (.66)		
사람들은 기회가 되면 나를 이용하려고 한다	모두 한 사람 <sup>a</sup>	2.47 (.70)	2.635*	-
	기부만 한 사람 <sup>b</sup>	2.51 (.68)		
	자원봉사만 한 사람 <sup>c</sup>	2.62 (.67)		
	모두 안한 사람 <sup>d</sup>	2.48 (.67)		
	전체	2.50 (.68)		
밤 늦게 혼자 외출을 하는 것은 비교적 안전하다	모두 한 사람 <sup>a</sup>	2.35 (.77)	1.768	-
	기부만 한 사람 <sup>b</sup>	2.34 (.75)		
	자원봉사만 한 사람 <sup>c</sup>	2.26 (.69)		
	모두 안한 사람 <sup>d</sup>	2.27 (.72)		
	전체	2.31 (.74)		

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

주: "사람들은 기회가 되면 나를 이용하려고 한다" 문항은 역코딩하여 분석함.

### 3. 맺음말

본 연구는 Giving Korea 2018의 조사 결과를 바탕으로 전반적인 기부 참여율 및 기부금액에 대하여 살펴본 후 기부자 그룹의 특성에 대하여 설명하였고, 나아가 기부와 자원봉사 여부에 따른 비교를 통해 조사 결과를 더욱 넓고 다양한 시각으로 바라보고자 하였다. 조사 결과, 전체 기부자는 증가하였지만 이 증가 추세는 일시기부자로 인한 것이며 국민 1인당 평균 기부 금액이 감소하는 추세를 보인다는 점에서 지금보다 적극적이고 꾸준한 기부 참여 독려가 필요할 것으로 보인다. 또한 조사 결과 기부자들의 기부 참여와 기부단체 선택에 있어서 주관적이고 개인적인 요인보다는 사회에서 비롯된 책임의식이나 단체의 투명성, 신뢰성과 같은 객관적이고 외부적인 요인들이 결정적인 기준으로 작용한다는 점에서 이제는 동정심에 기반한 감성적 접근보다 좀 더 시야를 넓혀 이러한 사회적 상황이나 분위기를 고려한 기부 홍보와 콘텐츠 활용에 힘써야 할 것이라는 제언점을 발견할 수 있었다.

이와 더불어 기부와 자원봉사 참여 여부에 따라 삶의 만족도와 우리 사회에 대한 신뢰도에 차이점이 있었다는 본 연구의 결과는 앞으로 기부 문화의 발전 방향과 사업 계획에 유용하게 사용될 수 있을 것으로 기대된다. 특히 기부와 자원봉사 모두 참여한 집단이 다른 집단들에 비해 개인의 삶과 사회 속에서 긍정적인 정서를 경험하고 그러한 태도로 살아간다는 점은 기부 뿐 아니라 자원봉사 영역의 활성화에도 노력을 기울일 필요성을 시사하며, 이러한 기부와 자원봉사 문화가 개인과 우리 사회를 더욱 발전적인 방향으로 이끌어 갈 수 있을 것이라는 가능성을 보여준다. 기부와 자원봉사는 시민참여활동의 대표적인 두 가지 형태로서 비영리 조직의 운영에 있어서 매우 중요한 요소이다. 그러나 그 동안 기부자와 자원봉사자들에 대한 세밀한 분석이 진행되지 못하여 자원동원 관련 전문적 활동이 제대로 이루어지지 못하고 있는 실정이었다(노연희, 2004). 본 연구의 연구대상자 중 기부/봉사 모두 한 사람은 22.5%, 기부만 한 사람은 30.8%, 봉사만 한 사람은 9.8%, 모두 경험이 없는 사람은 36.8%로 나타났다. 여전히 기부나 봉사 경험이 모두 없는 비율이 가장 높은 것은 선진국에 비교했을 때 개선되어야 할 점이라고 판단된다. 또한 기부만 하는 경우가 기부와 봉사 둘 다 하는 경우보다 더 많았다. 기부와 봉사를 동시에 했을 때 삶의 만족감이나 사회에 대한 신뢰가 높아진다는 점을 고려하면, 이러한 결과는 기부만 하는 사람들도 봉사에 직접적인

참여를 할 수 있도록 독려해야 한다는 필요성을 제기한다. 기부자들이 봉사를 통해 수혜자들을 직접 만나는 등의 소통을 통해 단지 기부자—수혜자의 관계가 아닌 함께 살아가는 사회의 구성원으로서의 라포를 형성할 수 있는 사회통합의 자리를 마련하는 것도 기부단체가 향후 해야 할 주요한 역할이 될 것이다. 2015년 OECD 34개 회원국 중 우리나라의 기부순위는 25위로 발표되었다. 영국 CAF가 발표한 세계기부지수 평가에서도 145개 국가 중 74위였다. 이는 세계경제순위 12위인 우리나라의 위상에 걸맞지 않는 부끄러운 모습이라 할 수 있다. 이는 우리나라 사람이 연대의식이 부족하거나 선진국 시민들이 특별히 이타적이어서 이러한 차이가 발생한 것이라 단정하기 어렵다. 기부가 부자만 하는 것이 아니라 문화가 정립되려면 이를 촉진하는 구체적인 방안이 마련되어야 한다. 따라서 본 연구결과에 기반하여 일시기부자는 정기기부자가 되도록 강화하고, 정기기부자는 자원봉사를 병행하도록 지원한다면 우리나라 기부문화가 한층 더 진일보하는데 도움이 될 것이라 판단된다.

## 참고문헌

강철희, 김새로미, 이종화(2017). 노인의 나눔행동 영향요인 연구: 기부금액과 자원봉사시간에 대한 연령대별 비교 분석. 노인복지연구, 72(3), 429-456.

강철희, 김유나, 김수빈(2017). 기부와 자원봉사의 관계 및 영향요인에 관한 연구: Seemingly Unrelated Tobit Model 분석. 한국사회복지행정학, 19(2), 29-54.

강철희, 유재윤, 박소현(2012). 기부와 자원봉사에의 참여 행동에 관한 연구. 한국사회복지학, 64(2), 273-298.

권익현, 이상원(2005). 패널을 이용한 온라인 서베이와 오프라인 서베이 데이터 사이의 신뢰도에 대한 탐색적 연구. 경영학연구, 34(4), 1261-1278.

김지혜, 정익중(2012). 기부행동과 자원봉사활동은 중복적 보완관계인가? 보충적 대체관계인가?. 한국사회복지학, 64(2), 133-158.

노연희(2004). 비영리 사회서비스조직의 재정자원동원활동에 관한 탐색적 연구. 사회복지연구, 23, 113-137.

송진영(2013). 사회단체 참여와 나눔 활동이 생활만족도에 미치는 영향: 신뢰의 매개효과를 중심으로. 보건사회연구, 33(2), 431-460.

송헌재(2016). 개인 기부 실태조사 결과 분석. 제16회 기부문화심포지엄 기빙코리아 2016, 17-38.

어유경(2017). 사회자본과 건강한 노후: 다층모형(Multilevel Modeling)을 활용한 사회자본의 영향 분석. 한국정책학회보, 26(1), 121-151.

이지영, 김진교(2006). 온라인 패널 조사와 오프라인 대인면접 조사 간 데이터 품질 비교: 신뢰도와 타당도를 중심으로. 마케팅연구, 21(4), 209-231.

정익중(2015). 한국의 나눔교육 실태 토론. 사회복지공동모금회 나눔연구소 기획포럼 자료집, 113-116.

주성수(2014). 기부와 자원봉사 참여의 불평등 비교분석. 시민사회와 NGO, 12(2), 261-287.

통계청(2018). 2017년 사회조사 결과.

Andreoni, J.(1990). Impure altruism and donation to public goods: A theory of warm glow giving. The Economic Journal, 100, 464-477.

Bauer, T. K., Bredtmann, J., & Schmidt, C. M.(2013). Time vs. money: The supply of voluntary labor and charitable donations across Europe. European Journal of Political Economy, 32, 80-94.

Becker, G.(1974). A theory of social interactions. Journal of Political Economy, 82, 1063-1093.

Bekkers, R.(2002). Giving time and/or money: Trade-off or spill-over?. 31st Annual ARNOVA Conference, Montreal, Canada.

Bergstrom, T., Blume, L., & Varian, H.(1986). On the private provision of public goods. Journal of Public Economics, 29(1), 25-49.

Charities Aid Foundation(2018). CAF UK Giving 2018: An overview of charitable giving in th UK. The Trustees of the Charities Aid Foundation 2018.

Coleman, J. S.(1988). Social capital in the creation of human capital. American Journal of Sociology, S95-S120.  
de Leeuw, E. D.(1992). Data quality in mail, telephone and face to face surveys. Amsterdam: TT-Publikaties.

Duncan, B.(1999). Modeling charitable contributions of time and money. Journal of Public Economics, 72, 213-242.

- Fisher, S. H., & Herrick, R.(2013). Old versus New: The comparative efficiency of mail and internet surveys of state legislators. *State Politics & Policy Quarterly*, 13(2) 147–163.
- Greenberg, M. R., & Weiner, M. D.(2014). Keeping surveys valid, reliable, and useful: A tutorial. *Risk Analysis*, 34(8), 1362–1375.
- Putnam, R. D.(2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Roberts, R.(1984). A positive model of private charity and public transfers. *Journal of Political Economy*, 92, 136–48.
- Schillewaert, N., & Meulemeester, P.(2005). Comparing response distributions of offline and online data collection methods. *International Journal of Market Research*, 47(2), 163–178.
- Schonlau, M., Fricker, R. D., & Elliott, M. N.(2002). *Conducting research surveys via e-mail and the web*. RAND Corporation.
- Warr, P.(1982). Pareto optimal redistribution and private charity. *Journal of Public Economics*, 19, 131–38.
- Weeks, M. F., Kulka, R. A., Lessler, J. T., & Whitmore, R. W.(1983). Personal versus telephone surveys for collecting household health data at the local level. *American Journal of Public Health*, 73, 1389–1394.
- Wilson, J.(2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology*, 26, 215–240.
- Yao, K.(2015). Who gives? The determinants of charitable giving, volunteering, and their relationship. *Wharton Research Scholars*, 126.
- Zhang, X., Kuchinke, L., Woud, M. L., Velten, J., & Margraf, J.(2017). Survey method matters: Online/offline questionnaires and face-to-face or telephone interviews differ. *Computers in Human Behavior*, 71, 172–180.