



2024년
기획연구

Part. 3

MZ 세대의 사회 참여와 기부 행동의 관계 분석 연구



책임 연구자 **이민영** 고려사이버대학교 사회복지학과

공동 연구자 **노연희** 가톨릭대학교 사회복지학과





책임 연구자

이 민 영

아름다운재단 기부문화연구소 연구위원
고려사이버대학교 사회복지학과 교수

학력

University of Bristol (UK) 사회복지학 Ph.D.
이화여자대학교 사회복지학과 석·박사

주요 경력

중곡종합사회복지관 연구팀장
사회복지공동모금회 연구위원
서울특별시 및 서울시교육청 기부심의위원 등

연구실적

- 이민영, 구지윤 (2023). 청소년의 지역사회 문제해결을 위한 유스필란트로피 활동 평가: 청소년배분 위원회 참여자를 중심으로. *학교사회복지*, 64, 105-130.
- 김유나, 이민영 (2023). 잠재프로파일분석을 활용한 Z 세대 10대 청소년 가족가치관 유형분석 및 영향요인 탐색. *가족과 문화*, 35(4), 1-27.
- 이민영, 윤민화 (2022). 지역사회 참여기반 청소년 나눔교육 프로그램 평가연구: 청소년의 시각을 중심으로. *청소년학연구*, 29(5), 55-85.
- 윤민화, 이민영 (2022). 비영리조직 모금활동의 윤리적 풍토에 관한 질적연구. *사회과학 담론과 정책*, 15(1), 1-27.
- 노연희, 이민영 (2022). 비영리조직의 투명성 수준과 자원동원성과에 미치는 영향에 대한 탐색적 연구. *사회복지정책과실천*, 8(1), 129-170.
- 노보래, 정진경, 최권호, 이민영 (2022). 코로나 19 팬데믹 이후 국내 자원봉사활동 변화의 실제-온라인과 오프라인 활동의 시계열적 추세 분석을 중심으로. *한국사회복지학*, 74(1), 133-155.



공동 연구자

노연희

아름다운재단 기부문화연구소 소장
가톨릭대학교 사회복지학과 교수

학력

Case Western Reserve University, 사회복지학 Ph.D.
서울대학교 사회복지학과 석사

연구실적

- 노연희 (2022). 코로나19 대유행시기 일반시민들의 기부행동유형 분석. *사회과학연구*, 61(2), 143-164.
 - 노연희, 이민영 (2022). 비영리조직의 투명성 수준과 자원동원성과에 미치는 영향에 대한 탐색적 연구. *사회복지정책과 실천*, 8(1), 129-170.
 - 정익중, 노연희, 이승진 (2021). 사회신뢰도가 삶의 만족도 및 안녕감에 미치는 영향: 기부행위와 자원봉사의 매개효과. *한국사회복지학*, 73(4), 9-27.
 - 노연희 (2020). 코로나19 대유행시기 일반시민의 기부행동분석. *NGO연구*, 15(3), 1-30.
 - 노연희, 정익중 (2020). 신뢰, 기부태도 및 기부행위간의 구조적 관계. *사회복지연구*, 51(2), 5-25.
 - 손선옥, 김소영, 노연희 (2018). 기초자치단체 출연 지역복지재단의 유형별역할과 성격. *한국사회복지학*, 70(2), 35-59.
 - 노연희, 전현경 (2017). 온라인 모금캠페인의 내용 및 성과에 관한 탐색적 분석: 같이가치 with Kakao 모금캠페인을 중심으로. *소비자학연구*, 28(3), 171-194.
 - 노연희 (2015). 비영리조직 모금활동의 성공과 실패요인 분석: 모금캠페인사례를 중심으로. *사회복지연구*, 42(2), 65-99.
 - Rho, Y., Rhee, C. & Park, H. (2019). Changes in characteristics of ego-centred networks of female immigrants married to Korean men. *Asia Pacific Journal of Social Work and Development*, 29(2), 95-107.
-

요약

본 연구는 MZ 세대의 사회 참여 태도 및 실질적인 행동 참여와 기부 행동의 관계를 사회운동이론에 기반하여 실증적으로 살펴보고자 하였다. MZ 세대는 그들이 원하는 방식으로 사회를 변화시키기 위한 사회 참여의 활동으로 기부를 인식하고 있다는 점을 고려하여, 2022년 기빙코리아 조사에서 수집된 일반 시민 2500명의 데이터 중 MZ 세대 967명의 데이터를 추출하여 분석한 결과, MZ 세대의 경우 사회효능감과 사회신뢰도, 사회참여수준은 전 연령층의 평균보다 다소 낮았다. 종교가 있고 고용 상태가 안정적인 MZ 세대의 경우 사회 문제 해결을 통한 사회 효능감이 높고, 온·오프라인에서 적극적으로 사회 참여를 하는 그들의 특성을 고려했을 때 기부에 참여할 가능성이 더 높은 것으로 나타났다. 특히 사회 변화를 위한 방법을 적극적으로 실천하거나 사회 참여 활동을 열심히 할수록 일 시기부와 정기기부에 모두 참여할 확률이 높았다. 온라인에서의 참여가 오프라인에서의 집합 행동으로 연결되면서 문제 해결을 위한 적극적인 참여가 다시 강화된다고 제시하는 신사회운동이론이 MZ 세대 기부행동에 대한 설명력을 지니고 있음을 확인할 수 있었다. 이러한 연구 결과를 기반으로 이론 및 실천적인 함의를 제시하였다.

〈키워드〉

#MZ세대, #기부행동, #사회참여, #신사회운동이론

I. 서론

20~40대 초반을 포괄하는 MZ 세대가 잠재적인 기부자로 성장할 가능성 때문에, 최근 비영리 조직은 이들의 기부 행동 특성을 탐색하고 그에 맞는 모금 전략을 수립하는 것을 우선적인 관심사로 다루어왔다. 젊은 기부자들의 기부 행동에 대한 연구들은 이들의 실제 기부 참여율이 다른 연령대, 즉 핵심적 기부자 층으로 인식되는 40대 이상의 기부자들에 비해 다소 낮은 수준이지만, 코로나19와 같은 위기 상황에서 이들은 보다 적극적으로 기부에 참여하였다고 보고하기도 한다(노연희, 2020; 박미희 외, 2021). 또한 한국 사회의 기부와 모금의 추세를 보여주는 최근 연구들은 젊은 세대의 기부 행동은 기부 참여 여부나 기부액의 단순한 증가 또는 감소라는 측면에서 설명하기 어려운 새로운 변화의 흐름이 나타나고 있다고 제시한다.

일반적으로 M(밀레니얼) 세대는 1981년부터 1995년까지 출생한 사람들이고 Z세대는 1996년 이후 출생한 사람들을 의미하는데, 이들 세대는 기부 참여의 이유, 기부 참여의 방식이나 기부 분야의 선택 등 구체적인 기부 행동에 있어서 기존의 중장년층과는 다른 특성을 보여준다. 예를 들어 MZ 세대는 40대 중반 이상의 중장년층과는 다르게 정기기부보다는 일시기부를 선호하는 경향을 보인다. 또한 그들은 개인적 관심사에 따라 기부 대상을 선택하고, 특정 비영리 조직과의 관계에 초점을 두지 않기 때문에 그들의 기부 대상을 바꾸는 것을 주저하지 않으며, 과거의 세대들이 보여주었던 규범적인 기부 행동과 달리 실용적인 행보를 보여주는데, 동물, 환경 등 그들의 삶에 직접적으로 영향을 미칠 수 있는 생활 친화적인 이슈나 때로는 성평등과 같은 자신의 정체성과 직접적으로 관계된 이슈를 실질적으로 해결하기 위해 기부 대상을 선택하고 기부에 참여한다(노연희 외, 2022).

다른 한편으로 이들은 적극적으로 특정 사회 문제 해결을 위한 모금 활동의 기획이나 수행, 사회 문제 해결을 위한 청원 활동이나 온라인에서의 의사 표명, 일상생활에서의 문제 해결 노력 또는 자원 봉사 등과 같은 다양한 사회 참여 행동 자체를 기부라고 폭넓게 인식하기도 한다. 즉 이들은 자신들의 기부를 재정적 자원의 제공이나 사회적 취약 계층을 돕는 시혜적 활동이라는 제한된 의미로 인식하기보다는 궁극적으로 그들의 삶의 기반이 되는 사회를 변화시키고자 하는 일종의 사회 참여 또는 사회 행동의 한 방식으로 이해한다는 것이다(박미희 외, 2022).

MZ세대의 기부 행동의 새로운 특성은 대체로 소수의 20~30대의 기부자 또는 실천 현장의 모금 전문가들을 대상으로 한 면접 결과를 기반으로 보고되어 왔지만, 대규모 설문 조사의 경험적 결과들은 MZ 세대의 이러한 특성을 명확하게 보여주지 못한다. 특히 젊은 세대 기부자들이 언급하는 사회를 변화시키고자 하는 사회 참여 행동이나 사회 변화에 대한 이들의 태도가 구체적으로 기부 참여 여부 및 일시 또는 정기기부 등 기부 방식의 선택과 어떤 관계가 있는지에 대해서는 충분히 논의되지 못하고 있다.

그동안의 기부 행동에 대한 많은 연구들은 사회인지이론과 사회자본이론의 개념을 적용하여 기부 행동을 설명해왔다. 사회인지이론을 기반으로 한 연구들은 주로 개인의 이타적 행동이나 도덕적 의무감과 비영리에 대한 온정적 태도나 인식이 기부 행동에 영향을 준다고 하였다(Cheung & Chan, 2000; 노연희, 정익중, 2020), 그리고 사회자본이론에 기반한 연구들은 기부 행동이 사회적 신뢰, 호혜성, 연대감과 같은 사회적 가치와 규범, 태도가 기부행동과 관련이 있음을 보고한다. 그러나 사회인지이론과 사회자본이론으로 기부행동을 설명한 기존의 연구들로 최근 젊은 기부자들이 자신의 생활에 직접적으로 영향을 미칠 수 있는 사회적 이슈 해결을 통해 사회를 변화시키려는 태도나 이를 위한 실질적인 사회 참여 행동이 기부 행동과 어떠한 관계가 있는지 설명하는 데에는 한계가 있다.

사회운동이론은 적극적인 사회 참여 행동으로서 MZ 세대의 기부 행동과 구체적인 행동들 간의 관계를 이해하는 데 유용한 관점을 제공한다. 사회 운동의 지배적인 관심은 공익이며, 사회 문제는 극복할 수 없는 게 아니라 함께 노력하면 극복할 수 있다고 보는 태도와 행동에 의해 영향을 받는다고(Gamson & Meyer, 1996) 제시되는데, 이러한 관점은 최근 젊은 기부자의 적극적인 참여 행동을 이해하는 데 도움이 된다. 개인은 사회 문제 해결을 위한 참여 의지와 관심, 공동체 협력에 대한 신뢰 등을 가지고 기부에 참여하거나, 사회 참여를 통해 네트워크를 성장시킴에 따라 사회 자본을 구축하기도 하고(Karlan & McConnell, 2014), 주체적으로 문제 해결을 위해 추가적인 자원봉사나 기부를 이어나갈 가능성이 더 높다는 것이다(Brown & Feris, 2007).

이러한 관점은 적극적으로 사회 변화를 이끌어내기 위한 젊은 세대의 기부 행동을 설명하는 데 유용하다(Miller-Stevens & Taylor, 2020). 한국 사회의 MZ 세대 기부자들도 온정적인 나눔 실천을 넘어 사회 변화를 이끄는 방식으로 기부를 선택하는 적극적 시민의 모습을 보인다. 특히 MZ 세대가 그들이 원하는 방식으로 사회를 변화시키기 위한 사회참여의 활동으로 기부를 인식하고 있다는

점을 고려한다면, 사회운동이론에 근거하여 사회 참여와 기부 행동이 어떠한 관계를 지니고 있는가를 면밀히 분석해보는 것이 필요하다.

한편, 어떤 세대보다도 인터넷이나 SNS를 편하게 활용하는 MZ 세대의 사회 참여 활동은 직접적인 참여 형태의 강한 수준보다는 단순한 의사 표명과 같은 약한 수준에서 이루어질 가능성도 존재한다. 그러나 MZ 세대의 사회 참여와 기부 행동을 제대로 이해하기 위해서는 이들 세대가 단순한 금전 제공뿐 아니라, 행사나 이벤트에 직접 참여하면서 동시에 온라인을 기반으로 기부를 하는 특성을 고려해야 한다(노연희 외, 2022). 따라서 이들의 사회 참여와 기부 행동 간의 관계를 논의하는 데 있어서 이들의 사회 참여의 방식과 기부 방식 등을 세분화하여 고려할 필요가 있다.

MZ 세대의 기부 행동에 대한 관심이 증가되고 있지만 이들의 기부 행동이 어떻게 이루어지는지에 대한 경험적 연구는 매우 제한적이다. 특히 이들 세대는 기부 행동에서도 개인적으로 관심 있는 이슈에 따라 기부에 참여하며, 특정한 비영리 조직에 대한 정기기부보다는 일시기부를 선호한다고 보고되기도 한다(노연희 외, 2022). 그러나 이러한 기부 행동 유형의 차이가 어떤 요인에 의해 영향을 받는지에 대해서는 알려진 바가 없다. 따라서 본 연구는 사회운동이론에 기반하여 MZ 세대의 사회 참여에 대한 태도와 실질적인 사회 참여 행동의 수준과 기부 참여 간의 관계를 실증적으로 살펴보고, 다양한 사회적 이슈에 대한 문제의식을 기반으로 한 사회 참여 행동이 기부 행동의 차이를 이끌어내는지에 대해서도 탐색하고자 한다.

II. 문헌 고찰

1. MZ 세대의 사회 참여: 사회운동이론의 관점에서

MZ 세대로 불리는 젊은 세대는 소비의 주체이면서 저항의 주체이고 이기적 권리 주장과 동시에 새로운 참여와 연대를 수행하는 양면적 세대이다(홍찬숙, 2022). 이창호와 정의철(2008)은 젊은 세대가 한국 사회가 불공정하다고 생각하고, 사회에 대한 신뢰가 낮으며, 주류 언론에 대한 강한 불신을 갖는 세대이지만, 자원봉사를 하고 집회 뒤 청소를 하는 등 자발적이고 능동적인 ‘참여 세대’이기도 하고 적극적으로 의사 표현을 하는 세대라고 평가하였다. MZ 세대 사회 참여의 이러한 양면적 특성은 사회운동이론의 관점에서 보다 폭넓게 이해될 수 있다.

사회운동이론은 문제 해결을 위한 목적이 공공의 이익을 추구할 때 집단행동을 이끌게 되며, 이러한 집단행동을 수행할 때 어려운 상황은 노력하면 극복할 수 있다고 보는 태도와 행동이 중요하다고 본다(Gamson & Meyer, 1996). 방법론적으로 사회 운동은 조직과 집단의 자원, 즉 인력, 물질적 자원과 적절한 조직 구조를 개발하는 능력, 집합적 정체성 형성과 조직원의 헌신을 이끄는 환경 등을 지니고 있는지에 따라 성패가 결정된다고 본다.¹⁾ 이러한 사회운동이론은 디지털 기술을 활용한 네트워크 발달과 이를 적극적으로 활용하는 새로운 세대의 등장과 함께 신사회운동으로의 실질적 변화를 보여왔다.²⁾

신사회운동이론에 의하면 온라인상에서의 네트워크로 연결된 개인들은 공동의 의미틀(프레임)과 정체성을 구축함으로써 사회 문제에 대응하는 ‘이슈 공중’이 된다. 이들은 국민 청원, 온라인 토론방, 카페, 블로그 등 다양한 매체와 활동 방식을 넘나들며, 특정 이슈에 대한 집단 지성을 형성한다. 개인들은 단일한 이슈에 의해 네트워크상에 매우 넓게 존재한다고 보는 점에서 주로 사회 주변부 집단이

1) 전통적으로는 사회현상과 권력의 불균형에 대한 개인의 불만과 저항-집단행동-을 다루는 마르크스 접근법에서 발전되었고 자원동원이론으로 진화해왔다.

2) 루만(Luhmann, 2003)은 신사회운동의 핵심을 ‘개인화한 사회운동’이라 하였다(홍찬숙, 2022).

정치적, 경제적, 문화적인 모순과 적대 사이의 관계에서 구성되는 구조적 조건을 개선하기 위해 조직가의 리더십과 전략에 의존하게 되는 전통적인 사회운동이론과 차별점이 드러난다(서영표, 2013). 이들은 개인적 차원에서 의사소통의 효능감을 추구하면서 집단 의식을 정립해가는 참여 방식을 드러낸다고 보았다. 온라인에서 새로운 참여자들은 ‘동원’되는 것이 아니라 주체적으로 활성화되어 결합한다(홍찬숙, 2022: 161). 이들은 인터넷 커뮤니티 가입 등을 통해 관련 정보를 접하고, 온라인에서 참여를 하게 되며, 이것이 오프라인 집합 행동에의 참여로 연결된다. 인터넷은 이러한 참여를 다시 강화시킨다는 것이다(홍찬숙, 2022: 160).

이러한 사회 참여 행동의 특성은 다음의 네 가지로 드러난다. 첫째, ‘이슈 기반형 성격’. 의제는 소수의 리더에 의해 주도되는 것이 아니라 탈집중, 탈권위 방식으로 네티즌들에 의해 형성된다. 둘째, 유연한 조직으로서 사이버 커뮤니티, 인터넷의 약한 연대 네트워크와 강한 동기 집단(여성, 청소년 등)이 결합하면서 연계성이 확대된다. 셋째, 네트워크화된 시민 여론. 시민이 직접 수행하는 1인 미디어, SNS와 같은 형태로 온·오프라인 미디어 간 상승 작용이 일어난다. 넷째, 온·오프라인 참여 방식의 다차원적이고 중첩적인 연계성. 단순한 연락이나 의견 교환뿐 아니라 연계와 참여를 위해 여러 네트워크가 연결된다는 것이다(송경재, 2009; 홍찬숙, 2022: 163). MZ세대들은 어떤 세대들보다 네트워크 연결성이 강하고 동료 압력을 강하게 받는다. 페이스북 세대인 이들에게 ‘친구’는 직접 만나는 사람을 넘어서고 온라인으로 소통하는 세계까지 포함한다. 온라인, 문자, SNS를 통해 소통하고 옹호하며 협력과 연대를 한다(골드세커 & 무디, 2021: 199).

사회운동이론의 네트워크(사회 자본), 자원(재정 및 인적 자본), 정체성 및 동기(문제의식)는 적극적으로 사회 변화에 참여하는 MZ 세대 기부자의 행동을 이해하는 데 도움을 준다. 전통적으로 기부 행동은 사회자본이론에 기반하여 논의되기도 하였지만, 사회 참여나 네트워크, 그리고 사회적 신뢰감 등을 사회 자본의 구성 요소 중 사회적 신뢰감 같은 요인에 초점을 두고 기부 행동을 설명하고자 해왔다(노연희, 정익중, 2020). 따라서 사회 참여나 네트워크 등과 같은 요인들은 기부 행동과 어떤 관계가 있는지 설명하는 데 제한적으로 활용되어 왔다. 그러나 한 사회의 구성원으로서 개인은 사회 참여를 통해 네트워크를 형성하고 성장시킴에 따라 이를 기반으로 추가적인 자원봉사나 기부 행동을 하게 될 가능성이 있다고 주장되기도 한다(Brown & Feris, 2007). 예를 들면 미국의 사례를 보여주는 한 연구는 기부자들이 청소년, 여성과 소녀, 인적 서비스, 정신 건강 지원 및 위기 개입에 관심

을 두고 지역사회의 변화와 개선에 직접적으로 영향을 줄 수 있도록 적극적으로 행동한다는 점을 제시하기도 한다(Bearman, Boaudoin-Schwartz, & Rutnik, 2005). 또 다른 연구는 미투 운동의 사례를 통해 사회 변화를 위한 집단 및 조직 활동이 이들의 협력과 네트워크를 확장시키고 자선 활동도 증가시킨다는 결과를 보고하였다. 이러한 연구 결과를 고려한다면 사회운동이론은 최근 젊은 세대의 사회 참여와 기부 행동과 같은 적극적인 친사회적 행동의 특성을 이해하는 데 기여한다(Miller-Stevens & Taylor, 2020).

기성세대가 사회적 책임이나 사회 환원의 의무를 이유로 기부하는 것과 비교하여 보면 20~30대의 젊은 세대 기부자들은 '적극적 참여'를 목표로 삼는다. 다른 한편으로 젊은 세대의 기부는 사회적 의무감이나 책임감과 같은 규범적 연대보다 개인의 일상과 관련되거나 자신의 정체성과 관련된 문제를 직접적으로 해결하기 위한 실용적 연대에 기반한다고 지적되기도 한다(박미희 외, 2023). 즉 이들의 구체적인 기부 행동은 일상에서의 작은 일에도 만족과 영감을 얻고 싶어하며, 내 시간을 투자해서 일할 수 있는 단체를 찾아 '실제로 뭔가 하는 일에 직접 참여하고 싶어하는' 특성을 보여준다. 또한 이들은 기부를 할 때 온라인 매체를 주로 활용하지만, 동시에 직접적인 봉사 활동과 비공식적인 개인적 지원도 적극적으로 한다고 보고된다. 기부를 돈만 제공하는 행동으로 한정하지 않으며, 돈만 제공하는 것만으로는 문제 해결에 충분하다고 보지는 않는다는 특성을 지닌다. 이들은 후원 단체의 핵심적 업무를 알고자 하고 직접 경기나 행사에 참여하고자 한다(골드세커 & 무디, 2021; 142-144; 박미희 외, 2023).

그동안 사회자본이론과 사회인지이론에 근거하여 기부 행동 등을 설명하려는 논의들이 합의된 결과를 제시하지 못하는 이유는 이 두 이론이 도덕적 태도 또는 사회적 신뢰와 같은 개인적 인식이나 태도에 초점을 두고, 사회를 변화시키고 자신과 관련된 문제를 구체적으로 해결하기 위한 사회 참여라는 실질적인 행동적 측면을 충분히 고려하지 못하였기 때문이기도 하다. 특히 점차 핵심적인 기부자 층으로 성장하고 있는 젊은 세대, 즉 MZ 세대가 그들이 원하는 방식으로 사회를 변화시키기 위한 사회 참여의 활동으로 기부를 인식하고 있다는 점을 고려한다면, 사회운동이론에 근거한 사회 참여와 기부 행동이 어떠한 관계를 지니고 있는가를 분석하는 것이 필요하다.

2. MZ 세대의 사회 참여의 수준과 기부 행동

MZ 세대는 일상의 개인적 관심사를 중심으로 연령, 계층, 지역적 한계 없이 수평적으로 형성하는 방식으로 사회 문제 해결에 참여하며, 그 영향력을 키운다. 김정운(2023)의 연구에 의하면 MZ 세대의 사회 참여의 동기는 사회적 기여보다는 자기 자신의 긍정적 변화, 치유 등 자기애적 성향을 보이며, 사회 참여를 통해서 자신의 자의식을 확고히 하는 경향을 보인다. 이들은 사회 참여를 통해 공동체적 가치를 추구하면서도 그 안에서 구체화된 개인적 가치를 추구하며 만족을 느낀다. 또한 연대 활동을 통해 사회적 영향력을 경험하면서 인식이 크게 확장되는 학습 효과를 경험하기도 한다.

자기애적인 일상적 관심사가 연대 활동으로 확장되면서 MZ 세대들은 사회 문제에 대해 자신의 목소리를 드러내는데, 이는 젊은 세대의 관계성과 관심 영역이 미래보다는 일상, 현재의 삶에서 맺게 되는 관계를 연결하고 통합하는 경향을 보여주는 것이다(정진원, 2022). 즉 자신의 가치, 성향, 경험 등에 따라 환경 문제, 인권 문제, 청년 일자리와 주거 문제, 성평등 문제, 채식이나 동물 문제 등 다양한 사회 문제에 MZ 세대의 관여가 커지고 있다(이홍승, 김준환, 2021). 일례로 아이돌 그룹 BTS의 팬클럽(아미)을 통해 젊은 세대들은 글로벌 연대의 영향력을 이용하여 국제 아동 문제 해결을 위한 유니세프 캠페인에 백만 달러 모금을 성공적으로 해내기도 하였다(김정운, 2023: 276). 박미희 외(2022)도 이들은 재정적 기부 그 자체에 대한 관심보다는 사회를 변화시키기 위한 사회 참여의 방법으로 기부를 인식한다고 지적하였다. 남경태(2024)는 좀더 구체적으로 공공 문제에 대해 능동적으로 참여하고자 하는 MZ 세대의 의식이 기부 행동과 정적인 관계를 가지는지 연구하였다. 연구 결과, MZ 세대들이 공동체의 일원으로서 자신들의 사회적 역할과 의무, 참여에 대한 의식, 관용적 태도가 기부 행동에 나서도록 영향을 주는 것으로 나타났다. 특히 기부 경험이 있는 사람 중 자존감이 높은 사람은 미래의 기부 의도에 영향을 미치며, 주어진 목표 달성을 위해 필요한 행동을 할 수 있다는 스스로의 역량에 대한 믿음인 효능감이 MZ 세대의 참여 활동을 결정하는 중요한 변인으로 나타났다(남경태, 2024: 26).

MZ 세대는 오프라인과 온라인 세계를 넘나들며 사회적 관계를 형성하고, 주체적으로 자신을 위치시키며 능동적으로 관계를 활용하고 확장한다. 민지 외(2023)의 연구에 따르면, 이들은 사회 참

여를 통해 자신의 가치를 적극적으로 표현하고, 사회적 연대를 형성하면서 효능감과 사회적 소속감을 느낀다는 것이다. 또한 자신의 취향이나 정치·사회적 신념을 적극적으로 표현하는 미닝아웃(Meaning Out) 소비를 하며, 디지털 기술을 적극적으로 활용하는 MZ 세대는 온라인상에서 공론의 장을 만들기도 한다. 특히 SNS를 통해 자신의 신념에 동의하는 사람들과 교류하고 인정을 받음으로써, MZ 세대는 강한 내적 효능감과 자기 만족감을 느끼기도 한다. 이 연구에 의하면 MZ 세대는 자신이 추구하는 가치에 부합하는 봉사 및 기부 활동이 여가와 연계되기를 희망하였고, 이러한 활동이 사회를 변화시킴으로써 자기효능감을 느끼기를 바랐다.

한편 MZ 세대의 젊은 세대의 기부 행동과 사회 참여를 이해하는 데 온라인 매체의 활용 방식이 영향을 미칠 가능성도 존재한다. 어떤 세대보다도 인터넷이나 SNS를 편하게 활용하는 MZ 세대의 사회 참여 활동은 현장에 나가 직접적으로 시간과 노력을 투여해야 하는 강한 수준의 유형보다는 온라인상에서 또는 간접적인 방식으로 의견을 표명하는 보다 약한 수준에서 이루어질 가능성도 존재한다. 그러나 점차로 온라인 기술이 보편화되면서 대부분의 사람들이 오프라인이나 온라인 매체를 구분하지 않고 적극적으로 사용하며, 특히 MZ 세대는 직접적인 현장에서의 체험 활동에 적극적으로 참여하면서 기부에도 참여하기도 한다고 보고되기도 한다. 따라서 이들의 사회 참여는 온라인이나 오프라인을 구분하여 활용하는 것이라기보다는 이슈에 따라 다양한 수준에서 다양한 방식으로 이루어질 수 있으며, 일시나 정기기부 등 기부 행동의 차이를 이끌어내는 요인이 될 수 있다는 점을 통합적으로 논의할 필요가 있다.

III. 연구 방법론

1. 연구 대상

2022년 기빙코리아는 18세 이상 일반 시민이 2021년을 기준으로 한 기부 행동에 대한 설문 조사 자료이다. 이 자료는 전문 조사 기관인 한국갤럽이 지역 및 성별 등을 고려하여 한국 국민의 대표성을 지닐 수 있도록 구축한 한국갤럽 패널을 표집 틀로 하여 18세 이상 성인 2,500여 명을 무작위 연구 표본으로 추출하고, 2022년 6월 22일부터 7월 6일까지 온라인 설문 조사의 결과를 포함한다(노연희 외, 2022).

2022년 기빙코리아는 세대 특성에 따른 기부 행동을 살펴보기 위하여, 54년까지의 출생자를 Matures(노년 세대), 55년부터 64년까지 출생자를 Baby Boomers(베이비 부머 세대), 65년부터 80년까지 출생자를 Gen X(X 세대), 81년부터 95년까지 출생자를 Millennials(M 세대), 96년 이후 출생자를 Gen Z(Z 세대)로 구분하였다. 일반적으로 밀레니얼 세대와 Z 세대는 1981년부터 1995년 그리고 1996년 이후 출생한 사람들로 구분하였다. 본 연구 역시 이러한 구분에 따라 MZ 세대를 1981년 이후의 출생자로 정의하고, 2022년 기빙코리아 조사에 참여한 2,500명 중 출생 연도를 기준으로 총 967명의 분석 대상자를 추출하였다.

2. 측정 도구

본 연구의 종속 변수는 기부 참여 여부와 정기성에 따른 기부 행동 유형이다. 기빙코리아 자료는 2021년을 기준으로 기부에 참여했는지의 여부 그리고 정기기부와 일시기부를 한 경험이 있는지에 대한 문항을 포함한다. 본 연구는 2021년을 기준으로 기부 참여 여부 그리고 정기기부 여부와 일시기

부 여부에 대하여 응답하도록 한 문항을 기준으로 기부 참여자의 기부 행동 유형을 정기기부, 일시기부 그리고 정기 및 일시 동시 기부로 구분하였다.

본 연구의 독립 변수는 사회 참여 행동의 수준과 사회에 대한 태도이다. 사회 참여는 일반적으로 기부 행동과 상호 영향을 미치는 요인으로 제시되어 왔다. 기빙코리아 자료는 사회 참여 행동으로 포함되는 10개 항목에 대한 참여 여부로 측정하였다. 본 연구는 이를 기반으로 사회 참여 행동의 수준에 따라 강한 사회 참여(HARD)와 약한 사회 참여(SOFT)로 구분하였다. 강한 사회 참여는 사회적 이슈와 관련하여 논의의 현장을 찾아가거나 자신의 시간과 노력을 들여 직접 활동을 수행하거나 의견을 제시하는 행동 등을 포함한다. 즉 집회나 시위 참여, 자원봉사 참여, 공청회 참여, 온라인 의견 작성, 관련 단체나 인물에게 메일이나 편지 보내기 등 직접적인 시간과 노력을 투입해야 하는 활동의 합으로 측정하였다. 약한 사회 참여는 직접 현장에 나아가 행동에 참여하기보다는 간접적인 방식으로 의견을 표명하는 활동으로 공익상품 구매, 불매 운동 참여, 온라인상 댓글 달기, 온·오프라인 청원 참여의 합으로 측정하였다.

사회 신뢰도 역시 사회 자본의 구성 요소로서 기부 행동에 영향을 미치는 요인으로 제시되어 왔다. 2022년 기빙코리아 자료는 미국의 General Social Survey에서 활용되는 문항을 기반으로 사회 신뢰도를 3개 문항으로 구성하여 4점 척도로 측정하였다.

사회 효능감은 Bobek 외(2009)가 시민 행동과 관련하여 개발한 척도를 기반으로 2022년 기빙코리아가 수정하여 4점 척도로 측정한 4개 문항의 평균값을 활용하였다. 사회 효능감 척도는 “사회 구성원은 세계를 보다 살기 좋은 곳으로 만들기 위해 도와야 한다”, “모든 사람들은 공정한 대우를 받아야 한다”, “사람들은 사회구성원으로 다른 사람들을 도와야 한다”, “나는 내가 사회와 공동체를 변화시킬 수 있다고 믿는다”라는 문항으로 구성되었다.

응답자의 일반 특성은 통제 변수로 활용되었는데 성별, 연령, 교육 수준, 가구 소득, 고용 상태, 종교를 포함하였다. 이들 요인들은 일반적으로 기부 행위에 영향을 미친다고 제시되고 분석에 활용되어 왔다.

IV. 분석 결과

1. 연구 대상자 일반적 특성과 기부 행동

본 연구는 MZ 세대의 사회 참여의 수준과 사회에 대한 태도가 그들의 기부 참여 및 정기기부 여부 등의 기부 행동 유형에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보고자 하였다. 이 중 1981년 이후 출생한 MZ 세대에 포함되는 참여자는 총 967명으로, 본 연구는 이들을 분석 대상으로 도출하였다. 본 연구 대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다. 분석 대상자의 평균 연령은 30.6세이며, 18세 이상의 10대도 6.4% 포함되어 있으며, 40대 역시 12.1% 포함되어 실제로 MZ로 일컬어지는 세대의 연령층이 비교적 광범위함을 알 수 있다. 종교의 경우 있는 경우는 33.9%, 교육 수준은 대학교 재학 이상이 89.9%에 달한다. 분석 대상자가 보고한 월 평균 가구 소득의 경우는 451만 원 정도인데, 이는 기빙코리아 전체 참여자의 응답인 469만원보다 약간 낮은 수준이었다. 이와 함께 MZ 세대의 행동과 관련하여 이들이 인지하는 월 평균 가구 소득만큼 중요한 요인은 자신들의 경제 활동 여부라고 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 고용 상태를 자영업을 포함한 1년 이상 상용근로자와 학생, 주부, 실업 등을 포함한 미취업상태로 구분하였는데, 1년 이상의 상용근로자가 55.3%를 차지한다. 이는 전 연령층을 포함한 기빙코리아 결과인 50.4%보다 약간 높은 수준이었다.

〈표 1〉 연구 대상자의 일반적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
성별	여성	468	48.4
	남성	495	51.2
	총계*	963	100.0
연령대	10대	62	6.4
	20대	384	39.7
	30대	404	41.8
	40대	117	12.1
	총계	967	100.0
종교	있음	328	33.9
	없음	639	66.1
	총계	967	100.0
교육 수준	고등학교 이하	175	18.1
	대학교 이상	792	89.9
	총계	967	100.0
고용 상태	1년 이상 상용근로(자영업포함)	537	55.5
	기타(미취업)	430	44.5
총계		967	100.0
평균 연령	30.6세	(SD 6.68세)	
월 평균 가구 소득	451만8천 원	(SD 313만원)	

*기타로 응답한 경우 결측치로 처리함.

본 연구의 주요한 연구 문제는 MZ 세대의 사회 참여의 수준 및 사회 신뢰도와 사회에 대한 태도와 기부 행동 간 관계를 다룬다. <표 2>는 이들 세대의 사회 참여 수준, 사회 효능감 및 사회 신뢰도의 평균값을 제시한다. 한국 사회의 MZ 세대는 평균 1.74개 정도의 약한 수준의 사회 참여 활동을 하며, 직접적인 시간과 노력을 들여 현장에 나가는 좀더 강한 수준의 사회 참여는 평균 0.94개 정도이다. 전 연령층을 포함한 일반 시민들의 사회 참여 수준을 보여주는 2022년 기빙코리아의 결과는 약한 사회 참여의 경우 평균 1.64, 강한 사회 참여는 평균 0.93인데, 젊은 세대의 경우 약한 사회 참여 수준이 약간 높지만, 강한 수준의 사회 참여의 경우는 전체 시민들과 유사한 수준이었다.

사회 신뢰도의 경우는 MZ 세대는 평균 2.54인데, 기빙코리아의 결과인 2.64보다는 약간 낮았다. 사회 효능감은 3.01로, 사회 구성원으로서 책임감을 가져야 한다든지 사회를 변화시킬 수 있다는 생각에 “대체로 동의하는” 수준이었다. 이러한 결과는 전 연령층을 포함한 기빙코리아의 결과인 3.03 보다는 낮았다. 본 연구의 결과를 보면 대체로 MZ 세대는 전 연령층의 평균보다 사회 효능감이나 사회 신뢰도의 수준이 낮았지만, 대체로 온라인을 통해 이루어지거나 개인의 소비 행태와 관련이 있는 약한 수준의 사회 참여 수준은 전 연령층에 비해 높았다. 이러한 결과는 MZ 세대의 경우 자신의 물리적 시간과 노력을 직접 사용하는 방식보다는 간접적인 형태의 활동을 보다 적극적으로 하고 있음을 보여준다.

<표 2> MZ 세대의 사회 참여와 사회 태도 수준

내용	N	평균	SD	최솟값	최댓값
약한 사회참여수준	967	1.74	1.36	0	4.0
강한 사회참여수준	967	0.94	1.41	0	6.0
사회 효능감	967	3.01	.45	1.25	4.0
사회 신뢰도	967	2.54	.54	1.00	1.0

〈표 3〉은 MZ 세대의 기부 행동 현황을 보여준다. 우선 전체 967명 중 59.8%인 578명이 한 해 동안 기부에 참여했다고 응답하였다. 이는 기빙코리아 결과, 즉 전 연령층의 기부 참여 비율인 61.2%보다는 다소 낮은 수준이었다. 이러한 결과는 젊은 세대의 1년 이상의 상용근로의 55.5%로 비율이 전 연령층을 포함했을 때의 비율인 50.4% 보다 다소 높지만 전반적으로 낮은 월 평균 가구 소득이 반영되었을 가능성이 있다.

또한 기부자들의 기부 행동 유형을 보면 정기기부만 하는 사람들은 11.6%에 불과하였으며 43.6%의 MZ 세대 기부자들이 일시기부만 하고 있었다. 또한 44.8%의 기부자들은 정기기부를 하는 것과 동시에 일시기부도 하였다. 전 연령층을 대상으로 한 기빙코리아 결과를 보면 정기기부만 하는 경우는 14.3%, 일시기부만 하는 경우는 37.7% 그리고 정기와 일시기부를 동시에 하는 경우는 47.9%인데, 이와 비교할 때 MZ 세대의 경우는 최근의 기부 트렌드가 보여주는 것(박미희 외, 2022) 과 같이 일시기부를 더 선호하고 있음을 알 수 있다.

〈표 3〉 MZ 세대의 기부 행동

구분		빈도(명)	비율(%)
기부 참여	참여	578	59.8
	참여 안 함	389	40.2
총계		967	100.0
기부 유형	정기기부	67	11.6
	일시기부	252	43.6
	정기 및 일시기부	259	44.8
총계		578	100.0

〈표 4〉의 기부액을 보면 연 평균 약 25만 원 정도이며 이는 전 연령층의 연 평균 기부액 약 34만 원보다 약간 낮은 수준이었다. 이것이 기부 행동 유형에 따라 차이가 있는지를 보면, 우선 정기기부와 일시기부를 동시에 하는 적극적인 기부자의 경우 연 평균 기부액이 약 39만 원으로 가장 높았으며, 일시기부의 경우는 평균 약 10만 원 정도 수준으로 가장 낮았다. 기부 유형에 따른 이러한 기부액의 차이는 $p < .001$ 수준에서 유의미하였다($F=10.855$).

〈표 4〉 MZ 세대 기부 행동 유형별 기부액

내용	N	평균	SD	최솟값	최댓값
정기기부	67	225,302	254,097	3,300	1,080,000
일시기부	252	102,123	403,218	250	5,000,000
정기 및 일시기부	259	391,352	962,016	400	12,100,000
전체	578	246,004	714,000	250	12,100,000

 $F_{값} = 10.855^{***}$
 $*** p < .001$

2. MZ 세대의 기부 참여 및 기부 행동 유형

본 절에서는 MZ 세대의 기부 참여 여부, 그리고 기부자들의 기부 행동 유형에 영향을 주는 요인을 분석하였다. 본 연구는 MZ 세대의 경우 기부 행동을 사회 참여와 관련된 행동으로 인식할 뿐만 아니라, 기부를 통해서 사회 문제를 해결하거나 사회를 변화시키고자 하려는 경향이 있음을 고려하여, 사회 참여의 수준 그리고 사회 효능감 및 사회 신뢰도를 포함하는 사회에 대한 태도를 주요한 영향 요인으로 상정하였다.

〈표 5〉는 MZ 세대 기부 참여 여부에 대한 로지스틱 회귀분석 결과이다. 분석 결과를 보면 사회 참여 수준, 사회 효능감과 사회 신뢰도를 투입한 모델은 통계적으로 유의하며, Cox & Snell R^2 는 .117 Nagelkerke R^2 는 .158로 11.7%에서 15.8%의 설명력을 지닌다. 유의미한 영향을 미치는 요인을 보면 개인 특성의 경우 종교 유무와 고용 상태가 유의하게 기부 참여에 영향을 미쳤다. 즉 종교가 있는 경우 1.5배 이상 기부에 참여할 가능성이 높으며, 자영업과 1년 이상의 계약 근로를 포함한 상용 근로를 하는 경우 기부에 참여할 가능성이 약 2배 이상 높았다. 반면 기부 행동에 대한 기존의 연구들이 보여준 것과는 다르게 월 평균 가구 소득 수준은 실제로 유의미한 결과를 미치지 못하였다. MZ 세대의 고용 상태가 유의미한 영향을 미친다는 점을 동시에 고려한다면 실제로 젊은 세대의 기부자들은 전 연령층의 평균 기부 참여율과 기부액의 수준보다는 다소 낮기는 하지만 이들의 경제적 상황과 밀접한 연관이 있음을 알 수 있다. 특히 젊은 MZ 세대에게 있어서는 전체 가구의 소득 수준이 아니라, 안정적으로 경제 활동을 시작하고 자신의 재정 자원을 스스로 결정하여 사용할 수 있는 상황이 되면 이들은 보다 많이 기부에 참여할 수 있는 가능성을 지니고 있음을 반영하는 것이다.

사회 참여와 사회 태도 요인의 경우 강한 사회 참여 활동을 많이 하는 MZ 세대가 기부에 참여할 가능성이 1.2배 정도, 그리고 사회를 변화시킬 수 있다는 태도, 즉 사회적 효능감이 높을수록 기부에 참여할 가능성이 거의 2배 이상 높았다. 이러한 분석결과는 젊은 세대의 기부자들이 기부 행동을 사회 참여 활동으로 인식한다는 기부 트렌드(박미희 외, 2023)에 대한 기존의 연구 결과와 같은 결론을 보여준다. 또한 사회 문제를 해결하는 것이 사회 구성원의 책임이며 동시에 사회를 변화시킬 수 있다는 태도가 강할수록 기부에 더 많이 참여하고 있음을 알 수 있다.

〈표 5〉 사회 참여 및 사회 태도가 MZ 세대의 기부 참여에 미치는 영향

요인		exp(b)	S.E
개인 요인	나이	1.009	.013
	성별 (여성=0)	.904	.146
	월 가구 소득	1.100	.046
	교육 수준 (고등학교이하=0)	1.023	.193
	종교 유무 (없음=0)	1.527 **	.152
	고용 상태(미취업/실업=0)	2.220 ***	.174
사회 참여	약한 사회 참여 수준	.947	.060
	강한 사회 참여 수준	1.188 **	.063
사회 태도	사회 신뢰도	1.115	.137
	사회 효능감	1.044 ***	.688
상수항		.015 ***	.701
Pseudo R^2		Cox & Snell R^2 = .117 Nagelkerke R^2 = .158	
log likelihood		1,177.506***	

** $p < .01$; *** $p < .001$

〈표 6〉은 MZ 세대 기부자들의 기부 행동 유형이 어떤 요인에 의해 결정되는가를 파악하기 위해 정기기부자 유형을 기준 집단으로 한 다항 로지스틱 회귀분석의 결과를 보여준다. 분석 결과를 보면 사회 참여 수준과 사회에 대한 태도가 정기기부만 하는 경우와 비교했을 때 일시기부만 하는 경우 그리고 정기와 일시기부를 동시에 하게 될 가능성에 영향을 미치는지를 설명하는 데 본 연구 모델은 유의하며, 이 모델은 약 13%에서 15%의 설명력을 지닌다.

구체적으로 영향을 미치는 요인을 보면 우선 정기기부만 하는 경우에 비해 일시기부를 하게 될 가능성에 대해서는 어떤 요인도 유의미한 영향을 미치지 않았다. 즉 위의 기부 참여 여부에 영향을 미쳤던 사회 참여 수준이나 사회 효능감뿐만 아니라 MZ 세대의 고용 상태도 일시기부와 정기기부를 할 가능성에 별다른 차이를 이끌어내지 못한다. 이러한 결과는 현장의 모금가들이 정기기부자와 일시기부자는 서로 다른 특성을 지닐 것이라고 가정했던 것과는 다소 상이하다. MZ 세대가 다른 연령층과는 다르게 일시기부를 많이 하는 경향을 보이는 하지만, 정기기부와 일시기부라는 상이한 행동 유형은 이를 행하는 기부자의 특성이 다르기 때문이라고 이해해서는 안 된다는 점을 보여준다. 기존의 중장년층이나 노년층 기부자와는 다소 다른 환경에서 성장해온 MZ 세대에게 있어서 기부 행동은 그것이 정기적으로 이루어지든 일시적으로 이루어지든 유사한 행동으로 받아들여진다고 해석할 수 있을 것이다.

정기기부만을 하는 경우와 비교했을 때 정기 및 일시기부를 동시에 할 가능성에 유의미한 영향을 미치는 요인은 강한 사회 참여 수준이었다. 즉 강한 사회 참여 활동에 보다 많이 참여하는 경우 정기기부와 일시기부를 동시에 적극적으로 수행할 가능성이 정기기부만을 할 가능성에 비해 약 1.5배 정도 높았다. 이러한 결과는 정기기부와 일시기부는 유의미한 영향을 미치는 요인이 없지만, 사회를 위한 변화 또는 사회 문제 해결을 위한 직접적인 참여 활동을 하는 MZ 세대가 보다 적극적으로 정기기부와 일시기부에 참여하고 있음을 보여준다. 또한 이 결과는 본인의 시간과 노력이 직접적으로 투입되는 사회 참여 활동을 많이 하는 경우, 그들이 관심을 지니는 사회적 이슈가 있는 경우 정기기부이든 일시기부이든 보다 적극적으로 기부 행동을 하고 있음을 간접적으로 반영하는 것이다.

〈표 6〉 사회 참여 및 사회 태도가 MZ 세대의 기부 행동 유형에 미치는 영향

요인		정기기부vs일시기부		정기기부vs정기+일시기부	
		exp(b)	S.E	exp(b)	S.E
개인 요인	나이	.976	.027	.978	.027
	성별 (여성=0)	1.292	.303	1.309	.305
	월 가구 소득	1.040	.094	1.071	.096
	교육 수준 (고등학교이하=0)	1.056	.459	1.179	.467
	종교 유무 (없음=0)	.859	.302	.674	.301
	고용 상태(미취업/실업=0)	2.429	.421	1.175	.435
사회 참여 참여	약한 사회 참여 수준	1.188	.120	1.244	.120
	강한 사회 참여 수준	1.170	.139	1.564 ***	.135
사회 태도	사회 신뢰도	.659	.274	1.014	.278
	사회 효능감	.464	.353	.434	.356
상수항		-	1.561	-	1.573
Pseudo R ²		Cox & Snell R ² = .131 Nagelkerke R ² = .153			
log likelihood		1,038.777***			

1) 기준 집단: (정기기부=0)

2) ** p<.01; *** p<.001

본 연구의 분석 결과는 우선 MZ 세대의 경우 사회적 효능감을 지니거나 약한 사회 참여, 사회 신뢰 정도, 보다 적극적으로 사회 참여 활동을 수행하는 경우에 기부에 참여할 가능성이 더 높다는 점을 제시하였다. 그러나 사회 참여 수준이나 사회에 대한 태도, 그리고 고용 상태 등과 같은 개인적 특성은 일단 기부에 참여한 기부자들의 기부 행동의 차이, 특히 그들이 정기적으로 기부에 참여하는지 또는 일시적으로 기부에 참여하는지에 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이는 MZ 세대 기부자들의 정기기부나 일시기부는 그 차이보다는 기부 행동으로서 본질적으로 유사하다는 점을 반영하는 것이다. 또한 정기기부에 비해 정기 및 일시기부를 동시에 하는 경우는 강한 사회 참여의 수준에 의해 영향을 받는다는 것은 MZ 세대에게 있어서 기부 참여 그리고 적극적인 참여 수준 등은 이들의 사회에 대한 관심이나 사회를 변화시키기 위한 직접적인 참여와 밀접한 관련이 있음을 제시하는 것이다. 이러한 결과는 젊은 세대 기부자들은 기부 자체를 본인이 관심을 지닌 사회 문제를 해결하기 위한 활동으로 인식한다는 기부자들의 언급(박미희 외, 2022)과도 일맥상통한다.

V. 논의 및 결론

이 연구는 MZ 세대 기부 행동의 새로운 특성을 이해하기 위한 목적으로, 그동안 현장에서 언급되었던 변화를 일반 시민 대상 기부 행동 조사 자료를 활용하여 실증적으로 확인해 보고자 하였다. 그동안 연구들은 MZ 세대로 대표되는 젊은 세대의 기부자들이 기부 참여의 이유, 기부 참여의 방식이나 기부 분야의 선택 등 구체적인 기부 행동에 있어서 기존의 중장년층과는 다른 특성을 보여준다고 주장해왔다. 구체적으로 선행의 연구들은 젊은 세대 기부자들은 시혜적 활동이라기보다는 삶의 기반이 되는 사회를 변화시키고자 하는 일종의 사회 참여 또는 사회 행동의 한 방식으로 기부 행동을 보고 있다는 점(박미희 외, 2022), 기부 행동을 설명하는 사회인지이론과 사회자본이론에 기반한 접근은 사회에 대한 규범적 태도 등에 초점을 두기 때문에 최근 젊은 기부자들이 보여주는 온·오프라인 생활 세계 안에서 사회를 변화시키고자 하는 태도를 충분히 설명해주지 못하고 있다는 점(노연희, 정익중, 2020) 등을 강조했다.

그러나 MZ 세대 기부 행동의 새로운 특성은 대체로 소수의 20~30대의 기부자 또는 실천 현장의 모금 전문가들을 대상으로 한 면접 결과를 기반으로 보고되어 왔고, 대규모 설문 조사의 결과들은 MZ 세대의 기부 행동 특성을 명확하게 보여주는 못했다. 특히 젊은 세대 기부자들의 사회를 변화시키고자 하는 사회 참여 행동이 기부 행동과 어떠한 관계가 있는지 설명하기에는 한계가 있었다. 이에 이 연구에서는 MZ 세대의 사회 참여 태도 및 실질적인 행동 참여와 기부 참여 및 구체적인 기부 행동 유형의 관계를 사회운동이론에 기반하여 실증적으로 살펴보고자 하였다.

이를 위해 MZ 세대의 기부 행동에 영향을 주는 요인으로 사회적인 문제 해결에 대한 태도와 의지를 측정하는 사회 효능감과 사회 일반에 대한 신뢰도를 묻는 사회 신뢰도, 그리고 사회 참여를 주요 변인으로 살펴보았다. 이 중 사회 참여 수준은 직접적인 시간과 노력을 투입해야 하는 강한 참여와 직접 현장에 나아가 행동에 참여하기보다는 간접적인 방식으로 의견을 표명하는 방식인 약한 참여로 나누어 살펴보았다. 2022년 기빙코리아 데이터를 위해 수집된 일반 시민 2,500명 중 967명의 MZ 세대를 추출하여 분석한 결과, 일반적으로 전 연령층의 평균보다 MZ 세대의 경우 사회 효능감과 사회 신뢰도, 사회 참여 수준은 다소 낮았다. 그러나 이들 젊은 세대들은 물리적인 시간과 노력을

더 요구하는 강한 사회 참여와 온라인 중심의 소비 행태와 관련 있는 약한 사회 참여 수준으로 나누어 살펴보았을 때, 약한 사회 참여 수준에서 더 높은 값을 보여주었다. 강한 수준의 사회 참여의 경우는 전체 시민들과 유사한 수준이었다.

그런데, 디지털 중심의 약한 사회 참여 수준보다 온·오프라인의 강한 수준의 사회 참여 행동을 하는 MZ 세대들이 기부에 참여할 가능성이 더 높은 것으로 나타났다. 사회 문제를 해결하기 위한 사회 효능감도 기부 행동에 긍정적인 영향을 주었다. 즉, MZ 세대는 사회를 변화시킬 수 있다는 태도와 의지가 강하고, 현장 중심의 적극적 사회 참여 활동을 하는 경우에 기부에 참여할 가능성이 높은 것으로 나타났다. 이는 그동안 현장 실무자들의 의견을 중심으로 젊은 기부자들의 행동의 변화를 지적했던 기부트렌드(박미희 외, 2022; 2023) 연구 결과를 실증적으로 뒷받침하는 결과라 하겠다. 민지 외(2023)가 인터뷰한 젊은 세대들의 내적 효능감과 만족감이 사회 참여 — 봉사과 기부 — 로 드러난다는 것, 그 과정에서 온·오프라인에서 사람들과 교류하고 공유하면서 실천하고자 한다는 연구 결과와 맥을 같이하는 것이다. 김은미 외(2014)가 강조한 온라인 매체를 활용한 MZ 세대의 사회 문제 인식과 해결을 위한 사회 참여 활동의 다양한 접근 방식 제안이 중요해지는 대목이다.

또한 MZ 세대 기부 참여 여부에 영향을 주는 개인적 특성들 중 종교와 고용 상태가 유의미하였다. 종교가 있는 경우와 안정적인 고용 상태에 있는 경우에 기부 참여 가능성이 높았다. 특히 흥미로운 결과는 일반적으로 기부 행동에 유의미한 영향을 미친다고 제시되는 가구 소득이 아니라 본인의 안정적인 고용 상태가 기부 참여에 영향을 미친다는 점이다. 즉 젊은 기부자들의 기부 비율과 기부 금액(연간 59.8%, 약 25만원)은 전체 기부자들(연간 61.2%, 약 34만원)보다 다소 낮지만, 개인의 경제적 상황이 안정되고, 실질적으로 자신의 소득을 어떻게 활용할 것인지를 주도적으로 결정하는 경우 기부 참여를 결정하고 실행할 가능성이 높다는 것을 보여주었다.

나아가 이 연구에서는 MZ 세대의 기부 행동을 세분화하여 살펴보았다. 전 연령층의 기부 비율과 비교해보면, 정기기부율 14.3%, 일시기부율이 37.7%, 정기와 일시기부 모두 하는 비율 47.9%임에 비해 MZ 세대의 경우는 정기기부율이 11.6%, 일시기부율은 43.6%, 정기와 일시 모두 비율은 44.8%였다. 선행 연구(노연희 외, 2022)에서 나타난 젊은 세대들 중 일시기부자들과 정기기부자들은 다른 특성을 지닐 것이라고 하는 견해와 차이가 있었다. 실증적 분석 결과 정기기부를 하는 경우에 비해 일시기부를 하는 경우에 기부 행동에 영향을 미치는 요인들의 차이가 나타나지 않았다. 사회 효능

감, 사회 참여 정도, 고용 상태도 영향을 미치는 요인으로 나타나지 않았다. 젊은 세대 기부자를 단순히 일시기부자와 정기기부자를 구분하여 전략을 수립하는 것은 의미가 없음을 보여주는 것이다. 오히려 정기기부만을 선택한 경우보다 일시와 정기기부를 모두 하고 있는 경우에는 설명 요인의 차이가 나타났다. 사회 변화를 위한 방법을 적극적으로 실천하거나 사회참여 활동을 열심히 할수록 일시기부와 정기기부에 모두 참여할 확률이 높았다. 이들은 전 연령 평균 기부 금액인 34만 원보다 높은 약 39만 원으로 평균 기부 참여 금액도 가장 높은 집단이었다.

이러한 연구 결과는 첫째, 이들을 일시기부를 정기기부로 전환하겠다는 개념보다는, 일시기부로 진입한 기부자들에게 다양한 관심과 참여 기회를 제공하여 정기기부도 병행하는 등 사회 문제 해결에의 참여를 확장하도록 하겠다는 개념으로 접근하는 것의 필요성을 제기한다. 젊은 세대의 기부 행동은 비영리 조직이 제시한 주제와 대상에 수동적으로 참여하는 것이 아니라 이들의 일상적 이슈와 관심 있는 사회 문제와 연결된 탈권위적 이슈레이징에 우선 반응하며, 온·오프라인으로 유연하고 약하게 연결되면서 연대 네트워크로 실천력이 강화되는 사회 참여 수준이 기부 행동에도 유의미하게 긍정적으로 영향을 준다는 Miller-Stevens & Taylor(2020)의 주장을 뒷받침해 준다. 골드세커 & 무디(2021)가 강조한 젊은 세대의 기부 행동이 ‘참여’의 한 방법이고, 온·오프라인에서 직접 관계를 맺는 쌍방향 대화에 의미를 두면서 복합적이고 다양한 사회 참여 방식으로 기부 행동을 이해하고 있다는 것을 이 연구에서 확인할 수 있었다. 이러한 연구 결과는 온라인에서의 참여가 오프라인에서의 집합 행동으로 연결되면서 문제 해결을 위한 적극적인 참여가 다시 강화되는 양상을 보여준다는 신사회운동이론(홍찬숙, 2022)의 MZ 세대 기부 행동에 대한 설명력을 확인한 것이라 볼 수 있다.

둘째, 기부자의 사회 참여와 기부 행동의 관계를 분석하면서 비영리 조직과 기부자의 관계를 재정립하는 데 함의를 제공할 것이다. MZ 세대는 사회 문제에 관심이 많으며 이의 해결에 적극 동참하고자 하는 성향이 높고, 사회 변화를 위하여 비영리 모금 조직들이 어떻게 활동하고 있는지 살피면서 사회 참여를 위한 행동을 결정하고 있다. 이 연구는 2022 기빙코리아 데이터를 재분석하여 MZ 세대에게 기부행동은 어려운 이웃을 돕고 나눔과 배려를 실천하는 이타적 행동을 넘어서 사회 참여 행동의 한 방법으로 전환되고 있다는 것을 드러내고자 한다. 이러한 MZ 세대가 주요한 기부 세대로 성장하면서 비영리 조직과 기부자의 관계도 변화되어야 함을 요구하고 있다.

셋째, 이론적으로 개인의 역량 있는 기부자를 강조해온 박애(philanthropist) 기반 접근 방식에

서 사회 운동으로서 기부를 이해하는 접근 방식으로 전환할 필요성을 제기한다. 역량 있는 개인 기부자의 성장도 중요하지만, 다양한 역량의 개인들이 함께 느슨하지만 지속적인 연대를 통해 참여하여 문제 해결을 이끌어내는 방법으로 기부 행동을 새롭게 바라볼 필요가 있다. 이러한 이론적 기반을 통해서 정체성 탐색과 배움의 욕구를 가진 MZ 세대의 성장을 지원해야 한다. 다양한 정보를 수동적으로 습득하는 것이 아니라 현장 참여를 통해 적극적으로 체험하고 배우며, 자신과 동료의 성장을 함께 느낄 수 있는 기회가 폭넓게 제공되어야 할 것이다.

본 연구 결과를 기반으로 실천적 함의를 구체적으로 제안하면 다음과 같다. 첫째, MZ 세대 기부자는 기존 비영리 조직의 사명에 동의하는 것보다 일상적으로 체화되는 사회 문제에 공감하는 것에서 우선적으로 영향을 받는다. 이러한 사회 문제가 해결되어야 한다는 사회적 효능감을 인식시키고 공동의 노력으로 해결할 수 있다면서 동기를 부여하는 캠페인 메시지와 방법들이 제시될 필요가 있다. 둘째, 이들은 기부를 개인의 행동이 아니라 자신과 정체성이 비슷한 사람들이 함께하는 참여 행동으로 이해한다는 것이다. 유사한 관심사를 가진 기부자들이 연결될 수 있는 기회의 확장이 필요하다. 셋째, 젊은 세대 기부자들의 높은 일시기부 비율을 보고, 정기기부자로 전환에 관심을 두기보다는 다양한 기부 방식을 제안하여 선택의 폭을 넓히는 방안이 필요하다. 사회를 변화시키기 위해서 문제 해결을 위한 역량을 다각적으로 모아야 하듯이 다양한 기부와 봉사, 참여 방식들이 연결될 수 있도록 하여야 할 것이다. 이러한 MZ 세대의 기부 행동의 특성은 그동안 비영리 조직들이 기부자의 취향이나 관심사에 민감하게 반응하면서 사회 문제에 대해 소극적으로 대응해 왔던 접근 방식의 변화를 요구한다. 향후 비영리 조직은 본질적으로 해야 하는 일을 하면서 — 날카로운 비판으로 사회 문제에 대한 이슈를 주도하면서 — MZ 세대 기부자들과 함께 그 해결점을 찾아가는 과정으로서 모금에 새롭게 접근해야 할 것이다.

참고문헌

- 골드세커, 샤나., 무디, 마이클. (2021) *임팩트 세대: 차세대 기부자들의 기부 혁명*, 사랑의 열매 나눔총서 5권, 신봉아 역, 파주: 고유서가.
- 김구 (2010). 온라인 및 오프라인의 사회적 자본 형성에 대한 온라인 활동의 영향성 탐색: 대학생을 중심으로. *사이버커뮤니케이션학보*, 27(4), 5-44.
- 김은미, 김반야, 서민향 (2014). 온라인에서 형성되는 사적신뢰와 사회신뢰의 관계. *한국방송학보*, 28(3), 7-47.
- 김정윤 (2023). MZ 세대의 사회참여 인식에 관한 사례연구. *인문사회* 21, 14(1), 2755-2770.
- 남경태 (2024). MZ 대학생의 기부와 불매 행동에 관한 탐색적 연구. *지역과 커뮤니케이션*, 28(2), 5-36.
- 노연희 (2020). 코로나 19 대유행 시기 일반시민의 기부행동 분석. *NGO 연구*, 15(3), 1-30.
- 노연희, 정익중 (2020). 신뢰, 기부태도 및 기부행위간의 구조적 관계. *사회복지연구*, 51(2), 5-25.
- 노연희, 정익중, 신현상, 송수진 (2020). *기빙코리아2020: 코로나19 대유행시기 한국인의 기부*. 아름다운재단 기부문화연구소.
- 노연희, 박미희, 노법래, 전현경, 유재윤, 강수진 (2022). *2020 기부 트렌드: 지나간 10년, 다가올 10년*. 사회복지공동모금회 나눔문화연구소.
- 노연희, 이민영, 이영주 (2022). *기빙코리아2022: 다양한 기부자들, 위기 속에서 움직인다*. 아름다운재단 기부문화연구소.
- 민지, 이지수, 김보은, 정재희 (2023). MZ 세대의 사회공헌 활동 강화를 위한 모바일 앱 제안. *한국디자인문화학회지*, 29(3), 141-153.
- 박미희, 노연희, 이민영, 유승권, 유재윤, 최새봄, 허형섭 (2021). *2021 기부 트렌드: 코로나 19, 변화의 촉진제가 되다*. 사회복지공동모금회 나눔문화연구소.
- 박미희, 노연희, 박란희, 황신애, 유재윤, 정현탁, 김유경 (2022). *2022 기부 트렌드: 확장되는 세계, 일상이 되는 기부*. 사회복지공동모금회 나눔문화연구소.
- 박미희, 노연희, 유승권, 이수현 (2023). *2023 기부 트렌드 : 기부효능감을 잡고, JUMP UP!*. 사회복지공동모금회 나눔문화연구소.
- 백옥인 (2008). 촛불시위와 대중: 정보사회의 대중 형성에 관하여. *동향과 전망*, (74), 159-188.
- 서영표 (2013). 사회운동이론 다시 생각하기: 유물론적 분석과 지식구성의 정치. *민주주의와 인권*, 13(2), 303-346.

- 송경재 (2009). 네트워크 시대의 시민운동 연구: 2008 촛불집회를 중심으로. *현대정치연구*, 2(1), 55-83.
- 이창호, 의철 (2008). 촛불문화제에 나타난 청소년의 사회참여 특성에 대한 연구. *언론과학연구*, 8(3), 457-491.
- 이홍승, 김준환 (2021). 코로나 19로 인한 식품 소비행태 변화분석: MZ 세대를 중심으로. *Journal of Digital Convergence*, 19(3), 47-54.
- 양보원 (2023.12.28.). 달리고, 먹고, 업로드하고..기부도 즐기는 MZ 세대. *부산일보*.
- 정진원 (2022). 청년층의 기회 공정성 인식 결정요인: 중장년층 및 노년층과의 비교를 중심으로. *사회과학연구*, 33(4), 135-161.
- 홍찬숙 (2022). *한국사회의 압축적 개인화와 문화변동-세대 및 젠더갈등의 사회적 맥락*, 서울: 세창출판사.
- Bala, M. (2014). Civic engagement in the age of online social networks. *Contemporary Readings in Law and Social Justice*, 6(1), 767 - 774.
- Bearman, J., Beaudoin-Schwartz, B., & Rutnik, T. A. (2005). Giving circles: A powerful vehicle for women. *New Directions for Philanthropic Fundraising*, 2005(50), 109-123.
- Bobek, D., Zaff, J., Li, Y., & Lerner, R. M. (2009). Cognitive, emotional, and behavioral components of civic action: Towards an integrated measure of civic engagement. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(5), 615-627.
- Brown, E. & Ferris, J. M. (2007). Social capital and philanthropy: An Analysis of the Impact of Social Capital on Individual Giving and Volunteering. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(1), 85-99.
- Cheung, C. K., & Chan, C. M. (2000). Social-cognitive factors of donating money to charity, with special attention to an international relief organization. *Evaluation and program planning*, 23(2), 241-253.
- Ester, P. & Vinken, H. (2003). Debating Civil Society On the Fear for Civic Decline and Hope for the Internet Alternative. *International Sociology*, 18(4), 659 - 680.
- Fajardo, T. M., Townsend, C., & Bolander, W. (2018). Toward an optimal donation solicitation: Evidence from the field of the differential influence of donor-related and organization-related information on donation choice and amount. *Journal of Marketing*, 82(2), 142-152.

- Gamson, W. A., & Meyer, D. S. (1996). Framing political opportunity. *Comparative perspectives on social movements*, 275–290.
- Karlan, D., & McConnell, M. A. (2014). Hey look at me: The effect of giving circles on giving. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 106, 402–412.
- Miller–Stevens, K., & Taylor, J. A. (2020). Philanthropic collaboration: a conceptual framework for giving circles. *Public Integrity*, 22(6), 575–589.
- Newton, K. (2001). Trust, social capital, civil society and democracy. *International Political Science Review*, 22(2), 201–214.
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Simon & Schuster.
- Uslaner, E. M. & Brown, M. (2005). Inequality, trust and civic engagement. *American Politics Research*, 33(6), 868–894.
- Wilhelm, M. O., Rooney, P. M., & Tempel, E. R. (2007). Changes in religious giving reflect changes in involvement: Age and cohort effects in religious giving, secular giving, and attendance. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 46(2), 217–232.