2017 ISSUE PAPER 1

국내 비영리조직 투명성에 관한 인식 조사

기부자, 일반인, 언론, 실무자의 관점비교

아름다운재단
The Beautiful Foundation

국내 비영리조직 투명성에 관한 인식 조사

– 기부자, 일반인, 언론, 실무자의 관점비교 –

2017.8.

아름다운재단 연구교육팀
전현경, 이영주, 장윤주

목차

Ⅰ. 들어가며 — 05

Ⅱ. 현황검토: 투명성과 우리사회 — 06

1. 비영리단체의 투명성
2. 비영리단체 투명성에 관한 국내 논의 현황 : 신문기사 중심으로

Ⅲ. 연구방법론 — 13

1. Adaptive Design
   1) Design Thinking과 Adaptive Leadership
   2) Adaptive Design
2. Adaptive Design 적용 사례

Ⅳ. 비영리단체 투명성이란 무엇인가? Adaptive Design 접근 — 16

1. 조사개요
2. 이해관계자의 "비영리 투명성"에 대한 관점 : Empathy Work
   1) 언론
   2) 학계
   3) 정기기부자와 일시기부자
   4) 비기부자
   5) 단체 실무자
3. 발견점 : Definition mode

Ⅴ. 나오면서 — 23

I. 들어가며

최근 몇 년간 비영리단체의 투명성에 대한 관심이 매우 높아졌다. 자산 5억원 이상 또는 수입 3억원 이상 공익법인은 국세청 공익법인 공시 시스템에 법인과 재무정보를 공개하는 의무를 갖게 되었고, 한국가이드스타에서는 이 정보를 기반으로 비영리기관에 별점을 매기는 평가 시스템을 개발하였다. 이 과정에서 재무공시를 어떤 방식으로 하고, 그것을 어떤 기준으로 해석해야 하는지에 대한 많은 논의가 이루어졌다. 다양한 관점이 충돌하는 가운데에서도 모두가 합의하는 전제는 "비영리단체의 투명성은 매우 중요하다." 것이었다. 민간의 선의에 의한 기부금을 받고, 국가로부터 특별한 면세혜택을 받기 때문에 그 운영과 자금집행을 투명하게 공개하는 것은 당연하며, 비영리단체가 더 많은 기부금과 세제혜택을 받기 위해서 투명성을 증진해야 한다는 의미이다.

2014년 보건복지부의 설문조사에서 "기부하는 단체를 믿을 수 없다"는 응답이 20.8%였다는 것을 언급한 한국일보는 자체 연구를 통해 공익법인들의 투명성 지표 점수가 10% 증가할 때 기부금 수입은 4.9%포인트 증가한다고 발표했다. 투명성이 신뢰성을 높이고, 이것이 모금액 증가로 이어진다는 것이다. 아름다운재단 기빙코리아에서도 기부참여확산을 위한 개선사항으로 58.9%가 "투명성 강화"를 응답하였다.

이러한 흐름에 따라 아름다운재단 기부문화연구소는 '비영리단체의 투명성 증진방안' 이라는 주제로 2016년 기획연구를 진행하고자 했다. 구체적인 연구 기획단계에서 '투명성이 증진된 상태' 를 무엇으로 볼 것인지에 대한 이견이 있음을 발견했다. 더 많은 기관이 국세청 비영리법인 공시를 하면 투명성이 증진된 것일까? 재무정보 외에 거버넌스나 사업관련 공개를 추가하면 시민들이 투명하다고 생각하게 될 것인가? 외부감사와 정보공시가 법적 의무화 되면서 비영리법인이 정보공개를 위해 들이는 시간과 비용이 월등히 높아지고 있는데, 비영리 투명성에 대한 불신은 개선되지 않는 것은 어떻게 이해해야 할까?

따라서, 비영리단체의 투명성을 어떻게 강화해야하는지에 대해 논하기에 앞서 비영리섹터를 이루는 각 단위에서 '투명성' 이라는 개념을 어떻게 정의하고 있는지 살펴보는 것이 필요하다고 판단했다. 이에 본 이슈페이퍼는 투명성에 대한 주요 이해관계자의 관점들을 정리하고 있다. 이 자료가 투명성 증진 노력이 여러 이해관계자의 기대를 충족시키는 방향으로 발전할 수 있는 기초자료가 되기를 바란다.

II. 현황검토: 투명성과 우리사회

1. 비영리단체의 투명성

그렇다면, 신문기사에서 언급되는 '투명성', 즉 상식적인 정보의 '공개'가 투명성인가? 과연 투명성이란 무엇인가? 학술차원에서의 투명성은 '정보의 흐름이 자유롭고 온전한 상태'라는 사전적 해석 외에 추가적으로 '공개의, 뚜껑 없는, 명료한, 정직한, 숨김없는, 공공연한, 공정한' 등의 경험적 의미를 적재한 개념이다. 투명성 가치는 이러한 관련 정의나 경험적 용도에 비추어 보면 '밖에서 속 또는 안을 들여다 볼 수 있는 조건이나 상태'로 파악된다. 투명성은 결국 이러한 점에서 관찰대상에 대한 완전한 정보와 그것의 자유로운 흐름에 관한 것이다. '완전한 정보'는 여기서 정확하고, 왜곡, 거짓이 없으며, 모든 의문에 답할 수 있을 만큼의 충분한 정보 즉, 정보의 완전성이고, '자유로운 흐름'은 그러한 정보를 필요로 하는 사람은 누구나 방해나 장애없이 획득할 수 있는 상태 즉, 정보의 접근성으로 이해된다 (현삼원, 2009).

바쉬와나와 카우프만 (Vashwanath&Kaufman,1999)은 투명성을 접근성(accessibility), 이해성(comprehensiveness), 적시성(timeline), 관련성(relevance), 질과 신뢰성(quality and reliability)의 차원으로 설명한다. 이는 '정보 접근성'과 '완전성'의 크게 두 가지 차원의 구조로 구분된다. 첫째, 정보 접근성의 차원이다. 열린사회를 통한 민주주의의 실현은 일반대중의 정보이용 가능성에 근거하는데, 접근은 일반대중이 사회조직의 안을 들여다 볼 수 있도록 그러한 정보 획득과 이용을 가능하게 하는 제도나 절차라고 할 수있다. 접근성을 보장하는 제도나 절차는 광범위하고, 공개적이며 공평한 접근을 보장하여야 하며, 접근 채널은 다양하고, 또 항상 열려 있으며 그 이용이 자유로워야 하며, 편리하고 비용에 부담이 없어야 하고, 절차는 간단 · 단순해야 하다.

둘째, 정보 완전성의 차원으로, 투명성은 정보의 양과 질, 즉 많은 정보보다 나은 정보의 제공을 요구한다. 따라서 투명성은 접근성 보장 외의 이러한 정보 완전성 조건을 추가적으로 요구한다. 완전성의 조건으로서는 정확성, 관련성, 적시성, 신뢰성, 명료성, 평이성과 일관성을 들 수 있다.

이러한 투명성 구성요소에 관한 정의를 종합하여 살펴보면, 투명성은 첫째, 정보접근성이 우선적으로 보장되어야 하며, 둘째, 접근할 수 있는 정보가 진실하고 신뢰할 수 있는 완전한 정보이어야 하며, 셋째, 필요한 시기에 적절하게 파악할 수 있는 정보가 되어야 투명성이 보장된다고 하겠다. (현삼원,2009).

실무적 차원에서는 미국의 재단센터(Foundation Center)의 Glass Pocket을 살펴보는 것이 유용하다. 재단센터는 Grantcraft라는 서비스를 별도로 구성하고 투명성과 관련하여 Glasspocket 프로젝트를 시작, "How Has Glass Pocket?", "Foundation Transparency2.0", "The Reporting Commit-

ment", "Eye on the Giving Pledge"와 같은 쌍방향 온라인 플랫폼을 개설하였다. 이곳에서는 23개 지표를 토대로 미국 내 1,600여개 유수 재단의 투명성과 관련된 각종 정보 접근을 가능하게 했으며, 지리정보를 토대로 한 재단의 지원규모 관련 정보, 부자들의 기부클럽인 Giving Pledge에 어떻게 참여하고 있는지 등의 정보를 제공한다(이형진, 2014).

Glass Pocket에서는 투명성을 정보나 과정을 공유하는 것뿐만 아니라 공익재단, 기부자, 지원자, 파트너, 수혜자와의 관계를 갖고 책무성을 확대시키는 수단으로 보고 있다. 특히 재단센터의 블로그와 Opening Up(2014)이라는 제목의 보고서를 통해 투명성과 책무성의 관계를 다음과 같이 설명하였다.

"Glass pocket을 시작할 때, 투명성과 책무성은 서로 바꿔 쓸 수 있는 대체어라고 생각했다. 그러나 투명성이라는 개념에 대해서는 모두 동의하지만, 책무성의 개념에 대해서 좀 더 깊게 생각을 해봐야 한다는 의견이 지배적이었다. 대다수 재단의 전문가들은 정부의 통제 및 규제가 책무성과 관계가 있다고 생각했다. 특히 법적 테두리를 넘어선 규제의 시도, 즉 어떤 이슈를 다뤄야 한다든지, 특정 인구 그룹 및 계층에게 편익이 가도록 재단 돈을 써야 한다든지 하는 것들은 특히 그러했다. 재단의 책무성과 관련하여 지원대상자의 인식을 묻는 Center for Effective Philanthropy의 설문조사 결과(GPR, Grantees Perception Report,2005)는 그들이 중요한 이해관계자라는 강한 신호를 보내는 것이었다. 설문조사에 참여한 해당 재단이 자신의 결과를 웹사이트에 공개하고 전 세계 모든 사람이 볼 수 있게 하는 것, 그것이 투명하다는 반증이 아니겠는가?"(Smith,2010)

또한 Opening Up 보고서에는 투명성에 대해 다음의 사실을 강조하고 있다.

"투명성은 한 마디로 이야기하자면 공개하는 것이다..[중략]...무엇을 어떻게 하는지, 어떤 차이를 만들어 내는지를 솔직하게, 쉽게, 접근 가능하게, 제때에 공유하는 것이다...[중략]..그러나 투명하다는 것이 정보와 과정, 절차를 공유하는 것만으로 끝나는 것은 아니다. 그것은 책무성을 확장하는 것인 동시에 재단과 지원대상자 등 이해관계자들과 관계를 구축하는 것이기도 하다."(Opening Up,2014)

요약하면, 국내에서 비영리 투명성은 '회계정보의 공개와 보고' 라는 좁은 의미의 논의가 주를 이루고 있지만, 1) 정보의 접근성 2) 신뢰성과 완전성 3) 시기성과 적절성이 모두 고려되어야한다. 이때 투명성은 책무성과 떼어놓고 논의할 수 없다. 책무성은 투명성을 포괄하고 있는 개념으로, 사업수행의 결정과정을 좀 더 분명하고 쉽게 이해할 수 있도록 하는 것, 기부자, 수혜자, 파트너 등 이해관계자들과의 성과와 결과를 공유하는 과정과 소통을 포괄하고 있다. 따라서 투명성 또한 책무성의 범주인 1) 재정 2) 지배구조 3) 성과 4) 사명에서 책무성 메커니즘 1) 공개/보고 2) 성과평가 3) 자율규제 4) 참여가 이루어지는 과정 모두에서 고려되어야 할 것이다.

〈표1〉 책무성의 범주

범 주	내 용	특 징
재정 (finance)	• 비영리분야뿐만 아니라 영리분야 등 전 부문에 걸쳐 재정 및 재무에 대한 투명성과 정보 공개는 물론, 내부 비리에 대한 내부자 고발자에 대한 보호에 이르기까지 가장 기본적인 책무성	• 강제적이며 징벌적인 성격(제재, 벌금, 투옥, 면세 지위의 상실 등등)
지배구조 (governance)	• 이사회의 책무—수탁자로서의 의무, 내부적 통제와 조정 및 법률 준수 책무성 • 이사회는 조직에 대한 주의(care), 충성(loyalty), 충실(obedience)의 결합체 – 주의: 의사결정을 위해 적절한 정보를 탐색하고 이를 고려해야 하는 책무 – 충성: 이해 충돌의 공개 및 조직의 이익을 개인의 그것에 우선해야 하는 책무 – 충실: 의사결정을 위한 조직 내부 규약 준수 및 조직의 사명을 지켜야만 하는 책무	• 투명한 재정과 법률의 준수 등 성실한 수탁인으로서의 의무는 물론, 결과 및 성과, 효과적인 전략, 사회적 가치 증대를 위한 사명의 성취 등 그 역할의 범위가 점차 확대됨.
성과 (performance)	• 비영리조직의 사업 결과와 성과에 대한 책무—'성과기반 책무성'(performance-based accountability), '논리모델'(logic model), 변화이론(theory of change)	• 성과 측정과 관련된 기술적 · 전문적 도구, 지표 개발, 임팩트 평가를 전제로 하며 목표에 대한 결과를 요구. • 분명한 산출과 결과의 명시를 강조—후원기관 · 기부자에 대한 결과 보고. 그러나 측정 가능한 결과에 대한 단순한 요구는 졸속한 해결책을 낳고, 이는 다시 긴 시간을 필요로 하는 관계 형성 및 자력화(empowerment) 등에 부정적인 영향을 끼칠 수 있다는 비판이 존재. 이들 비판은 장기적인 효과성, 그리고 측정이 쉽지 않더라도 정치적 · 사회적 변화와 목표를 강조.
사명 (mission)	• 비영리 활동의 핵심이라 할 수 있는 조직의 존재 이유인 사명을 강조.	• '성과기반 책무성'의 또 다른 형태 —'사명 중심 책무성': 1)반복과 학습을 통한 성과 측정에 대한 조직 책임자의 장기적 이해력 증진; 2)사회 문제에 대한 조직 책임자의 이해 확대 및 조직 환경에 대한 적응력 증진 • 이를 위해서는 체계적인 성찰과 적응을 가능하게 하는 과정이 경영의 중심에 놓여야 함.

출처: 이형진. 2015. 108~109쪽

〈표2〉 책무성 메카니즘의 특징

어떻게 책무성을 실천하는가? —메커니즘 (도구 혹은 과정)	누구에 대한 책무성인가? (상향, 하향, 내부)	무엇에 대한 책무성인가? (재무, 거버넌스, 성과, 사명)	유인력 (내부적, 외부적)	조직 대응 (준수, 전략적)
공개/보고 (도구)	• 상향적: 후원기관, 감독기관에 대해 • 하향적(낮은 정도): 서비스대상자, 회원에 대해	• 재무, 성과(어떤 내용을 보고하느냐에 따라)	• 법률적 요구 • 세법과 면세 지위 • 펀딩을 위한 요구사항(펀딩 지속 여부 혹은 면세 지위의 상실)	• 준수(관련 법률, 단기적 성과)
성과 평가 (도구)	• 상향적: 후원기관에 대해 • 하향적(높은 잠재력): – 후원기관이NPO에 대해 – NPO가 지역사회에 대해	• 성과(단기적 산출이 지배적이었으나 점차 임팩트에 대한 강조로 이동)	• 지원을 전제로 한 요구사항(외부적) • 학습도구로서의 잠재성(내부적)	• 준수(그러나 장기적이고 전략적인 차원의 평가 가능성을 가짐)
자율 규제 (도구 & 과정)	• NPO 자신에게 우수한 관리자라는 증명으로서 후원기관에 대해	• 재무와 거버넌스 (정해진 표준 혹은 규칙이 강조하는 것에 따라)	• 스캔들, 성과의 과장 등으로 인해 대중적 확신과 신뢰의 쇠퇴(외적으로는 펀딩 기회의 상실, 내적으로는 평판의 상실)	• 업계의 표준 강도를 강화하고 정책 입안에 영향력을 가질 수 있다면 전략적 • 표준의 강도가 약하고 형식적이라면 준수
참여 (과정)	• 하향적: – NPO로 부터지원 대상자와 지역사회에 대해 • 하향적(높은 잠재력): – 후원기관로 부터 NPO에 대해 • 내부적으로 NPO 자신에게	• 참여의 목적에 따라달라짐. 예를 들어, 실행에 대한 투입(성과), 의제에 대한 영향(거버넌스) 등등	• 조직의 가치(내부적) • 펀딩을 위한 요구사항(외부적)	• 참여가 자문 및 실행이란 차원에 제한된다면 준수. • NPO의제에 지원대상자의 권한과 영향력을 강화하고자 한다면, 혹은 후원기관에 대한 NPO의 영향력을 강화하고자 한다면 전략적
적응적 학습 (과정)	• NPO 자신에게 • 이해관계자들에게 상 · 하향적	• 사명과 성과	• 사명 성취를 위한 성과 증진(내부적)	• 어떻게 사회적 문제를 해결할 것인가에 조직의 관심과 자원이 집중된다면 전략적

출처: 이형진, 2015, 110쪽

2. 비영리단체 투명성에 관한 국내 논의 현황 : 신문기사 중심으로

다양한 이슈를 기반으로 비영리단체와 관련된 기사들은 여러 매체를 통해 쏟아져 나오고 있다. 기관 동향에 관한 것부터 법제도에 관한 기사까지 비영리섹터에 대한 관심도 높아지고 있다. 그 가운데 비영리단체의 투명성에 관한 일부기사들은 부정적인 사례를 다루면서 비영리단체의 투명성에 대한 문제제기를 하였다. 기사내용의 대부분은 기부자의 기부금을 사업비가 아닌 운영비로 사용했거나, 단체가 제대로 집행내역을 보고하지 않아 투명하지 않다는 것이다. 신문기사를 통해 만나는 비영리단체는 가장 기본적인 요소인 투명성 확보는 커녕 신뢰도까지 줄 수 없다는 게 현실이다. 따라서 하루빨리 비영리단체들에 개입(예를 들어 명확한 공시제도 확립이나 회계교육의 활성화 등)이 필요한 것처럼 보인다. 관련 기사의 예시는 다음과 같다.

〈표 3〉 비영리단체 투명성에 관한 신문기사 예시 –부정적 사례 중심으로–

일시	기사 제목
한국일보 2014년 1월	기부금 모금 집행관리 부실 : 울산발전연구원 이경우 박사 연구
조선일보 2014년 2월	비영리법인 수익사업의 면세범위
경향일보 2014년 3월	천주교 2개 교구 종교계 최초 기부금 내역 국세청 등록
국민일보 2014년 4월	NGO 고도의 투명성 요구는 세계적 추세
조선일보 2014년 4월	새롭게 바뀌는 비영리단체 공시의무
한국경제 2014년 4월	종교단체도 회계투명성 확보해야
조선일보 2014년 5월	유나이티드웨이 회장 브라이언 갤러거 인터뷰
매일경제 2014년 5월	세월호 성금 모금과정 및 집행을 투명하게 밝혀라
세계일보 2014년 5월	모금단체 '불신의 법' 여전 집행내역 투명성 확보 관건
국민일보 2014년 7월	미국 NPO 평가기관 171개 (종교단체 평가기관 미포함)–한국Charity Navigator
국민일보 2014년 7월	다양한 모금, 기부 정보 전 세계 제공 Foundation Center
국민일보 2014년 8월	NPO 활동 법으로 17개 영역 구체적 규정 :일본 NGO 사례
국민일보 2014년 8월	모금 전 자세한 사용목록 기부자에게 미리 공개 :영국 Oxfam 사례
한국일보 2014년 12월	공익법인 3만곳 중 검증 가능 1% 안돼

한국일보 2014년 12월	어디에 썼는지..깜깜이 기부금
동아일보 2015년 10월	5,542개 공익법인 기부금 명세 첫 확인/상위 1% (50곳)가 모금액 65% 차지 '부익부'
동아일보 2015년 10월	공동모금회 5,883억원, 월드비전 (1,802억원), 대중소협력재단 (1,313억원) 유니세프 (1,169억원)
동아일보 2015년 10월	구호사업 사용, 알고보니 사무실 운영비
국민일보 2015년 11월	모금기관, 회계는 물론 직원급여까지 명시해야
한국일보 2015년 12월	TV에 모금광고 줄잇는데..공시내역광고비 지출은 '0'
한국일보 2015년 12월	기부단체 투명성 D 등급 불신 안 걷혔다
한국일보 2015년 12월	기부단체 효율성 겉으론 번 듯, 뒤죽박죽 공시 탓 착시효과
한국일보 2015년 12월	비영리 민간단체 160만개 넘는 미국, 불성실 공시, 방만 경영엔 가차 없다.
한국일보 2015년 12월	제대로 공시했더니 효율성 떨어져 보여요 항변하는 단체들
한국일보 2015년 12월	기부금 어디에 얼마나 썼는지 깜깜 뭘 믿고 기부하나요
한국일보 2015년 12월	대형 단체에 기부금 쏠려 지역풀뿌리 봉사는 고사위기
한국일보 2015년 12월	재무현황 있는 그대로 알려 기부자에게 신뢰 줘야
한국일보 2015년 12월	투명성 높아지면 모금액도 늘어난다.
매일경제 2016년 1월	종교인 과세 앞당기고 회계 투명성 높여야
동아일보 2016년 1월	기부, 꼭 추운 겨울에만 해야하나

위의 기사내용은 대부분 비영리단체들이 기부금 사용에 대한 제대로 된 가이드라인 없이 사용하며 투명한 보고를 하고 있지 않기 때문에 비영리단체에 대한 신뢰도가 떨어지고 있다는 내용이다. 이러한 언론기사 이후 비영리단체의 투명성 확보를 위한 접근은 공시양식에 대한 개선과 회계보고양식 및 교육에 집중되었다.

예를 들어, 한국가이드스타와 NPO공동회의는 언론에서 제기한 인건비/사업비 보고 관련 비영리단체의 투명성에 대한 문제점을 지적하면서 공시양식 개정과 공시입력 대상 단체들의 교육에 주력해왔다. 특히 한국가이드스타는 국세청과 협약을 맺고 국세청의 공익법인 공시데이터를 데이터베이스화하여 이를 바탕으로 공익법인에 대한 정보를 제공함과 동시에 공시자료를 제출하는 단체들을 교육하고 있다. 삼일미래재단의 경우, 비영리단체의 투명성을 높이기 위해 표준화된 기준을 마련해야 한다고 보고 관련하여 비영리법인 운영매뉴얼을 만들어 온라인 교육을 강의하고 있다. 주요 강의 내용은 미션과 비전 체계의 수립, 조직 및 인력관리, 회계 및 세무 관리, 운영 관리, 외부 정보 공시로 구성되어 법인 운영의 전

반을 다루고 있다.

그런데, 비영리단체의 투명성이라는 논의가 어디서부터 시작된 것인가? 비영리섹터를 바라보는 이들이 투명성에 대해 같은 지점을 바라보고 있는가? 즉, 기부자, 모금실무자, 언론, 학계 등 이해관계자들이 비영리분야에서의 투명성을 무엇이라고 생각하며, 어떻게 접근해야한다고 보는가? 앞서 투명성과 책무성에서 설명한 바와 같이 투명성은 재무, 지배구조, 성과의 범주에서 구현되어야 하는데 현재의 논의는 협소하지 않은가?

이러한 질문을 해소하기 위해 본 보고서는 어댑티브 디자인(Adaptive Design)이라는 방법론을 통해 국내 비영리조직의 투명성에 관한 논의를 살펴보고자 한다.

III. 연구방법론

1. 어댑티브 디자인 Adaptive Design[1)]

1) 디자인 씽킹(Design Thinking)과 어댑티브 리더십(Adaptive Leadership)

어댑티브 디자인은 창의적이면서도 현실적인 방법으로 변화를 끌어낼 수 있는 접근법이다. 어댑티브 디자인의 2가지 구성요소는 디자인 씽킹과 어댑티브 리더십으로, 이들은 조직 내에서 실천할 수 있는 공인된 형태의 접근방법이자 조직 내 변화를 이끌 수 있는 가장 강력한 방법이다.

〈표 4〉 디자인 씽킹과 어댑티브 리더십

	디자인 씽킹	어댑티브 리더십
내용	• 미국 서부 스탠포드 대학 해쏘 플래트너 디자인 연구소에서 시작 • 인간중심 디자인의 원칙. 근거로 문제해결 〈문제해결과정〉 공감(Empathy)→문제정의(Definition)→아이디어화(Ideation)→프로토타입 개발(Prototyping) – 공감 : 사용자 또는 수혜자의 실제 욕구에 대한 통찰력을 모으는 것 – 개념화 : 도전과제를 구체화하고 이 과제를 기회로 재구성 하는 단계 – 아이디어화 : 가능한 많은 아이디어 도출 – 프로토타입 개발 : 아이디어를 바탕으로 한 모형 만들기	• 미국 동부 하버드대학 케네디 스쿨에서 시작 • 지위에 관계없이 이 리더십을 발휘하여 문제해결 〈문제해결과정〉 관찰(Observation)→해석(Interpretation)→개입(Intervention) – 관찰 : 관찰하고 큰 그림을 살펴보는 것 – 해석 : 갈등과 손실에 초점을 둔 해석, 사람들의 저항감이 있으나 진정한 변화를 위해 꼭 필요한 것 – 개입 : 개개인의 욕구에 맞춘 실험(변화과정에서 인적 요소에 초점) 진행
장점	• 사용자 (수혜자) 에 대한 이해도 높음 • 직감적이며 자연스러운 변화 • 개인과 조직에 창의적인 사고방식을 심어줌 • 협업, 낙관, 위험을 기꺼이 감수	• 변화에 관한 낙관주의와 변화를 위해 감수해야 하는 장애물에 대한 현실주의 인지 • 기술적 문제와 적응적 문제 구별
단점	• 명확히 자리잡은 조직에는 위협적인 방법 • 감지된 위협을 다루기 위한 개념적 실증적 도구가 아님 • 현 상태에 방해가 되는 방법으로 변화가 위험을 가져올 수 있음	• 미래에 대한 이미지와 개정된 구체적인 개입에 관한 내용이 거의 없음 • 과정에 있어서 즐거움이나 영감을 주지 못함

1) Leading Change Through Adaptive Design by Maya Bernstein & Marty Linsky Standford Social Innovation Review 요약한 내용임

2) 어댑티브 디자인 적용사례

2014년도 뉴욕사립학교에서 선생님들을 중심으로 디자인팀을 구성하고 특수교육이 필요한 학생교육을 개선하고자 하였다. 학교 환경의 변화를 위해 디자인팀은 다음과 같은 단계를 거쳐 디자인 씽킹 과정을 진행하였다.

〈표 5〉 어댑티브 디자인 적용사례 : 디자인 씽킹 적용

단계	실행내용
공감 단계	• 교실 공간 검토 • 학생과 선생님의 사용공간 조사 • 학생과 선생님 인터뷰 진행
문제정의 단계	해결과제 : "통합교실 셋팅하는데 있어서 특수교육이 필요한 아이들을 위한 공간은 어느 정도 확보되어야 하는가?"
아이디어화 단계	• Prototype을 위한 교실 선정 • 선생님과 학생의 의견을 바탕으로 공간 재디자인 • 추가 작업공간확보를 통해 소그룹 또는 1대1일 교육 가능하게 하거나, 학생들이 긴장을 풀 수 있는 공간도 마련
위의 성과를 바탕으로 새로운 과제발견	
공감 단계	특수교육을 위한 자료와 방법을 구비하는 것이 특수교육이 필요한 학생들을 서포트하는 방법
문제 제정의	"특수교육이 필요한 학생들을 지원하기위해 선생님은 무엇을 준비해야하나?"
아이디어화	• 특수교육이 필요한 학생을 다루는 기본적 기술에 관한 트레이닝 제공 • 트레이닝을 위한 구체적인 내용과 일정 계획

그러나 디자인 씽킹 과정만으로 해결될 수 없는 상황이 발생하였다. 트레이닝 실행을 위한 프로토타입을 위해 디자인팀은 학교교장과 논의하였으나 교장은 교실을 재구성하는 것은 전적으로 지지하나, 교사의 트레이닝에 대해서는 반대하였다. 디자인 씽킹을 통해, 특수교육이 필요한 학생들을 돕기위해 선생님들에게 트레이닝 기회를 제공하는 것이 해결방안이라는 것은 발견했으나, 새로운 장애물(학교교장의 반대)은 해결할 수 없었다. 이러한 장애물을 해결하고 변화를 이끌고자 어댑티브 디자인으로 접근하였다.

〈표 6〉 어댑티브 디자인 적용사례

단계	실행내용
공감 작업 +이해관계자 지도그리기 (어댑티브 리더쉽 도구)	• 학교의 이해관계자 그룹 : 교장, 행정가, 이사회, 선생님, 특수교육을 받아야 하는 학생과 그들의 부모, 일반학생과 그들의 부모 • 각각의 이해관계자의 동기가 무엇인지 스스로 질문 : '그들의 가치는?', '트레이닝을 실행할 경우, 발생할 수 있는 손실은?'
당사자와 파트너쉽 (어댑티브 리더쉽 전략)	• 학교 교장과 상당한 시간을 함께 했고 교장이 느끼는 다양한 압박에 대해 새롭게 이해 • 특히, 교장은 교사의 전문성 개발은 교장의 권한을 벗어난 것이라는 생각하고 있다는 점 발견. • 학부모도 얼마나 깊이, 어떤 범위에서 학교가 특수교육이 필요한 학생과 일반학생들의 통합교육을 실시할 수 있을지에 대해 서로 다른 의견 • 교장은 '장애로 인해 학생이 차별받지 않을 권리를 지키는 것'와 '일반학생들의 학업성취도를 높이는 것' 사이에서 어려움 → 위와 같은 상황에서 '교사 트레이닝 제공'은 긴장을 최고조로 높이는 요소
문제정의 모드	"선생님들이 소진되지 않고 특수교육이 필요한 학생들을 가르치도록 하려면 어떻게 도와야할까?"
아이디어 발굴	• 궁극적으로 선생님의 교육과 선생님의 업무에 대한 인정에 초점을 두고 아이디어 발굴 • 단, 다양한 아이디어들이 교장과 선생님 모두에게 어려움을 주는 것은 선택하지 않음
프로토타입 개발과 개입	• 프로토타입 1 : 특수교육을 받아야 하는 학생을 지원하기 위한 매뉴얼 개발 → 메뉴얼 개발 후 가장 먼저 학교 교장과 공유하고 허락을 받은 후 선생님과 공유 • 프로토타입 2 : 선생님을 위한 '비금전적 보상'(예시 : 아마존이나 스타벅스 기프트카드, 생일축하파티등) 을 통해 학교는 선생님들의 업무를 지지

Ⅳ. 비영리단체 투명성이란 무엇인가? : 어댑티브 디자인 접근방식으로

1. 조사개요

우리 사회에 이미 뿌리깊게 내려앉은 비영리단체 투명성의 대한 접근을 어댑티브 디자인 방식을 통해 살펴봄으로써 근본적인 변화를 이끌고 자 한다.

그 첫 번째 단계는 공감 작업(이해관계자 맵핑)이다. 과연 각 이해관계자들은 우리사회에 논의되고 있는 비영리단체의 투명성을 어떻게 이해하고 있는가? 그렇게 이해하게 된 동기는 무엇일까? 조사는 언론, 기부자, 비기부자, 비영리단체 실무자의 인터뷰와 포커스그룹 인터뷰로 진행되었다. 총 7회 차에 걸쳐 인터뷰와 FGI 진행경과는 다음 표에서 확인할 수 있다. 모든 기록은 현장기록과 녹취를 병행하였고, 모든 FGI는 각 2시간 내외로 공통질문과 개별질문을 병행하여 진행하였다.

〈표 7〉 FGI 참가자 및 일정

구분	일시	참가자	방식
언론1	2016.08.24	일간지 기자 1인	인터뷰
언론2	2016.09.27	일간지 기자 1인	서면인터뷰
학계	2016.08.30	사회복지학과 교수 1인	인터뷰
정기기부자	2016.09.08	아름다운재단 정기기부자 5인	FGI
일시기부자	2016.09.22	일시기부 경험자 4인	FGI
비기부자	2016.12.08	비기부자 5인	FGI
단체실무	2016.12.20	단체실무자 5인	FGI

공통질문은 '투명성이 구체적으로 무엇이라고 생각하는가?' 와 '투명성 관련 본인의 경험', '투명성이 기부확산에 도움이 되는가?' 로 각자가 '투명성' 이라는 단어를 사용할 때 구체적으로 기대하는 내용을 물었고, 한국일보의 투명성 관련 기사[2)]를 보여주며 이런 기사를 보았을 때 어떤 느낌이나 생각의 변화가 있는지에 대해서도 물어보았다.

2) 한국일보 2014.12.12. 기사 : "어디에 썼는지…" 깜깜이 기부금
http://hankookilbo.com/v/240099c13e344e1ab6e2f8ba913c4635

두 번째 단계로는, 이 과정을 통해 문제를 정의하였다.

2. 이해관계자의 "비영리 투명성"에 대한 관점 : 공감 작업(Empathy Work)

1) 언론

기자들은 투명성을 "궁금한 자료를 찾아보기 쉽게 되어 있어야 하는 것"으로 보는데, 궁금한 자료로는 '모금액과 기부금 사용내역', 더 구체적으로는 '모금액, 사업비지출, 운영비'를 꼽았다. 공익법인 공시처럼 제도적인 투명성 의무는 "기부자와 단체 간의 신뢰를 무겁게 받아들이는 것"이 필요하다고 생각하지만 현재의 공시자료를 일반인이 이해하기 어렵고, 그 숫자만으로 비영리 투명성이 해결되지 않는다고 보고 있었다. 투명성을 높이기 위해서 조직운영과 거버넌스가 함께 고려되어야 하는데, 무엇보다도 사업의 성과를 확인하는 것이 중요하다고 강조했다.

운영비가 이슈가 되는 것에 대해, 사람들이 운영비가 들 수 밖에 없다는 것을 알고 있는데 그 운영비를 사용하여 한 일이 어떤 성과를 냈는지 보여주지 못하기 때문에 운영비만 부각되는 것이라고 지적했다. 게다가 자발적이지 않게 기부를 해야 하는 경우에 운영비에 대해 더 부정적인 태도를 갖게 되고, 일부 기관(시설, 종교기관)에서 기금횡령이나 비리사건이 각인되어 영향을 미친다고 했다. 본인들 스스로는 사람들의 인식이나 언론보도에 비해 실제 단체들이 도덕적이고 투명하다고 생각하는데, 자극적인 사건들을 중심으로 보도하는 것이 언론의 특성이라고 했다. 한국사회 전반에서 상호신뢰가 낮고 비영리단체가 온라인, 대면, 언론 채널에서 기술적으로 미숙하기 때문에 낮게 평가된다고 보았다.

국세청 공시의무에 해당되는 단체는 규모가 크고 시스템이 갖추어진 편이지만, 대부분의 비영리단체는 소규모 시설, 종교기관 관련자가 운영하는 열악한 현실임이 지적되었다. 이들이 보기에 일반인이 갖는 비영리단체에 대한 인식은 현재 투명성 논의를 진행하는 정도로 체계를 갖춘 기관들 보다는 이름이 알려지지 않는 작은 기관들에 의한 것이었다. "전문성을 갖추지 못한 사람들이 좋은 의도로만 하는 일"이라는 이미지를 갖고 있는데, 실제 그런 곳도 많다고 했다. 그래서 "비영리조직에 대한 인식이 변화하려면 직원들의 네임벨류(name value)도 높이고 인건비도 개선되어야 한다.", 그리고 "외부 전문가에 대해 관심을 갖고 협업하는 것이 필요하다."라고 조언하였다. 또한 관련 가이드 제시와 모니터링을 위한 단체 연합회나 중간조직의 필요성도 언급했다.

2) 학계

비영리단체의 투명성에서 재정부분을 핵심적으로 보고 있는데, 거버넌스 구조나 인사결정 과정도 중

요하게 검토되어야 한다. 사회복지시설에서 인사나 의사결정이 가족중심으로 되어 투명하지 못한 곳이 있다고 해도 현재 재정중심의 공개에서는 알 수 없다. 회계상으로는 좋은데 실제 업무의 효율성이나 효과성이 매우 낮은 기관도 있을 수 있다. 사업을 진행하는 법인을 모금 배분하는 법인과 분리시켜 운영비 비율을 낮게 보이게 하는 경우도 있다.

한국은 비영리조직 자체가 복잡하다. 사회복지 분야의 경우 시설과 법인이 다른 성격인데 같은 비영리의 기준을 적용한다. 어드보커시 단체와 사회서비스 제공기관, 그리고 배분기관은 성격이 다르다. 이들을 구분하지 않고 투명성을 논한다는 것은 비논리적인 접근이다. 공익변호사 단체와 같은 전문가그룹은 인건비가 중요한 사업비이고 사회복지공동모금회 같은 기관은 진행인력이 운영비이기 때문에 '인건비'를 모두 '운영비'로 접근하여 모두 줄이라고 요구할 수 없는 일이다. 게다가 모금한 돈을 모두 사업비로 사용한다는 것이 재정적인 투명성이라고 말하기도 어렵다. 돈의 사용은 단체의 미션과 역할을 기준으로 평가되어야 한다.

제도적으로는 비영리조직을 특성에 따라 구분하지 않고 일괄적인 기준을 제시하여 혼란을 야기시키는 것에 더해 언론은 전체 비영리를 대표한다고 볼 수 없는 특수한 사례를 보도하여 잘못된 인식을 배가시킨다. 언론에서 보도되는 투명하지 않은 사례는 대부분 제도적으로 관리되지 않는 비인가 단체이거나 정부보조금을 횡령하는 경우인데 이것은 일반 기부자들이 낸 기부금의 부정사용으로 인상을 갖게 된다. 그러나 일정규모 이상의 조직들은 조직운영, 회계관리가 체계적이고 적법하게 운영되고 있는 것이 현실이다.

전문가의 관점에서 비영리단체의 투명성이 증진되기 위해서는 첫째 재무 뿐 아니라 거버넌스가 적법하고 민주적인지를 포함한 한국적 투명성 척도가 필요할 것이고, 둘째 투명성의 기준을 단체의 특성에 맞게 구분하여 적용하여야 한다.

3) 정기기부자와 일시기부자

아름다운재단 정기기부자 5인의 인터뷰 참여자들은 대부분 아름다운재단 이외에 다른 기관에도 기부를 병행하고 있었다. 정기기부자들은 대부분 자동이체로 기부금이 나가고 있기 때문에 기부 결정 이후에는 연말정산 때 외에는 기관의 활동이나 성과에 대해 많이 생각할 기회가 없다고 말했다. 정기기부자들은 "처음 선택할 때는 신중하게 보지만 이후에는 특별한 이슈가 발생하지 않는다면 들여다보지 않는다"라고 했다. 기관으로부터의 뉴스레터도 처음 왔을 때 열어보고 그 후로 열어보지 않는다고 했다. "무엇을 하는지 쉽게 볼 수 있는 곳이어야 한다"며 자세히 읽어보지 않지만 애뉴얼 리포트와 뉴스레터가 오고 있다는 사실은 인지하고 있었다. "기부금 횡령 같은 것은 큰 이슈이다"라고 생각하지만 대부분은 어느 정도 기대가 충족되고 단체가 투명하다고 생각되면 굳이 정보를 찾아보지 않는다고 했다.

투명성은 재무제표를 이해할 수는 없지만 원단위까지 사용내역을 보여주는 노력과 실무자의 진정성이 신뢰를 높인다는 의견과, "회계는 증빙할 수 있다. 그렇기 때문에 이 부분이 크게 중요하지 않다"라고 하며 "의사결정과정, 즉 사용처를 결정하는 데에 누가, 어떤 목적으로 사용하기로 했는지"에 대해 명확한 프로세스를 갖고, 이를 잘 기록하여 보여주는 것이 중요하다는 의견도 있었다. 어떤 계기로 신뢰가

흔들리지 않는 이상 그 기준에 충족시키는지 직접 확인하는 경우는 없었다. “예산 집행이 깐깐한 기준으로 된다”고 인식되는 사랑의열매(사회복지공동모금회)나 “하는 일이 명확하고 문제가 있을 때 주저 없이 달려가는” 그린피스나 국경 없는 의사회를 (아름다운재단 이외의) 투명한 기관이라고 생각하고 있었다. 다른 참가자들은 본인의 투명성에 대한 기대를 충족시키는 기관이 현실적으로 없을 것이라고 하며 기부금의 일부는 잘못 사용될 수도 있고, 그래도 기부를 지속할 것이라고 말했다. 그러나 언론에서 발표한 투명성 순위 기사에 대해서는 그것 자체를 신뢰할 수 없다고 보았다. 즉, 본인이 기부하고 있는 단체에 대한 신뢰가 있기 때문에 단체의 해명을 먼저 찾아보게 될 것이고 그 해명이 타당하면 의심하지 않을 것이라는 점에서 모두가 의견이 일치했다.

비영리단체의 투명성에 대해 단체의 규모와 특성이 다양한데, 그런 가이드라인이 없는 상태에서 투명성을 평가하기 때문에 문제가 생길 수 있다. 이는 국가가 시스템을 만들고 도움을 주어야 한다. 전반적으로는 인지도 높은 몇 개 기관 이외에는 정보를 알 수 없고 신뢰하기 어렵다고 말했다.

기부자로서 기관으로부터 알고 싶은 내용은 본인이 기부한 돈이 어떻게 사용되었는지에 대한 결과라고 하였는데, 실제로 알기 어렵다는 점도 이해하고 있었다. “아이들의 병원비와 장학금에 기부했는데 그 아이가 10년, 20년 후에 빈곤에서 탈출했는지 궁금하다.”와 같은 바램이 가장 많았고, “비영리단체의 구성원들이 어떻게 일하는지 궁금하다. 직원들의 웃는 사진이 보고싶다”라며 일의 결과를 예측할 수 있는 수행인력의 진정성을 확인하고자 하는 바램도 있었다.

비정기적으로 기부경험이 있는 4명은 정기기부자보다 기부처 선정에 대한 생각을 더 많이 했다는 특징이 있었다. 이때, “유명인들이 하면 공신력이 있을 것이라 생각”하거나 “내가 믿는 신부님이 권유해서”와 같이 이미 신뢰하는 사람을 통해서이거나 “즐겨 듣는 팟캐스트 출연자들에게 기부하는데, 매체에 대한 신뢰도도 있고 모금완료에 대한 결과보고가 빨리 온다”에서와 같이 어떤 결과를 확인할 수 있는 곳을 선호하고 있었다. 세이브더칠드런의 모자뜨기와 같이 “친밀하게 보여주는 곳”, 즉 시각적으로 무엇인가 확인된다는 느낌이 드는 곳을 선택하고 있었다.

이들도 돈의 사용결과를 적극적으로 찾아보거나 보내오는 보고서를 꼼꼼하게 살펴보지 않고 있었다. 정기기부자와 같이 기관에서 보내주는 재정이나 사업보고는 처음 한번 정도만 열어보았다고 했다.

기부를 결정하는 데에 단체의 투명성 자체가 큰 동기가 되지 않는다고 했다. 투명성이 낮아서 기부하지 않는다는 설문 결과에 대해서 이들은 “기부를 하지 않는 것에 대한 정당성을 찾는 것일 뿐”, “거절처리의 한 가지 방법으로 투명성을 방패 삼는다”, “기부를 하지 않는 사람들은 어떤 문제를 해결하고자 하는 의지가 없는 것이다”라고 일관된 의견을 제시했다.

한국사회 전체가 투명성이 낮다는 인식이 존재하고, 그렇기 때문에 비영리단체도 투명하지 않을 것이라는 인식이 생긴다고 보고 있었다. 기관이 커지면 병폐가 생긴다던가, 일을 잘 못하는 단체도 많다던가, 모금 실적주의 때문에 일을 제대로 하지 못할 것이라는 생각을 갖고 있었다. 비정기기부자는 기부를 그때그때 선택하여 결정하기 때문에 특히 회사에서 일괄 기부를 강요하거나, 거리에서 판촉처럼 기부를 권유 받는 상황에 대해 매우 비판적이었다. 그런 상황에서 오히려 명분이나 단체의 활동이 보이지 않는다고 평가했다.

4) 비기부자

현재 기부를 하지 않고 있는 비기부자 5인은 다른 그룹과 달리 단체 투명성과 관련된 부정적인 이미지와 생각을 많이 표현했다.

외국아이들에 대한 관심을 먼저 갖게 되었다. 가톨릭단체에서 많은 연예인이나 일반인처럼 어떤 아이를 지정해서 하려다 보니까 그보다 더 어려운 아이들도 많았다. 그런데 이러한 단체들도 홍수처럼 쏟아지고 있기 때문에 그것도 문제가 될 수 있는 것 같다. 다양하게 선택할 수 있어 좋지만 홍수처럼 쏟아지는 것도 문제라고 본다. 모든 아이들이 다 불쌍해 보이는데 내가 자선사업가도 아닌데 모든 아이들을 다 도와줘야 하는 이 상황이 더 기부를 어렵게 하는 것 같다. 아이들에게 비교교육이 안 좋지만 아프리카 아이들의 삶을 아이에게 이야기해주면서 아이를 교육시키면서 스토리펀딩이나 외국이든 우리나라 상관없이 국제기구에 기부를 안하게 된다. 또 기부를 했을 때 정당하게 잘 투명하게 잘 가는지 시민들의 자발적인 회의로 투명하게 회의를 해서 공개를 한다면 지속적으로 하고 싶은데 그렇지 않은 경우 의심도 되고 사무총장이 어떻다는데 이런 의심을 갖게 되기도 하다. 나는 아이를 보고 기부를 했는데 나의 돈이 하찮게 쓰여지게 되는 것 같은 느낌을 받았다.

이외에도 "적십자나 구세군 문제", "기부를 개인계좌로 받아서 유용한 단체"의 사례 등 다른 그룹과 달리 부정적인 사례를 구체적으로 거론했다. "김밥할머니가 기부했다는 기사를 보았는데, 그 돈이 어떻게 쓰였는지에 대한 기사는 없다."며 언론보도 상의 문제도 지적되었다.

투명성을 증진시킬 수 있는 방법으로는 "단체 실무자들의 복지나 후생 급여가 적다고 생각한다. 일하는 사람의 경제가 어렵다면 유혹에 빠지기 쉬울 것 같다"는 실무자 처우개선을 꼽았다. 그리고 다른 한 축으로는 "투명한 재단에 가면 사용내역이 나올 수 있다. 본인이 관심이 있다면 찾아볼 것인데, 대부분의 사람들이 귀찮기 때문에 엑셀로 다운로드 받거나 하지 않을 것 같다. 단체에서 홈페이지에 간단히 보여주거나 사용내역을 광고하는 방법도 있을 것 같다"며 기부자가 보기 좋게 기부금 사용결과 컨텐츠를 가공하여 제공하는 방법도 제시했다.

일시기부자와 마찬가지로 비기부자 그룹도 본인의 관심사에 맞는 기부처를 원한다고 말했는데, 특히 직접적인 대면교류나 자원봉사, 현금 외의 참여방법이 가능한 곳을 선호했다.

5) 단체실무자

모금을 하고 있는 5개 비영리단체 실무자들은 "투명성은 결국 재정문제로 귀결될 것이다." "투명한 회계처리", "회계감사"를 언급했다. 대부분의 참여단체는 회계기준을 준수하고 외부 감사를 받으며 그 정보를 공개하고 있고, 그것을 어렵게 생각하지 않았다. 설립초기 단계에 있는 한 단체는 적은 예산으 로 "직원들이 전세금 빼고 대출 받아서 운영되는" 상황이기 때문에 "투명성을 논할 단계가 아니"라고 말했다.

참가자들은 외부에 노출되는 투명성이 회계와 재정이슈 중심이라고 말했지만, 실무자 스스로에게 투명성은 그 이상의 문제라고 생각하고 있었다. “우리가 단체 안에서 일하는 방식과 사람들에게 이야기하는 방식이 다르면 그것은 투명성에서 문제가 있을 것이다.”, “기부자가 원하는 곳에 돈을 잘 쓰는 것”, “돈을 어디에 썼는지는 다 보여줄 수 있지만 돈을 제대로 썼는지에 대한 부분이 고민스럽다”고 하며 “투명성 논의는 자연스럽게 전문성에 대한 고민으로 이어진다”고 언급했다.

사회적으로 비영리단체의 투명성에 대해 문제제기가 되는 이유는 청년희망펀드와 같은 국가 주도적 모금이나 K스포츠재단과 같이 권력비리와 관련된 사건이 각인되어서라고 생각한다고 말했다. 이런 사례들이 언론에서 크게 다루어지기 때문에 사람들 인식에 편향을 줄 수 있다. 이와 별개로 비영리단체의 투명성 증진을 위해 관련 법률을 준수할 수 있도록 작은 단체들에게 제도적, 기술적 지원을 해주는 것과 기부자가 이해하기 쉽게 사용보고를 하려는 노력 등이 필요하다고 지적했다.

3. 발견점 (Definition mode)

비영리단체 투명성에 관한 이해관계자들의 의견을 바탕으로 공감 작업을 통해 투명성에 다음과 같이 정의를 내릴 수 있었다.

첫째, 기부자(일반인)에게 투명성은 재무/회계에 대한 관심을 말하는 것이 아니다. 단체의 투명성을 확인하기 위해 재무/회계 자료를 확인하는 사람은 거의 없었다. '공신력'이라는 표현에서 알 수 있듯 기부자(일반인)는 규모가 있거나 유명인이 관여되어 있는 기관을 투명하다고 생각하는 경향이 있다. 본인의 돈이 어떻게 쓰였는지를 알고 싶어 하는데, 그것은 돈의 사용내역서라기보다는 도움을 받은 수혜자의 얼굴이나 사업의 실질적 성과를 알고자 하는 요청으로 이해된다. 기부경험자는 본인이 기부하는 단체의 재무/회계와 관련된 투명성이 일정 수준 이상일 것이라고 기대하고 있었다. 일부는 잘못 사용될 수도 있다고 생각하는 사람도 있었지만, 본인이 희망하는 일을 수행하고 있는 이상 그것을 이유로 기부를 끊지 않을 것이라고 말하고 있었다. 즉, 법률위반과 같이 심각한 사건이 발생하지 않는 이상 재무/회계 투명성으로 인해 단체에 대한 신뢰가 변하지 않는다는 뜻이다. 재무/회계의 투명성은 법적 기준을 지키고 있다던가, 연간보고서가 발간되고 있다는 사실, 기본적인 공시를 하고 있다는 사실로 확인하고 있었다.

둘째, ‘투명성’이 실제 기부행위에 미치는 영향은 알려진 바와 달리 매우 적다. 기부자에 비해 비기부자가 비영리단체의 투명성에 대한 나쁜 사례를 더 많이 언급하긴 했지만, 이들도 기부를 하기 위해서는 적절한 모금명분이나 부담 없는 참여 방법이 필요하다고 했다. 기부경험자들은 본인이 기부를 결정하게 되는 데에 믿을만한 곳인지를 고려하지만 그것을 판단하는 데에 재정/회계 자료자체를 찾아보지는 않았다.

기부경험자와 전문가들은 '믿을 수 없어서 기부하지 않는다' 라는 것을 '기부할 마음이 없는 사람이 찾아낸 이유' 라고 지목했다. 결국 기부하지 않는 사람이 기부하게 되려면, 기부하고 싶은 동기를 불러낼 수 있는 자극이 더 필요하다. 투명성 자체를 어필하는 것이 기부동기를 불러내지는 않는 것으로 나타났다.

셋째, 비영리단체 전반에 대해 신뢰가 낮다. 기부자들은 국세청에 공익법인 공시의무를 부과 받는 정도의 규모나 사회적 인지도를 갖는 기관에 대해서는 '투명하다' 거나 '믿을 수 있다' 고 생각하고 있었다. 비영리단체 전반에 대해 신뢰가 낮은 것은 다음의 이유와 관련이 있는 것으로 보인다. 우선, 한국사회 전체에 대한 신뢰가 높지 않기 때문에 비영리에 대해서도 신뢰가 낮고, 비영리단체의 범주가 소규모 단체, 시설, 종교단체 등 매우 넓은 범주를 포괄하고 있기 때문에 등록되지 않거나 제대로 된 공익활동을 수행할 수 없는 단체들도 많았다. 즉, 현재 투명성 관련 논의를 진행하는 기관에 한정하여 '투명성' 을 물으면 훨씬 높은 점수가 나올 수 있을 것이다. 또한 비영리단체의 윤리문제나 위법행위가 언론매체에서 다루어지는데, 잘하고 있는 곳은 기사화되지 않기 때문에 인식의 편향이 생길 수 있다.

넷째, 실무자와 전문가의 고민은 재정/회계 투명성 자체에 있지 않다. 재정/회계를 투명하게 공개하는 것은 기본적으로 중요한 일이지만, '돈을 잘 쓰는 것' 이 더 중요한 일이라고 강조되고 있다. '돈을 잘 쓰는 것' 은 다음 세 가지 측면으로 이해할 수 있다. 1) 조직운영과 거버넌스이다. 이는 조직의 미션에 맞게 의사결정이 되고, 수행되는지 여부로 볼 수 있다. 재정/회계 공개 외에 어떤 사업이 어떤 기준으로 누가 결정했는지 같은 내용이 공개되어야 한다. 2) 효과성 혹은 전문성이다. 즉 실제로 돈을 집행하여 수행한 일이 추구하는 변화를 만들어냈는지 여부이다. 이는 사업의 전략수립, 전문가 연계나 실무자의 전문성 배양, 그리고 성과측정에 대한 과제와 연결된다. 3) 기부자/대중과의 소통이다. 직접 대상자에게 병원비를 지원하는 것보다 병원을 짓는 것이 왜 필요한 일인지나 조직의 운영비가 어떤 개념이고 왜 필요한지에 대한 기부자/대중의 이해를 높이는 것이 필요하다.

다섯째, 기부를 촉진하기 위해 필요한 '투명성' 은 따로 있다. 기부자와 비기부자 모두 '돈이 전달된 최종현장' 을 눈으로 확인하고 싶어 하는 욕구가 강했다. 이는 결연사업에 대한 선호가 높은 것과도 괘를 같이 하는데, 꼭 그 방식이 아니더라도 스킨십이 높은 단체나 명분을 선호하는 것으로 보인다. 스토리펀딩과 같은 온라인 기부는 '직접적인 사례' 에 대해 기부를 하게 되는데, 돈의 사용보고가 아니라 '모금완료' 소식만으로도 피드백을 받았다고 느낀다. 세이브더칠드런의 '모자뜨기' 는 수혜자가 아니지만 본인이 모자를 만질 수 있다는 점에서 좋다고 했고, 어떤 기부참여자는 모금기관 실무자의 모습을 보고 싶다고도 했다. 즉, 수혜자나 현장을 직접 보여주지 않더라도 관련된 과정에 대한 시각적, 촉각적 정보를 주는 것이 기부자의 만족과 충성도를 높이는 데에 도움이 되는 것으로 보인다. 조사를 위해 진행된 FGI에 참여요청 전화를 하거나 참여하게 되는 과정 자체도 기관과의 좋은 경험이라는 피드백이 있었다. 비기부자에게 기부경험을 주기 위해서는 계속 지속해야 하는 부담이 없는 기부경험을 주고, 그에 대한 빠른 피드백과 직접 확인할 수 있는 시각적, 촉각적 경험을 제공하는 것이 도움이 될 수 있다.

V. 나오면서

현재 자산 5억원 미만, 기부금 3억 미만의 공익법인은 결산서를 국세청에 공시도록 되어있다. 상속 및 증여세법에 의한 공시 취지는 공익법인에 대한 기부문화 활성화를 위해 결산서를 투명하게 공개하자는 취지이지만 현실적으로는 공개차원을 넘어 회계처리 방향에 영향을 미치면서 비영리단체 재무정보의 목적적합성을 왜곡시키는 결과를 초래하고 있다(2015, 최호윤). 공익법인은 국가가 할 공공의 일을 대신 수행하기 때문에, 즉 세금으로 할 일을 기부금으로 대신 하는 측면이 있기 때문에 국가에서 세제혜택을 부여하고 있다. 이런 차원에서 정부(국세청)는 세금혜택을 부여하는 것이 적정한지 확인과 판단이 필요하므로 이에 적합한 재무정보를 요구, 관리 감독해야 한다.

하지만 현재 논란이 되고 있는 공익법인 공시 양식은 과연 공익법인 결산 공개의 목적에 부합하는가? 회계정보의 기본 원칙은 사용자에게 유용해야 한다. 국세청은 세금혜택을 부여하기 위한 적정성, 공익성을 판단하기 위한 자료가 필요하다. 그러나 사용자 이용적정성이라는 측면에서는 비영리단체의 이해관계자, 즉 정보이용자인 1) 관리자 및 실무자 2) 자원제공자(기부자) 3) 감독기관 4) 고객 및 수혜자 4) 잠재 자원 재공자에게 부합되는 정보가 필요하다. 이들에게 제공되는 재무정보는 국세청에 필요한 것과는 다른 요소를 포함하고 있고, 재무정보 뿐 아니라 조직에 미션에 부합하는 사업을 수행했는지, 그 사업이 공익을 위한 성과를 내었는지가 더욱 중시된다. 그런데, 현재 국세청 공시양식의 항목은 각종 이해관계자에게 필요한 정보를 담는 데는 많은 한계가 있고, 공익법인은 이해관계자를 고려하기보다 국세청 공시양식을 중심으로 정보를 구축는 것으로 중심을 이동하고 있다. 즉, 비영리의 투명성이 구현되어야 하는 정보는 다양한 이해관계자를 중심으로 구성되어야 하는데, 회계투명성이 강조되면서 그 중심이 정부에서 요구하는 공시 중심으로 그 관심과 에너지가 집중되고 있다는 것이다.

그동안 비영리단체의 투명성을 정의하고 접근했던 시각은 정부의 관리적 측면 (예를 들어 회계보고와 공식양식 개선)으로 기울어져 있던 것이 사실이다. 그러나 비영리조직의 투명성에 관한 정의는 이해관계자에 따라 다양한 측면으로 나타나며 그에 따른 접근도 여러 각도에서 논의 되어야 한다.

1. 투명성의 개념적 측면 : 투명성을 포괄하는 책무성. 따라서 책무성의 범주를 투명성도 따라야 한다는 점에서 투명성의 논의를 회계정보의 공개와 보고에 국한해서는 안된다.

2. 투명성의 실질적 측면 : 실제 현장에서 투명성은 기부자, 모금실무자, 언론 등에 의해 서로 다르게 다루어질 수 있다. 예를 들어 기부자 인터뷰를 통해서 알 수 있듯이 기부자들에게 투명성이란 '나의 기부가 현장에서 눈에 보이게 쓰이는 것' 일 수 있다. 이를 위해서는 첫째, 믿을만한 사람을 통해 기부를 제안받거나 둘째, 적절한 시기에 사업보고를 받아야하는 것이다. 이 두 가지 요소가 충족된다면 (또는 두

가지 중 한 가지만) 기부자는 자신이 기부하는 단체가 투명하다고 인식한다. 두 번째의 경우, 현삼원(2010)이 언급한 투명성 구성요소의 세 번째, 필요한 시기에 적절하게 파악할 수 있는 정보가 되어야 한다는 것과 같은 맥락이라고 할 수 있다.

구체적인 개선방안은 이후 후속연구를 통해 논의될 예정이나, 몇 가지 살펴볼 수 있다. 우선 비영리단체의 투명성을 살펴보기 위해 좀 더 세분화된 방법을 취해야한다. FGI를 통해 드러난 바와 같이 다양한 단체를 하나의 프레임 안에 두고 투명성을 논의해서는 안된다. 두 번째, Foundation Center의 Glass Pocket과 비슷한 형식으로 민간인증을 통해 비영리단체의 투명성을 이야기하는 장이 마련되어야 한다.

부록 1.

<이해관계자 인터뷰>

언론 1
2016년 8월 24일

Q • 비영리단체 투명성의 기본적인 요소는?

A • 가장 기본적으로 단체 홈페이지에서 궁금한 자료를 (의지가 있으면) 찾아볼 수 있어야 한다. 공시자료나 감사보고서만을 통해 모금액과 사업비지출을 알아보기 쉽지 않다. 일부 해외단체의 경우, 국내 지부 활동실적이 아닌 전체 본부의 자료를 제시하고 있기 때문에 국내 데이터를 따로 알기 어렵다. 결국 기부자 또는 일반인이 단체의 모금액, 사업비지출을 쉽게 알아볼 수 있도록 홈페이지 내에 잘 담아낼 수 있는 것이 첫 번째 시작이 될 것이라 생각한다.

Q • 언론에서 보는 비영리 투명성의 가장 취약한 부분은?

A • 잘은 모르겠지만, 운영비지출이 가장 이야기가 많이 나오지 않을까 생각된다. 다른 한 가지는 한국사회가 여전히 진행비 증빙자료에 있어 영수증 처리가 쉽지 않은 경우가 있다는 것이다. (오히려 일본의 상황보다 나아지긴 하였으나) 예를 들어 교통비 영수증 처리가 쉽지 않는 경우도 있다. 또한 모든 단체에 해당되지 않지만, 영리에 가까운 단체들의 잘못된 관행들도 흔하지는 않지만 간혹 발생되는 이러한 사례가 문제시 될 수 있다.

Q • 그렇다면, 간혹 발생하는 잘못된 사례들을 사실상 일반 시민들이 알기 어려운 상황임에도 불구하고 왜 시민들이 계속 투명하지 않다고 할까?

A • 그만큼 우리사회가 여유가 없다는 것이다. 이는 단기적으로 만들어진 사회적 분위기가 아니라 지속적인 경험으로 인해 쌓여진 결과라고 할 수 있다. 예를 들어 우리 사회만이 가지고 있는 상호부조 관계(예를 들어 계모임)에서 돈을 갈취당한 경험이 있다면 어떨까? 6.25 전쟁부터 세월호에 이르기 까지 겪어오면서 개개인이 살아남으려면 다른 사람에게 틈을 보여서도 안되고 혼자 살아남는 방법을 알아야하는 '불신' 의 분위기가 만연되어 있기 때문에 사실상 기부문화자체가 발전하기 어려운 상황이다. 그렇기 때문에 일반인들도 어떤 사유가 없더라도 비영리단체들이 투명하게 돈을 잘 쓸까라는 점에 대해서는 우선 의심해보는 것이 아닐까? 영국의 경우, 우리와 다르다. 역사적으로 각 계급 간 프라이드를 갖고 있기 때문에 노동계급으로 태어나더라도 자신들의 영역에 자부심이 있다. 또한 귀족들도 선의, 공의를 실천해야한다고 생각하기 때문에 일찍부터 기부문화가 발전할 수 있는 토양이 마련되어 있다고 생각한다. 반면, 한국의 경우 각자 생존해나가야 한다고 사람들은 생각한다. 물론 이러한 상황은 바뀌어 나갈 것이라고 생각한다.

Q • 그렇다. 사실 재단에서도 우리 사회에서 비영리단체에 대한 신뢰가 낮은지에 대해 실제 그 이유를 구체적으로 살펴본 적이 없었던 것 같다. 그나마 최근 들어 기사화되면서 관심을 갖고 이 이슈에 대해 고민했던 것 같다. 그렇더라도 비영리단체를 사람들이 불신하는 이유가 과연 운영비가 진짜 문제일까? 왜 사람들이 운영비가 문제라고 생각하는 걸까?

A • 운영비는 미국에서도 큰 이슈가 되었다. 내부에서는 문제가 되지 않더라도 밖에서 알 수 없는 것이 바로 운영비가 아닌가? 비영리단체 기부할 때 사람들의 편견 중 하나가 바로 우리가 낸 기부금의 100%가 필요한 사람들에게 잘 전달될 것인가 하는 것이다. 예를 들어 태풍피해가 있을 때 모금을 해도 이후 잘 전달되었는지 알 수 없다.

기부에 대한 태도도 중요하지 않을까? 우리나라에서 기부가 능동적으로 이루어지고 있는가? 예를 들어 우리 아이가 모단체 기부금신청서를 가지고 왔는데 이 단체의 경우 어떻게 단독으로 전국의 학교와 연계하여 모금을 할 수 있을까?부터 궁금하고 모금방식에 있어서 기부가 마치 자의에 의해서가 아닌 학교의 주입식 교육을 받는 것처럼 간주되는 것 같다. 스스로 선택하도록 말하고 있긴 하지만 결국 불쌍한 아이를 돕는다는 생각을 갖게 한다는 점에서 고민을 하게 된다. 같은 선상에서 *** 회비도 기부금임에도 불구하고 마치 세금처럼 취급되고 있지 않은가? 기부를 통한 효과를 생각하지 못하고 타의적으로 기부를 한 경우, 100%로 필요한 사람들에게 전달되어야 한다고 생각하고 운영비에 관한 부분에 대해 폐쇄적으로 생각할 수 밖에 없을 것 같다. 그나마 유명인들의 기부활동이야기가 다루어지면서 나아지고 있기는 하다. 종교기부의 경우 또 다른 기부 형태이긴 하지만 이것 역시 개인이 기부에 대한 많은 고민을 하고 이것이 바탕이 되어 하는 기부는 아니라고 본다.

단체의 거리모금방식의 경우 또한 문제가 될 수 있다. 거리모금이 요즘 주요번화가 및 지방에서도 많이 하고 있다. 일부 거리모금의 경우, 외주회사를 통해 진행되고 있다. 외주회사를 통해 진행하는 거리모금은 모금하는 사람들은 단체소속이 아닌 단기 고수익 아르바이트생들이 하는 것이다. 영국의 경우, Charity Act를 통해 거리모금 시 기관의 소속을 밝히고 수수료도 얼마인지 밝히도록 되어 있는데 우리는 그렇지 않다. 마치 기관에 소속된 사람이 나와 모금하는 것처럼 보인다. 이러한 것들이 비영리단체 투명성 논의와 연결되어 있을 것이라 생각된다.

Q • 한국 비영리투명성의 수준을 어떻게 평가하고 있는가?

A • 전반적으로 낮다고 본다. 어떤 단체의 경우, 공시자료를 보면 개인기부로 되어 있는데, 단체 홈페이지 보면 그런 것이 전혀 보여지지 않는다. 공익법인, 사회복지법인으로 되어 있지만 실제로는 개인소유인 것이다. 결국 개인재산, 법인재산 불명확한 케이스가 되어 버리는 것이다.

어떤 사례의 경우, 시설의 운영자가 시설운영에 있어 인권에 반하는 관리감독을 하면서 정치인과 결합하여 사회적으로 높은 지위에까지 올라가는 경우를 봤다. 물론 매우 드문 사례이기는 하지만 이러한 시설에 대한 사례 또한 한국의 비영리수준을 저하시키는 결과를 초래하는 것이다. 어떤 장애인 재활시설의 경우 시도지자체에서 지원을 받으며 외진 곳에 시설을 설립하고 개인기업처럼 운영되고 있다. 이러한 형태를 바꾸는 것은 앞으로도 쉽지 않을 것이라 생각한다. 결국 정치를 잘 활용하면 시

설을 만들어 잘 살아남을 수 있다고 생각할 것이다. 정치를 이용하지 않더라도 개인기업처럼 잘 만들어 살 수 있다는 것을 보여주는 사례들도 많다. 이러한 문제가 도사리고 있다면 공시문제를 해결한다고 해서 투명성이 해결되지 않을 것같다. 숫자가 맞는다고 해서 비영리투명성이 과연 해결될까? 투명성은 결국 조직운영, 거버넌스 모든 것들이 다 들어가는 함축적인 문제인 것 같다.

Q • 그렇다면 단체의 이사회 회의록이 공개된다면 좀 더 투명해질까?

A • 크게 영향을 미치지는 않을 것이다. 사회복지단체 재단은 그나마 다르다고 생각한다. 이사들이 상당히 기부도 많이 한다. 일반적으로 middle level 조직운영에 있어 이사회가 제대로 열리고 감사가 제대로 이루어지는가, 외부감사기관을 통해 감사보고서를 만드는 것이 투명성 확보를 위한 한 가지 방법이 될 수 있겠다. 그러나 감사보고서를 보면 모두 내용이 비슷하다. 감사의 일반적 원칙을 나열하고 숫자를 맞추는 정도라고 본다. 영리비영리조직 감사보고서 비슷한 내용들뿐이다. 1인 조직인 경우 비영리 기관의 운영자들이 종교기관에 관련된 분들이 많다. 이분들 덕분에 사회에서 추구해야 할 부분들이 많이 이루어졌다고 생각된다. 그러나 일부 어떤 기관의 경우 운영에 있어 투명하지 못한 부분들이 있고 이를 개선하기에 열악한 상황이다. 비영리분야도 수많은 노력으로 많은 변화를 가져왔지만 여전히 해결해야할 부분들이 있다.

Q • 한국의 비영리조직의 투명성을 위해 어떤 것부터 시작해야할까?

A • 추상적으로, 민주시민교육이 필요할 것이다. 이를 위해서는 학교부터 바꿔야 한다. 또한 공익적인 일들이 이루어지는 과정에서 성공케이스가 많이 누적되어야 할 것이다. 물론 찾아보면 분명히 그러한 사례가 있을 것이다. 단체에서는 정보공개를 모든 사람에게 하고 공익활동을 누구나 볼 수 있도록 해야 할 것이다. 단체정보를 보다 쉽게 보려면 홈페이지 설계를 잘 해야 할 것이다. 비영리단체 자체적으로 하기보다 홈페이지 만들 때 UI설계부터 잘 되어 있어야 한다. 직관적으로 잘 설계하여 쉽게 정보를 찾을 수 있도록 해야한다. 한국의 경우, 정부부터 단체까지 매우 복잡하게 홈페이지가 설계되어 있다. UI전문가들로부터 컨설팅(도달률, 클릭수부터 이후 모금도달까지)을 받는 것만으로도 매우 도움이 될 것이다. 예를 들어 ***는 회사가 있는데 IT 전문가로서 비영리홈페이지 작업을 많이 해온 곳이다. 비영리분야에서도 이러한 외부전문가에 대해 관심을 갖고 협업하는 것이 필요할 것이다. 비영리조직도 투자대비효과관점을 갖고 적극적으로 필요한 사업에 투자할 수 있도록 해야 한다. 한계는 있겠지만 비영리조직에 대한 인식이 변화하려면 스탭의 name value도 높이고 인건비도 개선되어야 한다고 생각한다. 사회적으로 선망의 직업이 되려면 비전이 있어야 하고 비전의 밑바닥을 형성하는 것 중 하나가 바로 급여문제라고 생각한다. 이를 위해서는 물론 기금, 펀딩도 잘 이루어져야 할 것이다. 또한 비영리 조직이 싱크탱크의 역할을 해야 할 것이다. 예를 들어 미국의 브루킹스(brookings) 연구소와 같이 사회에 대한 통찰력을 키우고 언론의 코멘터 역할을 하는 것이다. 그러기 위해서는 언론과의 접촉도 꾸준히 하며 기고할 수 있는 공간이 있다면 적극적으로 제안하는 것도 중요하다.

Q • 비영리조직에는 영향력있는 인사가 있는 경우 대표적 인사가 대부분의 주요사안에 대해 결정하는 경우가 있다. 이러한 조직문화가 변화해야 할까? 그렇다면 어떻게 해결할 수 있을까?

A • 이러한 이슈는 한국사회지배구조 전반에 걸친 문제이다. 작은 조직들의 경우 한 사람이 회계, 이사회주최 등 모든 요청을 다 처리하기 어렵다. 일본의 경우 1인단체가 많다. 전화기, 팩스 한 대 가지고 일하는 단체들이 많다. 이러한 토대가 되는 것은 단체들이 공동으로 이용할 수 있는 팩스, 사무실을 한국 NPO 지원센터와 같은 곳에서 지원하고 있기 때문이다. 물론 나라별 차이가 있다. 일본의 경우 홈페이지 보다 DM이나 팩스를 많이 사용한다. 우리 현실에 비추어볼 때 예를 들어 정부에서 민간*** 같은 곳과 결합하여 단체에 쉽게 홈페이지 모듈 제공한다거나 정책적으로 관련법제를 만든다면 도메인 서브 비용 지원한다거나 하는 것도 방법이 될 수 있다. 회계도 공익적인 역할을 할 수 있는 사람들이 회계 부분을 도와줄 수 있지 않을까? 예를 들어 청년회계사 같은 곳도 있다. 1인한테 슈퍼맨이 되길 원하는 것이 아닌 협업과 시너지를 할 수 있는 방식의 활동해야하는데 이러한 것이 익숙하지 않은 것이 문제이지 않을까?

Q • 투명한 조직은 어떤 것을 갖추어야 할까?

A • 접촉면들(길거리모금, 홈페이지, 언론매체보도 (좋은 사례), SNS)을 잘 살펴봐야 할 것같다. 사실 어떤 사업에 대해 비용이 들 때 그것을 뒤로 빼돌린다고 생각하지 않을 것 같다. 많은 사람들이 운영비가 들 수밖에 없다는 것도 안다. 이루어진 것이 보이면 투명성 자체가 절대적 기준이 될 것 같지 않다. 목표치를 제시하고 이를 달성했다면 이를 보여줄 수 있는 검증가능한 명제가 나와야 하는데 기부나 나눔사업같은 경우 보기 어렵다. 그러나 이것도 방법이 없지는 않을 것 같다. 투명성이 높아진다면 시민참여, 기부가 높아질 수 있다. 보여주는 방식도 개선되어야 한다. 기업의 IR 자료 보기 어렵다. 2015년도 공개자료 찾아보려면 어렵게 되어있다. 돈이 나가고 있다는 것은 알지만 회원프로그램에 관한 눈에 띄는 자료는 없다. NPO 투명성 지수같은 것이 있으면 좋겠다. 우리 사회가 개인의 기부에 대한 많은 고민들이 바탕이 되어 있는 문화는 아닌 것 같다. 결국 나의 생각은 밖에서 바라보는 것이다. 언론에서 바라보는 시각은 보도가치가 있는 것 (turning point가 되는 것)이다.

언론에서는 전형적인 사례를 기사화하지 않는다. 따라서 일부단체들의 보여주기 활동사례는 단체홍보차원에서 필요할 수 있지만 사실상 기사가치가 없다. 결국 문제가 될 경우만 기사화 되기 쉽기 때문에 선행, 기부에 관한 기사는 쉽게 채택되지 않는다. 이는 언론의 어쩔 수 없는 부분이라고 생각한다.

언론 2
2016.09.27.

Q • 한국의 비영리단체의 투명성 정도를 개인적으로 평가한다면 100점 만점에 몇점 정도일까?

A • 60점. 우선 당시 취재 때 내린 점수와는 별개로 개인적으로 평가한 점수이다. 당시와 마찬가지로 기부금 사용 내역에 대한 정보 접근성이 기준이다. 한마디로 얼마나 쉽게 기부자가 찾아볼 수 있게 되어 있는 가를 말하는데 지난해 취재에서 확인한 바로는 대형 단체도 일부를 제외하고는 정보의 공개 정도나 전달 방식의 직관성 등이 아직은 미미하다고 느꼈다. 이보다 인력이 부족한 단체들은 더 어려운 상황인 걸 확인할 수 있었다.

Q • 가장 투명성이 높은 단체 사례는 어디인가?(국내외 모두 가능)

A • 따로 이야기하긴 어렵고, 지난해 기사를 참조해 보면 좋을 것 같다. 모든 기관을 다 살펴본 것은 아니지만 이름이 알려지지 않은 작은 단체들도 굉장히 성실하게 투명성을 높이기 위해 노력한 사실을 확인하기도 했다.

Q • 그 단체가 투명하다고 평가하는 구체적인 이유는 무엇인가?

A • 역시 기사에 기재된 내용을 참고하면 될 것 같다. 취재 당시 투명성의 척도는 돈을 어떻게 썼냐는 알아보기 어려운 부분으로 사용 내역을 얼마나 쉽게 보여주는가 였다. 취재를 했던 일부 군소단체는 적은 인력에도 10만원 단위의 사용 내역을 세세하게 공지하기도 했다. 누가 봐도 '성의있게 노력하는 구나' 라는 생각이 들 정도였다.

Q • '비영리단체의 투명성' 과 관련하여 기자님께서 기억하시는 중요한 사건이 무엇인가? (긍정적 또는 부정적, 두 가지 방향 모두 가능)

A • 이미 기사화됐던 6년 전 ***단체 직원들의 횡령 등이 대표적이라고 본다. 이외에도 취재할 당시 지방의 단체들이 횡령 혐의로 재판을 받은 판결문 등을 입수했었는데 보도를 하진 않았지만 알게 모르게 이 같은 사건들이 알려지는 것이 시민들의 인식을 악화시킨다고 본다. 가장 청렴하다고 믿는 단체들의 비리를 목격하는 충격으로 기억에서도 오랫동안 각인되어 있는 것이다.

Q • 국내 비영리단체에 대한 시민들의 인식은 어떠하다고 생각하는가? (투명하다, 투명 하지 않다 등) 그 이유는 무엇인가?

A • 온라인상에서는 기부단체의 흠을 발견하면 깎아내리기 바쁜 사람들이 많은 것 같지만 실상은 이보

다는 낫다고 본다. 주변을 둘러봐도 한번이라도 비영리단체들과 함께 봉사활동을 했던 이들은 대체로 단체들에게 좋은 인식을 가지고 있는 것 같다. 다만, 여러 설문조사에 나타나듯 일반 시민들 모두에게는 단체들에 대한 신뢰도가 그리 높다고 보긴 어렵다. 이것은 위에서 언급했듯 청렴도가 가장 높을 것이라는 기대감 때문에 작은 흠에도 크게 실망하기 때문이다.

Q • 비영리단체 투명성 증진의 가장 큰 걸림돌은 무엇이라고 생각하는가?

A • 사실 가장 큰 걸림돌은 인력이라고 본다. 수익 사업을 벌이지 않는 비영리단체들이 많은 우수 인력을 채용하기는 현실적으로 어려운 일로 보인다(비영리단체에 계신 분들이 똑똑하지 않다는 말은 아니다). 비교적 인력 수급이 좋은 대형 단체들 외에는 대부분 여러 가지 업무를 동시에 진행해야 하는 게 현실이다. 그래서 홈페이지의 세세한 부분을 어떻게 바꿀지 영수증을 어떻게 회계 처리할 지, 국세청 등 이해관계자들의 요구 사항이 정당한지 판단하고 정당하지 않다면 어떻게 바꿔가야 하는지 등의 문제들을 고민하기란 쉬운 일이 아니다. 한마디로 손이 부족하다. 투명성을 높이려는 의지가 있어도 당장의 업무들이 버거울 수 있다. 나도 대안을 어떻게 제시할 지는 아직 잘 모르겠다. 적은 인력으로 투명성을 높이기 위해 안간힘을 다하는 단체들도 있겠지만 모범사례로 보기는 어렵다. 오히려 단체의 연합회나 정부차원에서 명확한 가이드라인을 주고 힘들더라도 초반에는 모든 단체들이 이를 따라가는 것이 좋다고 본다. 전문 인력에게 틈틈이 컨설팅을 받아서 잘못된 부분을 고쳐나가는 것도 대안이 될 수 있다고 본다.

Q • 비영리단체의 투명성 확보를 위해 다른 이해관계자 (예시 : 기부자, 정부, 중간단체의 역할 등)들이 어떤 역할을 해야 한다고 보는가?

A • 사실 아직 국내의 기부문화는 형성 초기로 변곡점에 있다고 본다. 기사를 기획한 것도 변화하는 지점에서 여러 자극이 있어야 한다는 필요성 때문이었다. 각 이해관계자의 역할을 논하기 전에 모든 이해관계자들이 기부자와 단체 간의 신뢰에 대해서 좀 더 무겁게 받아들여야 한다고 생각한다. '이렇게까지 빡빡하게 해야 하나' 라는 생각이 들 정도로 감시기관도 기부자도 꼼꼼하게 기부의 행위와 결과에 대해서 따져봐야 할 필요가 있다고 본다. 그런 과정이 누적되서 신뢰가 쌓여야 단체의 비리가 까발려져도 일부의 일탈이지 모든 단체가 그렇다는 생각이 들지 않을 것이다.

Q • 기부를 하고 있거나 혹은 하게 된다면, 어떤 특징이나 강점을 가진 단체에 하고 있거나 하고 싶은가?

A • 나도 우연히 한 단체에 기부를 시작해 7년째 이어오고 있다. 지난번 기사를 작성할 때도 평가에 포함됐던 단체고 당시 정보의 투명성 평가 결과는 그리 좋지 않았다. 그래도 기부를 그만둘 생각은 없다. 해당 단체의 활동 내용 자체를 부정하는 것은 아니기 때문이다. 이외에 올 연말에는 별도로 친구와 함께 매월 모으고 있는 돈을 기부하려고 하는데 어떤 방법으로 할 지는 고민이다. 한 단체를 정해서 할지 아니면 수술비 등 돈이 당장 급한 사람에게 직접 전달할 지는 정해진 바가 없다. 큰 돈이 아니라 적재적소에 필요한 곳에 효율적으로 전달할 수 있는 방법을 찾아보려고 한다. 한 가지 기준이 있다면 저의 적은 돈이나마 어떤 부분에 어떻게 쓰이는 지, 그것이 관리비로 일부 쓰이더라도 그 내역에 대한 신뢰를 줄 수 있는 단체라면 기꺼이 기부할 수 있을 것 같다.

학계

2016.08.30.

Q • 비영리법인이 회계를 가지고 문제가 되는 부분들을 가리고 있는 상황으로 언론이 보고 있는 것같다. 물론 그러한 사례도 있기는 하지만 투명성을 회계와 공시로만 국한시키기에는 부족하다고 생각한다. 우리나라에서 논의되고 있는 비영리투명성에 대한 의견을 듣고 싶다.

A • 이상과 현실의 괴리이다. 우리가 논하고 있는 투명성의 개념은 서구의 개념이며 이러한 것이 그대로 통용되고 확산되고 있다. 그러나 우리나라 투명성의 개념이 복잡해질 수 밖에 없는 구조부터 이해해야 한다고 생각한다. 우리나라 비영리조직 자체가 복잡하다. 이렇게 된 이유는 정부에서 자초한 부분도 있다. 예를 들어, 미국의 경우 비영리조직은 국세청에 등록만 하면 되고 모든 것이 일관되게 운영되며 조직의 규모를 가지고 이야기하기 때문에 단순하다.

우리의 경우 비영리조직이 정부부처 모두에 등록을 해야만 하는 과정 속에서 부처마다, 같은 부처 내에 과마다, 또 담당공무원마다 기준과 요구사항이 다르다. 이러한 상황이다 보니 비영리조직이 어디에 기준을 맞춰야 할지 어려움에 있는 상황이다. 또한 복지분야의 경우 우리나라가 특이한 것이 법인있고 시설이 있는 '이원화' 또한 문제가 된다. 사실상 사회복지법인 비영리 조직에서 차지하는 비중 큰데 법인은 돈이 없거나, 기존에 쌓은 돈을 가지고 다른 일을 하고 시설은 복지부 지원을 받고 사업을 운영하고 있는데 이러한 것에 대한 분류가 제대로 안된 상황에서 투명성을 논한다는 것은 불가능한 일이다. 배경을 이해하지 않으면 투명성은 해결할 수 없다. 실제로 ***에서도 재단이나 법인을 평가한다고 하지만 이것이 시설인지 법인인지 불명확하다. 이를 명확히 분리하지 않고 투명성을 논한다는 것은 비논리적인 것이다.

비영리조직의 투명성을 논하기 전에 비영리조직의 복잡성을 해결하는 해결책이 먼저 나와야 한다. 그런 의미에서 우리나라가 NPO청같은 곳이 먼저 나와서 우리나라 NPO의 전반적인 분류를 나누어 주어야 이후 각 유형별로 투명성에 대해 이야기해볼 수 있지 않을까?

요소에 따라 평가를 해야 투명성의 상대적 정도를 가늠할 수 있을 것이다. 투명성에 대해 이야기하면 재정투명성만 있는 것이 아니다. 실제로 사회복지시설보면 보조금을 관리하는 것이기 때문에 재정적으로 투명할 수 밖에 없다. 그러나 내부에서 인사투명성이나 인사결정과정의 민주성 문제나 거버넌스 구조(인사와 관련 있지만) 투명성이 동시에 이야기 되어야 한다. 예를 들어 시설에 가족들이 함께 운영된다든가...이런 거버넌스 문제들이 있다면 투명성을 위해 다 살펴봐야 하는 것들이다. 또한 법인이 아무 역할을 하지 못하거나, 수익사업을 하여 시설에 제공하거나 하는 사례들도 있다. 이런 경우에 대해서도 우리가 달라져야 한다. 굉장히 복잡한 것이다.

Q • 투명성을 구성하는 요소들은 어떤 것들이 있을까?

A • 사실 투명성을 Transparency로만 볼 것인지 Accountability(책무성)도 볼 것인지 확인해봐야 한다. 만일 Accountability로만 투명성을 생각한다면 재정부분이 가장 핵심이다. 이것이 바로 서구적인 개념이라는 것이다. 그런데 우리나라의 경우 Accountability쪽에서만 보고 있는데 재정적인 것도 중요하지만 거버넌스 구조, 인사결정 과정도 매우 중요하다고 생각한다.

Q • 그렇다면 모금을 한 모든 금액을 다 사업비로 사용한다면 재정적인 부분은 투명하다고 볼 수 있을까?

A • 이 또한 앞서 말한 분류가 선행되어야 하는 문제인 것이다. 비영리조직에 유형에 따라 다르다. 인건비를 최소화하고 많은 사업을 해야 하는 *** 같은 경우 그렇게 하는 것이 맞다. 그러나 전문가단체 또는 advocacy 단체의 경우 전문가의 인건비가 들어갈 수밖에 없는데 이 비용을 모두 인건비로 보다 보니 매우 투명하지 않아 보인다. 비영리조직에 따라 미션과 역할이 있는데 이것을 다 포괄해서보고 하나의 잣대로만 평가한다면 비영리조직은 돈을 무분별하게 사용한다고 인식될 수밖에 없는 것이다.

Q • 사람들은 왜 투명하지 않다고 느낄까?

A • 외국에서도 기부하지 않는 사람들은 투명하지 않다고 한다. 물론 그 퍼센트가 우리보다 낮겠지만, 기부자들 입장에서는 자기 의사 반영이 충분히 안된다고 생각하고 그것이 투명하지 않다고 보는 것이다. 우리나라에서 투명하지 않다라고 했을 때, 대부분의 큰 모금단체는 투명하다고 본다. 그런데 주로 비인가단체이거나 일부 보조금을 횡령하는 단체의 사례가 언론으로 보도될 때 기부자들은 나의 기부금이 그렇게 쓰일 것이라 판단해버리는 것이다. 이러한 것을 '생태학적 오류' 라고 하는데 모두 비영리조직이라고 하기 때문에 잘못된 곳에서 일어난 일들을 다 비영리조직이라 평가해버리는 것이다. 인가된 단체의 경우, 회계적 부정을 저질렀을 때 이를 처벌할 수 있는 법도 있고 모니터링을 통해 금방 발견해 낼 수 있다. 이것을 많은 사람들이 알지 못하고 언론 또한 구분하지 않고 보도하기 때문에 생기는 문제인 것같다.

잘못된 사례가 기사가치가 있다하더라도 결국 구분하지 않고 보도하는 것은 문제가 되는 것이다. 너무 복잡하기 때문에 발생하는 문제이고 비영리조직이 구분되지 않은 상황에서 지속적으로 발생할 수밖에 없을 것이다. 회계만 달리 보여주면 얼마든지 좋은 기관처럼 보여질 수 있다. 요즘 나타나는 형태가 바로 법인을 분리시키는 작업이다. 물론 몇 가지 이유가 있겠지만 사업하는 법인, 배분하는 법인을 분리하는 것이다.

Q • NPO 분류하는 과정에서 벤치마킹할 수 있는 것이 있는지?

A • 분류기준은 있다. 국제기준도 있고 사업에 따라 분류하기도 한다. 재단 분류하는 기준처럼 존재한다.

Q • 국내 조직 중 투명성 위해 골고루 잘 수행하고 있는 곳?

A • 대부분의 큰 조직은 하고 있다고 생각한다. 예를 들어 ***같은 경우 이사진이 전혀 다른 전문가들로

구성되어 있다. 회의하고 회의비도 없고 다양한 논의를 비판적으로 할 수 있는 구조가 형성되어 있다. 국제본부가 있다 보니 그쪽 기준을 따른다.

작은 기관도 잘 운영하고 있다. ***복지관도 그러하다. 그런데 종교인이 거버넌스의 제일 위에 있는 경우, 아무도 반대의사를 낼 수 없는, 민주성이 담보되지 않은 투명성은 보기에는 투명할 지라도 진정한 투명성이라 할 수 없다. 민주성이 담보되지 않은 투명성은 진정한 투명성이라할 수 없다. 법인을 가지고 있는 사람들이 정치적인 될 수밖에 없는 구조로 가는 것이다.

투명성을 보수적인 재정적 투명성으로만 보는 것이 편한 것이다. 거버넌스를 보다보면 매우 복잡해져버리는 것이다. 사학도 마찬가지이다. 사학도 비영리조직아닌가? 실질적으로 들여다보면 다 같은 문제로 귀결된다. 정치권과 연계된다거나....

Q • 거버넌스부분을 조사하려면 어떻게 물어봐야 할까?

A • 찾아내기 매우 어렵다. 거버넌스의 문제점이 우리나라의 독특한 문화 학연, 지연, 혈연인데 혈연은 형식적으로 정부기준이 있기 때문에 배제되어 있다. 그런데 학연은 알 수 없다. 이러한 문제는 기업도 마찬가지이다. 많은 사회복지법인이나 비영리법인이 학연에서 자유로운가? 또한가지 '종교연' 또한 건드릴 수 없는 큰 장애물인 것이다. 분류를 명확히 하고 그에 따른 각기다른 정책이 나와야 한다. 투명성 분석평가할때도 각기 다른 유형에 따라 기준이 달라져야 한다. 분류는 국가의 기준으로 NPO청과 같은 형태로 나와야 할 것이다. NPO청은 참여정부때 논의가 되었다. 이후 불분명하게 되어버렸다.

Q • 투명성을 위해 보완해야 할 점은?

A • 단체를 볼 것인지 법인을 볼 것인지를 명확히 해야 한다. 예를 들어 ***가 최우수로 평가받지만 지회는 별도법인이다. 중앙 ***가 최우수라고 지회까지 그런 것인지는 살펴봐야 한다. 현 상황에서 그런 것을 확실히 해야 한다. 예를 들어 대학도 법인과 대학이 다르고 평가는 대학만 하며 법인에 문제가 있는 경우도 있다. ***재단도 법인이 따로 있으며 ***재단 이름으로 하는 사업들이 많다. 법인이 너무 많은 시설을 가지고 있다. 외국의 경우, 모금하는 곳과 사업하는 곳은 분리되어 있다. 우리는 일본스타일 많이 따라간 것이나 일본도 많이 바꾸고 있다. 예를 들어 비영리조직지원센터가 지자체에 있으며 중간지원조직 강화되어가고 있다.

중간지원조직센터가 있다면 각 단체들이 개별적으로 활동할 수 있게 되어 있다. 한국의 경우 모법인이 있어야 지원을 받을 수 있게 되어 있는데 이는 작은 시설이 워낙 많다보니 책임성을 묻기위해 그럴 수 밖에 없었다. 그러나 지방분권화가 되었기 때문에 이것을 고쳤어야 한다. 전국법인, 지역법인이 있고 이것들이 서로 일관되어 있지 않다. 예를 들어 시설은 서울에 있고 법인은 지방에 있는 경우는 문제이다. 우선 모금단체 중심으로 투명성을 살펴봐야할 것이다. 물론 모금만 하는 단체가 흔하지는 않을 것이다. 모금단체중심으로 한다면 해외 국제기구산하인 경우 모니터링하기 때문에 그나마 낫다. 그러나 그렇지 않은 경우들도 문제가 될 수 있다. 또 북한사업을 하는 조직들, 즉 브로커를 끼고 하는 경우, 중

국 브로커에게 기금을 전달하는 것이기 때문에 모니터링하기 어렵다. 모금을 하기 위한 무리한 사업들을 할 필요는 없는 것이다.

Q • 한국적 투명성 척도 개발해내는 것이 필요하지 않을까?

A • 재정투명성은 매우 높다. 재정이 투명하다는 것이 성과가 높은 것과 연결될까? 매개변수가 결국 거버넌스문제라고 생각하고 거버넌스평가는 앞서 말한 절차의 민주성도 포함하는 것이다. 시민사회가 수준이 높기때문에 합리성을 가질 수 있다고 본다. 카리스마와 민주성은 다른 개념이다. 한 개인의 카리스마를 가지고 설립운영된 기관, 그러나 민주성은 그것과는 다르다. 더불어 이사회교육도 중요하다.

정기기부자 : 3년이상 아름다운재단 정기 기부자

2016.09.08.

Q • 기부에 대한 본인의 경험, 이미지에 대해 이야기 해주면 좋겠다.

A • 동물보호단체에 기부하고 있다. 최근 유기견에 관련된 이슈가 많아 우연히 알게 된 기부단체에 기부하고 있다. 기부를 하면서 씁쓸했던 경험은 단체와 관련없고 기부를 강요받은 경험있었는데 관계자라는 이유로 당연시 되었던 점이 좀 불편했었다. 재단은 '배우 최민식' 같다. 역사가 오래됐고 인지도도 오래되었고 무엇인가 확실하고 신뢰가 가는 부분들이 있다는 점이 그 이유이다. 내가 받고 싶은 나눔은 주고받는 것에서 개념을 넓혀서 지원사업에 참여하고 싶다. 대상자와 함께 주고받고 싶다.

B • ***, 지인단체 여기 저기 기부하고 있다. 관심분야에 대해 기부를 시작하게 되었고 직장생활 2년차부터 기부하고 있다. 몸으로 움직이는 것은 못하기 때문에 기부라도 하는 것이 좋을 것 같아 여기저기 기부를 하기 시작했다. '기부장사' 를 하고 있는 부분들은 좀 좋지 않게 생각하고 있다.

C • ***나 정당 정치인에게도 기부하기도 했다. 요즘은 정치에 관심이 적어서 올바른 정당을 찾지 못해서 정치 및 정당에는 아직 기부하지 않는 중이다. 기부는 2004년부터 했고 담배를 끊으면서 기부하기 시작해서 조금씩 늘려나갔다. 기본적으로 어르신들에게 기부하지 않는다. 그 이유는 상대적으로 어른들은 기회가 많았고 아이들은 좋은 부모를 만나지 못한 것밖에 없기 때문이다. 나눔관련해서 씁쓸했던 경험은 보수적인 회사의 성향 때문에 기부금 영수증을 편하게 내지 못했던 것 같다. 시간에 대한 나눔을 받고 싶다.

D • 총 세군데 정도하고 있다. 기부를 하는 이유는 내가 누리고 있는 것에 대해서 나누고 싶어서 시작했다. 무엇을 하고 있는지는 잘 모르겠다. 자동이체로 나가고 있어서... 어떤 식을 이루어지고 있는지는 알지 못한다. *** 시장에 관심있어서 하기 시작했고 그래서 계속하는 것 같다. 기부를 더 하고 싶을 때 하지 못하는 경우 스스로에게 좀 씁쓸하기도 하다. 재단을 연예인에 떠올리면 안치환에 비유하고 싶다. 내가 받고 싶은 나눔은 특별히 없고 오래도록 지금하고 있는 일을 이룰 수 있기를 바란다.

E • 정기적으로 하고 있는 곳은 ***이다. 기부보다는 봉사 쪽에 관심이 많다. 은퇴 후 봉사를 하고 싶다. 나눔을 했을 때 대상을 잘 알아야 할 것같다. (거리에서 구걸했던 아이, 돈을 주지 않았더니 화를 내고 욕을 함) 그리고 일단은 종교단체에서 하는 나눔은 하지 않는다. (종교적 색채를 좋아하지 않음) 재단의 경우 일상적이며, 정치적 종교적 느낌이 없기 때문에 기부를 하게 된다. 기부하기 전에 상대방이 받았을 때 반응을 살펴보는 것이 좋다.

Q • 기부처를 결정할 때 어떤 가치를 염두해 두었나? 다른 사람들은 어떤 가치를 중요하다고 생각할까?

A • 나의 경우 '구명'이 있는 곳에 기부한 것 같다. 예를 들어 기부를 잘 받지 못하는 약소한 단체에 기부를 먼저 한다. 다른 사람들은 '선행' 좋은 행동을 함으로써 좋은 기분 때문에 기부를 하고 그것은 대상에 따라 달라질 수 있겠다. 교육을 추구한다거나, 아이를 대상으로 한다거나...그러면서 기부처가 달라지지 않을까?

B • 나에게 있어 '타이밍'이 중요하다. 현재 내가 가장 관심이 있는 것에 기부하고 남들의 경우 '익숙함' 즉 익숙한 곳에 기부할 것이다.

C • 나의 경우 언제나 마이너였고 소수에 관심을 많이 갖고 있다. 잘 알려지지 않은 것이 내 기준인 것 같다. 다른 사람들의 경우, 노출빈도 즉 많이 듣고 보고 하는 곳에 기부를 할 것같다. 예를 들어 *** 같은 곳, 특히 이 기관의 경우 유명한 사람을 홍보대사로 두기도 한다.

D • 키워드로 한다면 박원순, 그리고 정부지원이 없는 것, 단어로 한다면 십시일반, 1%(상당히 적은 금액이면서도 부담이 덜되고) (개인들이 모여 기부를 하는 것). 다른 사람들의 경우 익명성 때문에 기부를 하지 않을까? 예를 들어 기부하는 것을 드러내고 싶어 하지 않고 또 기부를 제안 받는 것도 별로 좋아하지 않는 것같다.

E • 재단의 이름이 어감이 좋았고, 소액기부, 1%라는 점에서도 좀 마음이 와 닿았다. 다른 사람들의 경우 관심분야를 정하고 예를 들어 아동, 환경, 아프리카 난민등 정하고 가장 공신력있는 곳에 하도록 권유한다.

Q • 기부관련된 주제나 이슈를 리서치하거나, 친구와 이야기를 나눈다면 365일동안 얼마나 할까?

A • 보통 연말정산할 때 이외에는 이야기할 기회가 없는 것같다.

B • 신입직원을 뽑았을 때 간혹 이야기하기도 한다. 기부는 결국 마음의 여유가 있을 때 하는 것같다. 그런 방법으로 이야기하기도 한다.

C • 자동이체로 기부금이 나가기 때문에 거의 들여다보지 않는다. 기부를 하지 않는 사람들에게 아는 곳이라면 공신력있는 곳이 좋겠다. 노출빈도도 높고 한번쯤 누구나 들어봤을 곳에 기부를 할 것 같다. 들어보지 못한 단체에 대해 내가 적합하다고 판단내리기 쉽지 않을 것이다. 실제로 기부하는 지도 알 수 없고...누구나 한번쯤 들어본 곳에 기부할 것 같다.

Q • 내가 기부하는 단체가 투명하다면 어떤 것이 떠오르시는지?

A • 하는 일이 명확히 보이는 곳일 것 같다. 무엇을 하는 지 쉽게 볼 수 있는 곳이라면 투명하다고 생각할 것 같다. 내가 원할 때 무엇을 하는지 쉽게 볼 수 있다면 투명하다고 할 것같다.

B • 가계부가 투명하면 투명하다고 본다. 그러나 가계부를 제대로 보지는 않는다. 처음 선택할 때는 신중하게 보지만 이후에는 특별한 이슈가 발생하지 않는다면 가계부를 제대로 보지 않는다. 큰 이슈라고 생각하는 일이라면 기부금을 횡령하는 일 같은 것이 아닐까? 다른 사람들의 경우 자신이 갖고 있는 '기대'를 충족시킬지에 대한 여부가 가장 중요할 것 같다. 기부처를 선택할지, 기대에 어느 정도

충족하면 단체가 투명하다고 인식 어느 순간 자기 기대보다 못하면 의심하고 찾아보게 되고 간극이 된다.

C • 회계는 중빙할 수 있다. 그렇기 때문에 이 부분은 크게 중요하지 않을 것 같다. 그보다 의사결정과정, 다시 말해 왜 일을 하게 됐는지에 대한 사용처를 결정하는 과정이 어떻게 되었는지, 돈은 있는데 누가 결정했고 왜 쓰기로 했고, 기금을 사용하고자 했던 목적이 무엇인가가 명확하게 드러나는 것이 중요할 것같다. 재단은 남의 돈을 쓰는 것이다. 벌어서 쓰는 것이 아니기 때문에, 기업은 벌어서 쓴다. 따라서 남의 돈을 쓰는 재단은 그만큼 그런 결정을 명확하고 투명하게 보여줄 필요가 있다. (정책결정의 과정) 우리는 이만큼 고민하고 결정한다라는 (예를 들어 공청회) 프로세스를 보여준다면 좀 더 투명해보이지 않을까? 그런 곳이 보이는 곳은 국회같은 곳이 있겠다. 조직이 커지면 어려울 수 있지만, 작은 곳도 하지 않는다. 그러나 그런 노력을 해야하지 않을까 생각한다. 여기 있는 분들이 계속 계시지 않는다. 기록도 잘 되어 있고 프로세스가 명확하다면 이런 좋은 일들이 계속 이어질 수 있을 것이라. 생각된다.

D • 사람과 돈이 가장 떠오른다. 돈이 재단에 취지에 맞게 써야 하는 것은 너무나 당연하다. 내부적으로 사용되는 것들 예를 들어 인건비, 인건비를 어디까지 볼 것인가? 횡령은 당연히 없어야 한다. 가계부가 많이 도움이 되기는 하다. 재무제표를 다 맞춰보지 않기 때문에 맞는지 틀리는지 모르지만 원단위까지 쓴 것을 보여주는 것만으로도 투명해 보인다. 일하는 사람이 착해야 한다. 사람하나로 인해 단체 투명성이 떨어질 수 있다.

E • 나는 정치색으로 인해 원래 취지 목적에 많은 일들이 희석될 수 있을 것이라 생각한다. 다른 사람들의 경우 돈문제를 중요하게 볼 것 같다. 결국 나의 돈이 나가기 때문에 얼마만큼 투명하게 하는가가 중요할 것 같다. 운영, 사람 모두 있지만 나의 지갑에서 나간 후에 그 돈이 어떻게 쓰는지가 가장 중요하다고 본다. 투명성이라는 것이 나의 기대에 어느 정도 충족하면 투명하다고 보지만 어느 순간 그 기대에 못 미치면 기사를 찾아보고 의심을 하기 시작할 것 같다. 신뢰도가 높으면 안좋은 기사가 나더라도 무조건 의심하기보다 그것이 왜 그렇게 되었는지 한번쯤 찾아볼 것 같다. 신뢰를 쌓아온 만큼 그것이 무너지지 않을 것 같다. 기대를 충족시킨 시간이 길수록 (관계를 만들었던 시간이 길수록) 충분히 회복할 수 있는 시간이 있을 것이라 생각한다. 그렇기 때문에 재단이 기사가 나더라도 순간순간 대응할 필요는 없다고 본다. 모든 사람들을 다 충족시킬 수 없다고 보고 선택과 집중을 하길 바란다.

Q • 아름다운재단을 제외하고 가장 투명하다고 생각되는 기관은 어디일까?

A • ***. 예산을 집행할 때 굉장히 깐깐하게 하는 것 때문에

B • 잘 모르겠다.

C • ***. 하고자 하는 일이 명확하고 어떤 것이 문제라고 생각하면 주저없이 달려가서, 어떤 비난이 있어도 그 일을 이룬다. 재단도 처음에는 언론에 신경쓰지 않고 하고자 하는 일을 열심히 했을 것이다. 그러나 조직이 커지면서 쌓아온 것들이 무너질까봐 언론도 신경쓰고, 자기정체성도 타협하고...물론

홍보도 해야겠지만, 기사가 나고 정책에 의해 비난받는 것을 두려워하고 위축되기 보다, 자기 일을 해나가는 것, 그것이 기부자가 원하는 것이라고 생각한다. 10년이 넘었다면 한번쯤 환기해야하는 시기일 것 같다. 결국 후원자들이 이끌어서 하는 곳이지 언론에 의해 좌지우지 되는 기관은 아니라고 생각한다. 정책적으로 비난받는 것보다 쥐죽은 듯이 조용히 있는 것이 더 문제일 것같다.

D • 없다고 생각한다. 투명한 기관이라고 생각해본 곳은 없다. 특히 재단은 정부로부터 독립적이기 때문에 정부보조가 나쁜 일에 쓰이지 않지만, 내가 생각하는 투명한 기관의 취지에는 맞지 않는다고 본다.

E • 딱히 투명하다고 생각한 기관이 없다.

Q • 투명성에 관련된 기사(한국일보 2015.12)를 보시고 느낀점은 무엇인지?

A • 기사를 봐도 잘 신경쓰지 않는다. 나올 기관들만 나왔다고 생각한다. 내가 하고 있는 기관이외 다른 기관은 별로 관심을 갖고 보지 않는다.

B • 기자가 기사를 썼지만 나쁘다고 생각을 많이 한다. 사람들의 사고를 인건비라는 프레임에 묶어놓는 것, 이런 기관에서 일하는 사람은 많이 받으면 안되고 이런 것을 왜 논할까? 여기 있는 사람들은 사고쳐도 안되고 돈을 많이 받아서도 안된다고 하는 것이 문제라고 생각한다. 오히려 도덕성이 더 있어야 하는 검사, 판사도 문제인데... 결과적으로 사람의 문제가 아니고 조직의 문제인데...결국 여기서 일하는 사람들은 그 고민에 맞는 보수를 못 받고 있다고 생각한다. 좋은 일을 많이 하는 사람들에게 더 많은 돈을 주고 편한 상태에서 일을 해야 남을 도와줄 수 있다고 본다.

C • 방향성을 정해놓고 기사를 쓴 것 같다. 문제가 있다고 판단을 하고 기사를 쓴 것 같다. 확대 재생산이 되지 않는다면 신경 쓸 필요없다. 굳이 관심을 가질 필요가 없다고 본다.

D • 일반적인 사람들은 잘 신경쓰지 않는다. 내가 후원하는 단체가 기부자 스스로 문제가 있지 않으면 기사가 나와도 특별히 관심을 갖지 않는다. 물론 내가 하고 있는 곳이 있는지 보기는 하다. 그러나 내가 문제가 있다고 인지하고 있지 않는 한 굳이 관심을 두지 않는다. 하는 일이 무엇인지 관심있지, 단체가 누구와 연결된 것은 별로 중요하지 않는다.

Q • 비영리단체를 (종교기관 시설, 작은 공부방, 다양한 비영리기관 존재) 놓고 볼 때 신뢰도, 투명성을 무작위로 준다면? 그 이유는?

A • 신뢰도 55점, 투명성 55점 정도. 특별한 이유는 잘 모르겠다.

B • 신뢰도 0점, 투명성 0점. 단체의 top10을 제외하고는 다른 단체들은 잘 알고 있지 못하고 근거와 정보가 없기 때문에 점수를 측정할 수 없다고 본다. 2만개의 단체들 중 상위 10개 정도를 제외하고 나머지는 다 0점이기 때문에 국내 비영리단체를 그렇게 판단하고 있다.

C • 신뢰도, 투명성 80점 이상은 된다고 본다. 내가 생각하는 투명성은 돈의 문제가 아닌 자기들이 하고 싶은 일들을 잘하고 있는 것이다. 이것을 잘 끌어내는 것도 중요한 신뢰라고 본다. 그 이외의 것들, 예를 들어 영세한 단체들에 고도의 투명성과 도덕성을 요구하는 것은 문제가 있다. 실제 활동가들의

몫이 아니라 오히려 단체에 회계사를 두거나, 고문변호사두고 일을 해야 하는 문제다. 그러나 단체가 그런 것(투명성 확보하기 위해 회계사를 두고 변호사를 섭외)을 목적에 두고 일을 시작한 것이 아니다. 오히려 이런 것들은 국가가 해줘야 할 문제라고 본다. 단체들은 내가 하고 싶은 일을 할뿐이고 그런 문제가 생길 것이라는 것을 예상하지 못했을 것이라고 본다. 모든 조직에게 같은 잣대를 두고 투명성을 평가할 수 없다. 국가가 해줘야 모든 조직에 동일한 투명성과 신뢰성을 매길 수 없다. 국가가 가이드라인이 없는 것으로 알고 있다. 그런 가이드라인 없는 상태에서 투명성을 평가하는 것은 말이 안된다. 그렇게 하지 못하는 사회가 비난할 자격이 있는가? 오히려 시스템적인 것들을 국가가 만들어 내야 하고 일을 더 할 수 있도록 도와야 한다. 회의비를 더 쓴 부분보다 오히려 더 많은 부분의 일을 했기 때문에, 그런 것을 비난해서는 안된다고 본다. 기부라는 용어보다 '같이' 라는 용어를 사용했으면 좋겠다. 내가 가지고 있는 것을 쓰는 것이 아니라 당신의 돈을 내가 필요한 곳에 쓴다고 생각의 전환이 필요하다고 본다.

D • 신뢰도, 투명성 0점. 작은 다른 단체들을 잘 알지 못하기 때문에, 기준에 못미치기 때문에 결국 0점이라고 생각한다. 그러나 비영리단체에 대한 호감은 80-90점이라고 본다.

E • 신뢰도, 투명성 70점. 나의 기부금에 70프로는 잘 쓰여져야 하고 나머지 30프로는 잘못 쓰일 수도 있다는 것은 용인한다. 잘 사용하려고 했지만 그것이 어려울 수도 있고 어떤 기분에서 투명성을 평가하기도 어려울 것 같다.

Q • 이런 정보를 받는다면 좋겠다하는 속시원한 정보는 무엇이 있을까?

A • 기분 좋은 사례들이 더 많았으면 좋겠다.

B • 최초 기부했던 사례를 어떻게 follow up하고 있는지 알고 싶다. 아이들에 관심이 있어서 병원비, 장학금에 기부했는데 10년, 20년 뒤 기부기준에서 벗어난 사람들의 사례가 있다면 보았으면 좋겠다.

C • 비영리단체의 구성원들이 행복해야 한다고 생각한다. 직원들의 웃는 사진을 보고싶다. 대상자의 웃는 얼굴보다.

D • 사례를 접하고 싶다. 보도나 사례 같은거, 어떤 친구에게 어떻게 쓰여졌는지 알 수 있다면 다른 사람들에게 기부를 권유할 수도 있겠다.

E • 첫기부금이 어떻게 쓰였는지 어떤 결과가 나와서 영향을 미쳤는지, 기금을 썼는데 그 친구가 어떻게 자랐는지...그런 것들을 보고 싶다.

일시기부자 : 3년 이하

2016.09.22.

Q • 소비자 인터뷰라고 생각해주면 되겠다. 기부나 기부문화에 대해 어떤 느낌을 가지고 계시는지...어찌보면 매우 당연한 질문들일 수 있는데 이쪽 분야에서 일하고 있는 우리들과 달리 다른 분야의 사람들은 어떻게 느끼고 있는지에 대해서도 알고 싶다. 우리에게는 좋게만 이야기하는 경향이 있는데 본인 주변에 있는 사람들도 어떻게 느끼고 있는지 이야기 해주어도 좋을 것 같다. 기부 경험을 조금 해보신 분들을 초대했는데 어떤 경험을 해보셨나?

A • 3-4년 전 ***에 기부했었다. 그리고 틈틈이 한 것 같다. 정기기부는 그 경험밖에 없고 세월호 때 유가족 모금 시 기부했고, 짬짬이 환경관련해서 하고 싶었던 마음은 있었지만 어디를 어떻게 할지 몰라서 못하고 있다. 기부의 경험이 풍부하거나 그렇지는 않다.

B • 기부경험이 많지는 않다. TV에 보면 동행에 기부하거나 남자친구와 먹는 식대 10% 저축해서 ***에 기부를 했었던 것 같다. 기부를 많이 안하면 정보가 전혀 없고 기부단체에 대한 신뢰도가 고민된다. 그래서 유명인이나 유명한 기관에 하게 된다. ****를 할까 했다가 ****는 많은 곳에서 기부를 받을 것 같아서 ***에 하게 되었다. 몇 군데 찾아보고 ***을 선택하게 되었다. ***의 경우, 규모가 크고 약간 정형화된 느낌이 있었는데 ***은 그렇지 않았던 것 같다. ****는 거창한 느낌이 많이 들었다.

Q • 기부를 하신다면 환경에 하시고 싶다고 하셨는데 왜 그러신지?

A • 작년에 덴마크를 가볼 기회가 있었는데 시민사회 사람들이 강연도 하고 청소년들도 만나보다 보니 기부라는 것이 내가 원하는 것을 다 할 수는 없지만, 기부하는 것이 어려운 것이 아니라 지지하는 것 또한 '나도 이 문제에 관심있다' 라는 것을 보여주는 매우 쉬운 방법으로 접근하는 것이 보기 좋았다. 이것이 어떤 어려운 것이 아닌 일상적으로 하는 모습을 보았을 때 많은 것을 느꼈다. 어떤 단체에 기부하는 것 뿐 아니라 연구소같은 곳도 기부를 하고 접촉점이 매우 많았다. 이런 덴마크에서의 경험을 통해 나도 한국에 가면 사회의 구성원으로 활동해야겠다는 생각을 많이 했다. 여성문제에 대해서는 하는 것이 있고 환경문제에 대해서 하고 싶었다. 어떤 활동을 하는 것에 대해 지지하는 느낌, 액션을 하고 싶었다.

Q • ****에는 어떤 계기로 하게 되셨는지?

A • ***의 신부님께서 소개해주신 강연을 통해 알게 되었다. 이러한 단체를 연결해주는 사람에 대한 신뢰가 있다 보니 자연스럽게 하게 되었고 그 때 여성에 대한 관심도 많이 있었다. 그렇기 때문에 단체에 기부를 했었더라도 이 단체가 내 돈을 제대로 쓰고있나라는 의심은 없었다.

Q • 지금은 어떠신지? ***에 돈을 기부하셨는데 1년에 몇 번정도 내돈이 잘 쓰여지고 있다라고 생각하시는지

A • 문자올때만 하는 것같다. (1년에 12번) 그런데 요즘은 그런 생각을 더 잘 안하게 되는 것같다. 워낙 소액이기 때문에 중간에 끊어야지 생각도 안하는 것같다.

Q • 혹시 다른 분은 1년에 몇 번 생각을 하시는지?

B • 저는 문자로도 안받고 메일로만 해서 그때만 가끔 생각하는 것 같다. 일주일에 한번정도 남자친구와 같이 식사할 때 10% 기부하고 어느 정도 모아지면 기부하는 것이기 때문에 자주 생각하는 것 같지는 않다.

A • 기부를 함으로써 실제 하는 사람들을 지지하고 함께 하는 듯한 느낌을 받는다. 거기서 사람들이 나는 어디어디 하고 있다라고 하면서 일상적으로 어떤 이슈에 대해 관여하고 있는 듯한 느낌을 받았다. 꼭 환경이 아니더라도 자신이 취미로 자전거를 좋아한다면 그러한 연구소에 지원하는...다양한 기부활동을 하고 있는 것에 감명을 받았다. 한국에 돌아오면 다양한 기부경험을 해보고 싶어서 환경문제에 관심을 갖고 기부하고 싶었다. 기부를 하게 되는 또 다른 이유는 단체를 소개하고 이를 이어주는 사람들에 대한 신뢰이다. 단체에 기부하고 나서도 소개해준 사람에 대한 신뢰가 있다보니 단체를 살펴봐야겠다는 신경을 별로 쓰지는 않았다. 문자가 오면 후원을 하고 있다는 것을 상기하게 되고 그 이후는 별로 신경 쓰지 않는 것같다.

B • 별로 크게 생각하지 않는다. 일주일에 한 번씩 하다보니 별로 큰 관심을 갖지는 않는다. 입금할 때 모아지면 그때 기부하는 것이기 때문에 크게 신경을 쓰지 않는다. ***친밀도가 매우 좋았다. (뜨개질)

Q • 다른 분들은 어떠신가?

C • ***에 한다. 몇 군데 검색하고 유명인들이 하면 공신력있을 것이라 생각해서 별다른 생각없이 선택한다. 메일을 열어 봤을 때 단체메일이 오면 생각한다. 우물파주는 것에 대한 문제점을 지적한 기사를 보면 바꿔야하는데 라는 생각이 든다. ***는 잘 아는 바가 없다. 잘 쓰이고 있겠다고 생각한다.

D • 정기적 기부경험이 없다. 회사에서 단체로 하거나 보편적으로 접하게 되는 지하철에서 만나는 자의반 타의반 기부 권유로 기부한다. 인터넷 검색하다가 여러 가지 사연을 접하면 큰 금액은 아니지만 기부를 한다. 팟캐스트를 듣다가 사회적 운동을 하거나 정치적 모임, 시민감시단체에서 사업비가 부족하다고 하다면 기부를 한다. (세상을 바꿀 수 있지않을까라는 기대) ***에 있는 이슈는 민간보다 지자체나 정부쪽에서 해결해야하는 부분이 많아서 오히려 시민사회운동(세상에 바꾸는 쪽)에 기부를 많이 한다.

Q • 기부를 할 때 무엇을 가장 중요하게 생각하는지, 무엇이 불만인지 기부를 하지 않는 사람은 왜 기부하지 않는다고 생각하는가?

A • 환경단체를 선택하지 못 하게 된 이유는 기부를 하고 싶은데 어떤 것을 성취하고 싶은데 어떤 이슈를 풀거나 좀 더 구체적인 것을 만나고 싶은데 그것을 찾고자하는 기회가 없었던 것 같다. 단체를 찾아야하는데 그것까지 연결이 잘 안되었던 것 같다. 써치까지 의지가 잘 안닿았던 것같다. 해외여행 때 ***에 대한 이미지가 좋았는데 국내에 와서 거리모금 때 오히려 기부를 강요하거나 했던 경험 때문에 별로 좋지 않다. 마치 판촉하는 것 같아서....활동이 오히려 눈에 잘 들어오지 않았던 것 같다.

D • *** 팟캐스트 나온 출연자들에게 기부하고 있다. 매체에 대한 신뢰도도 있고 기부 이후 몇 개월 후 결과보고가 돌아온다. 결과에 대한 피드백이 빨리 오는 장점이 있다. 프로젝트를 해서 바로바로 그 결과를 보고 싶다. *** 같은 경우도 필요한 금액이 세분화되어있어서 잘 보이기는 하다. 그런데 우물만들기나 ***의 활동은 정확하게 누구한테 가는지 알 수 없다.

B • 잘 쓰여지는지에 대한 고민은 많다. 매체에 안좋은 사건들이 많이 나오기 때문에 그러한 것에 대한 거부감이 커진다.

C • 기부금의 규모가 커지면 투자를 병행하게 되면 이것은 진정한 기부활동에 벗어났다는 생각까지 든다. 이것이 순수한 기부활동일까라는 생각도 든다. 파생상품, 증권에 투자하거나 하는 것은 문제가 있다고 본다.

A • 단체에서 어떻게 쓰여질 것이다라고 문자는 오지만 확실하지 않다. 결정을 하고난 후에는 별로 고민하지 않는다. 이후에 대한 고민은 하지 않는다. 굳이 기부에 대한 결과를 확인하지 않는다. 기부도 하나의 공적인 사업이다. 따라서 실적을 확인해야되고 이 부분도 중요하다. 좀더 절실한 곳에 나의 돈이 쓰이길 바란다. 우물을 파는 곳에 쓰일 수 있고 이것을 해야하는 사람의 출장비로 쓰일 수도 있는데 이 부분에 대해 문제가 있다고 하지 않지만, 이 부분에 대한 좋지 않은 기사들을 보게 되면 마음이 끌리는 곳에 하고 싶다. 그렇지만 확인까지 하지는 않는다.

Q • 돈과 관련된 재정보고를 받은 적이 있는가?

A • 1년에 한번 씩 메일받는다.

B • 처음 열어보고 보지 않는다. 나는 그냥 믿고 보냈기 때문에 왜 보내줄까 의아하기도 하다.

C • 처음에만 열어본다. 문자도 보내줘도 시간이 있을 경우만 꼼꼼히 읽어본다. 영수증 같은 것 자세히 보지는 않지만 신뢰감이 들기는 했다. 사용처가 아닌 수혜자에게 전달이 됐는지가 중요하다고 본다.

D • 처음 한번만 열어본다.

Q • 기부를 하지 않는 사람들이 투명하지 않기 때문에 기부를 하지 않는다고 말하는 것에 대해 어떻게 생각하는가?

A • 의미가 없다. 기부를 하지 않는 것에 대한 정당성을 찾는 것일 뿐이다.

B • 기부를 하고 있는 곳이 투명하지 않거나 투명하거나에 대한 문제를 고려해보지는 않는다. 그냥 믿고 하는 것 같다. 어떤 문제를 해결하고 싶은데 그것을 찾으려고 하는 의지가 없기 때문에 기부를 하지 않는 사람들은 기부까지 행동이 연결되지 않는 것 같다. 내가 원하는 결과가 나오지 않는다면 기부를 하지 않는 것이다. 투명하다는 것은 크게 동기가 되지 않을 것 같다. 나도 무엇을 바꿀 수 있고 나도 기부를 할 수 있다라는 것을 느끼고 기부를 하게 되었던 것 같다.

C • 우리사회에서 투명성이 낮다라는 것을 보여주는 한 단면 인 듯하다. 배타적인 습성이 몸에 뵈어 있다 보니까 그렇게 된 것 같다. 예를 들어 우리나라에도 불쌍한 아이들이 많은데 왜 해외아이들까지...우리사회가 투명하지 않기 때문에 단체도 투명하지 않을 것이다라고 생각하는 것이다.

D • 거절처리에 한 가지 방법으로 투명성을 방패삼아 이야기하는 것 같다. 한국적인 특유의 정서로 기부

재단과 대기업 정치인들이 세운 재단과 혼동이 일어나는 것 같다. 꼼꼼히 들여다 보지 않으면 혼재되어 있는 것 같다.

Q • 환경이 어떻게 변하면 기부를 하게 될까?

A • 매스컴에 오픈을 좀 더 자주한다면 기부를 더 많이 하지 않을까? 투명성이라는 것은 이미 사회적으로 깔려있는 것 같다. 그렇지 않은 것을 자꾸 언론화한다면 제일 좋은 방법일 것이라고 생각한다. 홍보문구, 어려운 상황을 극단적으로 보여주는 것은 거부감이 들었다.

B • 기부자들의 모임을 다양하게 해서 한다면 기부자들이 더 많아질 것같다.

C • 기부에 대한 자연스러운 경험 갖게 해주어야 한다.

D • 기부가 환경적으로 자연스러운 것이여야 한다.

Q • 투명성 관련기사를 본 적 있나?

A • 본 적있다. 투명하지 않아도 꾸준히 해야겠다는 생각이 든다. 이런 기사를 보고 기부를 끊는 것은 아니지만 기사를 보면 좋지는 않다. 그럴 줄 알았다는 느낌도 있다.

C • 기사를 본적없다. 중요한 기사같지는 않다. ***와 *** 단체가 상위에 있는 것을 보니 별로 의미없다고 생각한다.

Q • 제도, 규제가 어떻게 바뀌어야 기부하는 사람들이 단체에 기부할까?

D • 기부금을 운영하는 자금이 커지면 병폐가 생긴다. 규모에 따른 통일된 공시, 감사기준이 있어야 한다. 재단과 법인으로 설립된 곳은 기부하지 않는다.

Q • 비영리단체가 잘한다를 점수로 매긴다면 몇점 정도 줄 수 있을까?

A • 70점. 행정적인 부담 때문에 제대로 된 보고를 하지 못하는 곳도 많다. 큰 단체의 경우 지지체계가 있어 가능하다. 시민단체같은 곳이 있다면 그런 역할을 할 수도 있다.

B • 75점. 일을 못하는 곳도 있을 것이다.

C • 75점. 잘하는 곳은 잘하고 못하는 곳은 못할 듯하다.

D • 50점. 단체에 대한 호감,비호감 차이일 것같다.

Q • 기부단체와 어떤 관계를 맺고 어떤 것을 얻게 되면 기부에 대한 기대가 충족될까?

A • 없을 것 같다. 기부를 하는 곳이 기아, 우물...이 문제가 하루아침에 해결될 수 있는 것이 아니기 때문에 좋은 그림을 바라고 하는 것도 아니다. 내가 죽을 때까지 원하는 그림이 안 나올 것이다. 다른 기부를 요청하는 강요는 없었으면 좋겠다.

C • 단체에 대한 기대가 별로 없다. 실적주의가 문제이다.

D • 나누는 학교, 기부공동체적 느낌을 주면 부럽게 느껴진다. 같은 꿈을 꾸는 사람들과 함께 교감할 수 있기를 바란다.

비기부자
2016.12.08

Q • 우선, 각자 소개를 간단히 해주셨으면 좋겠다.

A • 어머니이고 초등학교 4학년, 2학년 여자아이를 키우고 있다. 아이를 키우는데 있어 고민과 걱정이 있는 편이다. 기부에 대해 아주 관심은 없었고 만약 기부를 하게된다면 여자아이, 즉 아이들에 대해 생각해보고자 한다.

B • 지금 중간지원 조직에서 서울시 회계정산 컨설팅과 종로구에서 지원사업 컨설팅해주고 있다. 남자아이 하나 키우고 있는데 아이도 중요하지만 가족 안에 두 남녀가 어떻게 인생을 살아가는가 중요하다고 생각한다.

C • 초등학교 2학년과 6살 된 딸아이를 키우고 있다. 10년 동안 아이들만 키우고 있는데 육아스트레스가 많아 양육에 대한 고민과 걱정이 많아 무게가 점점 다가오고 있다. 어려움도 있고 그것 때문에 많이 찾아다니고 고민하고 있다.

D • 시립대학교 평생교육원에서 일하고 있다. 대학원 수료만하고 아직 졸업을 못했다. 아버님과 살고 있는데 어머님께서 작년에 작고하셔서 이것저것 고민이 많과 스트레스가 많다.

E • 학생 때 나의 모습은 기부에 대해 무지해서 토론하면 어떨까하는 생각을 많이 했던 것같다.

Q • 평소 기부에 대해 어떻게 생각하나?

A • 경제적 여유, 갈등, 의심. 경제적 여유가 있어야 할 수 있을 것 같은 마음도 있지만 해야할 것 같은 의무감도 있다. 그러나 이것이 잘 쓰여질 것인가에 대한 의심도 있다. 기부하면 굿네이버스, 아름다운재단, 계좌이체, 사랑의 열매 같은 것이 떠오른다.

B • 기부 나눔에 대해 관심은 많다. 기부에 대한 공유 가치를 시민들의 어느 정도까지 인지하고 있는지에 그 수준에 대해서도 고려해보아야 할 것이다. 공동체 의식과 함께 여러 단체들이 우리와 직접적으로 연관이 있어야 기부를 할 수 있다고 생각한다. 기부를 할 때 어떤 단체에 하는데 브랜드 네임 인지도 그런 것을 많이 생각한다. 참여연대, NGO, 스토리펀딩, 시민단체, 컴패션, 세이브더칠드런 등 많이 있다고 생각한다.

C • 기부하면 어떻게 하는 것인지에 대한 방법, 그리고 광고가 뜨지 않는 이상 어떻게 하는 것인지 알기 어렵다. 기부를 하게 되면 나한테 어떤 이점이 있는 것인지 알고 싶다. 물론 알아내면 알 수 있겠지만 이러한 것에 대한 노력을 하기 어렵다.

D • 여자 아이들을 키우다보니 예를 들어 깔창생리대 같은 사례는 현실도피처럼 아예 보기 힘들다. 아이

들을 통해 알게 된 굿네이버스, 아프리카같은 곳 지원하는, 아름다운가게 정도 알 수 있다. 예전에 전화통화 통해 ARS 정도 알고, 소셜 같은 것도 보다보면 카드결제로 하기도 한다. 팝업처럼 뜨면 하게 되는 것 같다.

E • 외국아이들에 대한 관심을 먼저 갖게 되었다. 가톨릭단체에서 많은 연예인이나 일반인처럼 어떤 아이를 지정해서 하려다 보니까 그보다 더 어려운 아이들도 많았다. 그런데 이러한 단체들도 홍수처럼 쏟아지고 있기 때문에 그것도 문제가 될 수 있는 것 같다. 다양하게 선택할 수 있어 좋지만 홍수처럼 쏟아지는 것도 문제라고 본다. 모든 아이들이 다 불쌍해 보이는데 내가 자선사업가도 아닌데 모든 아이들을 다 도와줘야 하는 이 상황이 더 기부를 어렵게 하는 것 같다. 아이들에게 비교교육이 안 좋지만 아프리카 아이들의 삶을 아이에게 이야기해주면서 아이를 교육시키면서 스토리펀딩이나 외국이든 우리나라 상관없이 국제기구에 기부를 안하게 된다. 또 기부를 했을 때 정당하게 잘 투명하게 잘 가는지 시민들의 자발적인 회의로 투명하게 회의를 해서 공개를 한다면 지속적으로 하고 싶은데 그렇지 않은 경우 의심도 되고 사무총장이 어떻다는데 이런 의심을 갖게 되기도 하다. 나는 아이를 보고 기부를 했는데 나의 돈이 하찮게 쓰여지게 되는 것 같은 느낌을 받았다.

Q • 관련해서 그렇다면 신뢰할 수 없게 된 기사 사건이나 기사들이 있으신지 모든 분들께 묻고 싶다.

A • ***나 ***문제도 기억이 난다.

B • ***에서 상이군 파티했다는 사건이 있었다.

C • 기부를 개인계좌로 받아서 유용한 단체도 있었다. 이러한 사례는 일부 단체에 국한된 것 만은 아니라고 생각한다. 예를 들어서 어떤 기부자가 100만원을 단체의 한 개인에게 입금했는데 100만원을 온전히 다 사업에 쓰지 않는 것이다. 이것은 결국 사람의 의식수준이라고 생각한다. 가치관의 문제라고 생각하고 이런 경우가 확인한 바는 없지만 많이 있을 것이라고 생각한다.

D • ***기사를 봤다.

A • 뉴스로도 봤다.

D • 이후부터 넣고 싶은 생각이 사라졌다.

Q • K재단 미르재단 이야기나 기부나눔이 관련된 일이라고 생각하는가?

A • 똑같지는 않지만 맥락은 비슷하다고 본다. 어디에 쓰는 것은 다르지만 개인적인 명목으로 사용했다는 점에서 같다고 본다.

C • 비슷하다고 본다. 비슷하게 될 수 있다고 본다.

A • 단체는 기업들의 후원을 받고 개인들의 후원을 받는데 이 기금을 어떻게 사용하는지 단체의 인지도 투명성 가치성이 있다고 보고 어떤 개인의 잘못이라 하더라도 조직 자체가 흔들리게 되는 것이라고 본다. 기금은 개인으로부터 오는데 결국 거기서 문제가 오면 일부이지만 전체 가 되어버리는 것, 그 자체가 흔들리는 것이라고 생각한다.

C • ***에서 일하시는 분들의 복지나 후생의 급여가 적다고 생각한다. 만약에 일하는 사람의 경제가 어

렵다면 그런 유혹에 빠지기 쉬울 것같다. 어차피 재단에서 일하는 사람은 그런 유혹에 빠지기 쉽기 때문에 노동자들의 배려가 있어야 하고 사회로부터 받는 인식도 높여 자존감이 높아져야 좀 더 잘할 수 있을 것이라고 생각한다.

A • 예를 들어 이런 단체에서 기부금을 받아서 인건비를 사용하는데 우리가 생각한 것보다 월등히 높다고 한다면 인건비가 너무 많다고 의아하게 생각할 수 있겠다. 물론 후생이 굉장히 중요하다. 복지나 직원에 대한 환경이 어느 정도 되어야 한다. 그런데 그런 것이 안좋다고 해서 흔들린다는 것은 그 개인의 가치문제이며 그런 어떤 유혹에 흔들리는 사람은 오히려 돈을 넘치도록 받는 사람들이 더 문제를 일으키는 것 같다. 또 한 가지는 기부를 한때 사회에 환원하는 것이며 이것이 서클처럼 돌도 돌아야 하는데 나는 기부를 하는 반면 한쪽에서는 안 좋은 사건이 나온다면 기부를 하는 사람이 도움이 안된다고 생각하고 그만하고 싶을 것같다.

D • 지인이 ***에 있긴한데, 내가 취업할 때 비영리기구 예를 들어 ***등 경력직을 했던 사람들이 회사에 대한 이야기를 쓰는 사이트가 있는데 박봉도 박봉이지만 업무강도가 너무 쎄기 때문에 일에 대한 스트레스도 받아서 일이 더 어렵게 느껴지는 것같다. 본인이 지쳐가는데 만족감을 느끼기가 어려운 것같다. 이러한 것들도 문제가 있고 이쪽 업계에 대한 이러한 인식도 문제가 있을 것같다.

Q • 그렇다면 한국에서 기부를 한다라고 하는 사람 기부자라고 했을 때 지금 딱 한사람 떠올린다면 그 사람의 성별, 나이, 직업, 성향을 떠오르는 대로 이야기 해달라.

E • 기부라고 하면 굉장히 큰 단위부터 생각하게 된다. 돈이 많은 재벌, 경제인들, 남자, 나이가 있는, 기업운영을 하기 위해 이득을 취하기 위해 기부를 하게 되는 그런 상황들이 떠오른다.

A • 50대 이후의 여자, 전문직업을 가지고 있는, 기부가 내가 아무것도 없으면 못할 것같다. 그렇기 때문에 이런 이미지를 생각하게 되었다. 아는 지인이 어떤 어려움을 보면서 외면하지 못했기 때문에 기부를 한다고 하더라. 어려운 아이들의 사례를 보고 내가 도와주지 않으면 내 인생이 제대로 살지 못한 인생같다라고 말하는 것을 들었다.

B • 남편이 지금 기부를 하고 있다. 일반적인 것 같다. 남편이 처음에는 기부에 대해 말하지 않았다. 추측해봤을 때는 남편이 목사 안수를 받은 사람으로 나와 종교가 다르다. 나는 가톨릭인데 남편 스스로 목사안수를 받았지만 목사일을 하지 못하고 있기 때문에 소명의식이나 책임감, 의무감같은 것으로 하는 것 같다. 그런데 기부에 대해 나는 부정적으로 생각한다. 슬픈 사례를 보면 너무 눈물도 나고 전화하고 싶고 아이들을 데리고 와서 챙겨주고 싶지만 내가 만일 도움을 주면 그 결과물로 돈은 아니지만 아이들이 보살핌을 받게 되고 아이들에게 많은 도움이 되어 마땅히 행동을 하게 될 수 있겠지만 현재 경제적으로 어려운 상태에서 남편이 기부하는 3만원이 어디로 가는지 알 수 없는 상황에서 보람도 안느끼는데 왜 하는지 이해가 되지 않는데 남편이 기부하는 돈 3만원이 과연 어떤 일을 변화시키게 될지 알 수 없다. 아무것도 안하는 나보다 나을 수도 있지만...알 수 없다. 그런 의미에서 나에게 있어 기부는 갈등이라고 본다.

E • 차인표 밖에 생각이 나지 않는다. 기부보다 봉사에 가깝긴하다. 김밥할머니도 떠오른다. 학교에 기부

하신 것으로 알 수 있다. 그런데 그것이 결국 또 부정적으로 흘러갔다. 그 분이 기부를 한 뒤로 그 돈이 어떻게 쓰였는지에 대한 기사가 없는 것이 문제이다. 이 또한 기부의 부정적인 측면이라고 본다.

Q • 그 돈이 어디에 썼을까 항상 그 점이 궁금하다. 더 신기한 것은 김밥할머니가 그 열심히 번 돈을 왜 다 기부할까?

E • 본인은 공부를 못했으니까 자신 같은 사람이 없기를 바라며 기부하는 것이 아닐까? 물론 결국은 안 좋은 쪽으로 갔지만...

A • 그런 점도 있지만 김밥을 팔면서 학생들을 많이 보고 돈이 없는 학생들의 이야기를 많이 듣게 되고 장학금이 그런 친구들에게 쓰이기를 바라는 마음에서 기부했을 것이다. 아이들에게 직접주지 않고 학교를 통해서 줬던 것 같다. 그리고 또 한분 생각나는 분이 동사무소에 현찰을 놓아둔 사람도 생각난다.

E • 그 돈은 또 어디로 갈까

A • 그 동의 주민센터에서 어디어디 쓰였다고 나왔다.

D • 워런버핏이나 빌게이츠가 떠오른다. 국내에 대표적인 사람이 잘 떠오르지 않는다.

Q • 기부를 안하는 이유에 대해 어디에 쓰는지 알 수 없다고 하셨는데...기부하는 결과를 알 수 없다고 생각하는가?

D • 투명한 재단에 가면 사용내역이 나올 수 있다. 본인이 관심이 있다면 찾아볼 것이다. 표면적인 관심 또는 깊숙이 관심이 있다면 찾아볼 것인데 대부분의 사람들이 귀찮기 때문에 엑셀로 다운로드 받거나 하지 않을 것 같다. 만약 단체에서 홈페이지에 간단히 보여주거나 아니면 이런 곳에 썼다라고 광고를 하는 방법도 있을 것 같다.

A • 애플 광고처럼 기부나 기관에서 자기네들이 사용처나 정보내역을 광고를 통해 공유를 하면 좋을 것 같다. 광고가 빨리 지나가지만 우리는 얼마든지 볼 수 있다. 언제든지 사람들이 볼 수 있고 관심이 있든 없든 보게 되기 때문에 정보가 투명하게 공유될 수 있을 것이다. 내가 직접 찾아보지 않는 이상 어떤 사실을 모르고 어떤 잘못을 단체가 했을 경우 그 말만 믿고 하는 것도 아닐 것 같다.

Q • 단체들이 이렇게 하면 미심쩍은 부분이 해소될 것같다하는 방법에 대해 현실가능하지 않아도 이야기해 주시면 좋겠다.

B • 가진 것이 없어도 나누고 싶은 마음이 많은데 내 눈에 직접 도움을 주고 싶을 때 연계가 되었으면 좋겠다. 예를 들어 아름다운재단에 사이트에 들어가면 어려움에 처한 가정의 사례들이 쭈욱 올라가면 (구체적으로 병원을 한달에 몇 번 데려가거나, 쌀이 필요하거나, 아이들의 돌봄이 필요하거나...) 내가 직접 클릭해서 전화해서 도와줄 수 있으면 좋겠다. 직접 해보고 싶은데 어떻게 연계해서 가야할지 방법을 잘 모르겠다. 한번은 집에 과일이 많이 들어와서 도움이 될 만한 집에 주고 싶어서 동사무소에 전화했다. 동사무소에서도 별로 호의적이지 않았다. 어쨌든 그 가정에 형제들과 함께 과일을 가져다 주었는데 받은 가정에서 매우 하찮게 여겨서 마음이 불편했다. 마음이 있어도 루트가 없다면 제대

로 할 수 없는 것같다.

C • 비슷한 경험을 나도 했던 것같다. 기부에 대해서 관심이 없기 때문에 꼭 해야 되겠다 할 경우는 돈이 많이 들어간다고 생각해서 좀 어렵게 생각했다. 그리고 정기적인 후원은 부담스럽다. 시작부터가 좀 힘들게 될 것이라고 생각했다. 그리고 인터넷에서 ***이든 ***든 찾아보려면 알고 들어가야 하는데 만일 기부라고 검색을 했을 때 통합검색을 할 수 있어서 금전적인 것뿐만 아니라 이른둥이 모자뜨기 같은 것들이라던가 1,2회성으로 하는 기부도 할 수 있게 해주었으면 좋겠다. 물론 다 좋게 쓰일 것이다. 가끔 터지는 사건이 있겠지만...

A • 프로모션같은 것 좋을 것 같다. 내가 신뢰하는 단체가 프로모션, 스토리펀딩을 할 때 그것을 보고 기부를 하고 있다. 그런 방법 좋을 것 같다. 레터링처럼 내가 원하는 정보를 (이메일이나 편지로 받는 것) 주는 것도 좋을 것 같다. 예전에 받은 적이 있는데 내가 원하는 정보도 얻고 관심이 있었는데 기여도 할 수 있어서 좋았다.

E • ***같은 광고를 보면 항상 의아했다. 왜 매일 아프리카지, 우리나라가 그렇게 다 먹고 사는 것인지...분명 어려운 사람이 많을 텐데...대부분 아프리카에 초점이 맞추어져 있고...월3만원을 왜 굳이 제3세계쪽으로 보내야 하는가 차라리 우리나라의 어려운 사람들을 돕고 생활이 나아지는 면을 보여주면 더 좋을 것 같다. 이런 사례를 보여주는 것이 더 맞다고 본다.

D • 기부가 의도가 중요한지 결과가 중요한지 생각해보았다. 내가 경영학과인데 단체가 활동하기 위해서는 자본이 필요한데 기부도 자본과 같이 가는 것인가? 자본에 비례해서 단체가 가는 것인가? 잘은 모르지만 자본이 많아야 단체도 잘 굴러갈 수 있다고 생각한다. 어쩔 수 없이 기부를 하는 단체도 경영학적 마인드를 가지고 있는 사람이 운영을 해야하지 않을지....광고라는 것도 상업적인 느낌이 있어야 하는데 좋은 의도를 가진 사람들이 과연이목을 끌 수 있는 광고를 잘 할 수 있을지...

Q • 그렇다면 과연 어디에 하면 좋을까? 어느 곳에 하면 만족도가 높을까? 어머님들은 아이들에게 관심을 많이 가지고 있는데 조금더 구체적으로 설명해주실 수 있는지...떠오르는 것들...상상력을 좀 더 발휘하셔서 답변해주시길 바란다.

C • 어렸을 때 책을 보면 고아원이라는 소재가 많이 나왔다. 그런데 그런 책의 고아원이 늘 비리가 있었고 그곳에 아이들이 항상 불행했던 것 같다. 지금 고아원이 어디에 있는지는 모르겠지만, 있다면 할 수 있다면 아이들을 데리고 고아원에 가서 나의 아이들과 함께 봉사활동을 하고 싶다. 지금도 할 수 있는 건지 모르겠지만...

A • 비정부기구, 시민단체같은...내가 대학생활할 때 사회적 분위기가 역동적이었기 때문에 ***같은 이런 곳에 후원하고 싶다. 이런 곳은 시기에 따라 매우 힘들 수 있다.

B • 아이가 있는 어려운 가정, 예를 들어 한부모 가정같이 돌파구가 없는 가정에 경제적인 도움 또는 이웃으로서의 나눔 해주고 싶다. 내가 신뢰가 갈 수 있는 기관을 통해 이런 도움을 준다면 내가 가톨릭 신자이기 때문에 종교단체를 통해서는 기부를 한다면 확실히 믿음이 가는 것 같다. 그런 돈은 아깝지 않고 줄 수 있는 것 같다. 그런 면에서 사람들에게 있어 종교라는 것은 매우 큰 것 같다. 종교를

통해하는 것은 믿을 수 있을 것 같다.

E • 내가 의심하는 물질적인 기부보다 재능기부를 하고 싶다. 내가 작년 재작년에 있었던 기관이 의무적으로 양재동에 있는 정신지체 장애인 시설이었다. 이곳에서 현장학습을 했었다. 지금도 동대문쪽에서 멘토링을 하고 있는데 장애학생들에게 내가 아는 것을 가르쳐줄 수 있는 재능기부같은 것을 하는 것은 나에게 있어서 좋은 것 같다. 내가 직접하기 때문에 확실히 결과가 확실히 다가오기도 한다.

D • 사실 기부를 한다면 어디에 해야할지 잘 모르겠다. 군대에서 처음에 입대했을 때 장애인 시설에 의무적으로 보낸다. 처음에는 무척 가기 싫었는데 매우 충격적이면서도 감동적인 경험이었다. 이런 경험은 의무적으로 하는 것도 나쁘지 않다고 본다.

A • 아마 정부부처나 다른 곳에 입대했던 사람은 그런 경험을 하지 못했을 것 같다. 그런데 아프리카 돕는 다는 것이 실질적으로 돈을 주는 것이 아니라 교육이 필요할 듯하다. 교육이 우선되고 이후 돕는 것이 맞다고 생각한다. 아프리카 아이들과 부모님에게 어떤 교육이 필요한지 생각하지 않고 무조건 도와주어야 한다고 생각한다. 물론 먹고사는 문제가 시급하긴 하지만 교육문제를 간과하고 돕는다는 것은 문제가 있는 것 같다.

Q • 마지막 질문으로 다음 기사를 봤을 때 이전에 본적이 있으신지, 어떤 느낌이 드렸는지, 기사 안에 표중 알고 있는 단체에 동그라미 해주시길 바란다.

A • 이런 기사를 많이 봤다. 특히 종교단체 많이 나온다. 그런데 이런 수녀회, 기독교 종교단체가 매우 낮은데 이것은 성직자들의 문제가 아니라고 본다. 성직자 뿐만 아니라 종교단체에 속한 모든 사람들이 하는 기부가 의무적이기 때문이 아닐까한다. 의무적이고 보이기 위한 것이기 때문에 투명성도 낮다 불신도 있다고 본다.

E • 이렇게 구체적으로 통계로 나온 것은 처음 본다. 놀랐던 것이 *** 잘 몰랐었는데 규모와 평가가 1위인 것은 처음 봤다. ***에 좋은 이미지로 봤는데... 우리 어머님 돌아가셨을 때 호스피스로 ***에서 오셨었다. 그때 좋은 기억을 갖고 있었는데, 이런 기사를 보니 조금 놀라웠다.

A • 이말씀 중에 죄송한데 나는 기사자체를 100프로 신뢰하지 않는다. 이것을 보고 이야기하는 것이 아니라 특히 ***가 드러나고 있는 일들이 나쁜다는 것이 아니라 하고 있는 일들이 실질적으로 시민들에게 직접적으로 와 닿는 것을 하고 있지 않기 때문에...여기 나온 곳들이 일반 사람들에게 실질적으로 접촉되어 지는 부분의 일을 하고 있지 않기 때문에 그런 것 같다.

E • 내가 주로 기독교 단체에 대해 부정적으로 생각하고 있다. 그래서 생각지도 못한 정보가 들어온 것 같다.

D • 이런 기사 많이 접했다. 기부단체가 긍정적으로 나온 기사를 본적이 없다. 영국에서도 긍정적인 기사가 나오기도 했지만, 스스로 ***에서 일해본 경험이 있기 때문에 좋은 경험이 있었다. 막무가내로 어려운 사람들에게 도움을 주지 않는다. ***은 유럽에서 두 번째로 크게 재활용책을 분배하는 곳으로 알고 있다. 아이들에게 돈을 직접적으로 주지 않고 책을 줌으로써 사회적으로도 의미와 가치가 있기 때문에 돈을 직접 줌으로써 패배자라는 인식을 덜 갖게 해준다고 생각한다.

C • 기사를 많이 접하진 않았다. 보려고 하지도 않았던 것 같다. 기부라는 것은 나의 일이 아닌 다른 사람의 것이라고 생각했다. 내가 굳이 해야하나 그런 생각도 했었고 내 주제에 무슨 기부를 할 수 있을까도 생각했다. 나와 같은 소시민은 나에게 해당되는 일들만 가지고 계획을 세우기 때문에 지금은 아니라는 생각을 많이 했었던 것 같다. 나중에 돈이 많아지면 하겠지만 그런 기사에 대해서도 약간 대충대충하게 되는 것 같다. 어디서든 비리가 있고 좋게도 되고 나쁘게도 되고 한다고 생각했다. 그런데 오늘 이런 자리를 계기로 기부에 대해서도 좀 더 진지하게 생각해보고 이러한 것이 우리아이들에게도 필요한 부분이 될 수 있을 것 같다.

B • 예전에 기사를 본적이 있다. 자세하게 읽지는 않았다. 오히려 타이틀만 보더라도 그럴줄 알았다는 생각을 했었다. 그리고 자세히 본다면 어디가 비리가 있는지 살펴볼 것이다. 좋은 일을 해야하는 곳인데 이런 사건이 있다면 기업보다 훨 씬 더 재미있는 듯 굉장히 자극적이고 흥미롭다.

Q • 혹시 못하신 말씀이 있으신가?

A • 더불어 살아가는 공유가치가 없으면 안된다. 외국 학교들은 클럽활동을 우선시한다. 그게 되어야 윗단계로 올라가는데 우리나라는 그런 것이 잘 안되어있다. 그런데 대학가서 갑자기 하려니까 인지가 안된다. 중요한건 더불어사는 공동체 의식이 있어야 한다는 것이다. 그런 것은 부모도 교육 받아야 한다.

D • 학생 입장에서 보면 이런 것이 교육인거 같다. 한국 학생들 얘기하면 연애, 연예인이야기 많이 한다. 저는 정치에 대해서는 입을 다문다. 적이 될 수도 친구가 될 수도 있기 때문이다. 그런데 공동체가 만들어지려면 대화가 자연스럽게 되어야 한다. 교육에 투자되어야 한다. 이런 자리가 (지금 토론) 재단 쪽에서 교육을 바꿀 수 있는 시간. 인식의 차이를 이해할 수 있는

A • 사회적기업, 비영리단체에서..배타적인 것을 듣기만 하면 되는데, 배타적이기 때문에 빼고 밀어내고 이런 것이 있다. 내편이 아니면 철저히 밀어내는. 그런데 아이들한테도 은연중에 교육을 이렇게 하면 안돼, 저렇게 하면 안돼 하는 것같다.

단체실무자
2016.12.20.

Q • 오늘 투명성이 무엇인지에 대해 현장에 있는 여러분과 이야기를 하려고 한다. 단체에서 투명성은 어떤 의미가 있는가?

A • 운동단체의 풍토와 모금간의 관계 새로운 기술들을 개발하고 있는 상황. 모금전문가들이 들어오면 조직윤리라는 점에서 차이가 좀 있다. 운영비의 비율이 절반이상인 운동단체의 툴, 용어가 잘 정비가 안된 상태에서 새롭게 만들어서 그 틀에 맞추려는 노력을 하고 있다. 운동단체는 소수여서 운동단체의 논리나 그런 부분들이 밀려날 수 밖에 없다는 생각이 있었다.

B • 모금 담당자. 변호사들의 네트워크가 좋아서 생각보다 기부가 잘 될 수 있는 구조이기는 하나 돈을 많이 내지는 않는다. 변호사를 한명 더 영입해야하기 때문에 모금을 해야하는 상황이다.

Q • 비영리단체의 투명성이 무엇이라고 생각하는지에 대해 본인은 무엇이 가장 중요하다고 생각하는지, 조직에서 생각하는 것은 무엇인지 이야기해달라. 본인과 조직의 의견은 일치될 수도 아닐수도 있다.

A • 우리단체는 투명성에 대한 이야기를 하지 못하고 있다. 우선 돈을 모아야 하기 때문에 아직 거기까지 생각하고 있지는 않다. 조직 내에서 화제가 되고 있지 않은 개념이다. 내가 생각하는 투명성이란 단체 내부에서 생각하는 것과 기부자가 바라보는 투명성은 다를 것같다. 기부자가 생각하는 투명성은 매우 막연할 것 같다. 내가 낸 돈이 100프로 어려운 사람에게 가면 좋겠다라고 쉽게 또는 순수하게 생각할 것 같다. 이런 생각은 조직입장에서는 과격한 것이라고 생각될 수 있다. 실제로 내가 겪었던 일중 ***에서는 홍보일을 할 때였다. 인터뷰 도중, 어떤 할머니가 끼어들어서, 내가 너희한테 낸 돈이 얼만데 그렇게 쓰고 있나라며 항의하였다. 기부자가 생각하는 투명성과 조직이 생각하는 것은 매우 다르다. 이러한 것은 투명성 범주에 다 들어갈 수 있을 것 같다. 우리 조직에서는 인식의 수준이 기부금액을 어떻게 썼다라는 정도만을 공개하는 것이며 그보다 더한 어떤 액션을 현재 취할 수 없을 것같다. 그리고 대부분의 기부금은 인건비(변호사비용)로 쓰이고 소송을 위한비용으로 쓰인다. 이러한 것은 납득시킬 필요가 없다고 생각하고 누군가 질문을 해오면 답하는 정도이다. 기부자는 후원자 회비정도로 명명한다. 서울시에 등록되어 있다. 회원들은 정관회원은 아니면 원하면 정회원으로 넣는다. 정회원은 총회에 와서 의결권을 행사할 수 있다.

B • 우리가 하고 싶은 이야기가 있을 것 같다. 투명성은 결국 재정문제와 귀결될 것이다. 돈이라는 것이 우리가 하는 모든 일을 보여주는 객관적인 증거물이기 때문에 우리가 한일을 우리와 관계한 사람들에게 제대로 보여주는 것, 우리가 어떤 툴을 가지고 돈의 쓰임새를 보여주는 것은 중요한데, 잘 보여

주는 단체는 많지 않은 것 같다. 협회도 마찬가지이다. 우리가 단체 안에서 일하는 방식과 사람들에게 이야기하는 방식이 다르면 그것은 투명성에서 문제가 있을 것이다. 그것이 안과 밖이 일치되어서 보여주고 평가는 이후의 몫이라고 생각한다. 협회의 경우, 그것이 고민이다. 어느 정도 살림살이가 굴러가는 규모이거나 전체 벌어들인 예산과 지출대비하여 초기이다 보니 투자성 부분이 많기 때문에 행정규모가 상대적으로 더 크고 목적사업이 작아서 이 부분을 회원들에게 이야기해야할지 이슈였고 나는 이 부분에 대해 투명하게 이야기해야한다고 말했다.

C • 투명한 회계처리가 투명성과 관계있다. 우리는 대차대조표를 아예 올리는데 문제는 언뜻 보면 잘 모른다는 것이다. 외부회계감사를 받은 대차대조표를 그대로 올린다. 내가 생각하는 투명성은 내 돈이 어디에 쓰이는 지에 대한 다른 단체들에도 기부를 개인적으로 하고 있는데 무엇을 하는지 신경쓰지 않고 알아서 하겠지라고 생각한다. 그런데 기부자들에게는 내 돈이 어디에 쓰이는지에 대해 보여주는 것인데 이것을 어떻게 보여주는가는 천차만별인 것같다. 보여주는 것을 좀 더 납득이 되게 하는 방법이 중요할 것 같다.

D • 투명성이라고 한다면 회계감사가 생각된다. 그렇기 때문에 투명성에 대해 불편한 부분이 없었다. 우리 단체는 매번 외부회계감사를 받고 이를 공개하고 있기 때문에 불편하지 않게 생각했다. 그리고 생각해보면 다른 단체들도 모두 회계감사를 받고 있다고 볼 때 기빙코리아 같은 곳에서 투명성에 대해 이야기할 때 공감이 안됐다. 우리는 단체, 교사, 늘 의견을 묻는 자리가 많다. 단체가 일을 하는 방식이 데이터 통계 토론회가 한 건당 400개이다. 중요한 의제마다 700개 이상의 토론회를 진행한다. 독단적 생각과 의견을 가지고 하지 않고 그 안에서 좋은 의견을 취합해가는 과정이 투명하다고 할 수 있지 않을까? 33명이 하나의 의제를 가지고 치열하게 이야기를 많이 한다. 공동대표들도 엄청나게 논의한다. 서로의 의견들을 이야기하고 학습하는 속도가 매우 빠르다. 절반이상이 연구원들이고 나머지 사업국은 전문영역에 대해 논의한다. advocacy 단체 모금을 하고 있기는 하다. 교육부가 500명이면 우리단체도 50명정도 있어야 50명이 되려면 만명정도 있어야 한다. 상근자들의 복지를 향상시키면 좋겠다. 외부에 굉장히 많은 사람과 토론을 하고 있기 때문에 고민의 부분도 깊고 투명성에 있어 부담이 없었던 것 같다.

E • 처음에 조직에 들어왔을 때 좋았던 점은 기부자들에게 선택하도록 하고 90%를 프로그램에 다 쓰고 10%이하를 운영비로 쓴다는 점이다. 3500명 기부자가 있고 직원은 20명이며 주된사업 건축건립사업이다. 3만원 중간이하에서부터 고액모금이 좀 많다. 천원단위 쓴 것까지 그대로 올리기 때문에 기관 차원에서 자부심이 있었다. 병원을 지었는데, 100프로 적자라는 이야기를 계속 들었다. 어린이병원은 적자이기 때문에 운영비 모금을 할 것이다라고 하고 스타트했는데 정부부처에서 제동을 걸기 시작했다. 모금은 공적인 것을 위함인데 행자부에서 운영비는 공적인 것이 아니라는 것이다. 기재부에도 이야기는 했는데 예전에 했던 전례가 없다. 행자부에서는 안된다는 이야기. 법적 해석이 필요하다고 법제처에 사례가 넘어갔다. CMS 로 기부하는 기부자에게 건축모금 끝났기 때문에 운영비로 넘어간다고 이야기했을때 기부자들이 의외라고 생각한다. 그렇기 때문에 운영비에 대한 것을 잘 설명해야 한다. 용어선택을 잘 해야한다. 행자부에서 용어선택에 대해 이야기했다. 그런데 의외로 기부자들은 이해한다. 어느 한곳에 문서를 잘 표현해서 한 번에 다 갈 수 있게 하는 것이 필요할

것 같다. 개인적으로 여기 일은 처음이다. 기부자가 원하는 곳에 돈을 잘 쓰는 것이 투명한 것 같다. 그런데 왜 아이의 치료비에 돈을 쓰지않고 건물에 돈을 쓰는가...투명성이라는 것이 돈의 비율로 세상을 변화시키고 싶다는 생각인데 이 방법이 효과적이고 효율적일까? 훨씬 더 많은 아이들이 치료받을 수 있는 것이 더 맞다고 생각했는데, 아이를 변화시키고 세상을 바꾸고 싶어서 모금을 하고 있는데 효과적 효율적으로 쓰고 있는지 의문이다. 내가 그 사업을 수행하는 사람이 아니기 때문에 계속 고민스러워 하고 있다. 투명성에 대해 계속 고민하고 있다.

C • 우리도 그런 것같다. 열심히 하고 있는데. 활동의 투명성에 대한 부분. 돈을 어디에 썼는지는 다 보여줄 수 있지만 돈을 제대로 썼는지에 대한 부분은 고민스럽다.

B • 다른 말로 이야기하면 전문성인 것이다. 우리가 하는 것은 공공서비스인데 애쓰는것만이 아니라 충분히 전문성있게 제대로 잘하냐 이것이 바로 사업의 투명성 이 부분이 제대로 잘 쓰는가 하는 문제이다. 모금의 투명성 돈을 어디에 쓰는가 (일을 제대로 잘하는가) 투명성의 양측에서 전문성이 투명성은 아니지만 자연스럽게 이여진다.

C • 열정이 넘치다 보니 전문성을 간과하고 일할때가 있는것 같다.

Q • 그렇다면 우리 잠재기부자나 시민들이 우리를 투명하게 보고 있다고 생각하는지 점수로 매겨본다면? 그리고 투명하지 않다라고 지목받는 단체가 떠오른다면 어떤 단체인지 이유는?

E • 직관적으로 85점 / 잘 모르긴 하지만 외국본부가 있는 대형모금기관의 경우 돈이 모금이 되었다가 본사로 다시 가고 다시 지부로 돌아오는 것에 대해 이 부분은 기부자가 잘 알고 있을까라는 부분에 대해 의구심을 갖고 있다. 요즘 다 감사를 받고 있어서 같이 모금하는 사람으로서 이 부분이 크게 문제가 될 것 같지는 않다. 청년희망펀드도 추가하고 싶다.

D • 회계감사를 늘 해왔기 때문에 80-90점 / 주로 K스포츠재단과 같이 유용이 가능할 것이라고 생각하는 재단들, 기업에서 하는 재단들. 과연 이 돈들이 제대로 잘 쓰일까 과시용으로 설립의 목적자체가 의심스러운 곳들도 문제가 있다고 생각한다.

C • 70-80점 / 100점이 안 되는 이유는 회계부정사건 관리를 제대로 못한 문제 때문이다. 기본적으로 투명성이라는 말이 감시나 관리를 위한 툴 같다. 투명하지 않은 단체는 보수단체인 것 같다. 그런 곳이 오히려 사람동원하고 있기 때문에 정부지원 여부에 따라 달라질 수 있다. 투명성에 대해 이야기를 하고 있는데 참여연대의 경우 정부지원을 안 받는다. 이 부분에 대해서도 투명성 이야기하기도 한다. 기업지원을 받거나 안받는...소액후원만으로 단체가 운영되면 좋겠지만, 기업후원금, 정부지원(세금)이런 부분에 대해서는 단체 안에서 많은 의견들이 있다.

A • 우리는 특정 로펌으로부터 연구용역을 받거나, 정부나 기업 지원을 받지 않고 있다. 그들과 법정에서 마주쳤을 때 우려가 되는 부분이 있기 때문이다. 이 때문에 지출을 매우 절제하고 운영을 어렵게 하고 있다. 하고 싶은 소송을 더 못하는 경우도 있다. 변호사들이 은행대출 받고 전세금 빼서 하고 있다. 이 부분을 투명성이라고 보지는 않지만 이렇게 살고 있기 때문에 우리단체가 투명하다고 생각한다. 투명성이라고 하는 의제를 누가 꺼냈을까라는 생각도 해본다. 단체에서 일하는 사람들도 양심있고 매우 세련되어졌고 투명성 때문에 망하는 단체는 없을 것 같다. 그런데 역사적으로 뒷돈, 정치

후원 기사보도들 역시 매우 공격적이다. 기업비리보다 훨씬 적게나오는 문제를 훨씬 더 크게 바라보고 있다. 모단체 사무총장이 6천을 받는다는 것도 기사가 된다. 비뚤어진 관심과 역사관이 만들어낸 잘못된 프레임이라고 생각한다. 어떤 노력을 해도 올가미가 잘 풀어질 것 같지 않다. 이런 것들이 확대 재생산 되면서 마치 모든 단체가 더럽다고 평가되는 것 같다.

B • 그런데 사실 좀 다른 각도에서 이야기하고 싶다. 소수의 몇 개 기관이 전체 포션을 차지한다. 큰 기관들이 어떻게 이야기하는지 의혹이 없는지 이런 부분에 대해서 기부자들 입장에서는 소수의 대형 기관이라고 생각한다. 모금이 목적인 단체들도 많다. 오히려 우리같이 작은 단체는 사업이 목적이다. 모금하는 것도 진정성있게 사업도 잘 해야한다. 반면 큰 단체 경우 각각의 업무들이 전문화, 세분화되어 전체가 잘 굴러간다. 그렇다면 이러한 큰 단체들이 결과도 잘 만들어내는가에 대한 부분에서 의구심이 있다. 큰 단체에서도 모금과 사업에 대한 부분에서 괴리가 있기도 하다. 이와 더불어 언론기사가 더하고 있다는 점이 문제다. 활자화되는 것에 대한 오류도 크다. 투명성 키워드가 뭔가의 의심되고 있는 정황들이 신문에서 찍어주는 효과, 이것에 대해 우리는 자유롭지 않을 것이다.

A • 95점. 투명성을 잘 지키도록 규제 법제도 필요하겠지만 운영을 위한 제도적 뒷받침, 기술적 지원을 해줘야 할 것이다. 그렇다면 투명성에 대한 강박증이 줄어들 것이다.

C • 단체가 법적으로 기부금품모집법이 단체를 지원해주는 듯 하지만 옭아매고 있다. ***에서 주민투표할 때 원자력 발전소는 기부금품모집법단체 등록안되었다. 법에 말한 투명성을 지키지 않은 경우라고 생각한다.

A • 이는 법의 양면성이라고 생각한다.

B • 이런 곳은 차라리 연대를 하는 것이 좋을 것이다. 심각한 문제는 아닐 것이다. 투명성은 잣대가 되어서는 안되고 가이드가 되어야 한다. 투명성은 단체들로 하여금 오류를 범하지 않도록 가이드가 되어야 하고 비영리 세계에서 높은 규율이여야 한다. 우리를 좀 더 강하게 만들어 줄 수 있는 것이다. 우리 협회에서도 스스로 윤리성을 강조하고 있다. 비영리에 대한 잣대가 투명성이 아닌 다른 대안을 마련해야 한다. 어떤 곳이 전문적으로 사업을 하는가 라는 것이 더 이야기되어야 한다. 이것이 문제이지 투명하다 투명하지 않다가 문제가 아니다.

A • 언론입장에서는 미담기사가 그다지 중요하지 않다. 잘못한 일에 대해서는 기사가 잘 팔린다. 홍보담당자 모임을 만들자는 생각을 했었다. 홍보담당자가 대부분의 단체가 없어서 무산되기는 했었다.

E • 기자가 기사 쓰기 전에 우리 재단에 전화한 적이 있다. 마포구가 땅을 사용권을 주었다. 사업비가 당연히 건축비로 들어갈 것이라고 생각한다. 그런데 이것이 운영비로 들어갔다.

B • 장애인 요양시설에서 일하는 사람들 사업비가 아닌 인건비로 들어간다. *** 기자부터 문제제기를 해야한다고 생각했고 작년 3월에 문제가 있었다. 언론중재위원회까지 갔었다. 비영리에 대한 스콥이 다르다. 공신력 프레임의 문제이다. 투명성이라는 단어를 집착하지 않는 것이 필요하다. 내가 참여하고 있는 것이 이슈가 안되면 접촉면이 많은 곳은 큰 이슈가 되지 않는다고 생각한다. 단체들이 서있는 자리에 따라서도 다르다. 각 포지션에 따라서 진의대로 보는 것이 아닌 순위로 보다 보니 모두에게 걸맞지 않는 것 같다.

투명성이 문제가 된다는 사람들은 기부를 안한 사람들이 그럴것이다. 투명성이 실제 무엇인지 모를 것이다.

부록2.

<비영리단체 투명성에 관한 신문기사 예시 – 부정적 사례 중심으로>

일시	타이틀	내용(요약)
한국일보 2014년 1월	기부금 모금 집행관리 부실 : 울산발전연구원 이경우 박사 연구	• 국세청 신고액 2,500억여 원, 그러나 기관이 발표한 모금액 473억 • 모금과 운영단체에 대한 주무관청 일원화되어 있지 않음 • 비영리단체 관리 일원화, 통합관리할 수 있는 제도개선 마련, 국세청 통합데이터 구축 시급
조선일보 2014년 2월	비영리법인 수익사업의 면세범위	• 밀알복지재단 VS 강남구청 사례 • 비영리법인 법률가이드 알기 어려워 • 투명성 논란 가중
경향일보 2014년 3월	천주교 2개 교구 종교계 최초 기부금 내역 국세청 등록	• 2012년 기부금 신고액 : 5조 5700억원 종교 단체 기부금 '성역' 국세청 등록한 적 없음 • 일부납세자는 실제 기부했는지 확인이 어려워 기부금 부풀려 신고
국민일보 2014년 4월	NGO 고도의 투명성 요구는 세계적 추세	• 가이드스타 박두준 총장 인터뷰 • 모금과 활동에 관한 모든 내용 인터넷 공개하여 투명성 강조 • 기부기관을 들여다 볼 수 있도록 기부자 교육도 해야
조선일보 2014년 4월	새롭게 바뀌는 비영리단체 공시의무	• 기재부 재산세제과 및 가이드스타 답변
한국경제 2014년 4월	종교단체도 회계투명성 확보해야	• 2014 납세자 포럼 • 종교인 과세 와 종교단체의 재정투명성 : 회계투명성 확보 우선시되어야 종교인의 자발적으로 세금낼 것임
조선일보 2014년 5월	유나이티드웨이 회장 브라이언 갤러거 인터뷰	• 투명해야 신뢰 얻음 • 1992년 유나이티드회장의 고액연봉, 호사스러운 씀씀이로 인해 신뢰성 떨어짐 • 이후 신뢰회복 우선과제 : 임금보상체계, 모금배분 결정과정 및 결과, 사업의 성과와 실적에 관한 모든 정보 웹사이트에 공유 / 배분단체 리스트가 다 올라와 있어 기부자가 돈의 흐름을 파악할 수 있게 해줌
매일경제 2014년 5월	세월호 성금 모금과정 및 집행을 투명하게 밝혀라	• 안전행정부 2개, 서울시등 지방자치단체 9개 단체 모금단체로 등록, 등록절차없이 성금모금 가능한 모금회까지 총 12개 단체 성금 • 창구가 일원화되지 않아 모금이나 집행에서 투명성을 확보가 관건 • 대구지하철화재 672억원 모금, 위로금 지급액 제외 한 110억원 추모재단 출범하기로 했으나 여전히 제자리, 천안함 재단 안보의식 고취지원 사업에 예산 과다 책정하여 이념 편향적이라는 비판, 서해훼리호 침몰 96억원 삼품백화점 붕괴 21억원 사용 여부 알 수 없음 • 안행부는 국민성금모금과정과 집행에 과학적 관리기법도입해야

일시	타이틀	내용(요약)
세계일보 2014년 5월	모금단체 '불신의 법' 여전 집행내역 투명성 확보 관건	• 각종 비리와 논란으로 불신 : 금양호 선원들 성금받은 이유로 국가보상 받지 못함 • 성금의 경우 기탁자 뜻이 중요하나 대형참사 경우 피해자 뜻 존중되어야 국가개입보다 전문가 참여하여 기부자 의견 바탕으로 피해자 의견 수렴 • 기부금품모집법 권고사항탓인지 이를 지키는 단체 드물어/사용처 결정과정을 공개해야한다는 강제규정 없음 • 성금모금의 기준도 애매, 얼마나 많은 인명이 사상되는 사고가 발생해야 특별위로금이 지급되는지, 국민성금이 모금되는지 왜, 얼마나 지급하는지 공식적, 객관적 기준 없음
국민일보 2014년 7월	미국 NPO 평가기관 171개(종교단체 평가기관 미포함) – 한국 0 Charity Navigator	• 미국의 경우 NPO 평가기관 절대적 영향력 (charity navigator) • Charity Navigator의 경우 애널리스트 평가팀 구성 미 국세청 재무보고서분석하여 평점매김 (가장규모가 큰 단체, 지속적으로 적자운영을 하는 단체, 주제별 톱텐리스트) • 미국과 달리 국내는 객관적 신뢰보다 믿음을 강조하는 종교적 조직문화를 가진 NPO가 많아 정보수집 및 순위평가 자체가 어려울 것 • 국내 NPO 관련 데이터와 독립적 연구 수행을 위한 충분한 자금과 역량이 있는 설립자가 있을지
국민일보 2014년 7월	다양한 모금, 기부 정보 전 세계 제공 Foundation Center	• 각종 재단 통계수치, 웹을 이용한 교육 및 훈련, 재단 정보 투명성 권장, 재단운영방법 안내 등 NPO정보의 보고 • 투명한 정보공개로 자선역량 강화 : 국세청 NPO 재무정보 모두 공개 (Find funder : 수입, 지출, 기부내역, 이사회 고위 임원의 연봉) • glasspocket 별도 운영 : 투명성을 평가할 척도 제공하고 이에 따라 투명성 점수 공개, 중립성 유지
국민일보 2014년 8월	NPO 활동 법으로 17개 영역 구체적 규정 일본 NGO 사례	• 공익재단 투명성 강화와 엄격한 관리를 위해 민법상 공익법인 제도의 개혁 단행 • 2008년 총리 비영리자문기관인 '공익인정등위원회'(7명으로 임명, 변호사설립하여 공익법인 심사와 허가 일원화
국민일보 2014년 8월	모금 전 자세한 사용목록 기부자에게 미리 공개 영국 Oxfam 사례	• 투명성을 강조, 사후평가도 철저히 해서 회계감사비용이 전체 사업비의 20%까지 들어갈때도 있음 • 모금을 시작할 때 어디에 얼마가 들어가는지 아주 자세한 목록을 만들어 기부자에게 공개

일시	타이틀	내용(요약)
한국일보 2014년 12월	공익법인 3만곳 중 검증 가능 1% 안돼	• 재정상태를 공개한 곳이 전체 1%로도 안됨 • 경영정보 공시한 단체들도 외부인이 돈의 쓰임새를 정확히 파악하기 어렵게 선별적인 정보만공개 • 기부에 박한 문화도 투명하지 못한 기부단체 때문 • 3만개 중 4000곳만 경영공시 • 외부감사를 진행하는지, 대중모금 10억원 이상 단체, 공공기관 또는 기업 종교 병원단체가 아닌곳 대상으로 조사, 기부금과 월별기부금합계 맞지 않는등 정확도가 부족한 단체제외 • 19개 단체 투명성 조사 : 감사보고서 충실도, 홈페이지 자료공개정도, 이사회 회의록등 운영현황, 기부유도프로그램, 단체의 효율성(경비대비 순수사업비 비율) • 외부공개자료가 제대로 이뤄지지 않으며 어떻게 쓰이는지 알 수 없게 되어 있음
한국일보 2014년 12월	어디에 썼는지.. 깜깜이 기부금	• 경영정보 공시한 3,991곳 중 유의미하게 공개한 곳 19곳뿐 • 기부금 사용의 불분명함 : 베트남 어린이 돕기 → 교회 어린이 교육 / 네팔 벽화그리기 : 지웠다 그렸다 반복 같은 단체 두 번 오기도 함 • 기부금 사용이 석연치 않는 경우 있음. 돈쓰임새는 보지 않고 홍보 잘하는 큰 단체에 돈을 몰아주는 우리의 기부문화요인. 이 문제를 지적하는 것은 기부금을 끊게 만드는 역효과가 있지만 기부문화확산을 위해 시급한 과제
동아일보 2015년 10월	5,542개 공익법인 기부금 명세 첫 확인 / 상위 1% (50곳)가 모금액 65% 차지 '부익부'	• 작년기부금 수입 총 3조 9,120억원 • 5,542개 공익법인 / 1,541개 1조 7,672억원 (45.2%) • 1,541개중 16개만 사회복지법인 그러나 금액은 1조 3,280억원으로 전체 사회복지법인 기부금 총액의 77% → 가이드스타에서 정리한 자료
동아일보 2015년 10월	공동모금회 5,883억원, 월드비전(1,802억원), 대중소협력재단(1,313억원) 유니세프(1,169억원)	• 기부금 부익부 빈익빈 • 분야별 공익법인 현황 → 가이드스타 도너비게이터 자료
동아일보 2015년 10월	구호사업 사용, 알고보니 사무실 운영비	• 기부금 지출 주먹구구 회계 여전 • 미국거래개선협회(Better Business Bureau)에서 전체비용중 최대 35% 넘지 말아야 • 2014년도 가이드스타 회계연도 자료 분석결과 상당수 비영리단체 간접비 적절히 유지 모금회 8.3%, 컴패션 12.1% • 간접비는 단체의 활동 특성에 따라 많거나 적을 수 있음, 단순 지표로 삼는 것은 매우 위험 • 간접비가 지나치게 낮게 나온 경우 인건비를 실제 사업비에 포함 / 진행관련 인건비만 사업비에 적어야.

일시	타이틀	내용(요약)
국민일보 2015년 11월	모금기관, 회계는 물론 직원급여까지 명시해야	• 구체적인 정보공개가 핵심 • 평가 감시기관 : 가이드스타, charity navigator
한국일보 2015년 12월	TV에 모금광고 줄잇는데.. 공시내역광고비 지출은 '0'	• 감시사각 속 기부단체 모금액 상위 20곳중 13곳 효율성 커 보이려 축소기입 의혹 • 단체들마다 광고활동분류 제각각 '정부가 가이드라인 제시' 요구 있음 • 광고선전비 역시 사업관리비에 포함되어야 하는 항목, 그러나 축소기입의혹, 모금비용을 사업별로 꼼꼼히 기록하기 국세청 가이드라인 구체적이지 않음 • 단체마다 관리비 해석 제각각 가이드라인 필요
한국일보 2015년 12월	기부단체 투명성 D 등급 불신 안 걷혔다	• 수천억원 기부받는 26곳 공시양식 안지켜 분석못해 / 사업관리비 모금활동비 항목 '0'으로 기재한 엉터리 공시 • 정보접근 투명성 평균 53점, 신뢰못해 기부안해 21% • 기부단체 방만한 실태로 단체 불신 높아 • 국세청 공익법인 공시제도 강화는 높은 투명성을 요구하기 위함 • 정보접근성을 평가한 투명성은 낙제 수준 ; 45개 단체 홈페이지의 기본정보공개성실성, 재무보고서 접근성, 재무현황요약표, 이사회정보, 감시정보등 5개 지표 공동조사 d등급
한국일보 2015년 12월	기부단체 효율성 겉으론 번 듯, 뒤죽박죽 공시 탓 착시효과	• 감시사각 속 기부단체 • 인건비를 어느 항목에 분류할 것인지가 관건(공익법인 운영에 있어 가장 큰 비중 차지)19개 공익법인 인건비를 사업비로 편입, 신고 오류 • 일부계정과목에서 고의로 누락하는 단체들도 있는 만큼 실정에 맞게 양식을 개정하고 단체들도 이 건전한 기부생태계를 만들 수 있어야 함 • 국세청 법인세과 담당인원은 단 2명, 수천 개 달하는 공시자료를 일일이 확인하는 것은 불가능
한국일보 2015년 12월	비영리 민간단체 160만개 넘는 미국, 불성실 공시, 방만 경영엔 가차 없다.	• 담당기관뿐 아니라 민간 부문서도 현미경 감시 자정 노력 기울여 • 미국아동암기금과 유방암협회 방만한 경영 드러나, 단체해산 약속 • 실제 npo유형, 특징에 따라 평가하는 전문기관만 171개 charity navigator 단체 리스트 선정, 임원연봉등 세부내역 공개, 주의해야 할 단체, 참고단체등에 관한 이유 밝힘 • 중간평가기관 기능이 발달되어 자정기능을 갖춘 기부생태계 만들어야함

일시	타이틀	내용(요약)
한국일보 2015년 12월	기부금 어디에 얼마나 썼는지 깜깜 뭘 믿고 기부하나요	• 45개단체 투명성 분석, 단체홈피, 국세청 공시도 깜깜이, 쓰임새 많고 인력부족 해명뿐 • 종교관련법인 5곳 최하위 등급, 재무현황 요약부문은 모두 0점 * 국세청공시를 통해 기본자료 신고, 홈페이지에 굳이 자료를 올리지 않을뿐 전문인력 없음, 재단법인 홈페이지 따로 없지만 다른 곳에서 사용처 밝히고 있음
한국일보 2015년 12월	대형 단체에 기부금 쏠려 지역풀뿌리 봉사는 고사위기	• 부익부 빈익빈 현상 : 쏠림현상 • 풀뿌리 단체 활동가가 슈퍼맨이 되어야 하는 상황 • 작은 단체 운영비를 지원하는 문화가 형성되어야함
한국일보 2015년 12월	재무현황 있는 그대로 알려 기부자에게 신뢰 줘야	• 한국가이드스타 박두준 총장 전문가 기고
한국일보 2015년 12월	투명성 높아지면 모금액도 늘어난다.	• 기부를 요청하는 기관이나 단체를 믿을 수 없다는 선택지가 경제적 여유가 없다는 이유 다음으로 기부하지 않는 이유로 드러나 • 투명성지표 점수가 10% 증가할 때 기부금 수입 4.9% 포인트 증가 (사회복지공동모금회 투명성 지표 92.5점 기부금 수입 1위) • 인력과 재원에서 상대적으로 여유있는 대형단체 정보공개 힘쓸 수 있음 • NPO가 자발적으로 어떤 내용을 공개할지 보편적 가이드라인 마련해야함
매일경제 2016년 1월	종교인 과세 앞당기고 회계 투명성 높여야	• 김광윤 전 한국세무학회장 기고
동아일보 2016년 1월	기부, 꼭 추운 겨울에만 해야하나	• 연중기부, 평생기부, 가치중심형 나눔으로 바뀌어야 함 • 이를 위해 모금단체의 투명성, 적극적 세제혜택, 교육필요

〈참고문헌〉

현삼원. 2009. 비영리조직의 투명성제도 한.미 비교연구 :한국의 사회복지법인의 투명성 개선을 중심으로. 숭실대학교박사학위논문
이형진. 2015. 재단과 책무성. 2015년 기획연구보고서. 아름다운재단 기부문화연구소
Smith. Foundation Need to be More Transparent. PND, 2010.1.29.
Smith. 2014. Accountability and the Nonprofit Sector. Oxford Handbpook of Public Accountability
Smith. 2014. Multi-Layered Accountability. Oxford Handbook of Public Accountability
Maya Bernstein & Marty Linsky. 2016. Leading Change Through Adaptive Design. Standford Social Innovation Review
최호윤,2015, 국세청 결산공시 정보의 문제점과 개선방향

기부문화연구소 홈페이지 https://research.beautifulfund.org/4512
한국일보 http://hankookilbo.com/v/240099c13e344e1ab6e2f8ba913c4635

아름다운재단
The Beautiful Foundation