

같은 의도와 작은 차이

젠더 별 기부행동

아름다운재단 연구사업팀장 이영주
2022. 10. 27

연구동기

- 2022 한국인이 바라본 사회문제 (트리플라잇 & 사회적가치연구원)

- ✓ 현재와 미래, 국민이 주목하는 사회문제 : 갈등과 차별이슈 지속적으로 심화
- ✓ MZ세대가 주목하는 사회문제 : 차별과 갈등, 주거부담, 사회안전망 이슈
- ✓ 사회 양극화, 불평등, 차별과 혐오

- 다양한 사람들, 연령, 경험, 가치에 따라 기부행위는 다를까?
- 특히, 남성과 여성의 기부행위는 어떻게 다를까? 다르다면, 그 차이는 무엇일까?
- 기부 단체의 전략과 변화를 이끌기 위한 데이터 축적

국내연구

- 구지윤 (2013) 기부행동의 성별 차에 관한 연구
 - 성별에 따라 자원 요인 및 동기 요인의 영향
 - 기부참여율 '남성<여성', 기부금액 '남성>여성'

- 권재기 (2021) 한국 성인 나눔행동의 잠재전이 분석을 통한 정신건강의 종단적 변화
 - 나눔행동 지속집단, 나눔행동 무경험 집단, 자원봉사 지속집단 등과 같이 총 10가지 패턴 유형 집단 도출
 - 예시 : 자원봉사와 기부경험이 100% 없는 그룹 - 농림어업 종사자 '여성'
 - 14년 동안 지속적인 나눔행동 무경험/감소그룹 - 학력 ↑, 정규직, 관리자 전문직 사무직인 '남성'

- 정혜욱 (2021) 성별의 차이에 따른 관계 중심 기부 방법 선호에 관한 연구
 - 여성은 관계중심의 기부방법을 남성은 일반적인 기부방법 선호 → 기부참여율 '남성<여성', 기부금액 '남성>여성'

해외연구 : Women's Philanthropy Institute

Women's Philanthropy Institute

- 1991년 설립. 여성필란트로피 네트워크에서 출발
- 연구, 교육, 지식 확산을 통해 성별과 필란트로피에 대한 이해 증진
- 성별, 인종, 연령, 지역, 교육들의 사회적 요소를 함께 분석하여 기부자 주체 전반에 관한 이해

▪ Women Give 2021

- 가구 내에서 기부를 남성, 여성, 함께 결정, 각각 결정함에 따라 조사
- 인구학적 통계, 동기, 기부행위, 명분, 결과
- 기부여부 여성 15.3%, 남성 12.1%, 기부금액 단독 결정일 경우 '남성 > 여성'

▪ Covid-19, Generosity and Gender

- 미혼여성, 기혼/파트너 커플의 전반적 기부 증가 (팬데믹 이전과 비교하여 전체 기부 감소)

▪ Gender Crowdfunding 보고서

- 크라우드펀딩 캠페인에 기부하는 여성은 연결, 신뢰를 중요시
- 지역사회 기반을 둔 기부 즉 자기와 가깝게 연결된 이슈에 관심

조사항목

항목	내용
기부실태	기부여부, 기부분야, 분야별 기부금액, 기부한 단체 수, 기부에 참여한 이슈, 기부를 결정하게 된 가장 중요한 이유, 기부선택 시 가장 중요한 요인, 다양한 기부참여활동, 정기 및 일시 기부 횟수와 활동 내용
	비영리기부단체 운영 동의도
	기부대상과 방법 접근에 관한 동의도
	2022 기부의향
사회와 기부에 대한 태도, 참여 형태	사회와 기부에 대한 동의도, 비영리 기부단체 활동에 관한 동의도
	온라인 오프라인 활동에 관한 참여경험, 온라인 매체 활용도, 사회공동체에 관한 인식 동의도, 주변 네트워크와의 관계 동의도, 사회기여에 관한 동의도, 비공식적 기여에 관한 동의도
자원봉사실태	자원봉사 경험, 시간

기부실태

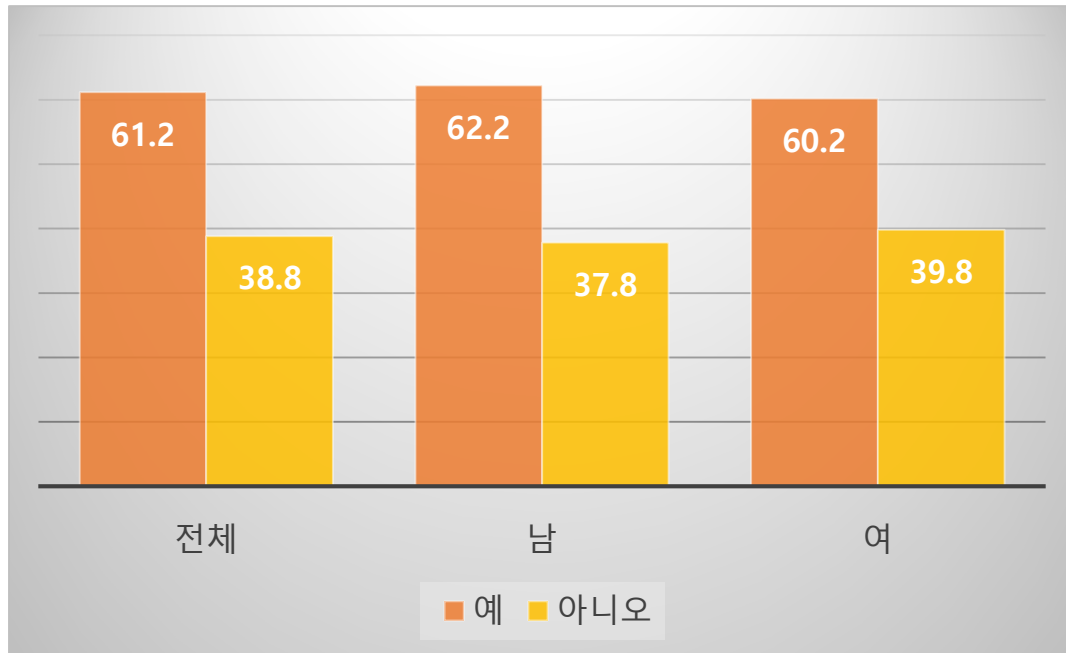
🍎 도움을 주신 연세대학교 사회복지대학원 최희진 실습생 감사드립니다.

기부실태 : 기부여부

- 🌐 전체 2,500 명 응답자 중 1,529명 기부경험
- 🌐 기부단체 수 : 남녀 모두 1개 이상
- 🌐 성별에 따른 유의미한 차이 없음

<기부여부>

(단위 : %)



<빈도수>

	예	아니오	전체
남	784	476	1,260
여	743	492	1,285

기부실태 : 전체 기부분야

- 🍷 국내 사회복지 또는 자선 분야가 압도적인 1순위
- 🍷 해외구호분야가 3순위 → 2순위

<기부분야>

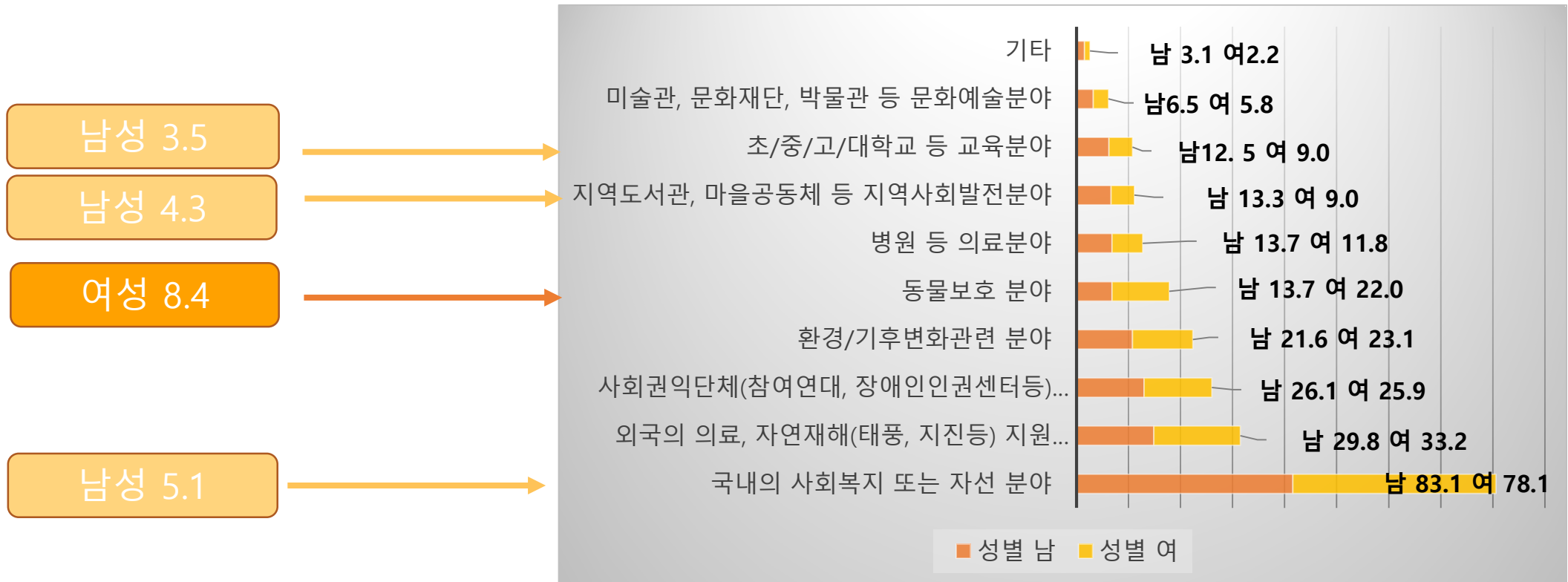
(단위 : %)

순위	기부분야	퍼센트
1	국내의 사회복지 또는 자선분야	80.6
2	외국의 의료, 자연재해(태풍, 지진 등) 해외 구호분야	31.5
3	사회권익단체(참여연대, 장애인인권센터등) 등 NGO 분야	26.0
4	환경/기후변화관련 분야	22.4
5	동물보호 분야	17.8
6	병원 등 의료분야	12.8
7	지역도서관, 마을공동체 등 지역사회발전분야	11.2
8	초/중/고/대학교 등 교육분야	10.8
9	미술관, 문화재단, 박물관 등 문화예술분야	6.1
10	기타	2.6

기부실태 : 성별에 따른 차이가 유의미한 기부분야

- ♣ 남성 : 국내 사회복지 또는 자선, 지역도서관 마을 공동체 등 지역사회발전분야, 교육분야
- ♣ 여성 : 동물보호

(단위 : %)



기부실태 : 성별에 따른 기부분야별 기부금액 차이

- 🍇 유의미한 차이 없음
- 🍇 Women Give 보고서 : 남성 단독 결정 기부금액 ↑
- 🍇 *여성이 기부를 더한 경우

(단위 : 원)

기부분야	기부금액 차이
초/중/고/대학교 등 교육분야	178,969
병원 등 의료분야	100,143
지역도서관, 마을공동체 등 지역사회발전분야	91,004
국내의 사회복지 또는 자선분야	73,564*
기타	54,617*
외국의 의료, 자연재해(태풍, 지진등) 해외 구호분야	38,625
동물보호 분야	34,439
사회권익단체(참여연대, 장애인인권센터등) 등 NGO 분야	31,196*
환경/기후변화관련 분야	1,485*
미술관, 문화재단, 박물관 등 문화예술분야	1,186*

기부실태 : 전체 참여이슈

🌐 아동 및 청소년 관련 이슈, 해외 빈곤문제 해결이나 해외 재난 구호, 국내의 자연재해 나 코로나 등으로 인한 재난 구호 1-3 위

<참여이슈>

(단위 : %)

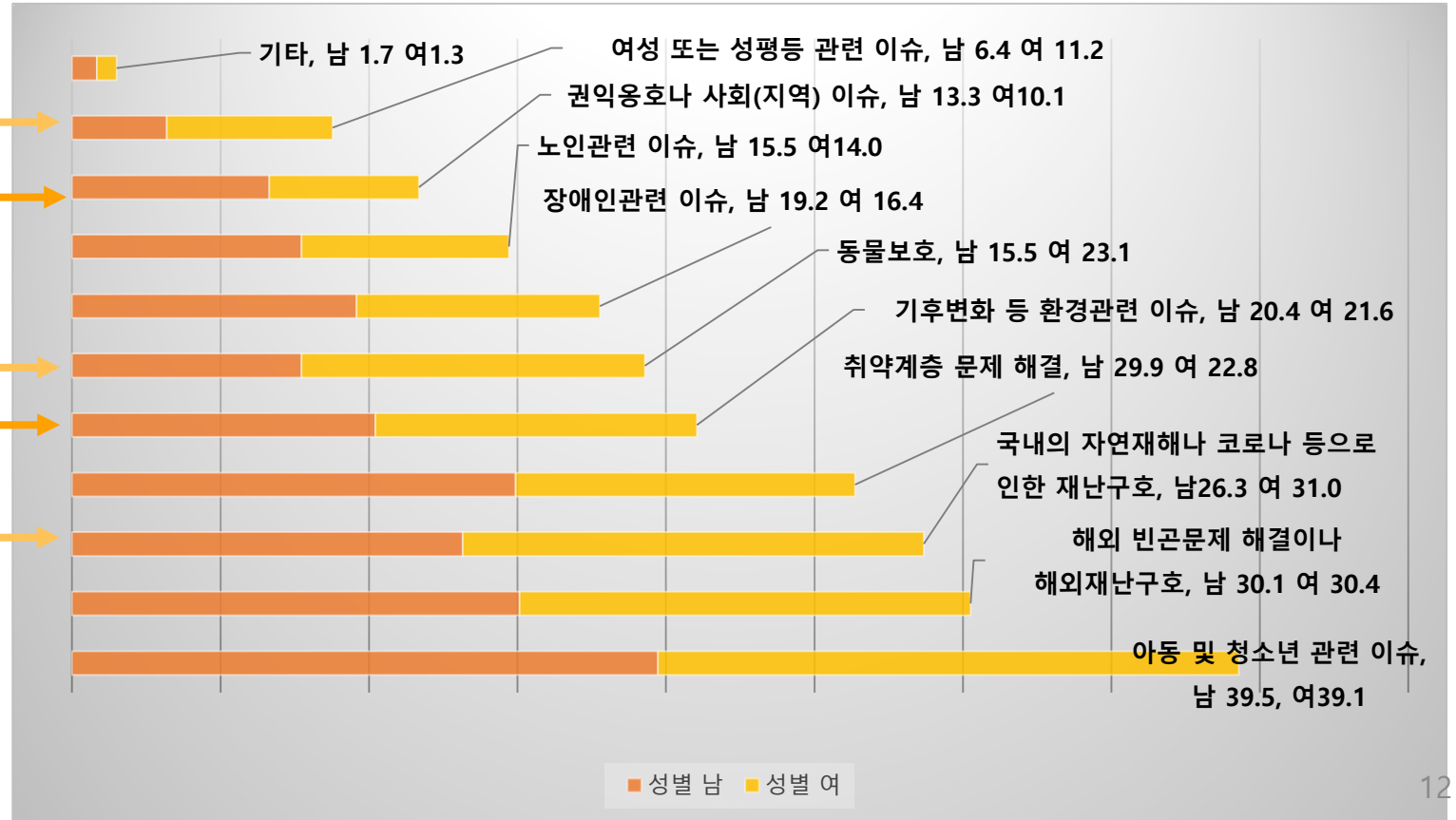
순위	참여이슈	퍼센트
1	아동 및 청소년 관련 이슈	39.3
2	해외 빈곤문제 해결이나 해외재난구호	30.2
3	국내의 자연재해(산불, 태풍, 지진 등)나 코로나 등으로 인한 재난구호	28.6
4	취약계층 문제 해결(이주노동자, 결혼이주여성, 난민, 노숙인 등)	26.5
5	기후변화 등 환경관련 이슈	21.0
6	동물보호(유기동물 보호 또는 멸종위기 동물보호 등)	19.2
7	장애인관련 이슈	17.8
8	노인관련 이슈	14.7
9	권익옹호나 사회(지역) 이슈	11.8
10	여성 또는 성평등 관련 이슈	8.7

기부실태 : 성별에 따른 차이가 유의미한 참여이슈

- ♀ 여성 : 여성 또는 성평등 관련 이슈, 국내 자연재해나 코로나 등으로 인한 재해구호, 동물보호 이슈
- ♂ 남성 : 취약계층, 권익옹호나 사회이슈

(단위 : %)

여성 4.8
남성 3.2
여성 7.7
남성 7.0
여성 4.7

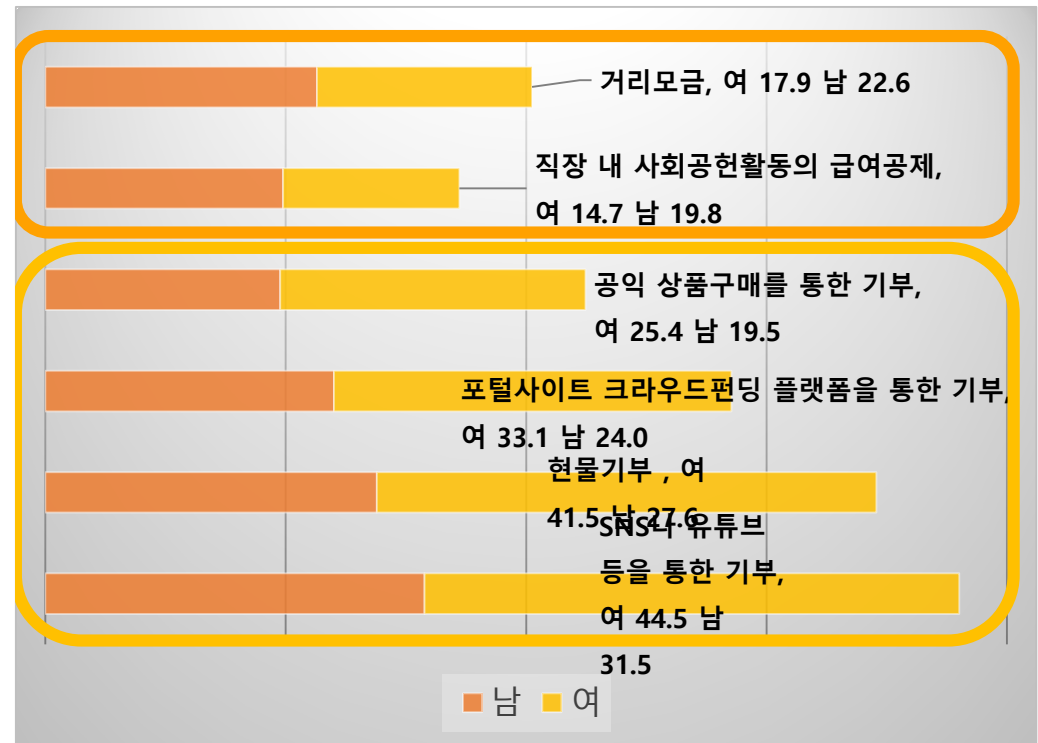


기부실태 : 성별에 따른 차이가 유의미한 기부방법

- 🍷 포인트나 마일리지 기부(53.5), 비영리 기부단체에 대한 정기후원·일시후원(40.8). SNS나 유튜브 등의 게시물 통한 기부 (37.9)
- 🍷 여성 : SNS나 유튜브 게시물 통한 기부, 현물기부, 포털사이트 크라우드펀딩 플랫폼 기부, 공익상품구매 기부
- 🍷 남성 : 급여공제, 거리모금

기부방법	남	여
포인트나 마일리지 기부	51.6	55.5
정기후원 또는 일시후원	39.6	42.1
재난 관련 특별기부(코로나, 자연재해 등)	21.3	23.9
TV나 라디오 방송프로그램을 보고 기부	21.3	23.1
개인이나 비공식 집단에게 직접기부	21.7	20.0
모금 캠페인 기획 및 실행 직접참여	20.4	16.9
행사/캠페인 참여를 통한 기부	17.6	19.4
팬덤기부	6.5	8.5
블록체인기반 플랫폼을 통한 기부	6.9	6.6
무인 단말기 기부	7.0	6.3
가상화폐기부	5.4	4.4
고액기부 /유산기부	4.3	3.1

(단위 : %)

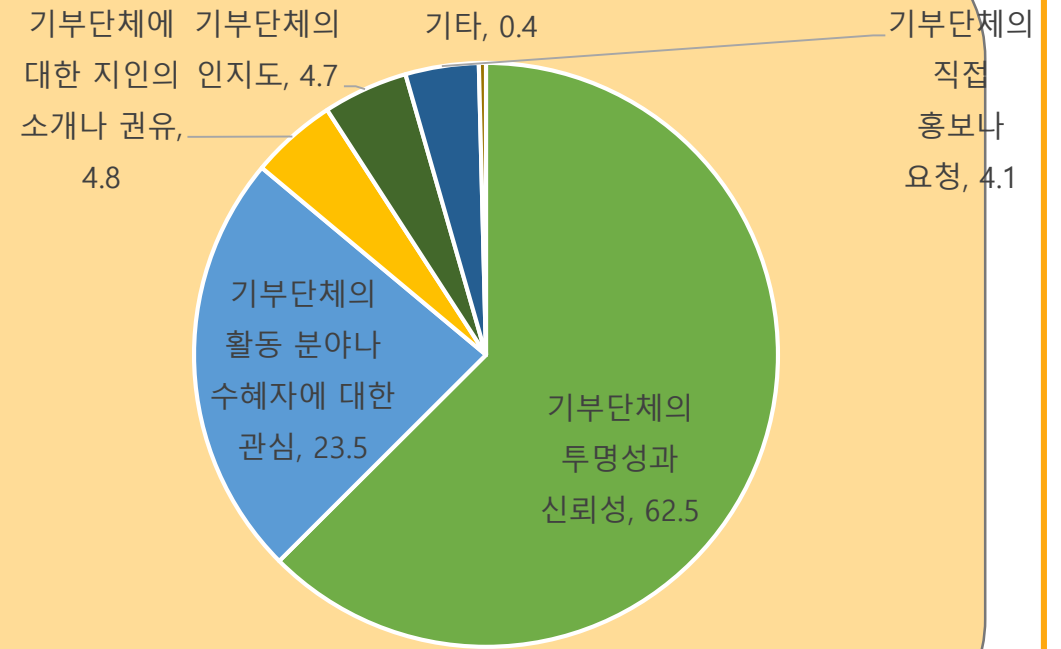
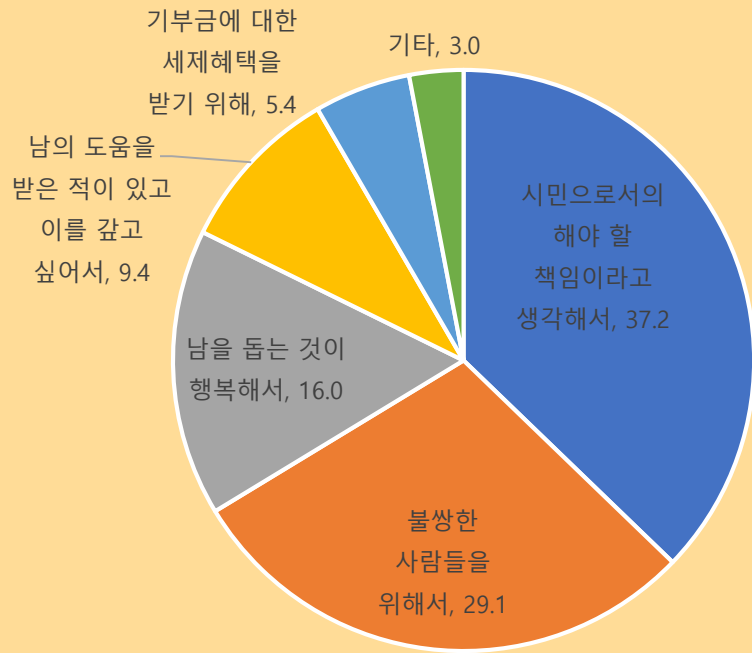


기부실태 : 기부하는 이유, 기부단체 선택 시 중요한 요인

- 🍎 시민으로서 해야 할 책임
- 🍎 기부단체의 투명성과 신뢰성
- 🍎 유의미한 차이 없음

<기부동기와 선택 시 주요 요인 >

(단위 : %)



기타

- 🍇 운용동의도에 관한 15항목 : 남성 “자신이 선택한 기부단체의 활동 수행 및 의사소통과정이 투명하고 개방적”
- 🍇 선택한 기부 단체 접한 방법 : 남성 → 소속 직장 내 사회공헌 활동, 여성 → 포털 사이트 기부플랫폼의 모금캠페인 + TV 라디오 방송 프로그램이나 광고, 친구 또는 지인의 직접 추천
- 🍇 2022 기부의향 : 유의미한 차이 없음
- 🍇 기부경험이 없는 이유 : 유의미한 차이 있음
 - 남성 : 기부에 관심이 없어서
 - 여성 기부할 만한 경제적 여력이 없어서

사회와 기부에 대한 태도

사회와 기부에 대한 태도 : 사회신뢰도

- ☛ 문항별 동의도를 묻고 '전혀 동의하지 않는다-별로 동의하지 않는다-대체로 동의한다-매우 동의한다'로 답변하고 4점 만점으로 아래와 같이 평균값 계산
- ☛ 사회전반, 정부, 사법기관, 기업, 언론, 종교기관 신뢰도 질문
- ☛ 주변에 관한 신뢰도 : 믿을 수 있고 물리적 환경은 안전하다고 응답
- ☛ 섹터의 신뢰도 : 언론기관이 가장 낮은 수준

(단위 : 점)

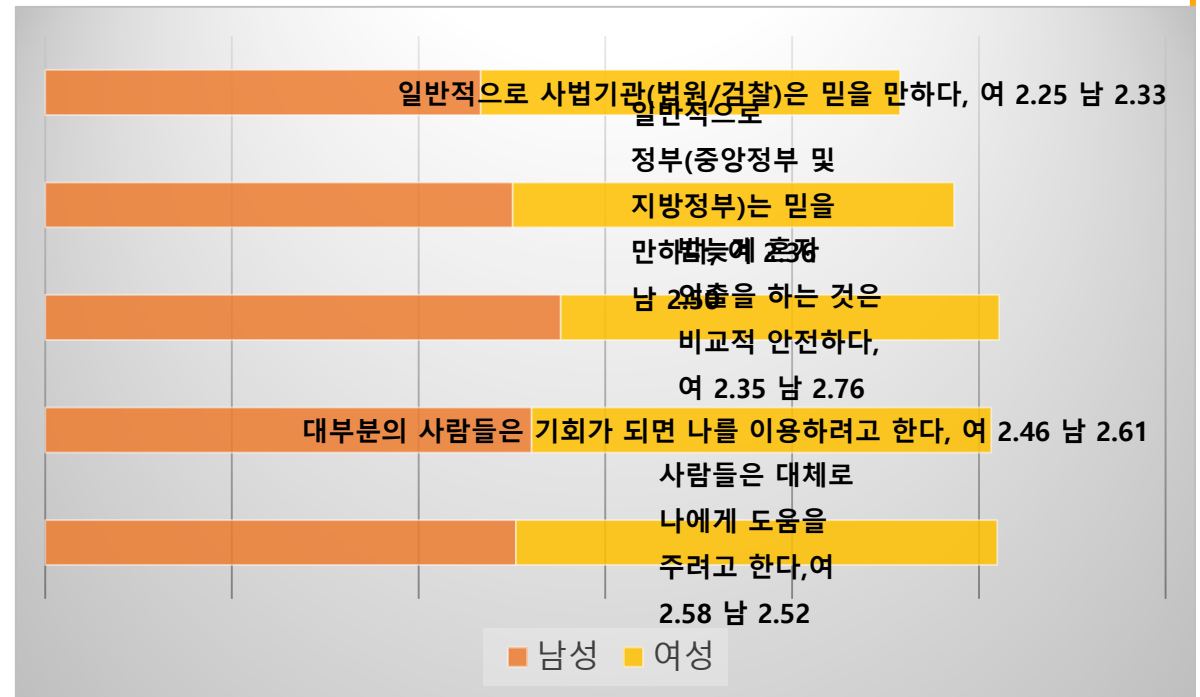
항목	평균값
일반적으로 대부분의 사람들은 믿을 만하다	2.58
사람들은 대체로 나에게 도움을 주려고 한다	2.55
대부분의 사람들은 기회가 되면 나를 이용하려고 한다	2.53
밤늦게 혼자 외출을 하는 것은 비교적 안전하다	2.56
일반적으로 정부(중앙정부 및 지방정부)는 믿을 만하다	2.43
일반적으로 사법기관(법원/검찰)은 믿을 만하다	2.29
일반적으로 기업은 믿을 만하다	2.37
일반적으로 언론기관은 믿을 만하다	2.10
일반적으로 종교기관은 믿을 만하다	2.16

사회와 기부에 대한 태도 : 성별에 따라 유의미한 차이가 있는 사회 신뢰도

- 🍷 여성 : 사람들은 대체로 나에게 도움을 주려고 한다
- 🍷 남성 : 사람들은 기회가 되면 나를 이용하려고 한다, 밤늦게 혼자 외출을 하는 것은 비교적 안전하다, 일반적으로 정부(중앙정부 및 지방정부)는 믿을 만 하다
- 🍷 유의미한 차이 있음

(단위 : 점)

사회신뢰도	남	여
일반적으로 대부분의 사람들은 믿을만하다	2.59	2.58
일반적으로 기업은 믿을만하다	2.39	2.36
일반적으로 언론기관은 믿을만하다	2.10	2.09
일반적으로 종교기관으로 믿을만하다	2.17	2.15



사회와 기부에 대한 태도 : 비영리기부단체 신뢰도

- 유의미한 차이 없음
- 활동 수행 및 의사소통 과정 투명하고 개방적이다 → 소통의 형태와 횟수

(단위 : 점)

항목	평균값
일반적으로 비영리 기부단체는 전체 사회의 발전에 기여한다	2.79
일반적으로 비영리 기부단체는 기부금을 적절하게 사용한다	2.58
일반적으로 비영리 기부단체의 모금활동은 적절한 방식으로 이루어진다	2.72
일반적으로 비영리 기부단체는 윤리적으로 운영된다	2.60
일반적으로 비영리 기부단체는 믿을 만하다	2.54
일반적으로 비영리 기부단체의 활동 수행 및 의사소통 과정은 투명하고 개방적이다	2.47
일반적으로 비영리 기부단체들은 관련 법률(제도)을 잘 지킨다	2.62

사회와 기부에 대한 태도 : 사회참여유형

기부 외 다양한 사회참여 유형 설문

특정 제품이나 서비스 불매 참여가 49.9%로 가장 높고 사회적 이슈에 대한 청원활동과 온라인 지지 또는 반대표명이 각각 2위, 3위를 차지 (단위 : %)

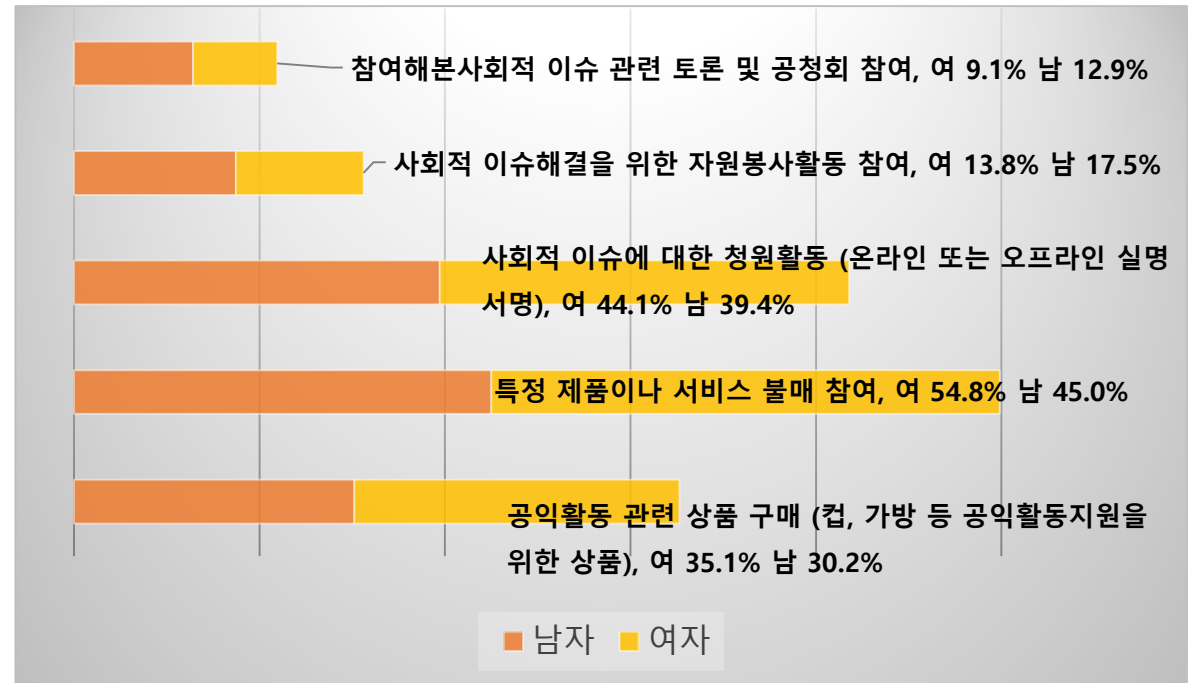
순위	항목	퍼센트
1	특정 제품이나 서비스 불매 참여	49.9
2	사회적 이슈에 대한 청원활동 (온라인 또는 오프라인 실명 서명)	41.8
3	사회적 이슈에 대한 온라인 지지 또는 반대 표명	39.8
4	공익활동 관련 상품 구매 (컵, 가방 등 공익활동지원을 위한 상품)	32.6
5	사회적 이슈에 대한 의견 등을 작성하여 SNS 등에 게시하기	22.9
6	사회적 이슈해결을 위한 자원봉사활동 참여	15.6
7	사회적 이슈와 관련된 시위 및 집회 참여	15.3
8	사회적 이슈와 관련된 시민사회, 지역사회, 정치 단체 등의 회원 가입	15.1
9	사회적 이슈와 관련된 단체나 인물 등에 전화, 메시지나 이메일(편지)	12.9
10	사회적 이슈 관련 토론 및 공청회 참여	11.0

사회와 기부에 대한 태도 : 성별에 따라 유의미한 차이가 있는 사회참여유형

- 🍷 여성 : 특정 제품이나 서비스 불매 참여, 공익활동관련 상품 구매(컵, 가방 등 공익활동지원을 위한 상품), 사회적 이슈에 대한 청원 활동(온라인 또는 오프라인 실명 서명)
- 🍷 남성 : 사회적 이슈 해결을 위한 자원봉사 활동 참여, 사회적 이슈 관련 토론 및 공청회 참여
- 🍷 유의미한 차이 있음

(단위 : 퍼센트)

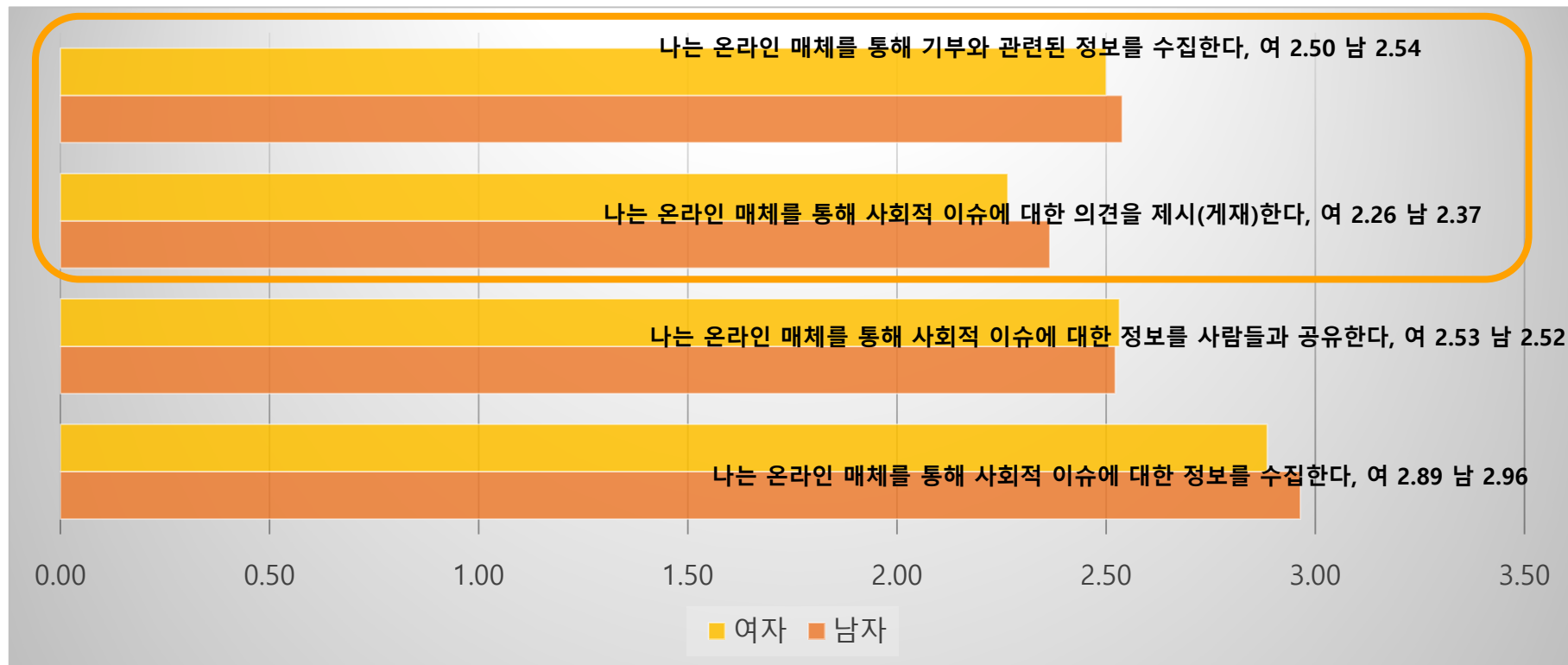
사회참여유형	남	여
사회적 이슈에 대한 온라인 지지 또는 반대 표명 (온라인 뉴스 공유, 댓글달기, 해시태그 달기 등)	40.3	39.3
사회적 이슈와 관련된 시위 및 집회 참여	16.7	13.9
사회적 이슈와 관련된 시민사회, 지역 사회, 정치 단체 등의 회원 가입	15.9	14.3
사회적 이슈에 대한 의견 등을 작성하여 SNS 등에 게시하기	24.1	21.7
사회적 이슈와 관련된 단체나 인물 등에 전화, 메시지나 이메일(편지) 보내기	14.0	11.7
기타	0.9	0.7



사회와 기부에 대한 태도 : 성별에 따라 유의미한 차이가 있는 온라인매체 사용 선호도

- 🍷 코로나 19 이후 더욱 가속화된 활동 공간의 변화 (오프라인 → 온라인)
- 🍷 남성 : '나는 온라인 매체를 통해 사회적 이슈에 대한 의견을 제시한다'와 '사회적 정보를 수집한다'
- 🍷 유의미한 차이 있음

(단위 : 값)

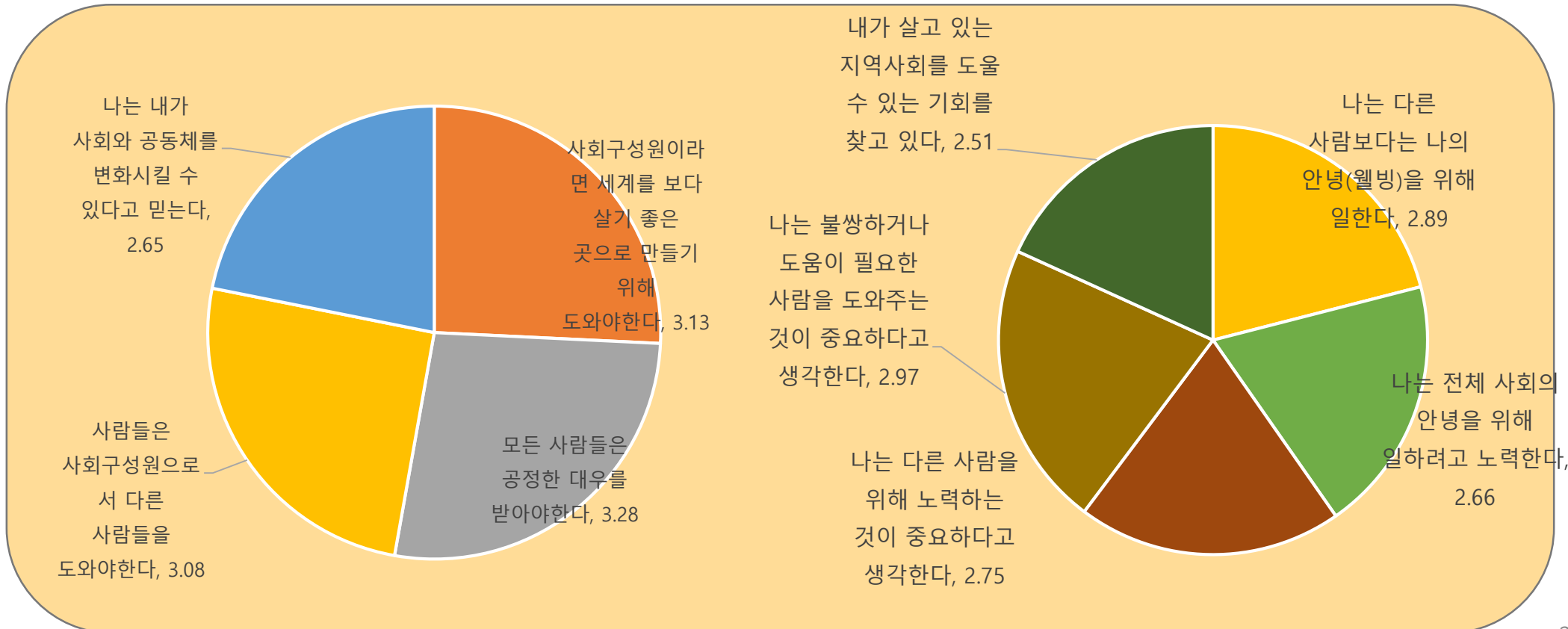


사회와 기부에 대한 태도 : 효능감, 이타성

- 모든 사람들은 공정한 대우를 받아야 한다
- 나는 불쌍하거나 도움이 필요한 사람을 도와주는 것이 중요하다고 생각한다
- 유익한 차이 없음

<효능감과 이타성 >

(단위 : 점)



사회와 기부에 대한 태도 : 관대함

🌟 유의미한 차이 없음

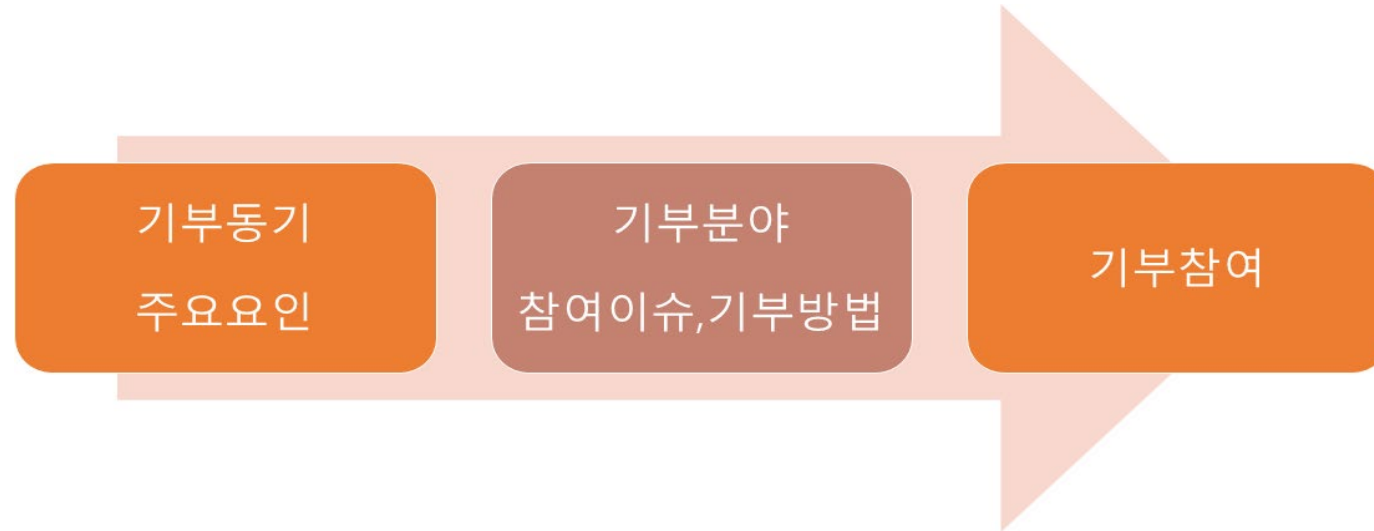
(단위 : 값)

항목	남	여
어려운 상황에 있는 사람들을 도울 때, 나의 감정이 상하는 것을 대체로 개의치 않는다	2.50	2.37
나는 친구와 가족에게 내가 그들을 얼마나 사랑하고 감사하는지 알게 하는 것이 중요하다	2.79	2.73
내 주변의 사람이 나의 관심을 필요로 하면, 나는 일보다는 그 사람을 위해 시간을 쓰려고 노력한다	2.71	2.69
내 주변 사람들은 나를 다른 사람들을 위해 시간을 낼 줄 아는 사람으로 알고 있다	2.73	2.76
나는 친구, 친척, 지인을 돌보기 위해 기꺼이 '더 많은 노력'을 기울이는 사람이다	2.79	2.77
친구나 가족이 어려운 일을 겪을 때, 나는 평소보다 더 잘 대해 주려고 마음을 쓴다	3.03	3.05
나는 사람들과의 관계를 맺을 때 관대한 편이다	2.83	2.81
나는 다른 사람이 필요로 하는 것을 해줄 때 행복하다	2.95	2.92
내 주변 사람들이 나만큼 행복하고 풍족하게 사는 것은 나에게 중요하다	2.86	2.87
나는 무엇인가를 결정할 때 자주 다른 사람들의 복지에 관심을 둔다	2.64	2.64

결론 및 함의

결론 및 함의

- 남 = 여 : 기부여부, 기부동기, 기부이유, 기부단체 수, 분야별 기부금액, 정기기부 및 일시기부 횟수, 2022 기부의향
- 남 ≠ 여 : 기부분야, 참여한 이슈, 기부방법, 기부하는 단체인식, 기부단체 접한 방식



- 좋은 일에는 뜻을 같이 하고 동기와 결과는 큰 차이 없으며 방식과 선호 차이 있음
- 성별, 나이, 지역 등에 따른 옳고 그름에 관한 불필요한 논의 지양

결론 및 함의

- 🌐 과정상의 차이 → 사회변화를 위한 다양한 시도
- 🌐 “다양성은 변화를 이끈다”
- 🌐 뜻을 함께하는 기부자 유입을 위해, 기부자의 유형에 관한 정보를 파악
- 🌐 궁극적으로 소통을 위해 어떤 분야와 방법을 가지고 전략 수립에 관한 논의 필요



 **감사합니다!**
기빙코리아