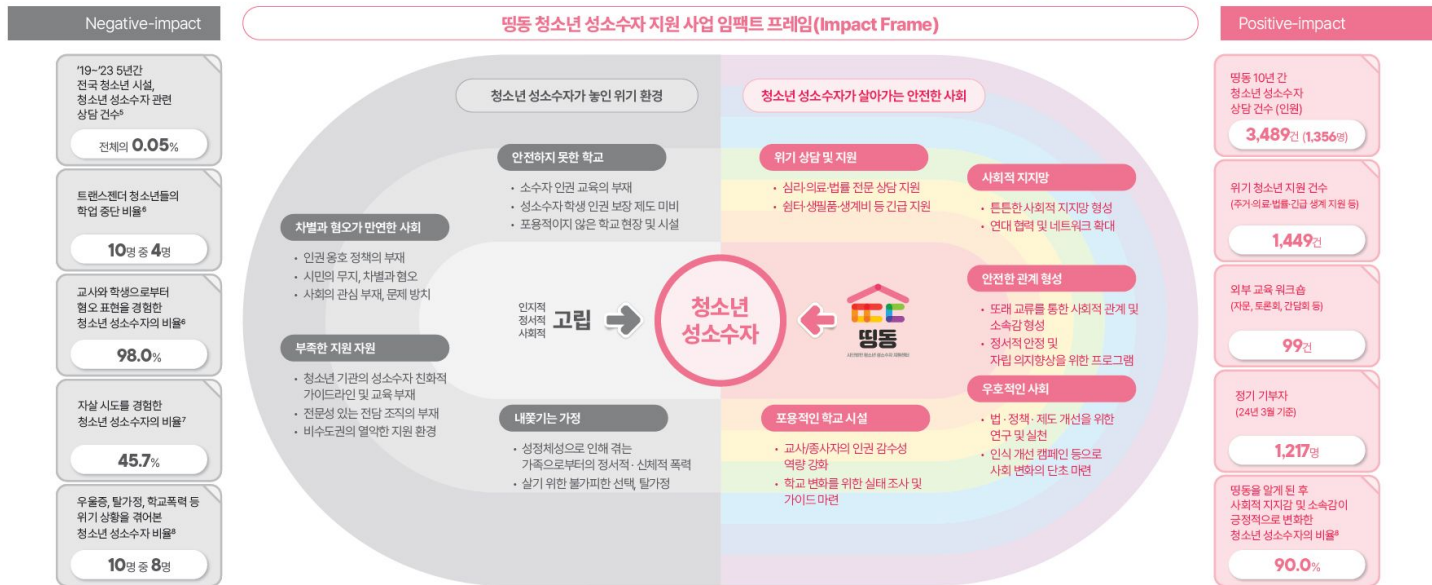


비영리 활동과 임팩트

- 땡동 경험을 중심으로

정민석 (청소년 성소수자 지원센터 땡동 이사장)

땡동의 임팩트 측정 경험



인식·교육·정책의 부재로 인한 청소년 성소수자의 고립과 비가시화



청소년 성소수자들의 신체적·정신적 안정과 자아존중감을 바탕으로 한 자립

명동의 임팩트 프레임워크

땡동의 임팩트 측정 경험과 과제

- 브라이언임팩트 임팩트 그라운드 참여 기회와 한국사회가치평가와의 협업으로 진행
- 2015년(설립)부터 2023년 동안의 성과 측정
- 땡동 설립 이후 관련 이슈가 어떻게 변화했는지, 땡동 활동에 직·간접적 관계를 맺고 있는 사람들(서비스를 제공받은 청소년 성소수자, 기부자)의 인식 변화를 확인하고자 하였음
 - 주요 활동 성과 정리
 - 정량적, 정성적 평가 (설문 병행)
- 임팩트 측정 활용 → 사업 성과의 가시화, 모금캠페인으로 활용, 기부자와 소식 공유
- 평가와 과제
 - 지원조직 제안이 없었다면, 쉽지 않았을 임팩트 측정
 - 임팩트 결과 구체적인 활용 계획 필요

임팩트 측정과 비영리 활동

- 왜, 우리는, 비영리 활동의 성과를 정리하고 알려야 하는가?
- 임팩트 측정은 비영리 활동에 있어 필수적인가?
- 임팩트를 만들지 않는 공익활동이 존재하는가? 다만, 측정이 쉽지 않을 뿐
- 성과를 만들어가는 활동가들의 만족과 역량 변화는 어떻게 측정할 수 있는가?
- 혹시 자기만족적 임팩트 측정을 하고 있지는 않은가?
 - 임팩트 측정이 주로 외부 제안을 통해 이루어지는 현실
 - 임팩트 결과를 활용하는 것도 결국 단체 역량과 의지

비영리 활동의 가치가 드러나는 임팩트를 만들기 위해

- 미션을 수행하는 단계부터, 어떤 긍정적인 변화를 만들고 싶은지 상상하기
 - 사업 목적과 단기 목표를 구분해 사업을 추진하기
 - 아름다운재단 등 지원조직에서 제공하는 사업계획서 작성 경험이 도움이 되기도 함
- 변화를 측정할 수 있는 방법과 가능성에 대해 토론하기
 - 기부자 의견 수집 (설문조사, 인터뷰 등을 통한 의견 수집), 참여자 사후 평가
 - 실패의 경험을 감추지 않고, 성과를 만들어가는 하나의 과정으로 활용하기
 - 측정 틀에 갇히지 않고, 조직만의 독창적 방법 찾기

비영리 활동의 가치가 드러나는 임팩트를 만들기 위해

- 임팩트 측정 결과를 누구와 공유하고 싶은지, 활용할 수 있는 방안을 미리 구체적으로 설계하기
 - 보여주기, 자기만족적 임팩트가 되지 않도록 하기 위해
- 전문가와 협력도 중요하지만, 일상적으로 정량적, 정성적 결과가 정리되어 있어야 함.
- 연간보고서 목차를 미리 구성해보기 : 담고 싶은 1년 활동 성과가 무엇인지 상상하기

기빙코리아 2025

성과와 임팩트에 관한 역량을 발휘하다

열여덟 어른 캠페인 임팩트 **공명하다**



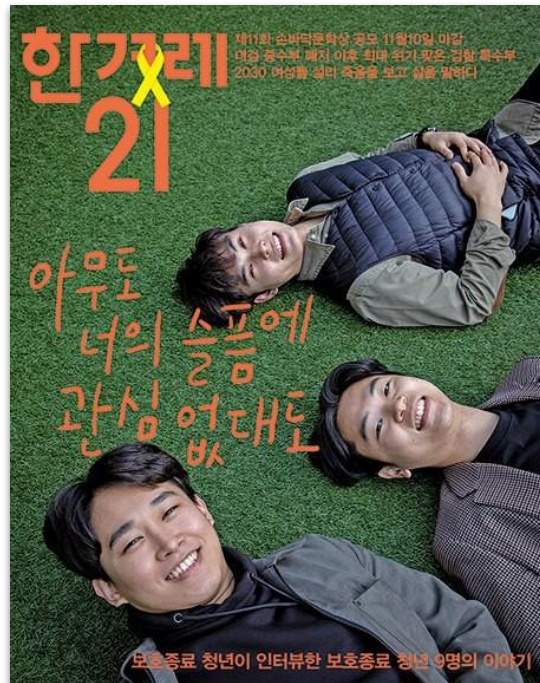
만약,

'열여덟 어른 캠페인'의

입팩트를 정의하고 시작했다면?

자립준비청년 캠페인 '열여덟 어른'

- 2019년, 자립준비청년에 대한 대중의 관심도를 높이고 기부참여를 위한 '열여덟 어른' 캠페인 시작
- 당사자의 사례 소개로 관심을 이끄는 시도가 아닌, 당사자 '주체성'을 부각하여 인식 및 제도 변화의 '주체자'로서 당사자에게 역할 부여
- 2019년 시즌1을 시작으로 2022년 시즌3까지 13명의 당사자 캠페이너와 함께 17개 프로젝트 진행



세상에서 가장 큰 용기가 만든 변화

캠페인 런칭 이후 기부금 성장

연평균 기부금 증가율 155% 

캠페인 기부건수(누적) 112,488회

2019년-2022년

지원사업/지원인원 성장

2019년

-

1개

60명

2022년

-

7개

약 640명

정부의 정책 발표 / 언론의 관심 / 대중의 관심 / 지원의 확대

지난 5년, 엄청난 사회의 변화가 있었습니다



응원하는 목소리 / 경험을 궁금해하는 곳 / 유사한 캠페인



성과의 진짜 동력은?



우리가 만든 임팩트는?



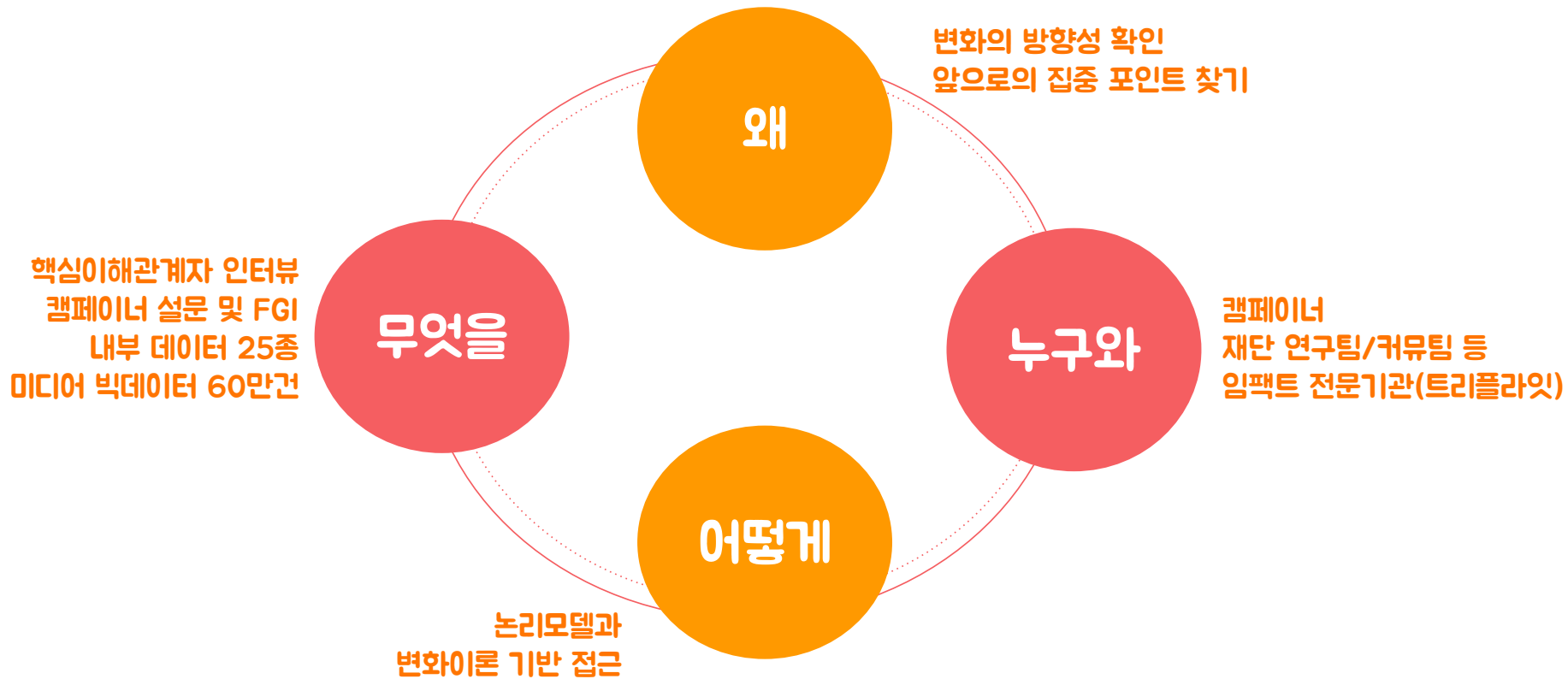
앞으로 어디에 집중해야 할까?

그래서, 우리는

열여덟 어른 임팩트를 확인하는 여정을 선택했다

임팩트 측정 과정

사회인식 변화를 확인하고자 빅데이터 중심, 변화이론 기반 접근



아름다운재단의 활동 지원

- 당사자 캠페이너 발굴 및 섭외
- 프로젝트 기획 및 확산 지원
- 내/외부 자원 섭외 및 연계
- 당사자 의견 개선 기회 마련

열여덟 어른 캠페이너의 활동

- 당사자 프로젝트 기획 및 진행
- 프로젝트 관련 홍보 및 확산 활동
- 자립준비청년 관련 인식 개선 활동

Key Assumption

① 심리적 지지 및 안전망

“어떤 고민이든 언제든지 나눌 수 있고, 기댈 수 있고, 기다려주는 분들이 함께 해주셔서 용기를 낼 수 있었어요.” (캠페이너 인터뷰 중)

② 당사자 중심성

“끊임없이 제 자신에게 질문을 던지고, 저의 관점과 목소리를 캠페인에 담아가는 과정이 뜻깊었어요.” (캠페이너 인터뷰 중)

③ 공감도 높은 잠재 이슈

“사람들이 모를 뿐이지 인지하게 되면 대부분 공감하는 이슈예요.” (실무자 인터뷰 중)

‘공명의 첫 음’

당사자 주도적 변화의 시작

캠페이너의 등장

당사자 캠페이너 수 13명

캠페인을 통한 활동

당사자가

직접 기획, 운영한 프로젝트

총 17개

인식 확산 및 개선 15개

정보 생산 및 확산 5개

멘토링 및 교육 3개

커뮤니티 운영 및 네트워킹 3개

당사자가

축적하고 확산한 콘텐츠

**17종 1,280+개
조회 3백만+회**

당사자가

온/오프라인으로 만나서
교류한 자립준비청년

250+명

캠페인을 통한 메시지 확산

내/외부 채널 **55+개**

자신을 온전히 직면하고 이해함

- 자기 이해 0.82점 ↑
- 자아정체감 0.58점 ↑
- 자아정체감 0.83점 ↑

세상 속 자신을 다시 이해함

- 사회적 낙인 0.33점 ↓
- 사회적 위축 0.59점 ↓

격려와 지지 경험

“따뜻한 칭찬과 응원 의 댓글들을 보고 위로와 힘을 얻었어요. 우리를 향한 사람들의 공감과 지지가 많다는 것을 알게 됐어요.”

자신을 드러낼 용기를 얻음

“자희의 캠페인을 보고 용기를 내어 스스로를 당당히 밝히게 됐다는 자립준비청년들이 많아졌어요.”

의제에 대한 대중의 관심 증가

- 검색량 증가
직전 4년 누적 대비 216 배
- 월 평균 검색량 증가
직전 4년 대비 141 배

대중의 공감, 지지도 증가

- 전체 댓글 수 13,477 건
- 지지 댓글 비중 92.7%
(캠페인 유튜브 채널 기준)
- 구독자 증가 15,206 명

나와 삶에 대한 자신감 증진

- 자기효능감 0.55점 ↑
- 자아존중감 0.83점 ↑

타인과의 관계성 개선

- 공동체성 0.72점 ↑
- 대인 신뢰감 0.83점 ↑

직접적 지지

네트워크, 커뮤니티 활성화

“다른 자립준비청년들에게 먼저 다가가서 멘토링을 하거나 도움을 주는 당사자가 많아졌어요.”

직접적 지지

의제 관련 주요 사건 발생

대중의 구전을 통한 의제 확산

- 계시글 공유 501,888 회
- SNS 게시물 증가
직전 4년 누적 대비 68배

의제의 중대성 증진

- 연평균 보도량 증가
직전 4년 대비 3.6배

대중의 직접적 참여 증가

- 캠페인 기부건수 112,488회
연평균 증가율 239%
- 캠페인 기부금
연평균 증가율 155%

정서·심리적 자립 증진

- 캠페인을 통해 줄어든 자립까지의 거리
(캠페이너 설문 평가)
100 m 중 36.3 m

사회문제 관심, 참여도 증진

- 개인 시민성 0.72점 ↑

목소리를 내는 당사자 증가

- 열여덟 어른 인터뷰 콘텐츠 참여 10명
- 댓글을 통해 자신을 밝힌 당사자 수 53명

당사자 목소리의 영향력 증가

- 체감되는 목소리의 크기
(캠페이너 설문 평가)
43dB → 95dB

당사자 영향력 확대

- 캠페이너의 방송 출연 22회
- 캠페이너의 언론 보도 수 198회

정책 의사결정에 대한 당사자 참여 확대

- 캠페이너가 참여한 정책 의사결정 회의 수 19회

캠페이너의 변화

스스로 앞장서 목소리를 내며 변화를 이끄는 자립준비청년이 등장하고

자립준비청년들의 변화

자립준비청년들의 목소리가 공명하며 확산되고

사회 인식 및 구조의 변화

모두를 위한 사회 변화의 방향이 된다

* 측정기간 : 2019.01 ~ 2022.12

기여도 높은 변화
(캠페이너 평가 + 분석 결과 반영)

- 캠페인의 독립적 영향 측정
- 캠페인이 기여한 영향 측정

- 근거가 확보된 경로
- 추가 검증 필요 경로
- 파생적 변화

꾸준히 쌓은 데이터가 가져다 준 임팩트



데이터
25종

데이터가 없다고요? 있더라구요!!

- 기획안, 결과보고서, 소개자료
- 언론보도 리스트, 보도자료 원문 데이터
- 웹페이지: 페이지뷰수(일단위), 기부전환율
- 유튜브/SNS/팟캐스트/카페: 콘텐츠명, 조회수, 댓글 등
- 정기/일시/고액기부 현황 및 나눔한마디
- 광고 키워드 데이터: 노출수, 클릭수, 비용
- 자문/간담회 참여 데이터: 일시, 활동명, 주최
- 캠페인 관련 시소러스: 인물, 활동 관련 키워드 정리



4개월

끝날 때까지 끝난 게 아니다!

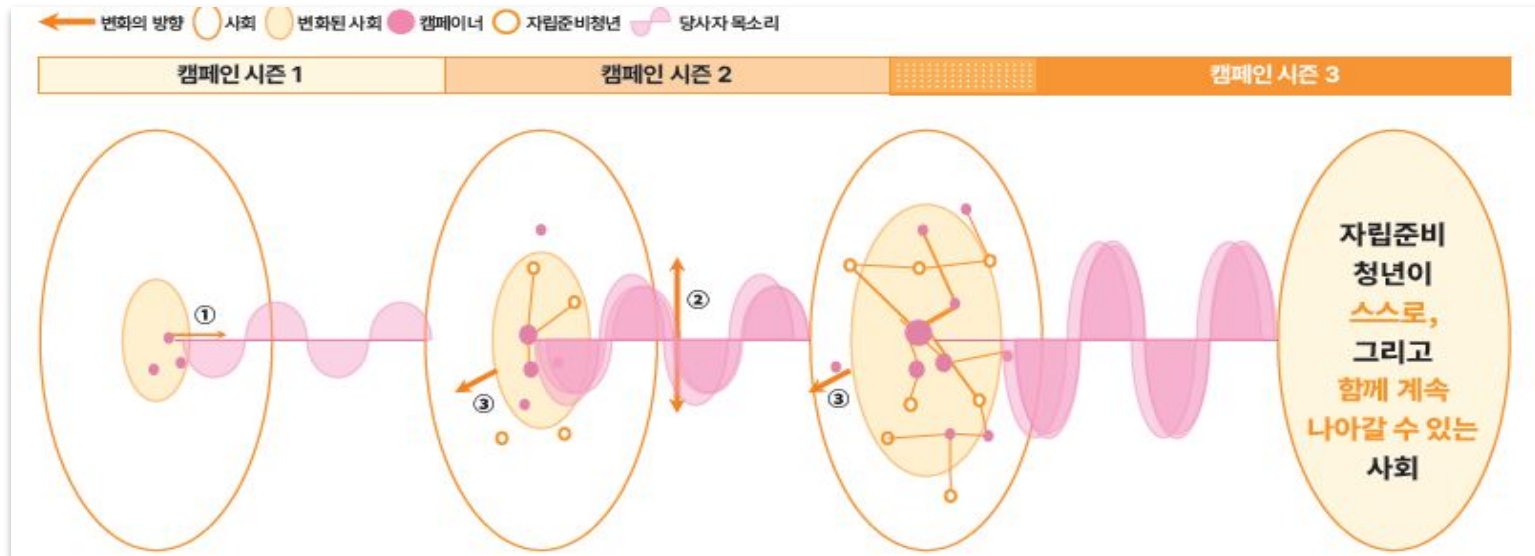
- 데이터 수집 → 분석 → 방향논의 → 추가 수집



모든 팀과 함께 모았던 데이터
우리 일, 과정 속에 존재함을 확인
성실하고, 구체적인 기록의 중요성 확인
(ex.토론내용, 정책 제언 등)

긴호흡이 필요한 임팩트

5년, 장기간의 과정 속에서 창출된 진짜 변화



|| 캠페이너의 변화
- 공명의 첫 음

자립준비청년들의 변화
- 목소리들의 변화

→ 사회의 변화
- 인식의 전환, 장벽의 균열

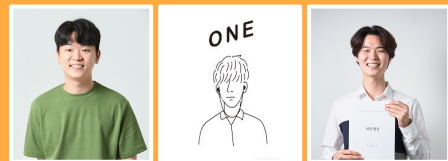
정의하지 않았기에 더 넓어진 임팩트

꼬리에 꼬리를 무는 기획과 도전

2019 >>

2020 >>

2022 >>



원배지

연극 제작

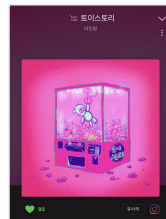


투자설명회

런웨이백

동화책

일촌파도타기



음원제작



팟캐스트 운영



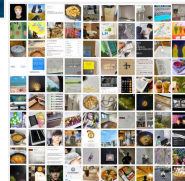
김군자블렌드



당사자 미디어 패러디



웹툰&굿즈 제작



백우리
인스타 운영



버스킹

만약,

'열여덟 어른 캠페인'의

입팩트를 정의하고 시작했다면?

임팩트를 정의하지 않았을 뿐,

모든 과정 속에 임팩트는 존재했다.

이제 임팩트를 표현하는 새로운 언어를 배울 단계 🧐