한국의 '나눔' 종합지수

김 교 성 (중앙대학교 사회복지학과 교수)

강 정 한 (연세대학교 사회학과 교수)

【목 차】

Ⅰ. 연구의 목적과 필요성
Ⅱ. 이론적 배경
Ⅲ. 연구내용 및 방법
Ⅳ. 연구결과
Ⅴ. 결론

Ⅰ. 연구의 목적과 필요성

최근 우리사회는 다양한 사회문제가 동시 다발적으로 급증하면서 안정적인 사회에 대한 예측이 어려운 상황이다. 세계적 경제위기와 소득양극화의 심화로 인해 '세 모녀 사건'으로 대표되는 사회 취약계층의 연이은 자살사건 등 우리사회는 사회문제와 더불어 사회서비스에 대한 수요가 크게 증가하고 있다. 이러한 사회문제에 대응하여 정부는 복지재정 지출 규모를 다소 확대하고 있으나, 한정된 정부 재원은 국민의 다양한 복지 욕구를 충족시키지 못하는 것으로 판단된다. 다양한 복지자원과 지속가능한 복지제도를 위한 재원마련의 중요성이라는 측면에서, 정부의 재원확보 능력뿐만 아니라 민간의 복지자원 확대가 크게 강조되고 있는 실정이다(사회복지공동모금회, 2014). 실제로 사회복지 서비스의 공급 주체도 정부가 아닌 민간단체의 비중이 크게 확대되고 있으며, 공적 사회보장체계가 미흡한 현실에서 민간부문(혹은 영역)의 필요성은 지속적으로 증대되고 있다.

1999년에 설립된 사회복지공동모금회(이하 공동모금회)는 당해 214억원의 모금액을 시작으로 비약적인 성장을 거듭해 왔다. 특히 2010년 이후 매년 10% 이상 모금액이 증가하면서, 2014년에는 설립 당시보다 약 19배 성장한 4,714억원의 모금액을 달성하며, 우리사회 복지 관련 민간자원의 형성을 선도해왔다. 공동모금회의 모금액(2014년 기준)을 기부주체별로 살펴보면, 기업기부가 3,037억원이고 개인기부가 1,677억원으로, 기업기부금의 비중이 상대적으로 매우 높은 편이다. 그러나 국세통계연보의 기부금 데이터를 기반으로 하면, 개인기부의 비중이 약 65%를 차지하고 있으며 최근 들어 직장인의 '급여나눔'이 전년 대비 85% 이상 증가하는 등 '풀뿌리 기부' 문화가 확산되고 있다. 이러한 기부금은 취약계층을 대상으로 하는 다양한 분야의 활동에 지원되는데, 2014년에 배분된 총배분액은 4,504억원에 이르고 있다. 주요 배분분야로는 기초생활·생계·주거가 46.40%로 가장 많고, 의료·건강이 17.93%, 교육·훈련과 환경개선이 각각 11.61%와 4.83% 순으로 나타났다(사회복지공동모금회, 2015). 공동모금회가 우리사회의 다양한 사회문제를 해결하기 위해 나눔활동을 실천하는 모금 및 배분기관으로서의 역할을 지속적으로 활발하게 진행하고 있다는 사실을 반증하는 결과이다.

한편, 우리사회의 대표적인 민간모금 기관으로서 공동모금회는 기부액과 배분액의 지속적인 증가와 더불어 '기부문화' 및 '나눔문화'의 확산을 선도하는 중추적인 기관으로서의 역할과 책임을 가지고 있다. 이러한 내용은 공동모금회의 윤리헌장과 윤리강령에 분명하게 제시되어 있다.

(윤리헌장) 사회복지공동모금회는 성숙한 나눔문화를 조성하여 사회공동체 발전을 도모하고 이를 통해 지역사회의 긍정적 변화를 창출하기 위해 설립되었다.

(윤리강령) 사회복지공동모금회는 모금액의 가시적 성과보다 우리사회의 나눔문화를 확산하는데 우선의 가치를 둔다(모금사업에 대한 윤리).

그럼에도 불구하고 우리사회는 다른 국가들에 비해 기부와 자원봉사 활동이 일반화 혹은 보편화 되어 있지 않은 국가군에 속해 있다. 이는 전세계 145개 국가의 나눔활동을 조사·발표한 세계기부지수(World Giving Index)에서 우리나라가 64위를 기록한 것을 통해 확인된다(CAF, 2015). 또한 '나눔'에 대한 체계적인 연구의 진행이 상대적으로 부족한 것도 사실이다.

그간 통계청, 한국보건사회연구원, 통계개발원, 아름다운재단, 전국경제인연합회, 한국자원봉사문화 등에서 나눔에 대한 실태 및 총량 연구를 산발적으로 진행하여 왔지만, 대부분의 연구가 나눔 현황 및 실태를 단순히 기술하는 수준에 머무르고 있다. 우리나라의 대표적인 나눔지수라고 할 수 있는 아름다운재단의 'Giving Index Korea'도 기부와 자원봉사에 관한 현황과 실태를 꾸준히 제시하고 있으나, 나눔에 대한 이론적인 개념 확립과 종합적인 수준을 포괄할 수 있는 지수의 제시라는 측면에서 일정 부분 한계를 가지고 있다. 따라서 본 연구의 목적인 '나눔에 대한 새로운 개념 정립'과 '나눔 현황을 대변할 수 있는 종합지수를 개발'하는 작업은, 우리사회의 나눔실태를 상징적으로 대변할 수 있으며, 나눔문화 확산에 직·간접적인 영향을 미칠 수 있을 것으로 사료된다.

연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째 기존에 산발적으로 정의되던 나눔의 개념을 확장하여 나눔의 대안적 개념을 새롭게 정의한다. 기존의 전통적인 나눔은 기부, 자선, 박애라는 개념을 중심으로 발전해 왔다. 이러한 개념은 나눔의 분배적 속성은 포괄하지만 나눔의 상호호혜적 속성은 부각시키지 못하는 한계가 있다. 이에 나눔의 대안적 개념을 상호부조, 사회적 참여와 네트워크를 포괄한 개념으로 확장하고, '관계재'라는 개념을 활용하여 새롭게 정의한다. 둘째, 기부·자원봉사·상호부조·생명나눔(장기기증, 헌혈)·사회적 참여와 네트워크를 포괄하는 대표적인 나눔지표를 도출하고, 이를 16개 시·도 지역별로 비교하여, 우리사회 전반의 나눔 수준을 평가한다. 셋째 우리사회의 나눔을 대표하는 종합지수를 연도별로 도출하여 비교함으로써 나눔문화의 확산에 직·간접적으로 기여한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 나눔의 개념적 정의

1) 나눔의 정의

학술검색 사이트에 '나눔'을 입력하면 무려 2,000개가 넘는 논문이 등장한다. 그럼에도 불구하고 나눔을 학술적인 차원에서 규정하기에는 그 개념이 뜻하는 바가 무엇인지 모호하고,

개념의 이론적 토대와 근원 역시 정교하지 않다. 사전적인 의미에서 나눔은 '하나를 둘 이상으로 가르다, 즐거움이나 고통, 고생 따위를 함께 하다' 등의 의미를 지닌 용어이다. 말 그대로 '나누고 분류한다'는 것을 뜻한다. 이러한 사전적 정의는 일상생활에서 통용되는 나눔의 속성과 의미를 충분히 반영하지 못하고 있다. 일상생활에서 나눔이 어떻게 활용되고 있는지를 검토하기 위하여 인터넷의 연관 검색어를 살펴본 결과, 배려, 봉사, 기부, 협력 등의 용어가 등장한다. 나눔은 좋은 관계에서 서로 어우러진다는 것을 뜻하며, 단순히 '분류'에 국한하여 정의한 사전적 개념이 현실의 나눔 개념을 충분히 반영하지 못하고 있다는 의미이다.

그렇다면 정책적 나눔의 개념은 어떻게 정의되고 있을까? 이를 명확하게 정의한 현행법은 존재하지 않지만, 2012년 보건복지부에서 입법예고한 '나눔기본법'을 참고할 수 있다(보건복지부, 2012). 아래의 <표 1>을 보면, 나눔의 목적은 인간의 복리향상과 공공복리의 증진으로 명시되어 있고, 구체적인 나눔의 행태는 자발적 물적·인적 요소의 이전이나 기타 공공의 복리에 도움이 되는 행위로 규정되어 있다. 그리고 나눔의 하위개념으로 물적나눔, 인적나눔, 생명나눔이 등장한다. 물적나눔의 경우는 기부의 목적으로 모은 물품이나 금품, 재해구호와 의연금품, 기부식품 등의 용어로 구체화된다. 인적나눔은 자원봉사활동으로 규정되며, 생명나눔은 헌혈, 인체조직의 기증 등으로 설명되고 있다.

<표 1> 나눔기본법 상의 개념 정의

"나눔"이란 인간의 복지향상 또는 공공복리의 증진을 위하여 자발적인 물적·인적 요소의 이전, 사용, 제공 및 기타 공공의 복리에 도움이 되는 행위를 말한다. "물적나눔"이란 금전 또는 물품 등 환가성(換價性) 있는 일정한 유형물의 나눔을 말한다. "인적나눔"이란 나눔주체의 전문적 또는 비전문적인 지식과 기술 등의 나눔을 말한다. "생명나눔"이란 타인의 건강 증진 및 생명 연장을 위하여 신체의 전부 또는 일부의 나눔을 말한다.

나눔이라는 용어를 사용한 최초의 법안에서 나눔의 개념을 물적, 인적, 생명나눔으로 정의함에 따라, 이후 통계청이나 국책연구기관에서 발간된 보고서나 나눔관련 통계는 모두 위의 세 가지 범주를 중심으로 나눔 개념을 정의하고 관련통계를 산출한다. 이러한 맥락에서 '나눔 = 기부, 자원봉사, 생명나눔'이라는 공식이 등장하게 되었다. 그렇다면 이 공식은 현실에서

통용되는 나눔의 진정한 의미를 충분히 반영하고 있는가? 기존 연구에서는 나눔을 어떻게 정의하고 있는가? 나눔의 개념을 검토한 기존 연구들을 정리한 결과, 나눔의 개념에는 크게 네 가지 속성이 포함되어 있다(강철희 외, 2012; 김형용, 2013; 박주언 외, 2013; 박주언 외, 2014).

첫째, '왜 나누는가', 즉 나눔의 목적에 관한 것이다. 가장 빈번하게 등장하는 용어는 공공의 이익(public good), 인간의 복리향상과 공공복리의 증진 등이다. 나눔이란 행위는 사적 목적을 가진 것이 아니라, 모두의 이해 혹은 공공의 이익을 목적으로 발생하는 것임을 알 수 있다. 두 번째 속성은 '누가 나누는가'에 관한 것이다. 이 이슈는 장영식 외(2015)의 연구에서 '자발적 의사를 가진 개인 및 단체'라고 규정한 것을 제외하고 뚜렷한 주체가 등장하지 않는다. 그럼에도 불구하고 김형용(2013)의 연구를 제외하고 다수의 연구에서 '제공'한다는 용어를 사용함으로써, 나눔을 제공하는 특정 주체가 존재함을 가정하고 있다. 이는 전술한 나눔의 사전적 정의인 '분배'에 가까운 의미라고 할 수 있는데, 김형용(2013)은 나눔이 단순히 내 것을 제공하는 속성을 넘어서야 한다고 주장하고 있다. 세 번째 속성은 '무엇을 나눌 것인가'로서, '사회경제적 가치가 있는 자원'이 나눔의 대상으로 언급된다. 보다 구체적으로 제시하면, 돈, 현금, 금품 등의 화폐, 물질적 이전, 물품 등의 물적 요소, 그리고 시간과 공간의 기부, 재능, 서비스 등 무형의 자원 등이 포함된다. 최근의 국내 나눔통계 연구에서는 신체의 장기도 나눔의 대상으로 분류되고 있으며, 더 나아가 권력(power)을 나눔의 대상으로 설명하기도 한다. 나눔의 개념에 내포된 마지막 속성은, '어떻게 나누는가' 혹은 '나눔은 어떻게 나타나는가'와 관련된 것이다. 기존 연구에서는 주로 '가시적인 행위'를 중심으로 분배하고 제공하는 것으로 나눔의 형태를 설명한다. 구체적으로 '자원을 제공하는 것, 도움이 되는 행위, 물적·인적 요소의 이전(transfer)' 등으로 표현된다. 그러나 Barret-Ducrocq(2007)는 나눔의 형태가 나누고 분배하는 것뿐만 아니라 결합하고 공유하는 것도 포함한다고 설명하면서, 결합/공유로서의 나눔을 함께 할수록 파이가 커지는 것으로 묘사하고 있다.

이상으로 기존 연구에서 설명하고 있는 나눔의 개념적 정의를 살펴보았다. 나눔은 순수 한글로 구성된 개념으로서, 특정 원어가 존재하지 않는다. 그렇기 때문에 대부분의 연구에서는 기부와 자선(giving/charity), 박애(philanthropy) 등의 개념을 중심으로 나눔의 이론적 토대를 제공하고 있다. 이러한 개념이 위치한 지점에 대해 정무성 외(2011)의 연구는 (우리사회에서는) 자선에서 기부, 나눔 순으로 개념의 범위가 확대되고 있다고 설명하고 있다. 이에 나눔을

설명하는 이론적 토대인 자선, 박애 등의 구체적인 의미는 무엇이며, 그것이 우리사회에서 통용되는 나눔과 어떻게 연결되는지에 대해 다음 절에서 검토하고자 한다.

2) 나눔을 설명하는 전통적인 개념

학술적으로 나눔을 설명할 때 등장하는 첫 번째 개념은 자선(charity)이다. 일반적으로 자선은 인간적인 도리로서의 선행을 의미한다. 빈곤하거나 어려움에 처한 사람을 대상으로 그들의 고통을 경감시켜 주기 위한 행위로 인식된다(정무성 외, 2011; Friedman & McGarvie, 2002). 그러나 자선으로 나눔을 개념화하기에는 다소 한계가 있다(Lichtenberg, 2009). 왜냐하면 어려움에 처한 사람을 돕는다는 측면에서 자선은 잠재적인 기부자에게는 과오가 없다는 것을 가정한 개념이고, 특정인이 누군가를 돕는다는 것 자체가 출발부터 불평등성을 내포하고 있기 때문이다.[1] 따라서 자선의 형태로 발생하는 이전(transfer)은 두 당사자 간 불평등한 관계의 차이를 심화시킬 수 있다. 그럼에도 불구하고 자선이 중요한 의미를 가지는 이유는 그것이 호혜성의 규범을 내포할 수 있기 때문이다. 어떤 개인이 누군가로부터 무엇을 제공받는다면, 본질적으로 빚진 마음을 가지게 되고, 그것은 받은 것을 되돌려주고 싶다는 동기로 작용할 수 있다. 따라서 자선 그 자체는 '일방적인 제공'에 가까운 개념이지만, 장기적으로 상호적인 나눔을 달성하는 과정에서 필요한 단계적 개념이라고 할 수 있다.

자선에 이어 나눔의 개념적 정의에서 이론적 토대를 구성하는 가장 대표적인 개념은 박애이다. <표 2>에 제시한 바와 같이 현재 국내외 연구에서 정의하고 있는 나눔 개념의 상당부분이 박애의 개념적 정의와 중첩되어 있다. 앞서 누가, 무엇을, 왜, 어떻게 나누는지 네 가지 속성을 중심으로 나눔의 개념을 정리한 내용도 박애의 개념에 유사하게 적용된다. '공익의 목적'(왜)을 가지고 '개인'(누가)의 '가치있는 것'(무엇)을 '주는 행위'(어떻게)가 박애를 설명하는 공통적인 정의이다. 과거에는 '선을 행하고자 하는 의지'로서, 굳이 가시화되거나 외현화되지 않더라도 내재적 의지가 있다는 것만으로도 박애로 정의되기도 하였다. 최근의 정의는 동기나 의지 등 내재적인 것에서 가시적인 행위 중심으로 변모하고 있다(Sulek, 2010).

1) 왈쩌(1998: 145)는 '자선은 돈으로 영향력을 행사하고 존경을 사는 하나의 수단일 수도 있다'고 하였다. 자선가와 수혜자 간 위계적 구별을 크게 강조한 발언이다.

<표 2> 박애의 개념

저자	개념 정의
정무성 외(2011)	사회의 모든 약자를 위해 일정한 행위를 한다는 포괄적 개념
Salamon(1992)	**공익**의 목적을 가지고 **개인의 가치 있는 것(돈, 현물, 재산)**을 **사적으로 주는 것**
Van Til(1990)	더 나은 삶의 질 안에서 **모두의 이해와 자선**에 대한 욕구를 향한, **시간과 돈의 자발적인 주고받음**
Friedman & McGarvie (2002)	**인류애**를 바탕으로 한 **연대적 실천**
Brown & Ferris (2007)	**공공의 이익**을 위한 사적인 행위
Payton(2008)	**공익**을 위한 **자발적인 행동, 자발적인 서비스**, 자발적인 기부의 의도적이고 계획된 과정, 인간에 대한 사회적 서비스 증진을 위한 행위
Sulek(2010)	언어적으로 인간에 대한 사랑, 이상적으로 이상적 목표 달성(욕구의 충족, 선의 달성, 인간 행복의 진전 등), 존재론적으로 본연의 욕구(누군가를 돕고자 하는 인간 본성처럼 타고난 욕구, 도덕적 감정, 심리적인 것), 의지적으로 선을 행하고자 하는 의지, 자발적으로 타인을 돕고자 하는 의지, 실제적으로 돈이나 시간, 혹은 노력을 주는 객관적 행위

앞서 살펴본 자선 개념과 비교해 보면, 자선과 박애 모두 공공의 이익을 목적으로 가치 있는 자원을 제공한다는 사실은 유사하다. 다만 자선의 대상은 결핍이나 어려움에 처한 집단으로 다소 협소한 반면, 박애는 전인류에 대한 사랑, 모두의 이해 등으로 보다 포괄적이라고 할 수 있다. 자선과 박애 모두 나눔의 속성을 반영하고 있지만, 일방향적 제공(provision)이나 이전(transfer)의 의미가 강하게 내재되어 있다. 전통적으로 나눔을 설명하는 개념들이 분배의 속성은 반영하고 있지만, 결합/공유의 속성을 충분히 반영하지 못하는 주된 이유이다.

2. 나눔의 대안적 개념

그렇다면 공유적 속성에 기반하여 상호호혜성을 지닌 나눔의 대안적 개념들은 무엇이며, 그것은 나눔의 사회적 실재(reality)와 어떻게 접목될 수 있을까? 이를 고려하는 과정에서 상호부조, 사회적 네트워크와 참여, 그리고 관계재라는 세 가지 대안적 개념을 검토하였다.

첫 번째 개념은 상호부조(mutual aid)이다. 앞 절에서 자선과 박애의 개념이 다소 일방향적 속성에 그치고 있다는 점을 비판하였다. 일부 연구자의 경우 상호호혜성(reciprocity)에 기반하여 기부가 쌍방향적으로 전개된다는 것을 강조하며(Legerton et al., 2008), 기부 형태를 자선적 기부, 종교적 기부, 상호부조적 기부로 구분하기도 하였다(강철희 외, 2012). 상호부조는 상호호혜성을 특징으로 하기 때문에, 나눔을 제공하는 특정 주체가 존재한다는 것을 가정하는 전통적인 기부 개념과 다소 상충되고, 그로 인해 기부관련 연구에서 거의 다루어지지 않았다. 그러나 공동체 혹은 현실에서 존재하는 다양한 형태의 나눔을 모두 포괄하며, 사회적 실재를 반영하는 것은 나눔의 개념에 대한 이해를 심화시킬 수 있다는 측면에서 중요하다.

상호부조적 기부(mutual aid giving)는 개인의 관계망과 상호호혜성에 기반하여, 개인이 자선단체나 제3자를 거치지 않고, 관계망에 속한 다른 개인에게 직접적으로 자원을 전달하는 행동으로 실현된다. 이는 '자신에게도 닥쳐올 어려움을 현재 경험하고 있는 타인에 대한 돌봄의 가치'가 발현된 것이라 할 수 있다(강철희 외, 2012). 동서고금을 막론하고 거의 모든 사회에서 공동체 안에 속한 사람들끼리 이러한 상호부조 행위가 존재해 왔고, 우리나라에서도 두레, 품앗이, 계 등의 익숙한 용어로 통용되었다. 특히 우리사회의 상호부조적 나눔은 가족이나 비영리조직, 정부나 민간 보험회사에 의존하지 않는 독특한 형태의 비공식적이고 비정부적인 사회적 안전망이라고 할 수 있다(Goodin, 2011). 보상적 성격이 내재된 상호부조적 나눔은 주로 경조사비 규모로 측정되고 있다(한동우·강철희, 2014; 강철희 외, 2012).

공유/결합으로서의 나눔을 정의할 때 고려할 수 있는 두 번째 개념은 사회적자본(social capital)이다. 사회적자본은 나눔과 관련된 많은 연구에서 나눔행동에 영향을 미치는 요인 혹은 나눔행동으로 인해 야기된 결과(outcome)로 접근되었다(Brown and Ferris, 2007). 그러나 사회적자본의 하위개념들 중 일부는 나눔의 결과라기보다는 '공유의 의미로서 나눔' 그 자체라고 할 수 있다. OECD(2013) 보고서에 의하면, 사회적자본은 개인적 관계, 사회적 네트워크 지원, 시민참여, 신뢰와 협력 등의 네 가지 차원으로 구성된다(Scrivens and Smith, 2013). 각

차원을 보다 구체적으로 살펴보면, 우선 개인적 관계는 다양한 친구나 가족, 이웃과의 관계 등의 개인적 관계망을 의미한다. 그러나 다수의 연구에서 소득수준에 따른 개인적 관계망의 차이가 불평등을 심화시킨다고 보고하고 있기 때문에, 개인적 관계는 나눔을 반영하는 지표라고 보기 어렵다. 둘째, 사회적 네트워크와 지원은 사회적 연대를 통해 촉진되는 다양한 도움을 의미하는 것으로, 정서적·재정적·물질적 지원, 도움행위, 비공식적인 사회유대, 도움을 받을 수 있는 사람, 사회적 응집력과 포용력, 상호호혜와 네트워크 등이 구체적인 지표로 포함될 수 있다. 이는 공동체 내의 구성원들과 함께 할수록 연대나 사회응집력이 확대될 수 있다는 의미에서 '공유로서의 나눔' 개념에 가까운 지표라고 할 수 있다. 셋째, 시민참여는 지역사회 혹은 사회 내 공동체적 삶에 긍정적으로 기여하는 행위를 의미하며, 세부 지표는 지역사회에 대한 참여, 기부와 자원봉사활동, 정치참여, 사회단체참여, 종교활동 참여, 지역사회를 넘어선 시민적 참여 등으로 구성된다. 이 중 기부와 자원봉사활동은 나눔의 전통적인 개념에 포함되어 있는 지표이다. 따라서 사회적자본의 측정을 정교하게 구성하지 않으면 나눔과 사회적자본을 인과관계로 규정하는 접근은 모순일 수 있다. 마지막으로 신뢰와 협력규범은 개인이 사회의 구성원으로서 행동하도록 하는 인지적 요인으로, 다양성에 대한 관용, 신뢰와 안전감, 공유된 규범, 호혜와 신뢰, 연대 등의 세부 지표로 구성된다. 이러한 속성 중 개인적 관계나 신뢰, 협력 규범 등은 나눔행동에 포함시키기 어렵지만, 사회적 네트워크와 지원, 시민참여의 영역은 호혜적인 나눔의 속성을 반영하고 있기 때문에 확대된 나눔의 범위로 인정할 수 있다.

사회적자본의 개념과 차원은 해당 사회의 맥락에 상당부분 배태되어 있기 때문에, 우리사회에서 사회적자본이 어떻게 인식되고 있는지를 함께 검토해야 한다. Chung et al.(2014)에 의하면, 우리나라에서 사회적 네트워크와 시민참여를 사회적자본으로 인식하는 것은 크게 문제될 것이 없지만, 정치참여는 사회참여가 아니라 이데올로기 활동으로 인식하는 경향이 있기 때문에, 사회적자본의 세부 지표에 포괄하는 것은 문제가 될 수 있다. 사회적자본의 개념에는 나눔의 속성을 일부 반영하는 측면이 존재한다. 따라서 본 연구는 정치참여를 제외한 사회참여와 사회적 네트워크를 나눔의 대안적 개념으로 보고자 한다.

<표 3> 사회적자본의 측정 지표

저자	개념 정의
Onyx & Bullen (2000)	지역사회로의 참여, 사회정황에서의 활동, 신뢰와 안전감, **이웃과의 연계, 친구와 가족과의 연계**, 다양성에 대한 관용, 삶의 가치, 직무연계(work connection)
Putnam (2000)	신뢰, 다양한 친구, 정치 참여, 시민의 리더십과 관련 단체참여, 비공식적 사회화, **기부와 자원봉사,** 신앙적 참여, **지역사회를 넘어선 시민적 참여**
Saguaro (2000)	신뢰, 친구관계의 다양성, 정치참여, 시민 리더십 및 유관기관 참여, **비공식적 사회유대, 기부 및 자원봉사**, 신앙활동 참여, 시민참여의 평등
OECD (2001)	공유된 규범, 가치 그리고 **네트워크**
Forrest & Kearns (2001)	역량강화(empowerment), 참여, 조직활동과 공동의 목적, **상호호혜와 네트워크,** 집합적 규범과 가치, 신뢰, 안전 그리고 소속
ONS (2003)	사회적 참여, **사회적 네트워크 및 사회적 지원, 호혜 및 신뢰,** 시민참여, 지역사회에 대한 견해
World Bank (2007)	집단과 네트워크, **신뢰와 연대, 집단적 활동과 협력**, 정보와 커뮤니케이션, **사회적 응집성과 포용력**, 임파워먼트와 정치활동
Scrivens (2013)	개인적 관계, **사회적 네트워크 지원**, 시민참여, 신뢰와 협력규범
박세경외 (2008)	사회적 신뢰(일반적 신뢰, 특정 대상 신뢰), 참여(시민정치 참여, 사회단체참여), **네트워크(조직 상호작용, 비공식 상호작용), 호혜성(자원봉사, 기부수준)**
Chung et al (2014)	**사회적 참여(가족/이웃과의 참여, 자원봉사, 취미활동 등)**, 신뢰, 규범, **네트워크(도움 받을 수 있는 사람)**

나눔의 대안적 개념으로 검토한 마지막 개념은 관계재(relational goods)이다. ‘내 것을 누군가에게 나눠주는 분배로서의 나눔’을 넘어 ‘누군가와 함께 함으로써 구성원이 가지고 있는 자원이나 효용의 규모가 커지는 공유로서의 나눔’ 개념에 접근하는 과정에서 관계재의 개념을 활용하고자 한다. 관계재는 타인과의 상호작용에 따라 좌우되면서 다른 사람과 공유될 때에만 향유될 수 있기 때문에, 개인 단독으로는 생산·소비되거나 획득할 수 없는 재화이며, 공공재나 사유재가 아닌 제3의 재화로 규정되고 있다(Corneo, 2005). 협의의 의미에서는 가족관

계나 친구관계를 의미하지만, 광의의 의미에서는 다양한 형태의 사회적 활동(단체활동참여, 시위참여 등)을 아우르는 재화이다(Nussbaum, 1986; Uhlaner, 1989; Bruni and Zamagni, 2007; Becchetti et al., 2008; Bruni, 2010, Uhlaner, 2014, Young et al, 2014). 본 연구에서 (나눔의 대안적인 개념으로) 관계재에 주목한 이유는, 다른 사람과 함께 할 때에만 향유될 수 있으며, 더 많은 사람들이 그것을 가질수록 가치가 증가하고 긍정적인 외부효과가 창출된다는 속성이, 함께 함으로써 전체 파이가 커진다는 공유로서의 나눔 개념을 적절히 반영하고 있기 때문이다.

이러한 관계재의 구체적인 속성은 크게 일곱 가지로 정리될 수 있다. 첫째 가장 대표적이면서 동시에 가장 논란의 소지가 있는 속성은 동질성(identity)이다. Bruni(2013)는 관계재가 발생하기 위해서는 개인 및 타자와의 동질성(identity)이 기반되어야 한다고 주장하였다. 이와 반대로 관계재에 대한 개념정의를 처음으로 시도한 Uhlaner(1989)는 관계재는 익명의 관계일지라도 상호관계 안에서 발생할 수 있다고 보았다. 이러한 상황을 간접적 접촉 관계재로 설명하며, 모르는 사람에게 기부를 하는 행위는 한 사회 혹은 세계시민으로서의 소속감에 기반하여 발생하는 행동이며, 그것이 긍정적인 외부효과를 창출한다고 보았다. 관계재의 두 번째 속성은 호혜성(reciprocity)이다. 관계재는 오로지 호혜적으로만 향유될 수 있으며, 함께 하는 활동이나 감정 등을 동반하는 재화이다. 세 번째 속성은 동시성(simultaneity)으로 관계재는 생산과 동시에 소비된다. 더불어 상호작용하는 그룹에 의해 여럿이 함께 공동생산하며 공동으로 소비되는 것으로 규정된다. 네 번째 속성은 동기(motivations)로서, 행동에 대한 동기가 필수적이다. 다섯 번째 속성은 발생적 현상(emergent phenomenon)으로 명명되는데, 이는 관계 안에서 재화가 발생한다는 것을 뜻한다. 여섯 번째 속성은 무보수성(gratuitousness)으로서, 관계재가 대가없이 주고받는 재화임을 강조한다. 마지막 속성은 재화(good)로서 그것이 상품이 아닌 재화라는 것이다. 다시 말해 가치는 있지만 시장가격이 존재하는 것은 아니다.

관계재에 대한 실증분석은 2000년대 후반 이후 등장하기 시작하였는데, 대표적인 측정지표를 보면 <표 4>와 같다. 관계재를 측정하는 기존 연구의 지표들은 지금까지 살펴본 나눔의 전통적 개념과 대안적 개념들을 고르게 반영하고 있다. Uhlaner(1989)는 관계재의 하위 지표로 기부와 헌혈을 설명하고 있으며, 자원봉사 활동도 관계재를 측정하는 대표 지표이다. 더불어 나눔의 대안적 개념으로 상호부조, 사회적 참여, 네트워크 등이 사회단체에 참여, 자선단체에 대한 자발적인 참여나 소속, 관계적 시간 등의 용어로 관계재 측정 지표에 포함되어 있다.

<표 4> 관계재의 측정 지표

학자	차원	세부 지표
Uhlaner (1989)	간접접촉 관계재	밀접한 관계에 있는 타자로부터 인정을 받기 위한 행위
	직접접촉 관계재	**단체에 대한 가입**, **기부행위** 등
	관계적 소비재	친구와의 만남, 우정
	관계적 생산재	**사회단체에 참여**, 집회를 통해 공유된 역사를 만들어가는 행위 등
Becchetti et al (2008)	관계적 시간	사회적 모임에 참여, 문화활동에 참여, 스포츠 참여, **자원봉사 활동**, 교회나 종교 모임에 참여
Bunger (2010)	관계적 시간	친구와의 만남 시간
Bruni & Stanca (2008)	관계적 활동	교회 활동, 스포츠 및 여가 활동, 예술/음악/교육 활동, 노동단체, 정치 단체, 환경, 학술단체, **자선단체에 대한 자발적인 참여나 소속**
	관계적 시간	부모나 친척과의 시간, 친구와의 시간, 직장동료와의 시간, 교회 사람들과의 시간, 여가 및 취미단체 사람들과의 시간
한재명 외 (2015)	관계적 시간	가족과 보내는 시간(가족관계 시간), 가족 이외의 사람과 보내는 시간(사회관계, 즉 교제 및 **참여봉사** 시간)

지금까지 나눔을 설명하는 이론적 토대로서 자선, 박애 등의 전통적인 개념과 상호부조, 사회적자본, 관계재 등의 대안적인 개념을 검토하였다. 다수의 선행 연구에서는 주로 분배로서의 측면에 주목하여 나눔을 설명하고 있지만, 이는 사회적 실재를 충분히 반영하고 있다고 보기 어렵다. 따라서 공유/결합으로서의 속성을 반영한 대안적 개념까지 고려하여, 본 연구는 나눔을 '타인과의 직·간접적인 관계 속에서' '공익을 위해' '사회경제적 가치 있는 자원'을 '자발적으로 분배(제공)하거나 공유하는 행위'로 정의하고자 한다. 그에 따라 나눔을 현금기부, 물품기부, 자원봉사, 상호부조, 생명나눔, 사회적자본 등의 6개 영역으로 세분화할 수 있다.

3. 나눔지수 관련 선행연구

1) 국외 나눔지수 관련 연구

본 절에서는 나눔지수 혹은 나눔실태와 관련한 국내외 연구의 결과를 검토하였다. 우선 국외 나눔지수 관련 주요 연구는 영국의 자선지원재단(Charities Aid Foundation)에서 발표하는 World Giving Index(WGI), 미국의 Giving USA, 영국의 Giving UK 등이 있다. World Giving Index는 나눔과 관련하여 국제비교가 가능한 대표적인 지수로 영국의 자선지원재단(CAF)에서 2010년부터 매년 전세계 160여개 국가의 나눔활동을 조사하여 발표하고 있다. 조사항목은 기부, 자원봉사, 이웃돕기 등의 세 영역으로 구분되며, 각 영역의 참여율을 단순 합산하여 도출한 평균값으로 국가별 순위를 정하고 있다. 2015년 보고서에 따르면, 145개 국가의 영역별 평균 참여율은 기부 31.5%, 자원봉사 21.0%, 이웃돕기 48.9% 수준이며, 우리나라는 종합순위 64위(기부 34%-55위, 자원봉사 21%-63위, 이웃돕기 50%-74위)를 기록하고 있다. 이 조사는 국가별 표본 수(1,000명)가 많지 않아 결과의 신뢰도가 떨어진다는 비판과 더불어 국가별 사회문화적 특성이 충분히 반영되지 못하고 있다는 한계를 보이고 있다.

미국 인디애나 대학 기부연구센터는 행정자료(국세청의 기부금 공제자료), 설문조사(Foundation Center), PSID(Panel Study of Income Dynamics)의 부가조사 자료 등을 활용하여 매년 미국의 기부실태와 관련된 Giving USA 보고서를 발표하고 있다. 기부는 '개인, 기업, 유산기부(bequests), 재단의 현금 또는 현물을 공익적 이유에 대가없이 자발적으로 제공하는 것'으로 정의되며, 기부금 총액과 비율, 기부주체별 기부액 등을 보고하고 있다. 미국인의 기부활동과 기금배분의 실태를 비교적 상세하게 보고하는 자료이지만, 자원봉사나 생명나눔, 이웃돕기 등의 다른 나눔활동에 대한 포괄적인 정보를 제공하고 있지 않아 종합적인 나눔지수라고 보기 어렵다. Giving UK는 기부를 '개인이 의학 연구나 자선단체 등에 자발적으로 현금을 기부하거나 자원봉사 및 탄원서명(signing a petition) 등의 사회 활동에 참여하는 것'으로 폭넓게 규정하고 있다. 단순히 현금이나 현물을 기부하는 것뿐만 아니라 자원봉사활동과 다른 사회활동에 대한 참여까지 광범위하게 나눔을 정의하고 있다는 점에서 Giving USA 보다 선도적이나, 이 역시 분야별, 연도별 비교가 가능한 실태와 현황 중심의 자료이며, 종합지수는 제공하고 있지 않다.

2) 국내 나눔지수 관련 연구

국내의 나눔지수는 설문조사를 통해 발표되는 아름다운재단의 Giving Korea가 대표적이며, 한국자원봉사문화에서도 1999년부터 3년 주기로 설문조사를 통해 한국인의 자원봉사활동에 관한 실태를 보고하고 있다. 이 외 정부의 공식적인 통계자료와 2차 자료(secondary data)를 활용하여 나눔관련 총량 및 실태를 보여주는 연구들이 존재한다. 대표적으로 통계개발원의 '국내 나눔실태 2013'과 '국내 나눔실태 2012-13', 한국보건사회연구원의 '나눔실태 2014', 전국경제인연합회의 '2014년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서' 등이 있다.

<표 5> 국내 나눔지수 관련 선행연구

	주관	대상	주기	조사방법 및 자료	조사분야	의의 및 한계
Giving Korea (개인)	아름다운 재단	1,000명	2년	면접조사	자원봉사, 기부, 나눔교육, 사회적자본	다양한 영역의 나눔실태 조사 나눔지수 제시하지 않음
한국인의 자원봉사 활동 실태조사	사단법인 한국자원 봉사문화	전국 20세 이상 성인 1,500명	3년	면접조사	자원봉사, 기부, 이웃돕기	세계기부지수와 동일한 영역 조사, 나눔지수 제시하지 않음
국내 나눔실태 2013 국내 나눔실태 2012-13	통계 개발원	-	-	사회조사 국세통계연보 푸드뱅크 기업사회공헌백서 사회복지자원 봉사통계연보	기부, 자원봉사, 생명나눔	전통적 의미의 나눔실태와 현황 제시 나눔지수 제시하지 않음
나눔실태 2014	보건사회 연구원	-	-	사회조사 국세통계연보 기업사회공헌백서 자원봉사센터현황 생활시간 조사 혈액사업통계연보 장기이식통계연보	기부 기부단체 보건복지분야 민간 모금액 자원봉사 생명나눔	전통적 의미의 나눔실태와 현황 제시 나눔지수 제시하지 않음
2014년 주요기업 기업재단 사회공헌 백서	전국경제인 연합회	매출상위 500대 기업 전경련회원 기업 234개	매년	설문조사	사회공헌규모 실적 및 제도 임직원 봉사활동 대표사례	기업의 기부·자원봉사 현황 제시 표본 수 적음

아름다운재단에서는 우리사회의 기부문화 현실을 진단하고 미래 방향을 제시하기 위해 2001년부터 매년 Giving Korea를 발행하고 있다. 개인기부와 기업기부를 번갈아가며 조사하고 있으며, 개인기부 조사는 전국의 만 19세 이상 성인 1,000명 대상으로 면접조사를 통해 수행한다. 조사 영역은 자원봉사, 기부, 종교적 기부, 기부의향 및 계획, 유산기부, 나눔교육에 대한 인식, 주변사람들과 도움을 주고받는 것의 인식이나 사회규범 인식 등으로, 사회적자본, 민간 기부, 자원봉사와 관련한 거의 모든 영역을 포괄하고 있다. 2013년에는 상호부조 영역(상호부조 참여활동 및 참여시간, 참여동기, 상호부조적 지출경험 및 금액, 경조사비 지출동기, 지출 부담정도, 수령 경험 등)을 부가조사로 추가하여, 생명나눔을 제외한 개인의 나눔과 관련한 대부분의 내용을 포괄하고 있다. 폭 넓은 지표값에 기초하여 국내 나눔실태를 대표하는 지수로 자리매김하였지만, 사례 수가 다소 미흡하고, 단일한 종합지수를 산출하고 있지 않다는 한계가 있다.

한국자원봉사문화에서는 1999년부터 3년 주기로 전국 20세 이상 성인 1,500명을 대상으로 설문조사를 실시하여 자원봉사활동 실태를 조사하며, 작년에는 '2014 한국인의 자원봉사, 기부, 이웃돕기'라는 제목으로 보고서가 발표되었다. 조사항목은 자원봉사, 기부, 이웃돕기 등으로 앞서 살펴본 World Giving Index와 동일한 항목으로 구성되어 있다. 세부지표를 살펴보면 자원봉사 영역은 자원봉사 참여율, 참여동기, 참여경로, 단체활동 참여율, 만족도 등을 조사하고, 기부 영역은 기부참여율, 기부금액, 기부의 정기성, 이웃돕기 영역은 이웃돕기 참여율과 이웃돕기의 유형별 참여율을 포함하고 있다. 자원봉사 영역이 상대적으로 높은 비중을 차지하고 있으며, 나눔 종합지수에 대해서는 고려하지 않고 있다.

통계개발원의 '국내 나눔실태 2013'과 '국내 나눔실태 2012-13'은 개인과 기업의 기부, 자원봉사, 생명나눔을 포함한 국내 나눔실태를 총괄적으로 보고하고 있다. 보고서는 사회조사(통계청), 국세통계연보(국세청), 푸드뱅크 실적, 가계금융복지조사 자료 등을 활용하여 개인의 기부동향과 기부규모, 기부인식 및 태도를 조사하고 있으며, 국세통계연보와 기업·기업재단사회공헌백서를 활용하여 기업의 기부규모, 기부분야와 분야별 지출비율 등을 보고하고 있다. 또한 사회조사, 자원봉사센터현황, 사회복지자원봉사 통계연보를 이용하여 개인 자원봉사 동향과 규모, 자원봉사 인식과 태도를 파악하고 있으며, 혈액사업통계연보, 장기이식통계연보를 활용하여 생명나눔실태를 관찰하고 있다. 최근 한국보건사회연구원에서 발간한 '나눔실태 2014'도 개인과 기업의 기부, 자원봉사, 생명나눔에 기부단체/기관에 대한 인식과 보건복지분야 민간 모금액과 배분액을 추가하여 국내 나눔실태 결과를 발표하였다. 기본적인 분석틀과 분석에 활용된 2차자료는 통계개발원에서 발간한 두 보고서와 매우 흡사하다.

전국경제인연합회는 기업 및 기업재단의 사회공헌활동의 실상을 이해하고 향후 바람직한 사회공헌활동 방향을 모색하기 위해 매년 사회공헌백서를 발간하고 있다. 조사대상은 매출액 상위 500대 기업과 전경련 회원사 등이 포함된 총 600개 기업과 80개 기업재단이다. 조사 내용은 기업 및 기업재단의 사회공헌활동의 규모, 임원진 사회봉사 실적 및 제도, 사회공헌 추진을 위한 사내제도, 기업의 사회공헌 인식 조사 등과 기업재단의 일반 현황, 자산 현황, 사회공헌활동 현황 및 추이 등이다. 기업기부 및 자원봉사, 사회공헌 프로그램 등을 상세히 다룬 자료이지만, 사례수의 한계로 인해 모든 기업의 활동을 총망라한 자료라고 보기 어렵다.

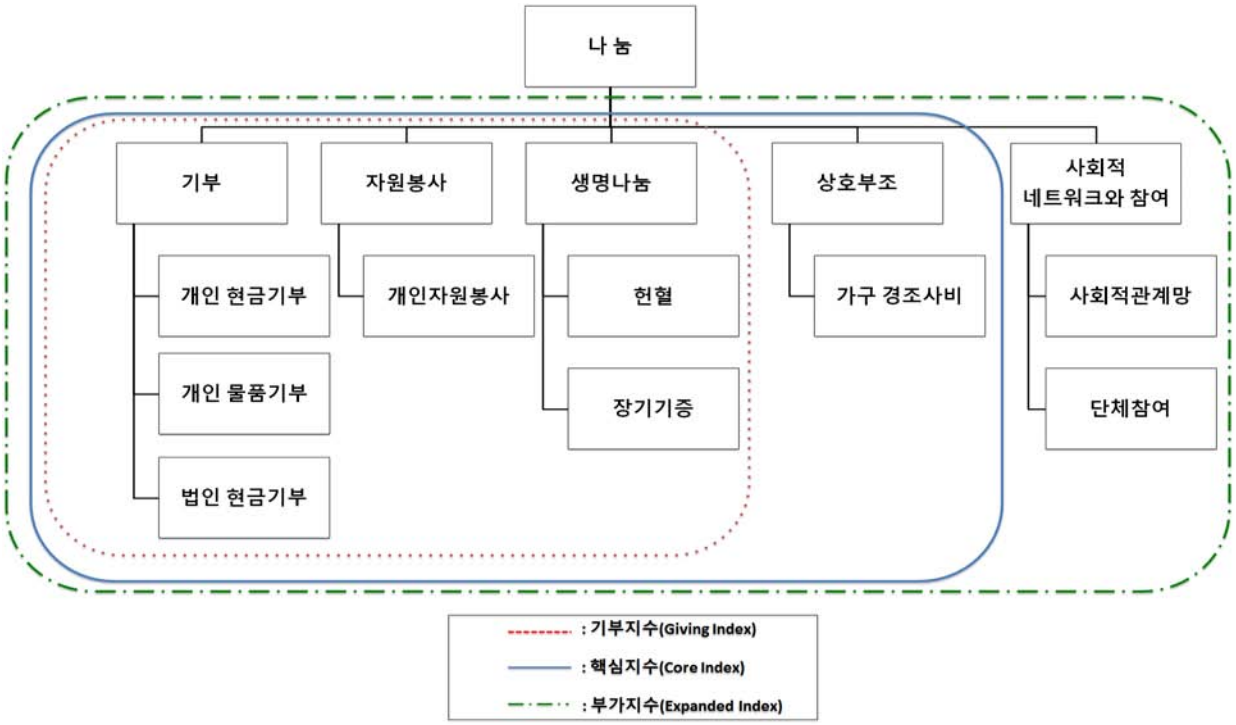
Ⅲ. 연구내용 및 방법

1. 종합지수 구성의 원칙과 내용

‘나눔’과 관련한 종합지수를 개발하고 세부 지표를 구성하는 과정에서 적용된 기본 원칙들은 다음과 같다. 첫째, 우리나라 ‘나눔’을 대변할 수 있는 명료한 종합지수와 세부지표로 구성하였다(대표성: representative). 둘째, 종합지수의 구성과정과 내용을 간결하게 구성하여, 누구나 쉽게 이해할 수 있고 활용 가능한 지표로 작성하였다(간결성: simple and easy to understand). 셋째, 나눔체계와 관련된 모든 범주와 행위를 총망라할 수 있는 지표로 구성하였다(포괄성: comprehensiveness). 넷째, 모든 지표와 관련된 자료 수집이 용이하고 연도별 수집이 보장되어 종합지수/세부지표의 연도별 비교가 가능하다(지속가능성: sustainability). 다섯째, 지역(광역단체)별 나눔실태와 수준에 관한 비교가 가능하다(비교가능성: comparability). 마지막으로는 다른 지표와의 차별성이 부각될 수 있는 새로운 종합지수/세부지표로 구성하였다(차별성: uniqueness).

종합지수를 구성하는 세부(지표)항목은 크게 ‘기부’, ‘자원봉사’, ‘생명나눔’, ‘상호부조’, ‘사회적 네트워크와 참여’ 등의 다섯 가지 나눔행동을 측정하기 위한 9개 항목으로 구성되었다. 이는 ‘기부’의 ① 개인현금기부, ② 개인현물기부, ③ 법인현금기부와 ‘④ 개인 자원봉사’, 그리고 ‘생명나눔’의 ⑤ 헌혈과 ⑥ 장기기증, ‘⑦ 상호부조(경조사비)’와 ‘사회적 네트워크와 참여’의 ⑧ 사회적 관계망과 ⑨ 단체참여로 구성된다.

본 연구는 나눔관련 종합지수를 개발하는 과정에서 하나의 대표적인 지수를 제시하기보다 크게 세 가지 종류의 종합지수를 구성하여 제시하였다. 기존 선행연구에서 나눔행동을 측정하기 위해 전통적으로 활용해 온 6개 항목을 중심으로 구성된 ① 기부지수(Giving Index)와 여기에 상호부조를 더해 총 7개 항목으로 구성된 ② 핵심지수(Core Index), 그리고 사회적 네트워크와 단체참여까지 포함하여 총 9개 항목으로 구성된 ③ 부가지수(Expanded Index)가 그것들이다. 각 지수의 세부지표 및 범주는 아래 [그림 1]에 제시하였다.



[그림 1] 나눔 종합지수의 구성

본 연구의 분석단위는 광역지방자치단체(16개 시·도)이다. 나눔실태를 분석하기 위한 다수의 선행연구에서는 전국 단위의 대표 값들을 제시하는 형태로 연구가 진행되고 있다. 그러나 본 연구는 지역별 나눔실태를 파악하고 비교하기 위해 분석단위를 16개 시·도로 세분화하였다. 나눔지수 분석을 위한 1차 조사는 2011년을 기준시점으로 하고 2차 조사는 2013년을 기준으로 자료를 수집하였다. 기준 연도를 2011년으로 선정한 이유는 기부 및 자원봉사 수준 등의 핵심 나눔행동을 측정하기 위한 전국 단위의 대표성 높은 자료가 2011년부터 이용가능하기 때문이다.

2. 세부 지표의 측정 방법

본 연구에서 활용한 각 지표의 구체적인 조작화 과정은 <표 6>과 같다. 우선 '기부' 영역에서 개인현금기부 항목은 '사회조사' 자료를 활용하여 지역별 1인당 평균 기부금액으로 조작화하였다. 개인물품기부는 전국 '푸드뱅크' 홈페이지의 기부자별 기부통계에서 개인기부 항목의 결과를 활용하였다. 푸드뱅크 통계 자료는 전국 단위 개인별 물품기부의 화폐 환산액을 추정할 수 있는 유일한 자료이다. 법인현금기부는 2,000개 민간기업과 200개 공기업의 기부금 통계를 활용하였다. 분석에 활용한 주요 자료는 Kis Value 기업공시자료와 Alio 기업공시자료이다. 자원봉사 항목은 '사회조사' 자료의 1인당 연평균 자원봉사 시간을 산출하고, 연도별 시간당 최저임금을 활용하여 화폐 단위로 전환하였다. 생명나눔 영역의 헌혈 항목은 혈액사업통계연보의 지역별 1,000명당 헌혈 횟수로 조작화하였고, 장기기증 항목은 지역별 100만 명당 장기기증 건수로 측정하였다. 상호부조는 '재정패널' 데이터를 활용하여 가구당 연평균 경조사비로 산출하였고, 사회적 네트워크와 참여는 '사회조사' 자료에 기초하여 지역별 사회적 관계망 점수[2]와 사회참여의 정도(단체참여율)로 조작화하였다.

<표 6> 나눔지수의 구성과 세부 지표의 조작화

구 분		조작화(연간)	자료
기부	개인현금기부	각 지역별 1인당 평균 기부금액	통계청 사회조사
	개인물품기부	각 지역별 개인 기부자의 푸드뱅크 기부금액	전국 푸드뱅크 기부자별 통계
	법인현금기부	각 지역별 1개 기업당 평균 기부금액	금융감독원 공시자료, NICE 신용평가, Kis Value 기업공시자료, Alio 기업공시자료
자원봉사	개인 자원봉사	각 지역별 1인당 연평균 자원봉사시간의 화폐환산금액	통계청 사회조사
생명나눔	헌혈	각 지역별 1,000명당 헌혈 횟수	대한적십자사 혈액사업통계연보
	장기기증	각 지역별 100만 명당 장기기증 횟수	질병관리본부 장기이식통계연보
상호부조	가구 경조사비	각 지역별 1 가구당 평균 경조사비 지출 금액	한국조세연구원 재정패널
사회적 네트워크와 참여	사회적 관계망	각 지역별 평균 사회적관계망 점수(3점척도)	통계청 사회조사
	단체참여	각 지역별 단체참여율(%)	통계청 사회조사

2) 이 항목은 ① 아플 때 도와줄 수 있는 사람, ② 외로울 때 도움을 요청할 사람, ③ 외로울 때 마음을 나눌 사람이 있는지 여부를 묻는 세 질문으로 구성되어 있다. 도움이 필요할 때 도움을 요청할 '지지체계'가 있는지를 파악함으로써, 나눔의 비가시적인 부분을 평가하는 항목이라고 할 수 있다.

3. 분석방법

나눔지수를 구성하는 9개 항목의 상이한 측정단위는 지역간 최대-최소화를 통해 각 항목을 1점부터 10점사이의 점수로 선형적으로 표준화시켜 유형별 지수계산에 활용하였다. 각 항목의 표준화 값을 계산하기 위한 수식은 아래와 같다. S jit가 표준화된 값이며 지역 i 대신 전국 단위 값을 넣어 전국 단위 값 S jTotal,t도 동일한 방식으로 표준화시킬 수 있다. 연도 간 표준화 작업은 후에 상술할 것이다. 전국 단위 값의 경우 지역 간 단순 평균이 아닌 전국 단위의 값을 계산하여 활용하였다. 예를 들어 개인 기부의 경우 해당 연도 전체 국민의 1인당 평균 기부금액에 표본가중치를 적용하여 계산된 값을 사용하였고, 법인기부의 경우 해당 연도 전체 기업의 기업당 평균 기부금액을 사용하였다.

X_{it}^{j}	j 변수: 현금기부, 자원봉사 시간 등 i 지역: 서울, 경기 등 t 연도: 2011, 2013
$X_{Total,t}^{j}$	지표 j의 연도 t에서의 전국 값
$M_t^j = \max_i X_{it}^j$	지표 j의 연도 t에서의 지역 최대값
$m_t^j = \min_i X_{it}^j$	지표 j의 연도 t에서의 지역 최소값
$S_{it}^{j} = 9\frac{(X_{it}^{j} - M_t^j)}{M_t^j - m_t^j} + 10$	지표 j의 지역간 표준화 값 (1점 ~ 10점)
$S_{Total,t}^{j} = 9\frac{(X_{Total,t}^{j} - M_t^j)}{M_t^j - m_t^j} + 10$	지표 j의 표준화된 전국 단위 값

본 연구는 종합지수를 기부(Giving)/핵심(Core)/부가(Expanded) 등의 세 유형으로 구분하여 제공하였다. 연구진은 기존 연구 검토 및 기부지수 구성을 위한 협의 과정을 통해 각 항목에 각기 다른 가중치(weight)를 적용하여 지수를 산출하였다. 전통적으로 나눔을 정의하는데 사용되어온 기부 지수를 구성하는 6개 항목(개인현금기부, 개인물품기부, 법인현금기부, 개인자원봉사, 헌혈, 장기기증)에는 각 1점의 가중치를 부여하였으며, 핵심지수를 구성하기 위해

추가된 상호부조에는 0.5점의 가중치를, 부가지수를 구성하기 위해 추가된 사회적자본의 두 항목(사회적 관계망, 단체참여)에는 각각 0.25점의 가중치를 부과하여 지수를 계산하였다. 본 연구의 분석단위인 각 지역별 나눔행동을 측정하기 위해 앞선 표준화과정을 통해 계산된 각 점수를 모두 합산한 뒤, 유형별 지수에 따라 각각 6(기부지수), 6.5(핵심지수), 7(부가지수)로 나누어 지역별 가중평균 지수를 산출하여 제시하였다. 각 유형별 지수를 계산하기 위한 수식을 제시하면 아래와 같다. 수식의 z 값은 2011년의 경우 위에 제시된 표준화된 값 s와 동일하며, 이후 연도는 보정상수 적용의 과정을 거쳐 산출된 값을 뜻한다. 이렇게 6개에서 9개 표준화된 항목들의 가중치 평균으로 계산된 지역별 지수 역시 1점부터 10점 사이의 값을 갖게 된다. 한 지역의 지수 값은 10점 만점으로 계산되며, 10점은 한 지역이 모든 항목에서 1등을 했을 때 도달할 수 있는 가상의 점수라 할 수 있다.

$$GI_{it} = \sum_{j=1}^{6} z_{it}^{j} \Big/ 6$$ 지역 i의 시점 t에서의 기부지수(Giving Index)

$$CI_{it} = \sum_{j=1}^{7} w^{j} z_{it}^{j} \Big/ 6.5$$ 지역 i의 시점 t에서의 핵심지수(Core Index)

$$EI_{it} = \sum_{j=1}^{9} w^{j} z_{it}^{j} \Big/ 7$$ 지역 i의 시점 t에서의 부가지수(Expanded Index)

다음 단계에는 세 가지 유형의 나눔지수의 지역별 실태를 넘어 연도간 비교를 위해 우선 1차 조사에 해당하는 2011년 기준의 각 지표값을 기준점수로 설정하고, 후에 이루어진 2013년 기준의 2차 조사의 점수는 1차 조사 점수와의 추이를 기준으로 보정하여 제시하였다. 이를 위해 보정상수, 즉 기준연도와의 정확한 비교를 위한 보정값을 계산하여 적용하였다. 해당 보정상수를 계산하기 위한 수식은 아래와 같다.

$$X_{Total,t}^{j}$$ 지표 j의 연도 t에서 전국 단위 값

$$k_t^j = \frac{X_{Total,t}^{j}}{X_{Total,t-1}^{j}} (\times {}^{1}/_{c_{t-1,t}})$$ 지표 j의 연도간 비교를 위한 보정 상수. (필요에 따라 연도간 물가상승률 반영) 2011년의 값을 1로 정의.

이러한 변수별 보장상수 k는 전 년도에 비해 다음 년도의 표준화된 지역별 변수 값이 평균적으로 얼마나 증가 혹은 감소해야 하는지 알려준다. 예를 들어 변수 j의 전국 단위 값이 2011년에 비해 2013년이 1.3배였다면, 보정상수 k의 값은 3점이 된다. 따라서, 2013년의 지역별 최종 표준화 값은 우선 맨 처음 수식과 같은 과정으로 표준화된 s 값에 평균 증가분 3점을 일괄적으로 합산하여 산출된다. 2013년의 나눔, 핵심, 부가지수들은 이렇게 최종 표준화된 값의 가중치 평균으로 구해지며, 지역단위나 전국 단위 지수 모두 동일한 방식으로 산출된다.

Ⅳ. 연구결과

1. 기초자료 분석결과

나눔지수 중 첫 번째 지수인 기부지수(Giving Index)의 경우 전통적으로 나눔행동을 측정하기 위해 사용되어온 항목들로 구성되어 있다. 우선 해당 지역 시민 한 명이 기부한 연간 평균 금액으로 측정된 개인현금기부의 경우, (전국 단위에서) 2011년에 약 58,000원에 불과하였으나 2013년에는 약 65,000원으로 다소 증가하여 양적인 측면에서 상승하고 있는 경향을 보인다. 지역별로는 서울(2011년)과 대전(2013년)이 상대적으로 높은 수준을 보이는 반면, 대구(2011년)와 울산(2013년)이 낮은 수준으로 나타났다. 주목해서 살펴볼 점은, 개인의 현금기부 금액에서 지역 간 편차가 비교적 크다는 사실이다. 지역 간 편차가 크게 나타나는 원인에 대한 다양한 유추가 가능하겠지만, 무엇보다 기부기회 및 참여, 권유와 관련한 노출 정도가 다르기 때문에 발생한 결과로 추정된다. 두 차례 관찰한 사례에 비추어 볼 때, 개인현금기부 수준이 높은 지역은 주로 '광역시'라는 점이 이를 뒷받침해 주는 근거이다. 기부에 대한 노출이 많다는 것은 기본적으로 기부에 참여할 수 있는 기회가 많다는 것을 의미하며, 기부행동을 목격할 수 있는 접점이 많다는 것을 의미한다. 따라서 개인 기부의 전반적 수준이나 지역 간 편차를 줄이기 위해서는 기부주체들에 대한 기부기회 제공 및 홍보에 대한 균형적 시각과 노력이 필요하며, 지역별 기부수준이나 제반 환경의 차이에 따른 세분화된 접근이 필요함을 의미하고 있다.

물품을 기부하는 것은 현금을 기부하는 방식 못지않게 기부에서 중요한 위상과 비중을 차지하고 있다. 그럼에도 불구하고 물품기부 규모를 분석하기에는 몇 가지 한계가 존재한다. 우

선, 기부된 물품을 화폐로 전환하는 방식 자체가 모금단체마다 상이하다. 동일한 물품이 어느 단체에 기부되었는가에 따라 기부금 영수증에 처리된 기부액이 달라질 수 있다. 둘째, 현재 국세청의 공익법인 결산보고서를 보면 각 단체별 현물기부 금액의 대략적인 규모를 파악할 수 있지만, 개인과 법인의 물품기부가 모두 포함되어 있어, 개인이 기부한 물품의 총량을 명확하게 파악하기 어렵다. 이에 본 연구는 개인물품기부액의 산정을 푸드뱅크를 통한 개인의 물품기부로 한정하였다.[3] 푸드뱅크의 현물기부 총액은 기부주체에 따라 기업, 단체, 개인으로 구분하여 결과를 보고하고 있는데, 이 중에서 개인의 기부총액은 2011년 93억원에서 2013년 114억원으로 증가하였다. 이러한 전국 단위의 값을 1인당 평균으로 환산하면, 2011년 약 188원에서 2013년 평균 약 228원으로 상승하는 경향을 보인다. 개인물품기부액이 높은 지역은 충북(2011년과 2013년)이고, 경남(2011년)과 제주(2013년) 지역이 가장 낮은 수준을 보이고 있다. 물품기부에 대한 수준을 향상시키기 위해서는 기본적으로 시민들이 물품을 기부할 수 있는 기회를 다양한 방식을 통해 제공하고, 특히 물품을 기부하는 과정상의 편의성을 확보하기 위한 노력이 필요할 것으로 생각된다.

법인현금기부의 경우, 매출순위 2,000대 민간기업과 공기업 200곳에 대한 기부수준을 파악할 수 있는 공시자료를 결합하여 해당 지역 기업의 평균 기부금액으로 산출하였다. 기업의 기부총액을 중심으로 보면, 2011년도는 3조 2,730억원으로 나타났고, 이러한 수치는 국세청에 보고된 국세통계연보 상의 법인기부 총액의 약 80% 이상을 차지하는 규모이다. 더불어 2013년도의 총액은 3조 2,717억원으로, 이는 전체 법인기부의 70% 이상을 차지하는 수준이다. 매출순위 2,000대 기업을 분석한 민간기업의 경우, 상위 1,000대 기업의 기부금이 전체 기부의 97% 이상을 차지하는 것으로 나타났다. 이는 기업의 사회공헌이 매출 상위기업에만 편중(skewed)되어 있다는 사실을 확인시켜 주는 결과이다.[4] 또한 상위 1,000대 기업은 2011년과 2013년 사이에 기부금 규모 상 큰 변화를 보이지 않은 반면, 하위 1,000대 기업의 경우 평균 기부금액이나 전체 기부금 수준이 크게 상승한 것으로 나타났다. 공기업의 경우, 기업의 절대적 숫자나 전체 기부규모를 민간기업의 그것과 직접 비교하기 어렵지만, 기업 당 평균 기부

3) 물품기부를 푸드뱅크로 한정한 것은 연구의 한계로 작용할 수 있다. 이를 극복하기 위해 다른 자료와 그 수치를 비교해 보았다. 사회복지공동모금회, 어린이재단, 유니세프, 적십자, 월드비전 등의 10대 모금단체를 중심으로 한 현물기부의 총액을 살펴보면, 2011년 1,477억원에서 2013년 1,167억원으로 그 수준이 다소 감소하고 있다(이 자료는 지역별 수치를 제공하지 않아 분석에 포함하지 못했다). 그러나 푸드뱅크에서 보고하고 있는 자료에 의하면, 2011년 현물기부 총액은 1,004억원에서 2013년 1,440억원으로 크게 증가하는 경향을 보인다.

4) 따라서 법인기부금을 분석하는 과정에서 그 대상을 전체 법인(약 4만 5천여개) 혹은 2,000개 법인 이상으로 확대하는 것은 큰 의미가 없다.

금액이 약 20억원 초반의 수준을 보여 민간 중견기업 수준으로 평가할 수 있다.[5] 이러한 기부총액을 기업별로 산출한 결과를 살펴보면, 기업별 평균 기부금액이 2011년 약 14.8억원에서 2013년 약 14.6억원으로 다소 감소하는 경향을 보이고 있다. 지역별로 울산(2011년)과 전남(2013년) 지역의 법인현금기부금이 높게 나타나고 있는 반면, 광주(2011년과 2013년)지역이 가장 낮게 나타나고 있다.

개인 자원봉사의 경우 전국 단위의 값이 2011년 4.91시간에서 2013년 4.99시간으로 소폭 상승하였다. 이를 최저임금으로 환산한 결과, 자원봉사 수준은 21,000원에서 24,000원으로 증가하고 있다. 선행연구의 결과에서 제시된 바와 같이 시민의 자원봉사활동은 참여 및 규모 측면에서 지속적인 증가세를 보이고 있다. 그러나 우리사회 자원봉사활동의 특이점은 10대의 참여가 매우 높다는 점이다. 이는 중고교 학생들의 교과과정상 평가항목과 다양한 대입전형에 자원봉사가 반영되면서부터 나타난 결과이다. 타 연령대에 비해 자원봉사에 대한 참여 동기가 비자발적일 것으로 예측되지만, 자원봉사 활성화 및 나눔교육의 측면에서 10대들의 자원봉사는 더욱 장려될 필요가 있다. 또한 기부와 함께 자원봉사에도 적극적 참여를 보이고 있는 40대와 50대 연령층에 대해 새로운 자원봉사자 발굴 및 장려가 필요할 것으로 판단된다.

헌혈의 경우 전국 단위의 값이 2011년 100명 당 평균 52.56회에서 2013년 평균 58.03회로 지속적으로 증가하는 경향을 보이고 있다. 지역별 수치도 대부분의 지역에서 2차 조사에 상승한 것으로 나타났다. 이는 전통적인 나눔행동 참여 방식인 기부 및 자원봉사와 함께, 생명기부의 한 형태인 헌혈에 대한 시민의 인식 및 참여수준이 전반적으로 높아진 결과로 볼 수 있다. 각 지역별 인구의 증가세에 비해 헌혈 참여수준의 증가세가 더욱 가파르게 상승하고 있다는 사실은 생명나눔에 대한 긍정적 전망을 가능하게 하고 있다. 지역별 헌혈 수준은 두 연도 공히 서울지역에서 높게 나타나고 있으며, 경기지역이 가장 낮은 수준을 보이고 있다. 장기 기증의 경우 전국 단위의 값이 2011년 100만명 당 평균 44.68회에서 2013년 평균 44.82회로 소폭 상승하는 경향을 보이고 있다. 지역별로 울산(2011년과 2013년) 지역이 높게 나타난 반면, 강원(2011년)과 충남(2013년) 지역이 낮게 나타나고 있다. 그러나 장기기증 항목은 자료의 측정이 해당 지역의 실제 기증자 수에 따라 결정되기 때문에 지역의 인구수에 큰 영향을 받을 수 있다. 따라서 지역별 편차는 인구 구조상의 차이에 따른 결과로 볼 수 있다. 기부나 자원봉사와는 다르게 객관적인 금전적 가치 측정은 제한되지만, 기부의 동기나 의미 자

5) 민간기업의 경우 기업이 직접 사회공헌을 위한 독립적 활동을 전개하는 경향성이 증가하고 있기 때문에, 향후 현금기부 규모가 감소할 수 있는 위험이 존재한다. 전반적인 법인의 현금기부 수준 유지 및 증가를 위한 방안으로 공기업의 기부 발굴 및 유지가 중요한 이슈가 될 수 있을 것으로 예상된다.

체에서 비교할 수 없는 가치를 가진 헌혈을 비롯한 생명기부 형태의 기부가 늘어난다는 사실은 국내 나눔행동에 있어 매우 반갑고 의미 있는 현상이라 할 수 있다.

기부지수와 관련한 세부 항목의 지역별 양상을 연도별로 비교해 보면, 6개 항목 중 개인물품기부와 자원봉사, 헌혈 등의 3개 항목은 순위가 높은 지역의 변동성이 크게 발견되지 않는다. 더불어 법인현금기부와 헌혈은 가장 낮은 순위의 지역도 동일하게 관찰되고 있다. 이러한 결과는 개인의 나눔행태에 지역성이 반영되는 집합적 효능(collective efficacy)의 결과가 일부 작동하고 있음을 보여주는 것이다.

핵심지수(Core Index)를 구성하기 위해 추가된 가구 경조사비의 경우, 전국 단위의 값이 2011년 가구당 평균 약 75만원에서 2013년 평균 약 74만원으로 미세하게 감소하는 경향을 보이고 있다. 특히 높은 지역(연도별로 각각 충남과 울산)과 낮은 지역(연도별로 각각 제주와 충북) 간 편차가 최대 50만원 이상 존재하며, 평균 13만원 내외의 차이를 보이는 것으로 나타났다. 우리사회 나눔행동의 독특한 특성 중 하나인 경조사비의 경우, 개인과 개인, 혹은 개인 및 집단 간 결속문화에 따라 큰 영향을 받을 것으로 예상되며, 지역별 편차가 크게 나타나고 있는 것은 해당 지역의 경조사 참여에 영향을 끼칠 수 있는 문화 및 의식의 차이가 존재하는 것으로 추정된다. 경조사비의 경우, 본인이 지출과 유사한 규모의 반환을 기대하고 있다는 점에서 그 순수성에 대한 논쟁이 존재하는 것도 사실이다. 그러나 우리 고유의 풍습인 향약, 계, 두레 등에서 시작하여 현재의 경조사 원조에 이르기까지 지속적으로 나타나는 쌍방적 형태의 상호부조적 기부를 나눔행동에 함께 포함시키는 것은 한국 사회의 고유성과 독특성을 반영하는 의미를 가질 수 있다. 이러한 측면에서 우리사회 내 상호부조 형태로서 경조사비의 전반적인 수준이 감소하고 있다는 사실은 전통적으로 구축되어온 쌍방적 관계에 대한 결속력이나 필요성에 대한 인식과 실제적인 행동 등이 감소하고 있는 것을 의미한다.

부가지수(Expanded Index)를 구성하기 위해 추가된 첫 번째 지표인 사회적 관계망의 경우 전국 단위의 값이 2011년 1인당 평균 1.98점에서 2013년 평균 1.96점으로 소폭 감소하는 경향을 보였다. 3점 척도로 측정된 사회적 관계망 수치는 전국적으로 약 2점 내외로 큰 편차를 보이지 않고 있다.[6] 가장 높은 지역은 제주(2011년)와 대전(2013년)지역이며, 가장 낮은 수준을 보이는 지역은 경남(2011년)과 인천(2013년)이다. 지역에 따라 사회적 관계망의 점수가 증

6) 사실 우리사회에서 이 영역과 관련된 전반적인 수준은 OECD 최하위 수준이다. OECD(2015)에서 발간한 '2015 더 나은 삶의 질 지수(Better Life Index 2015)'에 따르면, 11개 세부 항목 중에서 사회적 연계 관련 항목인 어려움에 부딪쳤을 때 도움을 요청할 수 있는 친척, 친구 또는 이웃이 있다고 응답한 비율이 72%에 불과하다. 이는 OECD 평균인 88%보다 16% 포인트 낮은 수준이다.

가하는 지역과 감소하는 지역이 존재한다는 것은 각 지역의 사회적 관계망 형성의 경향이 각기 다른 현상을 반영하는 것이다. 단체참여 항목의 경우, 전국 단위의 값이 2011년 평균 33.2%에서 2013년 평균 33.7%로 소폭 증가하는 경향을 보이고 있다. 지역 간 최대 편차는 약 15% 존재하며, 평균 4% 내외의 편차를 보이고 있다. 단체참여의 비중은 상호부조와 유사하게 각 지역별 고유의 결속력 및 집단 문화에 따라 영향력을 받을 것으로 추정된다. 특히 상승하고 있는 지역과 감소하고 있는 지역으로 구분될 수 있다는 점에서 사회적 관계망과 유사한 해석을 할 수 있다. 사회적 관계망과 함께 사회적자본 형성 및 관계재 구축에 있어 큰 의미를 지닐 수 있는 단체참여의 수준이 증가하고 있다는 사실은, 즉각적인 나눔행동의 증가뿐만 아니라, 부가적으로 기부 및 자원봉사, 생명기증과 같은 형태의 다른 나눔활동을 촉진하는 잠재적 요인으로 작용할 수 있다는 점에서 긍정적인 현상으로 해석할 수 있다.

<표 7> 2011년도 나눔지수 기초자료

지역	1인 당 기부(원)	1인 당 물품(원)	법인 당 기부(원)	1인 당 자원봉사 (원)	1,000명 당 헌혈(건)	100만명 당 장기이식 (건)	가구 당 경조사비 (원)	사회적 관계망 (점)	단체 참여 (%)
서울	87,989	275.9	1,585,967,342	17,341	91.4	50.1	776,003	2.02	33.6
부산	50,957	129.9	265,680,557	26,168	62.8	47.1	632,534	1.93	33.5
대구	34,438	161.0	676,276,307	22,939	41.5	44.4	577,640	1.96	28.8
인천	35,523	185.2	793,316,310	21,484	63.8	51.3	788,982	1.91	31.2
광주	53,619	207.1	28,765,485	21,914	58.9	43.9	698,070	2.01	36.0
대전	54,152	265.6	1,145,168,459	29,110	52.9	44.6	619,234	1.95	35.3
울산	53,381	120.8	11,515,851,233	22,189	66.6	51.6	664,588	1.91	36.1
경기	54,082	123.1	1,391,424,397	19,439	14.9	45.4	756,373	2.03	35.0
강원	56,544	179.4	1,275,642,330	28,811	61.8	33.4	888,160	1.84	30.9
충북	44,715	363.7	81,921,246	19,443	59.3	39.0	485,545	1.88	31.2
충남	50,677	114.7	935,065,047	21,817	52.9	36.0	961,464	1.97	38.8
전북	65,023	223.2	68,024,479	20,868	69.7	45.0	940,331	1.99	33.6
전남	46,385	242.7	7,142,190,586	25,265	58.9	41.8	812,472	2.05	32.7
경북	52,137	250.6	1,802,098,766	24,204	41.5	41.3	783,583	1.95	32.9
경남	44,179	73.1	745,577,993	21,010	35.3	33.7	773,504	1.89	24.0
제주	74,413	139.9	607,768,654	22,472	61.9	36.1	443,407	2.17	35.2
전국	**58,140**	**188.0**	**1,487,924,800**	**21,211**	**52.5**	**44.6**	**752,456**	**1.98**	**33.1**

<표 8> 2013년도 나눔지수 기초자료

지역	1인 당 기부(원)	1인 당 물품(원)	법인 당 기부(원)	1인 당 자원봉사(원)	1,000명 당 헌혈(건)	100만명 당 장기이식(건)	가구 당 경조사비(원)	사회적 관계망(점)	단체참여(%)
서울	73,990	297.4	1,642,677,011	20,355	104.4	47.2	810,544	2.04	34.3
부산	53,688	176.1	239,946,076	23,359	67.4	47.5	614,401	1.94	30.8
대구	42,463	182.9	828,229,621	20,872	47.9	44.6	683,725	2.03	31.6
인천	69,802	170.4	314,448,881	24,471	62.9	36.4	745,656	1.84	31.6
광주	52,524	368.9	33,755,861	24,113	62.8	49.5	667,299	2.10	43.5
대전	82,283	347.9	990,980,385	33,037	60.8	37.6	587,216	2.13	38.2
울산	39,702	114.0	1,827,251,957	27,030	72.0	54.9	838,927	1.95	34.3
경기	66,338	191.8	2,378,516,413	26,027	15.7	47.4	778,464	1.91	34.1
강원	68,302	198.6	1,052,472,000	23,595	80.3	44.6	760,195	1.96	35.1
충북	47,422	411.9	164,593,025	26,748	63.2	41.8	473,530	1.88	32.8
충남	67,973	133.8	630,627,955	28,404	60.8	35.7	681,459	1.91	37.4
전북	56,638	241.0	101,061,165	17,686	73.0	43.9	671,885	1.95	29.1
전남	67,181	295.7	3,077,264,367	29,377	62.8	41.4	745,084	1.90	30.9
경북	58,540	291.3	1,527,831,059	19,529	47.9	40.1	773,181	1.88	28.7
경남	70,308	121.4	791,141,156	29,203	41.4	42.4	802,386	1.98	35.1
제주	73,995	102.1	400,228,914	23,876	60.2	50.9	526,636	2.02	30.9
전국	**64,651**	**227.9**	**1,462,385,322**	**24,238**	**58.0**	**44.8**	**739,652**	**1.96**	**33.6**

2. 나눔지수 도출 결과

앞서 살펴본 기초자료에 대한 분석결과를 토대로 나눔과 관련한 2011년과 2013년의 기부지수, 핵심지수, 부가지수를 산출하면 아래 <표 9>와 같다. 우선 기부지수는 기부와 관련된 전통적인 항목을 표준화시킨 후 합산한 값이다. 핵심지수는 기부지수에 가구당 경조사비를, 부가지수는 사회적 네트워크 점수와 단체참여율까지 추가로 합산한 지수이다. 개별 지수를 도출하는 과정에서 표준화 작업을 연도 내, 연도 간 모두 수행하는 것은 매우 중요하다. 연도 내 변수 간 표준화를 통해 특정 변수의 측정 단위의 차이로 인해 발생할 수 있는 인위적 효과를 최소화할 수 있다. 이러한 연도 내 표준화는 연도 간 증감을 볼 수 있는 정보를 잃어버

리는 문제를 야기할 수 있는데, 이를 해결하기 위해 연도 간 표준화 작업을 통해, 2011년 값을 기준으로 향후 연도 간 비교가 가능하도록 지수를 보정하였다.

분석결과를 살펴보면, 1차 조사의 부가지수의 값이 기부지수나 핵심지수의 값에 비해 다소 확대되는 경향을 보이지만 크게 다르지 않음을 확인할 수 있다. 기부지수와 핵심지수, 부가지수 모두 5점 이하로 나타났는데, 이는 계산방식 상 원 년도에는 전국 평균이 5점 근처로 나타날 수밖에 없기 때문이다. 이를 지역별로 살펴보면, 기부지수가 가장 높은 지역은 서울과 울산, 대전 순으로 나타난 반면, 가장 낮은 지역은 경남과 경기, 충남 순으로 나타났다. 전술한 바와 같이 핵심지수와 부가지수에 가중치를 조정하여 산출하였기 때문에 핵심지수와 부가지수의 지역별 결과는 기부지수와 크게 다르지 않다. 핵심지수와 부가지수 모두 서울과 울산, 전남이 가장 높은 지역으로 나타났다. 반면, 경남과 경기, 대구는 핵심지수와 부가지수 상으로 순위가 낮은 지역이었다.

한편, 2013년의 기부, 핵심, 부가지수의 수준은 2011년도에 비해 모두 일정 수준 상승하였다. 또한 2011년과 유사하게 전남과 서울, 대전이 기부, 핵심, 부가지수에서 모두 높은 순위를 보이고 있다. 반면 세 가지 나눔지수의 수준이 낮은 지역은 대구와 전북, 인천, 부산으로서 대구를 제외하고는 2011년도와 다소 상이하게 나타났다. 2013년도의 결과에서 주목할 만한 점은 지역간 나눔의 차이(표준편차)가 축소되었다는 것이다. 2011년을 기준으로 2013년도에 전국 단위의 나눔의 수준도 상승하였지만, 이러한 상승이 특정 지역을 중심으로 전개된 것이 아니라 지역 간 차이를 좁히는 방식으로 전개되었다는 사실을 알 수 있다.

지역별로 연도 간 지수 변화를 좀 더 구체적으로 살펴보면, 16개 지역의 두 연도 간 지수 값이 서로 연관되어 있다(부록 [그림 1-3]). 이는 지역별 나눔의 수준이 시기에 따라 큰 변화 없이 일관되게 전개된다는 것을 의미한다. 그러나 연도별 변화가 큰 지역들도 일부 존재한다. 기부지수를 중심으로 살펴보면, 경남과 경기의 나눔 수준이 크게 증가한 반면, 대구와 전북은 크게 감소하였다. 지역별 전반적인 나눔 수준은 큰 변화 없이 일관되게 나타나고 있지만, 경남의 사례와 같이 1인당 기부금액이나 자원봉사 측면에서 비약적인 증가가 발생할 경우 전체 지수에 영향을 미칠 수도 있다. 이는 나눔문화 확산을 위한 지역차원의 노력이 활발했기 때문에 가능한 결과라고 할 수 있다. 전반적으로는 2011년보다 2013년에 나눔지수 값이 전반적으로 상승한 경향을 반영한다.

<표 9> 2011/2013년도 나눔지수

지역	2011 Index			2013 Index		
	기부지표	핵심지표	부가지표	기부지표	핵심지표	부가지표
서울	6.63	6.64	6.62	7.40	7.52	7.39
부산	4.98	4.93	4.95	5.10	5.02	4.89
대구	3.68	3.66	3.68	4.22	4.34	4.38
인천	4.67	4.85	4.81	4.84	5.03	4.81
광주	4.54	4.61	4.77	6.04	5.99	6.24
대전	5.86	5.72	5.74	7.36	7.06	7.16
울산	6.41	6.29	6.25	6.10	6.37	6.24
경기	3.24	3.49	3.73	6.05	6.21	6.04
강원	4.71	5.02	4.88	6.14	6.26	6.15
충북	4.39	4.19	4.16	5.79	5.40	5.22
충남	3.32	3.83	4.08	5.05	5.10	5.07
전북	5.12	5.46	5.50	4.70	4.77	4.63
전남	5.70	5.83	5.88	7.58	7.56	7.21
경북	4.69	4.86	4.89	5.17	5.39	5.12
경남	2.25	2.60	2.54	5.41	5.67	5.64
제주	4.34	4.08	4.43	5.72	5.43	5.36
전국	**4.60**	**4.74**	**4.81**	**6.05**	**6.14**	**6.01**

Ⅴ. 결론

본 연구의 목적은 나눔과 관련하여 우리나라를 대표할 수 있는 종합지수를 개발하는데 있다. 목적 달성을 위해 ① 나눔에 대한 새로운 개념에 기초하여 기부·자원봉사·상호부조·생명나눔(장기기증, 헌혈)·사회적 참여와 네트워크를 포괄하는 대표적인 나눔지수를 구성·제시하고, ② 사용가능한 2차 자료에 근거하여 2011년과 2013년의 16개 광역 시·도별 나눔 수준을 비교하였다. 또한 ③ 2011년 수준을 기준으로 한 2013년 한국사회의 나눔 종합지수를 개발하

여 제시하였다. 이러한 과정을 통해 우리사회의 나눔실태에 관한 세부 (구성)항목별, 지역별, 연도별 차이와 변화를 비교할 수 있으며, 종합적 나눔 수준에 관한 상징적 의미를 파악할 수 있다.

나눔지수는 크게 기부지수, 핵심지수, 부가지수 등의 세 가지 지수로 구성하여 제시하였다. 기부지수는 전통적으로 사용되어 온 기부, 자원봉사, 생명나눔으로 구성되며, 핵심지수는 기부지수에 상호부조의 내용이 포함된다. 기부영역은 개인현금기부와 물품기부, 그리고 법인의 현금기부로 구성되며, 자원봉사영역은 개인의 자원봉사 (시간과) 금액으로 조작화하였다. 생명나눔 영역은 헌혈 및 장기기증과 관련한 실적을 측정하였다. 상호부조영역은 재정패널자료에 기초하여 가구 당 경조사비의 지출 수준을 활용하였으며, 사회적 네트워크와 단체참여는 사회조사자료의 사회적 관계망 점수와 단체참여율을 이용하였다. 위 변수들을 활용한 나눔지수를 산출하기 위해 개별 단위로 조사된 총 9개 항목의 값에 대한 최대/최소 표준화 작업을 실시하였다. 이후 연도 간 표준화를 위한 보정상수를 계산하여 활용하였으며, 최종 지수에 대한 대략적인 결과는 다음과 같다. 우선 2011년 한국사회의 나눔 종합지수는 기부지수 4.60, 핵심지수 4.74, 부가지수 4.81로 나타났으며, 이는 10점을 만점으로 했을 때 다소 높지 않은 수준이라고 할 수 있다. 또한, 2013년 한국 사회의 나눔 종합지수는 기부, 핵심, 부가지수별로 각각 6.05, 6.14, 6.01 수준으로, 지표별로 약간의 차이를 보이고 있으며, 2011년도와 비교해 볼 때 2013년의 나눔 수준이 다소 증가하였다.

시·도별 변화 수준을 살펴보면, 2011년에 비해 2013년 나눔지수의 수치가 (기부지수를 중심으로 보면) 울산과 전북을 제외한 모든 지역에서 증가하였다. 그러나 부가지수까지 고려하면, 부산도 소폭의 감소가 있었다. 지역 간 변화를 자세히 살펴보기 위해 지표별 산점도를 그려본 결과, 대다수의 지역이 대각선을 중심으로 분포하고 있으나, 개인기부와 자원봉사영역에서 큰 상승을 보인 경남과 대부분의 항목에서 두드러진 감소세를 보인 울산은 (대각선에서) 크게 벗어난 결과를 보이고 있다. 지표 간의 일관성을 확인하기 위해 개별 지표를 축으로 한 산점도를 그려본 결과, 대부분의 지역이 대각선에 집중되어 지표 선택에 따른 순위차이가 크지 않다는 것을 알 수 있다. 지표 간 산점도는 지표선택에 크게 의존하지 않는 지역 간 나눔 정도의 차이를 보여주고 있는데, 2011년에는 서울과 울산이 높은 나눔수준을 보이는 반면 경남은 낮은 지수를 보이고 있다. 2013년에는 나눔지수의 분포가 크게 네 그룹으로 세분화되는데, 서울, 전남, 대전은 최상위권, 울산, 광주, 강원, 경기는 중상위권으로 구분할 수 있다. 하

위권에는 충남, 부산의 중하위 집단과 전북, 인천, 대구의 최하위 집단이 포함된다.

본 연구를 통해 산출된 나눔지표 및 나눔 종합지수의 결과가 제공하는 이론적 및 실천적 함의는 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 기부, 자원봉사, 생명나눔으로 협소하게 정의되던 전통적 나눔의 정의를 크게 확장하여, ① 한국적 맥락의 상호부조와 ② 공유/관계적 의미의 사회적 네트워크 및 참여까지 포괄하는 나눔의 대안적 정의를 수립하였다. 대다수의 선행 연구에서는 나눔이 가지는 분배적 측면에만 주목하여 나눔을 설명하였으나, 이는 우리사회 '나눔'의 사회적 실재를 충분히 반영한다고 보기 어렵다. 따라서 나눔의 대안적 개념까지 고려하여 '타인과의 직·간접적인 관계 속에서' '공익을 위해' '사회경제적 가치 있는 자원'을 '자발적으로 분배(제공)하거나 공유하는 행위'로 '나눔의 개념'을 정의하였다. 이러한 대안적 나눔 정의야말로 우리사회에서 나타나는 다양한 나눔행동을 포괄할 수 있는 정의이며, 나눔이 가진 총망라적인 속성을 반영하는 대표적인 개념이라 할 수 있다.

둘째, 우리나라를 대표할 수 있는 기부, 자원봉사, 물품기부, 생명나눔, 상호부조, 사회적 네트워크 및 참여 등의 다양한 나눔활동을 크게 세 가지 지수로 분류하여 기부지수, 핵심지수, 부가지수 등의 대표적인 지수로 구성·제시하였다. 전통적인 의미의 나눔을 반영하는 기부지수는 기존 연구들에서 정의되었던 기부, 자원봉사, 물품기부, 생명나눔을 포괄한 내용으로 선행연구와의 비교가능성을 높일 수 있다. 핵심지수에는 상호부조의 개념을 포함하여 우리사회의 독특한 나눔 특성을 반영함으로써 한국적인 의미의 나눔행동을 강조하였다. 마지막으로 부가지수는 사회적 네트워크와 참여를 포괄하여 나눔이 가진 공유 및 관계적 속성을 포함하였다. 이러한 과정을 통해 기존 연구와의 차별성을 부각시킬 수 있으며, 향후 우리사회의 전반적인 나눔 수준을 평가할 수 있는 중요한 지표로 사용될 것을 기대한다.

셋째, 본 연구는 한국의 나눔 현황을 대변할 수 있는 종합지수를 산출하여 우리사회의 나눔 수준을 상징적으로 확인해 주었다. 기존의 대부분의 나눔에 관한 연구들이 나눔 현황과 실태를 단순 기술하는 수준에 머무르고 있으며, 나눔에 대한 종합적인 수준을 포괄할 수 있는 지수의 제시라는 측면에서 일정 부분 한계를 가지고 있었다. 그러나 본 연구에서 제시한 종합적인 나눔지수는, 나눔에 대한 새로운 개념 정립에 기초하여 나눔 현황을 대변할 수 있는 종합지수로써, 우리사회의 나눔실태를 상징적으로 보여줄 수 있으며, 나눔문화 확산에 직·간접적인 영향력을 미칠 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구는 우리사회의 나눔 수준과 실태를 연도별, 지역별로 비교하기 위한 목적을 가지다 보니 활용 가능한 지표와 자료 측면에서 일정부분 한계를 갖고 있다. 특히 지역 간 비교 가능한 나눔지수를 산출하는데 있어, 사용할 수 있는 2차 자료(secondary data)와 기존 자료(existing statistics)의 활용 범위가 협소하여 다소 어려움을 경험할 수밖에 없다. 가장 대표적인 한계가 개인물품기부의 항목을 음식으로 제한할 수밖에 없는 경우이다. 또한 다른 기관에서 제공하는 자료에 기초하여 종합지수를 산출하게 되면, 일부 항목에 대한 조사와 자료 공개가 중단될 경우 다른 어려움에 봉착할 수 있다. 통계청에서 생산하는 사회조사는 가족, 소득과 소비, 노동, 교육, 보건, 환경, 복지, 문화와 여가, 안전, 사회참여 등 총 10개 부문으로 구성되어 있고, 매년 5개 부문이 2년 주기로 조사되고 있다. 2011년부터 기부 및 자원봉사와 관련한 자료를 조사해오고 있으나, 워낙 많은 내용을 담고 있고 나눔 관련 설문이 핵심이 아니다 보니 조사가 중단될 수 있는 위험도 존재한다. 최근 통계청에서 관리하는 통계자료들을 정리하려는 움직임이 있어 방대한 분야의 자료를 조사하는 사회조사 역시 조사가 중단될 수 있는 우려가 있다. 따라서 장기적으로 한국의 나눔문화를 선도하는 기관인 공동모금회에서 기부 및 자원봉사를 비롯한 우리사회 나눔과 관련한 패널조사와 자료를 구축하고, 이를 통해 안정적인 자료를 생산함으로써 지속적으로 나눔지수를 도출하고, 이를 바탕으로 한국사회 나눔문화 확대에 기여하도록 하는 것이 필요하다.

참 고 문 헌

강철희·김계정·허영혜. 2012. 종교적 기부 및 상호부조적 기부와 자선적 기부의 관계에 대한 탐색적 연구: 다양한 형태의 기부행동 간 연관성 분석. 사회복지정책, 39(1), 163-197.

강철희·한견우·김미희·이경혜·김성준·김태현·유지은. 2012. 나눔문화 확산을 위한 나눔기본법 제정에 관한 연구. 보건복지부.

김형용. 2013. 포용적 사회와 나눔 문화의 현실: 소비주의 나눔에 대한 비판적 해석. 한국사회복지행정학, 15(4), 205-230.

대한적십자사 혈액관리본부. 2015. 2014 혈액사업통계연보.

박세경·김형용·강혜규·박소현. 2008. 지역복지 활성화를 위한 사회자본 형성의 실태와 과제. 한국보건사회연구원.

박주언·이희길. 2013. 국내 나눔실태 2013. 통계청 통계개발원.

. 2014. 국내 나눔실태 2012-13. 통계청 통계개발원.

보건복지부. 2012. 나눔기본법 입법예고안.

사회복지공동모금회. 2014. 2014 민간나눔자원 총량 추계 연구. 사회복지공동모금회.

사회복지공동모금회. 2015. 2014 사회복지공동모금회 연간보고서. 사회복지공동모금회.

아름다운재단. 2014. Giving Korea 2014. 아름다운북.

안전행정부·한국중앙자원봉사센터. 2014. 2014 자원봉사센터현황.

장영식·고경환·이연희·김정현·오미애·강지원·진재현·함선유. 2015. 나눔실태 2014. 한국보건사회연구원.

전국경제인연합회. 2014. 2014년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서.

정무성·배도·이은화·장진용·구혜영·박태규. 2011. 나눔문화 활성화 방안 연구. 한국사회복지협의회.

질병관리본부 장기이식관리센터. 2015. 2014년도 장기이식통계연보.

한동우·강철희. 2014. 한국인의 상호부조 행동 분석. 아름다운재단 기부문화연구소 2014년 기획연구보고서.

한재명·류재린·김균. 2015. 관계재가 행복에 미치는 영향에 관한 분석. 사회경제평론, 46, 103-141.

Barret-Ducrocq, F. 2007. 길혜연(역) 나눔: 너와 나를 위한 아름다운 약속. 솔.

Becchetti, A., Pelloni, A., and Rossetti, F. 2008. Relational goods, socialbility, and happiness. Department of Communication, Working Paper, 39.Bohm-Bawerk (1881)

Brown, E., and Ferris, J. M. 2007. Social capital and philanthropy: an analysis of the impact of social capital on individual and volunteering. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 36(1), 85-99.

Bruni, L. 2010. The happiness of sociality, economics and eudaimonia: a necessary encounter. Rationality and Society, 22(4), 383-406.

Bruni, L. 2013. Relational goods: a new tool for an old issue. ECOS, 3(2), 174-178.

Bruni, L., and Stanca, L. 2008. Watching alone: relational goods, television and happiness, Journal of Economic Begavior & Organization, 65(3), 506-528.

Bruni, L., and Zamagni, S. 2007. Civil Economy: Efficiency, Equity, Public Happiness. Oxford, Peter Lang.

Bunger, B. 2010. The demand for relational goods: empirical evidence from the european social survey, Int Rev Econ, 57, 177-198.

Charities Aid Foundation, 2014, WORLD GIVING INDEX 2014, A global view of giving trends. Charities Aid Foundation.

Chung, S., Choi, H., and L, S.S. 2014. Measuring social capital in the Republic of Korea with mixed methods: application of factor analysis and fuzzy-set ideal type approach. Social Indicator Research, 117, 45-64.

Corneo, G. 2005. Work and television, European Journal of Political Economy, 21(1), 99-113.

Forrest, R. and Kearns, A. 2001. Social cohesion, social capital and the neighbourhood, Urban Studies, 38(12), 2125-2143.

Friedman, L.J. and McGarvie, M.D. 2002. Charity, Philanthropy, and Civility in American History. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Giving USA. 2015. Giving USA 2015 Report Highlights. The Center on Philanthropy at Indiana University.

Goodin, R. 2011. Structures of moral obligation. Journal of Social Policy, 31, 579-596.

Legerton, M., Moore, D., Hossfeld, I., Health, T., and Carter, D. 2008. Philanthropy of community: the concept, program, and implications for practice, Unpublished Working Paper of NC and the Center for Community Action.

Lichtenberg, J. 2009. What is charity? Philosophy & Public Policy Quarterly, 29(3/4), 16-20.

Nussbaum, M. 1986. The Fragility of Goodness: Luck and Ethics in Greek Tragedy and Philosophy, Cambridge: Cambridge University Press.

OECD. 2001. The Well-being of Nations: The Role of Human and Social Capital, Paris: OECD.

OECD. 2015. How's Life? 2015: Measuring well-being. OECD.

ONS. 2003. Measuring social capital in the United Kingdom. Office for National Statistics.

Onyx, J. and Bullen, P. 2000. Measuring social capital in five communities, The Journal of Applied Behavioral Science, 36(1), 23-42.

Payton, R. L., and Moody, M. P. 2008. Understanding Philanthropy: Its Meaning and Mission, Indiana University Press.

Putnam, R. D. 1993. The prosperous community: social capital and public life. American Prospect, 13, 35-42.

Saguaro Seminar. 2000. Civic engagement in America, social capital commnity benchmark survey executive summary. The John F. Kennedy School of Government, Harvard University.

Salamon, L. M. 1992. America's Nonprofit Sector: A Primer. New York: Foundation Center.

Scrivens, K. and C. Smith. 2013. Four Interpretations of Social Capital: An Agenda for Measurment. OECD Statistics Working paper, 2013/06.

Sulek, M. 2010. On the modern meaning of philanthropy, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 39(2), 193-212.

Uhlaner, C.. 1989. Relational Goods and participation: ncorporating sociability into a theory of relational action. Public Choice, 62(3), 253-285.

Uhlaner, C.. 2014. Relational goods and resolving the paradox of political participation. Recerca: revista de pensament i anàlisi, (14), 47-72.

Van Til, J. 1990. Critical issues in American philanthropy: strengthening theory and practice, Glenview, IL: AAFRC Trust for Philanthropy.

World Bank. 2007. Social Capital for development. World Bank,

Young, C., and Lim, C. 2014. Time as a network good. Sociological Science, 2014/1, 10-27

참고사이트

공공기관 알리오 www.alio.go.kr

국세청 www.nts.go.kr

전국푸드뱅크 www.foodbank1377.org

통계청 www.kostat.go.kr

kisvalue www.kisvalue.com

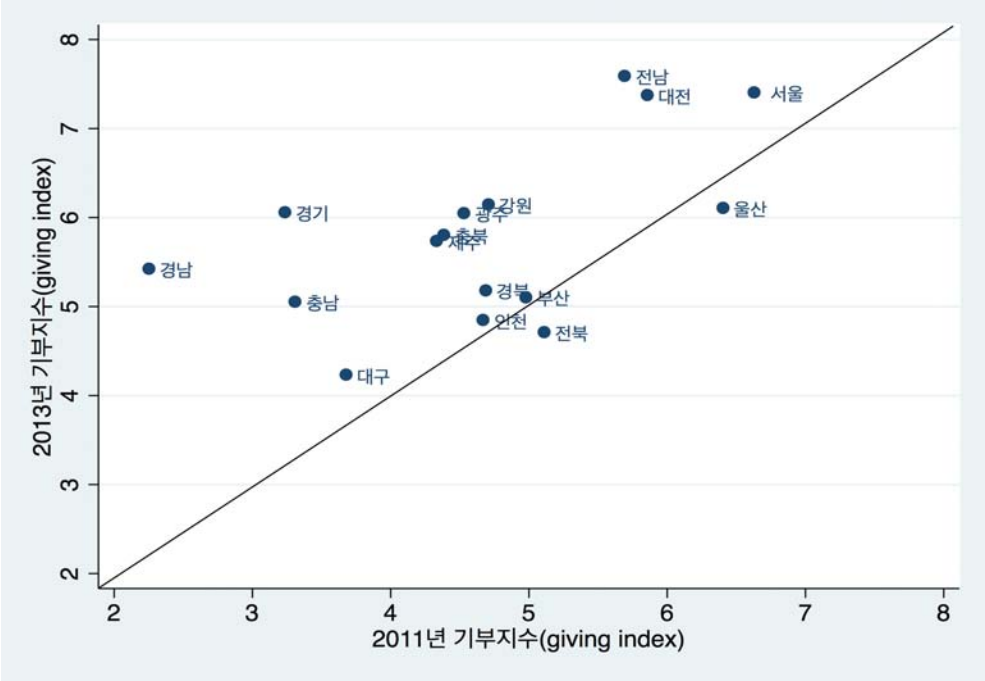
https://www.oecdbetterlifeindex.org/

http://www.givingusareports.org/

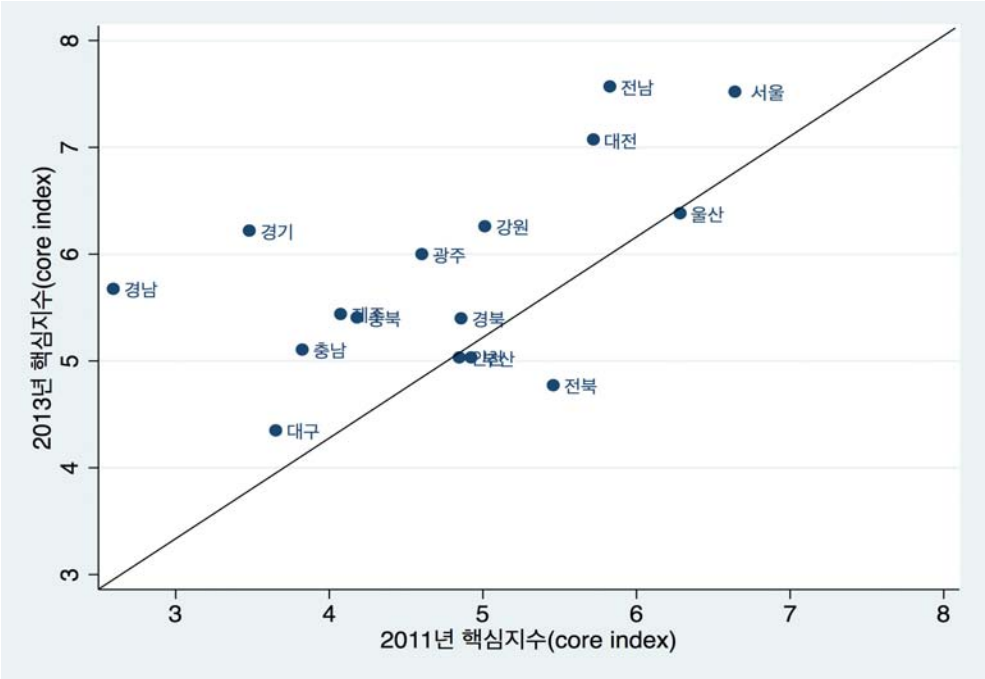
https://www.cafonline.org/

<부록> 지수별 연도간 산점도

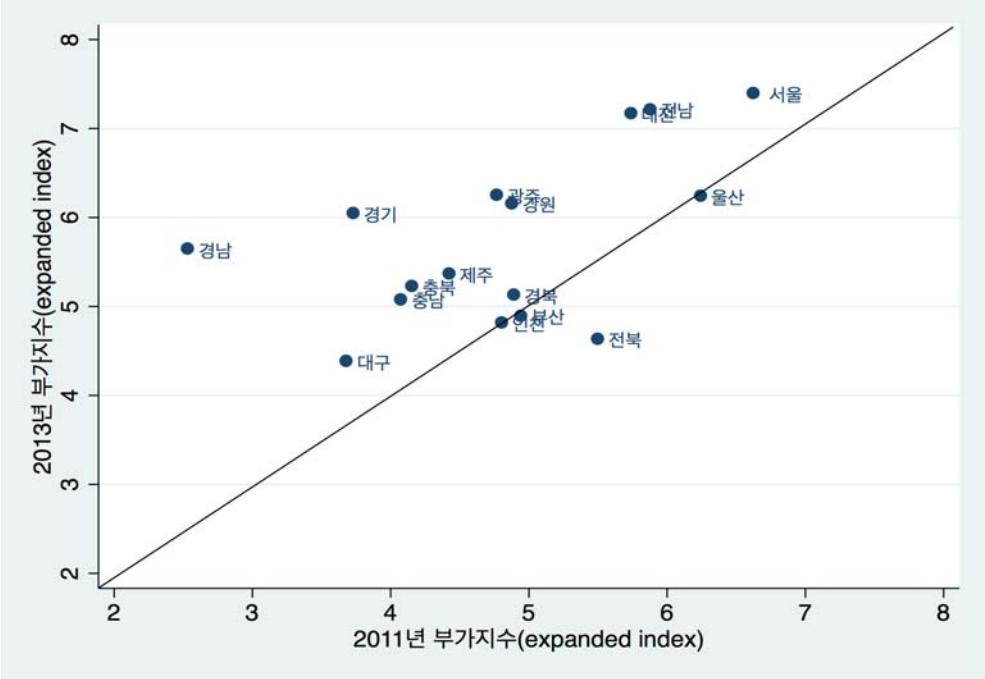
[그림 1] 기부지수 산점도



[그림 2] 핵심지수 산점도



[그림 3] 부가지수 산점도


2013년 부가지수(expanded index)
2011년 부가지수(expanded index)
2
3
4
5
6
7
8
서울
대전
전남
광주
울산
경기
강원
경남
제주
충북
경북
충남
부산
인천
전북
대구