

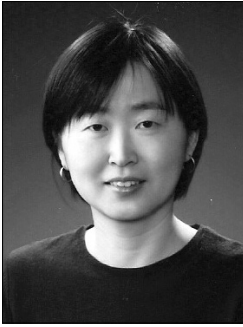
1. 한국인의 나눔 - 2011년도 한국 개인기부지수 결과 발표

제 1 2 회 국 제 기 부 문 화 심 포 지 엄 기 빙 코 리 아 2 0 1 2

연구자 | **노연희** (가톨릭대학교 사회복지학과 교수)

조사기관 | **Hankook Research**





노연희 Yeon-hee Rho / E-mail: yxr3@catholic.ac.kr

가톨릭대학교 사회복지학과 교수
아름다운재단 기부문화연구소 연구위원

가톨릭대학교 사회복지학전공 부교수로 최근의 주요논문으로 “결혼이주여성의 사회적 연결망 특성에 대한 연구: 자아 중심적 연결망 분석을 통하여. (『한국사회복지학』. 64(2). 2012). “직원의 기부 및 자원봉사참여, 기업사회공헌에 대한 태도 그리고 조직몰입간의 관계 연구” (『한국사회복지학』 62(4). 2010). “사회복지조직의 기부자관리 및 조직의 기부자 인식이 기부행위에 미치는 영향에 관한 연구” (『한국사회복지행정학』 13(1), 2011) 등이 있다. 주요 관심분야는 비영리 조직관리, 자원동원, 다문화주의, 프로그램개발과 평가 등이 있다.

한국인의 나눔: Giving Index 2011

노연익
계원대학교 사회복제학과 부교수

I. Introduction

연구배경

• 연구배경

한국인의 나눔행동의 동향에 대해 지속적인 이해를 구축하는 것이 필요

연구목적

2011년도에 행해진
한국인의 다양한 형태의 기부 및 자원봉사 행동을
탐색해 보고자 함: Who gives what, how much,
why, how, and where?

연구내용

한국인의
기부 및 자원봉사행동:
무엇에 대해 얼마나
참여하는가?

한국인의 나눔의 동기,
방법, 대상 분석:
왜, 어떻게, 어디에
참여하는가?

한국인 나눔의
중단과 지속에
대한 분석:
왜 기부를
중단하는가?

조사설계

구분	내용
모집단	전국에 거주하는 만 19세 이상 성인남녀
표본수	1,829명
표본추출	1단계 : 다단계 지역표본추출 (조사지점 선정) 2단계 : 지역별/성별/연령대별 할당표본추출 (응답자 선정)
표본오차	무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.0\%$
조사방법	대면면접조사 [Face-to-Face Interview]
조사도구	구조화된 질문지 [structured questionnaire]
조사기간	2012.6.21 ~ 7.26
조사기관	[주]한국리서치

조사내용

구분	내용
자원봉사 실태	자원봉사 참여 여부 자원봉사 활동처 자원봉사 시간 정기적 자원봉사 참여 여부 정기적 자원봉사 참여 빈도 자원봉사 활동처 인지경도 자원봉사 활동 방법 자원봉사를 하지 않은 이유
기부 실태	기부 참여 여부 기부처 기부금액 정기적 기부 참여 여부 정기적 기부 참여 빈도 기부처 인지경도 기부 방법 기부의 내적동기 기부의 외적요인 기부 확대 계획 기부를 하지 않은 이유
기부관련 경험	기부중단/변경 여부 기부지속여부 기부대상조직에 대한 인식
기부 의향 및 계획	향후 1년 내에 기부할 의향 기부 결정 시 고려사항 단체/시설/기관 기부 시 고려사항 기부 금액 사용 혁명 분야 기부 금액 사용 혁명 대상 기부 금액 사용 혁명 단위

조사내용

구분	내용
유산기부에 대한 인식	유산 기부 의향 유산 기부 의향 비율 유산 기부 의향 형태 유산 기부 장애 요인
나눔교육에 대한 인식	나눔 교육 경험
기부와 인터넷 활용	기부 시 인터넷 활용 경험 기부 시 인터넷 활용도
기부문화에 대한 인식	기부 문화 활성화를 위해 필요한 것
시설/기관/ 단체에 대한 신뢰도	시설/기관/단체에 대한 신뢰도

SUMMARY: 순수 자원봉사와 기부활동의 경향

구분	경향
순수자원봉사활동	- 자원봉사 활동 참여의 지속적 증가 - 자원봉사 시간 및 정기적 참여는 이전과 유사 - 활동처: 자선단체가 주된 대상이지만, 비공식적 유형 역시 중요 - 인지경로: 가족이나 지인, 개인적 모임 등 개인적 관계망 중요
순수기부활동	- 기부 참여, 기부금액, 정기적 참여 수준은 지속적 증가추세 - 기부처: 자선단체가 주된 대상 - 인지 경로: 대중매체, 기관의 홍보가 중요 비공식적 개인적 관계망 역시 중요 - 기부방식: 자동이체 방식 지속적 증가

II-1. 자원봉사 참여여부

• Summary

- 26.5%가 일반자원봉사에 참여 (2007년 15.8%, 2009년 23.9%로 지속적 증가추세)
- 종교자원봉사까지 포괄하는 경우에는 31.5%가 참여

(단위 : %)

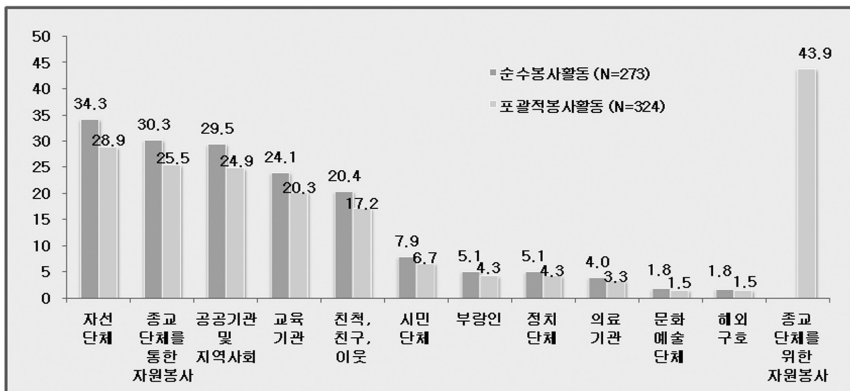


II-2. 자원봉사 활동처

• Summary

- 참여자 중 자선단체를 통한 자원봉사가 매우 높은 비중
- 종교단체를 통한 자원봉사가 그 다음으로 높은 비중
- 비공식적 자원봉사(친척, 친구, 이웃, 부랑인 대상 25.5%)의 비중도 주목할만한 규모

(단위 : %)

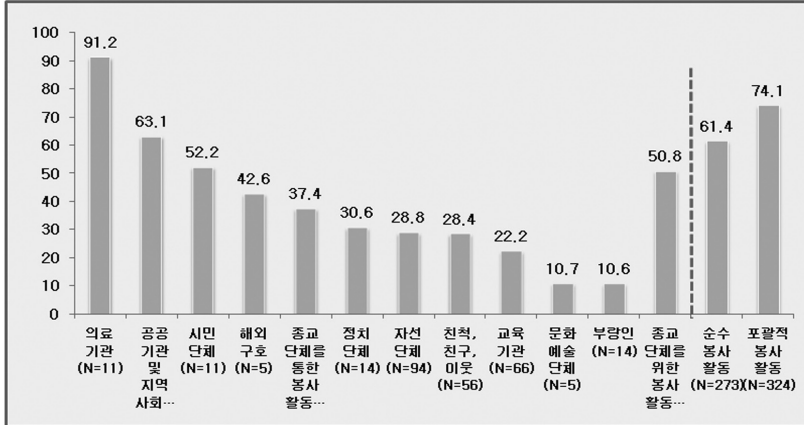


II-3. 자원봉사 시간

• Summary

- 참여자 중 평균시간은 일반자원봉사의 경우 연간 61.4시간 (2009년 61.9시간 과 유사)
- 참여자 중 일부는 여러 곳에서 동시에 자원봉사활동을 전개하고 있기에 전체 평균이 높음

(단위 : %)

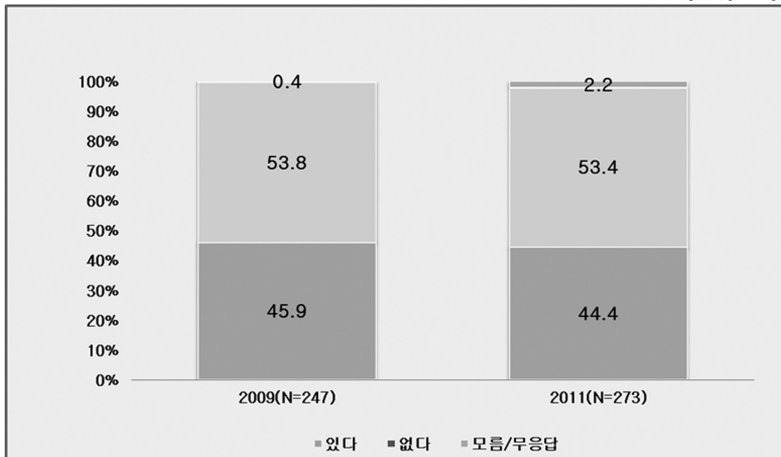


II-4. 정기적 자원봉사 경험

• Summary

- 정기적 자원봉사의 경험은 44.4%

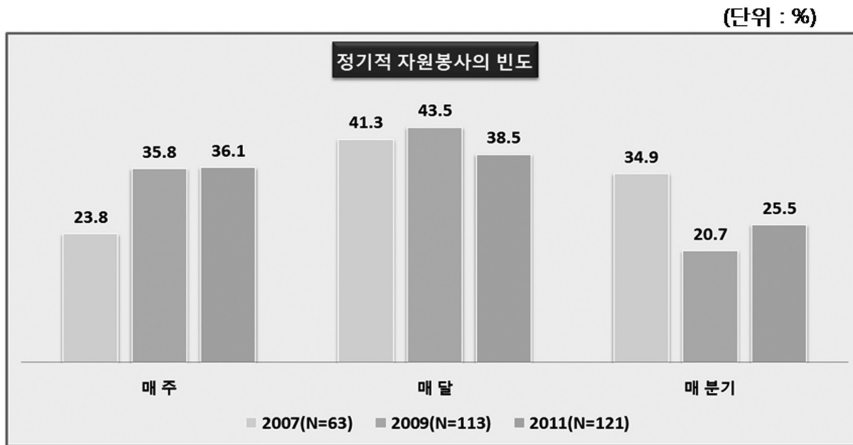
(단위 : %)



II-5. 정기적 자원봉사 참여 빈도

• Summary

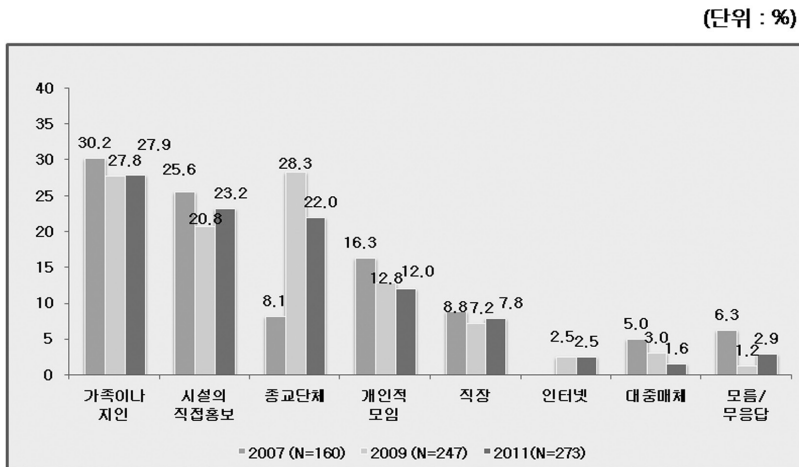
-2007년, 2009년 과 비교할 때 매주 정기적으로 자원봉사를 하는 비율이 증가하고 있음



II-6. 자원봉사 활동처 인지 경로

• Summary

- 자원봉사의 활동처 인식에서 새 경로가 주목됨: 종교단체, 직접홍보, 지인
- 가족이나 지인, 개인적 모임 등(39.9%)로 개인적 관계망이 중요성을 지님

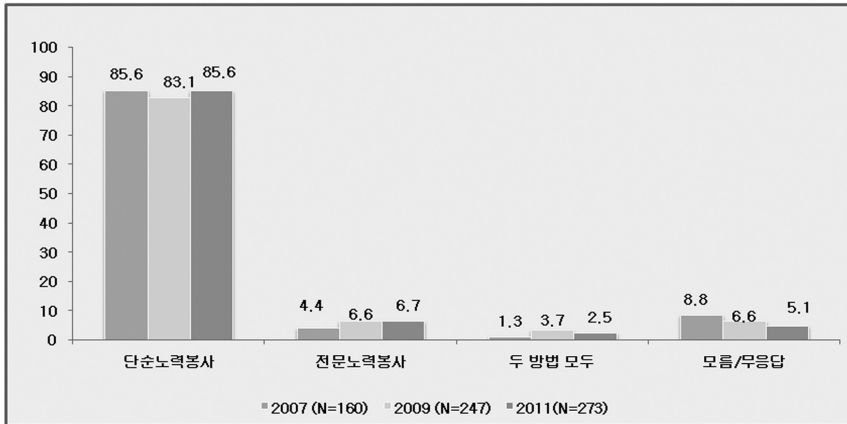


II-7. 자원봉사 활동 방법

• Summary

- 단순노력봉사가 여전히 85% 이상의 수준임
- 개인의 능력이나 재능 등을 고려한 다양한 방식의 자원봉사 기회제공 노력이 필요함을 제시

(단위 : %)

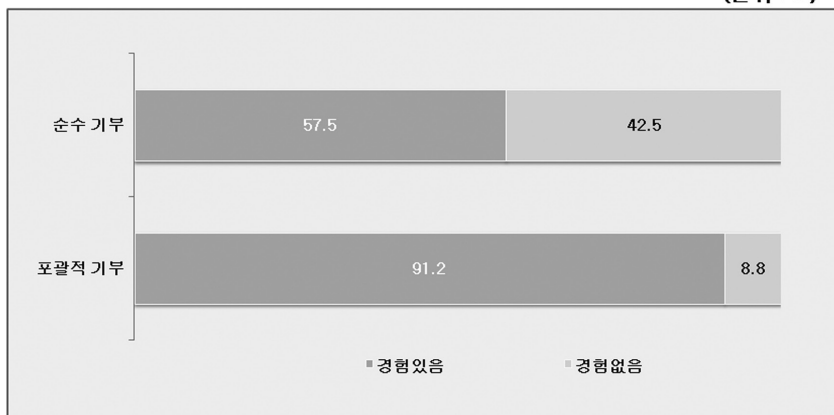


III-1. 기부 참여 여부

• Summary

- 57.5%가 순수한 자선적기부 참여 (2009년 55.7%)
- 종교적 기부 및 상호부조형 기부, 즉 경조사까지 포괄하는 경우에는 91.2%가 참여

(단위 : %)

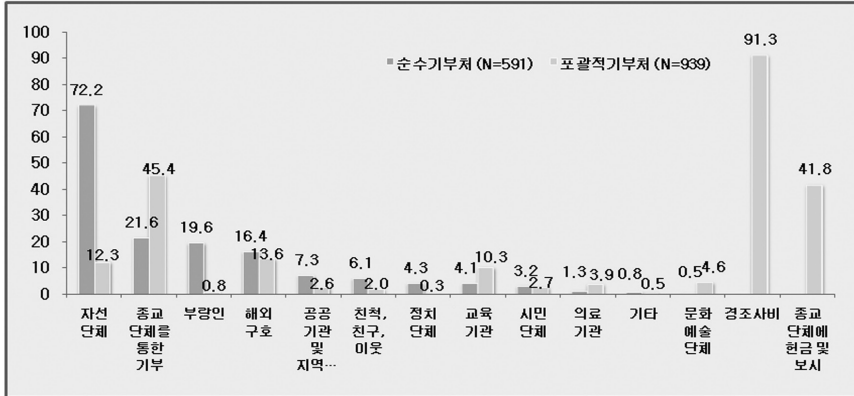


III-2. 기부처

• Summary

- 참여 자 중 자선단체에의 기부가 가장 높은 **72.2%**를 차지; 정치, 교육, 시민단체, 의료기관, 문화예술 단체에 대한 기부는 **5% 이하**
- 경조사를 통해 상호부조에 참여하는 경우는 **91.3%**
- 비영리 조직 또는 단체만으로 한정하는 경우 약 **47%** 정도임

(단위 : %)

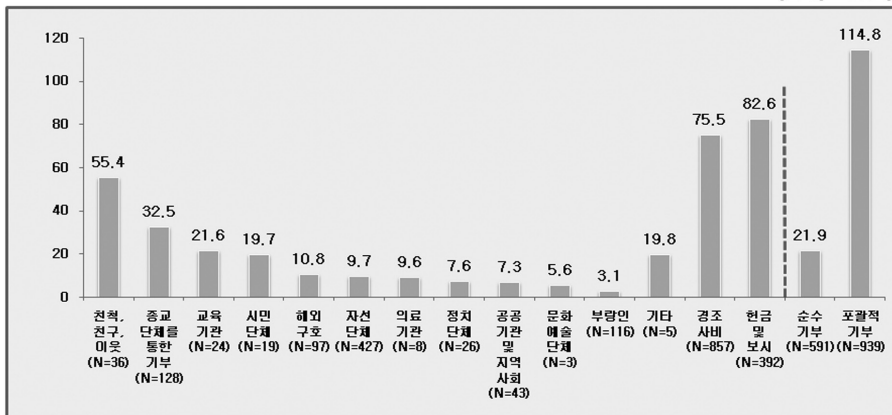


III-3. 기부금액

• Summary

- 기부에 참여하는 시민의 자선적 순수기부의 연간 평균은 **21.9만원**, 경조사비는 **75.5만원**, 종교적 기부는 **32.5만원**의 규모

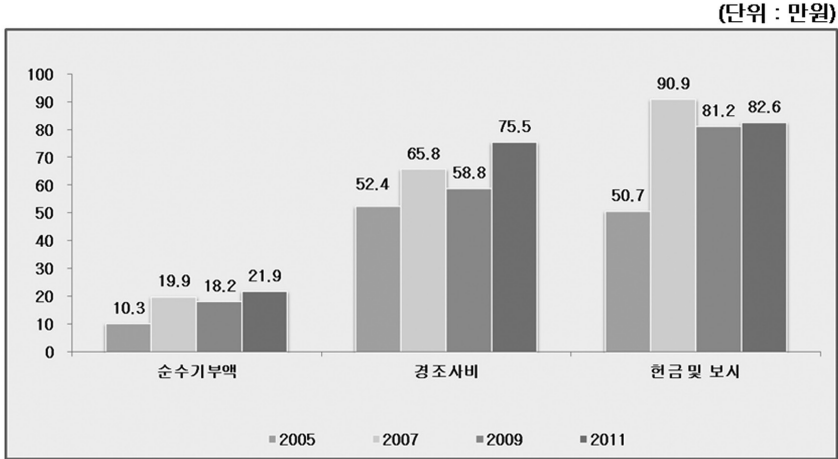
(단위 : 만원)



III-4. 기부금액의 변화추세

• Summary

- 순수기부액의 경우 지속적으로 증가하고 있는 추세임

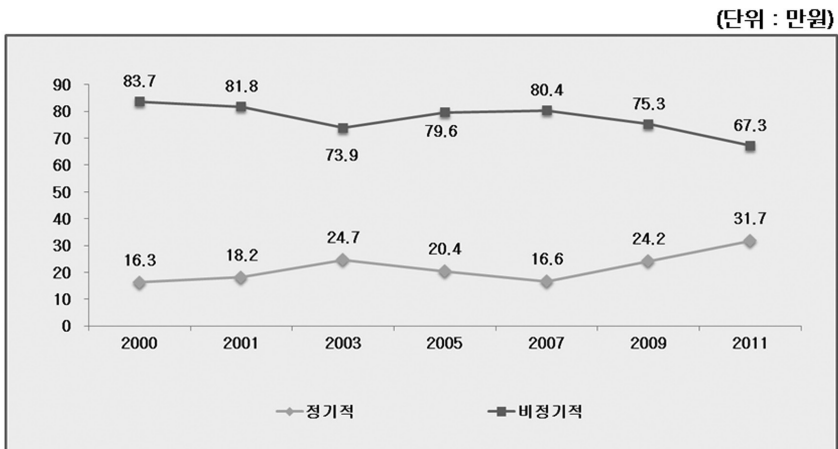


III-5. 정기기부 참여 여부

• Summary

- 2011년 정기적 기부참여는 약31.7%로 순수기부액과 마찬가지로 꾸준히 증가하고 있음

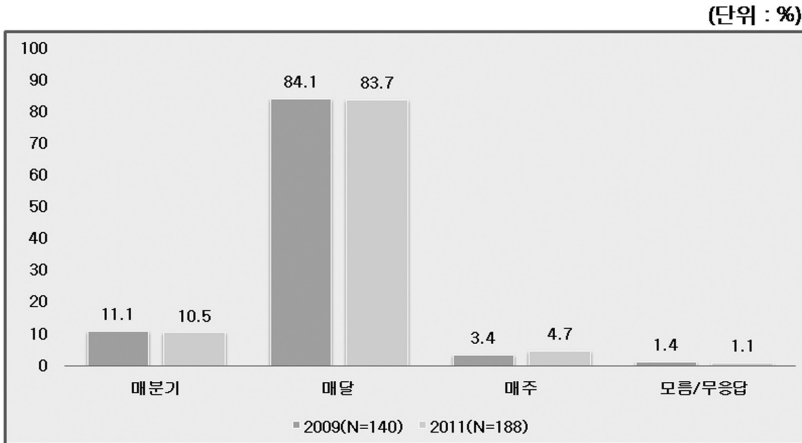
- 비정기적(또는 일시적) 기부는 점차 감소하는 추세임



III-6. 정기적 기부 참여 빈도

• Summary

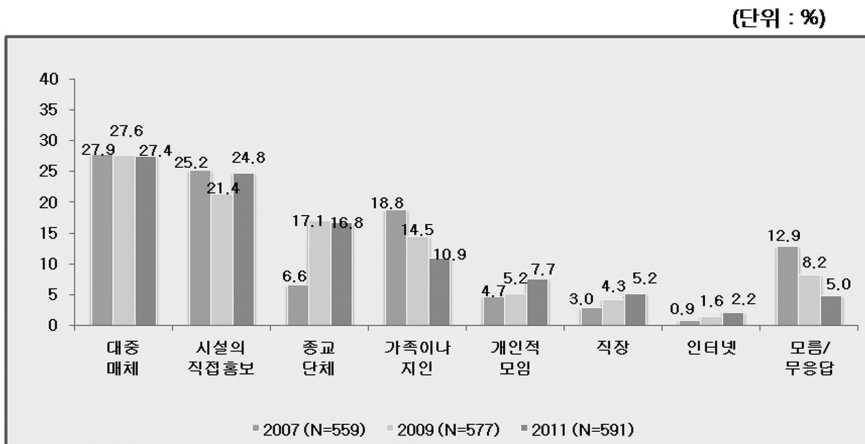
-정기적 참여자중 참여 빈도는 매달 기부가 83.7%로 가장 높은 비율(2009년과 유사한 경향)



III-7. 기부처 인지 경로

• Summary

-기부의 대상에 대한 인지에서는 지속적으로 대중매체의 기여 및 시설의 직접 홍보가 돋보임
-자원봉사자와 마찬가지로 가족, 지인, 종교단체 및 직장 등 개인적 관계망이 기부처 인지경로로 중요하게 활용되고 있음

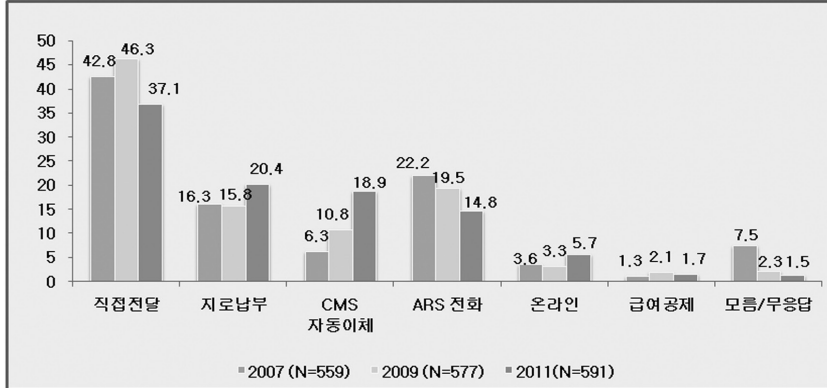


III-8. 기부 방법

• Summary

- 기부방법에 있어 직접전달이 여전히 주도적이지만, **CMS** 자동이체 및 급여공제가 증가하고 있음
- 기부방식을 기부자가 직접적 행동을 필요로 하는 경우와 자동이체 방식으로 재분류하는 경우 역시 직접행동방식이 압도적으로 높게 나타남

(단위 : %)

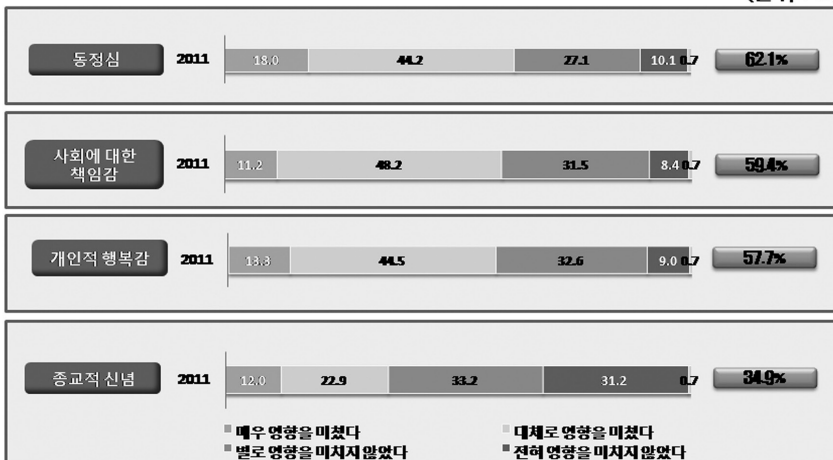


III-9. 기부의 내적 동기

• Summary

- 내적 기부동기의 순서는 동정심이 가장 높아 주로 '불쌍하다' '힘들겠다' '안되겠다' 등의 느낌에서 비롯되는 나눔임
- 2009년 (54.8%) 에 비해 사회적 책임감(social responsibility) 다소 증가하였음

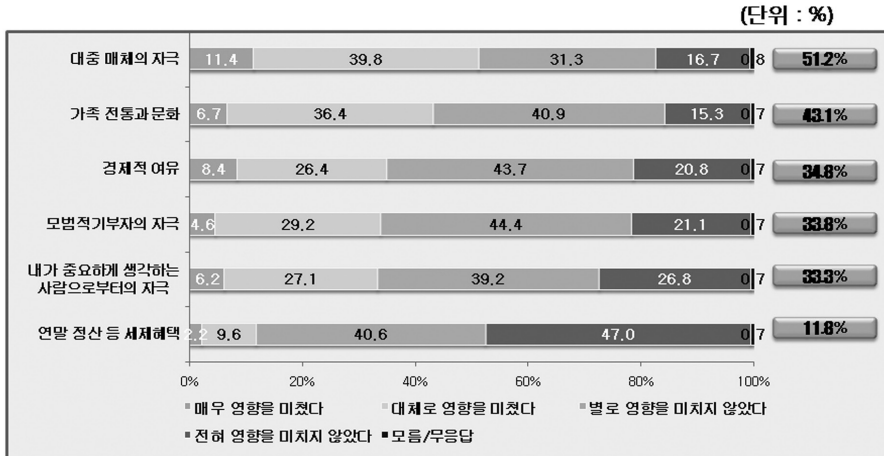
(단위 : %)



III-10. 기부의 외적 요인

• Summary

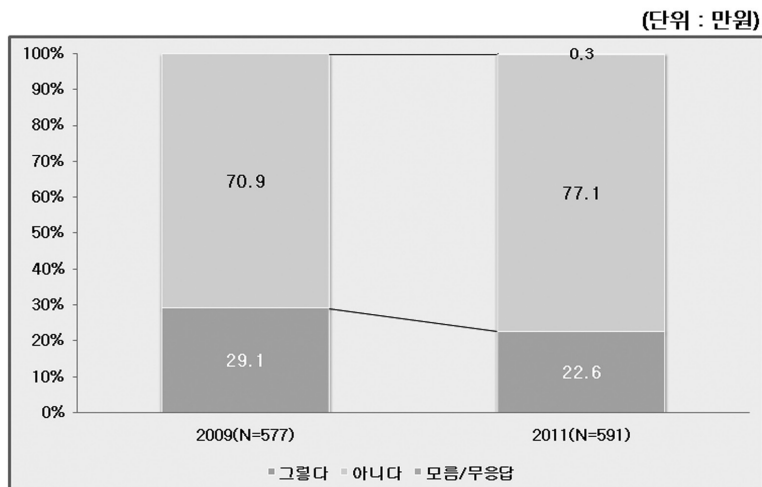
- 외적 기부동기의 순서는 대중매체의 자극, 가족의 전통, 경제적 여유, 타인의 나눔행동에 의한 자극, 내가 중요하게 생각하는 사람으로부터의 자극
- 새 세대의 동기는 매우 미약함



III-11. 기부액 및 기부처 확대 계획

• Summary

- 기부액이나 기부의 대상을 확대하겠다는 경우가 22.6%로 2009년에 비해 감소하였음

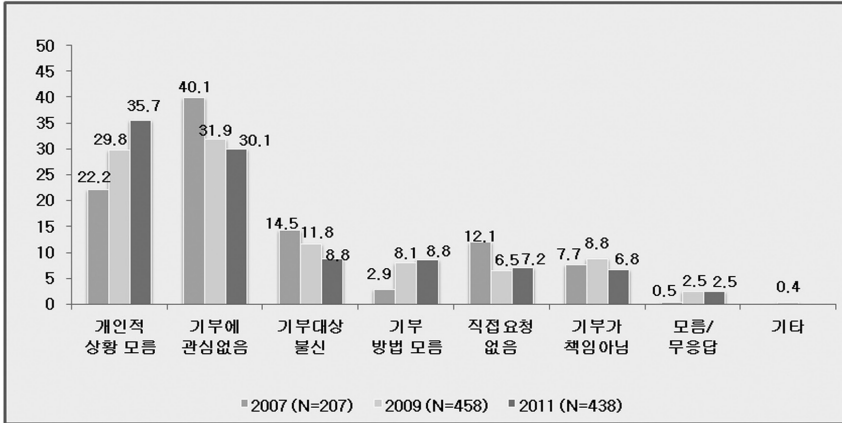


III-12. 기부를 하지 않은 이유

• Summary

- 기부를 하지 않은 이유는 '기부에 대한 관심이 없어서'와 '개인적 상황'이 주를 이룸
- 특히 기부자체에 관심이 없다는 응답의 감소는 앞으로 기부가 확대될 가능성을 간접적으로 보여주는 것이기도 함

(단위 : %)

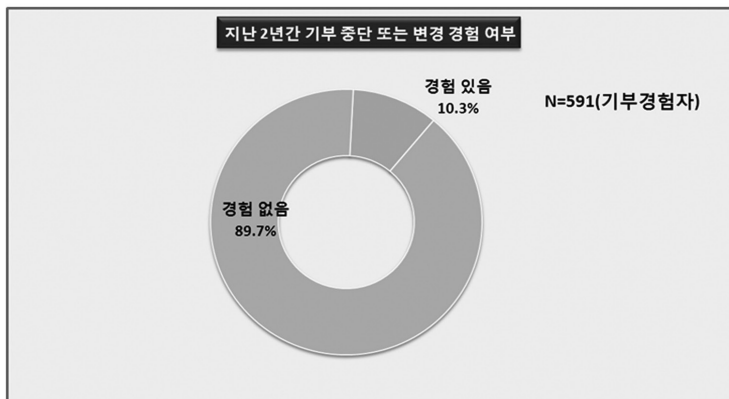


IV-1. 정기적 기부 중단 및 변경 경험: 단체/조직 기부자

• Summary

- 기부경험이 있는 사람 중 단체나 조직에 대한 정기기부를 중단하거나, 기부처를 변경한 경험이 있는 비율이 약 **10%** 정도임(기간의 차이때문에 신중한 해석이 필요함)
- 전체 응답자를 기준으로 **5.9%**

(단위 : %)



IV-2. 정기적 기부 중단 및 변경자: 단체/조직에 대한 인식

• Summary

- 기부중단 또는 변경 경험자는 대체로 기부와 기부대상조직에 대해 긍정적인 태도를 지니고 있음
- 그러나 보통이라고 응답한 비율도 비교적 높는데, 이는 기부 또는 기부조직에 대한 별다른 관심을 보이지 않는 것이라고 해석될 가능성도 있음

(단위 : %)

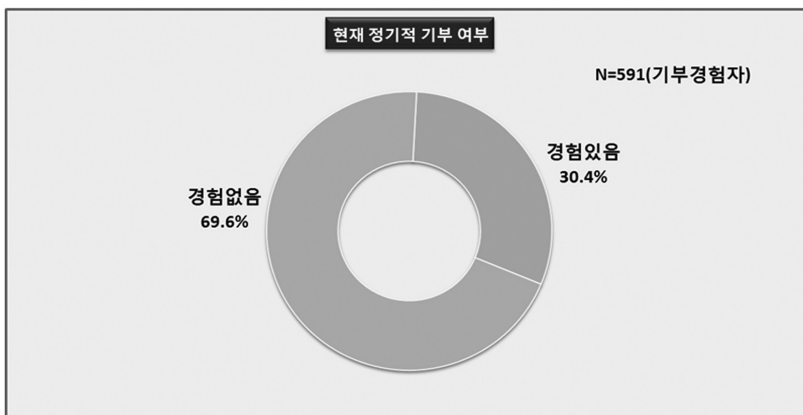
인식	그렇다	보통이다	그렇지 않다	모름/무응답	계
기부가 경제적 부담	19.3	22.9	45.2	12.5	100.0
적절한 기부액 요청	24.3	17.9	45.2	12.5	100.0
기부에 대한 고마움 표시	50.4	24.9	12.2	12.5	100.0
문의에 성의있는 응답	42.3	34.4	10.7	12.5	100.0
연락방식이 마음에 들지 않음	11.9	26.9	48.7	12.5	100.0
기부금 사용내역 알려줌	40.4	16.1	31.0	12.5	100.0
기부사실을 인식하게 해줌	36.0	26.3	25.2	12.5	100.0
나의 기부를 중요하지 않다고 여감	4.8	28.0	54.7	12.5	100.0
기부에 대한 행복감	47.6	31.3	8.6	12.5	100.0
기부금 사용에 대한 신뢰	50.0	25.4	12.0	12.5	100.0
기부의 세제혜택 및 각종혜택	21.0	24.5	42.0	12.5	100.0
기부가 다른사람 및 사회에 도움	50.7	24.8	11.9	12.5	100.0
사회에 도움되는 방식으로 활동함	41.1	34.3	12.0	12.5	100.0

IV-3. 정기적 기부 지속 여부: 단체/조직 기부자

• Summary

- 현재 단체나 조직에 대해 정기적 기부를 지속하고 있는 사람은 전체 기부경험자 중 **30.4%**임
- 전체 응답자 중 **17.5%**

(단위 : %)



IV-4. 정기적 기부 지속자: 단체/조직에 대한 인식

• Summary

- 기부자속자의 경우 대체로 기부나 기부대상조직에 대해 긍정적 태도를 지니고 있는데, 특히 기부금 사용에 대해 신뢰 그리고 기부에 대한 행복감을 느낀다고 응답한 비율이 높음
- 다만 기부액의 적절한 요청이나 경제적 혜택 등에 있어서 긍정적 인식이 다소 낮음

(단위 : %)

인식	그렇다	보통이다	그렇지 않다	모름/무응답	계
기부가 경제적 부담	6.2	16.9	76.9	0.0	100.0
적절한 기부액 요청	21.6	22.1	55.3	1.1	100.0
기부에 대한 고마움 표시	59.9	24.4	14.6	1.1	100.0
문의에 성의있는 응답	53.0	30.7	15.8	0.6	100.0
연락방식이 마음에 들지 않음	11.1	19.7	68.6	0.6	100.0
기부금 사용내역 알려줌	50.2	25.9	23.4	0.6	100.0
기부사실을 인식하게 해줌	53.8	25.4	20.2	0.6	100.0
나의 기부가 중요하지 않다고 여감	12.6	21.2	65.6	0.6	100.0
기부에 대한 행복감	69.6	23.1	6.8	0.6	100.0
기부금 사용에 대한 신뢰	73.7	18.6	6.7	1.0	100.0
기부의 세제혜택 및 각종혜택	28.5	28.6	42.3	0.6	100.0
기부가 다른사람 및 사회에 도움	65.3	24.0	10.1	0.6	100.0
사회에 도움되는 방식으로 활동함	67.1	24.4	7.9	0.6	100.0

IV-5. 정기적 기부 지속자: 단체/조직 기부자의 기부 특성

• Summary

- 기부충단(변경자)와 기부자속자 모두 기부대상조직에 대해 비교적 긍정적으로 인식하며, 유의미한 차이를 보이지 않음
- 정기기부자의 기부처 인지에 있어서 개인적 관계망의 중요성, 자동이체와 같은 주요 기부방식 및 주요한 기부동기로서 동경심을 고려하면, 기부 그 자체 및 기부대상 조직의 관리 활동에 대한 별다른 관심을 보이지 않는 것으로 추론 할수 있음

(단위 : %)

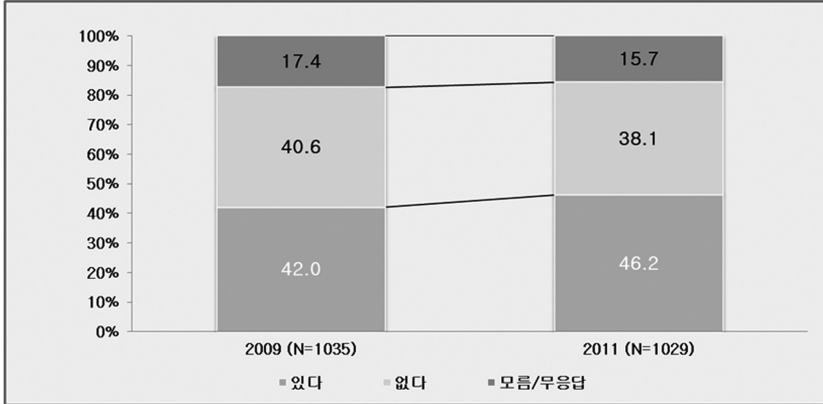
	기부처 인지경로				기부방법		
	자발적 정보 수집	개인적 관계망	기부처 활동	계	직접 전달 방식	자동이체 방식	계
정기적 기부	24.3	57.9	17.8	100.0	34.6	65.4	100.0
비정기적 기부	38.8	27.9	33.3	100.0	91.4	8.6	100.0
전체	34.1	37.7	28.2	100.0	73.2	26.8	100.0

V-1. 기부 의향

• Summary

- 향후 1년 내 기부할 의향이 있는 사람은 **46.2%**로 2009년에 비해 증가하였음

(단위 : %)

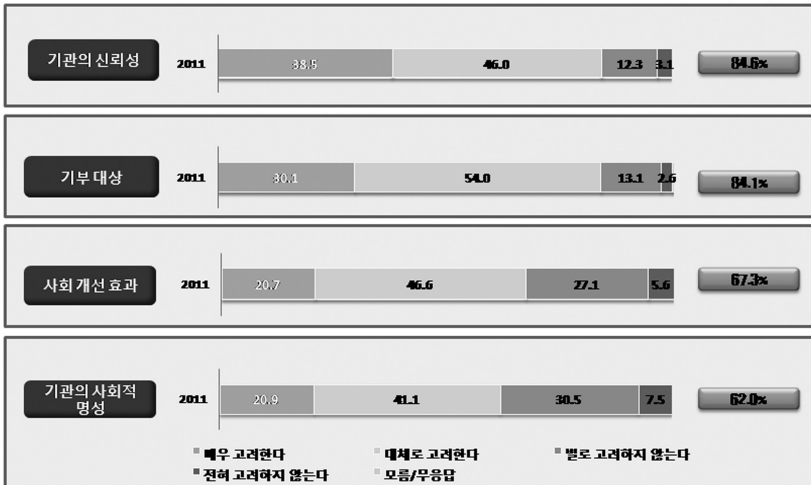


V-2. 기부 결정시 고려사항

• Summary

- 기부의 결정과정에서 고려되는 것 중 지속적으로 주도적인 것은 누가 최종 기부대상인지 그리고 매개하는 기관이 신뢰성을 지닐 수 있는지 인 것으로 나타남

(단위 : %)



V-3. 단체/시설/기관 기부 시 고려사항

• Summary

- 단체나 시설에 기부를 하는 경우에는 그 기부대상 단체의 투명성을 가장 중요하게 고려함
- 동시에 기부액의 선택 가능성 역시 매우 중요하다는 점은 기부처가 되는 비영리조직이나 단체의 기부전략 수립시 기부자의 특성분석의 필요성을 보여주는 것임

(단위 : %)

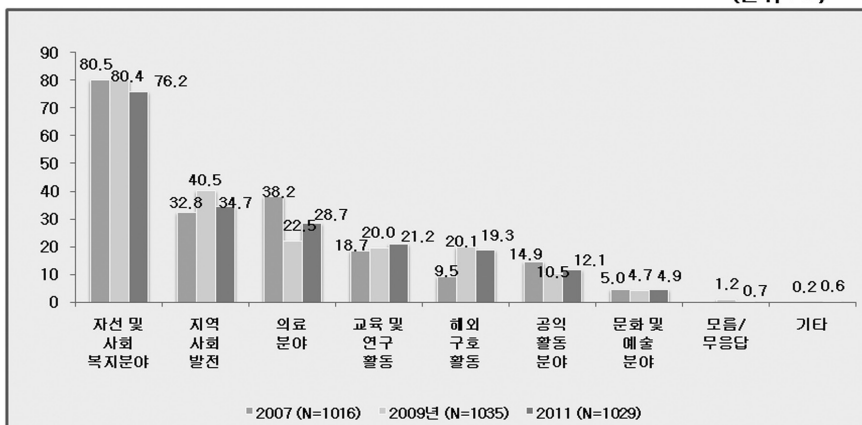


V-4. 기부금품 사용 희망 분야

• Summary

- 기부의 사용희망분야에서는 자선 및 사회복지가 지속적으로 주도적임

(단위 : %)

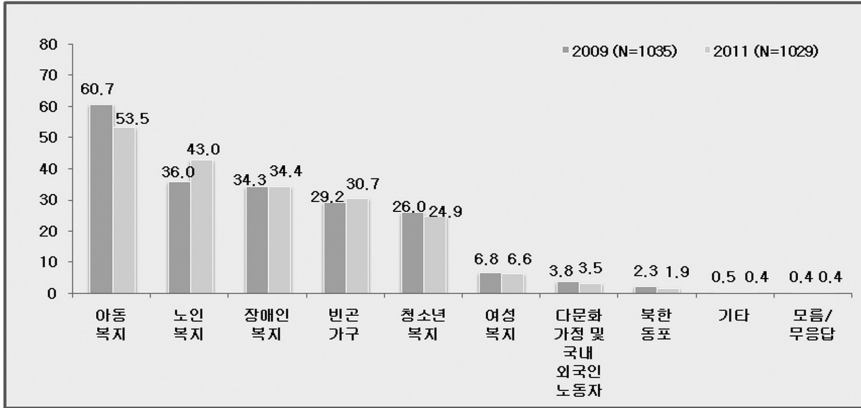


V-5. 기부금품 사용 희망 대상

• Summary

- 가부의 대상으로 가장 선호되는 인구는 아동이고, 그 다음이 노인과 장애인 및 빈곤가구임
- 다문화가정 및 외국인 노동자 그리고 북한동포는 상대적으로 선호도가 낮은 편임

(단위 : %)

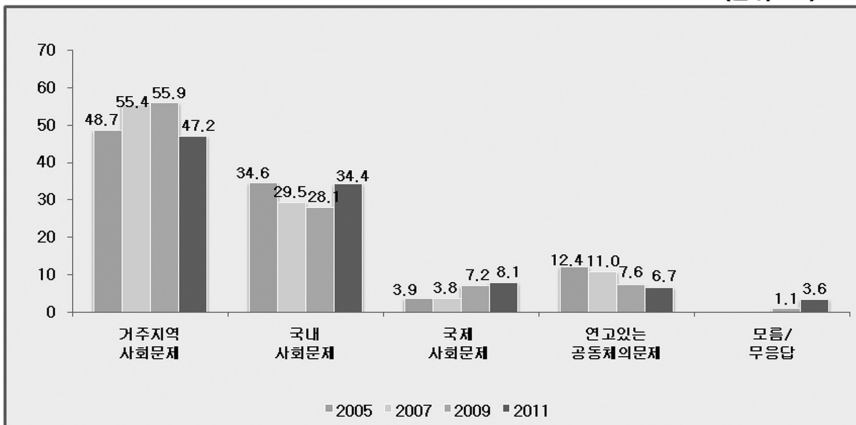


V-6. 기부금품 사용 희망 단위

• Summary

- 대상이 누구든 어디에서 기부금이 사용될 것 원하는지와 관련해서 가장 선호되는 단위는 본인의 직접적인 준거집단이 되는 거주 지역사회임
- 그러나 좀 더 광범위한 차원에서 국내 및 국제사회문제 지속적으로 증가하였음

(단위 : %)

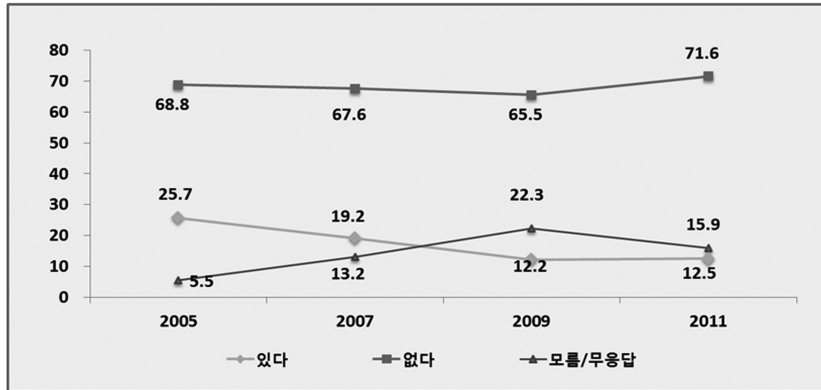


VI-1. 유산기부 의향

• Summary

- 유산기부의 의향은 **12.5%**로 2009년과 유사함
- 그러나 유산기부의향이 없다는 비율(**71.6%**)의 증가경향은 유산기부에 대해 모르는 사람 수의 감소 경향을 동시에 고려할 때 유산기부 관련 정보를 효과적으로 제공하는 것이 필요함

(단위 : %)

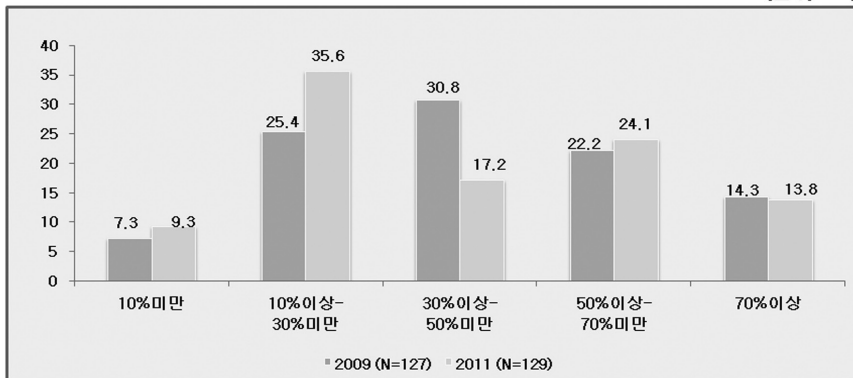


VI-2. 유산기부 희망 비율

• Summary

- 유산기부의 비중을 전 재산 중 어느 정도로 생각하는지를 보면, 고려하는 이들 중에서의 분포는 **10% 이상 30% 미만** 정도를 가장 많이 고려하고 있음
- 희망비율이 2009년에 비해 그 규모가 다소 낮아진 것은 유산기부의향이 없다는 비율의 증가와 동시에 고려하면 이와 관련된 효과적이고 적절한 정보의 제공과 교육이 필요함을 보여줌

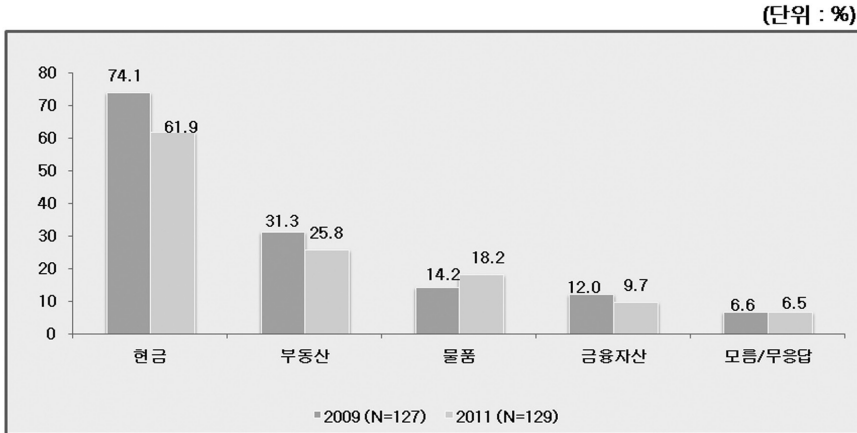
(단위 : %)



VI-3. 유산기부 희망 형태

• Summary

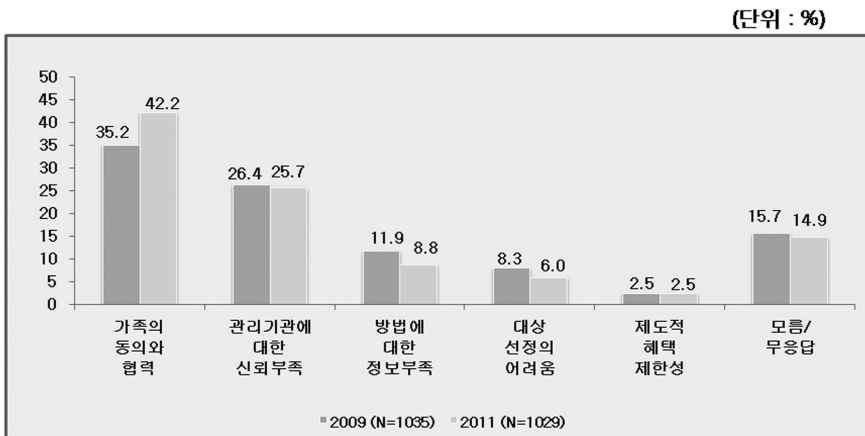
- 유산기부의 희망형태와 관련하여 대다수는 현금과 부동산임. 그러나 2009년에 비해 다소 감소함
- 그러나 기타의 물품(소장품)에 대한 고려도 증가하는 양상임



VI-4. 유산기부 장애 요인

• Summary

- 유산기부 고려시 가장 장애가 되는 것은 바로 가족임
- 그 다음이 과연 나의 유산을 신뢰 있게 관리해줄 것인가와 방법에 대한 무지 및 대상 선정에서의 어려움임. 기부처의 신뢰성을 높이고, 기부관련 정보를 제공하는 등의 전략이 사회적으로 필요함
- 제도적 혜택의 내용과 규모는 매우 비율이 낮아 부차적인 것으로 인식한다고 볼 수 있음

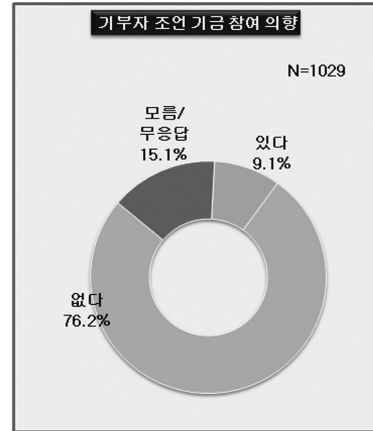
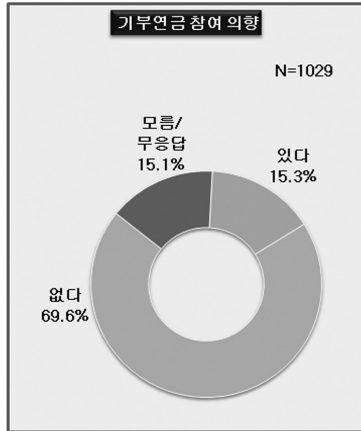


VI-5. 기부연금 참여 의향

• Summary

- 연금방식으로 기부에 참여할지에 대한 의향은 기부연금의 경우는 **15.3%** 그리고 기부자조연기금은 **9.1%**로 대다수의 사람들이 이에 대해 잘 모르고 있는 것으로 보임
- 따라서 이에 대한 적절한 정보의 제공과 교육이 필요할 것으로 보임

(단위 : %)

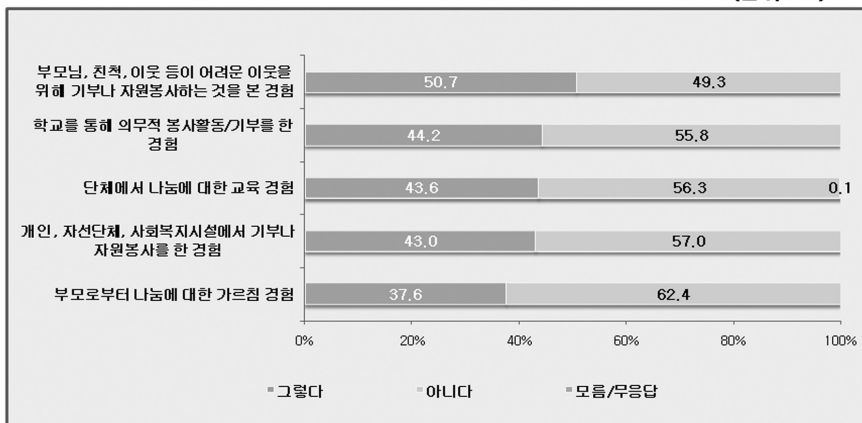


VII-1. 나눔교육에 대한 인식 : 나눔교육 경험

• Summary

- 한국사회에서 나눔의 가르침은 다양한 곳에서 전개되고 있어 나눔교육의 경험이 보편화되고 있으나 여전히 나눔교육은 광범위하게 필요한 상황

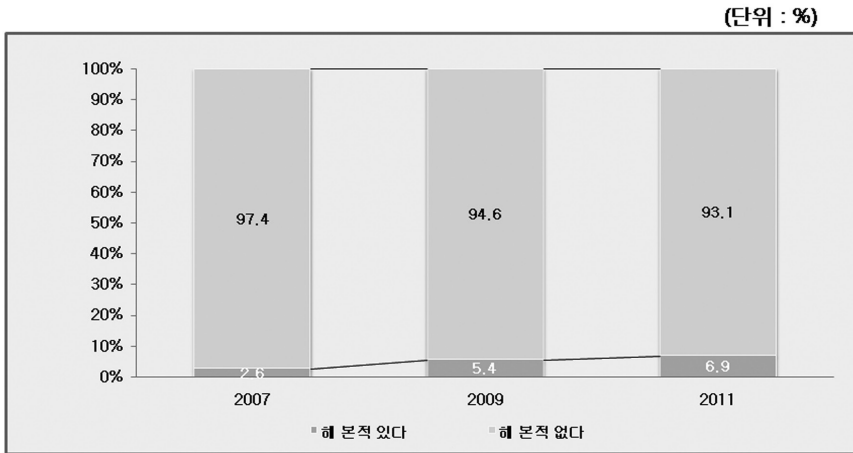
(단위 : %)



VII-2. 기부 시 인터넷 활용 경험

• Summary

- 인터넷을 통한 기부는 아직은 미약한 수준이나 점차 증가하는 양상임

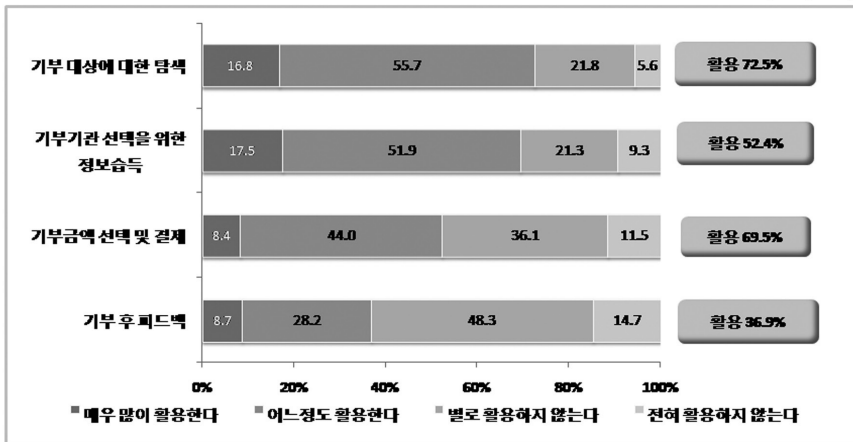


VII-3. 기부시 인터넷 활용도

• Summary

- 기부대상에 대한 자료의 탐색을 위해 인터넷을 가장 많이 활용하며, 이후 기부를 하는 상황에서 기부액의 선택 및 결제 등 편의성을 위해 활용하고 있음
- 그러나 기부후의 기부대상에 대한 피드백 등에 대한 적극적 활동 등에서는 활용수준이 비교적 낮음

(단위 : %)

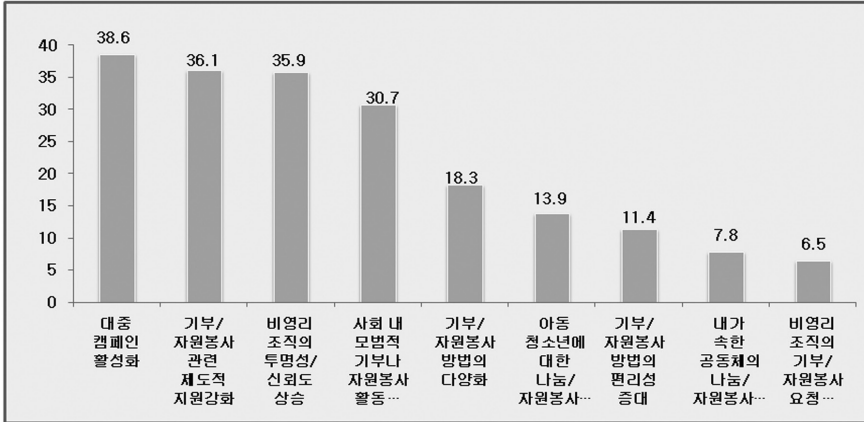


VII-4. 기부문화 활성화를 위해 필요한 것

• Summary

- 한국사회에서 나눔이 더 보편화되기 위해서는 대중 캠페인 등을 통해 일반 시민들이 기부에 대한 정보를 얻을 수 있도록 하고, 기부에 대한 제도적 지원의 마련이 필요한 것으로 제시됨
- 이와 함께 기부의 주된 대상이 되는 비영리조직의 투명성과 신뢰성 강화, 지도층에 의한 모범적 기부나 자원봉사 활동의 활성화 등이 필요한 것으로 인식하고 있음

(단위 : %)

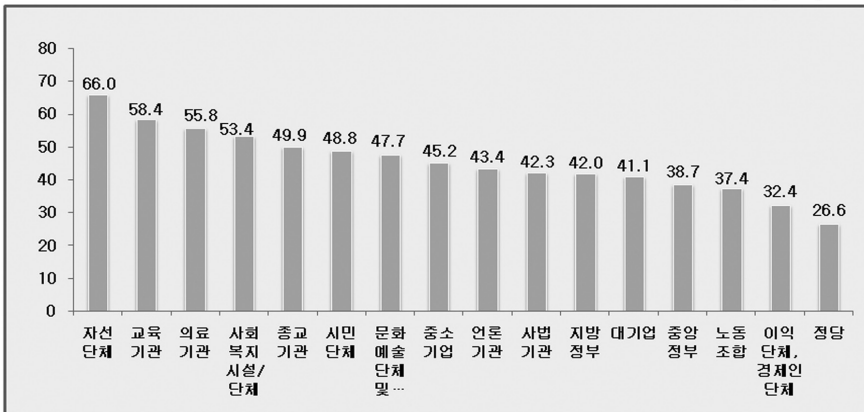


VII-5. 한국사회의 구성기관에 대한 신뢰도

• Summary

- 나눔은 신뢰와 직접적으로 연관되는 다양한 사회기관에 대한 신뢰도를 살펴보면, 가장 높은 신뢰를 받는 기관은 전횡적으로 비영리조직으로 인식되는 자선단체임
- 가장 낮은 수준의 신뢰도를 보이는 기관은 주로 대기업, 정부, 노동조합, 이익단체 및 정당 등으로 사회적으로 공적 역할이 강조되는 조직들임

(단위 : %)



VIII. 결론 및 논의: 2011년 한국인의 나눔행동의 양상

•나눔의 폭과 질

- 한국인의 나눔의 참여 폭은 꾸준히 증가하고있으며, 특히 기부의 경우 기부의 규모 확대 및 정기적 행동의 증가를 고려할 때, 나눔의 질 역시 제고되고있음

•기부와 자원봉사

- 기부와 자원봉사의 관계는 보완적일 수도 있으나 선택적인 차원에서도 기능하는데, 한국사회에서는 기부의 용이성으로 인해서 순수자선기부가 일반자원봉사보다는 보다 보편적임; 즉 기부의 선택이 보다 보편적인 상황

•다양한 형태의 기부

- 순수자선기부, 종교적 기부, 상호부조적 기부(경조사) 중 참여의 폭에서는 경조사가 가장 보편적이고, 그 다음이 순수자선기부와 종교적 기부임
- 규모의 측면에서 보았을 때는 종교적 기부, 경조사, 순수자선기부의 순서임
- 순수기부만을 대상으로 하는 경우 한국인의 상대적 기부수준과 기부의 정기성 등은 꾸준히 향상되고 있음

•종교와 나눔

- 한국인의 나눔행동에서 종교기관이 기부대상으로서 동시에 기부를 하게 되는 중요한 통로로 활용됨

•기부의 중단과 지속

- 정기적 기부참여자 중 기부중단 또는 변경자 그리고 기부지속자 모두 기부대상조직(단체)에 대해 비교적 긍정적 태도를 지니고 있음
- 기부의 중단이나 기부처 변경 요인에 대한 좀 더 세밀한 분석은 기부전략 수립의 기반이 될 수 있음

VIII. 결론 및 논의

•동정심에 기반한 공공부조형 나눔의 우세

- 기부의 동기로서 동정심이 보다 강하게 작동하는 경향이 있고 나눔의 대상 선택과 관련해서도 역시 공공부조 대상자를 중심으로 나눔 대상이 선택되는 양상이 지속적으로 진행되는 상황

•나눔 다양성에서의 제한성

- 나의 직접적 준거집단이 되는 지역사회를 위한 나눔이 여전히 주도적이며, 좀 더 광범위한 국내 또는 국제 문제에 대한 관심 역시 점차 증대되고 있는 상황
- 그러나 나눔의 대상, 방식 등에 있어서 다양성을 향상시킬 수 있는 전략의 수립은 여전히 중요한 과제임

•유산기부 또는 기부연금에 대한 관심

- 유산기부의 의향이나 그 희망 비율 등이 증가하지 않았으며, 기부연금에 대한 낮은 인식 등은 경제적 상황이 반영되었을 뿐만 아니라, 이러한 새로운 기부방식에 대한 지속적인 교육과 홍보노력의 필요성을 보여주는 것임
- 가장 큰 어려움인 가족의 반대와 관련해서 이에 대한 사회문화적 성숙을 이끌기 위한 사회적 노력이 필요

•한국사회 나눔의 특성과 과제

- 나눔행위가 주로 방송 및 언론을 통해 이루어지고, 동정심에 기반한다는 점 등을 볼 때, 이러한 행위를 좀 더 체계화할 필요성이 있음
- 이를 위해서는 공동모금회나 아름다운 재단과 같은 대규모 모금단체의 노력뿐만 아니라, 개별 비영리조직 차원에서도 다양한 구체적 전략의 수립이 필요할 것으로 보임
- 나눔이 주요한 가치와 규범으로 자리잡을 수 있도록 제도화된 나눔 교육 및 나눔을 위한 체계화된 **infra-system**의 구축이 필요함