

『2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼』자료집

연대의 힘으로 만드는 변화

『2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼』자료집

연대의 힘으로 만드는 변화

2021. 07. 06. (화)

주최  (재)한국중앙자원봉사센터  한국사회적기업진흥원

협력  LIFEIN
사회적경제미디어

주최  (재)한국중앙자원봉사센터  한국사회적기업진흥원

협력  LIFEIN
사회적경제미디어

『2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼』자료집

연대의 힘으로 만드는 변화

2021. 07. 06. (화)

주최  (재)한국중앙자원봉사센터

 한국사회적기업진흥원

협력  LIFEIN
사회적경제미디어

연대의 힘으로 만드는 변화, 자원봉사와 사회적경제

개요

- 사업명** 2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼
- 주제** 연대의 힘으로 만드는 변화, 자원봉사와 사회적경제
- 일시** 2021년 7월 6일(화) 14:00~16:00
- 장소** 한국중앙자원봉사센터 회의실
- 진행방식** 중앙자원봉사센터 유튜브 실시간 중계
- 대상** 전국자원봉사센터, 사회적경제 관계자, 유관기관, 시민단체 등
- 주요내용** (키노트) 자원봉사와 사회적경제 상생을 위한 연대
(발제) 영역간 상호이해와 협력 위한 제도적·실천적 방안
(토론) 사회문제해결 위한 자원봉사·사회적경제 협업 방안 논의 및 사례 공유
- 주최** 한국중앙자원봉사센터, 한국사회적기업진흥원
- 협력** 라이프인 *사회적경제 분야 전문 온라인 언론사(사회적협동조합)

세부일정

시 간		내 용	비 고
14:00~14:05	5	행사안내 및 참석자 소개	좌 장 민영서 스파크 대표 사 회 김수지 중앙자원봉사센터 대리
14:05~14:20	15	키노트 자원봉사와 사회적경제 상생을 위한 연대 - (자원봉사) 권미영 한국중앙자원봉사센터장 - (사회적경제) 김인선 한국사회적기업진흥원장	
14:20~14:40	20	발 제 영역간 상호이해와 협력 위한 제도적·실천적 방안 제시 - (민윤경 성균관대학교 연구교수)	
14:40~15:20	40	토 론 사회문제해결 위한 사회적경제·자원봉사 협업 방안 논의 - (1 전상준 서울사회적경제지원센터 지속성장센터 총괄) - (2 박상희 광주 광산구자원봉사센터장) - (3 정미정 에이팟코리아 이사장) - (4 송소연 라이프인 기자)	
15:20~15:50	30	전체토론	
15:50~16:00	10	마무리	

목 차

키노트1

- 자원봉사와 사회적경제 상생을 위한 연대 1
권미영 한국중앙자원봉사센터장

키노트2

- 함께 만들어가는 내일, 연대와 협력의 힘으로 7
김인선 한국사회적기업진흥원장

발 제

- 영역 간 상호이해와 협력 위한 제도적·실천적 방안 11
민윤경 성균관대학교 연구교수

토 론 1

- 사회적경제와 자원봉사, 지속가능한 협업을 위한 방안 21
전상준 서울사회적경제지원센터 지속성장센터 총괄

토 론 2

- 자원봉사와 사회적경제 영역의 상호협력을 위한 현장의 과제 29
박상희 광주광역시 광산구자원봉사센터

토 론 3

- 재난의 일상화 시대, 지역사회 안전망 구축을 위한 협력과 임팩트 37
정미정 에이팟코리아 이사장

토 론 4

- 사회문제를 해결하는 자원봉사와 사회적경제 43
송소연 라이프인 기자

『2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼』

연대의 힘으로 만드는 변화, 자원봉사와 사회적경제

키노트1

자원봉사와 사회적경제 상생을 위한 연대

권미영

한국중앙자원봉사센터장

자원봉사와 사회적경제 상생을 위한 연대

권미영
(한국중앙자원봉사센터장)

〈2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼 “연대의 힘으로 만드는 변화”〉에 함께하고 계신 여러분, 반갑습니다. 한국중앙자원봉사센터장 권미영입니다.

공공의 추구, 사회적 가치 창출, 그리고 지역사회 변화라는 공통된 지향을 기반으로 하는 자원봉사와 사회적경제의 협력은 여러 방식과 형태로 일어나고 있으나 아직 시작 단계입니다. 자원봉사는 다양한 사회문제를 해결하는 자발적 시민참여운동입니다. 사회적경제는 공동체의 행복을 우선하며 사회적 가치 실현을 목적으로 영리활동을 하는 조직입니다. 이제 자원봉사와 사회적경제 영역은 각각 독립적으로 얻을 수 있는 것 이상의 결과를 내야 하는 시기입니다. 두 섹터의 시너지는 투입과 산출의 연계·순환, 자원과 전문지식을 공동으로 활용하는 관계를 구축하는 것에서부터 시작할 수 있을 것입니다. 그런 측면에서 오늘 한국사회적기업진흥원과 한국중앙자원봉사센터의 공동포럼은 두 섹터간 협력을 공식화하는 매우 의미있는 자리입니다.

2020 데이터로 보는 자원봉사현황

14,255,130명의 45,165,367시간, 그리고 1,705,410명

지난해 코로나19로 인해 전 세계가 어려움을 겪었고, 현재까지 이어지고 있습니다. 2020년 우리나라 자원봉사활동 데이터를 살펴보면, 총 14,255,130명의 자원봉사자가 45,165,367시간을 자원봉사활동에 참여하였습니다. 팬데믹 상황에서 전통적으로 주요했던 대면, 집합적 자원봉사활동이 축소될 수 밖에 없어 전년도의 50% 정도 수치이나 결코 적지 않은 활동력입니다. 이러한 현장의 변화에 대응하여 한국중앙자원봉사센터는 비대면 자원봉사활동의 활성화를 위한 운영 가이드, 사례집 등을 제작·공유하여 활동의 다양성과 만족도, 효과성을 높이기 위해 노력하고 있습니다.

그리고 1,705,410명. 이 숫자는 지난해 코로나19에 대응하여 자원봉사활동을 실천하신 분들입니다. 감염병이라는 지극히 제한적이고 위험한 상황에서도 마스크를 양보하고, 만들어 나누며, 보다 어려운 이웃의 안부를 묻고 생필품을 지원하며 구석구석 방역에 나선 자원봉사자들의 활동은 지역경제 살리기, 농촌봉사활동으로 이어졌습니다. 바이러스와의 전쟁에서 인류가 살아남을 수 있었던 것은 배제와 혐오가 아니라 과학과 이성, 그리고 연대와 협력임을 실천으로 증명한 자원봉사자들로 인해 ‘K-방역’에 이어 ‘K-Volunteering’라는 신조어가 생기기도 하였습니다.

246개의 센터·47,744개의 수요처·19,035개의 자원봉사단체

이처럼 사람과 사회의 변화를 일구는 자원봉사활동을 체계적으로 추진하고 지원하는 자원봉사 분야의 핵심기관이 있습니다. 바로 전국의 246개 자원봉사센터와 47,744개의 수요처, 그리고 19,035개의 자원봉사단체입니다. 자원봉사센터와 수요처, 자원봉사단체는 자원봉사자를 지원하고 활동을 촉진하고자 조직적 연계를 이루고 있습니다.

사회문제를 해결하는 자원봉사

사회문제해결이 사회를 구성하는 모든 주체의 권리와 의무가 된 시대에, 자원봉사는 지역사회 문제의 인식-실천-해결하는 과정의 모든 지점에 위치해 있습니다. 기관에서 요청하는 일감에 호응하는 수준을 넘어 시민이 주도적으로 마을의 문제를 해결하는 단계에 이르렀습니다. 글자 그대로 자원봉사는 시민성을 확장하고 민주주의를 강화하는 실천운동으로서, 보다 살기 좋은 공동체를 이루기 위한 핵심활동입니다. 이 과정에서 다자간 협력을 통한 시너지의 창출은 더는 늦출 수 없는 과제입니다. 이를 위해 다양한 영역들과 협력하고, 소통의 도구와 방식을 새롭게 시도하고 있습니다.

기대하는 바

필요를 충족하기 위해 사람이 하는 세계와의 상호작용을 노동이라 할 때, 자원봉사는 ‘사회적 노동’의 일종이라 할 수 있습니다. 그리고 시장의 영역에서 이루어지는 ‘경제적 노동’과 ‘사회적 노동’은 구분되면서도 서로 연결되어 있습니다.

자원봉사는 기본적으로 비영리를 지향하지만, 시장의 영역과 자원봉사 간의 접목·융합이 활성화되면서 비영리에 대한 전향적인 재해석이 요구되고 있습니다. 지역경제를 살리기 위해 코로나 19 대응활동으로 나타났던 농촌봉사, 중소기업과 재래시장의 활성화를 위한 자원봉사활동 등이 대표적 사례입니다. 또 적정이윤을 추구하면서 공익적인 가치를 지향하는 사회적경제 활동에는 많은 경우 자원봉사활동이 포함되어 있습니다. 영리적 활동이 포함되어있다 하더라도 공익성과 사회적 가치가 추구되는 활동이라면, 자원봉사영역에서 함께 할 수 있다는 관점이 요구됩니다. 영리 여부에 머물러 있기 보다는 공익을 추구하며 사회적 가치에 기반해 있는가에 대한 판단 근거의 마련이 더 중요합니다. 이러한 협력의 기반을 서로 간에 함께 만들고, 확인하는 과정을 이제 본격적으로 시작해보려 합니다.

오늘 이 자리를 통해 연대의 단초를 얻어 지역 곳곳에서 크고 작은 협력이 이뤄져, 긍정적인 사회변화로 이어졌으면 하는 바람으로 이야기를 마치려 합니다. 끝으로, 2021 사회적기업 주간을 축하드리며, 바이소셜 온라인 기획전의 성공을 기원합니다. 감사합니다.

『2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼』

연대의 힘으로 만드는 변화, 자원봉사와 사회적경제

키노트2

**함께 만들어가는 내일,
연대와 협력의 힘으로**

김인선

한국사회적기업진흥원장

함께 만들어가는 내일, 연대와 협력의 힘으로

김인선
(한국사회적기업진흥원장)

반갑습니다. 한국사회적기업진흥원 원장 김인선입니다.

2021년 사회적기업 주간을 맞아 사회적경제와 자원봉사 섹터간 교류와 협력 활성화를 위해 열리는 이번 공동 포럼이 참 반갑습니다. 그간 사회적경제와 자원봉사는 지역에서의 다양한 협력을 통해 새로운 변화의 문을 열어왔습니다. 생활협동조합과 의료사회적협동조합이 지역에서 자리를 잡고 성장할 수 있던 배경에는 다양한 자원활동가들의 적극적인 참여가 있었기 때문입니다.

하지만 양 섹터간 협력의 필요성이 지속적으로 제기되어 왔던 것에 비해, 양 섹터간 협력은 상호 역할에 대한 인식과 기대치의 차이 등으로 인해 활발하게 이뤄지지 못했습니다. 사회적 가치를 창출해나가는 과정에서의 영리적 활동을 바라보는 상이한 시각과 자원봉사 활동의 본질적 가치에 대한 제한적 이해 등 상호간 교류를 통해 좁혀갈 수 있었던 간극이 협력의 장벽이 되었습니다.

오늘 한국사회적기업진흥원과 한국중앙자원봉사센터는 이러한 양 섹터간 상호 인식의 차이를 해소하고 다양한 교류와 협력의 장을 확대해나가기 위한 동행의 첫 발걸음을 내딛었습니다.

우리 진흥원은 앞으로 시민사회의 자발적 참여를 축으로 자원봉사 섹터와의 다양한 협력을 확대해나가면서 사회적경제와 자원봉사 섹터간의 선순환을 만들어나겠습니다.

첫째, 청소년 세대에게 자원봉사 활동을 매개로 사회적경제에 대한 이해와 일상 속 가치 실천의 경험을 쌓을 수 있도록 지원할 것입니다. 미래 세대의 삶에 가장 큰 영향을 끼칠 '환경'이슈를 시작으로 지역 사회의 다양한 문제에 대한 관심을 이끌어내고, 이를 실천 행동인 자원봉사 활동까지 연계해나갈 것입니다. 이러한 과정을 통해 청소년 세대의 공동체성을 회복하고, 다양한 삶의 방향성에 대한 눈을 열어주려 합니다.

둘째, 우리 원은 지난 2019년부터 사회적경제조직과 시민사회를 중심으로 사회적가치 일상 실천 캠페인 ‘바이소셜(Buy Social)’을 추진하고 있습니다. 이러한 캠페인 실천 행동으로 사회적경제기업을 비롯하여 다양한 영역에서의 자원봉사, 기부 및 나눔 활동, 사회적경제기업 제품 소비 등 다양한 실천을 제안하고 있습니다. 이러한 과정을 통해 우리는 사회적경제를 넘어 사회적가치를 지향하는 다양한 주체들간의 협력 거버넌스를 만들어나가려 합니다. 이러한 과정속에서 사회적경제와 자원봉사는 ‘공동체 문제 해결을 위한 시민의 자발적 참여’라는 공통의 키워드를 통해 상호 이해와 융합의 과정을 공고히 해 나가겠습니다.

셋째, 진흥원은 재능기부뱅크를 통해 변호사, 법무사, 노무사 등 다양한 직능단체 소속 전문가와 기업 및 금융 부문의 퇴직시니어들의 재능나눔활동을 확대해가고 있습니다. 다양한 현직자와 퇴직시니어들이 가진 전문성과 풍부한 경험을 이끌어냄으로써 사회적경제 부문의 역량을 높여나갈 것입니다. 그리고 이러한 과정을 통해 자원봉사가 가진 자아실현과 자기성장의 계기를 함께 만들어나갈 수 있도록 지원해나가겠습니다.

코로나19 팬데믹 위기 상황속에서 우리는 함께 이 위기를 이겨나가고 있습니다. “No 고용조정, Yes 함께살림”을 외치며 연대의 힘을 보여준 사회적경제조직과 삼삼오오 모여서 마스크 제조에 힘을 보탠 자원봉사자들, 위기 속 시민사회가 보여준 연대와 협력의 정신이 성공적인 K-방역을 이끌어낸 힘입니다.

코로나19 위기가 지나간 후에도 우리는 저출생·고령화라는 시대적 흐름과 급속한 비대면 환경으로의 전환 속에서 다양한 시대적 과제에 직면하게 될 것입니다. 사회적경제와 자원봉사는 같이 가치의 힘으로 이러한 문제점을 해결해나갈 힘을 갖고 있습니다.

트리플래닛과 아름다운가게가 만든 나눔문화의 혁신은 결국 시민들의 자발적인 자원봉사활동과 결합했기 때문에 가능했습니다. 최근 빅데이터 가공영역에서 주목할 만한 성과를 보이고 있는 테스트웍스도 데이터 가공 분야에서 자원봉사와의 결합을 통해 더 큰 사회적 가치를 만들어가고 있습니다. 양 섹터간 활발한 교류와 협력이 이뤄질 수 있을 때 우리는 새로운 혁신을 통해 더 큰 가치를 만들어나갈 수 있을 것입니다.

오늘 포럼을 통해서 이뤄질 다양한 논의가 양 섹터간 교류와 협력의 물꼬가 될 것입니다. 이러한 논의가 활발히 이뤄지고 다양한 협력이 일어남에 따라 함께 그려나갈 미래가 기대가 됩니다. 한국사회적기업진흥원도 이러한 변화의 흐름을 함께하는 든든한 동반자가 되겠습니다.

감사합니다.

『2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼』

연대의 힘으로 만드는 변화, 자원봉사와 사회적경제

발제

**영역 간 상호이해와 협력 위한
제도적·실천적 방안**

민윤경

성균관대학교 연구교수

영역 간 상호이해와 협력 위한 제도적·실천적 방안

민윤경
(성균관대학교 연구교수)

1. 들어가며

■ 시민에 의해 태동된 사회적경제와 자원봉사

사회적기업가 정신의 의미는 개인이나 조직이 공동체에 발생한 사회문제를 도전적으로 해결하려는 움직임으로 정의한다(Korosec and Berman 2006: 448). 시민으로 구성된 사회적경제 조직이 공동체의 주요 이해관계자로서 공동의 문제 해결에 참여하는 것이 사회적기업가 정신의 핵심이라 할 수 있다. 사회적경제의 임무 수행은 관점에 따라 상이하여 시장 활동을 중심으로 볼 수도 있고, 시민사회조직인 만큼 사회적 목표 수행에 집중하여 볼 수도 있으며, 기업의 사회적 책임성 즉 CSR 수준에서 사회적기업가 정신을 논의할 수 있다. 하지만 태생적으로 사회적경제는 지역사회에 배태되어진 사회적자본을 동력으로 출현한 조직으로 시민사회가 근간이 되어야 함은 분명하다.

지금의 사회적경제와 자원봉사는 새로운 사회적 위험에 대응하고 공공서비스 전달 및 복지의 효율성을 증진시키는 주체로 강조되고 있다. 특히, 지역 단위의 자율적 돌봄을 위한 ‘커뮤니티케어’ 및 ‘주민자치형 공공서비스’ 등에서 자발적 시민의 역할이 기대되고 있다. 여기에 사회적경제는 주민조직화의 방편으로서 역할이 고려되고 있으며, 지역 및 시민과의 활발한 상호작용이 요청된다. 이러한 흐름으로 사회적경제는 시민을 단순히 ‘소비자’에 국한된 관점에서 벗어나 ‘참여자’로 재탐색해야 할 필요성이 있다.

한편, 자원봉사는 가장 기초적인 시민참여의 형태로 지속되어 왔으며, 자원봉사 전달체계는 자원봉사 활성화라는 사명을 토대로 안전하고 보람이 있는 자원봉사 환경을 위한 일련의 지원 사업을 운영해왔다. 사회적경제와 자원봉사 영역은 점차 다양해지는 시민참여 요구에 부응하고, 상호 간 저변을 확대하기 위하여 더 이상 배제할 수 없는 관계에 있으며, 그간 소홀했던 협력을 진지하게 모색해야하는 시점이다.

■ ‘시장지향성’ 대(對) ‘비영리성’ 분절된 네트워크

사회적경제에 있어 ‘시장지향성’은 핵심적인 규범이며, 자원봉사에 있어서도 ‘비영리성’은 매우 중요한 원칙이다. 사회적경제가 시장을 지향한다는 것은 영리활동이 전제되므로 비영리성을 추구하는 자원봉사와 상충되는 지점이 있다. 이는 추상적인 수준에서의 우려에 그치는 것이 아니며, 실제 사회적경제의 과도한 시장지향성은 그저 자원봉사 부분과의 단절만이 아닌 지역 시민의 참여 경로 역시 분절시키게 한다. 이를 구체적으로 논의하면 먼저, **시민참여 네트워크의 분절**이다.

우리나라의 벤처 붐이 사그라든 이후 사회적경제 조직의 지속가능성은 경제적인 부분에서 강한 의심과 도전을 받아 왔다. 정부 지원에서 벗어난 자립에 대한 압력으로 사회적경제 지원의 방향은 금융 및 판로 지원 등 재무역량과 시장성을 강화하는 쪽으로 진행되어 왔다. 이와 같은 경제적 성과에 대한 관심으로 시민사회와 분절된 네트워크에 대한 고민은 상대적으로 부족했다. 물론, 시민참여 상황은 각 사회적경제 유형에 따라 상이하게 나타날 수 있다. 예컨대 비영리법인인 사회적협동조합의 경우, 사회공헌 비율과 목적사업이 정해져 있다는 점과 자원봉사자 조합원을 다중이해당사자 구성원으로 받아들일 수 있는 거버넌스 특징이 있다. 여기에서의 자원봉사 조합원은 공식적으로 명시된 조합원 유형 중 하나로 조합에 재능을 기부하는 사람으로 정의한다. 자원봉사자를 공식적인 내부참여자로 규정하는 이해당사자 구성은 타 사회적경제의 의사결정 구성에는 반영되지 않는 특성이다. 따라서 사회적경제 유형에 따라 사회공헌 수준과 자원봉사 활동에 차이가 나타날 수 있다.

다음으로 **영역 간 네트워크의 분절**이다. 익히 알려져 있듯 자원봉사는 시민참여의 가장 순수한 형태로 공익성, 자발성, 무보수성 등의 원칙에 기초한다. 이 원칙들에 따라 자원봉사자를 요청하는 수요처는 반드시 영리를 목적으로 하지 않는 현장이어야 하며, 활동자인 자원봉사자는 지역사회를 위한 헌신을 기초로 활동한다. 이렇듯 견고한 원칙은 영역 간 융화의 벽으로 작용했으며, 인식적으로도 상호 결합에 대한 낮은 필요도가 더해졌기에 두 영역 간의 접점이 형성되기 어려웠다. 사회적경제의 시장지향성에 대한 단순한 추론에서 벗어날 필요가 있다.

사회적경제는 시장을 지향하지만 지역사회와 취약계층의 복리 증진에 기여해야 하는 조직이다. 사회적경제의 사회공헌 활동은 공익성으로 대표될 수 있으므로 우리는 공익성을 기준으로 한 협력을 모색할 수 있다. 특히, 사회공헌이 의무화된 사회적경제 유형일수록 자원봉사와의 연계에 높은 선호와 필요를 가질 수 있다. 그럼에도 자원봉사 전달체계를 통한 공식적 자원봉사에서 사회적경제는 자원봉사 수요처로 등록될 수 없다. 예외적으로 비영리법인인 사회적협동조합만이 수요처로 등록될 수 있다. 이러한 점은 조직 유형이 곧 공익성을 반증하는 논리로 활용되어 일반협동조합 및 소셜 벤처 등의 유형의 공익성을 간과하는 결과를 낳을 수 있다. 현실적으로 자원봉사 현장에서의 사회적경제 수요처 등록 상황을 보면, 사회적협동조합 외에도 사회적기업이나 마을기업이 수요처로 등록된 경우가 있다. 이는 ‘자원봉사관리자의 재량’ 또는 ‘모(母)법인의 법인격’, ‘이중멤버십’으로

인해 수요처로 등록되는 사례가 있으나 이 방식들은 관리자의 주관성이 크게 작용한 결과로 중도에 수요처에서 배제되기도 한다. 예를 들어 일부 생협의 경우, 해당 조직이 조합원의 이익을 추구하는 운영과 사업을 위한 봉사활동으로 그 취지가 판단되어 수요처 등록이 반려되거나 영리와 비영리 법인을 보유하여 2개 법인 간의 경계가 불명확하므로, 자원봉사가 영리적 이득을 취할 수 있다고 판단되면 등록 요청을 취소하는 사례 등이다. 이와 같은 영역 간 상충된 가치 지향성으로 지금까지 협력적 관계를 구축하지 못하였고, 앞으로 다변화할 시민참여의 요구에도 대응하지 못하는 실정에 놓인 것이다.

■ 비공식 자원봉사로의 이행

분절되어진 네트워크는 사회적경제의 비공식 자원봉사로의 이행을 촉진한다. 비공식 자원봉사는 사회적경제 조직의 내부자들 즉, 조합원이나 직원들로 구성되어진 자원봉사를 활성화 시킨다. 이러한 흐름들은 사회적경제가 새로운 자원봉사 수요처로서 지역사회와 시민에 개방되어질 기회를 잃게 만든다. 물론, 자원봉사 원칙의 측면에서 비공식적 자원봉사가 자발성을 담보한다는 의미가 있겠으나 아직은 낮은 조직인 사회적경제의 문턱을 낮추기 위해서는 지역단위 자원봉사 전달체계와의 네트워크를 통해 공식적 자원봉사에 관심을 기울일 필요가 있는 것이다.

그러므로 사회적경제의 시장지향성을 자원봉사 배제의 준거로 사용하는 것은 두 영역의 활동 축소를 불러온다. 첫째, 영역 간 네트워크 단절, 둘째, 비공식 자원봉사로의 이행을 촉진시키는 것이다.

2. 사회적경제와 자원봉사 간 상호 이해와 경험

■ 사회적경제와 자원봉사 간 교차 사업

두 영역 간 공식적인 교류는 진전되지 못하였으나 한국사회적기업진흥원은 자발적 전문 인력과 의 연계를 위한 재능기부뱅크(프로보노) 사업을 운영하고 있다. 이 사업은 프로보노에게 일에 대한 보람과 삶의 따뜻함을 느끼게 하고, 사회적경제가 직면한 문제 해소 및 지속적인 성장의 기회를 제공하는 것을 목표로 한다.

여타의 시민참여 프로그램은 운영하지 않더라도 사회적경제의 사회공헌은 목적 사업에 녹아있어 운영 자체로 달성시킬 수 있으나, 기부 및 자원봉사 활동은 사회적경제가 선호하는 사회공헌 방식이다. 이를 2013~2016년도에 수행된 인증사회적기업의 자원봉사를 통해 살펴보면 자원봉사자를 보유한 곳은 전체의 19.9%에 불과하였으며, 총 인원은 178명이었다. 자원봉사자의 1인당 월평균

활동시간은 25시간 가량이었으며, 주요 활동 내용은 행사 및 행정보조(52.5%), 근로자와 동일 업무 수행은 33.9%로 나타났다. 이 통계량은 2009~2012년 사회적기업의 자원봉사자들이 월 평균 497명이었고, 활동시간이 48시간이었던 것에 비해 상당히 줄어든 것을 알 수 있다(한국노동연구원, 2017). 한편, 모든 사회적경제 유형이 포함된 자료에 따르면(한국사회적기업진흥원, 2021), 지금까지 자원봉사자를 활용한 경험이 없는 응답자는 58%였지만 향후 자원봉사자를 활용할 의사가 있는 응답자는 93.6%로 나타나 자원봉사 활용에 긍정적인 의견이 상당히 높았다. 더불어 응답자들이 희망하는 자원봉사 활동은 사회문제 해결을 위한 공동프로젝트 방식(38.6%)으로 단순한 행정보조나 이벤트성 자원봉사 활동에서 벗어나 보다 목표지향적인 활동을 희망하는 것을 알 수 있다.

한국중앙자원봉사센터는 전국민의 자원봉사 일상화를 위한 자원봉사 문화와 참여, 자원봉사현장의 역량 강화를 위한 인프라 지원 및 운영, 자원봉사자를 위한 인정과 보상을 위한 관리 사업, 자원봉사 가치 확산 및 활성화를 위한 연구 사업 등을 운영한다. 전국에 설립된 기초 단위의 자원봉사센터는 자원봉사활동의 공익성과 책임성을 담보할 수 있는 짜임새 있는 현장(프로그램) 연계하며, 자원봉사자의 안전을 보장하고 노고를 인정하는 공식 체계를 갖추고 있다. 자원봉사는 우리나라 국민이 가장 선호하는 사회참여 방식이기 때문에 누적 인원은 꾸준히 증가하였으며, 중고령 층의 자원봉사가 증가하는 상황이다. 자원봉사의 양적 확대가 나타나고 있지만 실질적인 활동인원은 오히려 감소하였다는 보고가 있으며, 그 요인 중 하나가 다양해진 시민참여 활동, 예컨대 사회적경제 활동 및 사회적 일자리 참여 등이다. 다양한 시민참여의 요구에 부응하기 위하여 자원봉사 영역에서도 시민서비스 사업을 추진하였고, 그 핵심 활동처로 사회적경제를 우선 고려하였다. 그러나 시민서비스 개념 역시 ‘무보수성’과 ‘자발성’이라는 원칙으로 인한 갑론을박이 계속되었으며, 상충적인 가치들이 공존할 수 있는 과제를 남겼다.

(단위 : 명, 회)

총계	성별		연령별					
	남	여	10대이하	20대	30대	40대	50대	60대
1. 자원봉사자 등록 현황								
14,255,130	6,160,822 (43.2%)	8,094,308 (56.8%)	2,950,721 (20.7%)	4,703,222 (33.0%)	1,394,950 (9.8%)	1,819,170 (12.8%)	1,671,809 (11.7%)	1,715,258 (12.0%)
2. 인당 연간 평균 봉사 횟수								
6.4	6.7	6.2	3.2	4.8	5.3	7.4	11.1	12.5

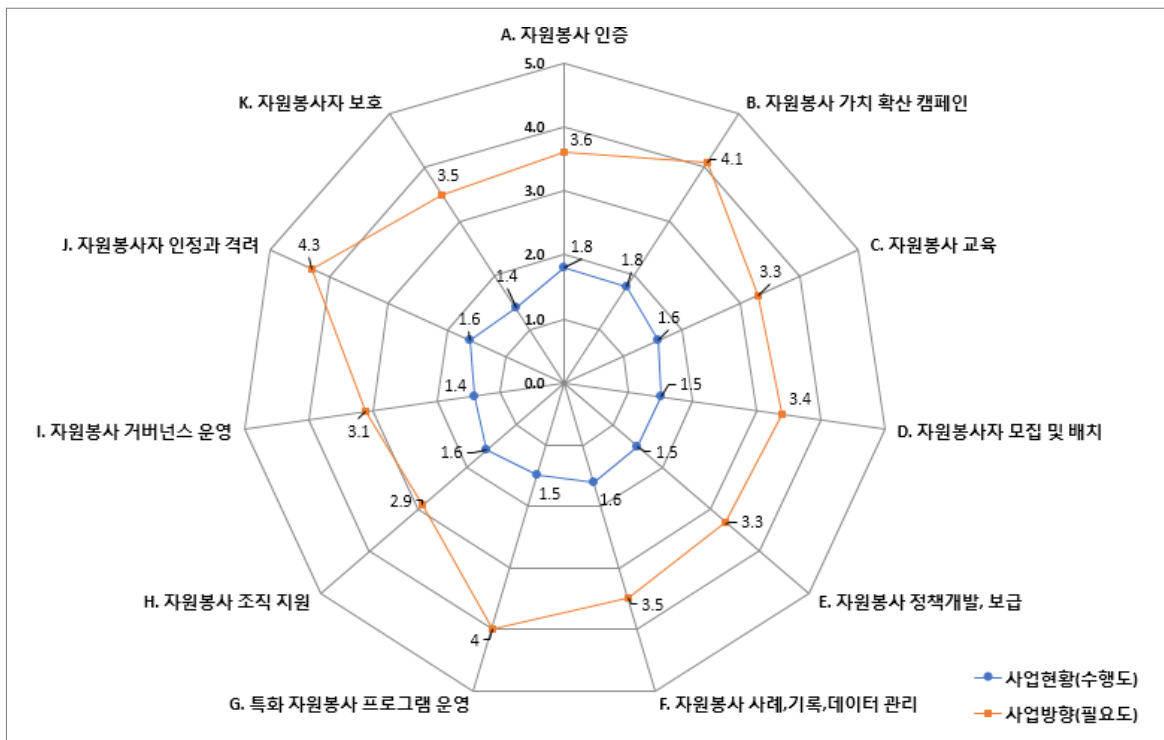
* 출처 : 2020 자원봉사센터 현황자료집(한국중앙자원봉사센터, 2021)

〈표1〉 2020년 자원봉사자 현황

■ 한국사회적기업진흥원의 자원봉사사업 필요도

한국중앙자원봉사센터에서 2018년도에 조사한 사회적경제 분야의 자원봉사 현황과 향후를 살펴보면, 당시 자원봉사와의 연계 지점이 미비하여 한국사회적기업진흥원의 자원봉사 사업 기능은

1.28점에 불과한 것으로 나타났다. 반면, 향후 자원봉사사업 기능의 필요도는 3.35점으로 집계되어 사회적경제 분야 실무자의 입장에서 자원봉사사업 기능 강화에 공감하고 있었다. 향후 필요한 세부 기능으로는 ‘자원봉사 가치 확산 캠페인’과 ‘자원봉사자 인정과 격려’를 우선으로 꼽았으며, 현재 기능과 향후 필요성 간 차이가 가장 크게 나타난 기능은 ‘자원봉사자 인정과 격려’였다. 따라서 사회적경제에서의 자원봉사자 및 프로보노의 기여를 인정할 수 있는 보상 프로그램을 가장 필요로 하고 있음을 알 수 있다.



* 출처 : 중앙부처와의 자원봉사 협력 방안 연구(한국중앙자원봉사센터, 2018)

〈그림1〉 한국사회적기업진흥원의 자원봉사 사업기능 현황과 향후 필요도

■ 사회적경제에서의 자원봉사: 아직 열리지 않은 가능성

아직까지 사회적경제에서의 자원봉사에 관한 혁신적인 소식은 들리지 않는다. 하지만 두 영역 간 특성에 의한 혁신 가능성은 유추할 수 있다. 먼저, **자원봉사자의 입지 변화의 가능성**이다. 그 동안 자원봉사자는 이벤트성 혹은 단기성 노동력으로 다뤄져왔지만 사회적경제 특히 협동조합 거버넌스 구조에서는 기존과는 다른 새로운 입지를 획득할 수 있다는 점에서 의미가 있다. 이는 단순히 입지적 측면에서 그치는 것이 아니라 자원봉사자가 얼마나 조합과 융화되었으며 해당 조직의 사회적 미션에 공감하느냐에 따라 ‘후원자’나 ‘소비자’, ‘의사결정자’로서 그 형태를 달리할 수 있다는 점에서 중요하다. 그러므로 자원봉사자 및 자원봉사자 조합원에 대한 관점을 그저 무급노동력으로 인식하는 수준에서 벗어나 역할의 확장 가능성을 고려해야 하는 것이다.

다음으로 공공서비스에 종사하거나 영세한 사회적경제 조직의 자원봉사 욕구는 높을 수 있다는 점이다. 이를 업종 차원에서 살펴보면, 현재 노인 돌봄 사회적경제의 재무구조는 요양보호사의 활동 시간에 따른 수가에 전적으로 의존하고 있다. 운영비는 돌봄 수가의 약 10% 수준이므로 규모가 작고 영세한 돌봄 사회적경제들은 지역사회 공헌을 위한 지출은 꿈도 꿀 수 없는 활동이 되어버린다. 더구나 돌봄 업종은 사회적기업 인증을 받았어도 타 업종과는 달리 인건비 지원을 받지 않기 때문에 수요처로서 자원봉사자를 필요로 하는 동시에 자원봉사 활동처로서 사회공헌을 수행하려는 욕구가 높을 가능성이 있다.

■ 영역 간 협력의 기대효과

두 영역 간의 협력은 다음의 기대효과가 예상할 수 있다. 첫째, **사회적경제의 시민성이 재확립될 수 있다.** 앞서 제시하였듯 사회적경제에서의 자원봉사자 참여율은 2009년도 대비 점진적으로 감소한 상황이었다. 사회적경제 조직과 시민 간의 접촉이 줄어들면, 점차 시민은 소비자의 형태에 머물게 되며, 사회적경제 입지 형성과 성장 동력으로서 확장된 관계를 맺는데 한계가 있다. 더불어 사회적경제는 지역과 시민역량을 성장시키는 시민조직(주민조직화)으로서 자원봉사를 통해 역할을 재정립할 수 있다. 둘째, **공익을 중심으로 한 자원봉사 영역의 점진적 확장이 가능하다.** 공익성을 축으로 한 자원봉사 원칙 조정은 비단 사회적경제에 국한된 것이 아니며, 향후 시민서비스 및 소셜 벤처, 사회적가치지표와의 연계를 고려한 전략 수립이 가능해진다. 셋째, **사회적경제의 지속가능성을 위한 협력적 생산-유통-소비 사슬이 형성된다.** 자원봉사자의 역할을 단순한 업무 보조 인력으로 협소하게 접근하는 것은 자원봉사자의 역할 확장과 변형 가능성을 고려하지 못한 인식이다. 사회적경제 거버넌스를 통한 자원봉사자의 입지 및 권한 부여는 사회적경제 조직의 새로운 성장 동력으로 기능할 수 있다.

3. 협력을 위한 실천적·제도적 방안

이상의 간략한 소고를 통해 사회적경제와 자원봉사 간의 협력 방안을 논의하였다. 두 영역 간 협력을 위한 실천적·제도적 방안을 제안하는 것으로 글을 마무리하고자 한다. 협력을 위한 실천적 방안은 우선적으로 사회적경제와 자원봉사 간 **인식차이를 좁히기 위한 소통구조를 마련**하는 것이 시급하다. 아직까지 사회적경제가 창출하는 공익성과 자원봉사자의 가능성 및 필요도 등 서로를 명료하게 인식하지 못했다는 한계가 존재한다. 사회적경제가 공식화된 13년 간 협력이 이뤄지지 못한 인식의 격차를 표면화하고 이를 쇄신할 공간이 필요한 것이다. 인식의 한계는 제도적 한계 역시 동반하므로 두 영역의 실천 범위도 협소해지는 결과를 가져왔기 때문이다. 영역 간 인식차이를 좁

히는 것 외에도 다음의 실천 활동이 실행될 필요가 있다. ① 고용노동부의 자원봉사 협의체 참여, ② 사회적경제의 자원봉사 수요처 등록을 위한 기준 마련, ③ 프로보노 자원봉사자 연계 및 인정, ④ 자원봉사자 모집 및 배치, ⑤ 공식적 인정과 보상 마련, ⑥ 자원봉사 교육 및 컨설팅, ⑦ 협력 사례 발굴, ⑧ 사회적성과(SVI) 활용, ⑨ 온라인 플랫폼 및 인적·물적 자원 교류, ⑩ 공동 연구 등등이다.

협력을 위한 제도적 방안은 무엇보다 다양성을 수용하기 위한 원칙(규범)의 조정이 요구된다. 자원봉사 영역의 경우, 공익성을 중심으로 한 자원봉사 원칙의 순위 및 범위 조정이 선행되어야 한다. 사회적경제의 시장지향성이 잉여를 축적하는 것이 아닌 공익을 위한 것이라는 점에 인식을 같이한다면 공익을 기준으로 한 자원봉사 원칙 적용은 수용될 수 있어야 한다. 원칙의 조정은 기존 규범을 없애자는 것이 아니며, 공익성을 축으로 한 주요 자원봉사 원칙의 수준을 나누고 그에 합당한 시민 참여 프로그램을 고안하는 작업까지 접근해야 한다는 것이다.

이와 더불어 협력을 위한 제도적 기반으로 ① 협의의 정례화(협력체계를 공식화), ② MOU 체결, ③ 자원봉사 수요처 기준 개편 등의 제도적 확충이 이뤄져야 한다. 이 중 우선적으로 협의의 정례화를 추진하여야 한다. 현재 타 부처와의 자원봉사 협력 사업을 돌아보면, 자원봉사진흥계획수립을 위한 서면 교환에 그치거나 공공부분의 자원봉사를 형식적으로 인식하는 단계에 머물러 있다. 기존의 폐단을 방지하고 협력을 성과로 발현시키기 위한 추진체계로서 실무 단위의 협의활동을 정례화하는 제도적 장치가 필요하다.

마지막으로 두 가지 협력 과제인 ‘인식 차이 해소’ 및 ‘공익을 중심으로 한 원칙 조정’은 장기적으로 두 영역이 나아가는 행보에 있어 반드시 거쳐야 하는 선결과제이다. 사회적경제는 사회문제해결 및 공익성을 평가하는 기준인 사회적가치(사회적 인센티브)의 확대 적용(소셜 벤처 및 민간조직으로의 확대)이라는 과제가 있으며, 자원봉사 영역은 시민서비스를 비롯한 다양한 시민참여의 플랫폼으로 기능해야하는 과제를 안고 있다. 따라서 영역 간 상호 이해를 높이고, 배제가 아닌 포용을 위한 자원봉사 원칙들이 조정되었을 때, 두 영역의 움직임을 상호 지원하는 동반자 관계를 구축될 수 있을 것으로 생각한다.

『2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼』

연대의 힘으로 만드는 변화, 자원봉사와 사회적경제

토론1

사회적경제와 자원봉사, 지속가능한 협업을 위한 방안

전상준

서울사회적경제지원센터 지속성장센터 총괄

사회적경제와 자원봉사, 지속가능한 협업을 위한 방안

전상준

(서울사회적경제지원센터 지속성장센터 총괄)

토론주제

- 사회적경제 내 자원봉사의 의미, 영역간 협업의 한계점, 개선방안 제시

키워드

- ‘옳다’는 기준에서부터
 - 호모 이코노미쿠스(자본경제) vs 공공선(사회적경제)
- ‘공동체 속 개인’
 - ‘생활세계’ 속 작은 이슈를 발견해 지속가능한 비즈니스모델구축
- ‘깨어있는 공동체성(시민)’
 - 각각의 영역(사회적경제, 자원봉사, 사회복지, 도시재생 등)은 시민을 향한 동일한 지향점(영역간 다양한 연대와 협력)
- ‘시민과 함께하기 위한 사업계획’
 - 경험하고 체험하는 개인을 확장시켜갈 구체적인 사업계획의 필요성

발제 내용

1) 선(善)의 기준

자본경제에서의 절대선은 전체를 위한 소수의 희생, 자유 성과주의적 자본주의, 부의 대물림 등 사회 불평등한 요소를 강화해왔습니다. 자본경제가 발전할수록 사회의 소득불균형은 더욱 심화되는 결과를 초래했고, 빈익빈부익부의 결과로 사회내 다양한 갈등과 공동체성의 균열과 분열

로 시름하고 있습니다. 한국의 모든 취업준비생들이 스펙을 위해 얼마나 많은 시간과 노력을 기울이는지요. 남들보다 차별화되기 위해 경쟁하며 지금도 애쓰고 있죠. 마치 생존하기 위해선 이러한 선택은 당연하다고 인식해왔습니다. 나 자신 이외 모두에게 이로운 것을 상상하는 것은 사치스러움으로 경계하기까지 해오지 않았는지요. 이러한 ‘옳다’는 기준은 우리 모두에게 익숙합니다.

이와 달리 **공공선**은 ‘내가 조금만 배려하면 다른 사람이 편할 수 있다’는 마음입니다. 공동체 속의 ‘나’를 인식하고 더불어 살아가기 위한 선택을 하는 선을 말합니다.

너무나 당연하다고 생각하는 선의 기준이지만, 이 시점에 다시금 떠올리며 생각해봐야 할 이유는 우리에게 익숙한 선은 여전히 -이 순간에도- 전체선적 관점이 우리를 지배하고 있기 때문입니다. 이 작은 차이가 모든 선택의 첫 출발선이기에 우리에게 맞는 선의 기준은 무엇일지, 사회적경제 뿐만아니라 자원봉사, 사회복지 등의 영역에서 활약해주시는 모든 분들과 함께 어떤 선의 기준이 공동체성을 회복하고 확장할 수 있는지 한 번 쯤 생각해봐주시면 좋겠습니다.

2) 사회적경제 속 개인의 의미

사회적경제 조직을 설립·창립할때면 정관정신을 제일 먼저 정리합니다. ‘소셜미션’이라는 이름으로 익숙한 조직의 설립목적이자 초심을 담고 있습니다. 대부분 사회적 가치를 지향하고 있고, 공동체에 기여하기 위한 다양한 목적이 나열됩니다. 단순한 예로, 학교를 가기 위해, 회사에 출근하기 위해 매일 반복적으로 비슷한 시간대에 버스정류장 앞에 서게 되고, 이름도, 얼굴도 모르는 이웃을 마주치게 되죠. 바로 그 이웃과 함께 해결해볼만한 작은 이슈를 발견해내어 비즈니스적으로 지속가능한 모델을 만들어낼 수 있는 것이 사회적기업입니다.

사회학자 하버마스는 이를 ‘생활세계’라 정의했고, 개인의 인식과 행동의 활동장소로서 주목하였습니다. 2000년대 초반 한국 사회에선 ‘시민없는 시민운동’이라는 비판이 있었죠. 마치 변호사, 회계사, 교수 등 소위 전문가만이 시민운동을 이해하고 실천한다는 비판이었고, 관련 지식이 없었던 일반 시민은 청중으로, 방관자로 있을 수 밖에 없었습니다. 이후, 시민과 함께 실천하는 다양한 활동이 생겨났는데 그 대표적 사례가 ‘아름다운 가게’입니다.

의사결정 과정을 포함한 활동운영의 전반에 시민이 참여할 수 있도록 설계하였습니다. 시민의 자발적 기부로 자원순환 운동을 전개했으며, 모든 업무과정에 시민이 참여할 수 있는 사업계획을 구조화했습니다. 그리고 사업 수익 또한 모두 시민을 위해 사용토록 했습니다.

사회적경제의 개인은 뿌리 깊게 참여하는 시민입니다. 관여도가 높으면 높을수록 참여하는 시민은 주인의식을 갖게 되고, 더 풍성해질 수 있도록 지혜를 나눕니다. 결과도 물론 중요하지만, 시민과 함께하는 과정 속에서 치열하게 토론하고 합의하며 때론 결렬될지라도, 그 과정의 모든 것을 돌아해보면 다같이 한 뼘 성장함을 느낍니다. 이와 같은 작은 성공의 경험이 공동체에 축적되고 쌓여갈 수 있다면 우리 모두가 꿈꾸는 공동체성이 회복되지 않을까요.

3) 깨어 있는 공동체성은 결코 후퇴하지 않습니다.

물끄러미 바라보는 하늘위 구름이 토끼로 보이는 순간, 어떻게 봐도 토끼로 인식되듯, 시민이 경험하는 것은 강한 인상을 남깁니다. 사회적경제의 다양한 상품과 서비스가 시민에게 좋은 경험으로 와닿는다면, 그것은 주변 이웃에게 빠르게 전파되며 확장될 수 있습니다. 좋은 경험을 한 시민이 늘어날수록 마을이 변하고 지역의 공동체성은 확장됩니다. 자원봉사에 참여해 활동하는 과정에서 지역과 이웃을 다른 관점으로 바라보게 되며, 공동체성이 왜 필요하고 중요한지 깨닫게 되었다는 소회는 우리 주변에서 너무 쉽게 접할 수 있습니다.

사회적경제, 자원봉사, 사회복지, 도시재생 등 활동영역이 다를 뿐, 우리가 마주하고 함께하는 시민은 같습니다. 그렇다면, 활동 영역과 무관하게 시민이 좋은 경험을 할 수 있도록 노력하는 것은 너무나 중요한 일이며, 영역별로 개별의 활동보다 통합적인 협업이 가능할 수 있도록 연대해야겠습니다.

4) 아름다운가게의 사례 소개

아름다운가게 초대 공동대표였던 박성준 명예교수는 정관에 아프리카 속담을 인용했습니다. 바로 '빨리 가려면 혼자 가고, 멀리 가려면 함께 가라'라는 속담입니다. 아름다운가게는 멀리 가기 위해 100명의 무거운 한 걸음에 주목했고, 실천했습니다. 2006년경 소비자보호원으로부터 연락이 왔습니다. 한 시민이 '사전에 고지했다고 해도 구매한 물건의 교환·환불이 불가한 것은 부당하다'며 제보를 한 것입니다. 지금은 너무나 상식이 된 터여서 이게 뭐가 문제인가 싶지만, 당시 중고재사용가게의 불문율이었습니다. 그도 이해가 되는 건 애당초 판매하는 물건이 중고이고, 필요한 물건인지, 고장난 곳은 없는지 구매자가 살펴본 후, 각자의 사용목적에 따라 저렴하게 구매하되, 구매 이후에는 교환·환불은 불가하다는 원칙이 보편적이었습니다.

당시 이 문제에 대해 아름다운가게는 전국의 모든 구성원에게 상황을 전달하고 어떤 조치를 취할 것인가에 대해 의견수렴을 진행했습니다. 교환·환불에 대한 의견은 극심한 찬반으로 갈렸습니다. 특히 자원봉사자들의 반대가 컸습니다. 아름다운가게의 물품을 구매한다는 것은 기부나 마찬가지인데, 기부를 과연 교환하거나 환불할 수 있는 것인가, 허용하기 시작하면 부작용이 엄청나게 클 것이다 등 다양한 우려가 있었습니다. 결론은 교환·환불이 가능하도록 결정내렸습니다. 다만 그렇게 결정하는 과정과 시간이 1년 6개월이 소요되었습니다. 시범 매장과 지역을 선정하여 점차적인 적용을 시도하였고, 전국적 간담회를 통해 우려했던 점을 보완하고 개선하며 함께 결정하였습니다. 영리회사에서 보면 시간낭비라 할 수 있겠지만, 아름다운가게는 구성원의 의견과 합의 과정을 우선으로 했기에 가능한 절차였습니다.

아름다운가게는 전국에 1만 8천명의 연간 자원봉사자가 활동합니다. 10년차 이상 자원봉사자가 1천명을 넘어섰고, 1만 시간이 넘는 자원봉사자도 있습니다. 일주일에 4시간이라는 모토로

자원봉사자를 모집하고, 다양한 봉사프로그램을 운영하고 있습니다. 시간봉사가 가능한 분, 재능을 나눠주실수 있는 분, 회계 등 특정 전문분야에 도움을 주시는 분, 수선을 도와주시는 분 등 사업전분야에 걸쳐 봉사프로그램을 사업계획에 반영했습니다. 사실 자원봉사자와 함께 일을 한다는 건 효율성 관점에서 상당히 떨어집니다. 어떻게 하면 자원봉사자에게 동기부여시킬지, 동시에 사업의 효율성을 높일지가 가장 큰 숙제였고, 시행착오 가운데 점진적으로 스스로 답을 찾아갔습니다.

5) 사회적기업 터치포굿 사례

서울의 생물다양성 인식증진과 제비와 더불어 살아가는 서울 만들기라는 목적하에 서울시 보호종인 제비 둥지 및 개체 수 조사를 진행하는 봉사활동을 사회적기업 터치포굿에서 진행했습니다. 해당 지역 자원봉사센터를 통해 수요처 등록을 하였고, 1365자원봉사포털에 수요처 등록을 마쳤고, 제비탐사단 자원봉사활동 계획서를 제출 후 승인 절차를 거쳐 봉사자를 모집 후 활동을 진행했습니다. 그런데 문제가 발생했습니다. 활동에 참여한 학생이 '자원봉사 확인서'를 학교에 제출했으나, 인정할 수 없다는 답변을 받은 것입니다. 문제가 되는 건 수요처의 법인격이 주식회사이기 때문이었습니다. 아무리 사회적기업 인증을 받은 곳이고, 사회적 가치 실현을 위한 활동임을 설명해도 소용이 없었습니다. 선한 의지로 열심히 활동했던 학생들에게 본의아니게 불이익을 주게 된 점입니다. 자발성, 지속성, 무보수성, 공익성에 충족된 봉사활동이더라도 비영리단체가 아니라면 인정받을 수 없다는 것이 현실입니다. 정상적으로 활동의 적절성을 인정받아 심사를 통해 승인되었음에도 불구하고 교육청에서는 수요처가 사회적기업이라는 이유로 봉사활동 불인정 판단을 하는 것이 합당했는지 의문입니다. 행정적인 제도가 진정성있는 다양한 자원봉사활동을 제약하지 않도록 정책적인 보완이 필요하다고 생각합니다.

6) 시민과 함께하기 위한 사업계획

각 기업의 사업에 해당하는 직원만 일하는 구조보다, 더 다양한 이해관계자가 함께할 수 있도록 다각적이고 구체화된 계획 수립이 필요합니다. 자원봉사자의 역할과 과업, 정례회의, 역량강화를 위한 교육 등 시민이 참여할 수 있는 요소를 사업내용에 반영하지 않는다면, 시민이 끼어들 틈이 없어지고, 그 공백을 막대한 마케팅 비용으로 대체할 수밖에 없습니다. 단순히 상품이나 서비스를 제공하는 것으로 만족한다면, 소상공인과 다를바가 없다고 생각합니다. 사회적경제나 자원봉사 영역이 기존 자본경제와 다른 점은 참여하는 시민과 함께 공동체성을 회복해 소모적 소비를 넘어 선순환을 이뤄낼 수 있기 때문입니다. 각각의 영역별 사업내용을 경험하고 체험할 수 있도록 구체적인 사업계획이 설계되어야 합니다. 구조화된 계획이 있어야 지속가능하며, 참여의 질도 함께 개선될 수 있습니다.

결론

공공선의 가치를 기반으로 공동체성을 회복하고, 시민이 좋은 경험으로서 사회문제해결에 참여할 수 있도록 다양한 활동의 사업계획 수립이 필요합니다. 또한, 사회적경제와 자원봉사의 연대와 협력 사례를 발굴하여 확산하고, 확장하는데 관심을 기울여야 합니다.

『2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼』

연대의 힘으로 만드는 변화, 자원봉사와 사회적경제

토론2

자원봉사와 사회적경제 영역의 상호협력을 위한 현장의 과제

박상희

광주광역시 광산구자원봉사센터

자원봉사와 사회적경제 영역의 상호협력을 위한 현장의 과제

박상희

(광주광역시 광산구자원봉사센터장)

1. 코로나19와 자원봉사

지진과 폭우, 폭염 등으로 막대한 피해와 이재민, 사망자가 발생하는 등 예측불허의 재난이 빈번이 발생하고 있다. 혹자들은 기후변화, 세계화, 자연 착취적인 개발의 결과로 재난이 더 많아질 것이라고 보는 것에 이의가 없다. 기후위기의 시대를 살아가면서 재난은 우리 일상 깊숙이 다가와 있다.

본래는 재난이 발생하면 주민은 통제의 대상이지 대응의 주체는 아니었다. 그러나 코로나19처럼 국가적 규모의 재난은 정부의 힘만으로는 감당할 수 있는 일이 아니다. 시민의 참여가 필수적으로 요구되면서, 국민이 방역의 주체라든지 시민이 백신이라고 하는 말들이 등장하기 시작했다. 코로나19는 재난당국의 특수한 활동을 넘어서 공동체가 위기에 처했을 때 대응하는 능력 자체를 말해주며 일상성의 최저선을 알 수 있게 해주었다.

우리사회의 약한 고리인 사회적 약자들은 재난 상황에서 재난 약자로 이어지기 쉽다. 자원봉사 조직은 재난 약자를 위한 면마스크 제작, 방역활동, 생활키트 지원 등의 활동을 통해 코로나19의 위기 상황에 능동적으로 대응하였다. 충격흡수 기능을 감당하면서 지역의 회복 탄력성을 키우는데 일조하였다. 지역사회 내의 사회복지, 자원봉사, 시민운동, 마을공동체, 주민자치조직 등 다양한 주체들이 지역사회안전망으로 기능하는데 사회적경제 영역도 재난 극복의 핵심적 당사자라 볼 수 있다.

일반적으로 자원봉사활동은 대면적, 공동체적 성격이 강하다 보니 코로나19 이후 자원봉사활동이 급감하였다. 광산구자원봉사센터의 2019년 자원봉사활동 연인원은 167,362명이었으며 2020년 연인원은 72,417명으로 2019년 대비 43.2%로 절반 이상이 감소하였다. 자원봉사활동에 코로나19가 직접적으로 영향을 미쳤음을 확인하는 대목이며, 2020년 자원봉사 활동 참여자의 14.8%

(10,732명)는 기후위기에서 비롯된 코로나19 극복에 참여하였다. 코로나19 같은 집단감염병이나 대규모 기후재난 등은 잘 갖춰진 국가 재난시스템으로도 극복하기 쉽지 않다. 민간영역의 자발성이 더해져야 비로소 일상의 회복이 가능할 수 있다. 2020년 코로나19 극복활동은 거점을 단위로 활동하는 자원봉사캠프, 마을봉사단, 마을관리소, 마을세탁소 등의 자원봉사 인력이 주축이 되었다. 코로나19는 느슨한 조직형태를 가진 일반 자원봉사 단체의 활동을 크게 위축시켜 놓았다. 자원봉사가 무보수성, 공익성, 지속성, 자발성을 강조하다 보니 정작 깊이 있는 가치부분은 간과하는 현상이 있지만 자원봉사는 사회적 자본을 축적하는데 기여하고 있다.

2. 자원봉사 영역의 이해

자원봉사는 자유의지를 바탕으로 공동체 또는 지역사회에서 발생하는 각종 사회문제를 예방·치유하고, 지역사회에서 필요로 하는 여러가지 사회적 욕구를 충족시켜주기 위한 시민의 모든 자발적인 행동을 의미하며, 모든 사람이 추구하는 사회발전과 인간의 행복을 실현하고 인간다운 생활을 할 권리를 충족시키려는 사람들의 노력이다. 즉, 자원봉사활동이란 강제가 아닌 자유의지에 의한 선택으로 대가를 바라지 않고 자신 이외에 개인이나 공동체에 혜택을 주기 위하여 자신의 시간과 재능, 에너지를 제공하는 일이다.

자원봉사의 의미는 시대에 따라 달라진다. 과거에는 주로 어려운 이웃을 섬기고 돕는 행위로 자원봉사를 이해해 왔지만, 오늘날에는 돌봄과 연대의 정신을 통해 사회 문제를 해결하는 활동으로 이해한다. 이렇게 확대된 의미로는 자원봉사는 지역 사회 문제나 국가의 공익사업에 자발적으로 참여해 공동체 문제를 함께 해결하는 활동이 된다. 그리고 이를 통해 다른 사람을 돕고자 하는 욕구를 충족하면서 삶의 의미를 찾고 자아를 실현할 수도 있다.

자원봉사센터는 정부나 기관의 제도화된 서비스만으로는 해결되지 않는 지역사회의 욕구가 있음을 발견한 개인이나 집단이 자원봉사자를 필요로 하는 기관·시설과 자원봉사를 하고 싶어도 어디서, 무엇을, 어떻게 해야 하는지 잘 모르는 사람들을 서로 연결시키는 것으로 시작되었다. 자원봉사센터는 지역사회 문제해결을 위해 자원봉사에 대한 인식을 증진시키고, 다양한 자원봉사자들의 참여를 촉진·개발·육성하며, 그리고 지역사회 자원을 개발·조직·연계하고, 자원봉사자를 필요로 하는 기관과 단체들의 자원봉사자 수급과 관리를 지원하여 효과적인 자원봉사가 이루어지도록 지원하는 곳이다.

자원봉사센터의 주요 역할과 사업으로는 자원봉사 프로그램개발, 자원봉사 수요처 개발 및 지원, 자원봉사자 모집, 자원봉사자 면접·배치, 교육·훈련, 그리고 자원봉사활동 인정, 자원봉사활동 옹호

및 홍보, 자원봉사팀 개발 및 육성, 네트워크 형성 및 지원, 조사연구 및 정보제공 등이 있다.

자원봉사센터의 운영 형태는 완전직영형, 혼합직영형, 위탁운영형, 독립법인형 중 하나를 택하고 있으며 민관의 유기적 연계를 통해 기존 봉사단체, 기관과 경쟁자로서가 아니라 동반자 및 협조자로서 파트너십 관계를 유지하고 있다. 자원봉사센터가 활성화되기 위해서는 자원봉사활동 기본법 개정, 정부의 행정적·재정적 지원 확대, 상근인력의 확충 및 처우 개선, 창의적인 인정·보상 체계 마련, 한국자원봉사센터협회의 역할 강화, 자원봉사관리자의 전문성 강화, 자원봉사자 관리의 효율화, 프로그램 개발 기능 및 수요처 개발 강화, 자원봉사센터와 지역사회의 관계 강화가 요구되고 있다.

3. 자원봉사 영역의 사회적경제에 대한 인식

주변의 많은 이들이 자원봉사가 사회를 움직이는 힘보다는 부족한 곳을 메워주는 기능 정도로 여기곤 한다. 아직도 많은 사람들이 자원봉사를 자선이나 불우이웃 돕기로 생각하고 있으며 시간이 남을 때 할 수 있는 것으로도 인식하고 있다. 사회복지 구현의 수단으로 생각하고 있는가 하면 행사시 동원 가능한 인력 내지는 유희노동 인력으로 생각하고 있다. 또한 예산 절감을 위해 필요한 공짜 인력 정도로 인식되면서 우리 사회 곳곳에서 소비되고 있다.

자원봉사는 공공의 이익과 공동체의 성장을 견인하는 사회적 가치를 확산하는데 기여하고 있다. 우리가 공기를 호흡할 때 비용을 지불하진 않지만 비용으로 환산할 수 없는 절대가치를 지니고 있듯이 자원봉사 또한 돈으로 표현할 수 없는 중요한 사회적 가치가 있음을 인식하고 그동안 자원봉사 노동의 경제적 가치가 과소평가되고 있었던 것에 대한 사회적 재평가가 수반되어야 한다.

사회적경제는 양극화 해소, 양질의 일자리 창출과 사회서비스 제공, 지역공동체 재생과 지역순환경제, 국민의 삶의 질 향상과 사회통합 등 공동체 구성원의 공동이익과 사회적가치의 실현을 위하여 사회적경제 조직이 호혜협력과 사회연대를 바탕으로 사업체를 통해 수행하는 모든 경제적 활동(윤호중 의원)으로 정의하며 구성원 상호간의 협력과 연대, 적극적인 자기혁신과 자발적인 참여를 바탕으로 사회서비스 확충, 복지의 증진, 일자리 창출, 지역공동체의 발전, 기타 공익에 대한 기여 등 사회적 가치를 창출하는 모든 경제적 활동(유승민 의원)이라 정의한다.

공교롭게 2000년대 자원봉사활동기본법을 비롯한 사회적경제 조직에 대한 법적, 제도적 지원 체계가 만들어졌으며 생협, 자활기업, 사회적기업, 마을기업, 농어촌공동체 회사, 협동조합 등이 대표적 사회경제조직이라 할 수 있겠다.

자원봉사는 지역공동체에 생기를 불어넣어 시민들의 삶에 의미 있는 변화를 만들어 낸다는 측

면에서 사회적경제와 같은 목표를 가지고 있으며 자원봉사는 사회적경제 생태계의 토대로서 상호 의존적이고 순환적으로 연결되어 있다. 자원봉사와 사회적경제는 구분된 것이 아니며 양쪽의 활성화를 위해서 협력적 관계를 갖고 공동사업을 추진할 필요가 있다.

사회적경제는 소외 계층 지원, 자원 선순환, 지역복지, 윤리적 소비, 공정무역, 주민들의 유대와 협력, 빈곤과 실업 등 사회문제 해결에 참여하고 있는데 활동의 영역에서 자원봉사와 크게 다르지 않다. 우리 센터가 참여하고 있는 공동육아방 운영, 자원순환가게 활동, 마을돌봄활동, 마을세탁소 운영 등은 사회적경제로서 법인격은 없지만 이미 사회적경제 영역의 활동에 참여하고 있다고 볼 수 있겠다. 자원봉사 영역이 사회적경제와 연계협력하면 자원봉사의 외연이 확대되며 자원봉사자의 수가 증가 할 것이고, 새로운 영역에 참여하게 됨으로써 그동안 반복된 활동에 참여하던 자원봉사자에게 새로운 동기부여의 기회가 될 것이다.

자원봉사제는 자원봉사자들이 사회적경제 영역으로 자원이 유출되어 자원이 축소될 것이라는 우려를 가지고 있으며, 동일 노동에 대한 무보수 노동력 제공으로 봉사자의 사기 저하 및 보상에 대한 봉사자의 비교 기대심리 상승으로 갈등을 유발할 것이라는 시각이 있다. 사회적경제의 자원봉사 참여는 자원봉사 수요처가 확대될 것이며 자원봉사자의 역량을 강화하는 계기가 될 것이다. 또한 사회적경제에 대한 전문가나 새로운 계층의 봉사자를 비롯한 자원의 유입이 용이할 것이다.

사회적경제의 임금 근로자와 비교 할 경우 자원봉사자의 책임성이 상대적으로 낮으며 내부 경영 정보 유출의 우려가 있다. 자원봉사 관리에 대한 시간과 비용, 인력 투여에 대한 부담이 상승할 수 있으며 요구되는 인력의 수준에 대한 기대치는 높으나 현실적인 봉사자 연계가 성공적으로 이루어지기 어려울 것이라는 의견도 있다. 사회적경제의 자원봉사 참여는 조직의 경쟁력 향상에 도움이 될 것이며 사회적경제 조직의 사회적 기여도 증진에 기여할 것이다. 사회적경제에 대한 인지도와 지지기반도 같이 확대될 것이라 보여진다.

4. 지역의 사회적경제와 자원봉사 협력 현황

사회적경제 조직들은 자원봉사 영역에 대한 이해가 부족하여 자원봉사를 적극적으로 활용하지 못하는 것이 현실이며 자원봉사와 사회적경제 대한 이해와 신뢰 부족으로 자원봉사자의 사회적경제 영역 참여는 제한적이다. 양측의 부정적 시각을 개선하기 위해서는 상대 영역에 대한 이해 증진과 실천을 위한 교육과 캠페인이 필요하며 상호 협력의 필요성에 대한 인식 확대와 초기 단계의 협력, 사회적 영향력 확대를 위한 협력모델의 발굴과 확산, 동기부여 시책마련이 있어야 한다.

광주지역에서 활동하고 있는 사회적경제 조직은(사회적기업, 마을기업, 협동조합) 835개이며

자원봉사 수요처로 등록된 사회적경제 조직은 3.6%인 30개(협동조합 19개, 마을기업 7개, 사회적기업 4개)에 지나지 않는다. 자원봉사 수요처로 등록된 사회적기업 중 9개 기업은 자원봉사 활동 운영실적이 없으며 그나마 실적이 있는 기업은 활동 보조인력으로 자원봉사를 운영하였다. 광산구자원봉사센터는 284개의 수요처 중 6개의 사회적경제 조직이 수요처로 등록되어 있으며 그 중 2개 수요처는 등록 후 실적이 전무하다. 이는 기업은 필요에 의해 보조적 수단으로 자원봉사를 활용하고 있으며 센터는 자원봉사자 모집에 중계적 수단으로 참여하고 있는 수준에 그치고 있음을 알 수 있다.

자원봉사 조직이 사회적경제 조직으로 전환하는 움직임이 활발하였던 2012년, 그 해에 설립된 엄마손협동조합은 2018년 경영의 어려움으로 문을 닫았던 사례를 가지고 있다. 센터가 주도적으로 설립했다는 의의는 있지만, 운영의 의욕에 비해 판로에 대한 대안 부족과 내부적 갈등이 해산의 결정적 원인이 되었음을 확인하였다.

5. 상호협력을 위한 현장의 과제

사회적경제와 자원봉사는 모두 지역사회의 문제를 해결하고 소외계층을 보호하며 주민의 역량을 강화하며 공동체를 살리는 일을 하는 조직들이다. 자원봉사센터는 사회적경제 조직의 발전에 매우 중요한 역할을 하는 중간지원조직이다. 자원봉사센터는 지역사회의 인적, 물적자원이 모여 있어 사회적경제에 대한 인식을 확장하고 사회적기업가 정신을 발휘하도록 동기부여 할 수 있는 여건을 갖추고 있다. 또한 지역사회 인적, 물적 자원을 필요한 곳에 연계·조정할 수 있는 권한과 역할을 부여받은 공적 영역의 조직이다. 따라서 자원봉사센터는 지역사회 뿌리 기반을 가지고 있는 사회적경제조직이 지역사회의 경제적 발전과 사회적 자본 확장에 중요한 역할을 할 수 있도록 사회적경제 조직에 대한 이해를 확장하고 지원할 필요가 있다.

성공적인 자원봉사자 연계를 위한 조건으로 사회적경제 조직은 공개적인 재정보고 등의 투명한 경영성이 입증된 조직이어야 하며 설립 운영을 위한 제도적 요건을 충족시켜야 한다. 또한 수익의 일부를 사회에 환원하며, 자원봉사자 관리방침이 명문화되어 있는 조직에 자원봉사를 연계하는 것이 활동의 지속성을 갖는 방식일 것이다.

우리 지역의 사례에서 보았듯이 자원봉사와 사회적경제 각 영역은 추구하는 공통분모의 가치를 확산하는 협력의 필요성에 대해 공감은 하고 있지만 협력의 기초적인 관계형성도 되어 있지 못한 상황이다. 자원봉사와 사회적경제에 대한 이해를 바탕으로 가치체계를 확대하고 의미를 확장하는 활동이 필요하다. 자원봉사와 사회적경제가 신뢰관계를 바탕으로 추진 가능한 협력 활동을 다음과 같이 제안해본다.

첫째, 자원봉사와 사회적경제가 실제 협력을 이루기 위해서는 만남을 정례화하고 기초적인 협력 활동을 위해 사회적경제 조직을 자원봉사 수요처로 등록하여 활동 일감을 관리하여야 한다.

둘째, 사회적경제 개념에 대한 이해와 의식 확장을 위한 자원봉사 관리자교육을 진행하여야 한다. 교육을 통해 사회적경제의 가치 인식이 확장되고 지역사회 경제가 선순환 구조를 이루게 하는데 기여할 수 있을 것이다.

셋째, 자원봉사 조직이 사회적경제 조직과 지역육구에 적합한 사회문제 해결을 위한 공동사업을 추진하여야 한다. 자원봉사는 사회적경제와 많은 부분 중첩되는 가치를 가지고 있기 때문에 지역사회에서 서로의 역할과 가치를 결합하여 시너지를 낼 수 있을 것으로 본다.

건강한 공동체를 위해서는 사회적경제와 자원봉사의 생태계가 잘 조성되어야 하며 양 영역을 구성하는 이해관계자들의 협력과 상생노력을 통해 더욱 확장될 수 있다고 본다.

『2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼』

연대의 힘으로 만드는 변화, 자원봉사와 사회적경제

토론3

재난의 일상화 시대, 지역사회 안전망 구축을 위한 협력과 임팩트

정미정

에이팍코리아 이사장

재난의 일상화 시대, 지역사회 안전망 구축을 위한 협력과 임팩트

정미정
(에이팍코리아 이사장)

재난현장에서 만난 사회적경제

지난해 2월, 코로나19 감염병 첫 확진자가 대구에서 발생하자 대구와 경북지역은 사상 초유의 대규모 감염병 재난으로 큰 타격을 입게 되었다. 삶의 영역들이 일시에 중단되면서 노인과 장애인, 어린이, 이주노동자 등 사회적 약자가 제일 먼저 재난약자로 전환되었다. 노인과 장애인 돌봄 센터가 문을 닫은데 이어 초중고교의 개교가 연기되고 지역아동센터 또한 휴원하는 등 사회적 약자들이 사회로부터 먼저 고립되었다. 더구나 코로나19 감염 위험으로 인해 사람이 직접 구호에 나서는 자원봉사는 더욱 어렵게 되었다.

이런 가운데 지역의 사회적경제 영역이 빠르게 움직였다. 대구다울협동조합과 달콤한밥상 등은 대구의 무료급식소에 도시락과 물품을 지원했고 이가쏘잉 협동조합은 마스크를 구하기 어려웠던 장애인과 기초수급자, 고령자, 이주노동자에게 천마스크를 제작해 지원했다. 청소하는마을협동조합은 복지관과 어린이집에 방역을 지원하고 새벽수라상은 의료인력에 도시락을 배달했다. 아이쿱생협은 재난구호단체인 에이팍코리아와 협업해 대구의 지역아동센터 아동의 결식 문제를 찾아내고 문을 닫은 동네식당에 부탁해 수성구 200명의 아동에게 2주간 도시락 지원을 시작했고 센터는 도시락을 나눠주며 아이들의 안부를 확인했다. 결식아동의 도시락 구호는 확대되어 대구지역 모든 지역아동센터 5천명의 아이들에게 지원하는 규모로 진행되었다.

지난해 구례 홍수 재난에서 아름다운가게는 에이팍코리아와 함께 이재민을 위해 기초 가재도구를 지원하는 아름다운 꾸러미 1,500상자를 지원했고, 아이쿱생협은 대피소에 머물며 씻지 못하는 이재민에게 자연드림파크의 사우나와 식당을 개방하고 차량까지 제공해 재난 회복을 위한 일종의 '존엄키트'를 제공했다.

2018년 강원도 산불재난에서는 슬리퍼를 신고 급히 탈출한 이재민들을 위해 수백 명의 신발

치수를 일일이 측정해 운동화를 지원하고 응급심리 치료를 제공한 에이팟코리아의 활동도 아이쿱 생협의 지원으로 가능했다.

재난대응 거버넌스의 한 축인 사회적경제

한국사회에서 감염병과 홍수, 산불 등 대규모 재난이 반복되면서 정부주도의 대응이 한계가 있다는 인식이 확대되었다. 사회적경제는 물류와 물품, 사람과 기부까지 연계된 사회적 자본으로, 정부와 기업, 시민, 구호단체가 상호 협업하는 거버넌스의 중요한 한 축으로 자리 잡게 되었다. 특히 사회적경제는 사업 가치 안에 사회적 약자들을 포함하고 있기 때문에 우리사회의 약한 고리들이 재난약자로 전환되었을 때 물품과 물류 등의 자원을 활용해 재난의 충격을 빠르게 흡수할 수 있는 잠재성을 가지고 있다.

행정안전부는 실제로 2018년 재난으로 피해를 입은 이재민에 대한 신속한 구호활동을 펼치기 위해 국내 12개 사회적경제 단체와 ‘재난수습분야 업무협약’을 체결했다. 전국단위의 사업네트워크와 연합조직이 구성되어 있는 대규모 사회적경제 4곳과 개별협동조합 8개가 참여해 식품과 생필품, 피해지역 주민 지원 등 사업 인프라를 활용한 지원을 하는 것이다. 그리고 사회적기업과 마을기업, 자활기업 등은 구호차원의 봉사활동에 참여하고 의료복지사회적협동조합은 의료인력을 지원하는 형태이다.

사회적경제는 연대와 공동체, 사회적 약자 보호 등의 키워드가 사업의 목적 안에 녹아있고 특히 재난대응의 2대 원칙인 ‘자조’와 ‘협조’의 원칙은 협동조합 운영원리와 동일하다. 재난 시 이웃을 돌보는 역할에서 적극성을 발휘하도록 기능하고 있어 중요한 재난대응 거버넌스의 역할을 담당할 수 있고 다양한 협업은 진행 중에 있다

재난현장에서 사회적경제와 자원봉사 협업의 필요성

지난해 구례지역에 발생한 홍수로 구례군 주민의 10%가 이재민이 되었다. 공공 인프라 파손으로 단전, 단수가 장기화되었고 이재민들은 침수로 가재도구를 세척하거나 폐기하고 벽지와 장판까지 교체해야 하는 상황에 있었다.

구례군에는 전국에서 몰려드는 자원봉사자의 신청을 받아 봉사 활동 지역을 배분하는 역할을 맡았으나 봉사자들에게 도시락을 제공해야하는 어려움이 동반되었다. 결국 피해를 입은 지역의 커뮤니티에 수백 명의 식사를 부탁하는 요청이 있었고 이는 지역 주민의 어려움을 가중시키는

결과를 가져왔다. 동일본 대지진 당시 일본의 재해의료 지원팀, DMAT(disaster medical assistance team)의 의료진 300여명이 후쿠시마 공항에 도착했으나 도로가 끊겨 현장으로 이동하지 못하면서 공항에서 장기간 대기 상황이 지속되었고 결국 피해주민들이 의료진의 식사를 준비하는 상황에 봉착하면서 좌절감을 느낀 의료진 일부가 철수하기에 이르렀다. 결국 재난현장에서 자원봉사자의 지원이 가능하려면 물류와 물품 지원이 동반되어야 하고 이 영역은 사회적경제가 협업으로 지원할 수 있다.

반대의 상황도 있다. 재난 시 사회적경제 영역에서 후원금이나 물품을 물류망을 통해 즉시 현장에 보내오지만 현지에서 협업할 봉사 인력이 없을 경우 신속한 지원에 어려움이 있다는 점이다. 구례 홍수 당시 사회적경제 영역에서 옷가지와 마스크, 구호 지원금을 보내거나 보내려는 의사가 있었지만 현장에서 물품을 포장하고 배분할 봉사인력이 없어 지원이 늦춰지거나 포기하는 사례가 발생했다. 즉 물품과 물류가 갖춰진 사회적경제 영역이 적극적인 지원 의사가 있다 하더라도 현장에 봉사 일손이 결합되지 않으면 어려움이 있게 된다.

사회적경제와 자원봉사의 협력과 임팩트

재난대응 활동에서 협치의 한 축을 담당하고 있는 사회적경제와 자원봉사 영역이 교차하는 지점을 만들기 위해서는 각자의 영역에 대한 이해도를 높이고 효율적인 협업 지점을 찾을 필요가 있다.

아이쿱생협의 경우는 이미 일상에서 자원봉사의 개념을 도입해 일상 활동과 봉사를 결합하는 활동을 펼치고 있다. 아이쿱생협은 2018년, 조합원 활동을 ‘자원봉사’로 규정하고 ‘아자’로 네이밍 후 일상에서 봉사를 주요 키워드로 부여했다. 자체 앱을 개발해 활동에 상응하는 포인트를 부여하고 포인트를 다시 기부할 수 있게 해 2019년 6월 기준으로 전국 100개 조합에서 21,000명이 자원봉사에 참여했다. 2020년 코로나19 위기극복을 위한 활동으로 99개 조합에서 700여명이 선별진료소와 소방서, 각 지역의 재난취약 계층에 1억 300천만 원의 물품을 나누는 봉사 활동을 벌였다. 이는 협동조합의 원칙 중 하나인 ‘지역사회 기여’와 더불어 ‘공동체 위기 극복’을 위한 활동으로, 연말마다 100개 조합이 지역의 취약계층을 찾아가 돌봄과 물품지원을 하는 봉사활동의 연장선상에 있다. 아이쿱생협은 ‘사업과 공익 활동을 분리’하는 조직운영 정책에 따라 100개 조합은 모두 비영리 단체로 등록이 되어 있고 사회적 가치를 펼치는 시민활동의 영역을 전담하고 있다.

그러나 전국 100개 회원 조합 가운데 자원봉사 수요처로 등록된 조합은 2021년 6월 기준으로 36곳으로 집계되었다. 많은 조합들이 자원봉사수요처 등록을 요청했으나 사회적경제라는 이유로 신청이 거부되어 지역자원봉사센터와의 협업에 부정적인 경험이 먼저 자리 잡게 되었다.

더구나 행정안전부가 사회적경제 영역과 ‘재난수습분야 업무협약’을 맺고 재난지역에 대한 물품 지원과 봉사를 이전보다 적극적인 방식으로 진행하고 있으나 수요처 등록 거부로 인해 공식적인 봉사의 영역으로 인정되지 않는 것은 아쉬운 일이다. 재난이 일상화되고 사회적경제의 재난협업과 자원봉사가 협치의 중요 자원으로 성장하는 만큼 자원봉사 수요처로 편입해 자원봉사의 영역을 넓히고 시너지 임팩트를 강화하는 것이 필요하다.

더불어 사회적경제 영역의 특성상 사회적 가치를 사업의 목적으로 두는 만큼 특정 이슈를 중심으로 수평적 협업의 경험이 시도되고 확대될 필요가 있다. 사회적경제의 조합원이나 주체들이 자율적이고 독립적이며 이슈 중심으로 결합도가 높은 만큼 창의적인 방식들이 자원봉사 영역에서 시도될 것이다. 더불어 재난시 일정 지역내에서 두 주체간의 물자와 자원봉사 인력의 상호지원을 위한 협약 체결 등을 통해 서로의 자원을 확인하고 유사시에 신속한 협업을 시도해도 좋을 것이다.

사회적 가치를 창출하는 사회적경제 영역의 사업과 활동 가운데 비영리적인 공익활동, 그리고 지역사회의 기여 등을 공식적인 자원봉사의 범주로 포괄하고 협력관계를 확산하는 다양한 시도와 경험이 확대되기를 희망한다.

『2021 자원봉사와 사회적경제 공동포럼』

연대의 힘으로 만드는 변화, 자원봉사와 사회적경제

토론4

사회문제를 해결하는 자원봉사와 사회적경제

송소연

라이프인 기자

사회문제를 해결하는 자원봉사와 사회적경제

송소연
(라이프인 기자)

사회혁신과 사회적 가치 : 누구와 어떻게 실행할 것인가?

현재 우리를 둘러싸고 있는 사회문제는 점점 복잡하고 다양해지고 있다. 사회문제가 생겨나는 속도는 해결책이 나오는 속도보다 빨라 하나의 기업이나 정부, 개별 단체의 힘으로는 문제를 해결하기 어려워졌다. 이러한 이유로 개별적 임팩트(Isolated Impact) 중심의 문제 해결을 넘어 가치 실현을 위한 종합적 접근방식인 콜렉티브 임팩트(Collective Impact)가 주목받고 있다. 콜렉티브 임팩트(Collective Impact)는 특정한 사회 문제를 해결하기 위해 서로 다른 주체들이 공동의 아젠다를 가지고 함께 노력하는 것으로 이번 포럼은 자원봉사와 사회적경제라는 전문 영역이 만나 서로에 대한 이해와 연대를 통해 변화를 꾀한다는 점에 의미가 있다.

자원봉사와 사회적경제의 협력

자원봉사와 사회적경제의 협력은 ‘우리 시대의 자원봉사-사회적경제와 자원봉사의 연계를 통해 지역공동체 활성화’를 주제로 진행된 2013년 서울시자원봉사센터 전문가 포럼, 2015년 포럼 ‘사회적경제와 시민사회 자원봉사의 융합’, 2018년 자원봉사 X 사회적경제 포럼 ‘시작된 미래 뜻밖의 만남’ 등 다양한 곳에서 꾸준히 논의되어 왔다. 또한, 자원봉사와 사회적경제의 만남은 새로운 것이 아니다. 생협 이사회와 활동은 대부분 자원봉사로 운영이 되며, 코로나19 상황에서 사회적경제는 지역에서 방역 활동에 참여하고, 마스크 제작과 나눔 등에 앞장섰다.

라이프인 기사로 본 자원봉사와 사회적경제

라이프인은 영리 광고 없이 후원회원의 회비로 운영이 되는 사회적 협동조합으로 사회적경제 생태계와 사회적가치를 확산하기 위해 사회 문제를 해결하고 있는 개인과 조직을 집중적으로 다루고 있다. 라이프인의 기사를 통해 자원봉사와 사회적경제의 접점을 살펴본 결과 가장 눈에 띄는 점은 자원봉사가 사회적경제 조직 설립의 계기가 된다는 점이었다.

패션 디자인 브랜드, 미술 교육 콘텐츠 기업 ‘에이드런’

에이드런은 보육원 아이들을 대상으로 미술교육 봉사를 진행하고, 아이들의 그림이나 이야기에서 얻은 영감으로 패턴을 만들고 상품화하여 판매하는 사회적기업이다. 최재은 공동대표는 디자인을 전공하고 아이를 좋아하는 친구들이 모여 아이들과 같이 할 수 있는 프로젝트를 해보자는 데 뜻을 모아 서울 소재한 보육원에서 봉사활동을 했다. 아이들의 그림을 담은 디자인 제품을 만들어 판매해, 해당 수익금을 우간다 아이들에게 기부하는 프로젝트를 진행했다. 이후 프로젝트 취지를 지속해서 이어가기 위해 사업화를 진행했다.

발달장애인과 함께하는 친환경 디자인 스튜디오 ‘그레이프랩’

그레이프랩은 종이를 이용한 노트북 스탠드, 친환경 플래너 등을 판매하며, 제품 디자인에는 발달장애가 있는 직원들의 손길이 닿아 있다. 김민양 대표는 복지관에서 자원봉사를 하면서 장애인들을 2년 정도 지켜봤다. “그때 그들의 표현이 출중하기보다는 ‘다르다’는 생각이 들었다. 잘해야 한다는 강박이 없다 보니 표현이 순수했다. 덕분에 잘해야 한다는 강박에 갇혀 있던 내가 영감을 많이 받았다”고 했다.

열매가 커지면 송이 자체가 커지면서도 그 옆에 또 다른 포도송이가 생기는 것을 비유한 ‘포도송이 이론’에서 따온 ‘그레이프’와 실험실이라는 의미의 ‘랩’을 더한 이름을 사명으로 선택했다.

미술적 재능이 있는 발달장애인을 발굴해 디자이너로 함께 일하는 ‘키뮤스튜디오’

‘키뮤 스튜디오’는 예술에 재능 있는 발달장애인 아티스트를 발굴하고 콘텐츠를 만드는 소셜벤처다. 남장원 대표는 “2008년 발달장애인 미술 봉사활동을 하면서 현재의 디자이너들을 만났는데, 당시 이들이 그린 그림은 이전에도 이후에도 볼 수 없을 만큼 독특했다”고 말했다. 키뮤스튜디오는 국내외 발달장애인 지원 단체와 협력해 특화된 커리큘럼으로 미술교육 및 트레이닝을 진행해 전문 디자이너를 양성하고 있다. 이를 통해 배출된 디자이너들은 일러스트레이터·캐릭터 디자이너·컬러리스트·편집 디자이너 등 다양한 분야에서 활약하고 있다.

인공지능 데이터 수집 가공, 자동화, & 소프트웨어 테스트 전문 기업 ‘테스트웍스’

테스트웍스의 윤석원 대표 IT 관련 기업에서 일하던 직장인이었다. 평소에 사회문제에 관심이 많아 참여했던 IT 교육 자원봉사가 기업으로 이어졌다. 테스트웍스는 발달장애인의 장점으로 살려 인공지능 관련 데이터셋 가공 업무에 적용하고 있다. 예를 들어 휴대폰의 소프트웨어에 버그가 있는지 확인하기 위해서는 1,000회를 반복적인 수작업으로 구동하는데, 이 경우에도 발달장애인들의 결과물이 비장애인보다 낮은 오차율을 달성한다.

폐지에 그림을 그리는 ‘러블리페이퍼’

기우진 러블리페이퍼 대표는 사회문제에 관심이 많던 대안학교 교사였다. 폐지를 수거하는 어르신들을 그냥 지나칠 수 없었고, 마주 앉아 이야기를 나누면서 ‘굿페이퍼’란 봉사단체를 만들었다. ‘굿페이퍼’는 가정, 학교 등에서 나오는 폐지를 수거하여 팔아 수익금으로 어르신들을 돕는 단체였는데 어르신들로부터 폐지를 매입하여 본래 가치보다 높게 재활용하는 사회적기업으로 발전시켰다. 자원봉사 예술가와 폐지를 재활용한 ‘페이퍼 캔버스아트’를 제작해 판매한다.

사회문제를 해결하는 자원봉사와 사회적경제의 연대에 상상 더하기

‘깎창 생리대’를 접한 생협 조합원이 만든 ‘함께하는 그날 협동조합’

‘함께하는 그날’은 다회용 브랜드 ‘소락’, 제로웨이스트 숍 ‘지구별가게’ 운영하는 곳으로 ‘깎창 생리대’ 보도를 접한 한라아이쿱생협의 조합원들의 마을모임에서 출발했다. ‘아이들이 힘들어하지 않도록 함께 해주자’는 설립 취지를 잊지 않고 면생리대를 만들어 지역 청소년들에게 지원하는 ‘소녀, 별을 품다’ 프로젝트를 진행하고 있다. 매달 자원봉사자들이 면생리대 100개를 재단, 재봉 등의 작업해 아이들에게 나누어 주고 있다.

차별 없이 배움의 기회를 누리고 성장하는 사회를 꿈꾸는 교육 소셜벤처 ‘점프’

‘점프’는 기존의 교육봉사 프로그램은 봉사활동 기간이 짧고, 자원봉사자 관리가 어렵다는 문제를 해결하기 위한 지속가능한 교육봉사 솔루션을 만들었다. 청소년, 대학생 교육봉사자(장학생), 사회인 멘토를 연결해 나눔의 선순환이 이뤄진다. 장학생(장학생+선생님의 합성어)은 최대 4명의 학생을 주2~3회, 최소 주8시간, 일 년 동안 학습센터에서 가르친다. 아이들과 가깝게 지내며 진로설계, 대학탐방 및 문화체험 활동을 통해 동기를 부여하는 정서지원활동도 한다.

공강, 한 시간의 기적 : 십시일밥

한양대 ‘십시일밥’은 어려운 친구들의 생활을 바라보던 한 학생에서 시작됐다. 당시 경영학과 2학년이던 이호영 군은 친구들을 모았고, 공강 한두 시간을 이용해 학생 식당에서 일하는 대가로 식권을 받는 봉사활동을 시작했다. 그리고 그 식권을 취약계층 학우들에게 제공했다. ‘십시일밥’은 열 사람이 한 술씩 보태면 한 사람 먹을 분량이 된다는 ‘십시일반(十匙一飯)’에서 따온 이름이다.

플라스틱 장난감 쓰레기 문제를 해결하는 사회적기업 ‘금자동이’

‘금자동이’는 20여 년간 장난감과 유아용품을 공유·재활용하고 있다. 분해된 장난감 플라스틱으로 새로운 장난감을 만드는 장난감학교 ‘썰모’를 운영하는데 ‘썰모’의 재료를 만드는 장난감 분해 작업에 약 40만 명이 자원봉사로 참여했다. 금자동이는 플라스틱 장난감 쓰레기 문제를 해결하기 위해 장난감의 재활용, 업사이클, 환경교육과 캠페인을 진행하는 사단법인 트루(TRU; Toy Recycle Union)를 설립했다.

‘독거노인과 동네 주민을 연결하는 ‘안산365노인건강돌봄 통합지원센터’

안산의료사회협은 동 단위 공동체를 촘촘하게 조직하기 위해 노인지킴이 ‘건강짜꿍’, 노인 건강리더, 노인 생활지원사, 건강자조모임을 조직했다. 노인지킴이 ‘건강짜꿍’은 독거노인의 심리적 정서적 건강을 위해 같은 동네 주민과 1:1로 연결하는 자원봉사활동이다. 건강짜꿍은 오가는 길에 어르신들의 안부를 확인하고 일상적인 대화를 나누며 안전망 역할을 한다. 때로는 같이 공동체 나들이도 함께 가는 친구이기도 하다.

한강 생태 관리, 콘텐츠화하는 ‘사회적협동조합 한강’

‘사회적협동조합 한강’의 주 사업은 강 하천의 생태 복원과 강 문화 콘텐츠를 발굴하는 것으로 생태 프로그램을 운영하고, 공원과 체험관을 관리한다. 샻강의 대표적인 수종인 버드나무 군락인데 이를 뒤덮고 있던 생태교란종을 자원봉사자들과 관리한다. 1년 동안 2천5백 명이 참여했다고 한다.

제언

사회적경제는 공익적 사업을 자원봉사자들과 추진하고 있다. 하지만, 개별적인 움직임으로 활동의 성과가 취합되지 못하는 아쉬움이 있었다. 그럼에도 불구하고 자원봉사와 사회적경제가 협력하는 과정은 서로에게 확장의 계기가 되고, 콜렉티브 임팩트를 만들어낼 수 있는 가능성을 확인할 수 있었다. 구체적으로 사회적경제는 개별 조직이 만들어 내고 있는 사회적 가치를 자원봉사라는 이름으로 엮어내 소셜 임팩트를 통해 공익성을 강화할 수 있고, 자원봉사는 영역을 확대해 실질적인 사회문제를 해결하는 역할을 할 수 있을 것이다.

MEMO

MEMO