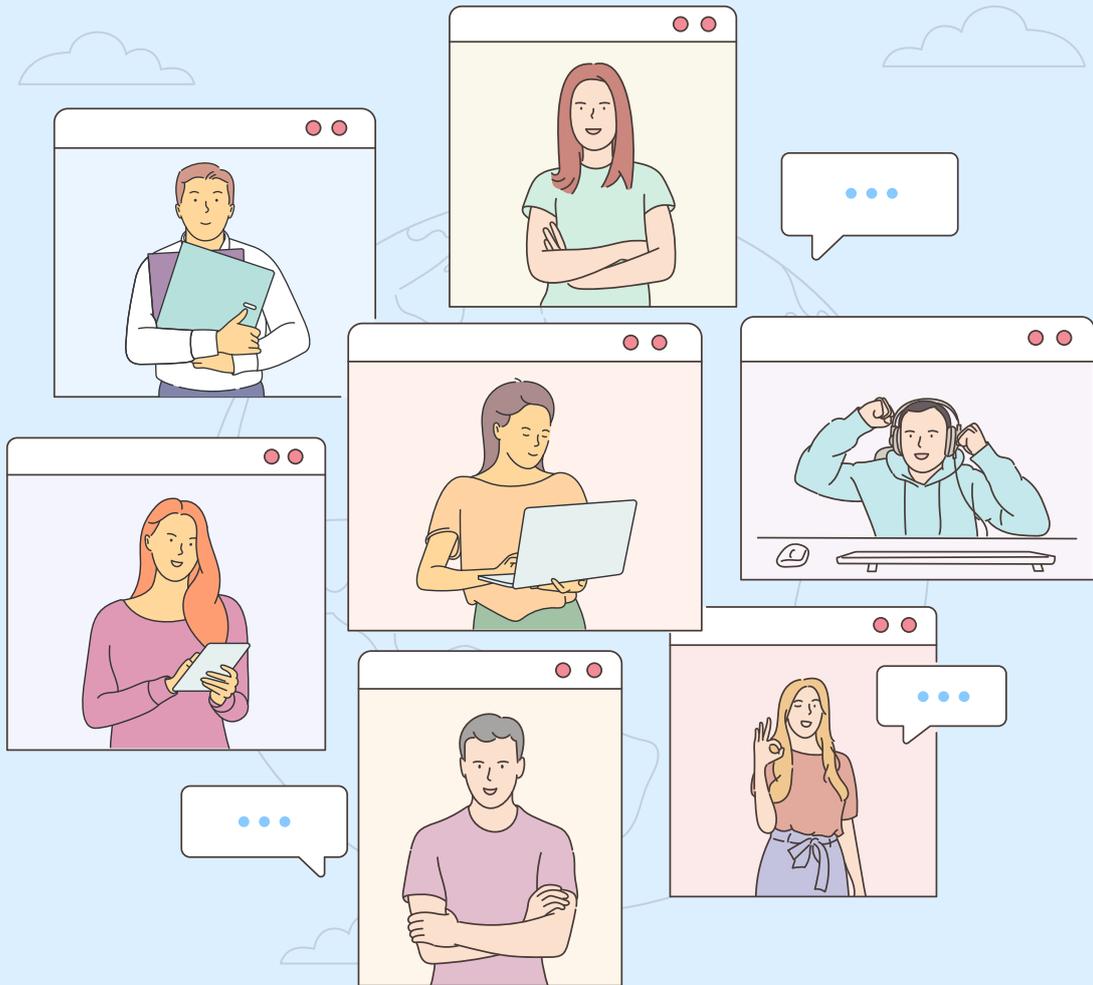


자원봉사 국내외 동향 및 정책 이슈로 소통하는

# 자원봉사 정책저널

- Volunteering
- Policy
- Journal

비대면 자원봉사, 확장의 문을 열다



# 기 획 의 도

코로나19로 인한 일상의 풍경 중 가장 큰 변화를 꼽는다면 단연 '비대면'을 말할 수 있습니다. 사람과 사람 간 따뜻한 손길과 온기로 연결되는 자원봉사현장은 이 비대면 상황을 어떻게 받아들이고 있을까요.

이번 정책저널에서는 [비대면 자원봉사, 확장의 문을 열다]를 주제로 다루었습니다. 비대면 시대, 자원봉사현장을 비롯한 기업사회공헌 및 모금기관 등 다양한 영역에서 일어나는 새로운 시도와 변화를 살펴보고, 이를 통해 시민참여 활성화를 위한 방안을 함께 모색하고자 합니다.

'정책Brief'에서는 실증적 데이터 기반의 비대면 자원봉사 현황을 분석하고 그 미래를 전망하여, 비대면 자원봉사 확장을 위한 자원봉사센터 및 유사섹터의 변화와 과제, 실천적 전략을 제안합니다.

'정책View'에서는 비대면 환경 속에서 자원봉사의 성과를 높이기 위한 정책·제도의 방향을 짚어보고, 더 나아가 자원봉사자의 성장과 실제적 문제해결에 다가가는데 필요한 현장의 전략을 이야기합니다.

'현장Focus'에서는 자원봉사센터의 운영방식과 프로그램의 변화, 기업사회공헌의 경향과 협업을 위한 전략, 모금분야의 비대면 전환과 시민참여변화 사례를 다각적으로 소개합니다. 끝으로 비대면 자원봉사 운영에 활용할 수 있는 가이드와 온라인 도구, 활용법을 제시하여 실무자의 디지털 역량 강화를 돕고자 합니다.

'비대면 자원봉사'는 기회이자 가능성입니다. 지속되는 사회적 거리두기 속에서 이웃을 살피는 마음의 거리는 좁히고자 합니다. 시공간의 제약으로 자원봉사에 참여하지 못했던 많은 시민들이 일상 속 작은 실천으로 사회문제 해결에 참여할 수 있도록, 즐거운 비대면 자원봉사 문화를 만들어가는 것. 그것이 자원봉사 확장의 문을 여는 열쇠가 아닐까요.

# Contents

본 저널에 실린 기고글은 한국중앙자원봉사센터의 공식의견이 아니며, 필자의 견해를 밝힙니다.

## 기획의도

저널 전체 구성에 대한 간략 소개  
편집부

## 정책 Brief

비대면 자원봉사활동의 현재와 대응 전략  
정희선(한국자원봉사문화 사무총장)

## 정책 View

비대면 시대, 자원봉사 생태계 변화를 위한 정책과제  
김의욱(서울시자원봉사센터장)

## 현장 Focus

비대면으로 안부를 전하는 자원봉사현장의 이야기  
김선용(한국중앙자원봉사센터 팀장)

'위드 코로나19' 시대 기업 자원봉사의 변화  
황애경(메트라이프생명 사회공헌재단 이사)

디지털 시대의 모금전략은 이야기에 있다  
황신애(한국모금가협회 상임이사)

디지털 역량강화 전략과 활용 도구  
박연수(쿠퍼실리테이션그룹 수석컨설턴트)

## 동향

비대면 자원봉사활동 운영가이드 핵심 정리  
김수지(한국중앙자원봉사센터 대리)

# 비대면 자원봉사활동의 현재와 대응 전략

정희선 사무총장  
한국자원봉사문화



## 국내외 자원봉사활동의 변화

최근 델타변이가 급부상하면서, 2년째 이어지는 코로나19 사태가 언제 끝날지 모르는 상황을 맞이하고 있다. 더구나 전염병 감염 예방의 부담에 그치지 않고, 팬데믹을 초래한 기후위기나 팬데믹으로 인해 늘어가는 부의 격차 등도 우리가 해결해야 할 새로운 과제로 더해지고 있다. 어쩌면 우리의 일상은 이제 코로나19 이전의 세상으로 되돌아가기보다, 현재 마주하고 있는 온라인, 디지털 세상과 함께 살아가야 함을 예고하고 있는지도 모른다.

이에 따라, 자원봉사활동의 양상도 많은 변화를 겪고 있다. 코로나19로 인해 지난 해에는 불가피하게 멈추었던 봉사활동이 이제 비대면 자원봉사활동<sup>1)</sup>이라는 새로운 활로를 찾고 있다. 대면으로 진행하던 봉사활동 영역에서 온라인으로 전환 가능한 부분은 대폭 바뀌었고, 온라인 기술을 도입한 프로그램도 활성화되고 있다. 향후 자원봉사활동이 기술과 소셜미디어를 활용하는 온라인 방식으로 더욱 가속화할 것이라는 전망도 힘을 얻고 있다.

최근 미국에서 열린 전국자원봉사대회나 세계자원봉사협회(IAVE)에서도 “온라인 자원봉사”가 주요 어젠다로 논의되어, 기존 자원봉사활동의 일부 온라인 전환을 넘어 온라인 중심의 자원봉사활동이 모색되고 있다. 무엇보다 코로나19가 초래한 기후위기의 심각성을 환기하면서, 이에 대한 대응으로서 시민 참여가 촉구되었다고 한다<sup>2)</sup>.

1) 비대면 자원봉사란 봉사자간, 봉사자와 수혜자 간 그리고 봉사자와 중간매개자 간의 비접촉을 전제로 하는 자원봉사활동이다. 자원봉사를 위한 불가피한 부분적 접촉은 포함된다. 비대면 자원봉사의 전형적인 유형 중 하나가 '온라인 자원봉사'이다. 온라인 자원봉사는 사람들이 집이나 직장 등에서 컴퓨터, 인터넷을 통해 봉사활동에 참여하는 활동이다.

2) 코로나19시대의 해외 자원봉사 동향(칼럼증), 박윤애 한국자원봉사문화 이사

## 비대면 자원봉사활동 현황

### 비대면 자원봉사활동 참여자 증가

코로나19 이후인 작년 10월, 행정안전부와 한국자원봉사문화가 공동으로 조사한 『2020 자원봉사 실태조사』에서 처음으로 “비대면·온라인 자원봉사활동”에 대한 항목을 조사한 바 있다. 조사결과에서는 현재 자원봉사 참여자 중 10.2%가 비대면 자원봉사에 참여하고 있고, 비대면으로 참여한 봉사자들의 회당 평균시간이 3.3시간, 참여횟수는 평균 8.1회로 나타났다. 이는 대면과 비대면 모두를 포함한 전체 자원봉사 참여 평균시간 5.7시간과 평균횟수 5.2회에 비해, 참여 시간은 짧으나 횟수는 높은 것으로 조사되었다.

즉 비대면 자원봉사가 대면 봉사에 비해 적은 시간이지만 참가자가 가능한 시간을 자율적으로 활용하여, 여러번 참여할 수 있다는 특성을 지닌 것으로 해석할 수 있다. 이들의 향후 비대면 활동 참여의향은 79.7%에 이르러, 비대면 자원봉사활동에 대한 높은 선호도를 보여주고 있다.

구 분		내 용
참여현황	활동처	10.2% (집, 직장 등의 사적 소규모 공간)
	평균 활동시간	3.3시간 (전체 평균 5.7시간)
	평균 참여횟수	8.1회 (전체 평균 5.2회)
참여의향	향후 참여의향	79.7%
	선호 활동분야	모금(33.0%), 상담(24.1%), 조사연구(24.1%) 등

[표 1] 비대면 자원봉사 참여현황 및 참여의향 비교

### 비대면 자원봉사활동으로의 전환

자원봉사자들과 파트너로 일하는 비영리조직의 코로나19 초기 대응은 위기 극복을 위한 재난자원봉사 체제를 갖추는 일이었다. 면 마스크 제작 후 취약계층 전달, 전염병 확산 방지를 위한 방역지원, 드라이브 스루 방식의 음식배달 등 대면·접촉 회피에 방점이 주어졌다. 그러나 코로나19의 비대면 상황이 장기화되면서, 점차 현장에 가지 않고도 집에서 혹은 온라인으로 수행할 수 있는 다양한 활동 프로그램이 개발되었다. 예컨대, 상담·멘토링이나 홍보활동 등이 기존 활동을 온라인 방식으로 변형한 프로그램이라면, 키트 제작, 플로깅 등 비대면 활동을 위해 새롭게 개발된 프로그램도 자원봉사활동에 접목되었다([표2] 참조).

	활동 분야	프로그램 사례
기존 변형	상담·멘토링	• 온라인 청소년 진로멘토링, 코칭, 전화상담
	홍보, 참여 캠페인	• 웹페이지, 그래픽, 인쇄물, 일러스트 등 디자인 • 비디오, 영상편집, UCC 등 콘텐츠 제작
신규 개발	키트형	• 개인 혹은 가정, 소그룹 단위에서 비대면으로 마스크목걸이 등 키트를 제작하는 활동
	빅데이터형	• 안전, 환경 등 사회문제 현장에 대해 모니터링하여 분석 및 데이터화, 정책반영하는 활동
	플로깅형	• 취미활동과 환경봉사를 결합한 활동으로 플로깅, 비치코밍 등

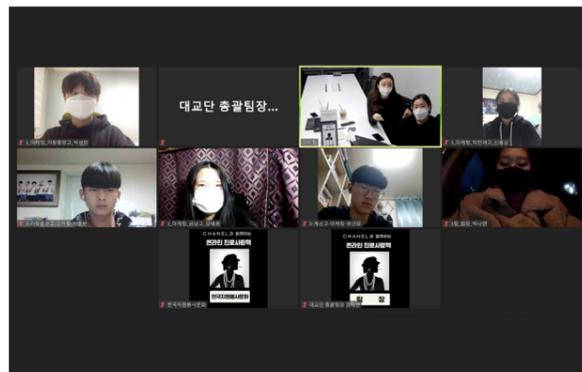
[표 2] 비대면 자원봉사 프로그램 운영 사례

## 비대면 자원봉사활동의 가능성

비대면 방식의 자원봉사활동은 먼 거리를 이동하지 않아도 가능한 시간에 짬을 내어 참여할 수 있다는 점에서 자원봉사현장에 새로운 가능성으로 작용한다. 이는 그동안 자원봉사 참여가 어려웠던 개인과 조직에 참여 유인이 될 뿐 아니라 서비스 대상자의 폭을 넓혀주는 계기이기도 하다. 가령 대면으로 진행해온 진로 멘토링 프로그램이 비대면으로 전환되어 놓여준 등 소외된 지역 및 계층의 청소년들까지 참여기회가 확장된 것은 좋은 예이다. 이와 같이 시간과 장소의 구애를 받지 않는 비대면 자원봉사 활동은 자원봉사의 저변을 넓히는 계기로 작용할 뿐 아니라, 시민들의 일상생활 속 자원봉사 문화 정착에도 크게 기여할 수 있을 것이다.



[대면 활동]



[비대면 활동]

[사진 1] 청소년의 꿈을 찾아주는 진로멘토링 활동(대면에서 비대면으로 전환)

뿐만 아니라, 디지털 기술 발전과 결합한 비대면 자원봉사 활동은 활동의 효율성과 효과성 측면에서도 새로운 가능성을 보이고 있다. 예컨대, 최근 경기도자원봉사센터가 진행하는 미세먼지 매핑(mapping)활동은 시민들이 해당 지역 미세먼지 오염 수치를 측정하여 지도에 입력하는 활동이다. 빅데이터로 수치화된 결과를 참여자들이 공유하면서 미세먼지의 심각성을 인지하게 되고, 미세먼지 저감을 위한 효과적인 방법을 논의하게 된다. 논의를 통해 나무심기 등의 실천적 활동으로 이어지면서 임팩트 있는 자원봉사활동으로 이어지게 된다.



[미세먼지 측정활동]



[미세먼지 분석결과]

[사진 2] 경기도 시민들의 미세먼지 매핑활동

## 비대면 자원봉사 활성화를 위한 전략

### 비대면 자원봉사 프로그램 개발

코로나19로 인하여 일상생활에서 거대한 변화를 목격하듯이, 자원봉사활동에 있어서의 비대면화도 불가피하다. 자원봉사 참여현장이 집 혹은 직장, 카페 등으로 변화되고 활동현장도 개인이나 소그룹 중심으로 바뀔에 따라, 가족과 직장, 소그룹 단위에서의 다양한 활동을 지원할 수 있는 새로운 프로그램 개발이 요구된다. 특히, 직접적인 접촉이 일어나지 않는 단점을 보완하면서 비대면 활동의 특성을 최대한 살리기 위해서는 빅데이터 접목과 같은 혁신기술 기반의 다양한 프로그램 개발이 필요하다.



### 관리자의 역량강화를 위한 교육과정 운영

비대면 자원봉사활동은 시민들의 활동분야를 한층 전문화, 다양화하는데 영향을 미친다. 자원봉사자 또한 스스로 프로그램을 기획·실행하는 일이 용이하게 된다. 이에 따라 자원봉사 관리자의 역할 변화는 불가피하다. 그동안 자원봉사 관리자의 역량이 자원봉사 프로그램 실행력에 중점을 두었다면 앞으로는 기획과 평가 역량에 초점을 두어야 한다.

자원봉사자들의 기획 및 실행 역량을 지원할 수 있는 코칭 및 활동처, 이해관계자 등과의 협력관계 코디네이팅, 봉사활동 성과의 데이터화·시각화 제공 등의 역할이 자원봉사 관리자 역량에 강조될 필요가 있다. 또한 자원봉사활동의 사회적 임팩트 성과를 측정하고 평가할 수 있는 역량도 개발되어야 한다. 이 같은 내용의 관리자 역량 개발 교육과정 개설은 무척 시급하다.

### 비대면 자원봉사를 위한 환경 조성

비대면 자원봉사활동이 활성화되기 위해서는 비대면 프로그램의 기획·운영 매뉴얼과 자원봉사 리더·관리자들을 위한 교육 커리큘럼 등 관련 콘텐츠를 개발·지원하고, 다양한 프로그램 사례도 발굴·보급되어야 한다.

특히 비대면 자원봉사에 대한 새로운 인정 방식이 필요하다. 키트 활동, 데이터 입력 등 신규로 개발된 자원봉사 활동은 시간으로 환산하기 어려운 특성이 있기 때문이다. 예컨대, 환경활동으로 쓰레기 분리수거에 참여할 경우, 탄소 절감에 얼마나 기여하는지를 수치화하고, 그 결과를 공유하는 방안을 생각해볼 수 있다. 이러한 방식은 봉사자에게 자기효능감을 줄 뿐만 아니라 활동의 임팩트를 측정하는 데에도 유의미한 결과를 가져다줄 수 있다.

## 비대면 자원봉사활동, 새로운 도약의 기회

코로나19라는 어려운 시기에도 불구하고 자원봉사에 참여하는 개인과 단체가 비대면 자원봉사라는 새로운 활로를 적극 모색하고 있음을 살필 수 있었다. 더구나 비대면 방식을 도입함으로써 정체된 우리나라의 자원봉사 참여율을 제고하고, 나아가 자원봉사의 임팩트를 조직할 수 있는 효율적인 수단으로서 활용될 수 있음을 보았다.

비록 예고없이 찾아와 우리를 언제까지 괴롭힐지 모르는 코로나19 전염병이지만, 이를 계기로 4차 산업혁명의 실행이 더욱 가속화되고 있음은 자원봉사계가 주목할 만하다. 이제 우리 현장도 새로운 사회 흐름에 대한 능동적 대응 뿐 아니라 도약의 새로운 기회로 비대면 자원봉사를 되새기고, 그에 맞는 환경으로 재무장할 필요가 있어 보인다.

# 비대면 시대, 자원봉사 생태계 변화를 위한 정책과제



김의욱 센터장  
서울시자원봉사센터

## 자원봉사 생태계 변화의 접근법

코로나19가 장기화되면서 직접적인 대면과 집단적인 자원봉사활동은 더욱 어려워지고 있다. 지난해의 자원봉사 실적은 전년도에 비해서 30%의 수준으로 줄었는데, 이런 상황이 쉽사리 개선될 기미는 보이지 않는다. 더욱 큰 문제는 현재의 바이러스 감염이 해소된다고 하더라도, 한번 중단된 자원봉사의 생태계가 원래대로 복원되기는 어렵다는 것이다. 자원봉사가 사막화 되고나면 다시 그 생태를 복구하기 위해서 더 많은 투입이 필요할 것이다.

따라서 지금의 자원봉사 생태계 위기상황을 타개하기 위하여 꼭 필요한 과제가 있다면, 그 과제를 성공적으로 수행할 수 있는 적극적인 활동방식을 가져야 한다. 그렇지 않고, 주어진 조건의 한계 속에서, 소극적으로 제한된 봉사활동만 수행하게 된다면 자원봉사는 주어진 생태계에 갇혀서 실제적인 성과를 얻을 수 없게 될 것이다.

이런 점에서 비대면 봉사활동을 단지 대면방식의 어려움을 보완하는 방식으로 사용하거나, 온라인으로 할 수 있는 다른 방법으로 도입되는 수준에서 다루어서는 안 된다. 왜냐하면 비대면 방식 보다는 대면 방식이 여전히 효과가 높으며, 더 나아가 온라인과 오프라인이 함께 결합되는 방식이 문제해결력이 가장 높기 때문이다. 다시 말해서 **대면 활동이 어려워져 비대면 방식으로 전환하는 것이 아니라, 문제의 실제적 해결을 위해 비대면을 포함한 다양한 방식을 적극적으로 적용함으로써 자원봉사의 실제적 효과성을 높이는 것이 제도가 추구해야 하는 방향이다.**

## 자원봉사의 성과를 높이는 제도의 변화

### 💡 자원봉사 일감을 달성 가능한 성과목표 중심으로

변화하는 자원봉사환경에서 우리는 자원봉사 참여의 본질에 대해 더 명확히 접근해야 한다. 참여의 본질은 결국, '무엇을 이루고자 하는가?'이다. 참여를 통해 어떤 문제를 해결하고자 하는지, 어떤 성과를 달성하고자 하는지가 구체적으로 잘 보여야 한다. 특히, 비대면 환경에서는 그러한 목표가 잘 보이지 않으면 참여자들의 마음을 움직이기 어렵다. 웹상의 술한 정보 속에서 흘러 지나치고 만다.

이제, 자원봉사활동은 무엇을 했는가? 보다는 무엇을 성과로, 무엇을 목표로 움직여야 하는가?를 중심으로 접근해야 한다. 자원봉사 일감을 계획할 때부터 분명한 목표의식을 가지고 실행방식을 정해야 한다. 그렇게 된다면 그동안 대면활동의 방식에 고착되었던 자원봉사 관리방식도 자연스럽게 변화하게 될 것이다.

실제적으로 해결해야 하는 합의된 사회적 과제를 자원봉사의 중요한 일감으로 설정하고 그 일감에 맞는 각각의 활동이 추구하는 목표에 따라 다른 성과표현방식을 가져야 한다. 온라인 방식인지 오프라인 방식인지, 기부와 모금활동이 결합되어 있는지, 봉사활동과 학습의 시간이 어떻게 나뉘어야 하는지 등의 이슈 보다는, 그 일의 성과를 높이기 위해 마련된 고유한 평가의 기준에 따라서 수치가 산출되고 관리되어야 할 것이다.

한 예로, 말라리아감염진단 연구를 위해 국내 3천여 명의 청소년들이 봉사시간을 인정받지 않고도 자원봉사에 참여한 사례가 있다. 제3세계 주민들의 말라리아 감염이라는 문제에 대응하기 위해 누구나 쉽게 감염 여부를 진단할 수 있도록 한다는 분명한 목표 하에 단기간에 많은 청소년들이 집중적으로 참여하였다.

이처럼 자원봉사자 개인에게도 시간의 잣대만 중요한 것이 아니라, 공동으로 이룬 성과가 무엇인지를 확인하는 것이 더 중요해지는 문화를 만들어 가야 한다. 어떤 활동을 몇 시간으로 인정해야 하는지, 온라인 봉사를 몇 시간으로 환산해야 하는 지 등에 대한 욕구에 머물지 않고, 변화를 만들기 위해 행동하는 방식을 제공해야 한다.

### 💡 자원봉사자의 성장과 변화를 중심에 두는 경험관리 정책

대면활동에서는 사람들간의 대면적 접촉과 소통을 통해 상호작용이 더 적극적으로 발생하고 성장과 변화가 자연스럽게 일어나곤 했다. 그러나 비대면 상황에서는 대면에 비해 소통의 질과 내용에 있어 긴밀성이 떨어지고 그만큼 관계와 학습, 마주침을 통한 성장과 변화의 가능성이 낮아지기도 한다. 반면에, 정보화가 심화 발전하고, 장수사회가 되면서 사람들의 생애변화 과정에서 성장에 대한 욕구는 더욱 높아지고 있다. 지난해 한국자원봉사문화에서 발행한 자원봉사 실태조사 연구보고서에서는 자원봉사자의 동기변화와 관련하여 다양한 경험에 대한 욕구가 중요하게 부각되고 있다는 점이 드러났다. 이는 개인들의 자기성장과 자기관심이 중요하게 등장하고 있는 것을 말한다.

이러한 환경의 변화를 반영하여, 그동안 자원봉사지원 현장에서 간과되었던 점들을 새롭게 들여다보아야 한다. 자원봉사활동과정에서 일어나는 봉사자의 경험, 지식, 정서적인 교감과 새로운 관계 형성과 같이 눈에 보이지 않는 성과들을 중요하게 고려해야 한다. 즉, 활동 현장에서 진행되는 물리적인 활동에 대한 직접적인 관리만이 아니라, 활동의 전반에 걸쳐진 봉사자의 성장과 변화에 대한 경험관리가 중요해진다.



[사진 1] 경험관리 자원봉사 카드뉴스  
출처 | 서울시자원봉사센터 블로그

사회적으로 요구되는 과제에 대해 자원봉사자들의 관심과 욕구가 반응을 일으킬 때 자원봉사활동은 성립된다. 사람들이 행동하기 위해서는 그 과제(일감)의 의미를 해석하고 수용하고 합의하는 과정, 즉 동기가 중요한데 그동안은 너무 외부적인 요청에 집중하였다.

봉사자의 내적인 동기에 집중하기 위해서는 자원봉사활동의 기획 및 평가과정을 관리하고 그 성과를 드러내는 관리 정책이 도입되어야 한다. 비대면 자원봉사활동에서는 모집에서부터 교육, 활동관리와 피드백의 전 과정에서 촘촘하게 자원봉사자의 경험관리가 가시화되도록, 이를 염두에 두고 프로그램 설계가 이루어져야 한다.

자원봉사를 통해 성장과 변화, 유의미한 경험을 할 수 있도록 자원봉사현장의 기관과 단체들이 지원하고 그에 맞는 정책도 수반되어야 한다. 그런 점에서 자원봉사센터의 단체 및 수요처 관리 내용도 개선이 필요하다. 단체 및 수요처가 자원봉사자들의 경험적 자산 형성을 위해 환경을 마련하고 이를 기록하여 인정하고 지원할 수 있도록 도와야 한다.

이는 자원봉사 분야의 현장과 정책에서만 아니라, 평생학습 차원의 지원 및 촉진정책과 결합되어 봉사자들의 다양한 활동 경험을 사회적 자본으로 발전시키도록 나아가야 한다. 이를 통해서 자원봉사자의 경험과 리더십이 공적인 커리어가 되고, 시민사회의 리더십으로 작동될 수 있도록 인적자원의 적극적 관리가 제도화되어야 한다.

### 💡 청소년 및 대학생 사회봉사, 학습과 경험의 제도화

코로나19의 과정을 거치면서 청소년 자원봉사는 두 가지 특징이 나타났다. '기존 봉사활동 참여율 급감'과 '비대면 봉사활동의 급증'이 그것이다. 비대면 봉사활동을 시간 인증하기 위해 대면보다도 더 복잡한 규제가 생기기도 한 것이 한 가지 풍경인데, 그간 청소년봉사활동에 대한 규제와 감독과 확인 장치가 그리도 많이 생겨났던 것은 주로 활동시간에 기초한 인증 방식 때문이었다. 그러나 이제는 상황이 달라지고 있다. 코로나19 상황으로 인해 대면활동이 제한되고, 최근 학생부에 봉사활동을 기재하는 방식과 기준시간이 변경되고 있는 점, 학교 교과비중에서 비교과영역이 줄어드는 양상이 변화의 바람을 몰고 왔다. 이에 앞으로 있을 2022 대입제도 개선 및 교육과정 개정 등을 반영하여 보다 적극적인 청소년 봉사학습 제도가 도입되어야 한다.

즉, 학교를 기반으로 한 봉사활동에서 다양한 사회 참여경험과 인성형성, 공동체적 관계형성의 기회를 가질 수 있도록 해야 한다. 단순히 시간실적을 입력하는 것이 아니라 봉사활동의 기획-준비-실행-평가의 과정에서 학습자인 청소년의 학습성과를 기록하고, 교사는 발



[사진 2] 청소년봉사활동 연대포럼 '인간다움, 시민성을 배우는 아이들'

달한 역량을 중심으로 봉사학습의 성과를 평가하는 교육과정으로 발전시켜야 한다. 개개인이 봉사활동을 몇 시간 했느냐가 중요한 것이 아니라, 학교에서의 교과과정과 교사의 수업과정에 봉사활동이 긴밀히 결합되어야 하는 것이다. 이를 위해서는 청소년 봉사활동의 개념을 전면적으로 개선하고, 관련되는 교육제도도 바뀌어야 한다.

그동안 대학에서 사회봉사 교과목을 교양필수 과목으로 지정하거나, 의무 봉사활동 시간을 지정하여 봉사활동을 졸업요건으로 규정하는 대학들이 다수 있었으며, 학점제, 졸업인증제 등의 다양한 유인책을 실시하여 사회봉사를 장려해 왔다. 그러나 형식적인 학점관리와 단순한 프로그램으로 학생들의 외면을 받아 왔는데, 코로나로 인해 이런 사회봉사도 많이 줄어들었다.

내년이면 선후배를 만난 적이 없는 대학생이 학교의 절반 이상이 되는 기현상이 생겨날 것인데, 이는 대학생의 사회경험, 사회성, 리더십, 의사소통에 심각한 장애가 될 것이다. 대학은 학과 커리큘럼의 지식만이 아니라, 대학 구성원간의 경험공유를 통한 상호학습이 절대적인 비중을 차지한다. 사회화가 결여된 대학의 구조적 취약성은 우리 사회의 시민적 토대를 약화시키게 될 것이다. 대학생들에게 사회참여 경험을 제공하는 것은 우리사회가 함께 힘을 모아야 하는 매우 중요한 공동의 정책과제이다. 대학 당국과 정부, 기업, 시민사회가 다음 세대의 리더십을 키우기 위해 협력해야 한다.

서울에서는 대학생들이 코로나 상황에서도 교육봉사활동이 가능할 수 있도록 하기 위해서 온라인 방식을 활용한 교육봉사방식이 실행되고 있다. 대학생 자원봉사자들이 멘토가 되어 초중고생들 스스로 공부할 수 있도록 돕는 자기주도 학습멘토링, 독서활동 멘토링 등을 통해서 코로나 상황에서도 서로 배움을 나눌 수 있도록 하고 있다.

또한 대학생들이 스스로 봉사활동을 기획하고 실행할 수 있는 기획봉사 프로젝트를 다양하게 제공하고 있는데, 실제로 참가하는 대학생들은 적극적인 자기 기획과, 다양한 축진을 경험함으로써 자신의 역량을 끌어올리고, 새로운 경험을 지식으로 만들어가고 있다. 대학생들의 진로, 취업을 지원하는 기업 임직원들의 온라인 멘토링은 대학생들뿐만 아니라, 프로보노 봉사자들인 기업임직원들의 만족도가 훨씬 높은 활동이다. 온라인으로 만나지만, 이 짧은 만남들이 서로의 삶에 큰 자극과 변화를 가져다주기 때문이다. 이렇듯 대학생의 사회적 리더십 육성을 위해서는 대학의 사회봉사와 관련한 제도를 개선하고, 개방함으로써 관련기관들이 공동으로 협력할 수 있는 제도적인 뒷받침이 매우 중요하다.

# 비대면으로 안녕을 전하는 자원봉사현장의 이야기



김선용 팀장  
한국중앙자원봉사센터



[사진 3] 청년 대상 온라인 직무 멘토링 '랜선잡담'

코로나19 확진환자의 수가 좀처럼 줄어들고 있지 않다. 올해 하반기면 서로의 얼굴을 마주보며 삼삼오오 모여 서로 안부를 물을 수 있는 때가 오지 않을까 했지만, 여전히 그 기대는 꽤 요원해 보인다. 그렇다면 비대면 방식의 자원봉사에 대한 시민들의 기대치와 요구는 지속적으로 높아지고 있다. 1365 포털에서 제공하는 이슈 키워드 검색어를 보더라도 '비대면'과 '온라인'은 여전히 높은 순위를 보이고 있으며, 2019년 대비 2020년의 활동현황을 보더라도 대면활동은 73%가 감소, 반면 비대면 활동은 108%가 증가한 것으로 나타났다.

코로나19는 한국중앙자원봉사센터의 운영방식 및 사업추진에도 많은 영향을 끼쳤다. 자원봉사 관리자 대상의 교육은 유튜브 및 줌을 통한 온라인 방식으로 진행되던 초기 대응을 넘어서서 'V캠퍼스'라는 LMS 시스템을 구축하여 체계적인 운영 방식으로 전환하였다. 광역센터뿐만 아니라 유관 기관과의 회의, 사업추진과 관련한 설명회도 비대면 방식으로 진행되었고, 직원 순환 재택근무를 선제적으로 시행하는 가운데, 관련 지침을 수립하여 지역 자원봉사센터로도 공유를 진행함으로써, 코로나19의 확산을 방지하고 탄력적으로 대응할 수 있는 자원봉사센터의 체계 구축에도 힘써왔다.

## 실제적인 문제해결에 이르는 자원봉사를 위하여

자원봉사는 우리 모두가 직면하고 있는 공동의 문제를 해결하기 위한 집합적인 실천이다. 비대면 방식을 적극적으로 도입하고, 온라인의 장점을 활용하고자 하는 것은 대면방식이 안되기 때문에 어쩔 수 없이 선택하는 차선이 아니다. 오히려 대면방식이 갖는 한계를 넘어서서 자원봉사의 실제적인 성과를 얻고, 자원봉사 프로그램의 완성도를 높이기 위한 접근법이다.

현행 자원봉사의 제도들은 대부분 대면적 활동에 적합하게 설계되었다. 이 제도의 혁신 방향은 자원봉사의 성과를 높이고, 문제의 실제적인 해결에 도움이 될 수 있도록 하기 위해서 각 과제의 고유한 특성에 맞게 개선되어야 할 것이다.

자원봉사센터의 사업 진행방식도 변하고 있다. 2019년부터 한국중앙자원봉사센터는 전국 245개 자원봉사센터와 함께 주민, 자원봉사자의 주도적 참여를 기반으로 지역의 사회문제를 직접 발굴하고, 해결방안을 모색하는 가운데 다양한 협력구조를 통해 변화와 성장을 만드는 '안녕캠페인'을 전략사업으로 편제하고 지역의 다양한 사례를 발굴했다. 코로나19의 대규모 확산은 자원봉사센터의 역할과 사업의 추진방식 변화를 요구하게 되었고, 공모사업에 선정된 지역센터들은 나름의 고충을 안은 채 새로운 방식의 사업 진행을 고민하고 직접 실천에 옮기게 된다. 각각의 사례들을 직접 옆에서 지켜보고 참여할 수 없었다는 아쉬움이 남으나 모니터링과 사례조사, 우수사례 선정 심사 등을 통해 발굴된 우수한 비대면 적용사례를 공유해본다.

## 비대면 방식을 통한 주민, 자원봉사자와의 접점 발굴

### 1. 대구광역시자원봉사센터\_안녕, 캠페인 시민교육

코로나19의 등장은 대면 중심으로 이루어진 교육 운영 방식의 전환을 요구했다. 대구광역시자원봉사센터는 이에 대응하여 기존 구축된 자원봉사센터의 웹사이트를 활용해 시민역량 강화를 위한 온라인 교육 플랫폼 ‘안녕, 캠페인 시민교육’을 개발하였다. 시민의식의 성숙에 따라 다양한 관점에 대해 탐구할 수 있는 교육 콘텐츠와 이에 관해 이야기를 나눌 수 있는 토의의 장이 많아지는 것은 필수적이다. 익숙한 모습에서 문제를 발견하고, 이를 해결하기 위한 고민의 지점을 촉발하는 것에서부터 시민 성장이 이루어지기 때문이다.

대구시자원봉사센터는 일상 속 문제를 발견하는 힘을 기르기 위해 관련한 교육을 언제든 수강하고 콘텐츠를 접할 수 있는 온라인 환경을 조성했다. 홈페이지 가입 후 별도의 승인절차 없이 바로 수강할 수 있도록 하여 콘텐츠의 활용도를 높임과 동시에, 1365포털 홈페이지와 연계하여 수강생이 교육 이후 직접적인 자원봉사 활동 참여로 이어질 수 있도록 한 점은 통상 교육으로 끝나는 기존의 온라인 교육과정과 차별화된 강점이라 하겠다.

광역센터의 이러한 시도는 대면 교육에 어려움을 겪고 있는 지역센터가 언제든 활용할 기회를 제공해 주고 있다. ‘안녕, 캠페인 시민교육’은 매년 대구시의 이슈에 맞춰 지역 전문가와의 강의를 기획하여 영상 콘텐츠로 제작하여 지속적인 업데이트와 새로운 정보를 제공할 예정이다. 바라건대 지역에서 만들어지는 다양한 온라인 교육관련 콘텐츠가 상호간에 공유되어 중복을 방지하고 보다 양질의 새로운 커리큘럼과 콘텐츠가 개발되기를 희망한다.

### 2. 서울 서초구자원봉사센터\_서초재능TV

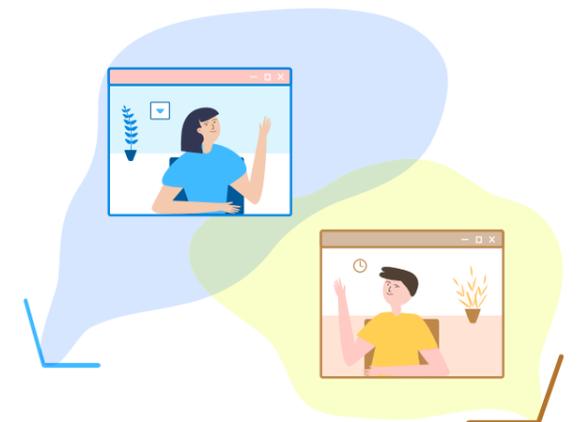
서초구자원봉사센터는 재능나눔 온라인 플랫폼 ‘서초재능TV’를 개설하여 ‘코로나19’ 이후 축소된 재능나눔 봉사활동의 참여 기회를 확대했다. 이미 온라인상에 양질의 콘텐츠가 많이 있지만, 서초재능TV의 특징은 지역주민들과 함께하고 있다는 점이다. 서초구가 보유하고 있는 풍부하고 전문적인 인적 자원을 활용하여 서초구민을 대상으로 집콕 시리즈(집콕 콘서트, 집콕 클래스, 집콕 놀이터, 집콕 요리실)의 다양한 콘텐츠를 제공하고 있으며 참여한 봉사자들은 “인생의 버킷리스트 한 줄을 지운 느낌”이라고 할 정도로 만족도가 높다. 지난 7월에는 개설 1주년을 기념하여 축하 이벤트를 실시하였으며, 많은 성원으로 구독자 1,000명 이상을 확보하기도 하였다. 재능나눔 영상은 주 1회, 1편씩 플랫폼에 업로드 되어 현재 70여 편이 소개되었다.

또한 서초재능TV는 2019년부터 추진하고 있는 마을공원 개선활동과 연계하고 있다는 점도 차별성이라 볼 수 있다. 집콕 콘서트(시 낭송과 기타 연주, 피리 연주 등), 집콕 놀이터(캐리커처, 풍선아트, 손뜨개, 패션 페인팅) 등의 재능나눔 영상을 보고 지역주민들이 직접 만든 결과물을 마을공원에 전시하여 공원을 매개로 한 ‘지역주민 간 안녕, 안부를 묻는 기회’를 제공하기도 하였다.

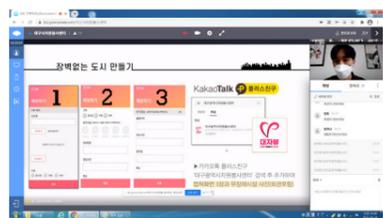
도시 속 공원은 소득과 상관없이 남녀노소 누구나 이용할 수 있는 소셜믹스의 기능을 한다. 공원은 주민 간의 추억을 만들고, 다양한 사람을 만나 안부를 건넬 수 있는 공간이다. 코로나 19 이후 단절된 공간의 이용을 온·오프라인의 결합을 통한 소통환경을 만들고 있고, 봉사자들에게는 자신의 활동을 소개할 수 있는 쇼-케이스의 장으로 참여 신청이 높아졌으며, 수요처들은 미리 재능나눔 활동을 살펴봄으로써 필요한 봉사자를 찾을 수 있는 맞춤형 허브 공간으로 작동되고 있다는 점에서 서초구자원봉사센터의 시도는 의미 있게 보인다.

### 3. 제주 제주시자원봉사센터\_소도리 공론장

자원봉사센터와 더불어 수요처는 자원봉사자를 직접 만나고 활동이 이루어지는 주요한 지점이다. 제주시자원봉사센터는 활동참여를 희망하는 자원봉사자를 수요처에 배치하는 기존 역할에서 벗어나 자원봉사자, 수요처, 자원봉사센터, 지역의 전문가가 모여 현실 가능한 문제해결 방안을 모색하고 실천하는 가운데 수요처의 ‘일감개발’도 함께 진행하는 시범사업을 추진해왔다. 참여한 자원봉사자는 직접 지역의 문제를 해결하는 과정에 참여함으로써 효능감과 함께 지속적인 활동 동기를 제공받게 되고, 수요처와 자원봉사센터는 자원봉사자의 참여를 통해 지역사회 문제를 발굴하고 해결하는, 더 나아가 새로운 일감을 개발하고 주민의 참여를 촉발하는 계기가 되었다.



2021년에는 ‘소도리 공론장’ 운영을 통해 시민의 아이디어 제안을 온·오프라인을 통해 받고 있다. ‘안녕!제주(http://hijeju.org/)’ 웹사이트를 개발하여 시민 누구나 실천할 수 있는 자원봉사 아이디어를 제안할 수 있도록 하고 있다. 제안된 아이디어에는 누구나 추가 의견을 제시할 수 있고 자원봉사센터와 수요처에서는 아이디어 실현을 위한 실천 행동을 제공한다. 참여를 희망하는 자원봉사자는 활동을 실천하고 이를 다시 인증하여 서로 소감을 나누는 가운데 또다른 지역문제에 대해 생각해 볼 수 있는 계기가 되고 있다. 그뿐만 아니라 온라인에서 주요하게 나온 아이디어를 중심으로 소규모 단위의 워킹그룹을 구성하여 문제해결 방안을 찾고 새로운 일감을 개발하기 위한 공론의 장도 이루어지고 있다.



대구광역시자원봉사센터  
안녕, 캠페인 시민교육



서울 서초구자원봉사센터  
서초재능TV



제주 제주자원봉사센터  
소도리 공론장

## 비대면 또는 안전한 대면 방식의 활동

### 4. 서울 중구 자원봉사센터 : 똑똑~안녕하세요! 10문 10답

서울 중구 자원봉사센터에서 진행한 ‘똑똑~안녕하세요! 10문 10답’ 사업은 타구에 비해 홀로 계시면서 경제적 도움이 필요한 어르신의 비율(24.4%)이 높고 노인고립 및 자살우려 비율(33.1%)도 높은 반면, 예방할 수 있는 돌봄이 부족하다는 문제 정의에서 출발했다. 참여하는 자원봉사자가 주도성을 가지고 사각지대에 놓인 어르신들을 발굴하고 직접 방문조사를 진행하여 생활 속 불편함과 외로움 문제에 대해 파악하고자 했으나, 코로나19의 확산으로 대면 방문이 제한됨에 따라 비대면 전화조사 형태로 전환되어 진행되었다. 모집된 자원봉사자(청소년 18명, 성인 11명)은 사전 워크숍을 통해 홀로 계시는 어르신들의 문제와 안녕캠페인의 추진 방식, 목표에 대해 공감하고 코로나 상황에 보다 안전하게 진행될 수 있는 방식에 대해 고민한 가운데 비대면 맞춤형 프로그램 방식을 기획하고 실천에 옮기게 되었다.

생활환경, 건강상태 및 질병 유무, 사회참여 의향과 기대희망 등 총 10가지의 질문 시나리오를 구성하여 총 14회의 비대면 방문조사 및 유선전화 인터뷰를 진행했고, 당초 예정했던 사업 기획단계

까지 진행되지는 못했으나 비대면 방식의 어르신 욕구파악이라는 성과를 도출했다. 지역 문제를 도출하는 과정에 주민이나 자원봉사자의 의견수렴이 필수인 상황에서 중구자원봉사센터의 ‘똑똑~안녕하세요! 10문 10답’은 또다른 비대면 방식으로 주민과 자원봉사자를 만나는 해결책을 제공했다는 데 그 유의미함이 있겠다.

### 5. 탄(소배출을)살(殺 없애는)대(원들) 청년주도형 안녕캠페인 대학생 봉사단체

충북 영동군에 위치한 유원대학교 김인에 외 5명의 재학생은 탄소배출을 없애는 대원이란 의미를 지닌 ‘탄살대’ 봉사 모임을 만들었다. 탄살대는 코로나19로 비대면 강이 이루어지고 있는 상황을 고려하여 가정에서 실천할 수 있는 환경보호 주제의 일상 속 참여 활동을 추진 중이다.

먼저, 교내 교수님을 강사로 섭외하여 환경오염의 정의부터 발생 원인에 대한 내용을 참여자 수준에 맞게 기획하고 영상과 카드뉴스로 제작하였다. 온라인으로 진행되는 교육은 참여자에게 활동의 필요성과 참여동기를 제공하고, 궁극적으로 본인이 참여하는 활동이 어떤 문제를 해결하고 있는지 알려주는 역할을 하고 있다. 교육 수강 이후에는 온라인을 통해 각자의 생각을 나누고 실천할 수 있는 활동을 논의하기도 한다. 매월 제시되는 환경보호 챌린지를 쿠폰 적립 형식처럼 진행, 온라인으로 스탬프를 찍어 활동인증을 진행하고 있는 점도 재밌는 요소다.

센터를 기반으로 한 활동이 아닌 점, 디지털 사용에 익숙한 청년들이 사회문제를 해결하기 위해 활용할 수 있는 자원을 찾아 자원봉사활동을 직접 기획하고 운영하고 있다는 점이 기존 사례와의 차이점이라 하겠다.



### 6. 기후위기 대응 자원봉사 캠페인\_안녕! 함께할게

코로나19 대응만큼 올해 사회적 주목을 받고 있는 주제가 있다. 바로 ‘탄소중립’과 ‘기후위기 대응’이다. 한국중앙자원봉사센터에서는 기후변화에 대한 대중의 위기의식을 제고하고, 기후위기에 대응하는 시민의 실천적 활동을 제안하는 ‘안녕! 함께할게’ 캠페인을 추진하고 있다. 기후위기 대응 활동의 특성상 일상 속 시민 실천으로 연계되는 지점이 많은데 텀블러 사용, 올바른 분리배출, 아이스팩 재활용 등의 형태로 지역에서도 진행되고 있다. 이에 발맞추어 중앙센터는 전국 245개 자원봉사센터와 함께 기후위기에 대응하는 활동으로 ‘데이터플로깅, 나무이야기, 바다의 시작’의 3가지 파일럿 모델을 4월에 런칭하고 하반기에는 기업 및 유관기관과 연계한 플로깅 활동을 지역자원봉사센터, 환경 및 기후위기 대응 관련 기관, 단체와 공동으로 진행할 예정이다. 기존의 대규모 집합을 전제로 한 활동이 아니라 일상 속에서 개인 또는 소그룹 단위로 실천할 수 있는 다양한 방안을 제시하고 있는 바, 이 역시 비대면 활동의 대표적인 적용사례로 언급될 수 있을 것이다.



서울 중구자원봉사센터  
똑똑~ 안녕하세요! 10문 10답



청년주도형 안녕캠페인  
탄산대(탄소배출을 없애는 대원들)



기후위기대응 자원봉사 캠페인  
안녕! 함께할게\_바다의 시작

여전히 현장에서는 ‘비대면’ 방식에 대한 모호함에 혼란을 겪고 있는 곳이 많을 것이다. 비대면으로 진행되는 봉사활동은 시간인증으로 처리해야 하는지, 아니면 활동인증으로의 전환은 어떻게 해야 하며 참여한 자원봉사자에게는 의미를 잘 전달할 수 있을지 등 고려해야 할 지점이 많은 것도 사실이다. 그에 대한 첫 출발로 한국중앙자원봉사센터에서는 ‘비대면 자원봉사활동 가이드북’을 발간하고 차년도 자원봉사센터 운영지침에의 반영, 활동인증의 활성화 등 정책과 제도를 바꾸기 위한 노력을 기울이고 있다. 하지만, 모든 정책입안의 토대가 되는 것은 현장의 다양한 사례와 경험일 것이다. 보다 많은 경험을 상호간에 공유하고, 다양한 시행착오를 거치는 가운데 시대가 요구하는 ‘비대면’에 보다 적합한 대응방식을 찾을 수 있을 것이다.

한국중앙자원봉사센터는 안녕캠페인을 비롯한 다양한 사업에서 진화하고 있는 현장의 비대면 사례를 더욱 충실히 수집하고, 필요한 사항들을 파악하여 체계적인 대응을 위한 다방면의 노력을 시작하고 있다. 요청컨대 현장에서도 비대면 방식을 적용한 다양한 사례들을 공유해주시고 자원봉사가 한발 더 진화할 수 있는 계기에 동참해 주시기를 부탁드립니다.

# ‘위드 코로나19’ 시대 기업 자원봉사의 변화



황애경 이사  
메트라이프생명 사회공헌재단

코로나19는 기업 자원봉사 진행방식을 비대면으로 바꾸어 놓았다. 자원봉사자들이 한자리에 모여 진행했던 전통적인 대면 방식은 코로나19와 함께 많이 사라진 듯 하다. ‘위드 코로나19’ 시대의 자원봉사는 모바일 플랫폼, 디지털 기술 등을 활용한 비대면 방식이 주요하게 자리 잡아 가고 있다. 그러나 다양한 비대면 프로그램 부족, 양질의 프로그램 운영을 위한 추가 자원 투입 필요성 등 아직 풀어야 할 과제가 남아 있다. 또한 자원봉사자와 관리자 측면에서 기술 활용의 어려움, 연대 형성과 대면 필요성 등이 제기되고 있다.

그럼에도 불구하고, 비대면 자원봉사 참여는 꾸준히 증가하고 있고, ‘2020 자원봉사 실태조사’에 따르면 향후 선호하는 활동공간으로 온라인이 16%를 차지하였다. 코로나19 시대의 비대면 자원봉사는 지속적으로 증가할 것이라 보고, 기업에서도 이러한 변화에 대응하고자 여러가지 시도를 해오고 있다. 이에 기업이 시행하고 있는 비대면 자원봉사 사례를 살펴보고 자원봉사 활성화 방안을 제안하고자 한다.

## 자원봉사자들의 연대와 공감 형성이 더욱 중요한 비대면 자원봉사

기업들은 디지털 플랫폼, SNS 및 키트(KIT)를 활용하여 기존 자원봉사활동을 비대면으로 전환, 진행하고 있다. 실례로, 메트라이프 사회공헌재단은 ‘슬기로운 실내생활’이라는 주제로 키트(KIT)를 활용한 비대면 자원봉사활동을 운영하고 있다.

‘슬기로운 실내생활’은 임직원들이 점심시간을 활용해 대면으로 진행해온 핸드온(Hands-on) 자원봉사활동을 비대면으로 전환하여, 임직원 뿐 아니라 고객 및 일반인 참여로 확대한 프로그램이다. 독거노인 반려나무 기부 ‘힐링 챌린지’, 시각장애인 점자책 만들기, 무연고 아동 나눔 팝업북 만들기 등 다양한 콘텐츠로 구성하여, 임직원 가족이 함께 참여하고 있다. 2020년에는 8,000명 이상이 전국 단위에서 참여하는 등 기존 대면 방식 대비 2배 이상이 참여한 것으로 집계되었다.

2016년부터 진행하고 있는 워크투헬프 (Walk to Help) 캠페인은 모바일 앱을 활용해 참가자들이 걸은 만큼 재단에서 매칭 기부하여, 독거노인의 정서지원을 돕는 프로그램이다. 기존부터 모바일을 활용한 프로그램으로 코로나19 영향이 크지 않았지만, 더욱 활성화하기 위해 재미있는 콘텐츠 구성에 집중하였다.

플로깅(조깅을 하면서 쓰레기를 줍는 활동)과 10,000보 걷기 챌린지 등을 통해 참가자들이 인증샷을 올릴 때마다 독거노인을 위한 선풍기 기부 등의 미션을 실행하는 등 자원봉사자들의 공감과 관심, 참여를 이끌어내는데 주력하고 있다.

콘텐츠의 다양화 뿐 만 아니라 비대면 프로그램 운영 시 자원봉사자와의 소통과 활동에 대한 가치 전달을 위한 커뮤니케이션에 중점을 두고 있다.

라이브 방송을 통해 오리엔테이션을 진행하고, 활동내용과 결과를 자원봉사자들에게 문자 또는 커뮤니티 게시판에 공유함으로써 자원봉사에 대한 만족감과 성취감을 느낄 수 있도록 한다. 또한 자원봉사자들이 자발적으로 활동소감을 공유할 수 있는 온라인 커뮤니티 채널을 마련하여 서로간의 공감대를 형성할 수 있도록 플랫폼을 운영하고 있다.



[사진 1] 걸은만큼 매칭 기부하는 워크투헬프(Walk to Help) 캠페인



[사진 2] 예술문화단체 온라인공연 지원 '메트라이프Gift콘'



[사진 3] 사회초년생 대상 금융·취업 역량 온라인 멘토링 '알.쓸.금.잡'

## 파트너기관과의 긴밀한 협력 관계와 명확한 업무 분담

코로나19는 기존 파트너십을 새로운 관점으로 바라보게 하였다. 기업 사회공헌은 다양한 분야의 전문조직과 협력하여 진행되는데, 파트너십으로 NGO, 사회적기업, 소셜벤처 등으로 점점 확대되고 있다. 이는 전문성뿐만 아니라, 사회성, 지속가능성 및 혁신성을 확보할 수 있기 때문이다.

코로나19에 맞춰 빠른 대응을 하는 기관도 있었지만, 대부분의 조직들은 자원 부족 등으로 비대면 프로그램 진행의 어려움이 많았다. 기업 자원이 빠르게 투입 되어야 했고, 어느 때 보다도 긴밀한 파트너십이 필요하였다. 파트너기관과의 명확한 역할 분담은 비대면 프로그램 운영에 있어 매우 중요하다.

예를 들어, 임직원 자원봉사자와의 커뮤니케이션은 메트라이프생명 사회공헌재단이 담당함으로써 일원화된 메시지 및 정보가 전달되도록 하고, 키트 배송·검수, 모니터링은 전문성을 보유한 파트너기관에서 수행한다.

아울러, 비대면 자원봉사는 대면 방식보다 더욱 정교한 운영 프로세스가 필요하다. 자원봉사자들은 각기 다른 장소에서 영상, 문서, 홍보물 등을 통해 프로그램 정보를 확보하기 때문에 더 많은 문의와 질의가 발생하고, 이를 대비해 담당자들의 세밀한 대응이 필요하다. 이를 위해 추가적인 인력과 예산 투입이 필요하며, 프로그램 기획 시 반영해야 한다.

## 대면과 비대면을 활용한 하이브리드(Hybrid) 방식의 자원봉사 필요

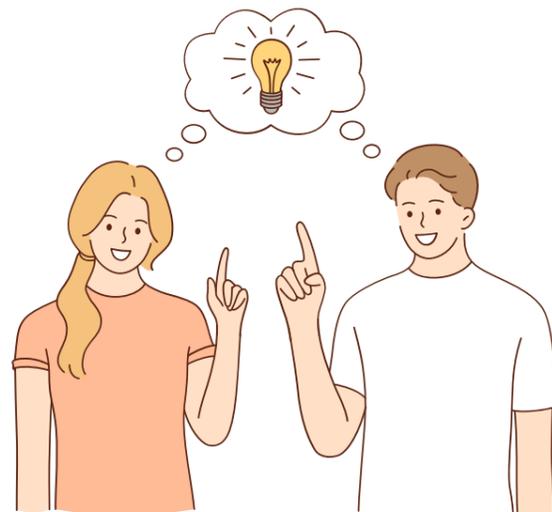
\* 하이브리드: 특정한 목적을 달성하기 위해 두 개 이상의 기능이나 요소를 결합한 것.

비대면 자원봉사는 '공감, 공동체 의식, 사람 중심 가치'를 기존 대면 방식만큼의 수준까지 끌어내는 데는 한계가 있다. 따라서 대면과 비대면의 장점을 활용한 '하이브리드' (Hybrid) 방식이 필요하다. 예를 들어, 디지털 환경에 익숙한 청소년을 대상으로 하는 '청소년 교육 멘토링'의 경우, 멘토 대상 사전교육은 프로그램의 질을 높이기 위하여 대면 방식으로 진행하고, 멘토링 활동은 온라인으로 진행되는 것이다.

프로그램의 대상층을 고려하여 설계하는 것도 필요하다. 청소년 및 젊은 세대를 대상으로 한 경우, '메타버스'와 같은 플랫폼을 이용한 비대면 방식을 접목해 볼 필요가 있다. 반면 디지털 활용이 어려운 노인, 장애인 등을 위한 자원봉사 또는 현장에서 공동작업이 필요한 '해비타트' 집짓기 자원봉사활동 등은 대면 방식을 채택하면서도 최대한 안전한 대면활동이 될 수 있도록 장치를 마련하는 것이 필요하다.

	대면 방식	비대면 방식
장점	<ul style="list-style-type: none"> <li>정서적 공감, 연대 형성</li> <li>소규모, 대규모 그룹 단위 참여</li> <li>원활한 운영 (활동 모니터링, 인증 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 제한 없음</li> <li>시간에 구애받지 않고 참여</li> <li>개인, 소규모 단위 참여</li> </ul>
단점	<ul style="list-style-type: none"> <li>참여 인원 및 장소 제한적</li> <li>이벤트성의 불필요한 요소 (현수막 등 연출물 제작, 오프닝 행사, 식사 제공 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공감, 연대 형성 한계 존재</li> <li>고도화된 기술적 인프라 필요</li> <li>모니터링 어려움 (활동 인증 등)</li> </ul>

우리 사회는 사회적, 경제적 불평등과 양극화로 더욱 다양하고 복잡한 사회문제를 마주하고 있다. 복지 뿐 만 아닌 환경, 교육, 안전 등 다양한 영역에서 자원봉사 요구가 더욱 증가할 것이다. 더욱 확대된 관점에서 자원봉사 개념을 바라보고, 다양한 콘텐츠 개발로 적극적 시민참여를 통한 비대면 자원봉사가 활성화되길 기대한다.



# 디지털 시대의 모금전략은 이야기에 있다



황신애 상임이사  
한국모금가협회

## 시민활동과 모금

풀뿌리의 소규모 시민활동은 모든 조건이 녹록치 않다. 재정확보도, 인력도, 경험도 충분치 못하고 당장 현장의 일거리가 차고 넘쳐서 모금할 여건이 못 된다. 그렇다고 모금을 포기해서는 안 된다.

행정안전부에서 3년에 한 번씩 시행하는 자원봉사 실태조사를 보면 자원봉사와 모금은 상호 영향을 주고 받는다. 시민활동의 참가자가 기부도 잘 하고 기부를 한 사람이 봉사도 열심히 한다는 얘기다. 그렇다면 규모가 작고 지명도가 낮은 단체일수록 주변인들부터 시작해서 후원이든 자원봉사든 어떤 일이라도 일단 시작하도록 해서 그 다음의 확장을 만들어야 하지 않겠는가.

모금은 관심있는 사람을 모으는 데서 출발한다. 따라서 시민활동에 있어 모금은 중요한 재정확보의 방안인 동시에 단체의 지지 기반을 넓히는 활동이 된다. 공익활동은 끊임없이 새로운 인력들을 유입함으로써 오래되고 지친 인력들을 대체하거나 보완함으로써 건강한 상태를 유지할 수 있다. 처음부터 상당한 시간과 노력을 들여서 봉사를 참여하는 사람은 많지 않지만, 소액의 기부로 응원의 마음을 표현하는 것은 생각보다 쉽다.

따라서 소규모 지역활동일수록 지역 생태계를 기반으로 게릴라식 모금을 하는 것은 중요한 전략이 될 수 있다. 단체와 활동이 전국적인 인지도를 가질 필요는 없지만 적어도 활동 공간이 되는 지역사회 안에서는 유의미한 활동으로 인정받고 지지받음으로써 토대를 견고히 할 수 있다.

## 모금이 어려운 이유

비영리 활동 치고 모금을 하지 않는 곳은 거의 없음에도 불구하고 모금은 늘 어렵다. 최근 디지털 모금이 주요 활동으로 부각되면서 더욱 그렇다. 모금이 무엇인지 좀 배워볼까 하면 이미 내용이 바뀌어서 공부를 조금 했어도 주마간산(走馬看山) 격이다. 게다가 모금이 더욱 복잡해졌다. 유산기부, 계획기부, 고액기부, 모금캠페인, 크라우드펀딩, 저금통모금, 디지털모금함 등 성격이 너무 다른 것들이 많아 한 가지 성공경험이 있어도 다른 것을 잘 하기 어렵다.

무엇보다도 어려운 것은 ‘돈을 달라고 요청’하는 것이 마치 구걸과도 같다고 느껴져서 마음먹는 것 자체가 어렵다. 모금을 잘 알지도 못하고, 하는 방법도 잘 모르는데다 하기조차 싫은 일이 잘 될 리가 없다. 이런 저런 어려움을 이유로 아직까지 우리나라의 90%가 넘는 비영리 및 시민 단체들은 모금에 제대로 입문도 못했다. 반면 우리나라는 세계에서 모금이 가장 잘 되는 나라로 다섯 손가락 안에 꼽힌다. 국제적인 모금 단체들은 나라별로 치밀한 모금시장 조사를 통해 한국의 모금 잠재력을 높이 평가해서 속속들이 한국에 사무소를 설치하고 있다. 우리의 풀뿌리 시민활동들이 모금에 대해 주저하고 있는 동안 세계 최고 수준의 모금단체들이 한국에서 어마어마한 모금을 하고 있다는 얘기다.

## 모금기관, 빈익빈부익부의 심화

해외에는 다양한 기관들이 모금 통계와 연구를 매년 정기적으로 쏟아내고 있는 반면 국내는 모금관련 연구가 거의 없다. 몇 안 되는 국내 모금 자료들이 몇 년째 거듭 지적하는 것이 양극화 현상이다.

즉, 국내 모금액의 85% 이상이 10% 이내의 몇몇 대형 모금 단체에 집중되고 있어 기부금의 빈익빈 부익부가 심화되고 있다. 어찌면 당연하다. 상당 수의 소규모 단체들이 모금 목표와 전략, 방법에 갈피를 못 잡는 동안, 조직화된 대형 단체들은 열정적이고 최선을 다할 뿐만 아니라 체계적이고 성과 지향적이고 분석에 의한 모금들을 하고 있다.

모금친화적 홈페이지	생생한 모금 이야기	기부자 신뢰 정보
<ul style="list-style-type: none"> <li>적절한 텍스트와 이미지 구성</li> <li>분석 가능한 트래킹 시스템</li> <li>간단한 결제 방식</li> <li>소셜미디어와의 연동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>선택 가능한 후원사업</li> <li>진행 중인 캠페인 활동</li> <li>기부자의 참여 이야기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>단체의 세부 정보 제공</li> <li>모금자격 및 회계정보 공시</li> </ul>

[표 1] 디지털 모금 잘 하는 단체의 공통점

## 마케팅이나 펀드레이징이나

이미 한참 전에 모금과 마케팅의 선이 없어졌다. 모금하는 이들의 호칭이 펀드레이저이나 마케터이나는 논쟁은 더 이상 무의미하다. 과거의 모금은 분명히 순수하게 사회의 필요를 채우기 위해, 가치 중심으로 호소했고 그 방법 면에서도 사람과 사람 사이의 관계, 공감과 참여가 중요했다. 물론 이런 요소들은 현재도 여전히 중요하다. 하지만 최근에는 좀 더 확실한 목표와 성과를 얻기 위해서 치밀한 조사와 분석을 근거로 하고 있고, 단체의 필요 뿐만 아니라 시장의 흐름과 반응에 더욱 민감해졌다.

즉, 마켓(market) 중심으로 생각하고 전략을 세우는 ‘마케팅’의 시대가 도래했다. 현재 우리나라의 모금 활동들은 마케팅 기술 중심의 모금과 관계형 모금이 병행되고 있다고 보인다. 단체의 역사와 규모, 지리적 여건, 예산, 전략, 사업의 내용 등에 따라 전문모금과 풀뿌리모금으로 나뉘었다고 보인다. 그리고 인정하고 싶지 않지만 이미 그 격차가 상당해서 하나의 기준으로 모금의 전망을 내다보기도 어렵게 되어버렸다.

대형조직의 시스템적 모금에서는 이미 디지털 전환(Digital Transformation)이 화두가 되었고, 데이터 기반의 모금전략과 성과분석이 상식이 되었다. 이를 위한 대규모 자본의 투자는 필수이다. 모금에 투입할 수 있는 인력의 수, 모금활동의 과거 경험치, 축적된 기부자의 데이터, 가용 자원, 사업의 역량, 대외 네트워크와 홍보 역량, 브랜드와 인지도가 모두 다 따져보아야 할 중요한 모금 요소들이다. 실제로 내가 활동하는 한국모금가협회에서는 매년 이러한 주제들을 선정하여 각각의 모금교육으로 제공하고 있고 현장의 수요도 갈수록 늘어나고 있다.

디지털화된 모금은 각기 천차만별로 다른 양상을 띠지만 어떤 공통점들이 존재한다. 홈페이지를 모금친화적으로 갖추는 것은 기본이다.

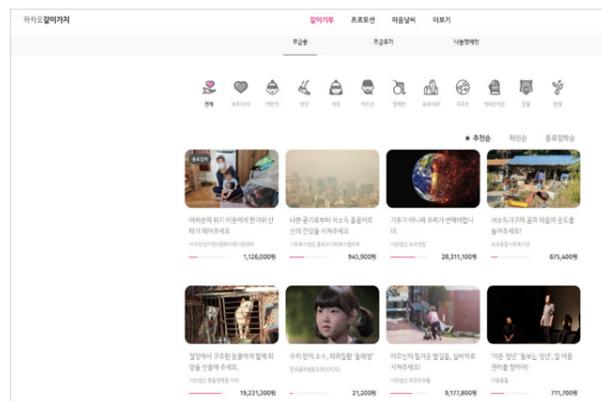


모금단체로서 반드시 공개하고 알려야 할 정보를 적절하게 게시하는 것은 물론, 다양한 후원 사업의 열거, 현재 진행하고 있는 액티브한 캠페인 활동, 기부에 참여한 다양한 사례의 소개, 기부자들을 위한 추가 편익 등등을 보기 좋게 편집하고 보여줄 뿐만 아니라 수시로 업데이트한다. 게다가 각각의 정보 소스의 유형별로 텍스트와 이미지, 영상과 카드뉴스 등을 분류하여 여러 가지 소셜 미디어와 연동 시스템을 갖추고 있다. 한 걸음 더 앞서간 단체들은 홈페이지의 여러 화면에 기부자들의 다녀간 보이지 않는 발걸음들을 추적(트레킹)하고 개인별 취향과 선호도에 따라 ‘광고’를 뿌리기도 한다. 이 정도 되려면 예산과 전문 인력이 상당히 필요하다. 또한 보이지 않게 자체적인 기부자 데이터베이스 시스템을 갖추고 있어야 하며, 전문적인 외부 파트너들의 도움을 수시로 받으면서 업그레이드와 업데이트를 반복해야 한다.



[그림 1] 디지털 전환을 돕는 모금 플랫폼의 사례 (도너스)

출처 | 모금 솔루션 ‘도너스’ 홈페이지(www.donus.org)



[그림 2] 온라인 모금함 이용 사례 (카카오같이가기)

출처 | 카카오같이가기 홈페이지(https://together.kakao.com/)

마케팅 중심의 모금, 모금의 디지털화에 대해서 받아들이는 입장은 편차가 크다. 적극적이거나 또는 거부감을 보이거나. 그런데, 이런 경향성은 뜬금없이 갑자기 등장한 것이 아니다. 모금은 사회와 환경의 영향을 고스란히 받기 때문에 사회의 변화 흐름에 따라 모금의 트렌드도 달라진다. 기부자는 동시에 소비자이기도 하다. 소비자들은 기업의 최신 마케팅 활동에 영향을 받게 마련이라 금방 새로운 유행에 익숙해지고 낡은 방식을 거부한다.

대형 단체들은 이러한 소비자들의 새로운 패턴을 열심히 읽어내려고 애쓰며 모금에도 이를 접목하고자 부단히 노력한다. 결국 대형단체들의 모금은 IT 기술의 발전, 마켓 5.0 시대에 발맞추어 ‘자동화되고 개인화된 디지털 경향성’에 더욱 주목하고 기업과의 협력을 더 강화하는 방식으로 전개될 것이다.

이런 전략적인 디지털 마케팅 흐름 속에서 시민활동은 어떤 선택을 할 수 있을까. 반드시 대형 모금단체들처럼 막대한 투자와 세분화된 전략을 해야만 하는 것은 아니다. 기부자들 중에는 여전히 지역사회의 시민 활동과 자원봉사에 대해 열의를 가진 이들이 있고, 너무 큰 규모의 멀리 있는 단체보다 가까운 지역 활동에 참여하는 것을 선호하는 이들도 항상 존재한다. 문제는 소통의 방식, 요청의 방식이다.

코로나가 가져온 가장 획기적인 변화는 비대면 기술의 발달이다. 이런 현상을 시민활동에서도 간과해서는 안된다. 코로나의 방역단계가 심각수준으로 갈수록 사람들이 온라인과 모바일에 머무는 시간은 더 길어진다. 누가 어떻게 온라인 방문자들의 눈길을 사로잡을 것인가. 한국중앙자원봉사센터는 카카오같이가기와 함께 시민활동가들이 다양한 나눔캠페인을 진행할 수 있도록 온라인 모금 플랫폼을 제공한다.

온라인 모금 플랫폼에는 전국의 다양한 활동과 나눔사례들이 올라오고 수 십만원대부터 수 천 만원에 이르기까지 모금 규모와 내용이 다양하다. 이미 이를 잘 이용하여 자원봉사 이그나이트에서 우수사례가 소개되기도 했다. 주인공들은 모금에 열정이 있는 활동가들이다. 해본 사람들이 반복해서 계속 모금함을 두드린다. 잘되는 모금함을 뜯어보면 사진과 제목, 스토리에서 모두 시선을 사로잡는다. 구체적인 상황과 공감가는 이야기가 있고, 후원을 요청하는 내용도 구체적이다. 한 번에 갑자기 잘하기는 어렵지만 여러번 반복해서 모금을 하다보면 좋은 경험을 갖게 되고, 경험은 노련함으로 발전한다.



[그림 3] 좋은 모금 이야기의 구성법

출처 | IGNITED Fundraising 홈페이지

1. 실제 인물의 이야기로
2. 인물의 나이, 이름, 삶을 구체적으로
3. 서론은 빠고 곧바로 이야기로
4. 짧은 구성방식으로
5. 감정을 불러일으키는 이야기
6. 한 장면이 떠오르는 이야기
7. 가장 좋은 화법은 1인칭 화자

## 살아있는 현장의 이야기로 시민들의 참여를 이끌어내야

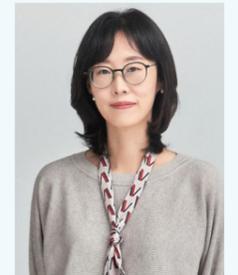
시대가 너무 많이 변했다. 엄청난 정보들이 인터넷과 모바일에 쏟아지고 적극적이고 열정적인 국민, 특히 청년들이 '소셜' 기류에 합류하면서 사회 문제 해결자로 나서고 있다. 마음만 먹으면 다양한 매체를 활용해 맛깔나게 후원을 요청하고 실시간 결제할 수 있는 시스템이 갖추어져 있다. 소비와 기부의 경계가 모호해지면서 '소셜한 기업'들이 전통적인 공익 활동을 대체하고 있고, 소비자들도 식상해보이는 비영리 단체에 기부하기보다는 오히려 매력적인 파타고니아의 티셔츠를 더 구매하고 싶어 한다.

물론 이런 몇몇 현상 때문에 시민활동의 미래가 어둡다고 말하는 것은 지나치게 성급하다. 다만, 사회가 변하는 만큼 단체들도 달라져야 한다는 것은 분명하다. 투명성에 관한 대안은 생각보다 단순하다. 지난 20여 년간 공익활동의 정부 의존도가 꽤 높아졌다. 그 결과, 단체들은 지원처에 대한 설명력과 소통능력이 좋아진 반면, 기부자와 사회에 대한 소통의 감을 잃은 듯하다. 정부와 배분기관의 지침에 익숙해진 나머지 국민들과의 공감에 둔감해져 '현장과 변화의 이야기'를 잃어버렸다.

투명성 문제의 해답은 진정성 있고 적극적인 소통, 그리고 책임감 있는 행동에 있다. 지금 현장에서 땀을 흘리며 일구는 변화의 스토리가 있다면 바로 그것이 모금의 강력한 파워가 된다. 비대면 시대에도 더 많은 시민참여를 이끌어 내는 길이 있다. 그것은 바로 더 공감의 이야기를 디지털 공간에서 전달하는 것이다. 그리고 후원에 참여하는 사람들이 바로 우리와 함께 하는 사람들임을 알고 그들과 적극적으로 소통하는 것이다.



## 디지털 역량강화 전략과 활용 도구



박연수 수석컨설턴트  
쿠팡실리테이션그룹

코로나19는 많은 조직에서 몇 년간 지난하게 끌여오던 디지털 트랜스포메이션을 단 몇 달 만에 엄청난 속도로 이끌어냈다. 그리고 이제는 온라인 세상에서의 교육과 회의가 익숙해져 코로나19가 종식된 이후에도 시공간 제약이 상대적으로 덜한데다 효율적이기까지 한 비대면 방식의 활용도는 계속 높아질 것이라 전망하고 있다.

이런 상황에서 자원봉사 현장의 디지털 역량은 어느 정도인가? 안타깝게도 작년에 이어 올해 상반기에도 사회적 거리두기 단계가 강화되면 계획했던 교육과 행사들을 무기한 연기, 취소하는 일들이 반복되고 있는 현상을 볼 수 있다. 대면이 필수적인 경우를 제외하고 온라인으로 전환하여 진행할 수 있는 교육과 회의 등 많은 계획들도 연기 또는 취소라는 결정을 하고 있는 이 상황이, 바로 우리의 디지털 역량 수준을 보여주는 하나의 지표라 할 수 있다.

그렇다면 변화하는 상황에 더 이상 흔들리지 말고, 온라인 교육과 회의를 더 효과적으로 운영하기 위해 우리에게 필요한 디지털 역량과 도구는 무엇인지 살펴보고 하나씩 준비해 보자.

### 디지털 역량을 강화하기 위해 필요한 3D

온라인 교육 및 회의를 위해 갖추어야 할 역량 3D를 소개하고자 한다. 이 3가지는 모두 복합적으로 필요한 요소이기도 하지만 실제로는 역량을 강화하는 순서(단계)이기도 하다.

- 1. 온라인 도구(Digital Tool) : 온라인 교육 및 회의에 필요한 도구 이해와 기능적 숙련
- 2. 설계(Design)와 구현 : 온라인 도구를 어떻게 교육 및 회의 목적, 참여자, 환경에 맞게 활용할 것인지에 대한 아이디어와 진행계획 수립
- 3. 진행스킬(Delivery) : 현장에 적합한 소통 및 진행스킬, 돌발상황 대처 능력 강화

### 1. 온라인 도구(Digital Tool)

온라인 교육 및 회의가 오프라인과 가장 다른 점은 바로 모이는 공간이라 할 수 있다. 오프라인의 강의실과 책상, 빔프로젝터와 화이트보드, 전지, 포스트잇 등의 환경적 요소가 온라인으로 전환되기 때문이다. 따라서 온라인 교육 및 회의의 시작은 온라인 도구를 이해하고 그 기능을 익히는 것이라 할 수 있다.

그러나 온라인으로의 전환이 어려운 이유는 수많은 도구들 중에 적절한 도구를 선택하여 익히는 것이 쉽지 않기 때문이기도 하다.

온라인 교육 및 회의에서 활용할 수 있는 도구는 그 기능과 특성을 바탕으로 다음 4가지로 크게 구분해볼 수 있다.

#### 1) 화상회의 툴

오프라인에서 교육장 및 회의실의 역할을 하는 화상회의 도구는 서로 얼굴을 보며 대화하고 진행자가 자료를 보여줄 수 있는 가장 기본적이고 필수적인 도구이다. 이에 해당하는 대표적인 툴로는 줌(Zoom), 구글 미트(Google Meet), 구루미(Gooroomee) 등이 있다. 최근에는 아바타 등을 활용한 게더타운(Gather.town) 등도 함께 활용되고 있다.

#### 2) 설문/퀴즈 툴

각자의 생각을 표현하거나 의견을 수렴할 때, 퀴즈 등을 할 때 사용하는 툴이 있다. 프로그램 신청이나 만족도 조사 시 활용했던 네이버나 구글의 설문도 해당되기는 하지만 실시간 역동적인 상호작용을 위해서는 슬라이도(Sli.do)나 멘티미터(Metimeter) 등의 툴도 많이 사용하고 있다.



[그림 1] 슬라이도 활용 화면

참여자들이 핸드폰이나 PC로 의견을 입력하거나 퀴즈를 풀면, 그 결과를 실시간으로 함께 확인할 수 있다.

### 3) 협업/화이트보드 툴

오프라인에서 포스트잇이나 전지를 활용하여 다양한 의견을 확보하고 논의의 깊이를 더했던 기능을 대신하는 협업 도구 또는 화이트보드 도구가 있다. 구글 프레젠테이션이나 스프레드시트, 패들렛 등의 도구가 현장에서 많이 활용하는 대표적인 도구이다.

### 4) 기타 툴

온라인 교육 및 회의의 효과적 진행을 위해 보조적인 역할을 하는 타이머, 마우스포인터 등의 도구들도 알아두면 좋다.

#### 온라인 교육/회의를 위한 TOOL



화상회의 Tool

ZOOM, WEBEX, TEAMS, GOOGLE MEET, REMOTE MEETING, GOOROOMEE 등



서베이/클리커 Tool

구글/네이버 설문, 슬라이도, 멘티미터, 카훗, 퀴즈앤 등



협업 Tool

구글 프레젠테이션 & 스프레드시트, 줌보드, 알로, 마림바, 패들렛, 미로, 무탈 등



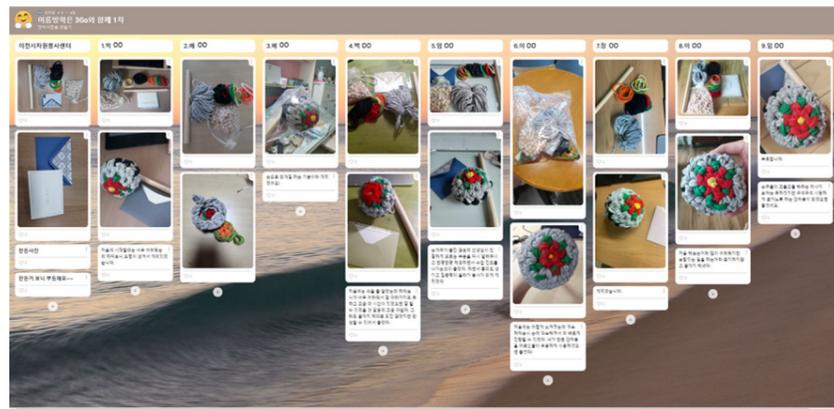
기타 Tool

...

## 2. 설계(Design)와 구현

온라인에서의 교육 및 회의를 위해 1차적으로 도구의 기능을 익힌 것만으로는 제대로 진행을 하기 어렵다. 각 유형별 도구의 특징을 이해하고 유형 별로 한두가지를 선택하여 능숙하게 활용할 수 있도록 익히는 것이 훨씬 효율적이다. 특히 참여자의 특성, 교육의 목적 등에 따라 적절한 툴을 선택하고 어떻게 활용할지 아이디어를 구체화하지 않으면 도구의 기능을 제대로 발휘하기 어렵다. 또한 참여자들이 쉽게 활용할 수 있도록 구상하고 제작하는 것 역시 진행자의 몫이라 할 수 있으나 결코 쉬운 일은 아니다. 이러한 고민을 해결하기 위해 경기도자원봉사센터는 만렙이라는 실무자들의 5주간의 학습모임을 통해 온라인 툴을 익히고 활용방안을 모색하였다.

아래 사진은 그 과정에서 청소년들이 인마지압봉을 만드는 키트 제작 봉사활동에서 패들렛을 활용한 내용이다. 재료 수령 상태, 만드는 과정, 완성된 결과물과 소감까지 기록하며 청소년들이 서로의 작업내용도 함께 확인할 수 있어 진행과정에 재미와 몰입을 더할 수 있었다.



[그림 2] 패들렛 활용 사례

(제공 | 이천시자원봉사센터 조미경 담당자)

구글의 설문지를 활용해서 방탈출 컨셉의 퀴즈풀이 활동이나 만족도 조사 등을 설계해보기도 했는데 오른쪽 QR코드로 활용사례를 확인해볼 수 있다.



앞의 사례처럼 툴을 의도에 따라 활용하고 구현하는 설계 역량이 뒷받침된다면, 온라인이라는 공간은 더 이상 제약조건이 아니라 우리의 상상력을 구현해줄 새로운 가능성의 공간이 될 것이다.

## 3. 진행 스킬(Delivery)

오프라인 교육이나 회의와 마찬가지로 똑같은 툴과 콘텐츠를 사용하더라도 진행자의 특성과 역량에 따라 큰 차이가 나타난다. 온라인이라는 낯선 공간에서 통제권한 밖의 참여자들과 함께 한다는 것은 결코 쉬운 일이 아니다. 우리의 참여자가 온라인에 익숙하지 않다면 더더욱 많은 돌발상황들이 발생할 수 있다.

진행 스킬은 교육이나 회의의 목적과 참여자의 특성, 적절한 툴의 활용, 온라인 상황에 맞는 참여자와의 상호작용, 돌발상황에서의 대처 등에 대한 능숙도이며, 이 역량을 향상시키기 위해서는 많은 현장 경험이 필요하다. 다른 사람이 진행하는 모습은 대부분 간단해 보이는 경우가 많으나, 온라인 툴을 다루고 진행하는 것은 보는 것과 난이도가 다르고 직접 해보지 않고서 역량이 향상되기를 기대하는 것은 불가능한 일이다.

## 디지털 역량 강화를 위한 우리의 준비

디지털 역량을 강화하기 위해서는 개인적인 노력과 기관 차원에서의 조직적 노력이 함께 이루어져야 한다.

### 열린 학습 마인드와 학습모임 활용

아직도 온라인 교육과 회의를 불편하게 여기고 피하고 싶어하는 실무자들을 만나게 된다. 그러나 이제 온라인 교육과 회의는 선택이 아니라 필수이다. 효과적일지 의문을 제기하기보다는 어떻게 더 효과적으로 만들어갈까를 고민해야 한다. 익숙하지 않고 학습해야 하는 것도 많지만, 새로운 시도와 도전을 즐겁게 여기는 마인드가 디지털 역량을 빠르게 강화하는 출발점이다.

이 과정을 더 효과적으로 만들 수 있는 방법 중 하나가 바로 학습모임의 활용이다. 지속적으로 업데이트되는 온라인 도구를 살펴보고 현장에 적용하는 노력이 필요한데, 이는 담당자 혼자 하는 것보다 학습모임이나 TF를 구성하여 함께 학습하며 발생하는 다양한 돌발상황을 살펴보는 것이 필요하다. 또한 서로의 정보와 사례를 공유하는 것이 디지털 역량을 빠르게 키워가는 지름길이 될 수 있다.

### 물리적 공간의 재구성과 행정적 지원

개인의 역량 강화와 더불어 센터의 역량 향상과 지원체계도 중요하다. 아직 많은 센터들이 안정적으로 온라인 교육과 회의를 진행할 수 있는 공간과 기기를 갖추지 못한 곳이 많다. 소음이 적은 독립된 공간과 안정된 속도의 인터넷 환경, 진행에 무리가 없는 사양의 노트북(CPU i5, 메모리 8G 이상 권장), 효율성을 높이는 듀얼모니터와 상황에 따라 필요한 기기(마이크, 카메라, 이어폰 등)도 갖추어져야 한다.

또한 대부분의 온라인 플랫폼이나 도구(tool)들이 해외결제를 거쳐야하는 경우가 많은데, 이 장벽에 막혀 필요한 프로그램과 기능을 도입하지 못하는 곳이 아직도 상당수이다. 지금은 그 어느 때보다 과거의 방식에 얽매이지 말고 민첩하게 의사결정하고 업무를 추진해갈 수 있도록 행정적 지원을 마련하고 리더십을 발휘하는 것이 매우 필요하다.

### 맺으며

지금 우리는 예전에 경험하지 못했던 새로운 상황에서 필요한 디지털 역량을 강화하는 가장 확실한 방법은 빠르게 시도하고 지속적으로 학습하는 것이다. 필자가 강조하는 것 중에 ‘백견불여일행(百見不如一行)’이라는 말이 있다. 직접 부딪히고 실행하지 않으면 디지털 역량은 절대 향상될 수 없음을 기억하며 나아가는 현장의 발걸음을 기대해본다.

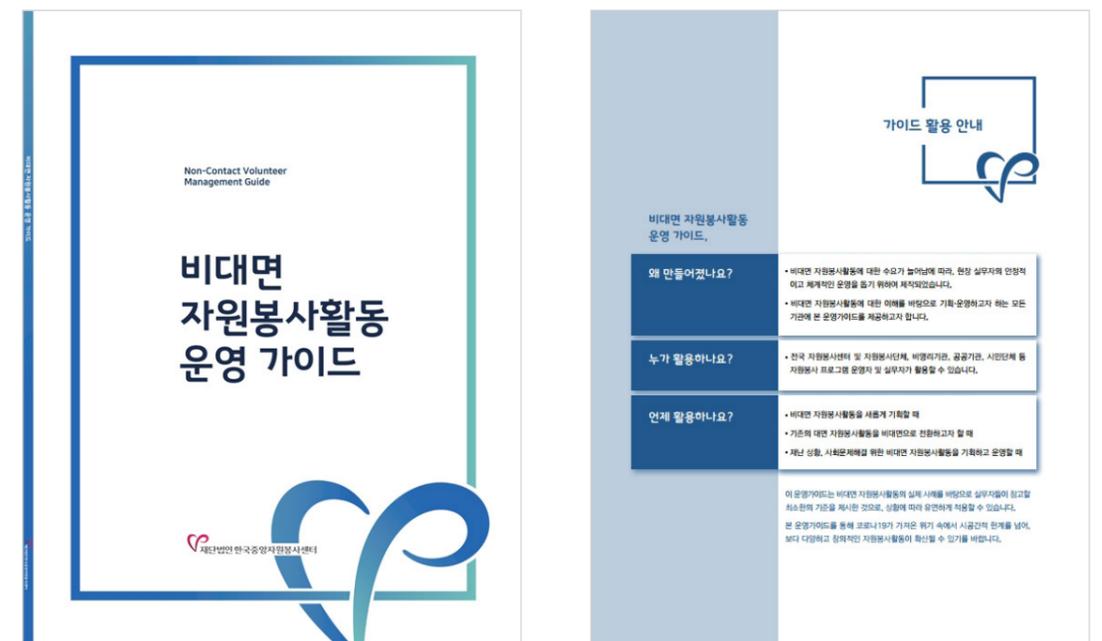


# 비대면 자원봉사활동 운영가이드 핵심 정리

김수지 대리  
한국중앙자원봉사센터

코로나19로 인한 사회적 거리두기, ‘비대면’이란 낯선 상황은 우리를 당혹스럽게 만들었지만, 생각을 조금 바꿔보면 좀 더 스마트하고 효율적으로 일하는, 요즘말로 ‘일잘러’가 되게끔 촉진한 주요인이기도 하다. 많은 이들이 자원봉사의 위기를 말하지만, 현장의 일잘러들은 기존 대면 활동을 비대면 방식으로 전환하거나 온라인 플랫폼의 기능을 확장하는 등 돌파구를 찾는데 이어, 자원봉사의 경직도가 비교적 느슨해진 이 말랑한 시점에 한 단계 도약까지 하려 분주하다. 그 어떤 섹터보다 자원봉사현장의 변화는 안팎으로 빠르게 진행되고 있음을 느낀다.

코로나19가 급격히 심해진 2020년을 기점으로 전국자원봉사센터로부터 빗발쳤던 비대면 자원봉사활동 관련 표준화된 지침과 기준에 대한 요구 또한 변화에 잘 대응하고자 하는 실무자들의 열정과 의지의 표현이라 생각된다. 이러한 현장의 변화와 의견을 수렴하여 한국중앙자원봉사센터는 지난 6월, <비대면 자원봉사활동 운영가이드>를 제작하였다.



[그림 1] 비대면 자원봉사활동 운영가이드

가이드를 제작하며 가장 고민됐던 점은 ‘어떻게 하면 현장의 혼란을 줄이고, 다수가 동의할만한 합리적인 기준을 제시할까’였다. 이 고민을 해소하기 위해 여러 단계의 회의와 관련 부처 유관기관과의 협의, 전국센터의 의견수렴을 거쳤다. 그러나 인증 기준만 마련해내는 단순한 접근으로는 현장 실무자들에게 장기적으로 도움이 되는 가이드 제작은 어려울 것이라는 의견들도 있었다. 선부른 기준 제시는 오히려 기관과 지역의 특수성, 활동의 목적과 내용, 자원봉사자의 욕구 등을 배제하게 되고 그저 관리만을 위한, 껍데기뿐인 가이드가 될 수 있다는 우려 때문이었다.

현장의 실제 사례를 바탕으로 실무자들이 참고할 최소한의 기준을 제시하여, 비대면 자원봉사의 기본 원칙을 중심으로 각 기관이 자율성과 유연성을 가지고 활용할 수 있도록 하는데 주력하였다.

〈비대면 자원봉사활동 운영가이드〉는 비대면 자원봉사 이해하기, 운영하기, 사례보기, 주요Q&A, 운영 시 활용할 수 있는 서식 등으로 구성되었다. 이 순서로 가이드의 핵심내용을 정리해보고자 한다.

### 이해하기

첫번째 순서인 이해하기에서는 비대면 자원봉사의 정의부터 분류, 특성을 통해 ‘비대면 자원봉사활동’에 대한 현장 실무자들의 기본 이해를 높이고자 하였다. 운영하기에 앞서, 비대면 자원봉사를 명확히 이해하고 특성을 고려해 기획하는 것이 필요하기 때문이다.



그림 2 비대면 자원봉사활동 정의

### 운영하기

두 번째 운영하기에서는 비대면 자원봉사활동의 기본원칙과 운영과정, 인증방식으로 구성되어있다. 인증 기준의 기본원칙부터 비대면 방식의 자원봉사 프로그램을 기획·운영할 때 고려해야하는 부분을 중심으로 운영과정 5단계를 소

개하였다. 이어 인증방식에서는 생소할 수 있는 ‘활동인증’의 정의와 예시를 소개하였고, 가장 문의가 빈번한 ‘시간인증’에 대한 포괄적 기준을 제시하였다. 기준의 적정성을 갖추고자 전국센터의 의견수렴 단계를 거쳐 인증에 필요한 최소한의 기준과 여러 유형의 사례를 제시함으로써 지역상황에 맞춰 기관이 자율적으로 운영할 수 있도록 기준을 마련하였다.

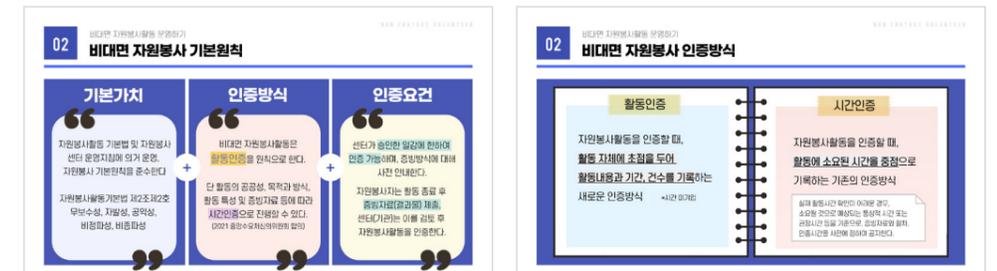


그림 3 비대면 자원봉사활동 기본원칙

### 사례보기

세 번째 사례보기에서는 전국자원봉사센터 및 유관기관의 비대면 자원봉사활동 사례를 제시함으로써, 유사한 이슈의 자원봉사 프로그램을 운영하고자 하는 기관 간 벤치마킹할 수 있도록 하였다. 비대면 자원봉사의 6가지 분류대로 구분하여 총 13가지의 사례를 담았다.

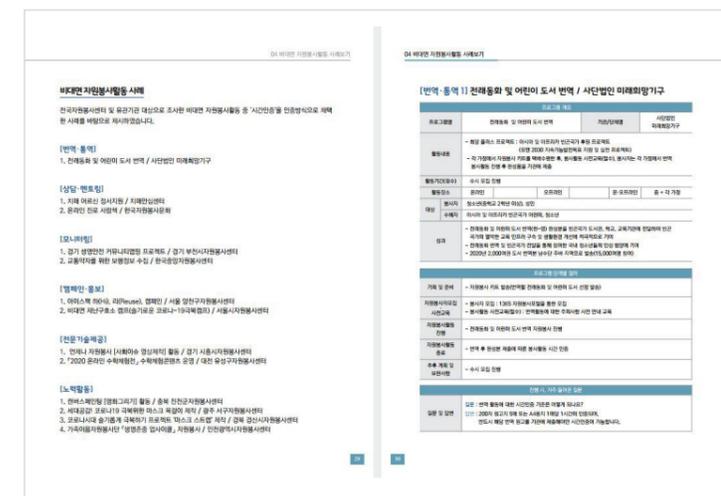


그림 4 비대면 자원봉사활동 사례

### 주요 Q&A

네 번째 주요Q&A는 비대면 자원봉사 관련 전국센터에서 빈번하게 들어온 문의사항과 실제 비대면 자원봉사를 운영하며 자원봉사자와 단체, 수요처 등으로 부터 받은 의견 등을 토대로 구성하였다. 인증기준과 운영절차 두 가지 주제로 구분하여 정리하였다.

### 부록 | 활용 서식

마지막으로 비대면 자원봉사활동을 운영하며 활용할 수 있는 서식을 제시하였다. 서식에는 계획서, 결과보고서, 초상권 사용 및 활용 동의서, 개인정보 제공 동의서, 안전사고 보고양식 등이 있다. 비대면 특성상 직접적 관리가 어렵기 때문에, 발생할 수 있는 안전사고에 대비할 수 있는 장치로서 위 서식들을 활용할 수 있다.

비대면 자원봉사는 코로나19로 인해 축소된 대면 프로그램의 대안이 아닌, 일상에서 쉽게 자원봉사를 실천하는 동력이자 자원봉사 영역의 매우 주요한 흐름으로 자리 잡아가고 있다. 현장은 기존의 프로그램과 운영방식을 비대면 방식으로 적극 전환하고, 여러 가지 새로운 시도들을 통해 프로그램의 다양성과 질적 수준을 높이는 것이 필요하다. 그러기 위해 자원봉사자에 대한 신뢰를 바탕으로 언제-어디서든-쉽게 자원봉사에 참여할 수 있는 장을 만들고자 모두가 함께 머리를 맞대어 나아가야 한다.

‘비대면’이라는 변화에 어쩔 수 없이 적응하는 수동적 태도보다, 대면과 비대면을 넘나들며 결합하는 새로운 방식의 도입으로 변화를 적극적으로 만들어나가는 일잘러가 되기를, 진심으로 기대한다.



\* <비대면 자원봉사활동 운영가이드>는 '자원봉사 아카이브'에서 다운로드 받을 수 있다.

자원봉사 국내외 동향 및 정책 이슈로 소통하는

## 자원봉사 • Volunteering 정책저널 • Policy Journal

발행인 : 권미영

발행일 : 2021.08.26

발행처 : (재)한국중앙자원봉사센터

주소 : 서울특별시 중구 세종대로 21길 39 사랑의 열매회관 5층

대표전화 : 02-713-0080 | 팩스 : 02-711-0887 | 이메일 : nvc1365@hanmail.net

홈페이지 : v1365.or.kr | 아카이브 : archives.v1365.or.kr

디자인 : (주)아이비엘



KOREA VOLUNTEER CENTER

(재)한국중앙자원봉사센터