

06

한국문화예술위원회 예술정책연구

arts change the world

문화

예술나눔통계

Arts Giving

Index를 통한

기부 인식

조사 연구

2012. 12

문화예술나눔통계 Arts Giving Index를 통한 기부인식 조사 연구

2012년 12월 20일 인쇄

2012년 12월 20일 발행

발행처 한국문화예술위원회

편 집 한국문화예술위원회

한국문화예술위원회

152-050 서울특별시 구로구 새말로 120

전화 02-760-4500, 600

팩스 02-760-4707

홈페이지 www.arko.or.kr

이메일 arko@arko.or.kr

본 보고서는 무단전제를 금하며,
내용의 일부를 가공하거나 인용할 때에는
반드시 출처를 밝히시기 바랍니다.

문화예술나눔통계 Arts Giving Index를 통한 기부인식 조사 연구

/ 2012. 12

제 출 문

한국문화예술위원회 귀하

본 보고서를 문화예술나눔통계 Arts Giving Index를 통한 기부인식 조사 연구의 최종 보고서로 제출합니다.

2012년 12월 20일

주관기관 : 문화리서치 피오

연구책임자 : 황 윤 숙 문화리서치 피오 대표

연구 원 : 김 도 형 문화리서치 피오 연구기획실장

김 경 남 문화리서치 피오 연구원

연구보조원 : 심 미 선 문화리서치 피오 조사팀장

: 임 소 아 문화리서치 피오 연구원

목 차

제1장 연구의 짜임

제1절 : 연구개요	12
------------	----

제2절 : 연구내용과 계획

1. 조사들에 대한 이해	14
2. 조사대상별 조사방법(1) : 개인 기부	16
3. 조사대상별 조사방법(2) : 기업 기부	25
4. 조사대상별 조사방법(3) : 수혜자(예술인·단체)	28

제2장 연구의 결과

제1절 : 개인 기부자(일반 시민) 조사

1. 응답자 특성	30
2. 문화예술관련 자원봉사활동	35
가. 자원봉사활동 참여율	35
나. 자원봉사활동 참여자	39
다. 자원봉사활동 미참여자	49
3. 문화예술관련 기부	56
가. 기부 참여율	56
나. 기부 참여자	59
다. 기부 미참여자	81

제2절 : 수혜자(예술인·단체) 조사

1. 응답자 특성	92
2. 기업 기부	95
가. 기업 기부 수혜율	95
나. 기업 기부 경험 예술인·단체	98
다. 기업 기부 미경험 예술인·단체	108
3. 개인 기부	115
가. 개인 기부 수혜율	115
나. 개인 기부 경험 예술인·단체	118
다. 개인 기부 미경험 예술인·단체	126

제3절 : 기업 기부자 조사

1. 기업 기부자 관련 지표의 구성	130
2. 지표별 조사결과	131

붙임1 설문지

제1장 연구의 짜임

제1장

연구의 짜임

제1절 : 연구개요

제2절 : 연구내용과 계획

제1장 연구의 짜임

제1절 연구개요

□ 나눔, 기부의 확산과 문화예술

- 통계청이 발간하는 ‘한국의 사회지표’를 보면 국내 자원봉사활동 참여인구와 후원(기부)인구가 지속적으로 증가하는 추세임.
 - 자원봉사활동 참여인구는 2006년 14.3%에서 2009년 19.3%, 2011년 19.8%로 증가
 - 후원(기부)인구는 2006년 31.6%에서 2009년 32.3%, 2011년 34.8%로 증가
- 국세청 ‘국세통계연보’에 따르면 기부신고액 규모도 해마다 증가.
 - 개인의 종합소득세 중 기부신고액 규모는 2006년 4,338억에서 2010년 6,440억으로 48.5% 증가
 - 법인세 중 접대비, 기부금신고액 규모는 2006년 3,526억에서 2010년 4,400억으로 24.8% 증가
- 이 중 문화예술단체에 대한 기부는 자원봉사활동 단체의 1.2%, 자원봉사활동시간의 23.4%, 기부처의 0.2%, 기부금액의 1.0% 수준(제10회 국제기부문화심포지엄 기빙코리아 2010 자료 참고).

□ 문화예술 나눔, 기부에 대한 인프라 구축 필요성

- 문화예술 분야에 대한 나눔, 기부가 사회적인 이슈로 부각되고 있으나 실태에 대한 자료, 정보는 부족한 실정.
- 문화예술분야에 대한 나눔, 기부에 대한 정책을 공고히 하고, 국민으로부터 나눔, 기부를 확보하기 위해 현황에 대한 명확한 데이터와 정보를 마련할 필요가 있음.
- 이에 한국문화예술위원회에서는 2011년 <예술기부 통계와 관련 프로그램 조사연구>를 통해 데이터를 마련할 수 있는 토대를 마련함.

□ 조사범위 및 대상자 선정

- 2011년 <예술기부 통계와 관련 프로그램 조사연구>에서는 기부 관련 활동에

제1장 연구의 짜임

주요 행위자를 기부자, 중계자, 수혜자로 구분. 기부자(개인, 기업·단체)와 수혜자(문화예술인·단체)를 중계하는 역할을 담당하는 한국문화예술위원회의 자료의 경우 별도의 조사 없이 사업 과정을 통해 자체적으로 발생된 통계를 활용. 조사 대상으로는 개인 기부자, 기업 기부자, 수혜자만을 포함시킴.

- 개인 기부자(일반시민) 조사 중 기부 활동 및 유무는 2012년 한 해 동안 이루어진 경험을 중심으로, 자원활동과 기부 수혜자 조사는 지금까지 경험을 바탕으로 직접 조사를 통해 자체 생산을 하고, 기업 기부자 관련 자료는 타 기관(전경련, 한국메세나협의회)의 최신 통계를 인용.
- 개인 기부자에 대한 조사는 일반 국민을 대상으로 비례층화표집을 통한 전국 규모의 전화 설문 조사를, 문화예술인·단체를 대상으로 한 수혜자 조사는 한국문화예술위원회의 문화예술인·단체 리스트를 활용해 온라인 조사를 시행.
- 첫 회 시행인 만큼, 일반인들의 문화예술과 관련된 기부 활동에 대해서만 지난 한 해 동안 이루어진 경험을 바탕으로 조사되어짐. 또한 조사 규모는 조사자원과 활용성 등을 감안해 무리하게 설정하지 않음. 개인 기부자의 경우 전국 1,000명, 수혜자의 경우 200개의 표본을 목표로 함.
- 본 보고서에서 조사 대상으로 삼는 기부방식은 기존 지표·조사와의 비교 가능성을 확보하면서, 다른 통계와의 장점과 차별성을 가질 수 있도록 설계. 지속적인 데이터 수집을 통해 관찰해야 함.

□ 지표안 검토 및 개발

- 2011년 제안된 예술기부지표에 대한 전반적인 검토를 통해 조사 대상에서 제외시킬 항목과 추가해야 할 항목을 선별.
- 개인 기부자 대상 조사의 경우 문화예술과 관련한 자원 활동 및 기부 참여 비율이 상대적으로 낮을 수 있음을 감안해, 문화예술 관련 자원봉사활동이나 기부에 참여하지 않은 설문 참여자를 위한 설문 신규 개발.

□ 조사항목 결정 및 조사도구 개발

- 내부생산지표와 외부생산지표 검토를 통한 조사항목 결정.
- 설문조사가 필요한 지표들을 중심으로 조사대상에 맞는 조사도구 개발.

제1장 연구의 짜임

제2절 연구내용과 계획

1. 조사들에 대한 이해

- 문화예술나눔통계 ‘Arts Giving Index’ 는 국내외 여느 기부통계와 달리 문화예술 나눔·기부 환경을 접근함에 있어 기부자(개인/기업), 수혜자는 물론 중계기관(ARKO) 모두의 자료를 조사하고 비교하는 입체적인 접근을 취함.

〈표 1-1〉 국내외 기부관련 통계별 조사대상

연번	지표·조사명	개인기부자	기업기부자	수혜자
0	Arts Giving Index	○	○	○
1	한국의 사회지표	○	×	×
2	국세통계연보	○	○	×
3	유한킴벌리 기빙인덱스	○	×	×
4	기업·기업재단 사회공헌백서	×	○	×
5	한국메세나협의회 연차보고서	×	○	×
6	World Giving Index	○	×	×
7	UK Giving	○	×	○
8	Giving USA	○	○	○
9	CerPhi	○	×	○

- 이는 문화예술 나눔·기부 환경에 각 참여주체별로 인식과 관점에서 어떤 차이를 보이고 있는지를 살피면서, 각 자료의 취약점을 보완해 준다는 면에서 바람직한 접근임. 향후 지속적인 데이터 수집을 통한 검증 필요.

제1장 연구의 짜임

〈표 1-2〉 문화예술나눔통계의 조사대상별 조사방법

조사 대상 구분		조사방법
기부자	개인	한국문화예술위원회가 직접 일반 시민 설문조사
	기업	전경련, 메세나협의회 등의 외부 자료 활용
중계기관		문화예술위원회 자체 발생 통계를 통해 추출
수혜자		문화예술단체를 대상으로 한 표본 설문조사

- － 본 연구에 포함된 조사에서는 이중 중계기관(ARKO)의 통계를 제외한 개인 기부자, 기업 기부자, 예술단체에 대한 조사를 시행. 개인 기부자는 전국 다단계 층화무선표집법을 활용 전국 단위 전화 설문조사를 실시. 기업 기부자는 기업사회공헌활동과 메세나 활동에 대한 외부 자료를 인용 조사하고, 기부의 1차적인 수혜자인 예술단체에 대해서 장르별 표본조사를 시행.

〔그림 1-1〕 예술기부 참여주체별 지표의 구성



제1장 연구의 짜임

2. 조사대상별 조사방법(1) : 개인 기부

가. 설문조사의 설계

- 조사설계의 요약 : 모집단은 19세 이상의 전 국민(제주특별자치도 포함), 표본 크기는 1,000명, 표본추출방법은 다단계층화무작위표집법을 이용. 16개 시도 인구비례방식이 아닌 제곱근 비례방식을 채택. 이는 시도 인구비례방식을 적용할 경우, 인구비중이 낮은 제주, 울산, 광주, 대전의 경우 할당된 표본규모가 과소해지는 경향을 보완하기 위한 조치임. 전화조사는 2주 간 실시. 가정 내 전화를 통해 면접원이 대상자에게 구조화된 설문지를 읽어주고 답을 받아 입력하는 형식으로 진행. 조사의 표본오차는 95% 신뢰도 수준에서 $\pm 3.1\%$.

〈표 1-3〉 조사설계 요약

구분	조사방법
모집단	전국 16개 시·도에 거주하는 19세 이상의 전 국민.
표본크기	1,000명
표본추출방법	다단계층화무선표집법 - 16개 시·도별로 인구 크기에 따른 제곱근 비례방식에 따라 할당 - 7개 시(특별시, 광역시)를 제외한 9개도는 시부(市部), 군부(郡部)로 나누어 할당 - 조사대상인 시·군·구를 선정하고, 선정된 시·군·구에서 무선적으로 표집 - 조사가구의 15세 이상(또는 19세 이상) 가구원 가운데 생일(월이 아니라 날짜를 기준)이 가장 빠른 사람을 조사 대상으로 선정
조사방법	면접원이 응답자에게 구조화된 설문을 읽어 주고, 답을 기입하는 방식
표본오차	95% 신뢰도 수준에서 $\pm 3.1\%$

- 자료분석 : 응답된 설문지 검토, 데이터코딩, 편집과정을 거쳐 SPSS 18.0을 이용해 분석. 16개 시·도별 인구비례 방식이 아닌, 제곱근 비례방식을 취했기 때문에 지역, 성, 연령에 가중치를 부여하여 분석. 빈도분석과 교차분석을 실시

제1장 연구의 짜임

하여 백분율을 산출. 성, 연령, 도시규모, 시·도, 직업, 월평균 가구소득을 독립 변인으로 활용.

나. 조사내용

- 전체적인 지표의 구성은 성별, 연령, 직업, 지역, 결혼여부, 자녀유무(취업 전 자녀 수) 등 인구 통계학적 변수 6개와 월 평균 문학 분야 독서권수, 월 평균 전시 관람 횟수, 월 평균 공연 관람 횟수, 월 평균 문화예술 분야 지출규모 등 문화예술 향유도를 확인하기 위한 지표 4개, 본 지표 48개로 구성. 본 지표 48개 중 유산기부와 관련한 4개 지표는 조사표본규모와 현실적 응답 비율을 감안해 이번 조사에서는 미반영. 본 지표 44개만을 반영.
- 연령은 출생연도를 입력하도록 하고 분석 시 분포에 따라 구간을 설정해 분석. 직업은 대학(원)생, 주부, 급여생활자, 전문직, 자영업, 문화예술관계자, 은퇴, 무직, 기타 등의 항목을 구분할 수 있는 수준에서 구성. 지역은 16개 광역 시도 단위에서 입력.

제1장 연구의 짜임

〈표 1-4〉 개인기부자 조사내용(48개)

연 번	지표	비고
1	문화예술분야 자원 활동 참여 여부	문화예술 관련 분야 자원 활동 참여 여부
2	문화예술분야 자원 활동 활동처	기관/축제/문화예술단체/기타로 구분
3	연간 문화예술분야 자원 활동 참여 횟수	어느 정도 자원 활동에 참여했는지 횟수를 기록
4	연간 문화예술분야 자원 활동 기간	어느 정도 자원 활동에 참여했는지 기간을 기록
5	정기적 문화예술분야 자원 활동 참여 여부	문화예술 관련 분야 자원 활동 정기적 참여 여부
6	정기적 문화예술분야 자원 활동 참여 빈도	주/월/분기/반기/연단위 중 선택 질문
7	문화예술분야 자원 활동 방법	단순자원활동/전문자원활동(pro bono)/두 가지 모두(전문자원활동 : 법률, 재정, 회계, 의료, 통역 등)
8	문화예술분야 전문 자원 활동 분야	전문 활동 분야를 직접 기록하도록 해서 추후 범주화
9	문화예술분야 자원 활동을 하지 않는 이유	이유를 직접 기록하도록 해서 추후 범주화
10	예술기부 참여 여부	문화예술 관련 분야 기부 참여 여부
11	예술기부 기부처 1	박물관미술관공연장/문화예술축제/문화예술단체/작가예술가개인/기타 등으로 구분
12	예술기부 대상 별 신뢰도 1(박물관)	기부 대상을 얼마나 신뢰하는지 7점 척도로 측정
13	예술기부 대상 별 신뢰도 2(미술관)	기부 대상을 얼마나 신뢰하는지 7점 척도로 측정
14	예술기부 대상 별 신뢰도 3(공연장)	기부 대상을 얼마나 신뢰하는지 7점 척도로 측정
15	예술기부 대상 별 신뢰도 4 (문화예술축제)	기부 대상을 얼마나 신뢰하는지 7점 척도로 측정
16	예술기부 대상 별 신뢰도 5 (문화예술단체)	기부 대상을 얼마나 신뢰하는지 7점 척도로 측정
17	예술기부 대상 별 신뢰도 6 (작가 개인)	기부 대상을 얼마나 신뢰하는지 7점 척도로 측정

제1장 연구의 짜임

연 번	지표	비고
18	예술기부 대상 별 신뢰도 7 (예술가 개인)	기부 대상을 얼마나 신뢰하는지 7점 척도로 측정
19	예술기부 기부처 2	문화예술일반/문학/시각예술/공연예술 (국악/양악/연극/무용)/기타
20	연간 예술기부 금액	기부 규모를 금액 단위로 파악
21	연간 회당 예술기부 금액	1회에 기부하는 규모를 금액 단위로 파악
22	예술기부액 확대 의사	문화예술 분야에 대한 기부를 확대할 계획을 5점 척도로 측정
23	정기적 예술기부 참여 여부	문화예술 관련 분야 기부 정기적 참여 여부
24	정기적 예술기부 참여 빈도	주단위/월단위/분기단위/반기단위/연단위 중 선택 질문
25	예술기부 기부처 인지 경로	기부한 곳을 통해/대중매체/온라인매체/가족지인/기타
26	예술기부 방법	직접전달/수표카드/지로납부/자동이체/온라인뱅 킹/급여공제/현물/장소대여/기타 등
27	예술기부의 내적 동기	기부에 참여한 동기를 직접 기록하도록 해서 추후 범주화
28	예술기부를 하지 않는 이유	이유를 직접 기록하도록 해서 추후 범주화
29	예술기부 참여 의사	문화예술 분야에 대한 기부에 참여할 의사를 5점 척도로 측정
30	예술기부 결정 시 고려사항 1 지원대상이 속한 장르 1	기부 결정 시 해당 항목을 얼마나 고려했는지 5점 척도로 측정(예술기부 기부처 1 참조)
31	예술기부 결정 시 고려사항 2 지원대상이 속한 장르 2	기부 결정 시 해당 항목을 얼마나 고려했는지 5점 척도로 측정(예술기부 기부처 2 참조)
32	예술기부 결정 시 고려사항 3 지원 대상 신뢰도	기부 결정 시 해당 항목을 얼마나 고려했는지 5점 척도로 측정
33	예술기부 결정 시 고려사항 4 지원 대상 전문적 역량	기부 결정 시 해당 항목을 얼마나 고려했는지 5점 척도로 측정
34	예술기부 결정 시 고려사항 5 지원 대상 명성	기부 결정 시 해당 항목을 얼마나 고려했는지 5점 척도로 측정

제1장 연구의 짜임

연 번	지표	비고
35	예술기부 결정 시 고려사항 6 활동 내역 투명성	기부 결정 시 해당 항목을 얼마나 고려했는지 5점 척도로 측정
36	예술기부 결정 시 고려사항 7 기부액 선택 가능성	기부 결정 시 해당 항목을 얼마나 고려했는지 5점 척도로 측정
37	예술기부 결정 시 고려사항 8 방법의 용이성	기부 결정 시 해당 항목을 얼마나 고려했는지 5점 척도로 측정
38	문화예술분야에 대한 유산 기부 의사(추후 적용)	문화예술 분야에 대한 유산 기부 의사를 5점 척도로 측정
39	문화예술분야에 대한 유산 기부 희망 비율(추후 적용)	유산의 몇 %를 문화예술 분야에 기부하고 싶은지 질문
40	문화예술분야에 대한 유산 기부 희망 형태(추후 적용)	현금/부동산/물품/금융자산/기타
41	문화예술분야에 대한 유산 기부 장애 요인(추후 적용)	장애요인을 직접 기록하도록 해서 추후 범주화
42	예술기부 시 인터넷 활용 경험	인터넷을 활용해 문화예술 분야에 기부한 경험을 질문
43	예술기부 시 인터넷 활용도 1 기부 대상 탐색	해당 항목에 인터넷을 얼마나 활용하는지 5점 척도로 측정
44	예술기부 시 인터넷 활용도 2 대상 관련 정보 습득	해당 항목에 인터넷을 얼마나 활용하는지 5점 척도로 측정
45	예술기부 시 인터넷 활용도 3 금액 선택과 결제	해당 항목에 인터넷을 얼마나 활용하는지 5점 척도로 측정
46	예술기부 시 인터넷 활용도 4 기부 후 피드백	해당 항목에 인터넷을 얼마나 활용하는지 5점 척도로 측정
47	예술기부 문화 활성화를 위해 필요한 것	필요한 것을 직접 기록하도록 해서 추후 범주화
48	세액 공제 신고 여부	기부를 하고 세액 공제를 신청했는지 질문

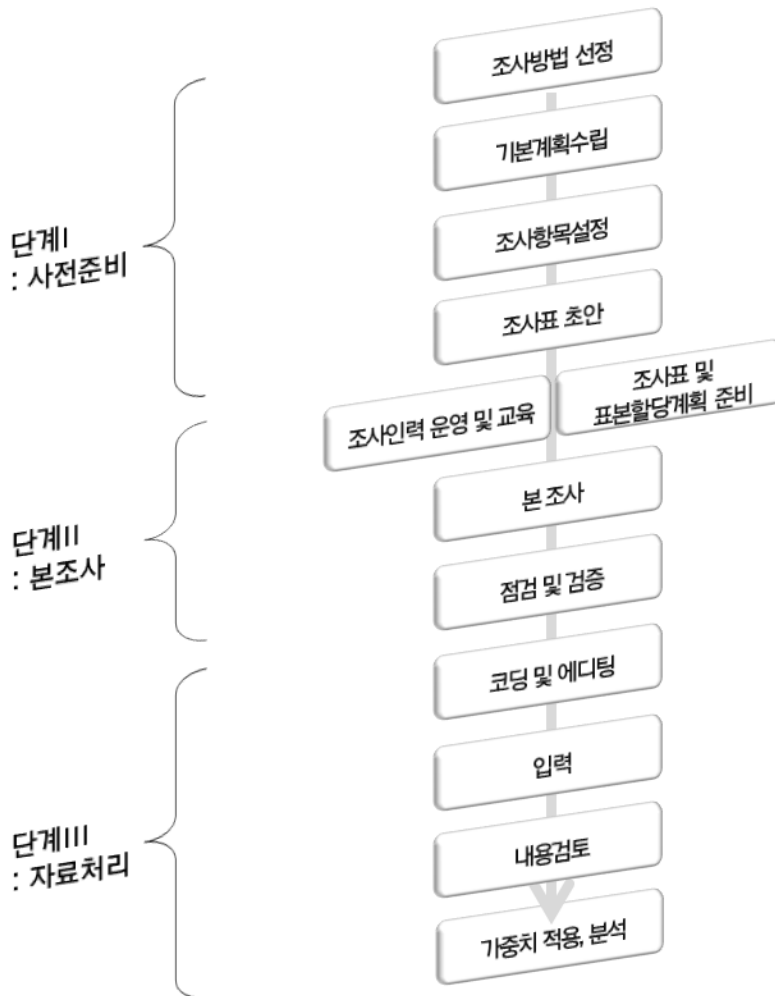
제1장 연구의 짜임

다. 조사절차

□ 전체 업무의 흐름도

- 조사절차의 전체적 흐름은 다음 그림처럼 도표화할 수 있음

(그림 1-2) 조사절차의 흐름도

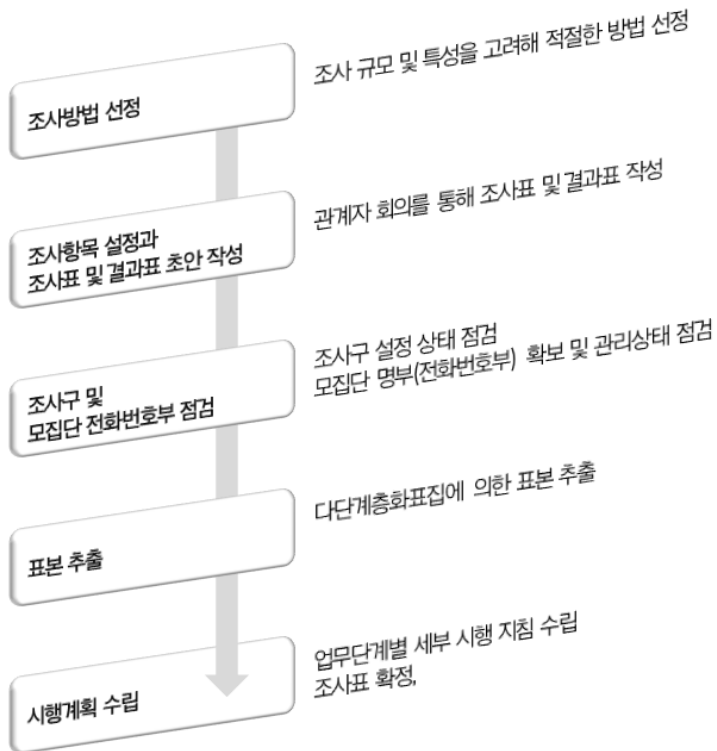


제1장 연구의 짜임

□ 조사 절차의 세부내용

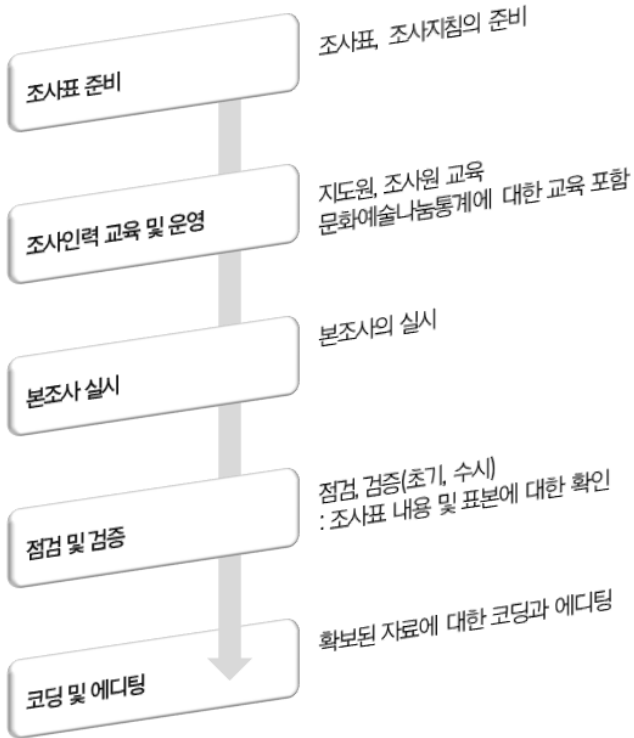
- 조사 절차는 사전준비 단계, 본조사 추진 단계, 자료 처리와 보고 단계의 3단계로 나뉘지며, 각 단계별 세부내용을 정리하면 다음과 같음

〔그림 1-3〕 단계 I : 사전준비



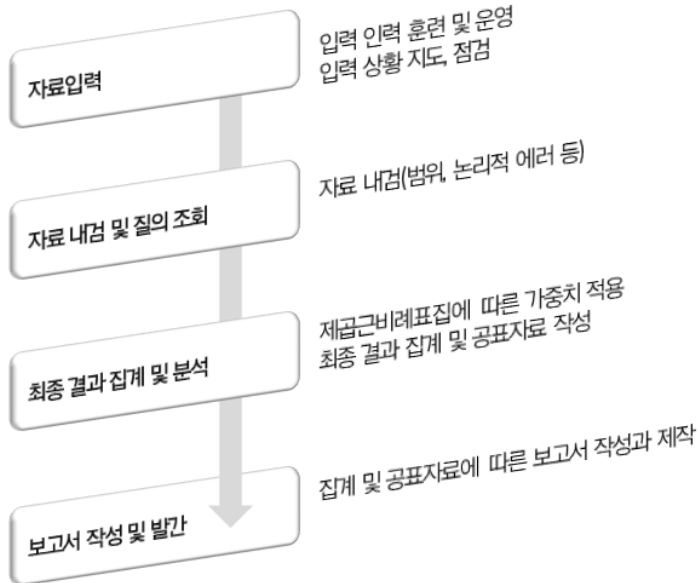
제1장 연구의 짜임

(그림 1-4) 단계 II : 본조사 추진



제1장 연구의 짜임

(그림 1-5) 단계 III : 자료의 처리와 보고



□ 자료 처리

- 자료점검 : 자료수집 후, 조사표에 맞춰 자료를 점검. 모든 필요한 정보가 입력되었는가, 필요한 정보가 알아볼 수 있게 정리되었는가, 총 오차(gross errors)와 불일치를 점검하기 위한 사전 에디팅이 수행되었는가를 확인
- 코딩 : 코딩이 필요한 조사표의 자료를 코드화. 예를 들어, 개방형 질문의 응답 코딩이 이에 속함. 코딩에러도 함께 확인.
- 키편칭과 에디팅 : 컴퓨터에 자료 형태로 입력. 입력한 내용이 원자료와 일치하는지 확인하는 에디팅 과정 엄수
- 이상치 검색 : 의심이 들거나 극단적인 값을 식별하기 위해 빈도표를 이용해 이상치 검색 수행.
- DB 저장 : 자료를 쉽게 다룰 수 있도록 데이터베이스로 저장. 프로젝트명과 날짜를 적어 추후 활용이 용이하도록 함.

제1장 연구의 짜임

3. 조사대상별 조사방법 (2) : 기업 기부

가. 기존 자료의 활용

- 기업 기부자에 대한 조사는 2012년 12월에 발표된 전경련의 『2012 기업·기업재단 사회공헌백서』와 2012년도 11월에 발표된 한국메세나협회의 ‘연차보고서’, 매해 4분기에 전년도 기준의 자료를 발표하는 『유한킴벌리 기빙인덱스』 상의 조사내용을 활용해 반영
- 기업 기부자에 대한 조사와 별도로 기타 8개의 참조지표는 2011년도 『국세통계연보』, 2012년도 3월에 발표된 통계청의 『한국의 사회지표』, 2011년도 9월에 발표된 『World Giving Index』, 2012년 7월에 발표된 『Giving US A』 등을 참고할 수 있음.

나. 조사내용

- 500대 기업을 중심으로 기업 사회공헌활동을 정리한 『2012 기업·기업재단 사회공헌백서』에서는 전체 사회공헌활동 중 문화예술과 체육 분야의 지출 비중, 기부현황, 기부참여율 등 2개 지표를 조사해야 하나, 현재(2012년 12월) 지출 비중에 관련된 자료만이 공개되어 있고, 기부 현황과 참여율은 반영되어 있지 않은 상황임.
- 한국메세나협회의 연차보고서에서는 메세나 활동을 진행하고 있는 기업 수, 지원 금액, 지원 건 수, 분야별 현황 등 7개 지표를 조사. 지정기부금과 관련된 자료의 경우 한국문화예술위원회의 자료를 포함하고 있음을 감안해야 함.

제1장 연구의 짜임

〈표 1-5〉 기업기부자 조사내용(10개)

연번	지표	비고
1	기부금품 사용 희망분야 중 문화예술 분야 비중	출처 : 유한킴벌리 기부인덱스
2	기업 사회공헌활동 중 문화예술+체육 지출 비중	출처 : 기업·기업재단 사회공헌백서
3	기업 사회공헌활동 중 문화예술체육 기부현황/참여율	출처 : 기업·기업재단 사회공헌백서
4	메세나 지원 기업 수	출처 : 한국메세나협의회 연차보고서
5	메세나 지원 금액	출처 : 한국메세나협의회 연차보고서
6	메세나 지원 건수	출처 : 한국메세나협의회 연차보고서
7	분야별 기업 지원 금액	국악/서양음악/무용/연극/뮤지컬/미술전시/문학/인프라/전통예술/영상미디어/문화예술교육/기타 출처 : 한국메세나협의회 연차보고서
8	지원 유형별 금액	자체(행사)기획/후원및협찬/파트너십/조건 기부 출처 : 한국메세나협의회 연차보고서
9	문화예술 지원 방식	자금/인력/장소/기술지원/현물 출처 : 한국메세나협의회 연차보고서
10	산업군별 지원 금액	재단/조선중공업/금융보험/정보통신/전기전자/자동차/화학제약/공공/유통/식음료/건설/미디어/숙박레저/운수/문구·가구·출판/생활용품기기/의류·잡화/제지시멘트/서비스·기타 출처 : 한국메세나협의회 연차보고서

- － 기타 참조지표로는 기부 일반에 대한 해외, 국내 현황을 파악해 개인 기부자 및 기업 기부자의 현황 분석 시에 활용할 수 있음.

제1장 연구의 짜임

〈표 1-6〉 기타 참조지표(8개)

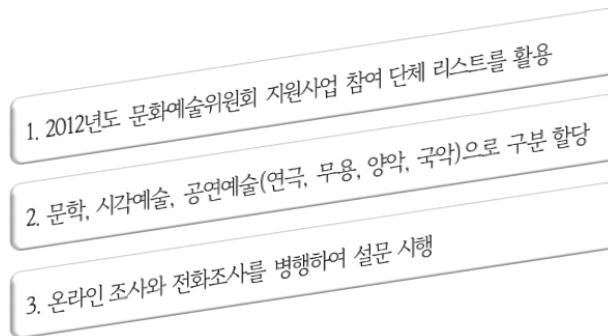
연번	지표	비고
1	국내총생산(GDP)	World Giving Index, Giving USA에서 사용
2	자원 활동 참여율	기부 일반에 대한 통계 출처 : 한국의 사회지표
3	후원(기부) 인구	기부 일반에 대한 통계 출처 : 한국의 사회지표
4	후원방법별 후원 횟수	기부 일반에 대한 통계 대상자/언론기관/사회복지단체/종교단체/기업(직장) 기타 출처 : 한국의 사회지표
5	후원인구 1인당 후원 횟수	기부 일반에 대한 통계 출처 : 한국의 사회지표
6	15세 이상 인구 1인당 후원 횟수	기부 일반에 대한 통계 출처 : 한국의 사회지표
7	법인세 중 접대비기부금 신고 현황	기부 일반에 대한 통계 출처 : 국세통계연보
8	소득세 중 기부금 신고 현황	기부 일반에 대한 통계 출처 : 국세통계연보

제1장 연구의 짜임

4. 조사대상별 조사방법 (3) : 수혜자(예술인·단체)

- 개인 기부자, 기업 기부자와 달리 문화예술 나눔·기부의 1차적 수혜자인 예술인·단체에 대한 조사는 현재 제안요청서 상에는 조사방법과 항목이 미정이므로, 새롭게 설계.

[그림 1-6] 수혜자 조사의 틀



- 총 조사대상은 200명. 이 때, 예술단체의 분야는 문학, 시각예술, 공연예술의 세 개 분야로 나누고 공연예술의 경우 연극, 무용, 양악, 국악의 4개 하위 장르로 구분하여 집단별 비교가 가능하도록 200개의 표본을 할당.
- 조사대상의 선정 및 구체적인 조사내용은 문화예술위원회와의 협의를 통해 확정했으며, 조사방법에 있어서는 문화예술위원회가 제공하는 명부를 바탕으로 온라인과 전화설문을 병행.

제2장 연구의 결과

제2장

연구 결과

제1절 : 개인 기부자(일반 시민) 조사

제2절 : 수혜자(예술인단체) 조사

제3절 : 기업 기부자 조사

제2장 연구의 결과

제1절 개인 기부자(일반시민) 조사

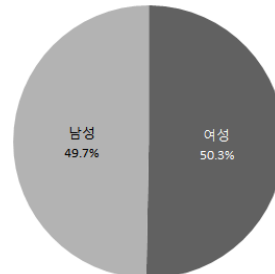
- 일반시민들의 문화예술 분야 기부현황을 파악하기 위해 자원봉사활동 경험유무와 현금이나 현물 등의 기부금 기부여부로 나누어 물었으며, 일반 시민 1천명을 대상으로 전화조사로 진행되었음.

1. 응답자 특성

□ 성별 분포

- 응답자의 성별 분포를 보면, 여성이 50.3%이고 남성이 49.7%로 인구에 비례해 조사가 시행됨.

구분	빈도	비율
여성	504	50.4%
남성	496	49.8%
소계	1,000	100%

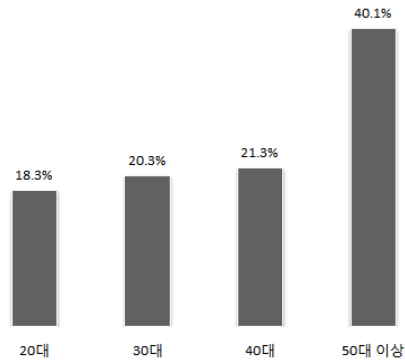


□ 연령대별 분포

- 응답자 중 50대 이상이 40.1%로 가장 높았고, 40대가 21.3%, 30대가 20.3%, 20대가 18.3%의 응답률을 보임. 인구통계의 비율과 일치하도록 표집되었음, 응답자 중 최소연령은 19세였고 최대 연령은 87세임.

제2장 연구의 결과

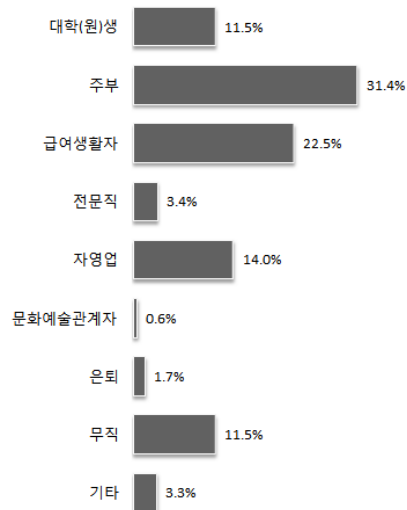
구분	빈도	비율
20대	183	18.3%
30대	203	20.3%
40대	213	21.3%
50대 이상	401	40.1%
소계	1,000	100%



□ 직업별 분포

- 응답자의 직업별 분포는 주부가 31.4%로 가장 많았고, 급여생활자가 그 다음으로 많은 22.5%, 자영업자 14%, 대학(원)생과 무직이 각 11.5%, 전문직 3.4% 등의 순임. 응답자 중 스스로를 문화예술관계자라고 응답한 경우는 0.6%(총 6명)에 지나지 않음.

구분	빈도	비율
대학(원)생	115	11.5%
주부	314	31.4%
급여생활자	225	22.5%
전문직	34	3.4%
자영업	140	14.0%
문화예술관계자	6	0.6%
은퇴	17	1.7%
무직	115	11.5%
기타	33	3.3%
소계	1,000	100%

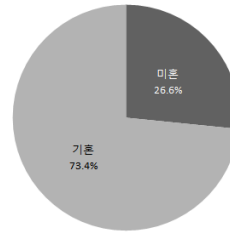


제2장 연구의 결과

□ 기혼/미혼 분포

- 결혼 여부가 자원 활동 및 기부 여부에 영향을 미치는 지를 파악하기 위해 포함된 항목. 응답자의 10명 중 7명 이상이 기혼이었고, 26.6%만이 미혼임. 기혼자 중 44.9%, 미혼자 중에서는 62.6%가 남성임. 기혼자는 여성비율이 높았고, 미혼자에서는 남성의 비율이 높음.

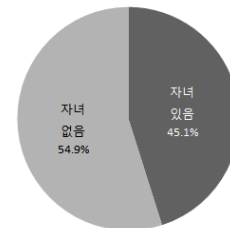
구분	빈도	비율
미혼	266	26.6%
기혼	734	73.4%
계	1,000	100%



□ 자녀유무별 분포

- 자녀가 있다는 응답자는 45.1%, 자녀가 없다는 응답자는 54.9%임. 자녀를 둔 기혼자는 60.4%였고, 기혼자 중에서도 자녀가 없는 응답자가 39.6%였음. 자녀가 없는 기혼자의 비율이 높은 편이라고 할 수 있음.

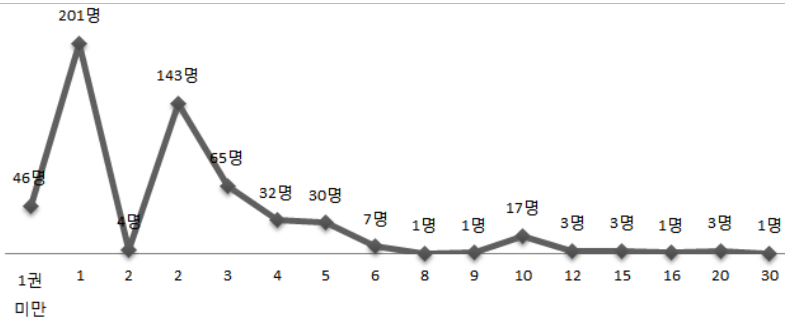
구분	빈도	비율
자녀 있음	451	45.1%
자녀 없음	549	54.9%
계	1,000	100%



□ 응답자의 월 평균 문학 분야 독서량

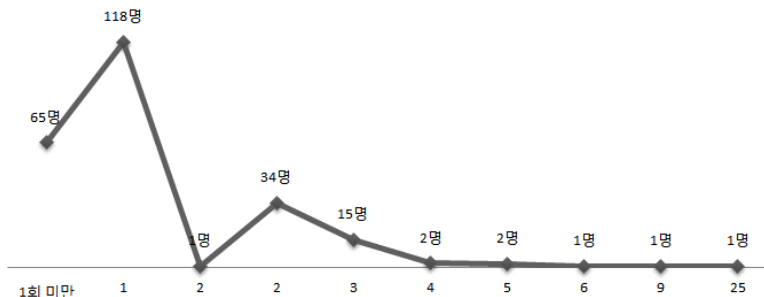
- 응답자의 문학 분야 독서량을 조사했더니, 월 평균 1.39권으로 조사됨. 한 권을 읽지 못하고 있다고 응답한 사람이 439명(43.9%)으로 절반에 가까움. 읽기는 하지만 월 평균 한 권 미만을 읽는다는 응답자가 46명, 평균 1권 정도를 읽는다는 응답자는 201명으로 20.1%임.

제2장 연구의 결과



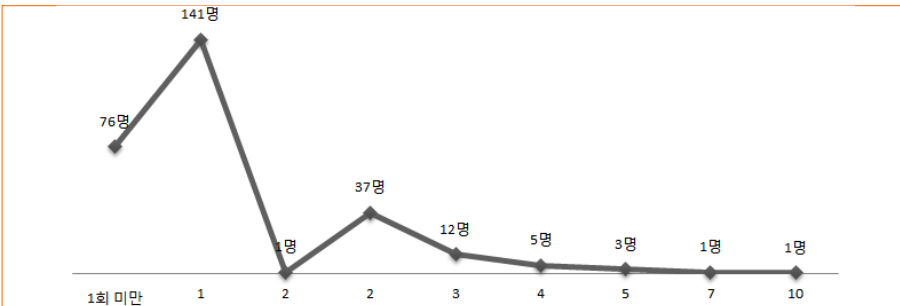
□ 월 평균 전시/공연 관람 횟수 분포

- 응답자의 월 평균 전시 관람 횟수를 조사했더니, 한 사람당 월 평균 1.52회 관람한 것으로 나타남. 다만, 한 달에 한 번도 관람하지 않는다는 응답자가 758명(75.8%)을 염두에 두어야 함. 월 평균 1회는 아니지만 관람하기는 한다는 응답자가 65명, 평균 1회 정도는 관람한다는 응답자는 118명이었음. 가장 많이 횟수는 25회임.



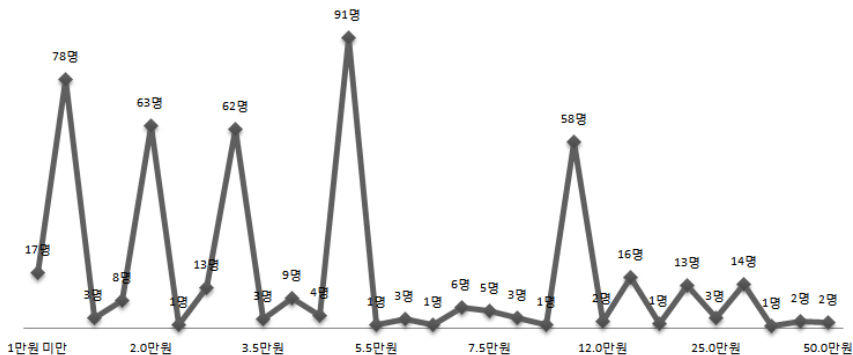
- 월 평균 공연관람 횟수는 1.22회로 전시관람 평균 횟수에 비해 다소 적은 편임. 전혀 공연을 관람하지 않는다는 응답자가 723명이었고(72.3%), 월 1회는 아니지만 관람을 하긴 한다는 응답자가 76명임. 월 평균 1회 정도는 관람한다는 응답자는 141명으로 전시 관람자 118명 보다는 다소 많았음. 가장 많은 공연관람을 한 응답자는 공연관람 횟수는 월 10회였음.

제2장 연구의 결과



□ 문화예술 분야의 지출규모에 따른 응답자 분포

- 문화예술을 향유하는데 있어 월 평균 지출하는 비용은 평균 3만 1천원 정도였음. 절반에 가까운 454명(45.4%)가 거의 지출하지 않는다고 응답했고, 지출한 응답자 중 5만원을 지출한다는 응답자가 91명으로 가장 많았음. 가장 많이 지출한 응답자는 월 평균 50만원정도를 지출하고 있는 것으로 조사됨.



□ 응답자의 전체적 특징 요약

- 응답자의 특징을 보면, 성별과 연령대에 있어서는 2011년 인구통계와 일치하는 방향으로 구성됨. 직업으로는 주부가 31.4%로 가장 많았음. 응답자의 73.4%가 결혼을 했으나, 자녀가 있는 응답자는 45.1%에 지나지 않았음. 전시와 공연 관람 횟수는 전시의 경우 월 평균 1.82회, 공연은 1.22회 관람하고 있고, 문화예술 향유를 위해 월 평균 지출하는 금액은 31,000원 정도였음.

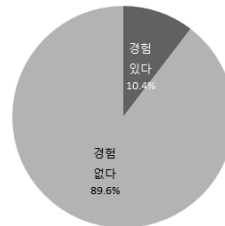
제2장 연구의 결과

2. 문화예술관련 자원봉사활동

가. 자원봉사활동 참여율

- 일반시민 1천명을 대상으로 자원봉사활동에 참여한 경험이 있는지를 물었더니, 참여경험이 있다고 응답한 시민은 104명으로 전체의 10.4%임. 경험이 없는 시민은 89.6%로 10명 중 9명 정도가 문화예술 단체나 활동에 봉사활동을 한 경험이 없는 것으로 나타남.

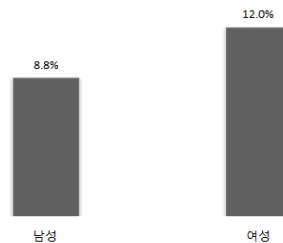
구분	빈도	비율
참여한 경험이 있다	104	10.4%
참여한 경험이 없다	896	89.6%
계	1,000	100%



□ 성별 자원봉사활동 참여율

- 남성 응답자의 8.8%가 참여한 경험이 있다고 응답했고, 여성응답자의 12%가 자원봉사활동에 참여한 적 있다고 응답해, 여성의 참여비율이 남성에 비해 3.2%p 높은 수준임. 참여자 중 남성 비율은 42.3%, 여성은 47.7%임.

구분	응답자 수	남성	여성
경험 있다	104	8.8%	12.0%
경험 없다	896	91.2%	88.0%
계	1,000	100.0%	100.0%

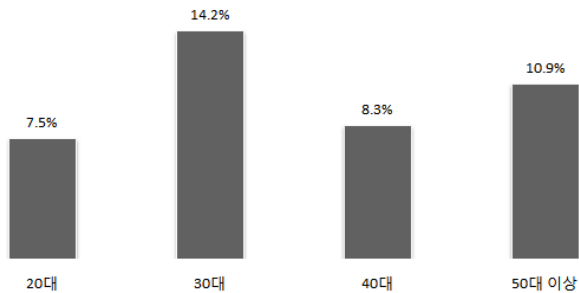


제2장 연구의 결과

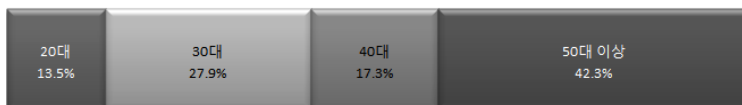
□ 연령대별 자원봉사활동 참여율

- 연령대별 참여 비율을 보면, 30대 응답자의 14.2%가 참여한 경험이 있다고 응답해 가장 높은 비율을 차지. 다음으로는 50대 이상 응답자의 10.9%의 참여율을 나타낸 가운데 40대는 8.3%, 20대는 7.5%로 순으로 조사됨.

구분	응답자 수	20대		30대		40대		50대 이상	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
경험 있다	104	14	7.5%	29	14.2%	18	8.3%	44	10.9%



- 참여 경험이 있는 응답자 내에서 연령대 분포를 보면, 50대 이상이 절반에 가까운 42.3%로 가장 높은 비중이었고, 30대가 27.9%, 40대 17.3%, 20대 13.5% 순이었음. 대체로 인구 분포와 비례하는 결과임.



□ 직업별 자원봉사활동 참여율

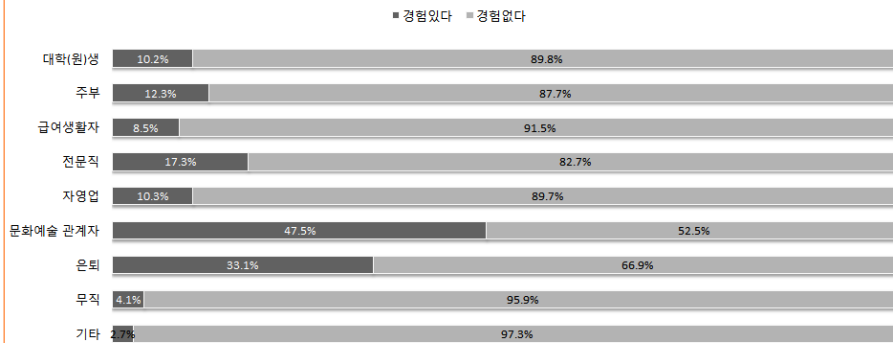
- 자원봉사활동 참여율에 있어 직업별 차이를 보면, 문화예술관계자의 참여 비율이 47.5%로 가장 높았고, 그 다음으로는 은퇴자가 33.1%, 전문직 17.3%, 주부

제2장 연구의 결과

12.3%, 자영업자 10.3%, 대학(원)생 10.2% 등의 순으로 조사됨.

	대학 (원)생	주부	급여 생활자	전문직	자영업	문화예술 관계자	은퇴	무직	기타
참여 경험 있다	10.2%	12.3%	8.5%	17.3%	10.3%	47.5%	33.1%	4.1%	2.7%
참여 경험 없다	89.8%	87.7%	91.5%	82.7%	89.7%	52.5%	66.9%	95.9%	97.3%
계	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- 문화예술 관계자와 은퇴자의 비율이 상대적으로 높았는데, 두 집단의 경우 응답자의 수가 6명과 17명으로 다른 직업에 비해 규모가 작다는 점을 고려해야 할 필요가 있을 것임.



- 참여 경험 있는 응답자 내에서 직업별 분포를 살펴 봤더니, 주부의 비중이 37.5%로 가장 높았음. 그 다음으로 급여생활자가 18.3%를 차지했으며, 자영업 13.5%, 대학(원)생 11.5%, 은퇴자와 전문직이 각 5.8%였음. 전체 집단에서의 비율과 큰 차이가 나지 않음.

제2장 연구의 결과

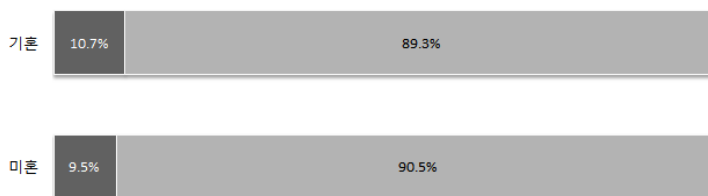


□ 미혼/기혼 및 자녀유무에 따른 자원봉사활동 참여율

- 기혼자 중에서 10.7%가 문화예술 관련 자원봉사활동 경험이 있었고, 미혼자는 9.5%가 활동에 참여한 것으로 나타남. 미혼자에 비해 기혼자의 활동 참여 비율이 다소 높은 결과이나 유의한 차이라고 보긴 어려움.

구분	응답자 수	미혼		기혼	
		빈도	비율	빈도	비율
참여한 경험이 있다	104	25	9.5%	79	10.7%
참여한 경험이 없다	896	241	90.5%	655	89.3%
계	1,000	266	100%	734	100%

■ 참여 경험 있다 ■ 참여 경험 없다



- 자녀유무와 자원봉사참여율을 교차해서 살펴봤더니, 자녀를 둔 응답자의 11.5%가 참여한 경험이 있다고 응답했고, 자녀가 없는 응답자는 9.5%가 참여. 자녀가 있는 응답자의 참여비율이 자녀가 없는 응답자에 비해 약 2% 정도 참여율이 높음. 자녀의 유무가 결혼 여부보다 상대적으로 큰 차이와 연관되어 있음을 알 수 있으나, 이 역시 통계적으로 유의미한 차이라고 보긴 어려워 단정 지을 순 없음.

제2장 연구의 결과

구분	응답자 수	있음		없음	
		빈도	비율	빈도	비율
참여한 경험이 있다	104	52	11.5%	52	9.5%
참여한 경험이 없다	896	399	88.5%	497	90.5%
계	1,000	451	100.0%	549	100.0%

나. 자원봉사활동 참여자

□ 자원봉사활동 대상기관 조사

- 자원봉사를 한 경험이 있는 104명의 시민들에게 활동을 한 기관이나 시설을 물었음. 104명 중 30명(28.8%)은 축제나 기타 활동에 참여한 경험이 있다고 응답했음. 그 다음으로는 문화예술단체로 29명(27.9%), 기관(미술관이나 박물관 등)에서 활동을 한 응답자는 15명(14.4%)이었음.

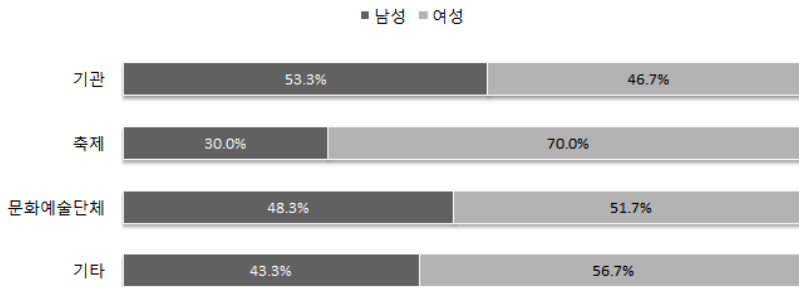
구분	빈도	비율	
기관 (미술관/박물관 등)	15	14.4%	기관(미술관/ 박물관 등) 14.4%
축제	30	28.8%	축제 28.8%
문화예술단체	29	27.9%	문화예술단체 27.9%
기타	30	28.8%	기타 28.8%
계	104	100%	

□ 성별에 따른 활동 대상기관 분포

- 활동 참가자의 성별로 활동대상기관을 알아봤더니, 기관(미술관이나 박물관 등)에서는 남성의 비율이 여성 보다 높았던 반면, 나머지 기관에서는 여성의 비율이 높았음. 특히 축제의 경우 여성이 70%로 남성에 비해 2배 이상 높은 참여율을 보임.

제2장 연구의 결과

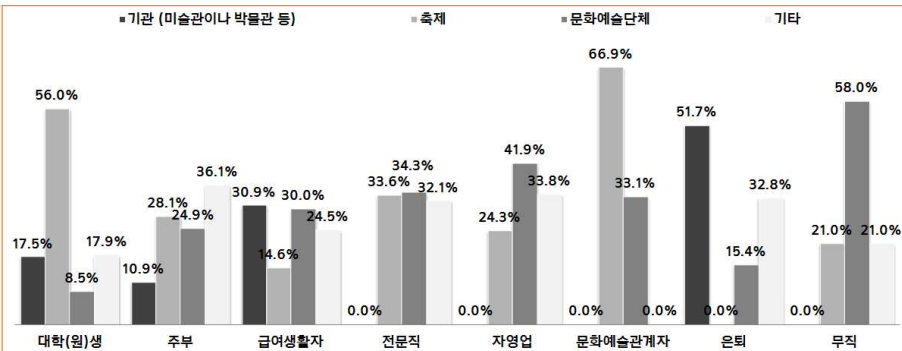
구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
기관(미술관/박물관 등)	15	8	53.3%	7	46.7%
축제	30	9	30.0%	21	70.0%
문화예술단체	29	14	48.3%	15	51.7%
기타	30	13	43.3%	17	56.7%
계	104	44	42.3%	61	58.7%



□ 직업별 활동대상기관 분포

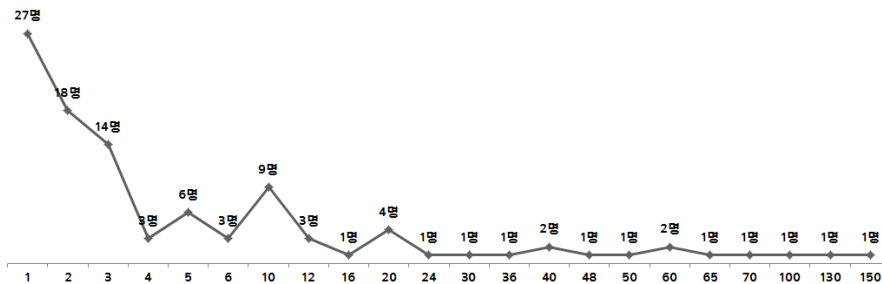
- 직업별로는 대학(원)생의 경우 미술관이나 박물관에서 자원봉사활동을 했다는 비율(56%)이 다른 대상기관에 비해 압도적으로 높았음. 주부는 기타가 36.1%로 가장 높았고, 기관 28.1%, 문화예술단체 24.9% 순이었음.
- 급여생활자는 기관과 문화예술단체에 각각 30.9%, 30% 수준으로 참가했으며, 전문직은 축제와 단체 그리고 기타에 고르게 참가한 것으로 조사됨. 자영업자는 단체의 자원봉사활동에 참가 비율이 높았으며, 문화예술관계자는 축제에 66.9%가 참가했고, 은퇴자는 기관의 자원봉사에 51.7%, 무직은 단체에 58%가 참가한 것으로 조사됨.

제2장 연구의 결과



□ 일 년 동안 문화예술 관련 자원봉사 참여 횟수

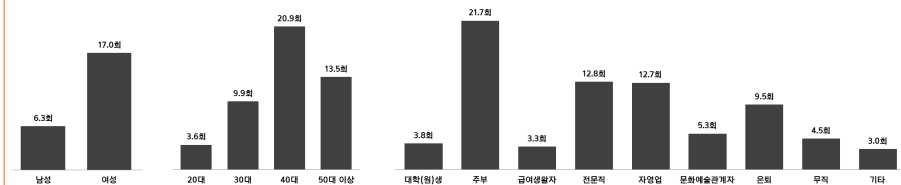
- 104명의 참여경험 응답자들이 평균 12.5회 자원봉사에 참여한 바 있다고 응답함. 1회 참가했다고 밝힌 응답자가 27명(26%)으로 가장 많았으며, 10회 정도 참가했다고 응답한 응답자가 10명이었음. 가장 많이 참가경험이 있는 응답자는 150회 정도 봉사활동을 한 것으로 나타남. 자원봉사활동에 참여한 경험이 있는 시민 중 4명 중 3명꼴로 2회 이상의 참여 경험을 가지고 있다고 응답함.



- 평균 자원봉사 참가 횟수를 성별, 연령별, 직업별로 살펴보면, 여성의 평균 참여횟수가 17회로 남성의 6.3회 보다 약 3배 정도 많았고, 연령대별로는 40대가 평균 20.9회로 가장 많았고, 50대 이상이 13.5회, 30대가 9.9회 등의 순이었음.
- 직업별로는 주부가 21.7회로 가장 높은 참여 횟수를 보이고 있는 반면, 급여생활자는 3.3회로 가장 낮았음.

제2장 연구의 결과

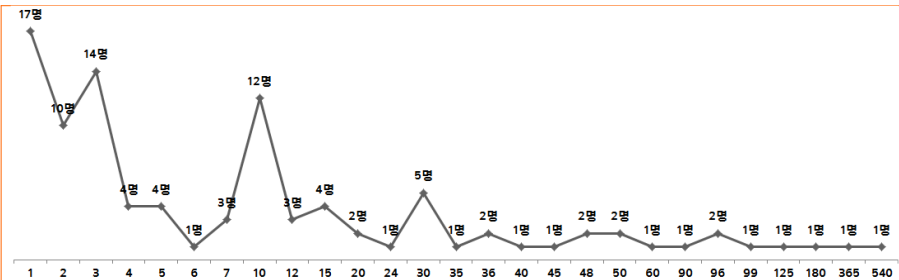
구분		최대값	최소값	평균	최빈값
성별	남성	48회	1회	6.3회	1회
	여성	150회	1회	17.0회	3회
연령대	20대	10회	1회	3.6회	1회
	30대	65회	1회	9.9회	1회
	40대	150회	1회	20.9회	3회
	50대 이상	130회	1회	13.5회	3회
직업	대학(원)생	10회	1회	3.8회	1회
	주부	150회	1회	21.7회	3회
	급여생활자	30회	1회	3.3회	1회
	전문직	48회	2회	12.8회	5회
	자영업	60회	1회	12.7회	1회
	문화예술관계자	10회	2회	5.3회	4회
	은퇴	36회	1회	9.5회	1회
	무직	10회	2회	4.5회	2회
	기타	3회	3회	3.0회	3회



□ 자원봉사 활동 기간

- 자원봉사활동에 참여한 응답자의 활동 평균 기간은 26.2일이었음, 17명 (16.3%)이 1일 정도 활동했다고 응답해 가장 많았으며, 다음으로는 3일 동안 했다는 응답자가 14명, 10일 정도 했다는 응답자가 12명, 한 달 동안 활동했다는 응답자는 5명 등을 순이었음.

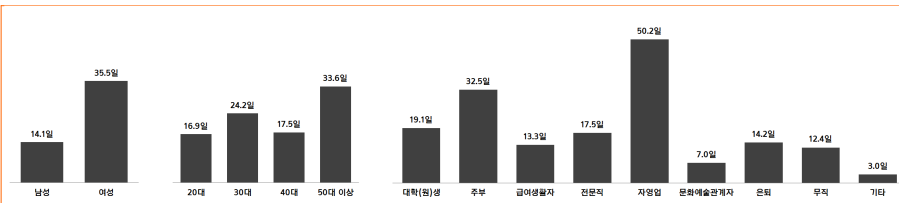
제2장 연구의 결과



- 활동기간을 성별, 연령별, 직업별로 비교해 살펴보면, 여성이 평균 35.5일로 남성의 평균 14.1일의 2배 이상 길었음. 연령대별로는 50대 이상 참가자가 평균 33.6일로 한 달 이상을 활동했고, 30대는 평균 24.2일로 두 번째로 길었음.
- 직업별로는 자영업자 평균 50.2일로 가장 긴 봉사활동 기간을 보였음. 주부가 그 다음으로 길었는데 32.5일이었음.

구분		최대값	최소값	평균	최빈값
성별	남성	96일	1일	14.1일	1일
	여성	540일	1일	35.5일	10일
연령대	20대	96일	1일	16.9일	10일
	30대	125일	1일	24.2일	1일
	40대	180일	1일	17.5일	3일
	50대 이상	540일	1일	33.6일	10일
직업	대학(원)생	96일	1일	19.1일	1일
	주부	365일	1일	32.5일	3일
	급여생활자	90일	1일	13.3일	1일
	전문직	48일	4일	17.5일	5일
	자영업	540일	1일	50.2일	3일
	문화예술관계자	10일	1일	7.0일	10일
	은퇴	36일	1일	14.2일	2일
	무직	35일	1일	12.4일	2일
	기타	3일	3일	3.0일	3일

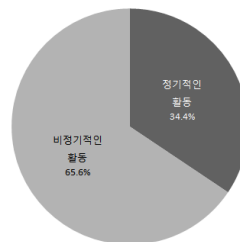
제2장 연구의 결과



□ 정기적/비정기적 봉사활동 분포

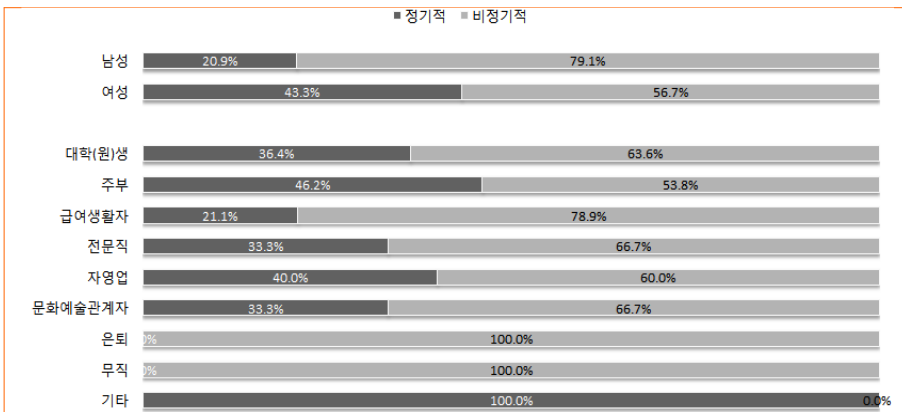
- 봉사활동에 참가한 응답자 중 65.6%가 비정기적 봉사활동을 한 것으로 조사됨. 정기적인 활동은 34.4%였음.

구분	빈도	비율
정기적인 활동	36	34.4%
비정기적인 활동	68	65.6%
계	104	100%



- 정기적 활동과 비정기적 활동에 대한 성별 차이가 보임. 여성 참가자의 43.3%가 정기적 활동에 참가한 반면, 남성은 20.9%만 정기적 봉사활동에 참가함.
- 직업별로 정기적 활동에 참가한 비율이 가장 높은 직업은 주부로 46.2%였으며, 그 다음으로는 자영업 40%, 대학(원)생 36.4%, 전문직과 문화예술관계자 각 30% 순이었음. 은퇴자와 무직은 모두 비정기적 활동에 참가한 것으로 조사됨.

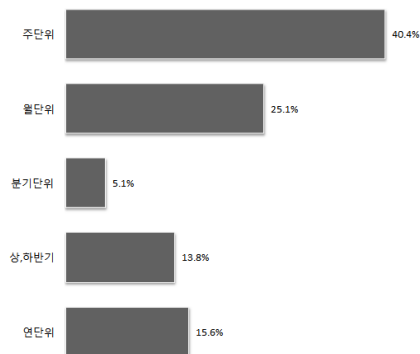
제2장 연구의 결과



□ 정기적 봉사활동의 주기

- 정기적 봉사활동에 참여한 36명을 대상으로 하여 봉사활동의 주기를 조사했더니, 주 단위 봉사활동의 비율이 40.4%로 가장 높았음. 다음으로는 월 단위 25.1%, 상/하반기 13.8%, 연 단위 15.6%로 나타남. 분기 단위 주기는 5.1%로 가장 낮았음.

구분	빈도	비율	유효비율
주단위	14	13.9%	40.4%
월단위	9	8.6%	25.1%
분기단위	2	1.8%	5.1%
상,하반기	5	4.8%	13.8%
연단위	6	5.4%	15.6%
소계	36	34.4%	100%
응답하지 않음	68	65.6%	-
계	104	100%	-

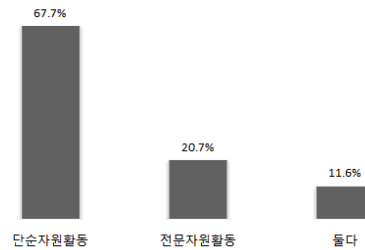


제2장 연구의 결과

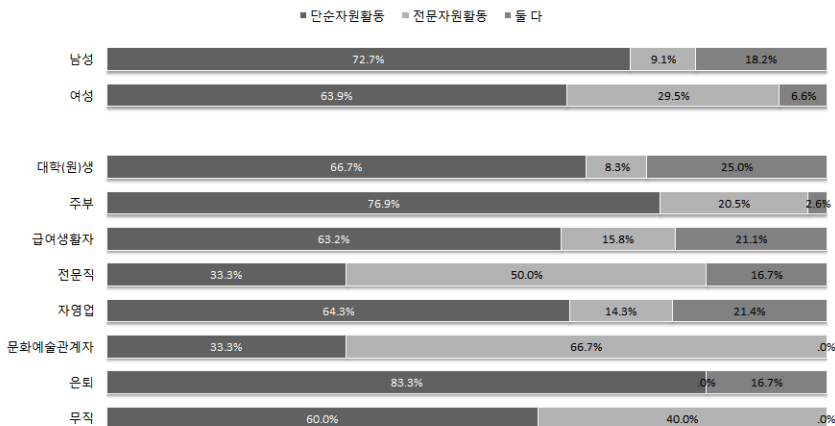
□ 자원봉사활동 방법

- 자원봉사활동 유형 중 단순 자원봉사에 참여한 비율이 67.7%가 전문 자원봉사에 참여한 비율 20.7% 보다 3배 이상 높았음. 단순과 전문 모두 참여한 경험이 있는 응답자도 11.6%에 이른다는 것이 특징적.

구분	빈도	비율
단순자원활동	70	67.7%
전문자원활동	22	20.7%
둘다	12	11.6%
소계	104	100%



- 남성이 여성보다 단순 자원봉사활동의 비율이 높음. 남성은 72.7%가 단순한 봉사활동을 했고 전문 자원봉사는 9.1%, 두 가지 다는 18.2%였으나, 여성은 단순 봉사활동이 63.9%, 전문 봉사활동이 29.5%였음.
- 직업별 전문 봉사활동의 비중이 높은 직업 순으로는 문화예술 관계자로 66.7%, 전문직 50%, 무직 40%, 주부 20.5% 등의 순임.

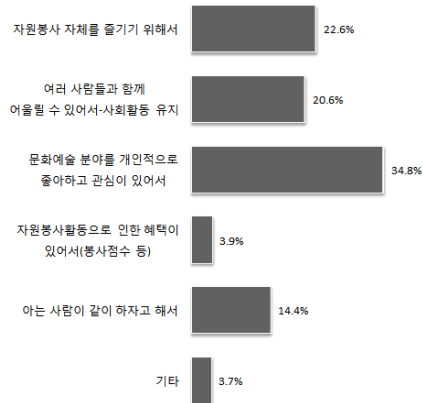


제2장 연구의 결과

□ 자원봉사활동 참여 동기

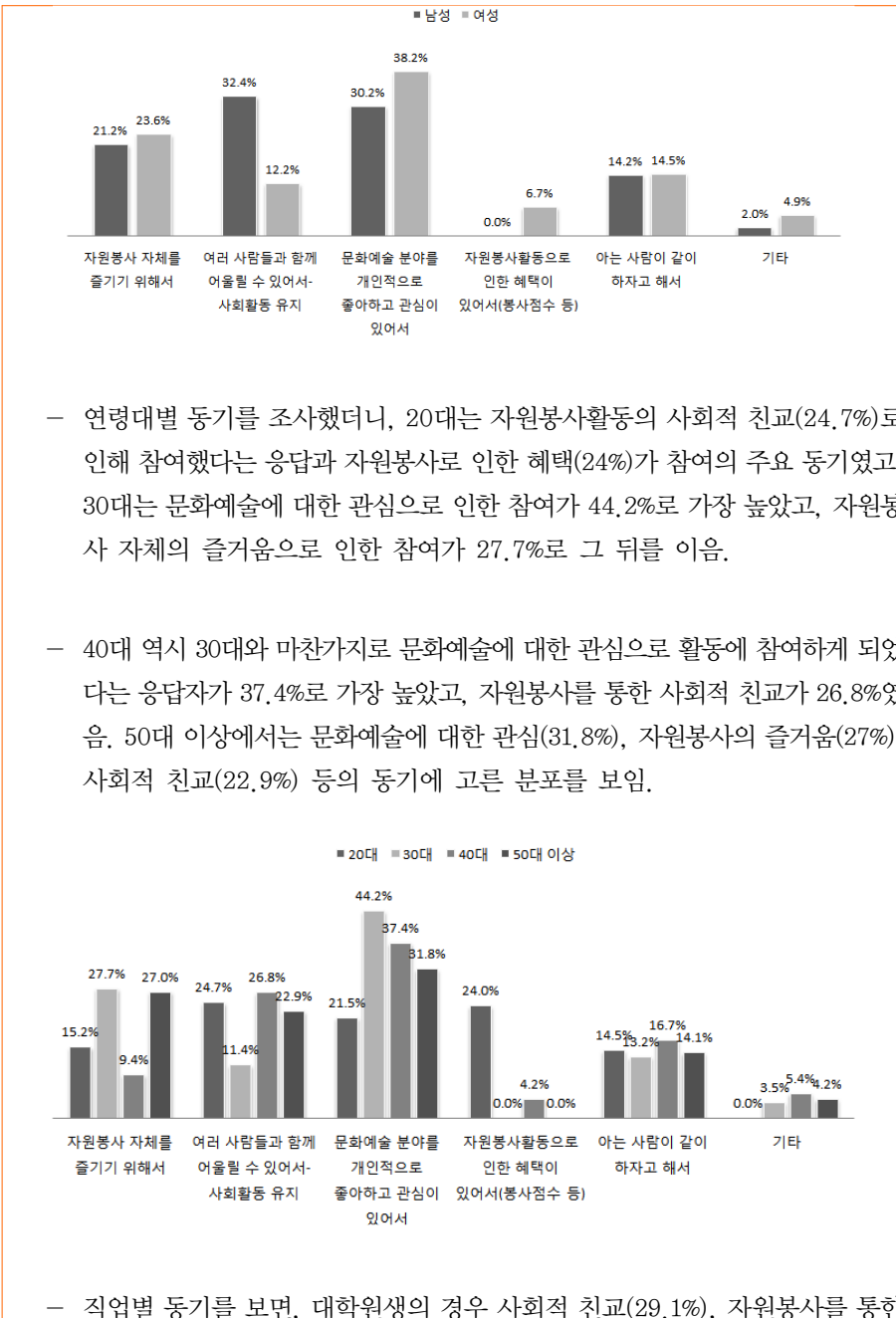
- 자원봉사활동에 참여하는 동기 중 ‘문화예술 분야를 개인적으로 좋아하고 관심이 있어서’ 참여하게 되었다는 응답이 34.8%로 가장 높았음. 그 다음으로 ‘자원봉사 자체를 즐기기 위해서’ 라는 응답자가 22.6%, ‘여러 사람과 함께 어울릴 수 있어서’ 가 20.6%였음. 이들 상위 3개 동기는 적극적 참여 동기라 할 수 있음.
- 소극적 참여 동기인 ‘아는 사람이 같이 하자고 해서’ (14.4%)와 ‘자원봉사활동으로 인한 혜택이 있어서’ (3.9%)는 적극적 동기에 비해 훨씬 그 비율이 낮음.

구분	빈도	비율
자원봉사 자체를 즐기기 위해서	24	22.6%
여러 사람들과 함께 어울릴 수 있어서	21	20.6%
문화예술 분야를 개인적으로 좋아하고 관심이 있어서	36	34.8%
자원봉사활동으로 인한 혜택이 있어서	4	3.9%
아는 사람이 같이 하자고 해서	15	14.4%
기타	4	3.7%
소계	104	100%



- 성별 특징을 보면, 남성은 ‘여러 사람과 함께 어울릴 수 있어서’ 참여한다고 응답한 비율이 32.4%로 동기 중 가장 높았으며, 여성은 ‘문화예술 분야를 개인적으로 좋아하고 관심이 있어’ 참여하게 되었다는 응답자가 38.2%로 가장 높았음. ‘자원봉사 자체를 즐기기 위해서’ 라는 동기와 ‘아는 사람이 같이 하자고 해서’ 라는 동기에서는 남녀 성별 차이가 미미했음.

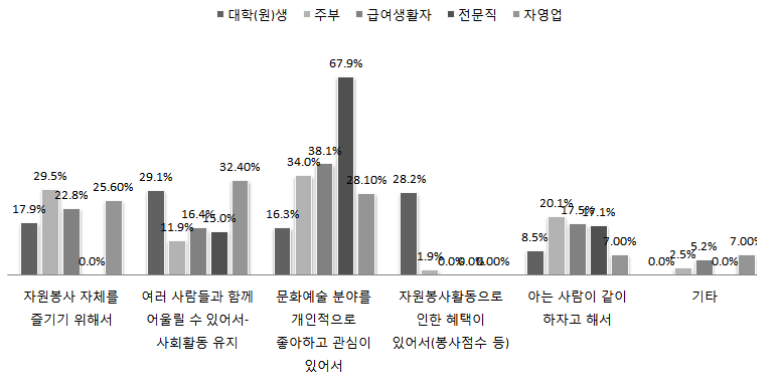
제2장 연구의 결과



제2장 연구의 결과

혜택(28.2%) 동기 상위 1~2위로 나타났고, 주부는 문화예술에 대한 관심(34%), 자원봉사의 즐거움(29.5%)가 주요한 참여 동기였음.

- 급여생활자의 참여 동기 중 가장 높은 것은 문화예술에 대한 관심(38.1%)이었음. 전문직의 67.9% 역시 문화예술에 대한 관심으로 참여한다고 응답함.

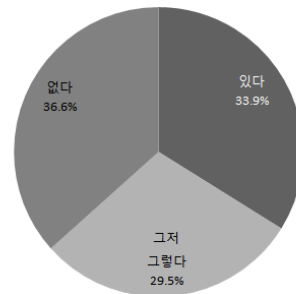


다. 자원봉사활동 참여 미참여자

□ 자원봉사활동 참여 의향

- 자원봉사활동에 참여한 경험이 없는 시민을 대상으로 하여 향후 자원봉사활동에 참여할 의사가 있는지에 대해 물었더니, 896명 중 242명인 27.1%가 참여의사가 있다고 응답함. 4명 중 1명 꼴로 긍정적인 의사를 표현함.

구분		빈도	비율	긍정/부정
매우 의향 있음	⑤	20	2.3%	27.1%
의향이 있는 편	④	222	24.8%	
그저 그렇다	③	211	23.6%	23.6%
의향이 없는 편	②	240	26.8%	29.3%
전혀 의향 없음	①	202	22.5%	
계		896	100%	100%



제2장 연구의 결과

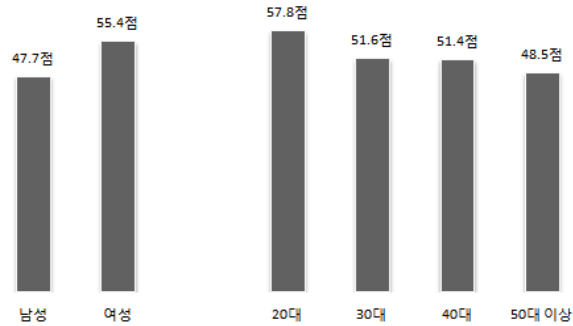
- 100점 만점 점수로 환산해서 비교할 경우 여성의 참여의사 점수가 55.4점으로 남성의 47.7점 보다 높게 나타남. 여성의 경우 443명 중 34.8%가 참여할 의사가 있다고 응답한 반면, 남성은 452명 중 19.4%만이 봉사활동을 하겠다고 응답해, 긍정응답 비율에서도 여성이 남성 보다 훨씬 높았음.

구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
매우 의향 있음	20	8	1.7%	13	2.9%
의향이 있는 편	222	80	17.7%	142	31.9%
그저 그렇다	211	107	23.7%	104	23.4%
의향이 없는 편	240	140	31.0%	100	22.6%
전혀 의향 없음	202	117	25.8%	85	19.1%
계	896	452	100.0%	443	100.0%
점수	51.5점	47.7점		55.4점	

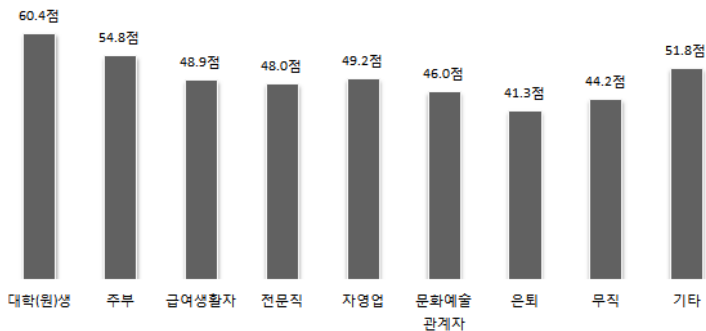
- 연령대별로 비교해 보니, 20대가 57.8점으로 가장 높은 참여의사를 보였고, 다음으로는 30대 51.6점, 40대 51.4점, 50대 이상 48.5점의 순이었음. 연령이 낮은 수록 봉사활동 참여의사가 높아지는 것을 확인할 수 있었음.

구분	응답자 수	20대		30대		40대		50대 이상	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
매우 의향 있음	20	7	3.9%	3	1.7%	3	1.4%	8	2.2%
의향이 있는 편	222	45	26.5%	42	23.9%	49	25.2%	86	24.1%
그저 그렇다	211	61	36.3%	44	25.2%	43	22.2%	62	17.5%
의향이 없는 편	240	36	21.4%	50	28.7%	61	31.4%	93	26.0%
전혀 의향 없음	202	20	11.8%	35	20.4%	39	19.8%	108	30.1%
계	896	169	100%	174	100%	195	100%	357	100%
점수	51.5점	57.8점		51.6점		51.4점		48.5점	

제2장 연구의 결과



- 직업별로는 대학(원)생이 60.4점으로 조사 대상 직업 중 가장 높았으며, 다음으로 주부로 54.8점, 자영업 49.2점, 급여생활자 48.9점, 전문직 48점, 문화예술관계자 46점, 무직 44.2점, 무직자 41.3점의 순으로 조사됨.

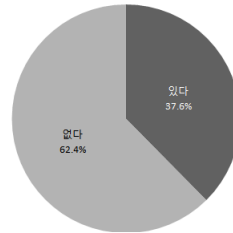


□ 문화예술분야 외 다른 분야 봉사활동경험 여부 조사

- 문화예술 분야의 자원봉사활동에 참여하지 않은 시민이 다른 봉사활동에 참여한 바 있는지를 조사했더니, 37.6%가 참여한 적이 있다고 응답함. 다른 봉사활동에도 참여한 적이 없다고 응답한 응답자는 62.4%로 비교적 높은 비율이었음. 즉 아무런 봉사활동에도 참여하지 않은 응답자가 10명 중 6명 이상으로 절반을 상회했음.

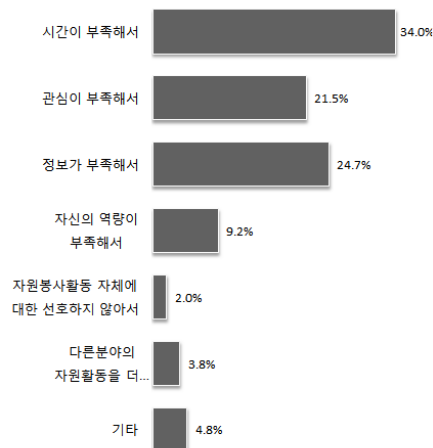
제2장 연구의 결과

구분	빈도	비율
있다	337	37.6%
없다	559	62.4%
계	896	100%



- 문화예술분야 자원봉사활동에 참여하지 않는 이유로는 시간이 없어서 참여하지 못하고 있는 응답자가 34%였으며, 정보가 부족하여 참여할 수 없었다는 사람이 24.7%였음. 관심이 부족해서 참여하지 않은 응답자는 21.5% 순이었음.
- 여건이 허락하더라도 참여하지 않았을 응답자인 ‘자원봉사 자체를 선호하지 않는다’ 는 2%에 지나지 않았음. 따라서 문화예술관련 자원봉사에 대한 정보에 접할 수 있는 기회를 많이 만들고, 문화예술에 대한 관심을 늘린다면 자원봉사활동을 늘릴 수 있는 소지가 충분하다고 볼 수 있을 것임.

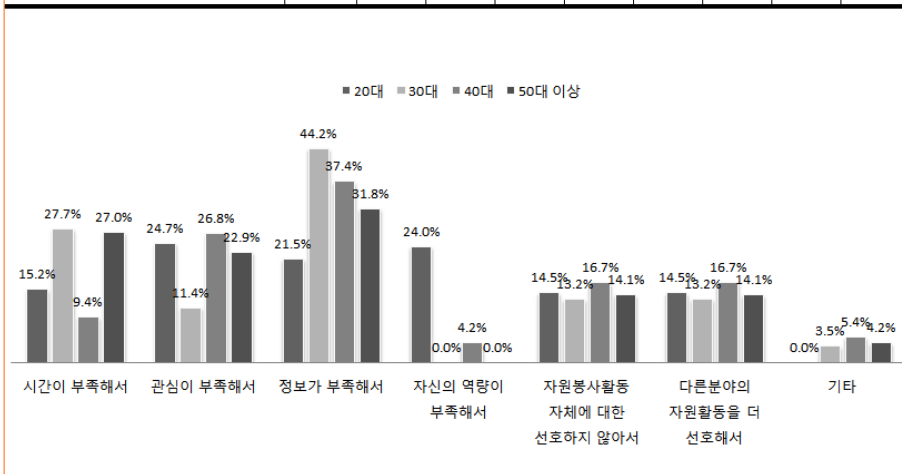
구분	빈도	비율
시간이 부족해서	305	34.0%
관심이 부족해서	193	21.5%
정보가 부족해서	221	24.7%
자신의 역량이 부족해서	82	9.2%
자원봉사활동 자체에 대한 선호하지 않아서	18	2.0%
다른 분야의 자원봉사활동을 더 선호해서	34	3.8%
기타	43	4.8%
소계	896	100%



제2장 연구의 결과

- 20대가 문화예술 관련 자원봉사에 참여하지 않은 가장 큰 이유는 관심부족(24.7%), 역량부족(24%) 등의 순이었음. 30대는 정보부족(44.2%), 시간부족(27.7%)의 이유가 컸으며, 40대는 정보부족(37.4%), 관심부족(26.8%)이라고 응답했고, 50대 이상은 정보와 시간 부족을 큰 이유로 언급.

구분	응답자 수	20대		30대		40대		50대 이상	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
시간이 부족해서	24	2	15.2%	8	27.7%	2	9.4%	12	27.0%
관심이 부족해서	21	3	24.7%	3	11.4%	5	26.8%	10	22.9%
정보가 부족해서	36	3	21.5%	13	44.2%	7	37.4%	14	31.8%
자신의 역량이 부족해서	4	3	24.0%	0	0.0%	1	4.2%	0	0.0%
자원봉사활동자체에 대한 선호하지 않아서	15	2	14.5%	4	13.2%	3	16.7%	6	14.1%
다른 분야의 자원봉사활동을 더 선호해서	15	2	14.5%	4	13.2%	3	16.7%	6	14.1%
기타	4	0	0.0%	1	3.5%	1	5.4%	2	4.2%
계	104	14	100%	29	100%	18	100%	44	100%

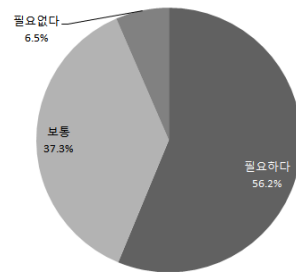


제2장 연구의 결과

□ 문화예술 관련 자원봉사활동의 필요성

- 문화예술 관련 자원봉사에 대해 응답자의 56.3%는 필요한 활동이라고 응답하였고, 6.5%만이 필요가 없는 활동이라고 응답함. 필요하다는 응답자가 필요 없다는 응답자의 9배 가량 많았음. 다만, 보통이라는 응답자의 비율이 37.3%로 상당한 비중을 차지하고 있음을 감안해야 함.

구분		빈도	비율	긍정/부정
매우 필요	⑤	91	10.1%	56.3%
필요	④	414	46.2%	
보통	③	334	37.3%	37.3%
불필요	②	41	4.6%	6.5%
전혀 불필요	①	17	1.9%	
계		896	100%	100%



- 여성이 남성에 비해 필요성을 더 많이 느끼고 있는 것으로 조사되었는데, 여성의 환산 점수는 73.2점으로 남성의 70점 보다 3.2점 정도 높게 나타났음. 자원 봉사 참여의사에서도 여성이 남성보다 높았고, 필요성 항목에서도 높게 나와 문화예술 관련 자원봉사활동에 대해 여성의 관심과 적극성이 더 높다는 것을 알 수 있음.

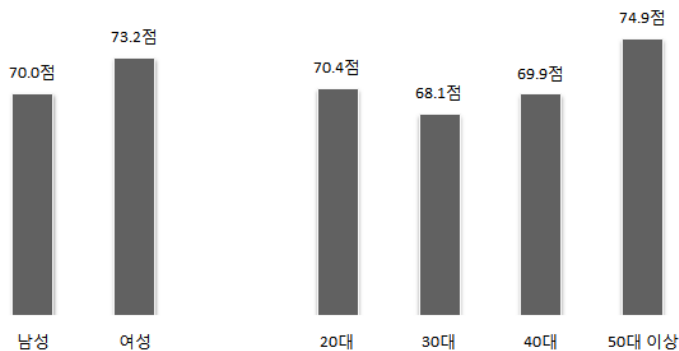
구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
매우 필요	91	46	10.2%	44	10.0%
필요	414	188	41.5%	226	50.9%
보통	334	180	39.7%	154	34.8%
불필요	41	24	5.2%	17	3.9%
전혀 불필요	17	15	3.3%	2	0.4%
계	896	452	100%	443	100%
점수	71.6점	70.0점		73.2점	

제2장 연구의 결과

- 연령대별로는 50대 이상의 필요성 인식 정도가 가장 높았음. 50대 이상 응답자의 환산점수는 74.9점으로 다른 연령대에 비해 높게 나왔음. 그 다음으로는 20대로 71.6점, 40대 69.9점, 30대 68.1점 순이었음.

구분	응답자 수	20대		30대		40대		50대 이상	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
매우 필요	91	12	7.3%	14	8.0%	15	7.7%	49	13.8%
필요	414	69	41.0%	69	39.4%	90	46.1%	186	52.0%
보통	334	83	49.3%	71	40.9%	72	36.8%	107	30.0%
불필요	41	2	1.2%	15	8.4%	13	6.7%	11	3.2%
전혀 불필요	17	2	1.2%	6	3.3%	5	2.8%	4	1.0%
계	896	169	100%	174	100%	195	100%	357	100%
점수	71.6점	70.4점		68.1점		69.9점		74.9점	

- 문화예술 관련 자원봉사의 필요성에 대한 조사에서 30~40대 보다 20대와 50대 이상의 응답자가 상대적으로 높은 점수를, 남성보다는 여성의 점수가 높게 나오고 있는데, 이는 참여의사를 묻는 앞 항의 응답 결과와는 사뭇 다른 양상임. 참여의사도가 가장 높았던 연령대는 20대였고, 가장 낮은 참여의사를 보인 연령은 50대 이상이었음. 자원봉사활동에 대한 필요성과 참여의사는 밀접한 연관성이 있다고 보이지 않음.



제2장 연구의 결과

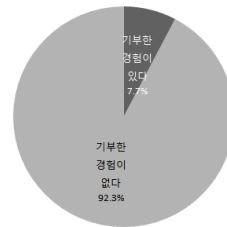
3. 문화예술관련 기부

- 2012년 한 해 동안 문화예술과 관련된 기부 활동을 중심으로 질문되었음

가. 기부 참여율

- 문화예술관련 기부 경험에 대한 조사에서 기부경험이 있다고 한 응답자의 비율은 7.7%로 자원봉사활동에 비해 낮은 수준임.

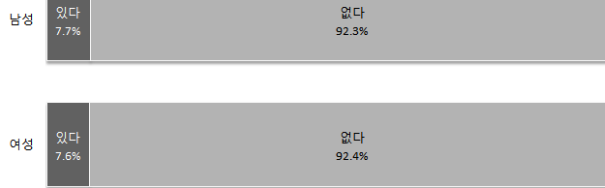
구분	빈도	비율
기부한 경험이 있다	77	7.7%
기부한 경험이 없다	923	92.3%
계	1,000	100%



- 기부경험에 대한 성별 차이는 거의 없었었는데, 남성이 7.7% 여성이 7.6%로 비슷한 수준임. 자원봉사 경험의 경우 여성이 남성보다 약간 높은 비율이었지만, 기부 경험에서는 남성이 여성보다 그 비율에서 근소하게 높게 나타남.

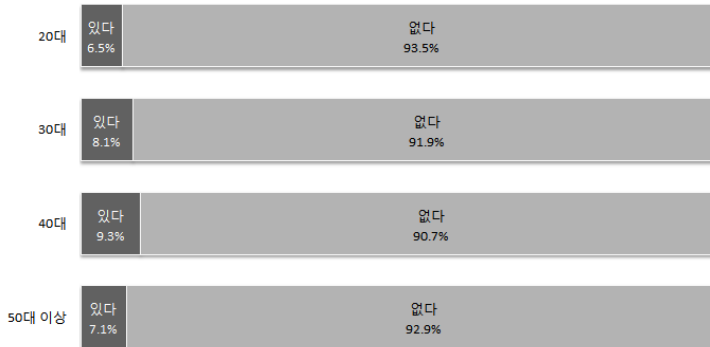
구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
있다	77	38	7.7%	38	7.6%
없다	923	458	92.3%	466	92.4%
계	1,000	496	100.0%	504	100.0%

제2장 연구의 결과



- 연령별로는 40대가 9.3%로 기부율이 가장 높았으며, 30대가 8.1%, 50대 이상이 7.1%, 20대가 6.5%의 순으로 나타남. 문화예술 관련 자원봉사 활동의 경우 30대의 참여율이 14.2%로 가장 높았지만, 기부와 관련해서는 8.1%였으며, 40대의 자원봉사 참여율은 8.3%였지만 기부한 경험은 이보다는 높게 나타났음.

구분	응답자 수	20대		30대		40대		50대 이상	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
있다	77	12	6.5%	16	8.1%	20	9.3%	28	7.1%
없다	923	171	93.5%	187	91.9%	193	90.7%	373	92.9%
계	1,000	183	100.0%	203	100.0%	213	100.0%	401	100.0%



- 문화예술 관계자의 기부 경험이 15.7%로 다른 직업에 비해 상대적으로 높게 나타났음. 그 다음으로는 전문직으로 14.3%, 자영업 11.2%, 급여생활자 8.3%,

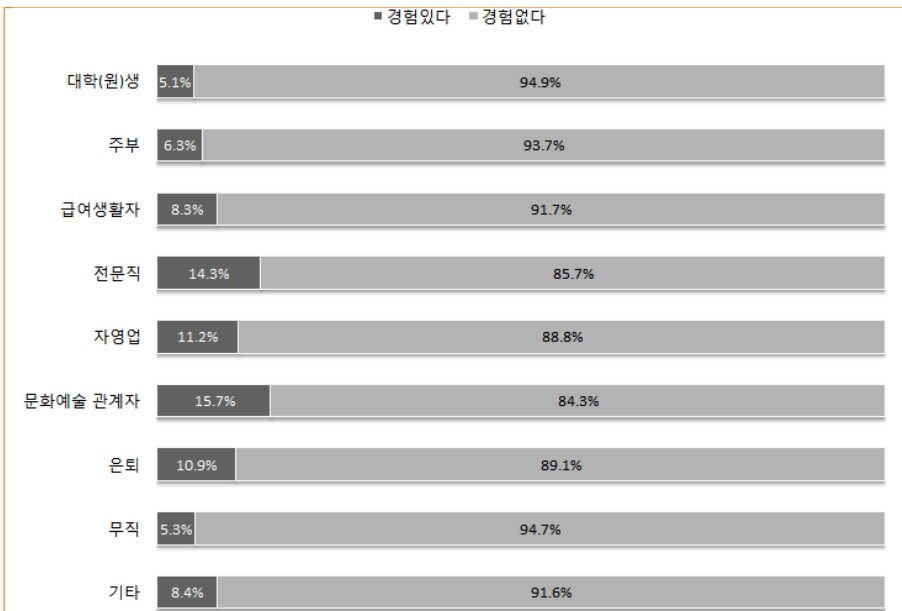
제2장 연구의 결과

주부 6.3%, 기타 8.4%, 무직 5.3%, 대학(원)생 5.1% 순이었음.

- 기부경험 비율은 자원봉사활동의 참여 분포와는 상이한 분포를 보이고 있음을 알 수 있음. 자원봉사활동과는 달리 전문직 종사자나 자영업, 그리고 급여생활자 등이 비교적 높은 기부 참여율을 보이고 있고 대학(원)생이나 무직의 경우는 상대적으로 낮다는 점이 특징적.

구분		있다	없다	계
응답자 수		77	923	1,000
대학(원)생	빈도	6	110	115
	비율	5.1%	94.9%	100%
주부	빈도	20	294	314
	비율	6.3%	93.7%	100%
급여생활자	빈도	19	207	225
	비율	8.3%	91.7%	100%
전문직	빈도	5	29	34
	비율	14.3%	85.7%	100%
자영업	빈도	16	124	140
	비율	11.2%	88.8%	100%
문화예술관계자	빈도	1	5	6
	비율	15.7%	84.3%	100%
은퇴	빈도	2	15	17
	비율	10.9%	89.1%	100%
무직	빈도	6	109	115
	비율	5.3%	94.7%	100%
기타	빈도	3	31	33
	비율	8.4%	91.6%	100%

제2장 연구의 결과

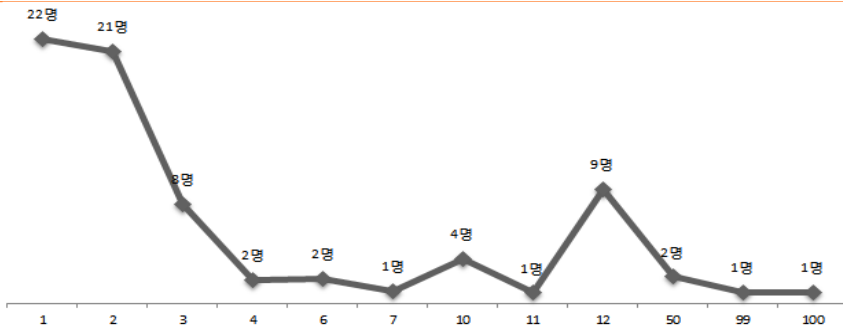


나. 기부 참여자

□ 문화예술 관련 기부 횟수

- 기부한 경험이 있는 응답자를 대상으로 기부 횟수를 살펴본 결과, 일인당 평균 7.71회의 기부 경험을 가지고 있었음. 평균값의 경우 극한값의 영향에 민감한 만큼 전체적인 분포를 함께 살펴보는 것이 바람직함.
- 적게는 1회(22명, 28.6%)에서 부터 최대 100회에 이르기까지 분포되어있음. 2회가 21명, 12회가 9명, 3회가 8명 등의 순이었음. 기부 참여자 중 과반이 1~2회에 해당됨을 알 수 있음.

제2장 연구의 결과

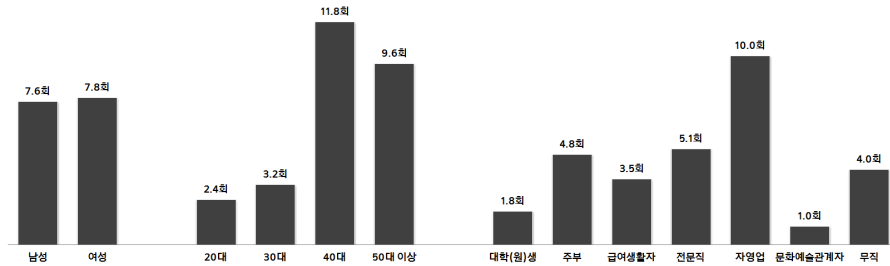


- 성별 상으로는 근소하게 여성이 많았으며, 연령별로는 40대가 평균 11.8회로 가장 많았고, 50대 이상이 9.6회로 뒤를 이음. 30대와 20대는 3.2회와 2.4회로 40~50대 이상에 비해 비교적 큰 차이로 낮은 수준을 나타냄.
- 직업별로는 가장 많은 횟수를 기록한 직업은 은퇴자로 평균 99회의 응답이 나타남.

구분		최대값	최소값	평균	최빈값
성별	남성	99회	1회	7.6회	1회
	여성	100회	1회	7.8회	1회
연령대	20대	10회	1회	2.4회	1회
	30대	12회	1회	3.2회	2회
	40대	100회	1회	11.8회	2회
	50대 이상	99회	1회	9.6회	1회
직업	대학(원)생	3회	1회	1.8회	1회
	주부	12회	1회	4.8회	1회
	급여생활자	12회	1회	3.5회	2회
	전문직	12회	1회	5.1회	1회
	자영업	50회	1회	10.1회	1회
	문화예술관계자	1회	1회	1.0회	1회
	은퇴	99회	99회	99.0회	99회
	무직	10회	1회	4.0회	1회
기타		100회	3회	36.6회	3회

제2장 연구의 결과

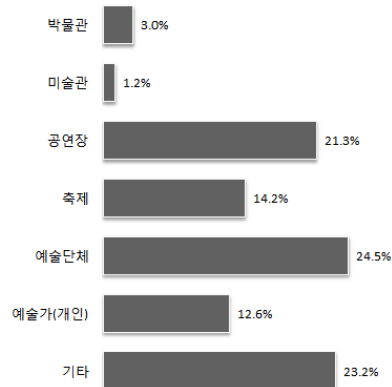
- 다른 직업과 격차가 큰 은퇴자와 기타 직업 종사자를 제외한 나머지 직업의 평균 기부횟수를 보면 아래의 그래프와 같음. 자영업자가 평균 10회, 전문직 5.1회, 주부 4.8회 등의 순으로 나타남.



□ 기부 대상처

- 기부 경험이 있는 응답자를 대상으로 하여 기부한 곳을 확인한 결과, 문화예술 단체에 기부한 경험이 가장 많음. 응답자의 24.5%가 예술단체에 기부했다고 응답했고, 기타가 23.2%, 공연장이 21.3%, 축제 14.2%, 예술가(개인) 12.6% 등의 순으로 조사됨.

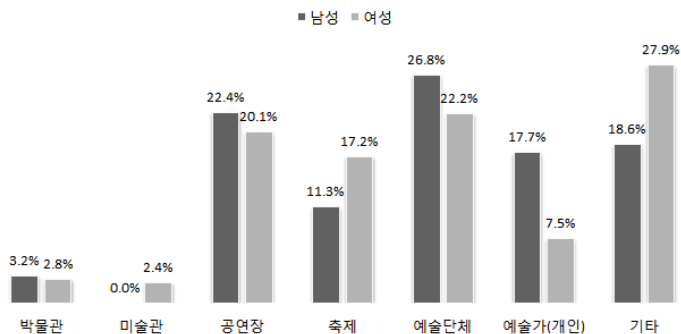
구분	빈도	비율
박물관	2	3.0%
미술관	1	1.2%
공연장	16	21.3%
축제	11	14.2%
예술단체	19	24.5%
예술가(개인)	10	12.6%
기타	18	23.2%
소계	77	100%



제2장 연구의 결과

- 여성은 예술단체에 가장 많은 26.8%가 기부한 경험이 있었고, 남성은 예술단체 보다는 기타에 27.9%가 기부한 경험이 있다고 응답했음. 남성이 예술단체에 기부한 비율은 22.2%였음.

구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
박물관	2	1	3.2%	1	2.8%
미술관	1	0	0.0%	1	2.4%
공연장	16	9	22.4%	8	20.1%
축제	11	4	11.3%	7	17.2%
예술단체	19	10	26.8%	8	22.2%
예술가(개인)	10	7	17.7%	3	7.5%
기타	18	7	18.6%	11	27.9%
계	77	38	100%	38	100%

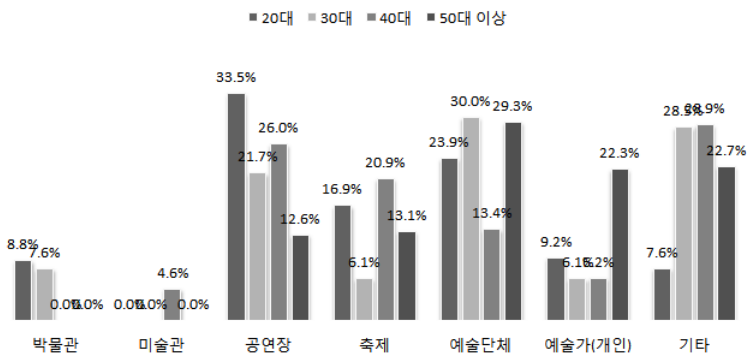


- 20대에서는 공연장에 기부한 비율이 33.5%로 기부대상 중 가장 높았고, 30대는 예술단체에 30%가 기부한 경험이 있어 가장 높음. 40대의 28.9%는 기타에 기부. 50대 이상의 29.3%가 예술단체에 기부한 경험이 있다고 응답함. 기타에는 굿네이버스, 유니세프, 꽃동네 등 자선단체, 장애인 단체 등이 포함되어

제2장 연구의 결과

있었으나, 해당 기관의 문화예술과 관련한 활동에 기부한 것으로 확인되어 응답에 포함시킴.

구분	응답자 수	20대		30대		40대		50대 이상	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
박물관	2	1	8.8%	1	7.6%	0	0.0%	0	0.0%
미술관	1	0	0.0%	0	0.0%	1	4.6%	0	0.0%
공연장	16	4	33.5%	4	21.7%	5	26.0%	4	12.6%
축제	11	2	16.9%	1	6.1%	4	20.9%	4	13.1%
예술단체	19	3	23.9%	5	30.0%	3	13.4%	8	29.3%
예술가(개인)	10	1	9.2%	1	6.1%	1	6.2%	6	22.3%
기타	18	1	7.6%	5	28.5%	6	28.9%	6	22.7%
계	77	12	100%	16	100%	20	100%	28	100%

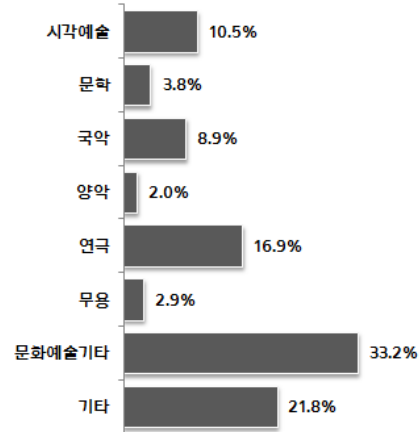


□ 기부 분야에 대한 조사

- 33.2%의 응답자들이 설문 예문 외의 문화예술 기타 분야에 기부한 것으로 조사되었음. 다음으로는 문화예술 이외의 기타 분야 기부한 응답자가 21.8%, 연극 분야에 기부한 응답자가 16.9%, 시각예술에는 10.5%, 국악 8.9% 등의 순서였음.

제2장 연구의 결과

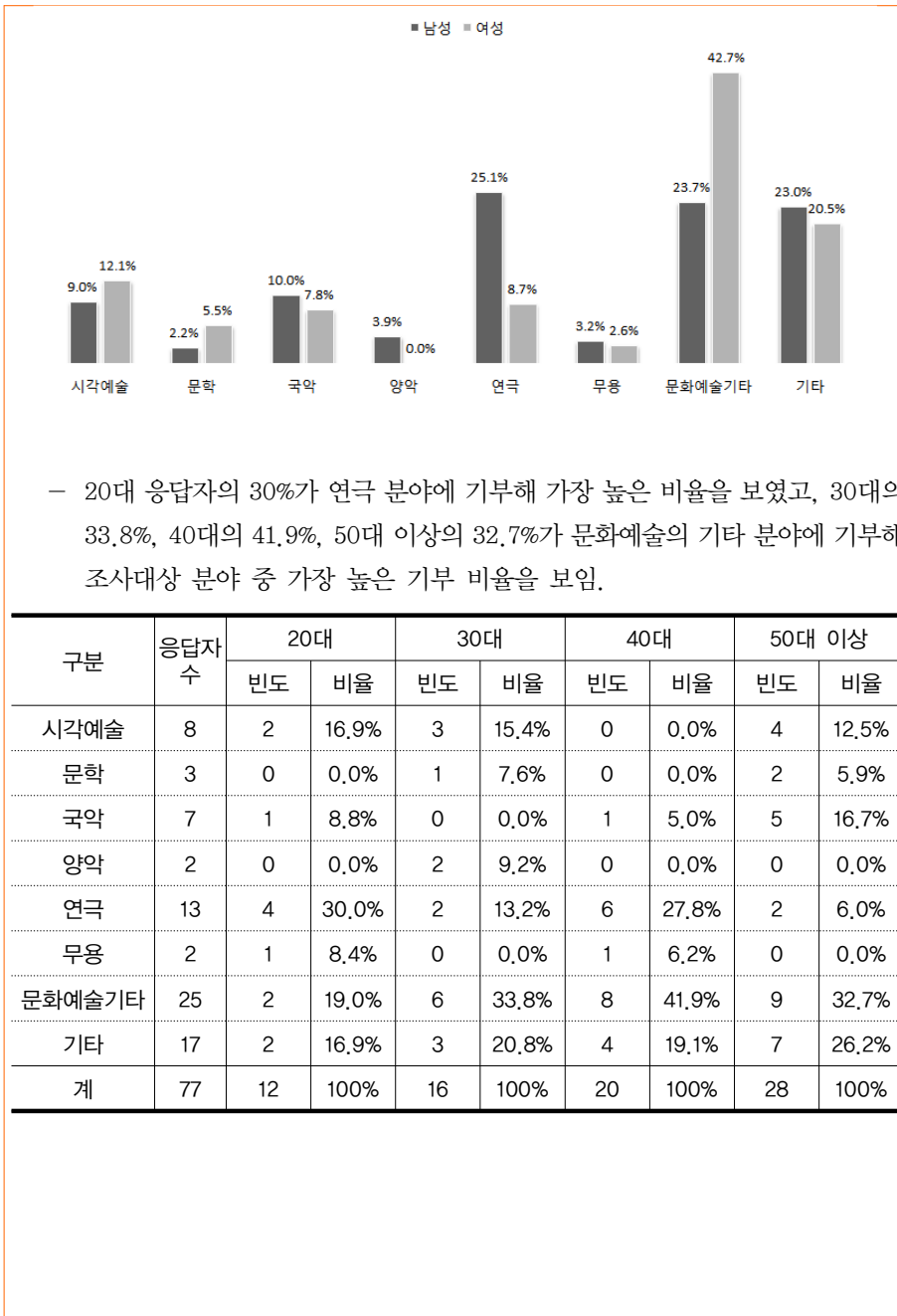
구분	빈도	비율
시각예술	8	10.5%
문학	3	3.8%
국악	7	8.9%
양악	2	2.0%
연극	13	16.9%
무용	2	2.9%
문화예술기타	25	33.2%
기타	17	21.8%
소계	77	100%



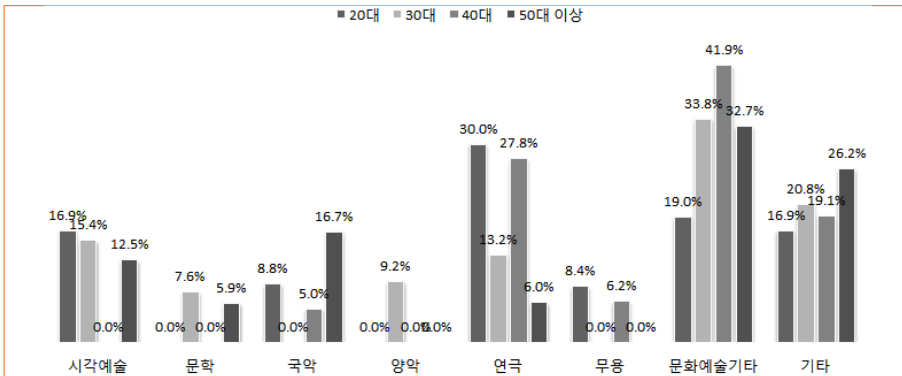
- 남성의 경우, 연극에 기부했다고 응답한 시민이 25.1%에 가장 많았고, 다음으로 문화예술의 다른 분야에 23.7%, 문화예술 외의 분야에 23% 등의 순서대로 기부한 것으로 나타남. 여성은 문화예술의 기타 분야에 기부했다는 시민이 42.7%로 상당히 높은 비율이었고, 문화예술 외의 분야에 20.5%, 시각예술에 12.1% 등의 순임.

구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
시각예술	8	3	9.0%	5	12.1%
문학	3	1	2.2%	2	5.5%
국악	7	4	10.0%	3	7.8%
양악	2	2	3.9%	0	0.0%
연극	13	10	25.1%	3	8.7%
무용	2	1	3.2%	1	2.6%
문화예술기타	25	9	23.7%	16	42.7%
기타	17	9	23.0%	8	20.5%
계	77	38	100%	38	100%

제2장 연구의 결과

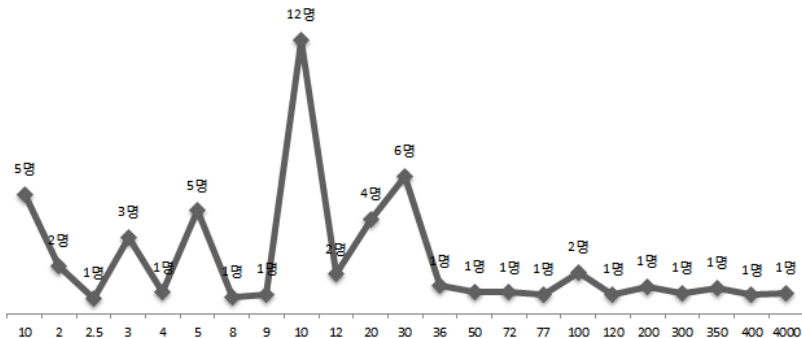


제2장 연구의 결과



□ 총 기부금액

- 기부한 응답자의 평균 기부금액은 1,092,372원 정도였음. 100,000원을 기부한 응답자가 12명으로 가장 많았으며, 가장 적은 기부금 10,000원에서부터 가장 많은 기부금 40,000,000원까지 분포되어 있음.



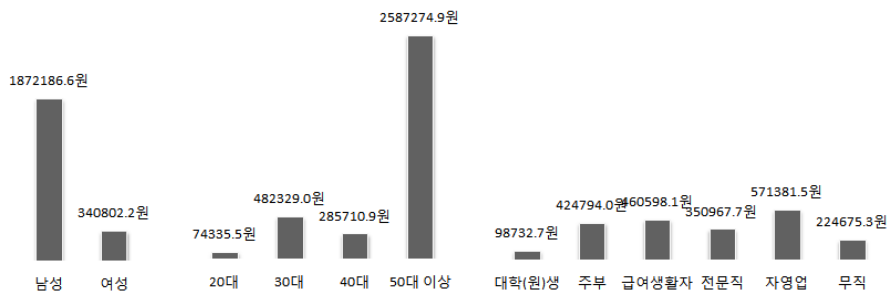
- 총 기부액 평균을 성별, 연령별, 직업별로 비교해 보면, 먼저 남성이 여성 보다 약 6배 정도 많은 액수를 기부한 것으로 나타남. 남성은 1,872,186.6원을 기부한 반면 여성은 340,802.2원을 기부함.
- 연령별로는 50대 이상에서 평균 2,587,274.9원을 기부해 다른 연령에 비해

제2장 연구의 결과

월등히 높은 금액이었으며, 30대가 482,329원, 40대가 285,710.9원, 20대가 74,335.5원 순이었음. 20대와 50대 이상의 평균 기부금액의 차는 약 30배에 이름.

- 직업별로는 은퇴자가 다른 직업과 비교할 수 없을 정도로 높은 평균 4,000,000만원으로 가장 많았으며, 그 다음으로는 자영업자가 571,381.5원, 급여생활자가 평균 460,598.1원, 주부가 424,794원, 등의 순이었음.

구분		최대값	최소값	평균	최빈값
성별	남성	40,000,000원	10,000원	1,872,186.6원	100,000원
	여성	4,000,000원	10,000원	340,802.2원	100,000원
연령대	20대	300,000원	10,000원	74,335.5원	10,000원
	30대	3,500,000원	10,000원	482,329.0원	300,000원
	40대	2,000,000원	10,000원	285,710.9원	100,000원
	50대 이상	40,000,000원	10,000원	2,587,274.9원	100,000원
직업	대학(원)생	300,000원	10,000원	98,732.7원	30,000원
	주부	4,000,000원	10,000원	424,794.0원	100,000원
	급여생활자	3,500,000원	10,000원	460,598.1원	100,000원
	전문직	1,200,000원	10,000원	350,967.7원	10,000원
	자영업	3,000,000원	20,000원	571,381.5원	100,000원
	은퇴	40,000,000원	40,000,000원	40,000,000.0원	40,000,000원
	무직	500,000원	10,000원	224,675.3원	10,000원

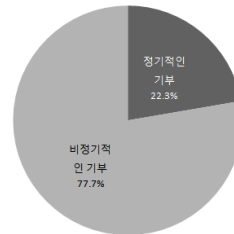


제2장 연구의 결과

□ 정기적 기부 여부 조사

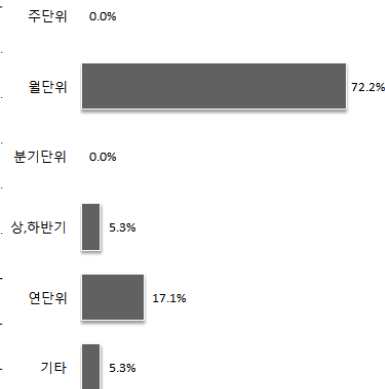
- 응답자의 22.3%는 정기적으로 기부를 한다고 응답했으며, 나머지 77.6%는 비정기적으로 기부를 하는 것으로 조사됨. 정기적 기부자가 많을수록 기부가 안정적으로 이루어지고, 기부수혜 측에서도 계획적인 사업을 추진할 수 있는 여건이 조성될 수 있음을 감안할 때, 정기적 기부의 비중이 다소 낮다고 보여짐.

구분	빈도	비율
정기적인 기부	17	22.3%
비정기적인 기부	60	77.7%
계	77	100%



- 기부가 정기적으로 이루어질 때, 응답자들의 가장 많은 기부 주기는 월 단위 기부인 것으로 나타남. 72.2%가 매월 기부하고 있었음. 다음으로는 연 단위 기부가 17.1%, 상반기와 하반기를 나눠 기부하는 응답자는 5.3% 순의 분포를 보임.

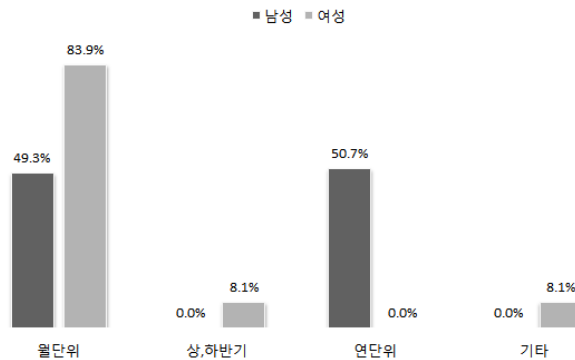
구분	빈도	비율	유효비율
주단위	0	0%	0%
월단위	12	16.1%	72.2%
분기단위	0	0%	0%
상, 하반기	1	1.2%	5.3%
연단위	3	3.8%	17.1%
기타	1	1.2%	5.3%
소계	17	22.3%	100%
응답하지 않음	60	77.7%	-
계	77	100%	-



제2장 연구의 결과

- 여성의 83.9%가 월 단위로 기부를 한 반면, 남성은 49.3%가 매월 기부하고 있었음. 남성은 여성보다 연 단위 기부비율이 높았음.

구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
주단위	0	0	0.0%	0	0.0%
월단위	12	3	49.3%	9	83.9%
분기단위	0	0	0.0%	0	0.0%
상, 하반기	1	0	0.0%	1	8.1%
연단위	3	3	50.7%	0	0.0%
기타	1	0	0.0%	1	8.1%
계	17	6	100.0%	11	100.0%

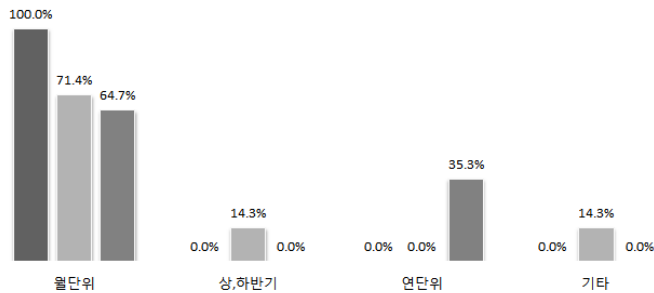


- 20대의 경우 정기적 기부자가 없었고, 30대의 정기 기부자는 모두 월 단위 기부를 하고 있었음. 40대는 월 단위 기부자가 71.4%, 상/하반기 기부자와 기타가 14.3%였으며, 50대 이상에서는 월 단위 기부자의 비율이 64.7%, 연 단위는 35.3%였음.

제2장 연구의 결과

구분	응답자 수	20대		30대		40대		50대 이상	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
주단위	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
월단위	12	0	0.0%	2	100%	5	71.4%	5	64.7%
분기단위	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
상, 하반기	1	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	0	0.0%
연단위	3	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	35.3%
기타	1	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	0	0.0%
계	17	0	0.0%	2	100%	6	100%	8	100%

■ 30대 ■ 40대 ■ 50대 이상

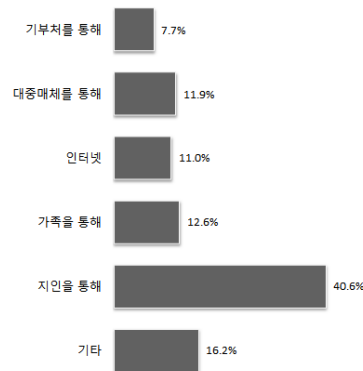


□ 기부대상 인지경로

- 문화예술관련 기부에 참여한 77명의 응답자 중 40.6%가 지인을 통해 기부대상을 알게 되었다고 응답함. 기부대상을 아는 사람으로부터 추천을 받아 기부를 하게 된 응답자들이 많았음.
- 다음으로는 가족을 통해 기부대상을 알게 된 응답자가 12.6%, 대중매체나 인터넷을 알게 된 응답자는 11.9%와 11%였음 직접 기부처로부터 알게 되었다는 응답은 7.7%에 지나지 않았음.

제2장 연구의 결과

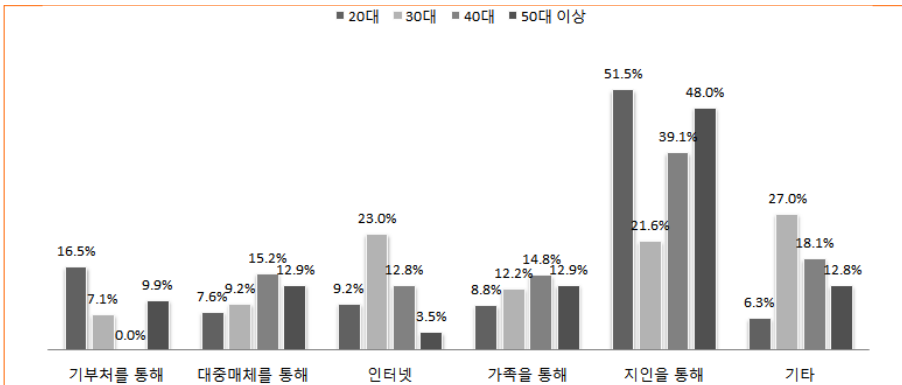
구분	빈도	비율
기부처를 통해	6	7.7%
대중매체를 통해	9	11.9%
인터넷	8	11.0%
가족을 통해	10	12.6%
지인을 통해	31	40.6%
기타	12	16.2%
소계	77	100%



- 20대의 51.5%가 지인을 통해 알게 된 반면, 30대는 인터넷이나 지인을 통해 기부하는 비율이 비교적 높았음. 40대~50대 이상 역시 지인을 통해(39.1%, 48%) 기부 대상에 대한 정보를 접하는 경우가 우세.

구분	응답자 수	20대		30대		40대		50대 이상	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
기부처를 통해	6	2	16.5%	1	7.1%	0	0.0%	3	9.9%
대중매체를 통해	9	1	7.6%	2	9.2%	3	15.2%	4	12.9%
인터넷	8	1	9.2%	4	23.0%	3	12.8%	1	3.5%
가족을 통해	10	1	8.8%	2	12.2%	3	14.8%	4	12.9%
지인을 통해	31	6	51.5%	4	21.6%	8	39.1%	14	48.0%
기타	12	1	6.3%	4	27.0%	4	18.1%	4	12.8%
계	77	12	100.0%	16	100.0%	20	100.0%	28	100.0%

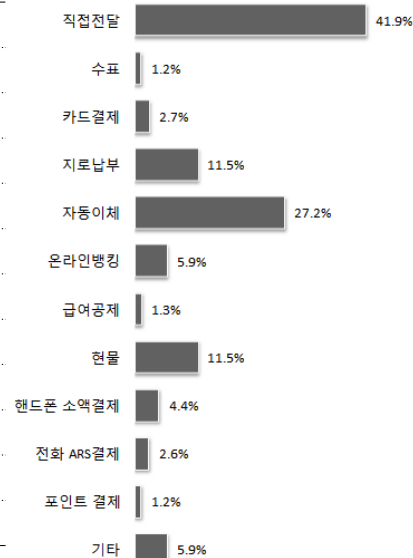
제2장 연구의 결과



□ 기부방법

- 기부방법 중 가장 선호하는 방법은 관련 기관이나 예술인에게 직접 전달하는 것이었음. 41.9%가 중간 매개 없이 직접 기부금을 전달해 왔음. 그 다음으로는 자동이체 27.2%, 지로납부 11.5, 현물 11.5% 등의 순이었음.

구분	빈도	비율	응답비율
직접전달	32	35.8%	41.9%
수표	1	1.0%	1.2%
카드결제	2	2.3%	2.7%
지로납부	9	9.8%	11.5%
자동이체	21	23.2%	27.2%
온라인뱅킹	5	5.1%	5.9%
급여공제	1	1.1%	1.3%
현물	9	9.8%	11.5%
핸드폰 소액결제	3	3.7%	4.4%
전화 ARS결제	2	2.2%	2.6%
포인트 결제	1	1.0%	1.2%
기타	5	5.0%	5.9%
소계	90	100%	117.2%

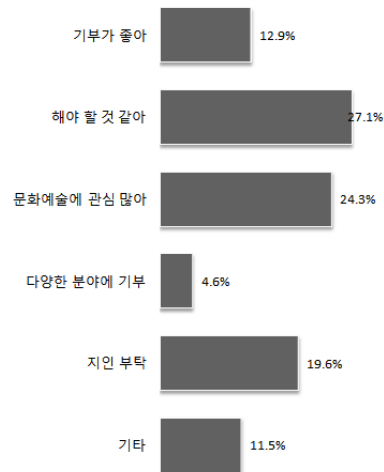


제2장 연구의 결과

□ 기부 참여이유

- 시민들이 문화예술 관련 기부에 참여하나 가장 큰 이유는 ‘이 정도 기부는 해야 할 것 같아서’ 였음. 27.1%가 이렇게 의무적인 태도에 기초해 응답하였고, 그 다음으로는 문화예술에 대한 관심이 많아서 기부에 참여하게 되었다는 응답이 24.3%로 뒤를 이었음.
- 지인이 부탁해 기부하게 된 사람 또한 19.6%로 10명 중 2명에 가까운 수준으로 나타났으며, 기부 그 자체가 좋아서 참여하게 되었다는 응답도 12.9%나 되었음.

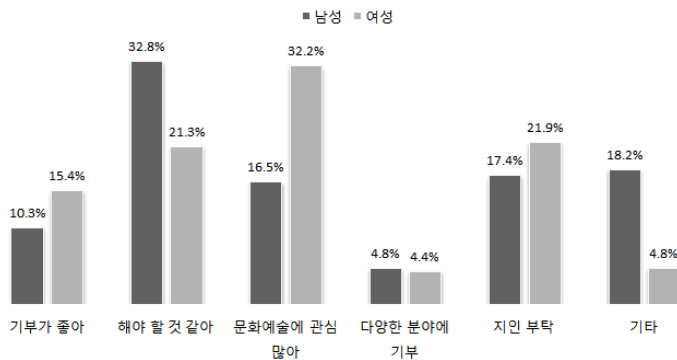
구분	빈도	비율
기부자체가 좋아서	10	12.9%
이정도 기부는 해야 할 것 같아서	21	27.1%
문화예술분야에 개인적으로 관심이 있어서	19	24.3%
다양한 분야에 기부를 하고 싶어서	3	4.6%
지인의 부탁을 받아서	15	19.6%
기타	9	11.5%
소계	77	100%



- 성별로 기부하게 된 이유에 차이가 나타남. 여성의 경우 문화예술분야에 대한 관심에서 기부한다는 응답이 32.2%로 가장 많았고, 남성은 이 정도 기부는 해야 할 것 같아서라고 느끼는 응답자의 수가 21명으로 32.8%를 차지하고 있음.

제2장 연구의 결과

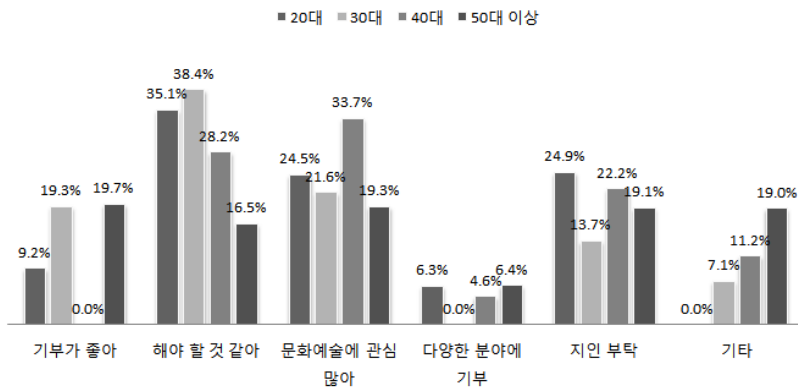
구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
기부자체가 좋아서	10	4	10.3%	6	15.4%
이정도 기부는 해야 할 것 같아서	21	13	32.8%	8	21.3%
문화예술분야에 개인적으로 관심이 있어서	19	6	16.5%	12	32.2%
다양한 분야에 기부를 하고 싶어서	3	2	4.8%	2	4.4%
지인의 부탁을 받아서	15	7	17.4%	8	21.9%
기부를 통한 혜택을 받을 수 있어서(소득공제)	0	0	0.0%	0	0.0%
기타	9	7	18.2%	2	4.8%
계	77	38	100.0%	38	100.0%



- 연령별로 대표적인 기부 참여 이유에서 다소 차이가 나타남. 20대~30대의 경우 '이정도 기부는 해야 할 것 같아서'가 35.1%와 38.4%로 가장 높았던 반면, 40대는 '문화예술분야 개인적으로 관심이 있어서'라는 응답이 33.7%로 가장 높은 비율을 기록했고, 50대 이상에서는 기부 자체가 좋아 참여하게 되었다는 응답이 19.7%로 높았음. 50대 이상의 응답자들은 상대적으로 여러 참여 이유가 고르게 분포되어 있음을 알 수 있음.

제2장 연구의 결과

구분	응답자 수	20대		30대		40대		50대 이상	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
기부자체가 좋아서	10	1	9.2%	3	19.3%	0	0.0%	6	19.7%
이정도 기부는 해야 할 것 같아서	21	4	35.1%	6	38.4%	6	28.2%	5	16.5%
문화예술분야에 개인적으로 관심이 있어서	19	3	24.5%	4	21.6%	7	33.7%	5	19.3%
다양한 분야에 기부를 하고 싶어서	3	1	6.3%	0	0.0%	1	4.6%	2	6.4%
지인의 부탁을 받아서	15	3	24.9%	2	13.7%	4	22.2%	5	19.1%
기부를 통한 혜택을 받을 수 있어서(소득공제)	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
기타	9	0	0.0%	1	7.1%	2	11.2%	5	19.0%
계	77	12	100%	16	100%	20	100%	28	100%



□ 기부결정 시 고려사항

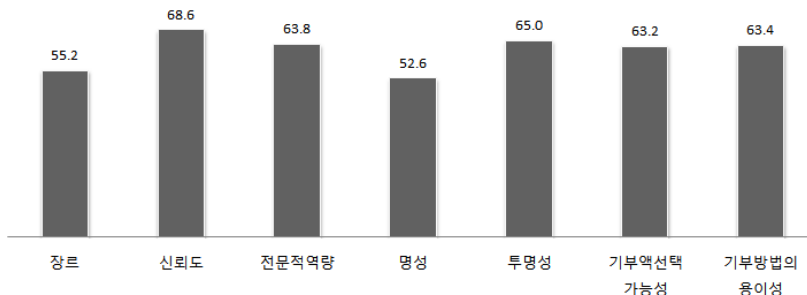
- 기부한 경험이 있는 응답자들은 기부를 결정할 때, 기부할 단체나 사람 그리고 기관에 대한 '신뢰도'를 가장 많이 고려하는 것으로 보임. '장르', '신뢰도', '전문적 역량', '명성', '투명성', '기부액 선택 가능성', '기부방법 용이성' 등 7가지 항목 중에서 '신뢰도'가 100점 만점 환산 시 68.6점으로 때 다음의 항목들을 어느 정도 고려하는 사항 중 가장 높은 점수임.

제2장 연구의 결과

‘투명성’ 이 그 뒤를 이어 65점으로 두 번째 가장 고려하는 사항이었음.

- 기부자들은 대체로 ‘신뢰도’ 와 ‘투명성’ 등의 사회적 자본에 대한 고려를 가장 많이 하는 것으로 조사되었음.
- 그 다음으로는 ‘전문적 역량’ (63.8점), ‘기부액선택 가능성’ (63.2점) 및 ‘기부방법의 용이성’ (63.4점)이 비슷한 수준의 점수를 받음. 가장 적게 고려하는 항목은 ‘명성’ 으로 52.6점이었고, 그 위는 ‘장르’ 로 55.2점을 받음. 상대적으로 예술 장르에 일반 시민의 문화예술 관련 기부에 있어서 비중 있는 고려사항이 아님을 알 수 있음.

구분	응답자 수	긍정 비율	보통 비율	부정 비율	평균 점수
장르	77	27%	25.9%	47.1%	55.2
신뢰도	77	54.6%	28.2%	17.2%	68.6
전문적역량	77	43.1%	34.1%	22.8%	63.8
명성	77	23.8%	25.7%	50.4%	52.6
투명성	77	45.3%	29.9%	24.9%	65
기부액선택 가능성	77	42.1%	35.3%	22.7%	63.2
기부방법의 용이성	77	43.6%	29.5%	27%	63.4

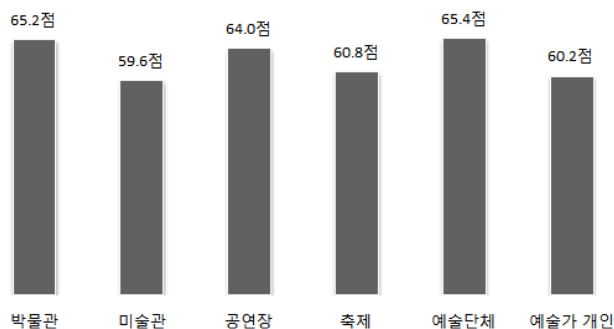


제2장 연구의 결과

□ 기부 대상별 신뢰도

- 기부 대상에 대한 기부자들의 신뢰도를 평가했더니, ‘예술단체’에 대한 신뢰도가 가장 높았음. 신뢰도는 기부를 결정하는데 있어 가장 많이 고려하는 사항이기 때문에 신뢰도 점수가 65.4점으로 가장 높다는 것은 기부를 대상을 놓고 비교할 때, 기부자가 마음을 놓고 기부할 수 있는 가능성이 커진다고 할 수 있을 것임.
- 다음은 박물관으로 ‘예술단체’에 비해 0.2점 낮은 점수인 65.2점이었음. 이후 공연장 64점, 축제 60.8점, 예술가 개인 60.2점, 미술관 59.6점 등의 순서를 나타냄.
- 개인 보다는 단체에 대한 신뢰도가 높았고, 미술관 보다는 박물관에 대한 신뢰가 높았으며, 축제 보다는 공연장에 대한 신뢰도가 높음.

구분	응답자 수	긍정 비율	보통 비율	부정 비율	평균 점수
박물관	77	36%	47.7%	16.3%	65.2
미술관	77	26.8%	46.5%	36.7%	59.6
공연장	77	36.5%	47.9%	15.6%	64
축제	77	26.6%	48.7%	24.6%	60.8
예술단체	77	35.6%	51.7%	12.6%	65.4
예술가 개인	77	24.1%	52.4%	23.4%	60.2

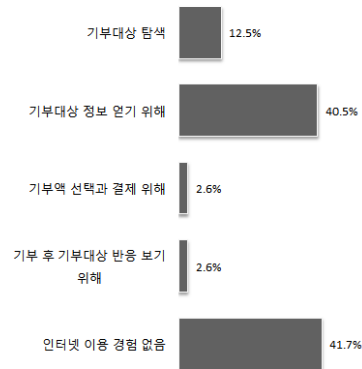


제2장 연구의 결과

□ 문화예술 관련 기부에 있어 인터넷 활용

- 기부한 경험이 있는 응답자에게 기부할 때 인터넷 사용경험이 있는지를 물었더니, 41.7%가 사용한 경험이 없다고 응답함.
- 절반이 넘는 58.3%는 사용한 경험이 있었고, 대부분의 이용 경험자들은 기부 대상의 정보를 얻기 위해 인터넷을 활용하는 것으로 나타남. 기부할 때 인터넷을 사용한 경험이 있는 35명 중 31명인 68.9%가 이를 위해 인터넷에 접속하는 것으로 조사됨.
- 기부대상의 탐색을 위해 방문한다는 응답이 10명(12.5%)이었으며, 기부 후 기부 대상 반응 보기(2명), 기부액 선택과 결제 등을 위해 인터넷을 이용하는 경우(2명)순으로 조사됨.

구분	빈도	비율
기부대상을 탐색하기 위해	10	12.5%
기부대상과 관련된 정보를 얻기 위해	31	40.5%
기부금액 선택과 결제를 위해	2	2.6%
기부 후 기부대상의 반응을 보기 위해	2	2.6%
인터넷 이용 경험 없음	32	41.7%
소계	77	100%

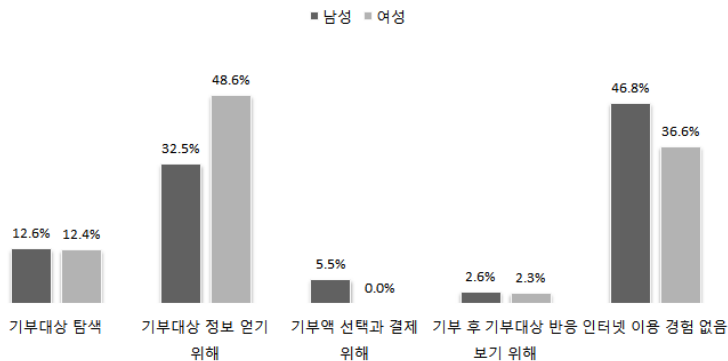


- 기부와 관련해 인터넷을 이용한 경험은 여성이 남성 보다 높았음. 여성의 63.6%가 인터넷을 이용한 경험이 있었으며, 남성은 53.2%가 이용하였음.

제2장 연구의 결과

구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
기부대상을 탐색하기 위해	10	5	12.6%	5	12.4%
기부대상과 관련된 정보를 얻기 위해	31	12	32.5%	19	48.6%
기부금액 선택과 결제를 위해	2	2	5.5%	0	0.0%
기부 후 기부대상의 반응을 보기 위해	2	1	2.6%	1	2.3%
인터넷 이용 경험 없음	32	18	46.8%	14	36.6%
계	77	38	100.0%	38	100.0%

- 기부대상에 대한 정보를 얻기 위해 인터넷을 이용한 경험이 있다는 비율은 여성이 남성보다 약 16% 정도 높은 비율을 보임. 다른 항목에서의 차이는 미미함.

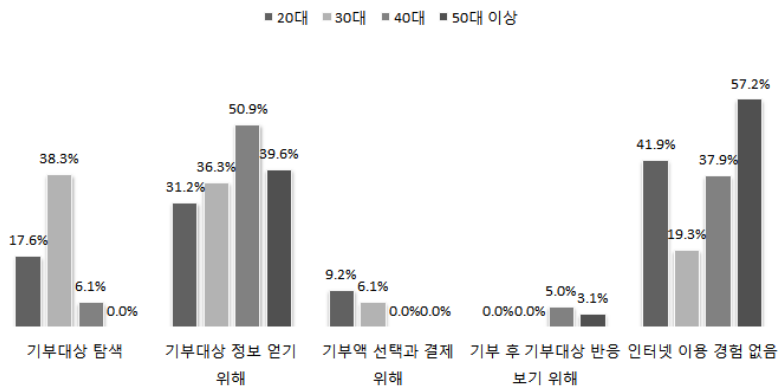


- 기부를 하는데 있어 인터넷을 가장 많이 이용하는 연령은 30대로 30대 기부자 중 81.7%가 인터넷을 이용하고 있었으며, 가장 낮은 기부자는 50대 이상으로 57.2%가 인터넷을 이용한 경험이 없다고 응답함.

제2장 연구의 결과

구분	응답자 수	20대		30대		40대		50대 이상	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
기부대상을 탐색하기 위해	10	2	17.6%	6	38.3%	1	6.1%	0	0.0%
기부대상과 관련된 정보를 얻기 위해	31	4	31.2%	6	36.3%	10	50.9%	11	39.6%
기부금액 선택과 결제를 위해	2	1	9.2%	1	6.1%	0	0.0%	0	0.0%
기부 후 기부대상의 반응을 보기 위해	2	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	1	3.1%
인터넷 이용 경험 없음	32	5	41.9%	3	19.3%	8	37.9%	16	57.2%
계	77	12	100.0%	16	100.0%	20	100.0%	28	100.0%

- 30대 기부자는 기부대상을 찾기 위해 인터넷을 이용하거나(38.3%)와 기부대상 정보를 얻기 위해 접속하는 경우(36.3%)가 비슷했으나, 40대의 절반 이상과 50대의 약 40%는 주로 기부 대상에 대한 정보를 얻기 위해 방문하는 것으로 나타났다.



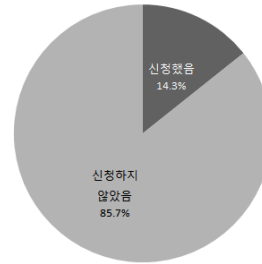
□ 기부 후 소득공제 신청 여부

- 문화예술 관련 기관, 단체, 개인에게 기부한 후 소득공제 신청을 한 기부자는 14.3%로 하지 않은 기부자의 1/4 정도의 수준으로 낮은 편이었음.

제2장 연구의 결과

- 소득공제 혜택이 있다는 사실에 대해 인지하고 있는 기부자가 상대적으로 많지 않다면, 이를 적극적으로 알려 기부문화를 활성화시킬 수 있도록 해야 할 것임.

구분	빈도	비율
신청했음	11	14.3%
신청하지 않았음	66	85.7%
소계	77	100%

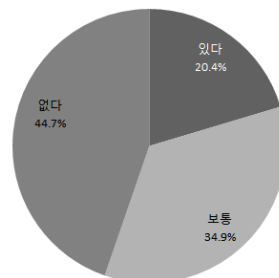


다. 기부 미참여자

□ 문화예술분야 기부 의향

- 기부한 경험이 없는 923명 중 20.6%만이 앞으로 문화예술분야 단체, 기관, 개인 등에 기부할 의향이 있다고 응답해 다소 낮은 비율을 보임.
- 기부할 의향이 없다는 부정응답이 45.2%로 긍정응답의 2배 이상 높았다는 점에 주목해야 할 것임. 향후 문화예술관련 기부와 관련한 캠페인은 의향을 밝힌 20.6%에 집중하면서, 그저 그렇다고 응답한 35.3%의 기부 의향 확대에 중점을 기울여야 할 것으로 보임.

구분	빈도	비율	긍정/부정
매우 의향 있음 ⑤	9	1.0%	20.6%
의향 있는 편 ④	181	19.6%	
그저 그렇다 ③	326	35.3%	45.2%
의향 없는 편 ②	243	26.4%	
매우 의향 없음 ①	164	17.8%	
계	923	100%	100%

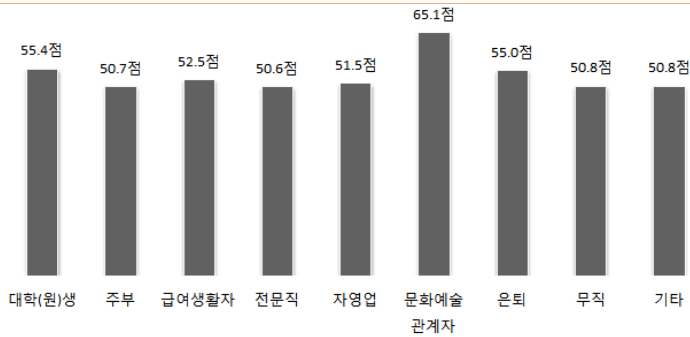


제2장 연구의 결과

- 직업별 기부의향을 100점 만점 환산 점수로 비교해 봤더니, 전문직, 주부, 무직, 기타 등의 직업에서 점수가 상대적으로 낮았음. 각각 50.6점, 50.7점, 50.8점, 50.8점의 수준이었음. 대학(원)생(55.4점), 문화예술관계자(65.1점), 은퇴자(55점)등이 비교적 높은 점수를 나타냄. 전문직 종사자의 기부의향이 낮다는 점은 주목해야 할 대목임.

구분		매우 의향 있음	의향이 있는 편	그저 그렇다	의향이 없는 편	전혀 의향 없음	계	점수
응답자 수		9	181	326	243	164	923	51.9점
대학 (원)생	빈도	3	17	50	32	8	110	55.4점
	비율	2.6%	15.3%	46.0%	28.9%	7.2%	100.0%	
주부	빈도	3	50	98	93	50	294	50.7점
	비율	0.9%	17.1%	33.3%	31.6%	17.0%	100.0%	
급여 생활자	빈도	2	40	79	50	36	207	52.5점
	비율	1.2%	19.3%	38.0%	24.0%	17.5%	100.0%	
전문직	빈도	1	6	7	7	7	29	50.6점
	비율	4.3%	20.3%	24.7%	25.6%	25.1%	100.0%	
자영업	빈도	0	26	45	27	26	124	51.5점
	비율	0.0%	21.2%	36.1%	21.9%	20.9%	100.0%	
문화예술 관계자	빈도	0	2	2	1	0	5	65.1점
	비율	0.0%	43.6%	38.4%	18.0%	0.0%	100.0%	
은퇴	빈도	0	6	2	3	3	15	55.0점
	비율	0.0%	42.2%	13.1%	22.2%	22.6%	100.0%	
무직	빈도	0	24	35	24	25	109	50.8점
	비율	0.0%	22.4%	32.3%	22.3%	23.1%	100.0%	
기타	빈도	0	8	8	6	8	31	50.8점
	비율	0.0%	27.8%	25.8%	19.4%	27.0%	100.0%	

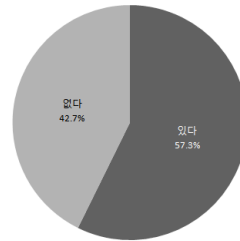
제2장 연구의 결과



□ 문화예술분야 외 기부 경험 여부 조사

- 문화예술분야 외에 기부한 경험은 전체 응답자의 절반이 넘는 57.3%나 되었음. 문화예술분야 기부한 경험이 있는 응답자는 1,000명 중 77명에 지나지 않았으나, 다른 분야에 기부자는 529명으로 약 7배 가까이 높은 기부 참여율을 보이고 있음.

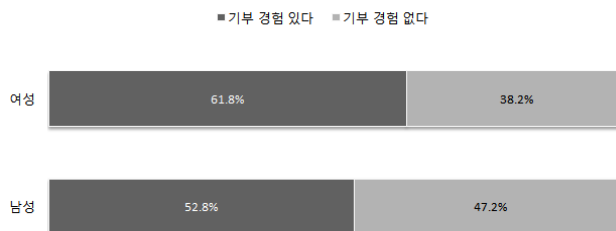
구분	빈도	비율
있다	529	57.3%
없다	394	42.7%
소계	923	100%



- 이를 놓고 볼 때, 문화예술분야에 대한 관심과 정보가 제대로 전달된다면 시민의 문화예술 분야 기부 참여율을 증가시킬 수 있는 여지가 있다는 것을 알 수 있음.
- 남성의 52.8%, 여성의 61.8%가 다른 분야에 기부한 경험이 있다고 응답함. 여성의 비율이 남성에 비해 높았음.

제2장 연구의 결과

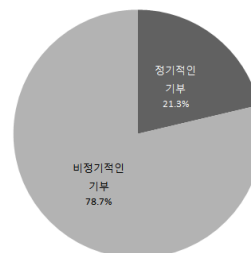
구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
있다	529	241	52.8%	288	61.8%
없다	394	216	47.2%	178	38.2%
계	923	458	100.0%	466	100.0%



□ 문화예술 분야에 기부 시 선호 기부 주기

- 기부할 때는 정기적인 기부라는 적극적인 방법보다는 자신이 원할 때 하는 비정기적 기부를 더 선호하고 있음.
- 정기적 기부를 선호하는 응답자는 21.3%에 지나지 않은 반면, 비정기적 기부는 78.7%의 응답자가 선호하고 있음. 정기적 기부에 대한 부담감을 느끼고 있다고 해석됨.

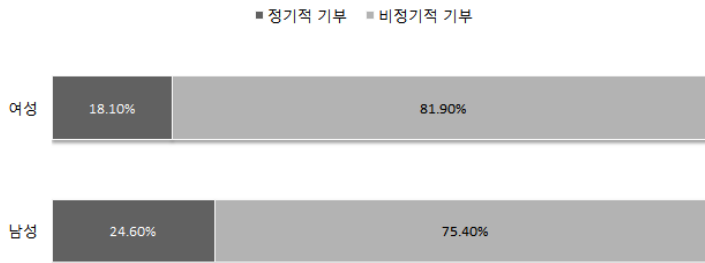
구분	빈도	비율
정기적인 기부	197	21.3%
비정기적인 기부	727	78.7%
소계	923	100%



제2장 연구의 결과

- 남성의 경우 정기 기부에 대해 여성보다 높은 선호를 보임. 여성의 정기 기부 선호비율이 18.1%인 것에 반해 남성은 24.6%로 4명 중 1명 정도는 정기기부를 선호하는 것으로 조사됨.

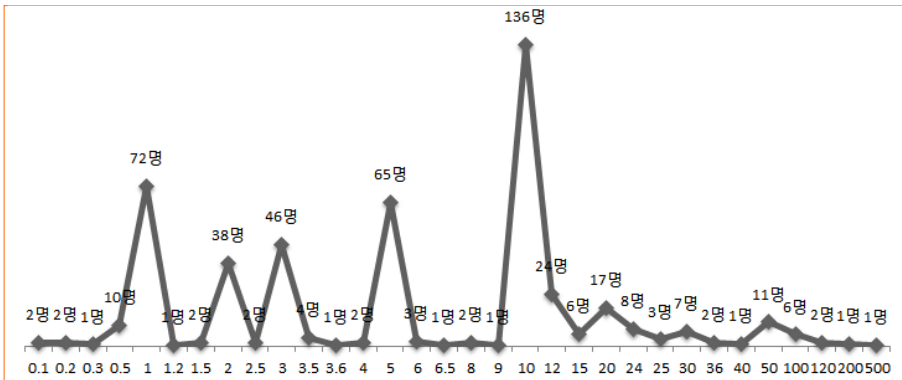
구분	응답자 수	남성		여성	
		빈도	비율	빈도	비율
정기적인 기부	197	112	24.6%	84	18.1%
비정기적인 기부	727	345	75.4%	382	81.9%
계	923	458	100.0%	466	100.0%



□ 문화예술 분야 기부 시 1년 예상기부액 조사

- 일반 시민들은 문화예술 분야 단체, 기관, 개인 등에 기부에 1년 평균 113,321원 정도를 기부할 수 있다고 응답.
- 최소 1,000원에서부터 최대 5,000,000원까지 넓게 분포되어 있음. 그 중에서 가장 많은 사람이 선호하는 기부액은 100,000원으로 136명이었음. 다음으로는 1만원이 72명, 5만원이 65명 순임.

제2장 연구의 결과

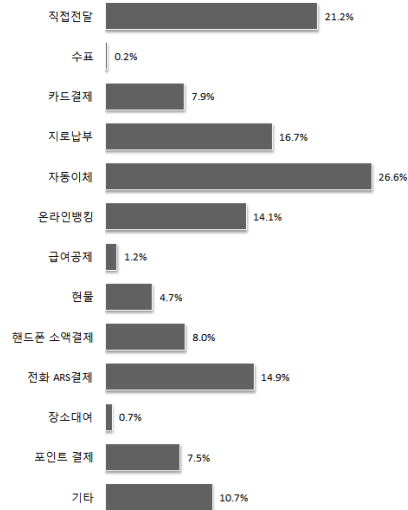


□ 선호 기부 방법

- 문화예술 분야에 기부하게 된다면 어떤 방법을 선호하는 지를 복수응답을 허용해 물었더니, 26.6%가 자동이체를 선호해 가장 높은 비율을 보임. 그 다음으로는 직접전달(21.2%), 지로납부(16.7%), 전화 ARS결제(14.9%), 온라인뱅킹(14.1%) 등의 순이었음.
- 참고로 기부한 경험이 있는 응답자들 또한 41.9%가 직접전달 방법을 활용해 기부했다고 응답한 바 있음.

제2장 연구의 결과

구분	빈도	비율	응답비율
직접전달	196	15.8%	21.2%
수표	2	0.1%	0.2%
카드결제	73	5.9%	7.9%
지로납부	154	12.4%	16.7%
자동이체	245	19.8%	26.6%
온라인뱅킹	130	10.5%	14.1%
급여공제	12	0.9%	1.2%
현물	44	3.5%	4.7%
핸드폰 소액결제	74	5.9%	8.0%
전화 ARS결제	138	11.1%	14.9%
장소대여	7	0.5%	0.7%
포인트 결제	69	5.5%	7.5%
기타	99	8.0%	10.7%
소계	1241	100%	134.4%



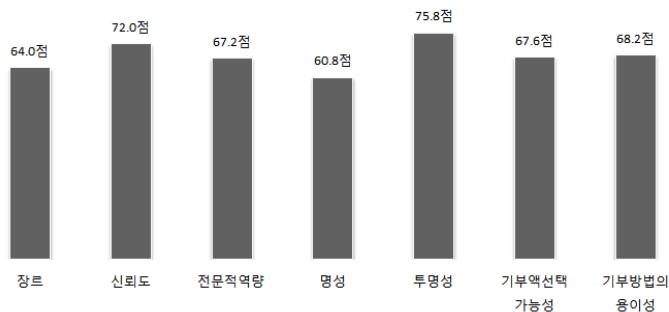
□ 문화예술 분야 기부 시 고려 사항

- 문화예술분야 기부 시에 있어서도 ‘투명성’을 가장 큰 고려항목으로 꼽음. 100점 만점으로 환산할 경우 75.8점이라는 비교적 높은 점수를 주고 있는데, 자신이 기부한 기부금이 ‘투명하게 관리되고, 사용되고 있는지’에 대해 많은 관심을 가지고 있다고 해석할 수 있음.
- 다음으로는 ‘신뢰도’로 72점임. 기부한 경험이 있는 기부자에서도 ‘신뢰도’는 가장 많은 응답비율을 나타내기도 했음. 이에 비해 기부경험이 없는 응답자는 ‘상대적으로 신뢰도’보다는 ‘투명성’에 주목하고 있음.

제2장 연구의 결과

구분	응답자 수	긍정 비율	보통 비율	부정 비율	평균 점수
장르	923	41,5%	35,0%	23,5%	64
신뢰도	923	55,4%	31,5%	13,0%	72
전문적역량	923	47,8%	35,5%	16,7%	67,2
명성	923	34,4%	36,9%	28,7%	60,8
투명성	923	64,5%	21,6%	13,9%	75,8
기부액선택 가능성	923	49,0%	34,6%	16,4%	67,6
기부방법의 용이성	923	50,6%	33,2%	16,1%	68,2

- 그 뒤를 기부방법 용이성 68,2점, 기부액선택 가능성이 67,6점, 전문적 역량 67,2점, 장르 64점 순이었음. 명성은 기부한 경험이 있는 응답자와 마찬가지로 가장 낮은 고려사항에 들어감.



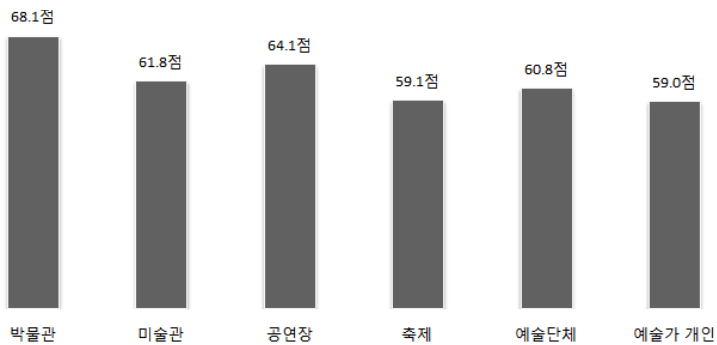
□ 기부 대상 신뢰도

- 박물관에 대한 신뢰도 점수가 100점 만점 환산 시 68,1점으로 가장 높음. 기부 경험이 있는 응답자에서는 예술단체 다음으로 박물관에 대한 신뢰도가 65,2점으로 두 번째로 높은 점수였음.
- 다음으로는 공연장 64,1점 > 미술관 61,8점 > 축제 59,1점 > 예술단체 60,8점 > 예술가 개인 59점 순이었음.

제2장 연구의 결과

- 기부경험 있는 응답자와 비교해 보면, 예술단체와 예술가 개인에 대한 신뢰도가 상대적으로 낮다는 것이 특징적. 기부참여자는 예술단체의 신뢰도를 65.4점으로 가장 높게 평가하고 있는 반면, 기부경험이 없는 응답자는 60.8점으로 예술가 개인(59점)과 축제(59.1점)에 이어 예술단체가 세 번째로 낮게 나타남.

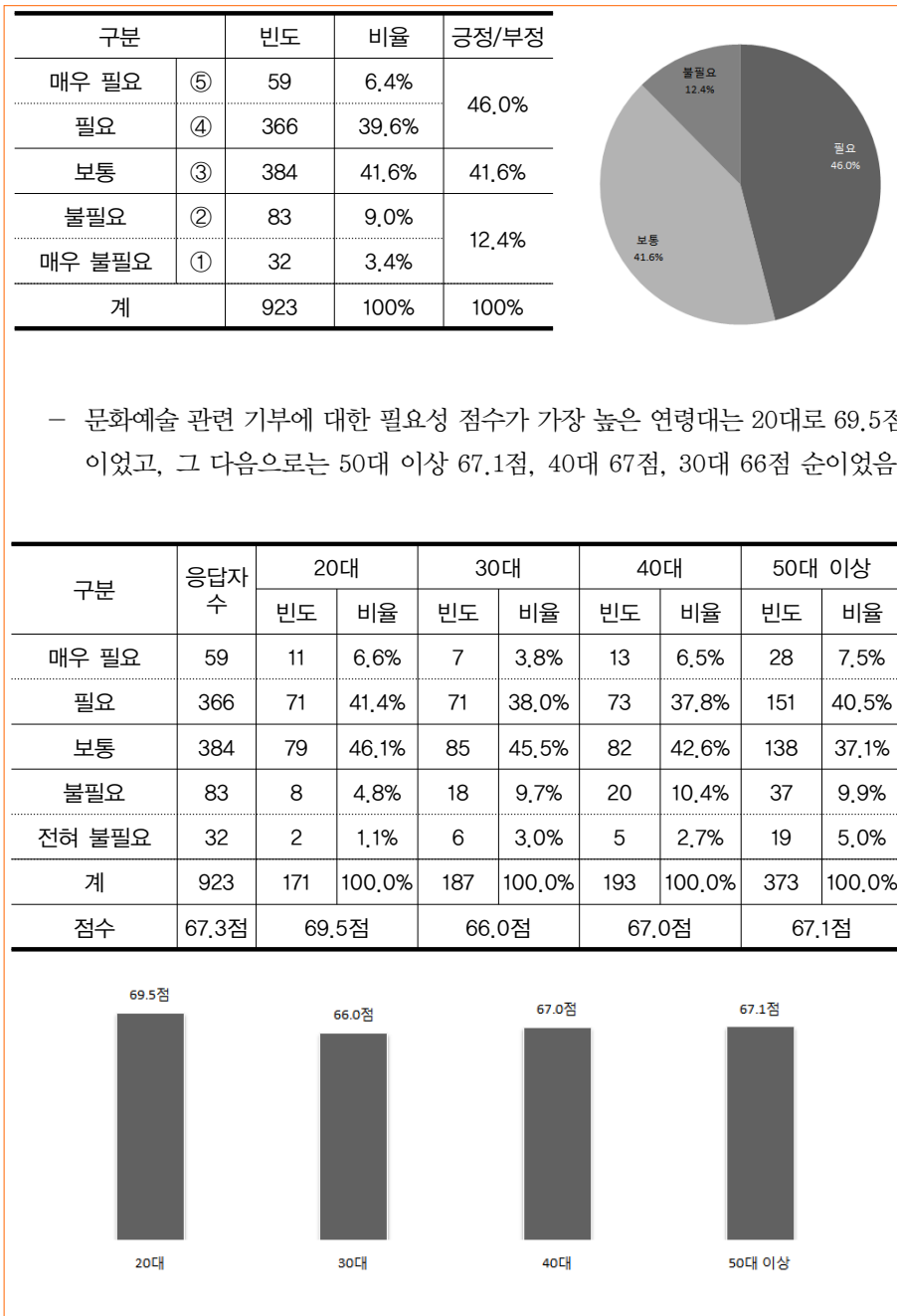
구분	응답자 수	긍정비율	보통비율	부정비율	평균점수
박물관	923	46.3%	41.4%	12.3%	68.1
미술관	923	29.7%	48.0%	22.2%	61.8
공연장	923	34.4%	49.5%	16.1%	64.1
축제	923	24.4%	47.9%	27.7%	59.1
예술단체	923	24.8%	54.4%	20.9%	60.8
예술가 개인	923	21.0%	53.8%	25.2%	59.0



□ 문화예술분야 기부의 필요성

- 문화예술분야에 기부할 필요가 있다는 느끼는 응답자의 비율은 46%로 절반에 가까움. 필요 없다는 부정응답은 12.4% 수준. 100점 만점 점수로 환산할 경우 필요성 동의 수준은 67.2점임.
- 기부경험이 있는 응답자의 경우 필요하다는 긍정응답이 필요없다는 부정응답에 비해 매우 낮았음.

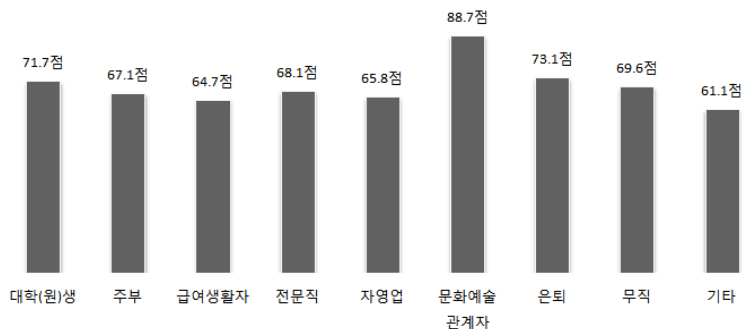
제2장 연구의 결과



제2장 연구의 결과

- 직업별로는 문화예술 관계자의 필요성 점수가 가장 높은 88.7점이었음. 그 뒤를 은퇴자 73.1점, 대학(원)생 71.7점, 무직 69.6점 등의 순이었음. 필요성 점수가 가장 낮은 직업으로는 기타 직업(61.1점)이었고 급여생활자가 64.7점으로 바로 앞 순위에 위치함.

구분		매우 필요	필요	보통	불필요	전혀 불필요	계	점수
응답자 수		59	366	384	83	32	923	67.3점
대학 (원)생	빈도	11	46	48	4	0	110	71.7점
	비율	10.2%	42.0%	44.1%	3.8%	0.0%	100.0%	
주부	빈도	17	123	114	30	11	294	67.1점
	비율	5.7%	41.7%	38.8%	10.0%	3.8%	100.0%	
급여 생활자	빈도	7	77	90	26	8	207	64.7점
	비율	3.1%	37.1%	43.5%	12.6%	3.6%	100.0%	
전문직	빈도	2	12	11	3	1	29	68.1점
	비율	8.5%	40.1%	37.7%	10.5%	3.1%	100.0%	
자영업	빈도	4	48	56	11	5	124	65.8점
	비율	3.2%	38.9%	45.4%	8.7%	3.8%	100.0%	
문화예술 관계자	빈도	2	3	0	0	0	5	88.7점
	비율	43.6%	56.4%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
은퇴	빈도	3	6	5	0	1	15	73.1점
	비율	18.3%	40.4%	35.6%	0.0%	5.6%	100.0%	
무직	빈도	12	44	42	6	4	109	69.6점
	비율	10.9%	40.3%	38.6%	6.0%	4.1%	100.0%	
기타	빈도	1	7	17	3	2	31	61.1점
	비율	2.5%	23.8%	56.7%	10.7%	6.3%	100.0%	



제2장 연구의 결과

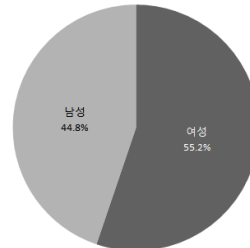
제2절 수혜자(예술인·단체)조사

1. 응답자 특성

□ 성별 분포

- 문화예술인 및 단체 소속 응답자 221명 중 여성의 비율이 55.2%, 남성의 비율이 44.8%로 여성이 남성에 비해 약 10% 정도 많았으나 성별이 전체 결과에 영향을 미칠 수준은 아님.

구분	빈도	비율
여성	122	55.2%
남성	99	44.8%
계	221	100.0%

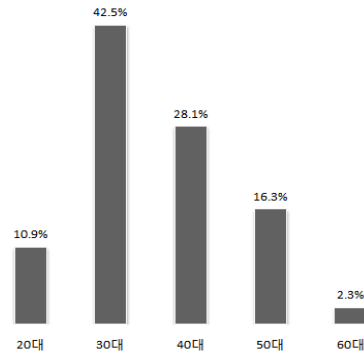


□ 연령 분포 : 최소 24세, 최고 68세

- 응답자 중 최소 연령은 24세, 최고연령은 68세였으며, 30대가 42.5%로 가장 많았고, 그 다음으로 40대가 28.1%, 50대 16.3%, 20대 10.9%, 60대 2.3% 순이었음.

제2장 연구의 결과

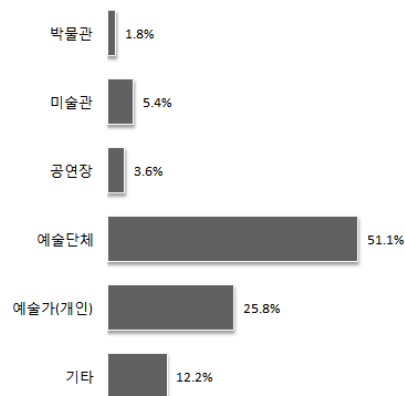
구분	빈도	비율
20대	3	10.9%
30대	20	42.5%
40대	43	28.1%
50대	83	16.3%
60대	72	2.3%
계	221	100%



□ 소속기관별 분포

- 예술단체 소속 응답자가 51.1%로 절반 이상을 차지했고, 예술가(개인)이 25.8%로 그 다음이었음. 기타가 12.2%, 미술관 5.4%, 공연장 3.6%, 박물관 1.8% 순이었음. 이는 조사 대상 리스트를 확보한 2012 한국문화예술위원회 지원사업 참여자 리스트의 전체 비율과도 유사한 분포임.
- 기관시설(박물관, 미술관, 공연장) 보다는 단체나 개인이 절대적으로 다수를 차지하고 있다는 점이 응답자 분포상의 특징이라고 할 수 있음.

구분	빈도	비율
박물관	4	1.8%
미술관	12	5.4%
공연장	8	3.6%
예술단체	113	51.1%
예술가(개인)	57	25.8%
기타	27	12.2%
계	221	100.0%

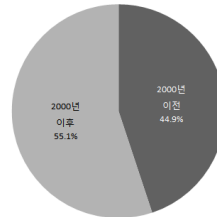


제2장 연구의 결과

□ 예술단체의 설립년도

- 응답자 중 예술단체에 한해서 설립년도를 파악. 2000년 이후에 설립된 단체가 55.1%로 절반을 넘었음. 그 이전에 설립한 단체는 44.9%였음.

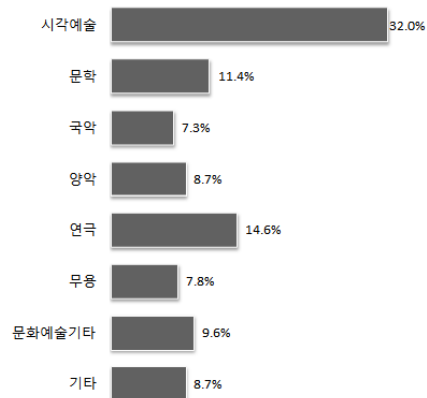
구분	빈도	비율
2000년 이전	62	44.9%
2000년 이후	76	55.1%
계	138	100.0%



□ 활동분야 분포

- 각 단체나 기관들의 활동분야를 보면, 공연예술(국악, 양악, 연극, 무용)이 38.4%, 시각예술이 32%, 문학이 11.4%로 나타남. 세부적으로는 연극 14.6%, 문학 11.4%, 문화예술 기타 9.6%, 기타 와 양악이 8.7% 등의 순이었음. 국악(7.3%), 무용(7.8%)가 상대적으로 비중이 낮은 편에 속함.

구분	빈도	비율
시각예술	70	32.0%
문학	25	11.4%
국악	16	7.3%
양악	19	8.7%
연극	32	14.6%
무용	17	7.8%
문화예술기타	21	9.6%
기타	19	8.7%
계	219	100.0%



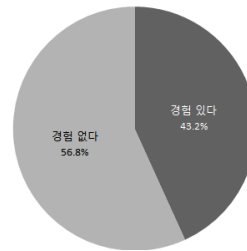
제2장 연구의 결과

2. 기업 기부

가. 기업 기부 수혜율

- 문화예술 단체와 기관 소속 응답자들에게 기업기부를 수혜한 경험이 있는지를 물었더니, 43.2%가 수혜한 적이 있다고 응답했고, 56.8%는 그런 경험이 없다고 응답함. 거의 절반 가까이의 응답자가 수혜한 경험이 있었던 것으로 조사됨.

구분	빈도	비율
기부받은 경험이 있다	114	43.2%
기부받은 경험이 없다	150	56.8%
계	264	100.0%

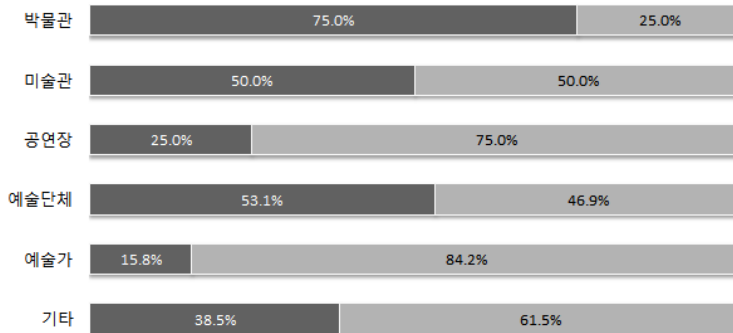


- 소속기관별로 수혜경험을 알아봤더니, 박물관이 75%로 가장 높은 수혜경험이 있었다고 응답했고, 예술단체가 53.1%, 미술관 50%, 기타 38.5%, 공연장 25%, 예술가 15.8% 등의 순으로 나타남.
- 시설이나 기관의 수혜비율이 높은 반면, 예술가 개인들의 수혜비율이 상대적으로 낮았음을 알 수 있음.

제2장 연구의 결과

구분		있다	없다	계
응답자 수		90	130	220
박물관	빈도	3	1	4
	비율	75.0%	25.0%	100.0%
미술관	빈도	6	6	12
	비율	50.0%	50.0%	100.0%
공연장	빈도	2	6	8
	비율	25.0%	75.0%	100.0%
예술단체	빈도	60	53	113
	비율	53.1%	46.9%	100.0%
예술가 (개인)	빈도	9	48	57
	비율	15.8%	84.2%	100.0%
기타	빈도	10	16	26
	비율	38.5%	61.5%	100.0%

■ 있다 ■ 없다

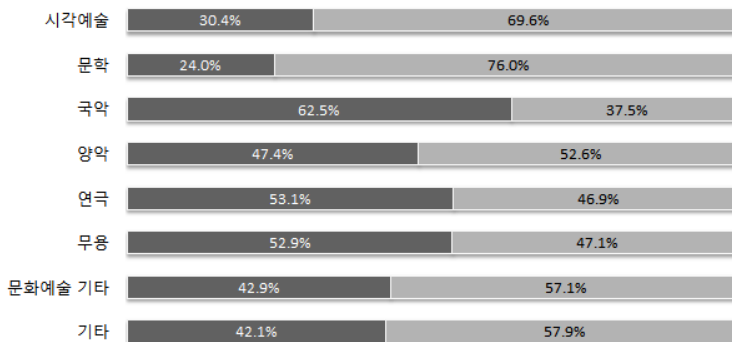


제2장 연구의 결과

- － 분야별로 보면, 국악이 62.5%로 가장 높았음. 다음으로는 연극 53.1%, 무용 52.9%, 양악 47.4% 등의 순으로 수혜율이 높게 나타남.

구분		있다	없다	계
응답자 수		89	129	218
시각예술	빈도	21	48	69
	비율	30.4%	69.6%	100.0%
문학	빈도	6	19	25
	비율	24.0%	76.0%	100.0%
국악	빈도	10	6	16
	비율	62.5%	37.5%	100.0%
양악	빈도	9	10	19
	비율	47.4%	52.6%	100.0%
연극	빈도	17	15	32
	비율	53.1%	46.9%	100.0%
무용	빈도	9	8	17
	비율	52.9%	47.1%	100.0%
문화예술 기타	빈도	9	12	21
	비율	42.9%	57.1%	100.0%
기타	빈도	8	11	19
	비율	42.1%	57.9%	100.0%

■ 있다 ■ 없다



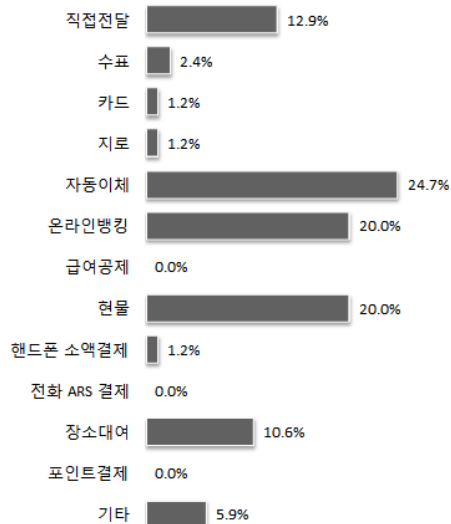
제2장 연구의 결과

나. 기업 기부 수혜 경험 예술인단체

□ 기부 받은 방법

- 기업의 기부를 수혜한 문화예술 단체 소속 응답자들에게 기부받은 방법을 물었더니, 24.7%가 자동이체를 통해 기부를 받았다고 응답했고, 온라인 बैं킹과 현물이 각 20%를 차지했음.
- 직접전달은 12.9%, 장소대여 등의 기부는 10.6% 등의 순이었음.

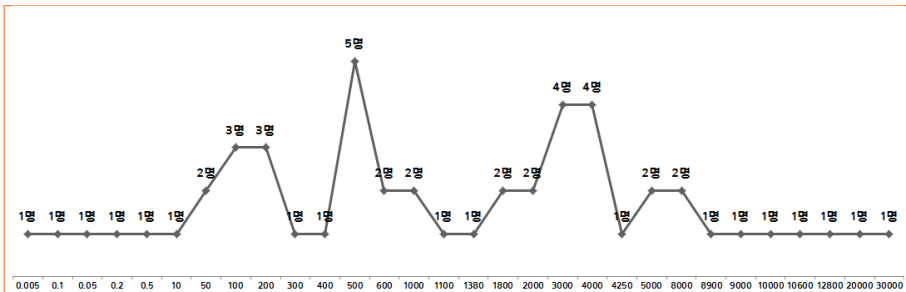
구분	빈도	비율
직접전달	11	12.9%
수표	2	2.4%
카드	1	1.2%
지로	1	1.2%
자동이체	21	24.7%
온라인뱅킹	17	20.0%
급여공제	0	0.0%
현물	17	20.0%
핸드폰 소액결제	1	1.2%
전화 ARS 결제	0	0.0%
장소대여	9	10.6%
포인트결제	0	0.0%
기타	5	5.9%
계	85	100.0%



□ 총 기부금액

- 기부금 총액은 평균 34,713,875.5원으로 조사되었으며, 최소 50원에서부터 최대 300,000,000원까지 대단히 넓게 분포되어 있음. 기부금액이 5,000,000원이었다고 응답한 응답자가 5명으로 가장 많았음.

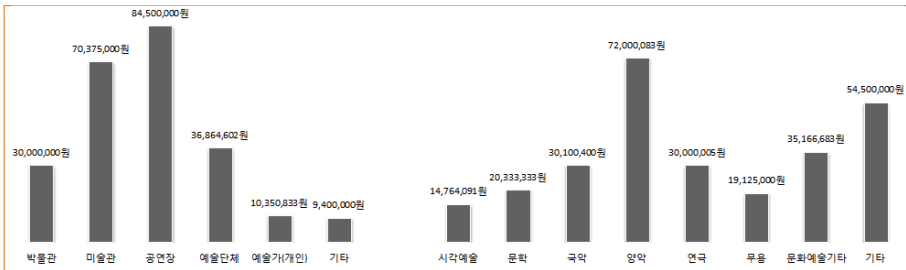
제2장 연구의 결과



- 기부금 총액을 소속기관별로 비교해 보니, 공연장이 가장 많은 84,500,000원을 받은 것으로 조사되었고, 개인예술가가 10,350,833원 받아 가장 적은 액수였음.
- 분야별로는 양악이 72,000,083원으로 가장 많았고, 시각예술이 14,764,091원으로 상대적으로 총 기부 금액이 적게 받은 것으로 나타났음.

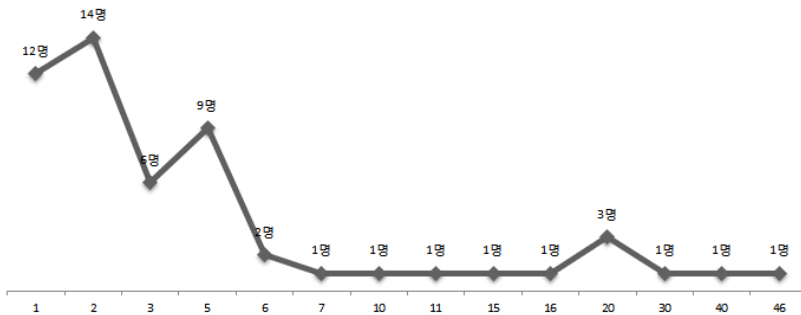
구분		최대값	최소값	평균	최빈값
소속 기관	박물관	30,000,000원	30,000,000원	30,000,000.0원	30,000,000원
	미술관	200,000,000원	500,000원	70,375,000.0원	500,000원
	공연장	89,000,000원	80,000,000원	84,500,000.0원	80,000,000원
	예술단체	300,000,000원	-	36,864,601.6원	40,000,000원
	예술가(개인)	50,000,000원	-	10,350,833.3원	-
	기타	30,000,000원	1,000,000원	9,400,000.0원	1,000,000원
활동 분야	시각예술	80,000,000원	5,000원	14,764,090.9원	-
	문학	30,000,000원	1,000,000원	20,333,333.3원	30,000,000원
	국악	100,000,000원	-	30,100,400.0원	-
	양악	300,000,000원	-	72,000,083.3원	40,000,000원
	연극	128,000,000원	-	30,000,004.5원	5,000,000원
	무용	42,500,000원	5,000,000원	19,125,000.0원	5,000,000원
	문화예술기타	90,000,000원	-	35,166,683.3원	-
	기타	106,000,000원	3,000,000원	54,500,000.0원	3,000,000원

제2장 연구의 결과



□ 총 기부 횟수

- 기부 받은 총 횟수는 평균 6.5회였고, 최소 1회에서 최대 46회까지 분포함. 2회 기부를 받았다고 응답한 사람이 가장 많아 14명(12.3%)이었음.

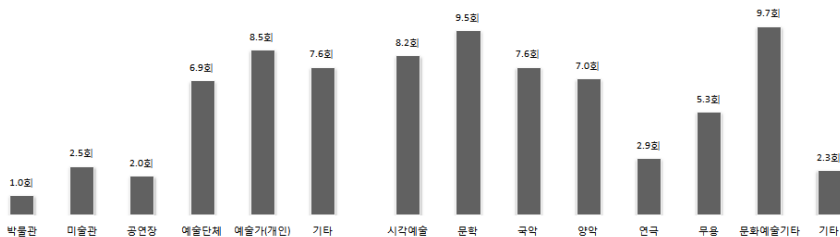


- 평균 기부횟수를 소속별로 비교해 보니, 예술가 개인이 8.5회로 가장 빈번하게 기부를 받았고, 예술단체가 6.9회로 뒤를 이었음.

제2장 연구의 결과

구분		최대값	최소값	평균	최빈값
소속기관	박물관	1회	1회	1.0회	1회
	미술관	5회	1회	2.5회	1회
	공연장	2회	2회	2.0회	2회
	예술단체	46회	1회	6.9회	1회
	예술가(개인)	20회	1회	8.5회	20회
	기타	30회	2회	7.6회	2회
활동분야	시각예술	40회	1회	8.2회	1회
	문학	30회	1회	9.5회	1회
	국악	20회	2회	7.6회	5회
	양악	15회	1회	7.0회	5회
	연극	7회	1회	2.9회	2회
	무용	16회	1회	5.3회	2회
	문화예술기타	46회	1회	9.7회	2회
	기타	3회	2회	2.3회	2회

- 분야별로는 문화예술의 기타 분야가 9.7회로 가장 많은 횟수를 수혜했고, 문학이 9.5회, 시각예술이 8.2회였음. 가장 적은 분야는 2.9회의 연극 분야였음.
- 시각예술 분야는 수혜 횟수는 적지 않은 편에 속하는데, 기부금 총액에서는 낮아 소액 기부가 많았던 것으로 해석됨. 반면 공연장의 경우 기부금 총액은 상당히 높으나, 기부횟수는 2회밖에 되지 않아 규모가 큰 기부금을 한꺼번에 받았던 것으로 유추해 볼 수 있음.

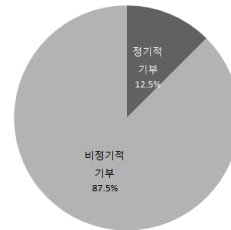


제2장 연구의 결과

□ 기부의 정기성

- 정기적 기부를 받은 경험이 있다고 응답한 비율이 12.5%로 비정기적 기부 수혜자 응답비율 87.5%에 비해 훨씬 낮은 비율이었음.
- 수혜 받은 기부금이 대부분은 비정기적 기부였음을 알 수 있는데, 이는 수혜 받은 단체와 기관에서는 기부금 수입이 불확정적이기 때문에 사업과 활동을 계획성 있게 추진할 수 없는 한계가 있음.

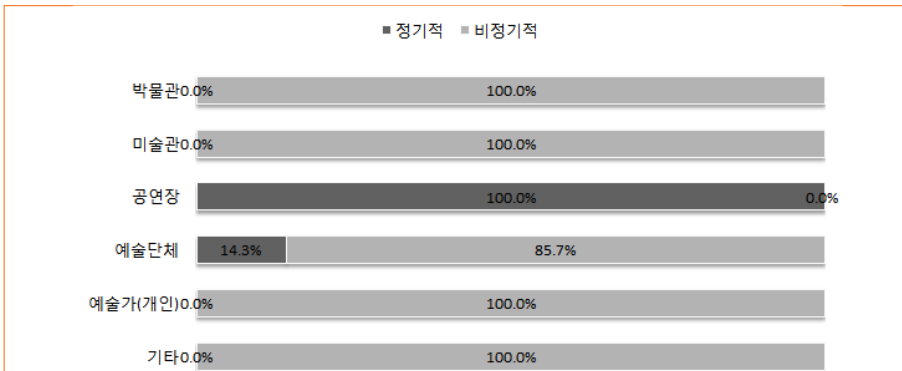
구분	빈도	비율
정기적인 기부	7	12.5%
비정기적인 기부	49	87.5%
계	56	100.0%



- 박물관과 미술관, 예술가 개인에 대한 기업 기부는 모두 비정기적 기부였던 것에 반해, 공연장에 대한 기업 기부는 모두 정기적 기부였음. 예술 단체에 대한 기업 기부 형태는 14.3%가 정기기부, 85.7%가 비정기 기부로 분포되었음.

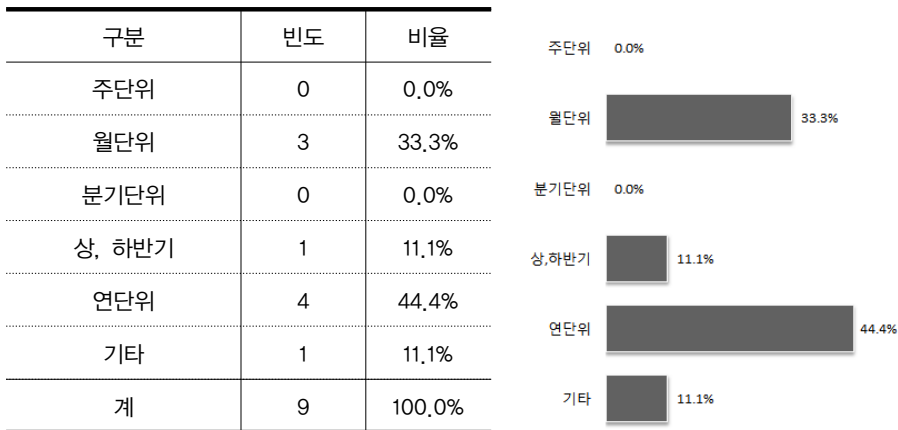
구분		정기적인 기부	비정기적인 기부	계
응답자 수		7	46	53
박물관	빈도	0	1	1
	비율	0.0%	100.0%	100.0%
미술관	빈도	0	4	4
	비율	0.0%	100.0%	100.0%
공연장	빈도	2	0	2
	비율	100.0%	0.0%	100.0%
예술단체	빈도	5	30	35
	비율	14.3%	85.7%	100.0%
예술가 (개인)	빈도	0	6	6
	비율	0.0%	100.0%	100.0%
기타	빈도	0	5	5
	비율	0.0%	100.0%	100.0%

제2장 연구의 결과



□ 기부 주기

- 기업 기부는 주로 연단위나 월단위로 이루어지고 있었음. 연 단위 기부는 44.4%, 월단위 기부는 33.3%로 나타남. 상/하반기 주기는 11.1%였음.



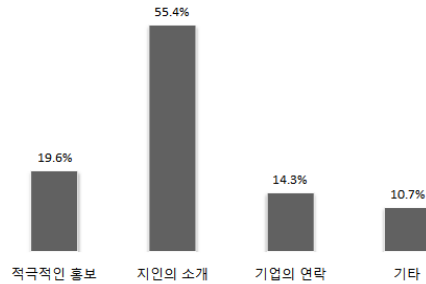
□ 기부 기업의 인지경로

- 기업을 한 기업은 절반 이상이 지인의 소개로 알게 되는 것으로 조사됨. 55.4%가 지인이 소개해 기부를 받게 되었다고 응답했으며, 적극적인 홍보를 통해 기업의 기부를 받게 된 경우는 19.6%였고, 기업에서 먼저 기부하겠다는 의사를

제2장 연구의 결과

전달해 기부를 받게 된 경우는 14.3% 수준임.

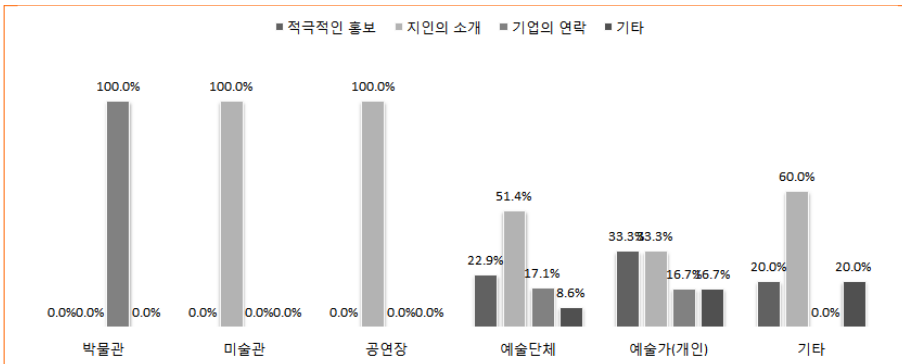
구분	빈도	비율
적극적인 홍보	11	19.6%
지인의 소개	31	55.4%
기업의 연락	8	14.3%
기타	6	10.7%
계	56	100.0%



- 소속기관 대부분 지인의 소개가 높은 비율이었음. 사례 수가 많지 않아 소속기관 간 상호비교는 큰 의미가 없어 보임.

구분		적극적인 홍보	지인의 소개	기업의 연락	기타	계
응답자 수		11	29	8	5	53
박물관	빈도	0	0	1	0	1
	비율	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
미술관	빈도	0	4	0	0	4
	비율	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
공연장	빈도	0	2	0	0	2
	비율	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
예술단체	빈도	8	18	6	3	35
	비율	22.9%	51.4%	17.1%	8.6%	100.0%
예술가 (개인)	빈도	2	2	1	1	6
	비율	33.3%	33.3%	16.7%	16.7%	100.0%
기타	빈도	1	3	0	1	5
	비율	20.0%	60.0%	0.0%	20.0%	100.0%

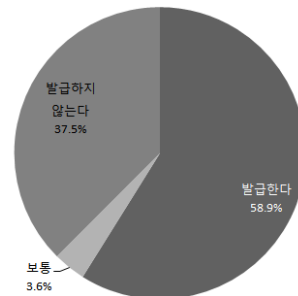
제2장 연구의 결과



□ 기부금 영수증 발급 여부

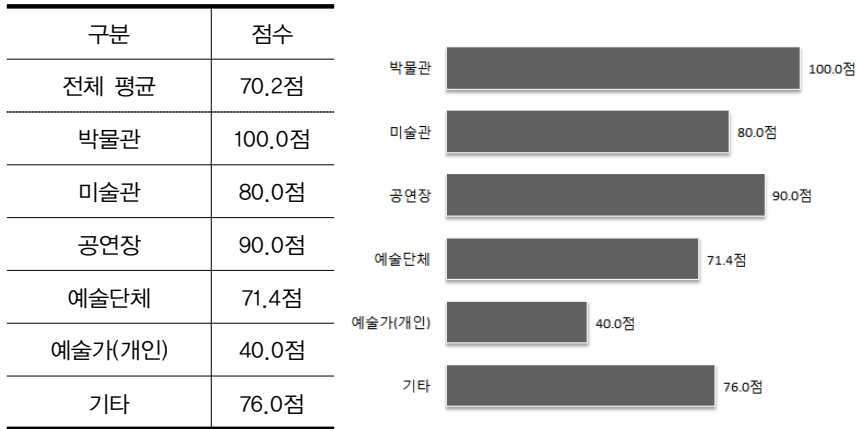
- 기부금을 수령하고 영수증을 발급했다는 응답자가 58.9%였고 발급하지 않았다는 응답은 37.5%였음.

구분		빈도	비율	긍정/부정
모두 발급했다	⑤	26	46.4%	58.9%
대체로 발급한 편	④	7	12.5%	
보통	③	2	3.6%	3.6%
거의 발급하지 않음	②	9	16.1%	37.5%
전혀 발급하지 않음	①	12	21.4%	
계		56	100%	100%



- 박물관은 기부 받은 모든 기부금에 대해 영수증을 발급했음. 5점 척도의 점수를 비교를 위해 편의상 100점 만점으로 환산할 경우 공연장은 90점, 미술관 80점, 예술단체 71.4점이었고, 예술가(개인)은 40점이었음. 기관이나 단체 소속이 아닌 개인이 영수증을 발급하기 쉽지 않는 점에서 예술가 개인 영수증 발급 점수는 낮은 편이었음.

제2장 연구의 결과

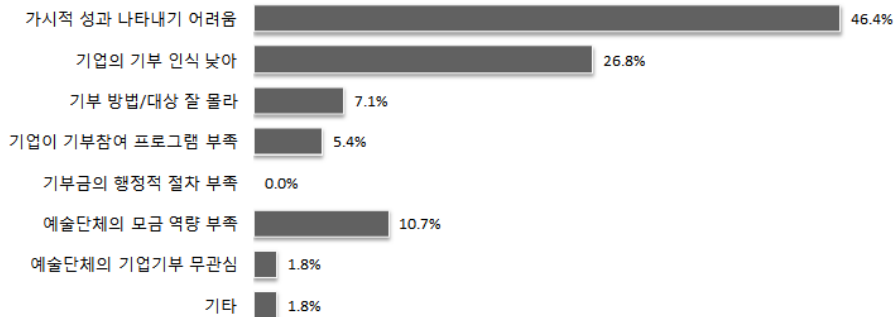


□ 기업 기부가 활성화되지 못하는 이유

- 수혜자의 입장에서 수혜자들은 기업들이 기부에 선뜻 나서지 않은 이유를 기업의 사회공헌 활동에 가시적 성과를 나타내기 어렵기 때문이라고 응답하는 비율이 높았음. 절반에 가까운 46.4%가 기업은 가시적 성과를 필요로 하는데, 예술인단체에 대한 기부는 성과가 무엇인지 불분명하기 때문에 기업이 쉽게 기부에 참여하지 않는다고 보고 있음.
- 두 번째는 우리 기업들이 기부에 대한 인식이 전반적으로 낮아 문화예술 분야에 대한 관심과 기부의 필요성을 느끼지 못하고 있다는 점을 지적함. 26.8%의 응답자들이 기업의 낮은 사회적 인식이 기업기부의 활성화를 막는 이유 중 하나라고 생각하고 있음.
- 세 번째, 수혜자 입장에서 응답자의 10.7%가 기부금 모금에 대한 문화예술단체들의 역량이 부족하다고 봄. 문화예술단체가 적극적으로 자신을 알리고 홍보하여, 문화예술이 사회적으로 어떤 긍정적인 영향을 미치는 지를 충분히 이해시킬 수 있어야 기부를 받을 수 있으나, 현재의 문화예술단체는 그런 능력이 부족하다고 스스로 평가함.

제2장 연구의 결과

구분	빈도	비율
기업의 사회공헌 활동에 가시적 성과를 나타내기 어려워서	26	46.4%
기부에 대한 기업들의 사회적 인식이 낮아서	15	26.8%
기업들이 기부 방법/대상에 대해서 잘 모르기 때문에	4	7.1%
기업들이 기부에 참여할 만한 프로그램이 부족해서	3	5.4%
기부금 지원/교부/성과보고 등의 행정적 절차가 부족해서	0	0.0%
예술단체들의 기부금 모금에 대한 역량이 부족해서	6	10.7%
예술단체들이 기업기부에 관심이 없어서	1	1.8%
기타(구체적으로 명시)	1	1.8%
계	56	100.0%



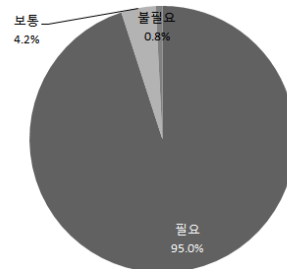
제2장 연구의 결과

다. 기업 기부 미경험 예술인·단체

□ 기업의 기부참여 필요성

- 문화예술분야에 대한 기업의 기부 참여가 필요정도에 대한 물음에 대해 수혜 경험이 없는 문화예술인, 단체의 대부분인 94.9%가 기업의 기부참여가 필요하다고 응답. 필요 없다고 생각한 문화예술인, 단체는 1명에 불과함. 이를 점수로 환산했더니 평균 93.2점으로 매우 높은 점수를 보임.
- 예술인단체는 기업의 기부가 문화예술 분야를 활성화하는 좋은 계기가 될 것으로 인식하고 있는 것으로 파악됨. 기부가 곧 문화예술 관련 창작 활성화를 적극적으로 이끌어낼 수 있을 것으로 전망하고 있다는 점을 알 수 있음.

구분		빈도	비율	긍정/부정
매우 필요	⑤	85	72.0%	94.9%
필요	④	27	22.9%	
보통	③	5	4.2%	4.2%
불필요	②	1	0.8%	0.8%
전혀 불필요	①	0	0.0%	
계		118	100.0%	100.0%



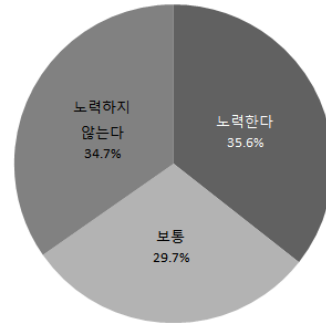
□ 기업 기부금 모금을 위한 노력 수준

- 기업의 기부 활성화 필요성에는 대부분 공감하고 있는 반면, 기업 기부를 받기 위해 문화예술인 및 단체의 노력을 스스로 적극적이지 않다고 인식하고 있음. 노력하고 있다는 응답이 35.6%에 지나지 않고 있는데, 이는 노력하지 않고 있다는 부정응답과 비슷한 수준이었음. 이를 환산해 평점으로 나타내면, 평균 59점으로 그리 높지 않은 점수임.
- 기부 활성화는 필요로 하나, 기업 기부를 적극적으로 수혜하기 위한 자체적인 노력에 대해서는 문화예술계 스스로 문제가 있다고 인식하고 있는 것으로 해석

제2장 연구의 결과

할 수 있을 것임.

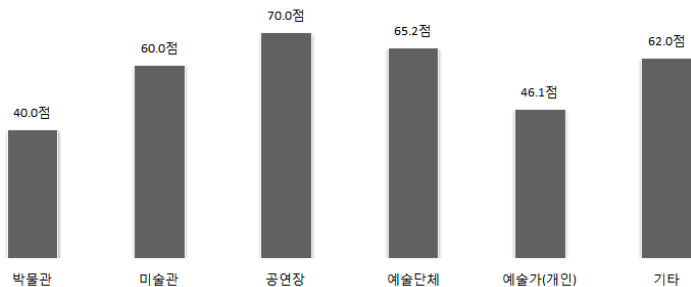
구분		빈도	비율	긍정/부정
매우 노력함	⑤	6	5.1%	35.6%
노력하는 편	④	36	30.5%	
보통	③	35	29.7%	29.7%
노력하지 않는 편	②	28	23.7%	34.7%
전혀 노력하지 않음	①	13	11.0%	
계		118	100%	100%



- 기업기부 수혜를 위한 노력에 대한 평가는 각 소속기관에 따른 편차가 있음. 공연장은 다른 기관에 비해 적극적으로 노력하고 있다고 평가하고 있음. 공연장의 노력 점수는 70점으로 다른 기관의 응답자에 비해 가장 높은 점수임.
- 가장 노력하고 있지 않다고 느끼는 기관은 박물관으로 40점으로 나타남. 박물관의 경우 기업이 스스로 찾아와 기부했다고 응답한 바 있기 때문에 적극적인 노력은 그리 크지 않았던 것으로 보임.
- 예술가 개인은 개인적 차원에서 기업기부를 받기가 쉽지 않을 것이라고 생각하고 있는 듯함. 예술가 개인이 기업 기부를 원활하기 받을 수 있도록 이를 매개하는 정부차원의 지원과 기관이 필요할 것임.
- 특히 예술가 개인의 경우, 소수에게 기업의 기부가 쏠리는 현상이 있으므로 예술가 단체나 정부가 기부금이 공정하게 배분될 수 있도록 제도적 장치를 마련해야 함.

제2장 연구의 결과

구분		매우 노력함	노력하는 편	보통	노력하지 않는 편	전혀 노력하지 않음	계	점수
응답자 수		6	31	32	26	13	108	58.3점
박물관	빈도	0	0	0	1	0	1	40.0점
	비율	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	
미술관	빈도	0	1	3	1	0	5	60.0점
	비율	0.0%	20.0%	60.0%	20.0%	0.0%	100.0%	
공연장	빈도	2	1	2	0	1	6	70.0점
	비율	33.3%	16.7%	33.3%	0.0%	16.7%	100.0%	
예술단체	빈도	3	21	13	12	1	50	65.2점
	비율	6.0%	42.0%	26.0%	24.0%	2.0%	100.0%	
예술가(개인)	빈도	0	6	9	11	10	36	46.1점
	비율	0.0%	16.7%	25.0%	30.6%	27.8%	100.0%	
기타	빈도	1	2	5	1	1	10	62.0점
	비율	10.0%	20.0%	50.0%	10.0%	10.0%	100.0%	

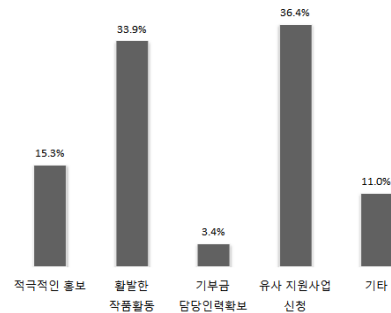


□ 기업 기부금 모금 방안

- 기업들로부터 기부금을 받기 위해 문화예술인 및 단체는 주로 지원 사업을 신청하거나(36.4%), 활발한 작품 활동(33.9%)을 통해 자신을 알리는 방법을 활용하고 있는 것으로 조사됨.
- 직접 기부금 담당인력을 배치하여 기부금을 모금하거나 기부금 모금을 위한 적극적인 홍보를 하거나 하는 방식은 비교적 적은 것으로 나타남.

제2장 연구의 결과

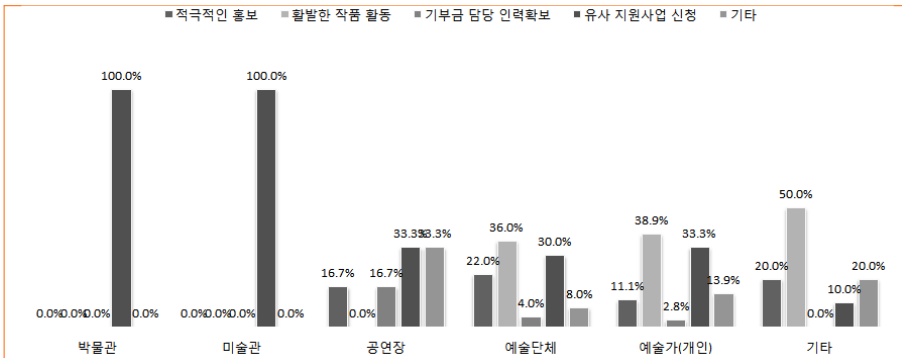
구분	빈도	비율
적극적인 홍보	18	15.3%
활발한 작품활동	40	33.9%
기부금 담당인력확보	4	3.4%
유사 지원사업 신청	43	36.4%
기타	13	11.0%
계	118	100.0%



- 박물관과 미술관은 기업에 유사 지원사업을 신청하여 기부금 모금에 노력하고 있는 반면, 예술단체와 예술가 개인은 활발한 작품활동을 통해 기업의 기부를 유인하는 것을 주요 방법으로 활용하고 있는 것으로 나타남.
- 한편 기부금 담당인력을 두어 적극적으로 기업기부금을 모금하는 기관은 공연장이 대표적인 사례로 나타났음.

구분	적극적인 홍보	활발한 작품 활동	기부금 담당 인력확보	유사 지원사업 신청	기타
응답자 수	18	37	4	36	13
박물관	빈도	0	0	1	0
	비율	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
미술관	빈도	0	0	5	0
	비율	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
공연장	빈도	1	1	2	2
	비율	16.7%	16.7%	33.3%	33.3%
예술단체	빈도	11	2	15	4
	비율	22.0%	4.0%	30.0%	8.0%
예술가 (개인)	빈도	4	1	12	5
	비율	11.1%	2.8%	33.3%	13.9%
기타	빈도	2	0	1	2
	비율	20.0%	0.0%	10.0%	20.0%

제2장 연구의 결과

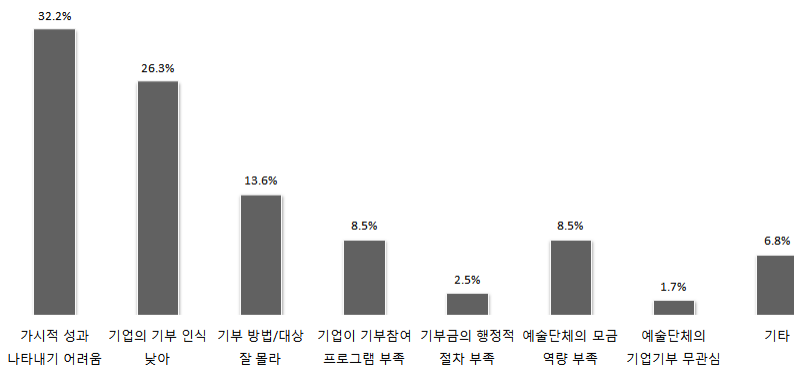


□ 기업의 문화예술분야 기부가 활성화되지 못한 이유

- 기부금 수혜를 받지 못한 응답자들 역시 수혜자와 마찬가지로 기업의 사회공헌 활동이 가시적으로 성과를 보여주기 어렵기 때문에 기부가 활성화 되지 못하고 있다고 32.2%가 생각하고 있었음.
- 다음으로는 기업의 기부에 대한 사회적 인식이 낮아 그렇다고 평가한 응답자는 26.3%, 기부방법과 대상에 대해 잘 모르기 때문에 기부하지 않고 있다고 느낀 응답자는 13.6%로 조사됨.
- 기부금 모금 역량이 부족하다고 생각한 응답자는 8.5%로 기업이 참여할 프로그램이 부족해 기부하지 않는다는 응답과 같은 수준이었음.

제2장 연구의 결과

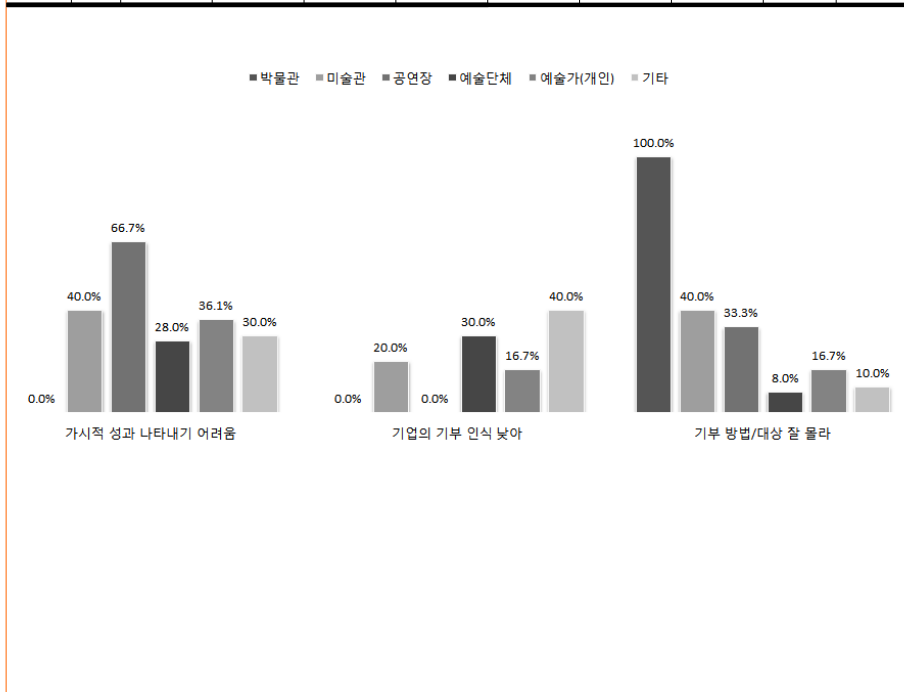
구분	빈도	비율
기업의 사회공헌 활동에 가시적 성과를 나타내기 어려워서	38	32.2%
기부에 대한 기업들의 사회적 인식이 낮아서	31	26.3%
기업들이 기부 방법/대상에 대해서 잘 모르기 때문에	16	13.6%
기업들이 기부에 참여할 만한 프로그램이 부족해서	10	8.5%
기부금 지원/교부/성과보고 등의 행정적 절차가 부족해서	3	2.5%
예술단체들의 기부금 모금에 대한 역량이 부족해서	10	8.5%
예술단체들이 기업기부에 관심이 없어서	2	1.7%
기타	8	6.8%
계	118	100.0%



- 대표적인 세 가지 이유에 대한 소속기관별 차이를 보면, 가시적 성과를 나타내기 어려워 기부가 활성화 되지 못하고 있다는 응답자 중 공연장 소속 응답자가 66.7%로 가장 비율이 높았음.
- 기업의 사회적 인식이 낮아 기부하지 않는다고 생각한 비율이 높은 기관은 예술단체로 10명 중 3명이 그렇게 인식하고 있었고, 기부방법을 몰라 기부하지 않는다고 응답한 비율이 가장 높은 기관은 박물관과 미술관 등이었음.

제2장 연구의 결과

구분	가시성과 나타내기 어려움	기업의 기부 인식 낮아	기부방법/ 대상을 잘 몰라	참여할 프로그램 부족	기부금의 행정적 절차 부족	예술단체 모금 역량 부족	예술단체의 기업기부 무관심	기타	계
응답자 수	36	26	16	9	3	9	1	8	108
박물관	빈도	0	0	1	0	0	0	0	1
	비율	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
미술관	빈도	2	1	2	0	0	0	0	5
	비율	40.0%	20.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
공연장	빈도	4	0	2	0	0	0	0	6
	비율	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
예술 단체	빈도	14	15	4	6	1	7	1	50
	비율	28.0%	30.0%	8.0%	12.0%	2.0%	14.0%	2.0%	100.0%
예술가 (개인)	빈도	13	6	6	3	2	0	6	36
	비율	36.1%	16.7%	16.7%	8.3%	5.6%	0.0%	16.7%	100.0%
기타	빈도	3	4	1	0	0	2	0	10
	비율	30.0%	40.0%	10.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	100.0%



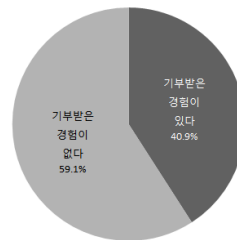
제2장 연구의 결과

3. 개인 기부

가. 개인 기부 수혜율

- 일반 시민으로 부터 기부를 받은 경험이 있는 응답자는 40.9%였고, 받지 못한 응답자는 59.1%로 받지 못한 응답자가 약 20%정도 많았음.

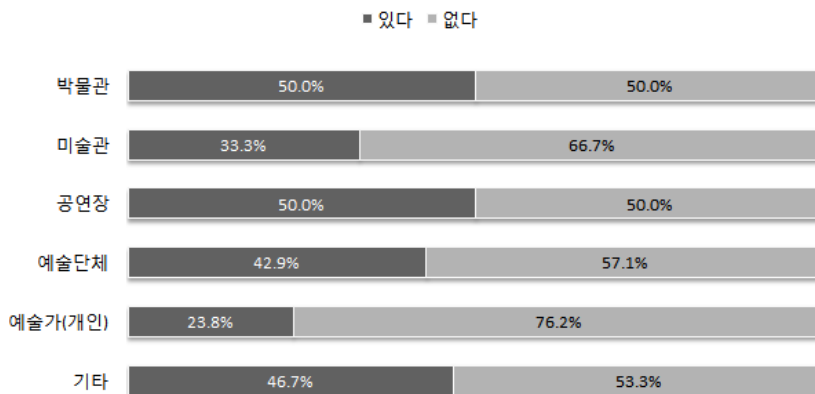
구분	빈도	비율
기부 받은 경험이 있다	70	40.9%
기부 받은 경험이 없다	101	59.1%
계	171	100.0%



- 응답자가 속한 소속기관별로 개인 기부금 수혜 경험을 조사해 보면, 박물관과 공연장은 50%가 받은 경험이 있다고 응답했고, 예술단체는 42.9%, 미술관은 33.3%, 예술가 개인은 23.8% 순이었음. 예술가 개인이 역시 수혜했다고 응답한 비율이 가장 낮음.

제2장 연구의 결과

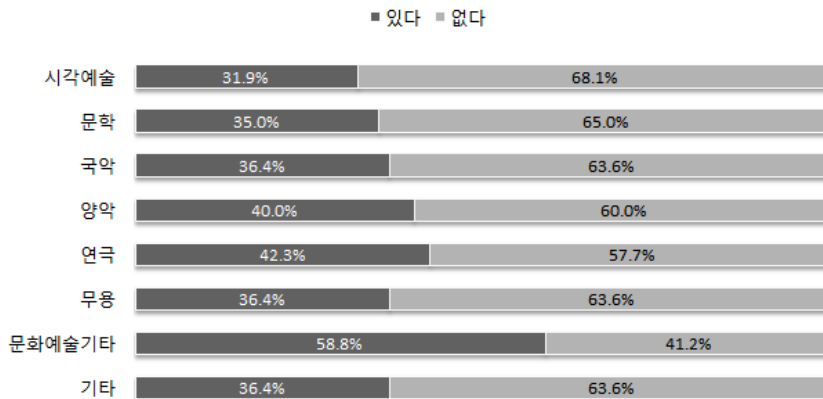
구분		있다	없다	계
응답자 수		61	99	160
박물관	빈도	1	1	2
	비율	50.0%	50.0%	100.0%
미술관	빈도	3	6	9
	비율	33.3%	66.7%	100.0%
공연장	빈도	4	4	8
	비율	50.0%	50.0%	100.0%
예술단체	빈도	36	48	84
	비율	42.9%	57.1%	100.0%
예술가 (개인)	빈도	10	32	42
	비율	23.8%	76.2%	100.0%
기타	빈도	7	8	15
	비율	46.7%	53.3%	100.0%



- 분야별로 보면, 문화예술의 기타 분야가 58.8%으로 수혜 경험이가장 많았으며, 연극 42.3% > 양악 40% > 국악과 무용 각 36.4% > 문학 35% > 시각예술 31.9% 등의 순이었음. 활동분야 별로는 큰 차이는 없었음.
- 결과적으로 개인 기부의 수혜는 분야보다는 소속기관별 차이가 상대적으로 더 크다는 것을 알 수 있음.

제2장 연구의 결과

구분		있다	없다	계
응답자 수		61	97	158
시각예술	빈도	15	32	47
	비율	31.9%	68.1%	100.0%
문학	빈도	7	13	20
	비율	35.0%	65.0%	100.0%
국악	빈도	4	7	11
	비율	36.4%	63.6%	100.0%
양악	빈도	6	9	15
	비율	40.0%	60.0%	100.0%
연극	빈도	11	15	26
	비율	42.3%	57.7%	100.0%
무용	빈도	4	7	11
	비율	36.4%	63.6%	100.0%
문화예술기타	빈도	10	7	17
	비율	58.8%	41.2%	100.0%
기타	빈도	4	7	11
	비율	36.4%	63.6%	100.0%



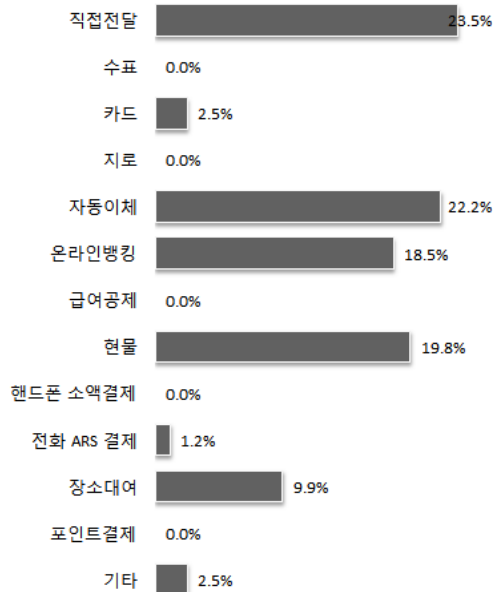
제2장 연구의 결과

나. 개인 기부 경험 예술인·단체

□ 기부 방법

- 일반 시민의 개인 기부를 받은 경험이 있는 문화예술인 및 단체의 기부 받은 방법을 알아봤더니, 기부금을 직접 전달 받았다는 응답이 23.5%로 가장 많았고, 자동이체가 22.2%, 현물로 받은 경우는 19.8%, 온라인 뱅킹을 통해 받은 사례는 18.5% 등의 순이었음.

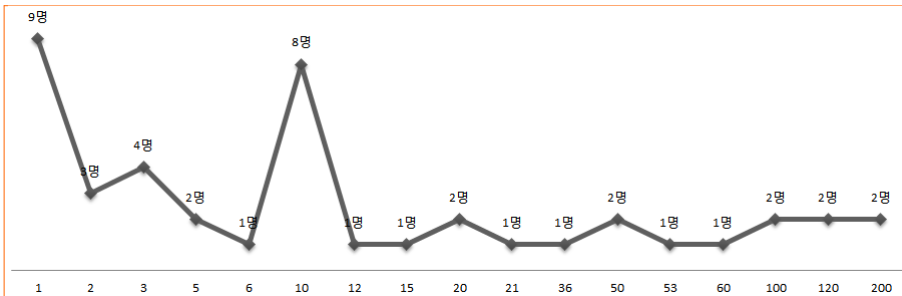
구분	빈도	비율
직접전달	19	23.5%
수표	0	0.0%
카드	2	2.5%
지로	0	0.0%
자동이체	18	22.2%
온라인뱅킹	15	18.5%
급여공제	0	0.0%
현물	16	19.8%
핸드폰 소액결제	0	0.0%
전화 ARS 결제	1	1.2%
장소대여	8	9.9%
포인트결제	0	0.0%
기타	2	2.5%
계	81	100%



□ 기부 횟수

- 일반 시민으로부터 기부 받은 평균 횟수는 30.2회였으며, 1회에서부터 200회 까지 분포되어 있었음. 응답자 중 9명이 1회로 가장 많은 빈도를 보였고, 10회가 8명, 200회가 2명 등으로 조사됨.

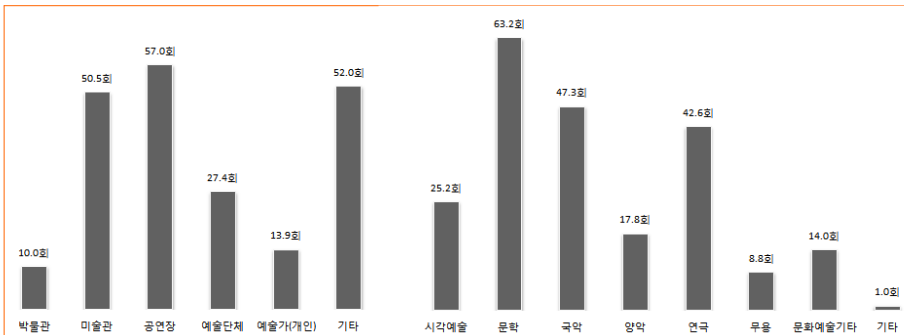
제2장 연구의 결과



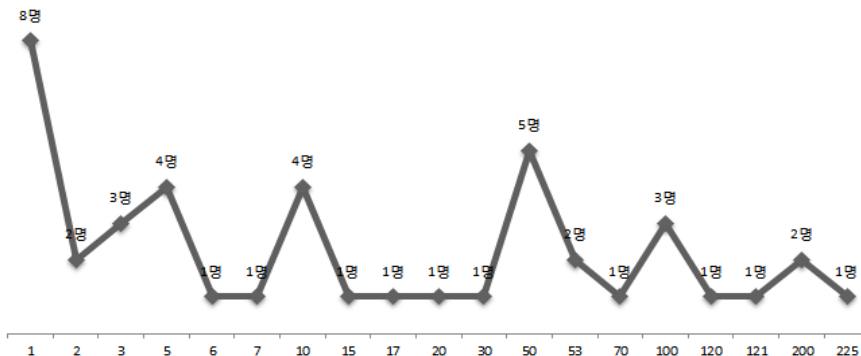
- 기관별로는 공연장이 개인기부자로부터 평균 57회 기부를 받아 가장 많았으며, 다음은 미술관으로 50.5회, 예술단체 27.4회, 예술가 13.9회, 박물관 10회 등의 순이었음. 박물관은 개인기부 보다는 기업기부액이 큰 기관임.
- 활동분야별로 보니, 문학이 63.2회가 가장 빈번하게 기부를 받았고, 국악 47.3회, 연극 42.6회, 시각예술 25.2회, 양악 17.8회, 무용 8.8회 등의 순이었음.

구분		최대값	최소값	평균	최빈값
소속기관	박물관	10회	10회	10.0회	10회
	미술관	100회	1회	50.5회	1회
	공연장	120회	1회	57.0회	1회
	예술단체	200회	1회	27.4회	1회
	예술가(개인)	50회	1회	13.9회	1회
	기타	200회	2회	52.0회	3회
활동분야	시각예술	100회	1회	25.2회	1회
	문학	200회	1회	63.2회	1회
	국악	120회	10회	47.3회	10회
	양악	53회	5회	17.8회	5회
	연극	200회	1회	42.6회	1회
	무용	21회	1회	8.8회	1회
	문화예술기타	50회	1회	14.0회	1회
	기타	1회	1회	1.0회	1회

제2장 연구의 결과



- 기부 받은 횟수와 별도로 기부해 참여해 준 시민의 수를 조사했음. 평균 41.1명 이 각 기관이나 단체에 기부를 한 것으로 조사되었음. 최소 1명에서 최대 225명 까지 있었으며, 1명으로부터 받은 경험이 가장 많았음. 50명에게 기부를 받았다고 응답한 응답자는 5명으로 두 번째로 많았음.

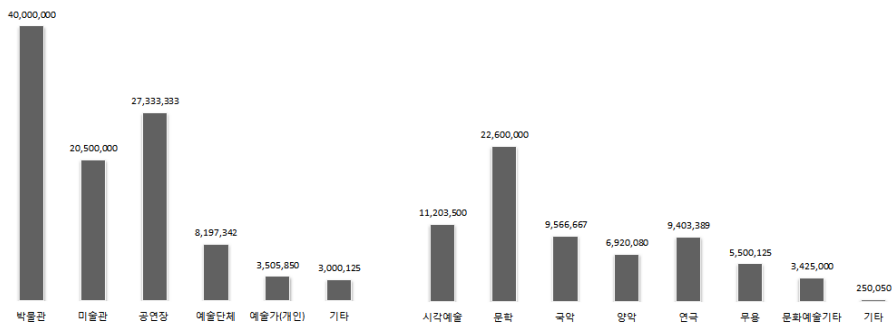


- 기부금의 총액을 기준으로 하여 각 기관별 차이를 보니, 박물관이 40,000,000 원으로 가장 많은 금액을 받았고, 예술가 개인은 3,505,850원으로 가장 적은 금액을 받았음.
- 활동분야별로는 문학이 22,600,000원으로 가장 많았으며, 문화예술 기타 분야 가 3,425,000원으로 가장 적은 금액이었음. 활동분야별 편차 보다, 소속기관별

제2장 연구의 결과

편차가 훨씬 큰 것으로 조사됨.

구분		최대값	최소값	평균	최빈값
소속기관	박물관	40,000,000원	40,000,000원	40,000,000원	40,000,000원
	미술관	40,000,000원	1,000,000원	20,500,000원	1,000,000원
	공연장	70,000,000원	2,000,000원	27,333,333원	2,000,000원
	예술단체	50,000,000원	400원	8,197,342원	3,000,000원
	예술가(개인)	10,000,000원	100원	3,505,850원	10,000,000원
	기타	10,000,000원	500원	3,000,125원	1,000,000원
활동분야	시각예술	40,000,000원	5,000원	11,203,500원	1,000,000원
	문학	50,000,000원	3,000,000원	22,600,000원	10,000,000원
	국악	20,000,000원	300,000원	9,566,667원	300,000원
	양악	20,000,000원	400원	6,920,080원	400원
	연극	70,000,000원	500원	9,403,389원	500원
	무용	12,000,000원	500원	5,500,125원	5,000,000원
	문화예술기타	10,000,000원	700,000원	3,425,000원	700,000원
	기타	500,000원	100원	250,050원	100원

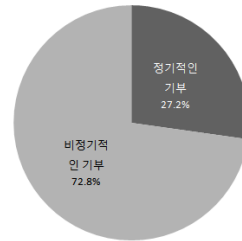


□ 기부의 정기성

- 일반 시민의 기부형태는 정기적 기부가 27.2%였고, 비정기적 기부가 72.8%였음. 비정기기부가 압도적으로 높은 비율임. 그러나 기업의 기부형태와 비교할 경우 상대적으로 정기적 기부가 높은 수준임.

제2장 연구의 결과

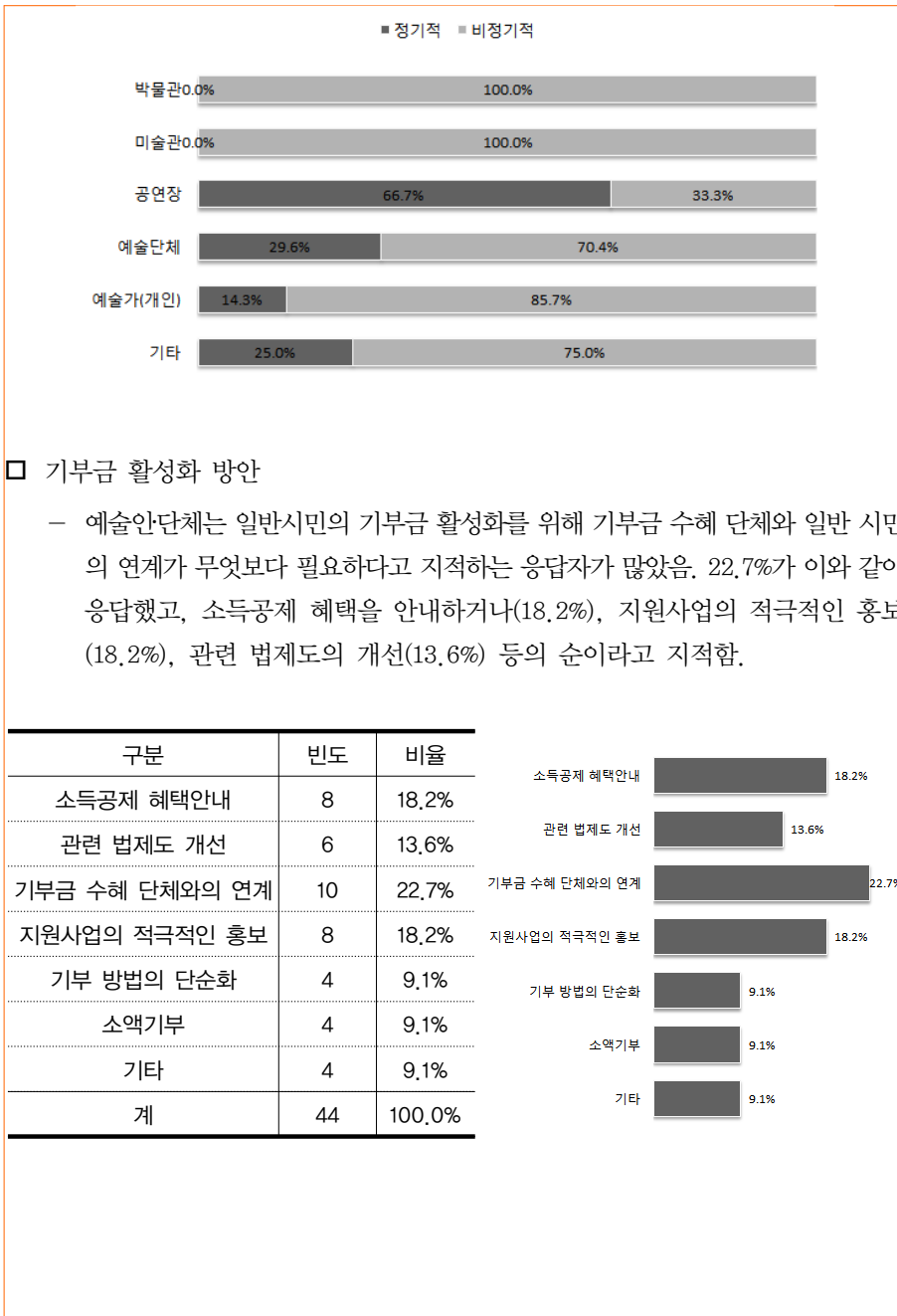
구분	빈도	비율
정기적인 기부	12	27.2%
비정기적인 기부	32	72.8%
계	44	62.9%



- 박물관과 미술관은 모두 비정기적 일반시민 기부를 받았으며, 공연장은 정기적 기부가 가장 높은 비율인 66.7%로 나타남. 정기적 기부의 경우 예술단체 29.6%, 개인예술가는 14.3% 순이었음. 공연장은 비교적 높은 비율의 정기적 기부자를 확보하고 있는 것으로 나타남.

구분		정기적인 기부	비정기적인 기부	계
응답자 수		12	32	44
박물관	빈도	0	1	1
	비율	0.0%	100.0%	100.0%
미술관	빈도	0	2	2
	비율	0.0%	100.0%	100.0%
공연장	빈도	2	1	3
	비율	66.7%	33.3%	100.0%
예술단체	빈도	8	19	27
	비율	29.6%	70.4%	100.0%
예술가 (개인)	빈도	1	6	7
	비율	14.3%	85.7%	100.0%
기타	빈도	1	3	4
	비율	25.0%	75.0%	100.0%

제2장 연구의 결과

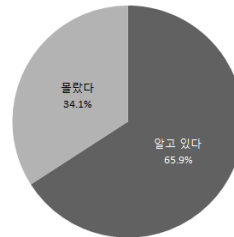


제2장 연구의 결과

□ 클라우드펀딩 인지도

- 개인 기부 수혜 경험이 있는 문화예술단체 응답자들의 클라우드 펀딩에 대한 인지도는 65.9% 수준임. 모르고 있다는 응답자는 34.1%였음.

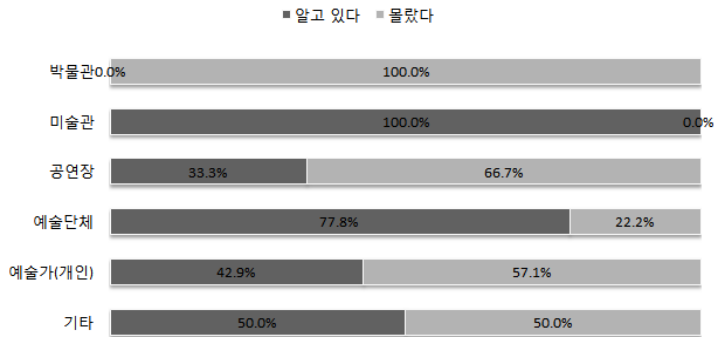
구분	빈도	비율
예	29	65.9%
아니오	15	34.1%
계	44	100.0%



- 소속기관 중에서는 미술관 소속 응답자의 100%가 알고 있었으며, 예술단체는 77.8%의 응답자가 예술가는 42.9%, 공연장은 33.3%가 알고 있는 것으로 조사됨. 사례수가 많지 않아 기관별 인지비율은 큰 의미는 없으나, 대체적인 인지 추세를 파악할 수 있을 것임.

구분		알고 있다	몰랐다	계
응답자 수		29	15	44
박물관	빈도	0	1	1
	비율	0.0%	100.0%	100.0%
미술관	빈도	2	0	2
	비율	100.0%	0.0%	100.0%
공연장	빈도	1	2	3
	비율	33.3%	66.7%	100.0%
예술단체	빈도	21	6	27
	비율	77.8%	22.2%	100.0%
예술가 (개인)	빈도	3	4	7
	비율	42.9%	57.1%	100.0%
기타	빈도	2	2	4
	비율	50.0%	50.0%	100.0%

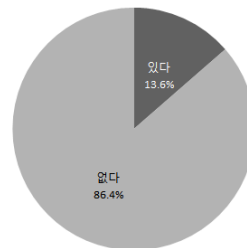
제2장 연구의 결과



□ 크라우드펀딩 참여 경험 및 의향

- 크라우드펀딩에 참여한 적이 있는 문화예술인 및 단체 소속 응답자는 13.6% 수준임. 참여한 경험이 없다는 응답자는 86.4%로 대부분.

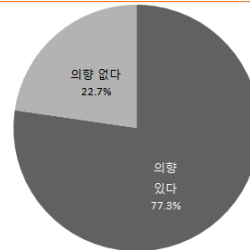
구분	빈도	비율
참여경험 있다	6	13.6%
참여경험 없다	38	86.4%
계	44	100.0%



- 크라우드펀딩 의향에 대해서는 적극적으로 활용하겠다는 응답자가 77.3%로 높았으며, 그럴 의사가 없다는 응답자는 22.7%였음. 크라우드펀딩이 문화예술인 및 단체 소속 응답자들은 활동 기금을 마련할 수 있는 매력적인 요소가 있다고 느끼고 있음.
- 관련 협회나 정부부처에서는 크라우드펀딩이 보다 활성화될 수 있도록 법적 장치 마련할 필요가 있음. 특히 관련 전문지식이 부족한 예술인단체를 위해 이를 돕고 알려나갈 수 있는 활동이 보다 적극적으로 시행될 필요가 있음.

제2장 연구의 결과

구분	빈도	비율
의향 있다	34	77.3%
의향 없다	10	22.7%
계	44	100.0%

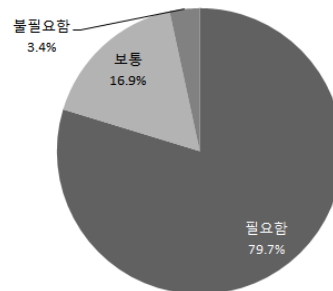


다. 개인 기부 미경험 예술인·단체

□ 기부 필요성

- 문화예술분야에 대한 일반 시민의 기부 참여 필요성에 대해, 수혜경험이 없는 응답자 89명 중 79.7%인 71명이 필요하다고 응답함. 이를 환산해 점수로 나타면 평균 84.9점으로 높은 점수임.

구분	빈도	비율	긍정/부정
매우 필요 ⑤	44	49.4%	79.7%
필요 ④	27	30.3%	
보통 ③	15	16.9%	16.9%
불필요 ②	2	2.2%	3.4%
전혀 불필요 ①	1	1.1%	
계	89	100%	100%

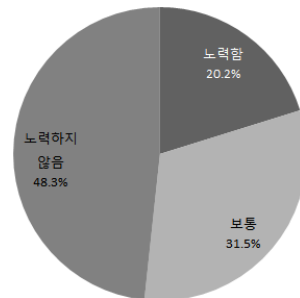


□ 일반 시민 기부금 모금 노력

- 일반 시민들의 기부금 모금을 장려하기 위해 문화예술인과 단체가 얼마나 노력하고 있는지를 물었더니, 20.2%만이 노력하고 있다고 응답했고, 48.3%는 노력하지 않고 있다고 답함. 100점 만점으로 환산할 경우 51.9점으로 낮은 편이었음.
- 일반 시민으로부터 기부를 받은 응답자의 경우 노력하고 있는 응답이 35.6%로 상대적으로 높았음. 평점 또한 59점으로 약 7점정도 높은 수준이었음.

제2장 연구의 결과

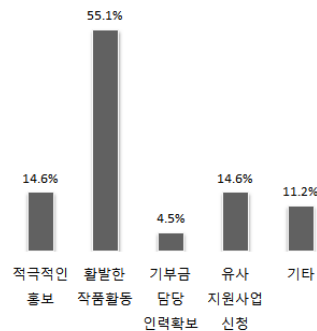
구분	빈도	비율	긍정/부정
매우 노력하는 편	⑤	1	20.2%
노력하는 편	④	17	
보통	③	28	31.5%
노력하지 않는 편	②	31	48.3%
전혀 노력하지 않음	①	12	
계	89	100%	100%



□ 기부금 모금 노력

- 일반 시민의 기부를 수혜하지 못한 문화예술인 및 단체는 일반 시민들의 기부금 모금을 위해 주로 활발한 작품 활동(55.1%)을 통해 기부금 모금 노력을 한다고 응답했음. 반면, 적극적 홍보나, 유사지원사업 신청 등에 대한 선호는 낮은 편임.

구분	빈도	비율
적극적인 홍보	13	14.6%
활발한 작품활동	49	55.1%
기부금 담당 인력확보	4	4.5%
유사 지원사업 신청	13	14.6%
기타	10	11.2%
계	89	100%



□ 기부 활성화 방안

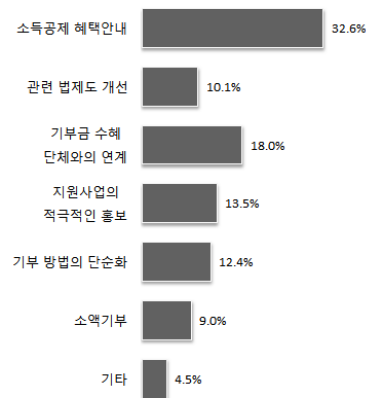
- 무엇보다 소득공제 혜택안내에 더 많은 노력을 해야 한다는 의견이 32.6%로 많았음. 많은 일반시민이 소득공제가 된다는 정보를 알지 못해 기부를 주저하기 때문에 이를 적극적으로 홍보해야 한다는 점을 지적하고 있음.
- 기부금 수혜단체와 시민을 연계해 네트워크를 구축할 수 있도록 해야 한다는 의견이 18%였음. 개인이 단체와 인연을 맺게 함으로써 관계가 지속적으로 유지

제2장 연구의 결과

되고 발전될 수 있도록 하지는 취지로 읽힘. 그 다음으로는 지원사업의 적극적인 홍보 13.5%, 기부방법의 단순화 12.4%, 관련 법제도 개선 10.1% 등의 순임.

- 기부를 수혜를 받은 경험이 있는 응답자들이 제안했던 정책적 필요요소 중 많았던 응답은 기부금 수혜단체와의 연계(22.7%)였는데 수혜경험이 없는 응답자는 소득공제 혜택을 더 많이 지적하고 있어 차이가 남.

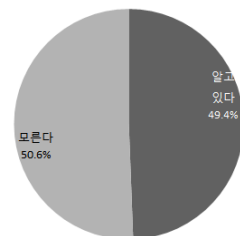
구분	빈도	비율
소득공제 혜택안내	29	32.6%
관련 법제도 개선	9	10.1%
기부금 수혜 단체와의 연계	16	18.0%
지원사업의 적극적인 홍보	12	13.5%
기부 방법의 단순화	11	12.4%
소액기부	8	9.0%
기타	4	4.5%
계	89	100%



□ 클라우드 펀딩 인지 여부 및 참여 의향

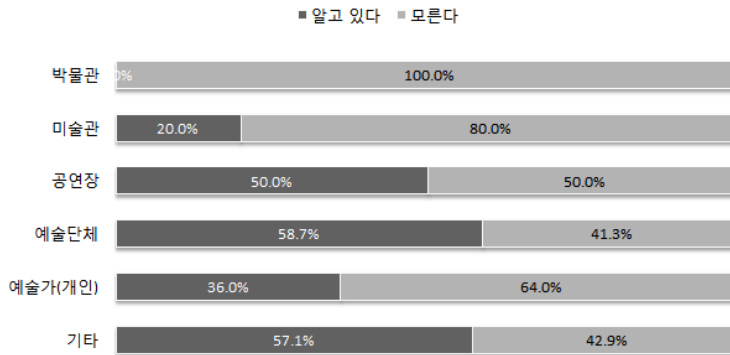
- 수혜를 받지 못한 응답자들의 절반정도가 클라우드 펀딩을 알고 있다고 응답했고, 절반은 모른다고 응답해, 수혜경험이 있는 응답자에 비해 인지율이 낮은 편이었음. 수혜경험이 있는 응답자의 65.9%가 클라우드펀딩에 대해 알고 있었다고 기술한 바 있음.

구분	빈도	비율
알고 있다	44	49.4%
모른다	45	50.6%
계	89	100.0%



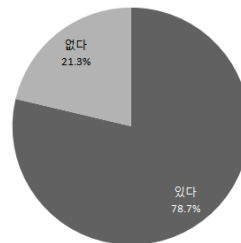
제2장 연구의 결과

- 소속기관별로 인지도를 살펴보면, 예술단체 소속이 58.7%로 가장 많이 알고 있었고, 기타 소속이 57.1%, 공연자 소속이 50%, 예술가 36%, 미술관 20% 순이었음. 박물관 소속 응답자는 모두 모르고 있었음.



- 크라우드펀딩 참여 의향에 대해서는 78.7%가 참여하겠다는 긍정적 응답을 했으며, 참여하지 않겠다는 응답은 21.3%였음. 이는 일반시민 기부의 수혜 경험에 있는 응답자(77.3%) 보다 더 높은 참여의향을 보이고 있다는 점이 특징적임.

구분	빈도	비율
있다	70	78.7%
없다	19	21.3%
계	89	100.0%



제2장 연구의 결과

제3절 기업 기부자 조사

1. 기업 기부자 관련 지표의 구성

- 예술나눔통계의 지표 중 기업 기부자 관련 지표는 한국문화예술위원회의 직접 조사가 아닌, 외부 자료를 인용하는 것으로 파악하며 다음 10개의 지표로 구성. 2011 전경련의 사회공헌백서상의 자료를 활용하기로 되어 있는 문화예술 체육 분야의 기부 현황과 참여율은 자료 미공개로 미반영.

〈표 2-1〉 2012 예술나눔통계지표 중 기업기부자 지표

연번	지표명	근거자료
1	기부금품 사용 희망분야 중 문화예술 분야 비중	2012 유한킴벌리 기빙인덱스
2	기업 사회공헌활동 중 문화예술+체육 지출 비중	2011 전경련 기업기업재단 사회공헌백서
3	기업 사회공헌활동 중 문화예술체육 기부현황/참여율	" (미공개)
4	메세나 지원 기업 수	2011 한국메세나협의회 연차보고서
5	메세나 지원 금액	"
6	메세나 지원 건수	"
7	분야별 기업 지원 금액	"
8	지원 유형별 금액	"
9	문화예술 지원 방식	"
10	산업군별 지원 금액	"

제2장 연구의 결과

2. 지표별 조사결과

- 기부금품 사용 희망 분야 중 문화예술분야의 비중 : 4.9%(2011년 기준)
- 2009년 4.7%, 2007년 5.0%로 최근 5개년 간 약 5% 수준을 유지하는 양상.
 - 자선및사회복지분야, 지역사회발전, 의료, 교육 및 연구, 해외구호, 공익활동, 문화예술, 모름, 기타로 구성된 보기에서 사실상 가장 작은 비중을 차지.
- 기업사회공헌 지출 중 문화예술체육의 비중 : 11.6%

〈표 2-2〉 기업사회공헌지출 분야별 비중*의 추이

분야	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년	2006년	2005년	2004년
사회복지	38.3%	51.1%	46.6%	45.2%	25.3%	35.3%	38.4%	40.3%
의료보건	3.4%	12.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	5.8%	4.2%
교육·학교· 학술연구	23.2%	4.8%	9.4%	10.5%	10.1%	9.9%	7.2%	6.8%
문화예술 및 체육	11.6%	13.3%	4.5%	12.8%	9.7%	8.3%	9.8%	11.3%
환경보전	2.6%	1.7%	0.6%	1.2%	3.1%	1.8%	7.9%	5.6%
응급 및 재난구호	1.1%	0.9%	1.0%	0.1%	0.3%	0.2%	0.2%	0.8%
국제구호활동	3.8%	5.0%	2.6%	5.7%	4.6%	4.4%	0.1%	0.1%
농촌지원활동	2.4%	4.5%	3.5%	2.3%	3.0%	3.9%	-	-
기타	13.7%	6.4%	31.4%	21.7%	43.6%	35.8%	30.5%	31.0%

*기업, 기업문화재단의 직접운영 프로그램 지출총액 중 각 해당항목 지출액이 차지하는 비중

*출처 : 2012 유한킴벌리 기빙인덱스

- 기업사회공헌활동중 문화예술체육 기부현황/참여율 : 자료 미공개

제2장 연구의 결과

□ 메세나 지원 기업 수 : 509개

- 509개 = 문화예술위원회 조건부기부금 참여사 395개 + 메세나협의회 조사 참여 기업 중 지원기업 114개(=회원사 53개 + 비회원사 61개)

□ 메세나 지원 금액 : 1,626억 9천만 원

- 2010년 1,735억 1백만 원 대비 6.2% 감소

□ 메세나 지원 건수 : 1,608건

- 2010년 대비 17.1% 감소

〈표 2-3〉 메세나 지원기업수, 지원금액, 지원건수의 최근 4개년 추이

분야	2011년	2010년	2009년	2008년
지원기업수 (괄호는 조건부기부 제외 기업수)	509개 (114개)	606개 (104개)	420개 (98개)	469개 (102개)
지원금액	162,690 백만원	173,501 백만원	157,690 백만원	165,985 백만원
지원건수	1,608건	1,940건	2,706건	2,389건

*출처 : 2011 한국메세나협의회 연차보고서

제2장 연구의 결과

□ 분야별 기업 지원 금액

〈표 2-4〉 예술 분야별 기업 지원 금액과 비중

분야	증감	2011년		2010년	
		금액 (백만원)	비율	금액 (백만원)	비율
국악	▲	2,297	1.4%	1,645	0.9%
서양음악	▽	21,385	13.1%	22,022	12.7%
무용	▲	2,752	1.7%	2,524	1.5%
연극	▲	4,001	2.5%	3,669	2.1%
뮤지컬	▽	4,601	2.8%	4,611	2.7%
미술·전시	▽▽	10,585	6.5%	40,654	23.4%
문학	▽	3,379	2.1%	3,884	2.2%
인프라	▲▲	77,488	47.6%	39,895	23.0%
전통예술	▲	3,148	1.9%	3,036	1.7%
영상·미디어	▲	4,662	2.9%	3,663	2.1%
문화예술교육	▽▽	19,662	12.1%	34,634	20.0%
기타	▽	8,728	5.4%	13,264	7.6%
계		162,688	100.0%	173,501	100.0%

*출처 : 2011 한국메세나협의회 연차보고서

제2장 연구의 결과

□ 지원 유형별 금액

〈표 2-5〉 메세나 지원의 유형별 금액과 비중

지원유형	증감	2011년		2010년	
		금액 (백만원)	비율	금액 (백만원)	비율
자체(행사)기획	▽	89,653	60.7%	122,148	82.1%
후원 및 협찬, 파트너십	▲	47,276	32.0%	18,267	12.3%
조건부기부	▲	10,773	7.3%	8,328	5.6%
계		147,697	100.0%	148,743	100.0%

*출처 : 2011 한국메세나협회의 연차보고서

□ 문화예술 지원 방식

〈표 2-6〉 메세나 지원 방식별 비중

지원방식	증감	2011년	2010년
자금지원	▲	49.5%	30.3%
장소지원 (공연시설, 로비, 유희공간 무상대여)	▽	18.1%	20.9%
인력지원 (직원의 자원봉사 등)	▽	15.5%	22.1%
기술지원	▽	15.6%	16.8%
현물지원	▽	1.3%	9.9%
계		100.0%	100.0%

*출처 : 2011 한국메세나협회의 연차보고서

제2장 연구의 결과

□ 산업군별 지원 금액

〈표 2-7〉 산업군별 메세나 지원 금액과 비중

산업군 구분	증감	2011년		2010년	
		금액 (백만원)	비율	금액 (백만원)	비율
재단	▽	54,037.2	33.2%	60,131	34.7%
조선·중공업	▲	28,737.4	17.7%	27,034	15.6%
금융·보험	▽	19,459.7	12.0%	24,994	14.4%
정보통신	▽	7,999.4	4.9%	8,193	4.7%
전기·전자	▲	2,168.3	1.3%	1,787	1.0%
자동차	▲	5,381.2	3.3%	3,706	2.1%
화학·제약	▽	1,200.1	0.7%	1,497	0.9%
공공	▽	427.3	0.3%	2,328	1.3%
유통	▽	23,256.2	14.3%	34,597	19.9%
식음료	▲	9,615.9	5.9%	706	0.4%
건설	▽	1,295.1	0.8%	1,572	0.9%
미디어	▲	113.5	0.1%	74	0.0%
숙박·레저	▽	89.3	0.1%	1,215	0.7%
운수	▽	8.6	0.0%	153	0.1%
문구·가구·출판	▽	2.2	0.0%	37	0.0%
생활용품기기	▲	2,609.1	1.6%	1,176	0.7%
의류·잡화	▽	613.0	0.4%	1,230	0.7%
제지·시멘트	▲	1,021.0	0.6%	25	0.0%
서비스·기타	▲	4,656.5	2.9%	3,047	1.7%
계		162,691	100.0%	173,501	100.0%

*출처 : 2011 한국메세나협의회 연차보고서

붙임 : 설문지



문화예술나눔통계

[설문조사 내용 구성]

1. 일반시민 : 자원봉사, 활동 - (전화조사)

1. 문화예술과 관련된 단체나 행사를 위해 자원봉사활동에 참여해보신 경험이 있으신가요?

① 참여한 경험이 있다

② 참여한 경험이 없다

2. 자원봉사활동 경험이 있으시다면, 어떤 단체나 행사를 위해 활동하셨나요?

① 기관 (미술관이나 박물관 등) ② 축제 ③ 문화예술단체 ④ 기타

2. 향후에 문화예술분야와 관련된 기관, 단체, 행사를 위한 자원봉사활동을 하실 의향이 있으신가요?

① 전혀 의향 없음 ② 의향이 없는 편 ③ 그저 그렇다

④ 의향이 있는 편 ⑤ 매우 의향 있음

3. 1년에 대략 몇 번 정도 자원봉사활동을 하셨나요? _____회 (횟수기록)
(단, 정기적인 활동이라 횟수가 너무 많다는 경우 6번 항목의 주기별로 질문)
(예, 한 달(또는 1주, 분기 등)에 몇 번? _주기와 횟수 기록)

3. 이전에 문화예술 분야가 아닌 다른 분야에서 자원봉사활동에 참여하신 경험이 있으신가요?

① 있다 ② 없다

4. 활동하신 기간은 대략 얼마나 되시나요? _____일 (참여 기간을 기록)
(단위는 일(Day)단위로 기입. 예를 들어, 만약 두 달 동안 2주에 한 번씩 참여했다고 응답한 경우 '4일'로 기록)

4. 문화예술과 관련된 자원봉사활동에 참여하지 않으신 주된 이유는 무엇인가요?

① 시간이 부족해서 ② 관심이 부족해서 ③ 정보가 부족해서

④ 자신의 역량이 부족해서 ⑤ 자원봉사활동 자체에 대한 선호하지 않아서

⑥ 다른분야의 자원봉사활동을 더 선호해서 ⑦ 기타

5. 그 자원봉사활동이 정기적인 활동이신가요?

(앞서 질문에서 정기적이라고 응답한 경우 응답내용으로 체크)

① 정기적인 활동 ② 비정기적인 활동

5. 문화예술 관련 기관 및 단체, 행사를 위한 자원봉사활동이 얼마나 필요하다고 생각하시나요?

① 전혀 불필요 ② 불필요 ③ 보통 ④ 필요 ⑤ 매우 필요

6. 정기적인 활동이시라면 활동 주기는 어떻게 되시나요?

(앞서 질문에서 활동주기를 응답한 경우 응답내용으로 체크)

① 주단위 ② 월단위 ③ 분기단위 ④ 상,하반기

⑤ 연단위 ⑥ 기타

① 참여한 경험이 있다	② 참여한 경험이 없다
<p>7. 참여하신 자원봉사활동 방법은 무엇이었나요?</p> <p>① 단순자원활동 ② 전문자원활동 (법률, 재정, 회계, 의료, 통역 등 전문분야인 경우 해당) ③ 둘 다</p> <p>8. 문화예술 분야에 자원봉사활동을 참여함에 있어 어렵다고 생각되는 점이 있으시면 간단히 말씀해주세요. (직접 기록)</p> <p>9. 문화예술 분야의 자원봉사활동에 참여하게 된 이유가 무엇인지 간단히 말씀해주세요 (왜 참여하게 되었는가?)</p> <p>(또는 항목을 제시한다면 이러한 보기는 어떤지...)</p> <p>① 자원봉사 자체를 즐기기 위해서 ② 여러 사람들과 함께 어울릴 수 있어서 - 사회활동 유지 ③ 문화예술 분야를 개인적으로 좋아하고 관심이 있어서 ④ 자원봉사활동으로 인한 혜택이 있어서 (봉사점수 등) ⑤ 아는 사람이 같이 하자고 해서 ⑥ 기타</p>	<p>6. (앞서 문항에서 필요하지 않다는 응답일 경우만) 자원봉사활동이 필요하지 않다고 생각하신 이유는 무엇인가요? (직접 기록)</p>

계속해서 다음장에 기부 관련 문항으로..

2. 일반시민 : 기부 - (전화조사)

1. 올 한 해 동안 문화예술과 관련된 기관 및 단체, 활동을 위해 현물(금전 이외의 물품)이나 금액을 기부하신 경험이 있으신가요?

① 기부한 경험이 있다

② 기부한 경험이 없다

2. 올 한 해 몇 번이나 기부하셨나요? 회 (횟수기록)

2. 향후에 문화예술분야의 기관, 단체, 활동에 기부할 의향이 있으신가요?

- ① 전혀 의향 없음 ② 의향이 없는 편 ③ 그저 그렇다
④ 의향이 있는 편 ⑤ 매우 의향 있음

3. 문화예술분야와 관련하여 주로 어느 기관, 단체 또는 활동을 위해 기부하셨나요?
(기부처는 크게 기관성격별, 장르/분야별로 두 가지로 나누어져 있으므로 모두 질문하여야함, 즉, 기관중에서는 어디에 기부하였으며, 장르별로는 주로 어떤 장르에 기부하였는지를 각각 질문)

- 기관성격별 : ① 박물관 ② 미술관 ③ 공연장 ④ 축제 ⑤ 예술단체
⑥ 예술가개인 ⑦ 기타

3. 문화예술분야가 아닌 다른 분야에 기부하신 경험이 있으신가요?

- ① 있다 (있다면, 어디에 기부하셨나요?)
② 없다

- 장르/분야별 : ① 문화예술일반 ② 문학 ③ 시각예술 ④ 국악
⑤ 양악 ⑥ 연극 ⑦ 무용 ⑧ 기타

4. 문화예술분야와 관련된 기부에 참여하지 않으셨던 주된 이유는 무엇인가요?

- ① 경제적 부담 때문에 ② 기부에 대해 관심이 없어서
③ 문화예술분야 기부에 대한 정보가 없어서
④ 기부할 단체에 대한 신뢰가 낮아서 ⑤ 다른 기부에 대해 더 선호하므로
⑥ 기타

4. 기부하신 총 금액은 얼마인가요? 최대로 기부하신 금액은 얼마였나요?

총액 : 원

최대 기부금액 : 원

5. 만약 문화예술분야의 기관, 단체, 활동에 기부를 하게 된다면, 정기적인 기부와 비정기적인 기부 중 어느 쪽을 선호하실 것 같은가요?

- ① 정기적인 기부 ② 비정기적인 기부

5. 그 기부는 정기적인 기부이신가요?

- ① 정기적인 기부 ② 비정기적인 기부

6. 정기적인 기부라면, 기부 주기는 어떻게 되시나요?

- ① 주단위 ② 월단위 ③ 분기단위 ④ 상,하반기
⑤ 연단위 ⑥ 기타

6. 만약 문화예술분야에 기부하게 된다면, 1년에 대략 얼마의 금액을 기부하실 수 있다고 생각하시나요? (원단위로 직접 기록) (원)

① 기부한 경험이 있다

7. 기부하셨던 문화예술분야 기관, 단체, 활동은 어떻게 알게 되셨나요?
 ① 기부처를 통해 ② 대중매체를 통해 ③ 인터넷 ④ 가족을 통해
 ⑤ 지인을 통해 ⑥ 기타
8. 그렇다면 기부하신 방법은 무엇인지 말씀드리는 보기에서 모두 선택해주세요
 (복수응답)
 ① 직접전달 ② 수표 ③ 카드 ④ 지로납부 ⑤ 자동이체
 ⑥ 온라인뱅킹 ⑦ 급여공제 ⑧ 현물(금전 이외의 물품) ⑨ 모바일
 ⑩ ARS ⑪ 장소대여 ⑫ 기타
9. 문화예술분야와 관련된 기부에 참여하신 이유는 무엇인가요?
 ① 기부 자체가 좋아서 ② 이정도 기부는 해야할 것 같아서
 ③ 문화예술 분야에 개인적으로 관심이 있어서
 ④ 다양한 분야에 기부를 하고 싶어서 ⑤ 지인의 부탁을 받아서
 ⑥ 기부를 통한 혜택을 받을 수 있어서 (소득공제, 공연티켓 할인 등)
 ⑦ 기타
10. 기부를 결정하실 때 다음의 항목들을 어느 정도 고려하셨나요?

	전혀 고려안함		보통		매우 고려함
1) 장르	①	②	③	④	⑤
2) 신뢰도	①	②	③	④	⑤
3) 전문적역량	①	②	③	④	⑤
4) 명성	①	②	③	④	⑤
5) 투명성	①	②	③	④	⑤
6) 기부액선택 가능성	①	②	③	④	⑤
7) 기부방법의 용이성	①	②	③	④	⑤

② 기부한 경험이 없다

7. 만약 문화예술분야에 기부하게 된다면 선호하는 기부 방법은 무엇인지 모두 선택해 주세요. (복수응답)
 ① 직접전달 ② 수표 ③ 카드 ④ 지로납부 ⑤ 자동이체
 ⑥ 온라인뱅킹 ⑦ 급여공제 ⑧ 현물(금전 이외의 물품) ⑨ 모바일
 ⑩ ARS ⑪ 기타
8. 만약 문화예술 기관, 단체, 활동에 기부를 하신다면, 기부 결정 시 다음의 항목들을 어느 정도 고려하실 것 같으신가요?

	전혀 고려안함		보통		매우 고려함
1) 장르	①	②	③	④	⑤
2) 신뢰도	①	②	③	④	⑤
3) 전문적역량	①	②	③	④	⑤
4) 명성	①	②	③	④	⑤
5) 투명성	①	②	③	④	⑤
6) 기부액선택 가능성	①	②	③	④	⑤
7) 기부방법의 용이성	①	②	③	④	⑤

9. 다음의 문화예술분야의 기관, 단체, 활동을 기부 대상으로 생각할 때 각각 얼마나 신뢰할 수 있다고 생각하시나요?

	전혀 신뢰안함		보통		매우 신뢰함
1) 박물관	①	②	③	④	⑤
2) 미술관	①	②	③	④	⑤
3) 공연장	①	②	③	④	⑤
4) 축제	①	②	③	④	⑤
5) 예술단체	①	②	③	④	⑤
6) 예술가 개인	①	②	③	④	⑤

① 기부한 경험이 있다

11. 기부 대상으로서 다음의 기관, 단체, 활동을 각각 얼마나 신뢰하시나요?

	전혀 신뢰안함		보통		매우 신뢰함
1) 박물관	①	②	③	④	⑤
2) 미술관	①	②	③	④	⑤
3) 공연장	①	②	③	④	⑤
4) 축제	①	②	③	④	⑤
5) 예술단체	①	②	③	④	⑤
6) 예술가 개인	①	②	③	④	⑤

12. 문화예술분야의 기관, 단체, 활동에 기부를 하는데 있어 인터넷을 활용하는 주 목적은 무엇인가요?

- ① 기부대상을 탐색하기 위해 ② 기부대상과 관련된 정보를 얻기 위해
 ③ 기부금액 선택과 결제를 위해 ④ 기부 후 기부대상의 반응을 보기 위해

13. 문화예술분야의 기관, 단체, 활동에 대한 기부를 활성화하기 위해서 어떤 보완이 필요하다고 생각하시는지 간략하게 말씀해 주세요. (직접 기록)

14. 문화예술분야의 기관, 단체, 활동에 대한 기부를 하신 뒤 소득공제 신청을 하셨나요?

- ① 신청했다 ② 신청하지 않았다

② 기부한 경험이 없다

10. 문화예술분야 관련 기관, 단체, 활동을 위한 기부가 얼마나 필요하다고 생각하시나요?

- ① 전혀 불필요 ② 불필요 ③ 보통 ④ 필요 ⑤ 매우 필요

11. (앞서 문항에서 필요하지 않다는 응답일 경우만) 문화예술분야에 기부가 필요하지 않다고 생각하시는 이유는 무엇인가요? (직접 기록)

3. 문화예술단체 : 기업기부 - (온라인 조사)

1. 선생님께서 속하신 단체에서 기업으로부터 기부를 받으신 경험이 있으신가요? (협찬, 후원 등 모두 포함해서)

① 기부받은 경험이 있다

② 기부받은 경험이 없다

2. 어떠한 방법으로 기부를 받으셨는지 아래 보기에서 모두 선택해 주세요.
(복수응답)

- ① 직접전달 ② 수표 ③ 카드 ④ 지로 ⑤ 자동이체
⑥ 온라인뱅킹 ⑦ 급여공제 ⑧ 현물(금전 이외의 물품)
⑨ 모바일 결제를 통해 ⑩ ARS를 통해 ⑪ 장소대여 ⑫ 기타

3. 기부받은 총 금액은 얼마인가요?

총액 : 원

최대 기부금액 : 원

4. 현재까지 총 몇 회 기부 받으셨나요? 총 회

5. 받으셨던 기부는 정기적인 기부이었습니까?

- ① 정기적인 기부 ② 비정기적인 기부

6. (위 질문에서 '① 정기적인 기부'라고 응답하신 분들만 답해주세요.) 정기적인 기부가셨다면, 기부 주기는 어떻게 되시나요?

- ① 주단위 ② 월단위 ③ 분기단위 ④ 상,하반기
⑤ 연단위 ⑥ 기타

7. 기부를 받게 된 기업은 어떻게 알게 되셨나요?

- ① 적극적인 홍보 ② 지인의 소개 ③ 기업의 연락 ④ 기타

2. 문화예술분야에 대한 기업의 기부가 얼마나 필요하다고 생각하시나요?

- ① 전혀 불필요 ② 불필요 ③ 보통 ④ 필요 ⑤ 매우 필요

3. 위와 같이 생각하시는 이유는 무엇인지 간략하게 작성해주세요.

4. 기업으로부터 기부금 모금을 위해 얼마나 노력하고 계시나요?

- ① 전혀 노력하지 않음 ② 노력하지 않는 편 ③ 보통
④ 노력하는 편 ⑤ 매우 노력함

5. 기업으로부터 기부금 모금을 위해 주로 어떤 노력을 기울이고 계시나요?

- ① 적극적인 홍보 ② 활발한 작품활동 ③ 기부금 담당 인력확보
④ 유사 자원사업 신청 ⑤ 기타

6. 기업으로부터 기부금 모금을 위해 정책적으로 필요한 요소는 무엇이라고 생각하시나요?

(보기작성 - 기부받은 경험이 있는 경우 9번 문항과 동일하게 가는건 어떨지?)

- ① 세제혜택 안내 ② 관련 법제도 개선
③ 기부금 수혜 단체와의 연계 ④ 기타

① 기부받은 경험이 있다	② 기부받은 경험이 없다
<p>8. 받으셨던 기부금에 대해서는 기부금 영수증을 발급 하셨나요?</p> <p>① 전혀 발급하지 않음 ② 거의 발급하지 않음 ③ 보통</p> <p>④ 대체로 발급한 편 ⑤ 모두 발급했다</p> <p>9. 기업들의 기부를 활성화하기 위해 필요한 요소는 무엇이라고 생각하시나요?</p> <p>① 세제혜택 안내 ② 관련 법제도 개선</p> <p>③ 기부금 수혜 단체와의 연계 ④ 기타</p>	

4. 문화예술단체 : 개인기부 - (온라인 조사)

1. 선생님께서 속하신 단체에서 일반 시민(개인·단체)으로부터 기부를 받으신 경험이 있으신가요? (협찬, 후원 등 모두 포함해서)

① 기부받은 경험이 있다

② 기부받은 경험이 없다

2. 어떠한 방법으로 기부를 받으셨는지 아래 보기에서 모두 선택해 주세요
(복수응답)

2. 문화예술분야에 대한 일반 시민들의 기부 참여가 얼마나 필요하다고 생각하시나요?

- ① 직접전달 ② 수표 ③ 카드 ④ 지로 ⑤ 자동이체
⑥ 온라인뱅킹 ⑦ 급여공제 ⑧ 현물(금전 이외의 물품)
⑨ 모바일 결제를 통해 ⑩ ARS를 통해 ⑪ 장소대여 ⑫ 기타

- ① 전혀 불필요 ② 불필요 ③ 보통 ④ 필요 ⑤ 매우 필요

3. 위와 같이 생각하시는 이유는 무엇인지 간략하게 작성해주세요.

3. 현재까지 총 몇 회 기부 받으셨나요? 총 회

4. 일반 시민들의 기부금 모금을 장려하기 위해 얼마나 노력하고 계시나요?

4. 현재까지 총 몇 분에게 기부 받으셨나요? 총 분

- ① 전혀 노력하지 않음 ② 노력하지 않는 편 ③ 보통
④ 노력하는 편 ⑤ 매우 노력함

5. 기부받은 총 금액은 얼마인가요?

5. 일반 시민들의 기부금 모금을 위해 주로 어떤 노력을 기울이고 계시나요?

총액 : 원
최대 기부금액 : 원

- ① 적극적인 홍보 ② 활발한 작품활동 ③ 기부금 담당 인력확보
④ 유사 자원사업 신청 ⑤ 기타

6. 받으셨던 기부는 정기적인 기부이었습니까?

6. 일반 시민들의 기부금 모금을 위해 정책적으로 필요한 요소는 무엇이라고 생각하시나요?

- ① 정기적인 기부 ② 비정기적인 기부

(보기작성 - 기부받은 경험이 있는 경우 10번과 동일한 질문으로 가는건 어떨지?)

7. (위 질문에서 '① 정기적인 기부'라고 응답하신 분들만 답해주세요.) 정기적인 기부하셨다면, 기부 주기는 어떻게 되시나요?

- ① 소득공제 혜택안내 ② 관련 법제도 개선 ③ 기부금 수혜 단체와의 연계
④ 자원사업의 적극적인 홍보 ⑤ 기부 방법의 단순화 ⑥ 소액기부
⑦ 기타

- ① 주단위 ② 월단위 ③ 분기단위 ④ 상,하반기
⑤ 연단위 ⑥ 기타

8. 기부를 받게 된 기부자는 어떻게 알게 되셨나요?

- ① 적극적 모금활동 ② 지인의 소개 ③ 기부자의 연락 ④ 기타

① 기부받은 경험이 있다

9. 받으셨던 기부금에 대해서는 기부금 영수증을 발급 하셨나요?

- ① 전혀 발급하지 않음 ② 거의 발급하지 않음 ③ 보통
④ 대체로 발급한 편 ⑤ 모두 발급했다

10. 일반 시민들에게 문화예술분야의 기부참여를 활성화하기 위해 필요한 요소는 다음 중 무엇이라고 생각하시나요?

- ① 소득공제 혜택안내 ② 관련 법제도 개선 ③ 기부금 수혜 단체와의 연계
④ 지원사업의 적극적인 홍보 ⑤ 기부 방법의 단순화 ⑥ 소액기부
⑦ 기타

크라우드 펀딩(Crowd Funding)은 가치 있고 창의적인 예술 프로젝트에 트위터나 페이스북, 블로그 등 소셜네트워크서비스(SNS)와 인터넷을 활용하여 불특정 다수를 상대로 활동 계획을 알리고 실제 후원을 얻어 프로젝트를 실현시키는 새로운 모금 수단”으로 한국문화예술위원회(ARKO)는 대중에 의한 새로운 예술 후원 방식인 크라우드 펀딩(Crowd Funding)사업을 시행하고 있습니다.

11. 크라우드 펀딩을 알고 계셨나요?

- ① 예 ② 아니오

12. 크라우드 펀딩을 알고 계셨다면, 참여하신 경험이 있으신가요?

- ① 예 ② 아니오

13. 크라우드 펀딩을 시도하실 의향이 있으신가요?

- ① 예 ② 아니오

② 기부받은 경험이 없다

크라우드 펀딩(Crowd Funding)은 가치 있고 창의적인 예술 프로젝트에 트위터나 페이스북, 블로그 등 소셜네트워크서비스(SNS)와 인터넷을 활용하여 불특정 다수를 상대로 활동 계획을 알리고 실제 후원을 얻어 프로젝트를 실현시키는 새로운 모금 수단”으로 한국문화예술위원회(ARKO)는 대중에 의한 새로운 예술 후원 방식인 크라우드 펀딩(Crowd Funding)사업을 시행하고 있습니다.

7. 크라우드 펀딩을 알고 계셨나요?

- ① 예 ② 아니오

8. 크라우드 펀딩을 알고 계셨다면, 참여하신 경험이 있으신가요?

- ① 예 ② 아니오

9. 크라우드 펀딩을 시도하실 의향이 있으신가요?

- ① 예 ② 아니오