

## 기부환경 변화와 비영리 생태계의 재구성: 자연어 처리를 활용한 주체별 역할과 파트너십 분석\*

이수현\*\*. 문기홍.\*\*\*

본 연구는 코로나19 팬데믹 시기를 포함한 최근 10년의 사회적 변동기 속에서 기부환경 변화와 비영리 생태계 재편 양상을 실증적으로 분석하였다. 이를 위해 문헌분석을 통한 기부환경의 변화 양상을 정리하고, 기부와 관련된 주요 언론 보도를 빅카인즈를 통해 수집한 뒤, 주제 모형(LDA)과 단어 임베딩(FastText)을 통해 언론 보도에서 드러나는 각 섹터의 기부 활동 특성 및 기부(모금) 행위자로서의 의미 변화 과정을 살폈다. 연구결과, 코로나19 팬데믹을 경계로 정부, 기업, 비영리 조직 간 파트너십의 구도가 재편되었으며, 이 과정에서 각 섹터의 역할 경계가 점차 희미해지고 있음을 확인할 수 있었다. 정부는 제도적 규제와 세제 개편을 통해 영향력을 유지하면서 '고향사랑기부제'를 매개로 모금의 주체로 부상하였다. 한편, 기업은 사회공헌의 전략화를 통해 단순한 기부에서 벗어나, 사회문제 해결을 위한 직접사업에 더욱 적극적으로 관여하는 행위자로 변화하였다. 반면 비영리 조직은 재정적·행정적 부담의 증가 및 정부·기업에 대한 의존도 증가로 고유 활동 역량이 약화되는 가운데, 기부환경 파트너십 속 균형적 위치를 상실해 가는 모습을 보였다. 이러한 변화는 단순 위기 국면이 아니라 비영리 생태계의 성숙을 위한 구조적 과제로 인식되어야 하며, 모든 주체의 연대·협력 강화를 통한 지속 가능성 마련이 필요함을 시사한다. 본 연구는 구체적인 데이터에 기반을 두어 비영리 생태계 전반을 돌아보고 향후 생태계의 변화 양상에 대한 후속연구의 토대를 제공한다는 데 그 의의가 있다.

주제어: 기부환경, 비영리 생태계, 경계 희석화, 자연어 처리, 단어 임베딩

### I. 서론

최근 많은 비영리 조직은 빠르게 변화하는 기부환경 속에서 본연의 역할과 정체성, 대응 능력에 대한 위기를 경험하고 있다. 비영리 조직은 공적 지향성을 가지고 사회적 가치를 실현하는 것을 목적으로 움직인다. 이러한 비영리 조직에게 있어 기부금은 조직의 생존에 필요한 재정적 자

\* 본 논문은 사회복지공동모금회에서 발간한 “기부 환경 변화 연구-비영리 조직의 인식과 대응을 통하여” (조사연구 2024-04)의 일부(제2장)를 학술논문으로 재구성하며 분석을 보완한 것임.

\*\* 사회복지공동모금회 나눔문화연구소 연구위원(leesh11@chest.or.kr)

\*\*\* 연세대학교 사회학과 박사과정(rlghd94@naver.com)

원일 뿐만 아니라 시민사회로부터 조직의 목적과 미션을 인정받는 장치이기도 하다. 특히 일반 시민들의 자발적 참여로 마련된 기부금은 비영리 조직이 의사결정에 자율성을 가지고 본연의 목적을 달성할 수 있는 기반 자원이 된다(노연희 2022). 따라서 비영리 조직에게 효과적인 기부금 모집은 중요한 생존전략이며, 이를 위해 변화하는 기부환경에 어떻게 대응할 것인가를 고민할 수밖에 없다.

최근 비영리 생태계는 사회문제가 복잡하고 다층적으로 전개되는 변화 속에서 기부금의 모금과 배분을 수행하는 주체가 다양해지고, 협력관계의 범위가 확장되는 양상을 보이고 있다. 이러한 변화는 비영리 조직으로 하여금 다수의 이해관계자와 동시에 소통하고, 네트워크를 관리하며, 파트너십을 구축하는 등 효과적인 역할 수행을 위한 역량을 요구하고 있다. 특히 코로나 19 팬데믹을 기점으로 디지털 기술의 도입과 활용이 급속히 확대되면서, 비영리 조직들은 빠르게 변화하는 외부 환경에 적응함과 동시에 세대교체와 구성원의 다양화에 따른 조직문화 재구성이라는 내부적 과제에도 직면하고 있다(이수현·이민영·김미희·구지윤·유재윤·문기홍·김도연 2024).

이러한 변화에 대응하여 많은 비영리 조직들이 혁신적 조직운영과 체질 개선을 시도하고 있다. 그렇지만 일부 조직, 특히 중소기업의 비영리 조직은 변화에 대응하기 어려운 자원의 한계, 지속적 재정 확보의 어려움 등으로 인해 존폐의 위기에 직면하기도 한다(김혜정·김유나·김미희 2023). 이러한 상황은 비영리 생태계의 지속가능성을 우려하게 만든다. 특히 기부생태계를 구성하는 주요 행위자들—기부자, 비영리조직, 기업, 정부 등—이 상호의존적 역할을 충분히 발휘하지 못하고 있는 점에 주목할 필요가 있다.

지속가능한 기부문화가 형성되기 위해서는 생태계 전반의 건강한 순환과 협력적 관계가 조성되어야만 한다는 점에서, 각 주체마다의 역량만 아니라 주체 간 건강한 파트너십이 핵심 조건이라 할 수 있다. 이상적으로 각 주체는 상호 보완적 역할을 수행하며, 특히 비영리 조직은 사회적 감시자이자 공공의 이익을 대변하는 역할을 맡는다. 때문에 기부환경이 변하고 기부생태계가 복잡해져도 비영리 조직의 역할은 여전히 매우 중요하다. 그러나 코로나19 이후 비영리 조직의 역할이 점차 축소되고, 정부와 기업의 감시자로서의 기능을 충분히 수행하지 못하고 있다는 우려가 제기되고 있다(박재창 2022).

기부문화 및 비영리 생태계에 대해 논의한 선행 연구들은 기부의 형태, 동기, 지속성의 요인들을 확인해 기부문화를 활성화할 수 있도록 제언하고자 노력해왔다. 비영리 조직과 기부의 관계를 살펴며, 비영리 조직에 대한 기부자들의 인식이 기부행위에 어떠한 영향을 미치는지 그 영향요인을 확인하는 연구들도 많았다(이지선·조주희 2024; 최성언·최수빈·강다운 2024). 한편 피규제자인 비영리조직의 관점에서 정부의 관리·감독 체계를 살펴보는 시도(조성하 2024)나 비영리 조직의 수입원을 다각화하기 위한 고찰(김인태 2024)도 이루어진 바 있다. 기업의 사회공헌 사업과의 협력 사례도 소수이지만 연구된 바 있고(김나영·유영미 2024). 기업이 다양한 비영리 조직과의 협업을 통하여 다양한 사회문제를 해결하고 있는 상황을 보여주고, 이론적인 근거를

통한 이상적인 모델을 제시하는 연구가 필요하다고 제안되기도 했다(최칠성 2025).

그런데 앞선 논의들은 구체적인 기부환경 속 비영리 생태계의 특정 주체 또는 비영리조직과 기부자, 정부, 기업 등 특정 주체와의 관계에 한정해 현황을 분석했다는 한계를 갖는다. 이러한 접근은 각 요소를 심층적으로 이해하는 데 기여했으나, 기부를 둘러싼 전체 생태계의 상호작용을 종합적으로 분석하는 데에는 한계를 지닌다. 기부 및 비영리의 지속가능한 생태계를 위해서는 특정 조직의 특성만 아니라 각 주체들의 상호작용을 살펴보는 것이 중요하다. 시민사회 연구 분야의 석학인 마이클 에드워즈(Michael Edwards)는 생태계적 관점을 통해 시민사회를 고립된 객체로 보지 않고, 국가-시민사회-시장의 관계 속에서 거시적으로 조망하게 할 필요가 있다고 말한다(Michael 2013). 이러한 관점에서 최근 조직군 생태이론을 적용하여 비영리단체의 형성을 실증적으로 분석해본 논의(김난유 2022)나, 한국 시민사회의 위기를 국가-시장-시민사회의 관계, 그리고 조직·가치·공론장의 축을 통해 진단하려는 시도(정상호 2020)가 나타난 것은 매우 고무적이다. 그러나 기부환경의 변화 속에서 비영리 생태계 내부의 행위자들의 역할 변화와 관계적 역동을 분석하려는 시도는 아직 거의 이루어지지 않았다.

본 연구는 이러한 문제의식에 기초하여 코로나19 팬데믹 전후 10년간, 한국 기부환경의 변화 속 여러 주체들의 파트너십을 중심으로 비영리 생태계의 재편을 탐색하고자 한다. 특히 비영리 조직, 정부, 기업이라는 현대사회 주요 3섹터의 주체들이 기부를 매개로 연결되고 협력 또는 경쟁하는 관계 지점들을 확인함으로써, 비영리 생태계가 직면한 지속가능성의 도전과제를 규명하는 데 목적을 둔다. 이를 위해 '기부'를 키워드로 한 언론기사 데이터를 수집하고, 텍스트마이닝 기법을 활용하여 비영리조직, 정부, 기업의 역할 변화와 파트너십의 형태적 변화를 분석한다. 본 연구는 이를 바탕으로 기부환경 및 비영리 생태계의 주체 다변화, 파트너십 구조의 변화, 그리고 비영리조직의 위상 및 역할 변동에 대해 비판적으로 고찰하고자 한다.

## II. 이론적 배경 및 문제의식

### 1. 비영리 생태계와 기부환경

사전적으로 비영리(Non-profit)란 자본의 이익을 추구하지 않는다는 의미를 지닌다. 그러나 우리 사회에서 일반적으로 사용하는 '비영리'의 개념은 단순히 영리의 반대가 아니라, 비정부, 시민사회, 제3섹터, 나아가 사회적 경제까지 포괄하는 넓은 영역으로 이해된다.

많은 학자들은 현대 사회를 분석하는 기본 틀로 '3대 섹터' 모델을 수용해왔다(주성수 2020). 이에 따라 국가와 시장에 대비되는 제3섹터를 시민사회 혹은 비영리 등 어떤 용어로 명명할 것인가를 두고 논의가 지속되어왔다. 일부 연구자들은 비영리라는 용어의 개념적 유용성이 낮다고 지적하거나(Gidron, Bar, Katz 2003), '영리가 아닌 섹터'라는 부정어법적 표현이 부적절하다

고 보아, 자원조직(VO: Voluntary Organizations)이나 시민사회조직(CSO: Civil Society Organizations) 등의 용어를 사용하는 사례도 존재한다.

그러나 한국에서는 여전히 '비영리'라는 용어가 가장 보편적으로 사용되고 있으며, 이는 제도적 표현에서도 확인된다. 예를 들어 「민법」은 법인을 영리법인과 비영리법인으로 구분하며(민법 제32조, 제39조), 비영리법인을 '학술·종교·자선·기예·사고 등 영리를 목적으로 하지 않는 사업을 수행하기 위해 설립된 사단법인 또는 재단법인'으로 정의한다. 「비영리민간단체지원법」(2000년 4월 시행)에는 영리가 아닌 공익활동을 주된 목적으로 하는 단체를 '비영리민간단체'로 규정하고 있다(제2조). 이에 본 연구에서는 시민사회와 제3섹터를 포괄하는 넓은 의미에서 '비영리'라는 용어를 사용한다. 특히 기부환경의 변화를 통해 비영리 생태계의 현황을 살펴보기 위하여 경제적 이익을 추구하지 않는 NGO 및 CSO를 포함하는 영역을 비영리(시민사회, 제3섹터)로 정의한다.

또한 개념적으로 비영리에는 특정 조직뿐 아니라 기부나 자원봉사와 같은 시민자원 활동이 포함된다(Salamon & Sokolowski 2014; 주성수 2020: 25). 시민자원 활동은 시민들이 자발적으로 자신의 시간, 재능, 에너지를 사회와 공동체를 위해 기여하는 공익적 활동으로, 사회문제의 예방과 해결, 그리고 공동체 발전에 기여한다. 특히 기부는 비영리 조직이 의사결정의 자율성을 확보하고 본연의 목적을 달성할 수 있도록 지원하는 핵심 자원으로, 비영리 조직의 생존 기반을 형성한다(최성언·최수빈·강다운 2024; 노연희 2022). 즉 본 연구에서 말하는 '비영리 생태계'란 비영리 조직, 시민, 정부, 기업 등 다양한 행위자가 상호작용하는 복합적 관계망으로서, 기부·자원봉사 등 시민자원의 흐름, 정책 및 제도 환경, 그리고 사회적 인식과 가치체계가 통합적으로 작용하는 구조를 지칭한다.

이러한 비영리 생태계는 기부 환경과 그 구성요소들이 상호작용하며 균형을 이루는 체계로 유지된다. 사전적으로 환경(環境)은 '생활하는 주위의 상태'를 의미한다. 생물학적 맥락에서 환경이란 생물에게 직접 또는 간접적으로 영향을 미치는 자연적 조건이나 사회적 상황을 지칭하며, 조직의 관점에서는 '조직의 외부에 존재하면서 실제로 또는 잠재적으로 조직에 영향을 미치는 모든 현상'을 의미한다(Hawley 1950). 이러한 개념에 기반을 두어 볼 때, 기부환경이란 '기부에 실제로 또는 잠재적으로 영향을 끼치는 외부의 모든 현상'으로 정의할 수 있다. 기부환경은 기부자와 수혜자인 개인, 비영리조직, 기업, 정부 등 다양한 주체의 기부 행위에 영향을 미치는 모든 요인을 포괄한다. 예를 들어, 개인 기부자에게는 심리적 동기, 인구 통계적 배경, 종교적·사회적 규범 등부터, 기업에는 사회적 책임에 대한 인식과 정부의 규제·재정정책 등이 포함된다(이수현 외 2024).

따라서 기부환경은 각 구성요소 단위의 변화에 따라, 또 상호 연결된 각 주체들의 파트너십 변화에 따라 함께 변화하며 이는 결과적으로 생태계 전체의 변화를 가져온다. 결국 기부환경의 변화를 통해 비영리 생태계를 분석한다는 것은 단순히 기부나 모금 행위 자체나 조직 내부 요인에 국한되지 않고, 정부·기업·시민 등 다양한 주체 간 상호작용과 더불어 제도적·사회경제적 환경

등 구조적 조건까지 함께 고찰하는 것을 뜻한다.

## 2. 비영리 생태계, 비영리조직과의 협력 구조

비영리 생태계는 공공, 민간 및 비영리 부문에 걸쳐 여러 파트너와 다중의 관계를 맺는 복잡한 외부 환경에서 운영된다(Caperchione, Demirag, Grossi 2017; Kattel & Mazucato 2018; Kominiset et al. 2021). 사회문제가 복잡해질수록 네트워크는 사회의 중요한 이슈가 된다(Castelle 2000). 문제를 해결하기 위해서 정부와 기업, 비영리와 시민사회 등 사회 전반의 공동체적 노력이 필수적으로 필요해지기 때문이다. 이미 많은 연구는 네트워크 거버넌스(network governance)의 시각에서 시민사회를 포함한 다양한 행위자들과 연계해 네트워크를 구축하고 활용하는 것의 중요성을 확인해오고 있다. 그러나 우리 사회의 비영리 조직들은 오래전부터 외형적 성장과 달리 내부적 역량과 자원이 취약하며, 이런 상황에서의 파트너십이 매우 불안정하거나 비대칭적이라는 지적을 받아왔다(옥원호 2002).

비영리 조직은 다른 섹터에서는 부차적 목표인 사회적 미션에 의해 움직이며, 기업과 달리 불확실한 자금 구조 속에 있고, 정부의 공공서비스를 대리로 제공하는 계약자이기도 하다(Egdell & Dutton 2017). 따라서 비영리 조직의 성장 또는 지체는 조직 그 자체의 특성에 따른 단편적 요인으로 설명할 수 없고, 비영리 조직이 자리하는 생태계 전반을 구성하는 환경요소들이 복합적으로 작용한 결과물로 볼 수 있다. 그래서 비영리의 기능과 역할 그리고 역사적 발전은 상대적인 관점 특히 국가나 시장과의 관계 속에서 이해되어야 한다(Habermas 1991).

지난 2015년, 한국 시민사회의 변화를 살펴본 박상필의 연구에서는 1990년대와 2000년대를 거치며 일어난 비영리 생태계의 주도권, 단체유형, 주요 가치, 의사소통, 재정충원, 참여방식, 거버넌스 등의 빠른 변화는 연구자를 당황스럽게 할 만큼이라고 말했다(박상필 2015). 이때 꼽힌 한국 비영리 생태계의 주된 변화는 온라인 단체의 증가, 주창활동(advocacy)의 상대적 위축, 중개조직이나 중간지원조직의 등장, 사회적 경제와 관련된 대안사회운동 조직의 확대 등이었다. 그리고 이러한 변화의 기저에는 통신기술의 발달, 정권교체, 사회구조의 다원화, 개인 욕구의 변화 등과 같은 요소가 작동하고 있었다.

정부, 기업, 외부재단의 재정지원이 비영리 조직의 활동에 미치는 영향은 최근에 더욱 큰 관심을 받고 있다. 특히 정부의 재정지원은 그 큰 규모로 인하여 집중적인 연구 대상으로 대두됐다. 우리나라를 비롯하여 서구 선진국의 비영리 조직들은 조직 예산의 평균 30% 정도를 정부 지원에 의존하고 있는데(김석은 · 김유현 2015), 정부의 재정지원을 많이 받는 비영리 조직일수록 조직의 미션이 정부의 방향성과 타협될 가능성이 많다(Lipsky & Smith, 1989). 하지만 실증 연구들이 이러한 주장을 일관되게 뒷받침하지는 않고 있다. 일부 연구는 정부의 재정지원이 비영리 조직의 활동에 부정적인 영향을 미친다고 주장하지만(Wolch 1990), 다른 연구에서는 서로 상관관계가 없다고 주장한다(Chaves, Stephens, Galaskiewicz 2004). 김석은과 김유현의 연구(2015)

는 30개 OECD 국가를 대상으로 패널분석을 시행하여 정부의 재정정책이 비영리부문의 성장에 미치는 영향을 살펴보았는데, 국가별로 정부와 비영리부문의 관계에 대해 모두 일치되는 결과를 보이지 않았으며 정부와 비영리가 서로 대립적이면서도 또한 상호의존적인 모습이 동시에 나타나고 있었다.

이처럼 그 영향이 긍정적일 수도 있고(Salamon 2000), 부정적일 수도 있지만(Matsunaga, Yamauchi, Okuyama 2010; Pevcin 2012) 정부의 제도적 환경, 정치적 기회구조가 비영리 조직에 영향을 미치는 것은 사실이다. 정부의 사회복지지출액은 비영리 조직의 성장에 영향을 미치며(김석은, 김유현, 2015), 비영리 조직에 대한 기부율도 전반적인 경제상황과 정부의 조세정책에 직접적인 영향을 받는다(Hodgkinson & Weitzman 2001). 세율이 인상되면 세수확대를 통해 민간의 가치분소득을 위축함으로써 비영리 조직에 대한 민간의 기부를 저해하기도 하지만, 기부금에 대한 소득공제 및 비영리 조직에 대한 비과세 등 세제 혜택은 민간의 기부를 촉진하여 비영리부문의 성장에 긍정적인 기여를 할 수도 있다(Hansmann 1987).

그런데 최근에는 정부보다 기업, 재단, 초고액자산가가 기부문화에 미치는 영향력이 커진다는 지적이 나타나고 있다. 특히 미국에서는 시민과 정부의 관계가 연약해짐에 따라 새로운 세대의 최상위 부자들이 필란트로피 세계에 참여해 민간 자선단체의 자금 지원, 사명, 활동, 운영상 특징에 급격한 변화를 촉발시켰다(롭 라이히, 루시 베른홀츠, 키아라 코텔리 2021). 일각에서는 소수가 시민사회를 주도하며 시민사회와 민주적 거버넌스의 관계를 바꿔놓는 현상을 파괴적이라고 보며, 공공을 목적으로 하지만 이전과 비교해 훨씬 큰 자본의 규모로 이루어지는 민간 주도 사업들이 공공 영역을 대체하고 있고(Bishop & Green 2010) 결국 공공 부문의 설 자리를 없애으로써 시민의 목표를 효율성과 시장에 대한 협소한 관심으로 바꿔버린다고 주장한다(CIVICUS 2016). 시장이 제1섹터의 주요기관으로 등극해서 인간의 자유가 계약에 따라 잘못 지배되는 경우 심각한 위험이 따르기 때문에, 제3섹터로서 시민사회가 인간 자유와 사회정의를 위한 투쟁에서 주도적인 역할을 해야 한다는 폴라니(Polanyi 1944)의 주장(Van Til 2000, 19)과는 반대되는 상황이 펼쳐지고 있는 것이다.

### Ⅲ. 한국의 기부환경 변화

#### 1. 정부: 법·제도의 강화와 모금 주체로의 부상

정부는 기부 관련 세제 개편, 공익법인에 대한 규제 및 보호와 관련된 법의 제정 등을 통해 기부생태계 전반을 규제·관리하는 역할을 해왔다. 정부 정책은 결사체적 삶의 저력과 형태에 어떤 중요한 영향력을 행사한다(마이클 에드워즈 2018, 34). 한국 시민사회의 발전 과정에서는 특히 정권의 변화에 따라 주도권, 역동성, 거버넌스, 신뢰 등에서 커다란 변화가 있었다는 특성이 나

타나기도 한다(박상필 2012).

한국 정부는 민간자원을 통해 복지 욕구를 해결하고 비영리 조직의 활동을 보조하는 기부금의 역할과 필요성에 동의하여 기부금에 대한 세제혜택을 적용하고, 국세청 등을 통해 비영리 조직들의 투명성을 관리하는 등, 기부와 관련된 제도적 환경을 정비하고 관리한다. 최근 10년간에는 비영리공익법인 및 단체에 적용되는 세제, 의무사항을 점차 강화해왔다. 대표적으로 2018년 2월 13일 법인세법 시행령 개정 시 지정기부금단체의 의무사항이 대폭 강화 되었으며, 2020년을 전후로 공익법인과 관계되는 소득세법, 법인세법, 상속세 및 증여세 법들이 개정되면서 재정에 대한 의무공시 대상을 모든 공익법인으로 확대하고, 외부회계감사대상이 확대되는 변화가 있었다. 국회에서 오랜 시간 계류 중이던 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」의 개정안이 2024년 7월 시행되면서 기부금품의 범위가 확대된 것도 주요한 변화다. 그러나 최근 개정안으로 인해 개념에 대한 혼란이 발생하고, 정기후원회원의 정기후원금은 대상에 포함되지 않는 것으로 해석되는 것 등에 대해서는 문제제기가 이어지고 있다(고형석 2025).

무엇보다 큰 변화는 2023년 1월 1일부터 「고향사랑 기부금에 관한 법률(고향사랑 기부금법)」이 시행되면서 지자체가 모금의 주체로 등장한 것이다. ‘고향사랑기부제’는 지방자치단체가 직접 기부를 유치하는 제도로, 정부 차원에서 추진하는 새로운 모금 모델이다. 2025년 1월부터는 고향사랑기부제를 통해 가능한 기부금의 규모가 더 확대되었고(기존 연간 500만원에서 2025년 2,000만원), 최근 경북에서 발생한 산불로 특별재난지역으로 선포된 지역에 고향사랑기부금을 통해 수십억 원이 모금되는 등 그 규모가 크게 증가하는 모습이다. 그러나 고향사랑기부제를 통해 얼마나 모금되었고, 그것이 어디에 어떻게 집행되었는지 확인할 수 있는 공식 자료는 존재하지 않고, 소수의 지자체에서만 공식 홈페이지를 통해 관련 정보를 공시하고 있다. 예를 들어 강원특별자치도 원주시의 경우 공식홈페이지를 통해 기부금 현황을 공개하고 있는데, 2023년에는 1,997건의 기부를 통해 30억 5천여만 원이, 2024년에는 29,06건의 기부를 통해 34억 4천여만 원이 기부되어 고향사랑기부제를 통한 모금액이 증가하고 있음을 알 수 있다. 한편 지출액은 두 해 모두 0원이라고 보고되고 있다<sup>1)</sup>.

## 2. 기업: 사회공헌의 재편과 영향력 확대

전통적으로 비영리 생태계에서 기업의 역할은 주로 ‘기부자’ 또는 ‘재원 제공자’였다. 기업은 후원금이나 물품을 제공하고, 비영리 조직은 이를 활용해 사업을 기획·운영하는 상호 보완적 역할을 수행해온 것이다. 그러나 최근 기업은 단순한 기부자를 넘어, 직접 사회공헌사업의 내용과 성과(임팩트)에까지 개입하는 방향으로 적극적 변화를 보이고 있다. 기업들은 사회적 책임(CSR, Corporate Social Responsibility), 공유가치창출(CSV, Creating Shared Value), 환경·사회·지배

1) 원주시는 공식홈페이지에 <원주고향사랑기부제>라는 게시판을 운영하여, 기부금현황 및 기부자와 답례품 관련 정보도 제공하고 있다. <https://www.wonju.go.kr/www/contents.do?key=6137>

구조(ESG, Environmental, Social, and Governance)와 같은 새로운 경영 패러다임이 3~4년 주기로 부상하며 혼란을 겪어왔지만, 이 과정에서 기업의 사회문제 개입과 기부에 대한 관심은 확대되었다. 단순한 재정지원을 넘어 기업과 기업재단이 사회공헌 사업을 직접 기획하거나, 역할을 나누어 비영리 조직과 함께 사업을 시행하는 구조가 확산되고 있다. 특히 ESG를 중심으로 한 기업 경영 기조는 비영리 조직들이 기존 사업 방향이나 전략을 기업의 요구에 맞춰 조정하게 만드는 압력으로 작용하기도 한다(박미희·노연희·이수현·윤지현·한우재·이민영·유재운 2023).

한편 기업은 비영리 조직이 충분히 확보하지 못한 기술적 전문성이나 디지털 역량을 제공하는 파트너로서의 중요성도 높아지고 있다. 많은 비영리 조직들은 기부금 모집을 위해 디지털 마케팅 대행사, 콜센터 등 영리 기업 서비스를 활용하고 이를 통해 모금 효율성을 높이고자 하며 이는 특히 대규모 조직에서 활발히 이루어지고 있다. 기업의 기술 적용 여부가 곧 비영리 조직의 모금 성과에 직접적인 영향을 미치는 변수가 되어가고 있는 것이다.

최근 기업들은 기업재단 등을 통해 직접 모금을 진행하고, 이를 통해 비영리 조직과 파트너십을 이루어 사회공헌을 하는 것이 아니라 직접 사업을 진행하는 사례도 늘고 있다. 코로나 이후 기업의 사회혁신에 대한 역할이 강조되면서 기업의 공익재단도 기업 사회공헌의 보조 역할에서 확장해 기업 고유의 차별화된 사회공헌사업을 주도하는 새로운 역할을 제시하게 되었다. 기업은 E(환경), G(거버넌스)에 집중하되, S(사회) 영역 중 지역사회와 국가가 당면한 과제를 찾아내어 해결하는 사회혁신 영역에서 기업 공익재단의 주도적 역할의 수행이 필요하다고 인지하게 되면서 공익재단의 사업 규모를 확대하고, 공공부문의 협력을 확대하는 변화가 나타나고 있다(포스코경영연구원 2022). 이와 함께 일부 재단은 기부금을 받을 수 있는 법인격을 가지고, 직접 모금하고 사업을 진행하는 사례가 증가하고 있다. 그러나 현재 기업재단들의 모금 현황을 확인하기는 쉽지 않다. 국세청 공익법인 공시시스템을 통해 재단별 기부금 수입 규모를 확인해볼 수 있으며 이를 가공하여 유료서비스의 형태로 현황을 제공하는 연구기관도 있지만, 공식적으로 이를 종합해 확인할 수 있는 자료는 없는 상황이다.

### 3. 비영리: 행정력 소모와 파트너십 약화, 역할의 고민

비영리 조직들은 정부와 사회 전반이 투명성을 요구함에 따라 조직 운영, 성과, 재정정보 공개의 수준과 범위를 강화해 오고 있다. 이 과정에서 많은 조직들은 투명성과 신뢰성 제고의 필요성에는 공감하면서도 한정된 인적·재정 자원으로 인해 행정적 부담과 과도한 인력 소모를 경험하고 있다(노연희 2022). 스스로의 투명성을 증명하기 위해 각종 보고와 행정 절차에 많은 자원을 투입하면서 발생한 행정 부담은 특히 중소기업 비영리조직에게 큰 압박이 되고 있으며, 결과적으로 현장에서의 사회사업 역량이 약화되는 부작용을 낳고 있다(이수현 외 2024).

한편 경제 저성장과 코로나19의 여파로 시민들의 기부 참여율은 계속 감소하고 있다. 통계청이 격년으로 조사하고 있는 「사회조사」의 결과에 따르면 2023년도 기부 참여율은 23.7%로, 팬

데믹 시기인 2021년도 21.6%에 비해서는 상승했으나, 2011년 36.4%로부터 계속해서 하락하는 추세를 보인다. 이러한 가운데 비영리 조직의 재정구조는 정부와 기업에 더욱 의존하게 되고 있다. 특히 정부 보조금이 축소되면서 비영리의 기업 재원에 대한 재정적 의존도가 높아지는 추세다. 기업 주도의 기부 활동은 효율성과 규모 확대를 가져올 수 있지만, 동시에 기업의 전략적 목적과 브랜드 이익이 기부 활동의 방향성을 좌우할 우려로 이어진다. 자원의 안정성 확보를 위해 기업의 방향성에 비영리가 따라가는 모습이 되면서, 파트너십 관계의 불균형을 심화시킬 가능성이 높아진 것이다. 이러한 구조적 변화는 비영리의 자율성을 제약하고, 목표 설정과 프로그램 운영 과정에서의 독립성을 약화시키며, 나아가 사회적 역할 수행과 파트너십에서의 주도권 상실로 이어질 위험이 크다(박미희 외 2023).

이와 같이 최근 한국의 기부환경은 단순히 기부금의 증가·감소 차원을 넘어 구조적 재편이라는 중대한 변화를 겪어왔다. 정부, 기업, 비영리라는 주요 행위자들이 각각의 이해관계와 전략에 따라 새로운 방식으로 기부생태계에 개입하면서, 그 사이의 균형과 협력 관계에도 뚜렷한 변화가 나타나고 있다. 특히 정부는 규제자이자 동시에 모금 주체로 전환하는 이중적 위치에 서게 되었고, 기업은 재원 제공자를 넘어 사회공헌의 방향을 주도하는 행위자로 부상하였다. 반면 비영리는 투명성 요구와 행정력 소모 속에서 자율성과 주도권을 약화시키는 위기를 겪고 있다. 이러한 기부환경의 변화는 비영리 생태계의 지속가능성과 민주적 균형이라는 측면에서 중요한 문제 의식을 제기한다. 그러나 비영리 생태계 및 기부문화 전반에 대한 학술적 논의에서 행위 주체들의 역할 변화와 파트너십 구조를 체계적으로 가시화하는 시도는 이루어지지 않았다. 향후 비영리 생태계의 방향성을 모색하기 위해서는 정부, 기업, 비영리가 실제로 수행하는 역할과 그 변화 양상을 실증적으로 분석하는 것이 필수적이다. 따라서 본 연구는 행위 주체들의 역할 변화와 파트너십 구조를 실증적으로 분석함으로써, 기존 연구에서 충분히 다뤄지지 않은 비영리 생태계의 구조적 전환을 밝히고자 한다.

## IV. 연구자료 및 분석 방법

### 1. 분석 자료

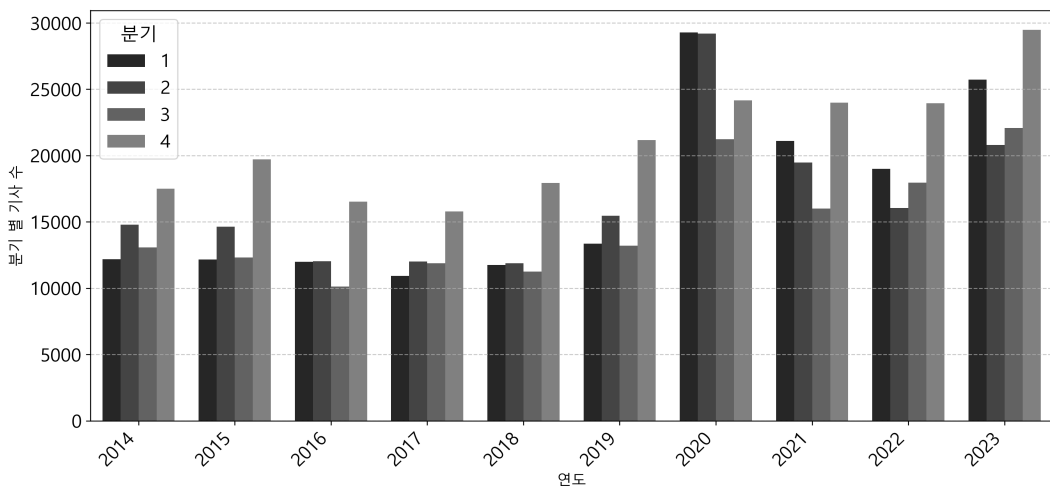
본 연구는 기부와 관련된 국내 언론 보도 내용을 중심으로 한국의 비영리 생태계에서 기부(모금)와 관련된 행위 주체들의 역할과 파트너십이 시간에 따라 변화해 왔는지를 실증적으로 파악하고자 하였다. 언론은 매체를 통하여 어떤 사실을 밝혀 알리거나, 어떤 문제에 대하여 여론을 형성하는 역할을 한다. 언론은 기부와 관련된 주요한 현안을 사회에 전달하는 역할을 하고, 그 보도의 프레임과 메시지 방향은 기부 인식과 참여 의향에 영향을 미친다. 관련한 연구들(김병철 2014; 정가는 2020)에 따르면 기부에 관련한 언론 보도를 접한 수용자가 해당 기사의 내용을 부

정적이라고 판단할 경우 기부 인식에도 부(-)적인 영향을 미친다. 그리고 재난재해 상황에서 관련 상황에 대한 언론 보도의 양이 많아지면 재난구호성금이 증가하기도 한다(김일태 2024). 따라서 언론은 기부문화에 대한 대중의 인식을 형성하는 것만 아니라 실제 모금에도 영향을 미치는 기부환경의 중요한 요소다.

분석을 위해 국내 언론기사에 관한 다양한 정보를 제공하는 서비스인 빅카인즈(BIG KINDS)를 활용하여 기사 자료를 수집하였다. 분석 대상은 '기부' 키워드로 검색된 2014년부터 2023년까지 10년간의 신문 기사 693,015건이며, 기사 제목과 본문에서 추출한 키워드에 대해 분석을 실시하였다. 이와 같은 분석 기간을 선택한 이유는 해당 기간이 코로나19 팬데믹을 포함하여 팬데믹 전후의 기부환경 변화를 비교 분석하기에 적절할 것으로 판단했기 때문이다. 더 장기간의 자료를 수집할 경우 기부환경의 장기적 추세를 파악할 수 있으나, 이는 기부환경 변화와 각 조직의 역할 변화에 주목하는 본 연구의 목적에는 부합하지 않는 것으로 판단했다.

각 연도의 분기별 기사 수는 <그림 1>에 제시되어 있다. 전반적으로 4분기에 보도된 기사 수가 다른 분기에 비해 높은 경향을 보인다. 이는 연말연시에 기부 캠페인 및 모금 활동이 집중되는 것과 관련이 있는 것으로 해석된다. 코로나19가 본격적으로 확산되기 시작한 2020년 1분기 및 2분기에는 기사 수가 일시적으로 급증하는 현상이 나타나는데, 이는 팬데믹으로 인한 사회적 이슈와 맞물려 기부 및 나눔에 대한 언론의 관심이 증대되었음을 시사한다. 따라서 본 연구에서는 사회·문화 및 시민들의 행동에 큰 영향을 미친 코로나19 팬데믹 시기를 포함한 최근 10년간의 기부와 관련된 주제어들을 통해 관련 생태계의 변화를 살펴보고, 각 섹터와 관계된 주요 연관에 대해서는 코로나 전-후의 시기를 비교했다.

<그림 1> 각 연도 및 분기별 기사 수



## 2. 분석 방법

### 1) 잠재 디리클레 할당(LDA, Latent Dirichlet Allocation)

본 연구는 대량의 텍스트 데이터 내에 잠재된 주제를 탐색하기 위해 비지도 기계학습(unsupervised machine learning) 방식의 분석 기법 가운데 하나인 LDA를 활용하였다. LDA는 대표적인 주제 모형(topic model) 가운데 하나로, 개별 문서를 구성하는 단어들의 분포에 기반을 두어 문서 집합 내에서 다루어지는 다양한 주제들을 식별한다(Blei, Ng, Jordan 2003). 이때 문서의 주제는 문서 내에 등장하는 개별 단어들의 확률 분포의 형태로 표현된다. 즉, LDA는 개별 문서들을 구성하고 있는 단어들의 분포를 바탕으로 이를 가장 잘 설명하는 단어의 사전 확률 분포를 도출하며, 연구자는 확률 분포 내에서 서로 다른 가중치를 갖는 단어들의 조합을 바탕으로 각 주제의 의미를 가장 잘 드러내는 주제명을 결정하게 된다. 또한 LDA는 이러한 단어들의 확률 분포를 개별 문서에 적용함으로써 각 문서가 어떠한 주제로 이루어져 있는지 파악한다. 결과적으로 LDA를 통해 연구자는 분석 대상이 되는 문서 집합 내에서 다루어지는 주제들의 목록을 도출해낼 수 있으며, 다시 이를 바탕으로 개별 문서들이 어떠한 주제에 가장 가깝게 작성되어 있는지를 파악할 수 있다.

이때, 가장 적절한 주제 모형을 구축하기 위한 주제의 개수(K)는 LDA의 진행 절차 내에서 자동으로 계산되지 않으며, 연구자가 사전에 설정해주어야 한다. 본 연구에서는 LDA에서 최적 토픽 수를 결정하기 위해 일반적으로 활용되는 혼란도(perplexity score)와 일관성(coherence score)을 바탕으로 지표상으로 적절하다고 판단되는 주제 개수의 구간을 탐색하였다. 이후 해당 구간 내에서 도출된 주제들이 명확한 의미를 나타내고 분석의 목적에 부합하는지에 대한 연구자의 판단과 해석을 반영하여, 최종적으로 의미상 가장 명확한 해석이 가능한 22개의 주제를 최적의 주제 모형으로 결정하였다.

본 연구는 LDA를 활용하여 분석 대상 기사에서 드러나는 주요 주제들을 파악한 뒤, 이를 바탕으로 언론 보도에서 다루어지는 기부와 관련된 기사들이 갖는 내용상의 특성 및 각 주제의 등장 빈도를 파악하였다. 또한, 시기에 따른 주요 주제들의 비중 변화를 파악하여 시기별 기부 기사 보도의 특성 및 비중 변화의 추세를 기술적으로 분석하였다.

### 2) 패스트텍스트(FastText)

주제 모형은 기사 내에서 드러나는 각 주제의 내용과 시기별 발현 비중을 파악하는 데는 유용하나, 문서 내 단어들의 등장 순서를 고려하지 않아 특정 단어가 사용되는 주변 문맥을 포착하기 어렵다. 따라서 본 연구는 단어 임베딩(word embedding)을 활용한 분석 기법을 통해 기부(모금) 행위자들이 드러나는 방식과 맥락, 그리고 역할 특성을 보다 구체적으로 파악하고자 하였다. 단어 임베딩은 단어나 문장 간의 의미적 유사성을 수치화하여 다차원의 벡터 공간(vector space)

에 표현하는 언어 모형으로, 특정 단어의 전후에 존재하는 주변 단어들을 모형 학습에 활용함으로써 각 단어의 의미적 맥락을 가장 잘 반영하는 단어 벡터(word vector)들을 추정하는 분석 기법이다. 단어 임베딩은 '유사한 맥락에서 사용되는 단어들은 서로 비슷한 의미를 가진다'는 분포 가설(distributional hypothesis, Harris 1954)에 기반한다. 의미가 유사한 단어들은 그만큼 유사한 언어적 맥락에서 등장할 가능성이 크기 때문에 비슷한 문맥을 공유하는 단어는 단어 임베딩 모형 내에서 서로 비슷한 값의 벡터를 가진다. 따라서 두 벡터 간 거리가 가까울수록 해당 단어들이 의미적으로 유사하다고 볼 수 있다(Mikolov, Sutskever, Chen, Corrado, Dean 2013). 즉, 단어 임베딩이란 문서 집합 내에 등장하는 단어들을 추상적인 해석이 가능한 다차원의 벡터로 변환하는 과정이라고 볼 수 있다(강정환·송민이 2023).

다양한 사회과학 분야에서 대표적으로 사용되는 단어 임베딩 모형으로는 워드투벡(Word2Vec)을 들 수 있으나, 이는 단어의 형태학적 특성을 효과적으로 반영하지 못한다는 한계를 가진다. 예를 들면 '기초생활수급자', '기초생활수급대상자', '국민기초수급자'와 같이 같은 의미를 갖지만 형태가 다른 단어들을 별개의 단어로 인식하고 각각에 대한 단어 벡터를 생성하게 된다. 따라서 본 연구는 개별 단어를 자모나 음절 단위로 분해하는 하위 단어(subword) 방식을 통해 이러한 한계를 일부 개선한 FastText 모형을 사용하였다. FastText는 개별 단어를 일련의 연속적인 단어나 문자를  $n$ 개씩 묶은,  $n$ -gram과 같은 하위 단어의 형태로 변환하여 임베딩에 활용한다. 만약 '기초생활수급자'라는 단어를 3-gram FastText로 구현할 경우, 이는 단어 양 끝에 '<,'를 붙인 '<기초생활수급자>'에 대해 '<기초', '<기초생', '<초생활', '<생활수', '<활수급', '<수급자', '<급자', 그리고 전체 단어인 '<기초생활수급자'의 형태로 분해된다. FastText는 이러한 하위 단어 벡터들의 합을 통해 각 단어의 의미를 나타내기 때문에 유사한 하위 단어를 포함하는 다른 단어들과의 유사성을 더욱 높은 것으로 포착할 수 있으며, 결과적으로 빈도가 낮은 단어들에 대해서도 비교적 강건한 벡터값을 얻을 수 있다는 장점이 있다.

FastText 모형을 통해 학습된 단어들은 Word2vec과 마찬가지로 다차원 벡터 공간 내에서 고유한 벡터값을 가지며, 단어들 간의 코사인 유사도(cosine similarity)를 계산할 수 있다. 코사인 유사도는 벡터 공간에서 두 단어 벡터 간의 각도를 기반으로 산출되며, 두 단어가 문서 집합에서 사용된 맥락이 유사할수록 1에 가깝고, 반대로 맥락이 상이할수록 -1에, 전혀 상관이 없으면 0에 가까운 값을 갖는다. 본 연구는 코로나19 전후로 작성된 기사 문서 집합 각각에 대해 FastText를 수행함으로써 코로나19 전후에 따라 언론에서 드러나는 각 섹터의 기부(모금) 주체들이 다루어지는 맥락의 변화에 주목하고, 이러한 변화가 의미하는 각 주체들의 역할 변화를 포착하였다.

이때, 기사 내에서 등장하는 각각의 기부 주체들이 갖는 의미 구조를 통합적으로 포착하기 위해서는 개별 기업 및 비영리 조직의 이름들을 식별하고 이를 하나의 표현으로 통일할 필요가 있다. 따라서 「1365기부포털」에서 제공하는 공익법인의 명단(1365기부포털 2025)을 통해 공익법인으로 등록된 국내 비영리 조직의 이름 목록을 파악하였으며, 한국거래소 상장공시시스템(KIND)에서 제공하는 상장법인목록(KIND, 2025), 중견기업정보마당에서 제공하는 중견기업

목록(중견기업정보마당 2025), 그리고 중소벤처기업부에서 제공하는 벤처기업명단(중소기업벤처부 2024)을 통해 기업 이름 목록을 파악하였다. 이를 바탕으로 언론기사에서 등장하는 개별 기업 및 비영리 조직의 이름을 전부 'x기업'과 'x비영리'로 통일하였다. 공익법인 명단과 기업 명단에 모두 속하는 교집합의 경우는 분석에서 제외하였다. 또한 모든 연도는 n년으로 통일하였으며 기부금의 액수는 그 단위에 따라 n만과 n억으로 통일하였다.

본 연구를 위한 FastText 모형 학습 시, 기준이 되는 단어 중심으로 주변 단어를 예측하는 skip-gram 방식을 사용하였으며 학습 대상 단어의 앞뒤 각각 5개 단어를 문맥으로 활용하였다. 또한, 코로나19 팬데믹 전후에 따른 기부(모금) 행위 주체의 의미 변화를 파악하기 위해 코로나 이전과 이후의 언론기사 집합에 대해 각각 FastText 모형을 학습하였다. 코로나19의 공식적인 시작 시점은 학자마다 의견이 다를 수 있으므로 본 연구에서는 중국 후베이성 우한시에서 코로나19가 처음 세계보건기구(WHO)에 보고된 2019년 12월 31일을 기준으로 시기를 구분하였다. 이에 따라 코로나 이전 시점은 2014년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지의 기사를 포함하며, 코로나 이후 시점은 2020년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 기사를 포함한다.

## V. 분석 결과

### 1. LDA를 활용한 기사 주제 분석 및 시기별 주제 발현 빈도

#### 1) 언론에서 드러나는 기부 관련 주제 분석 결과

〈표 1〉은 LDA를 통해 도출된 총 22개 주제에 대한 분석 결과를 보여준다. 각 주제의 주요 단어들은 주제 모형 내에서 주제별 단어 확률 분포를 가중치가 높은 순서대로 나열한 것이다. 이때, 단순히 주어진 단어 목록에 기반을 두어 주제를 명명할 경우 실제 기사문에 담긴 정확한 주제를 온전히 파악하지 못할 수 있다. 따라서 각 주제별로 높은 비중을 차지하는 기사문을 연구자가 직접 검토하고, 기사 내용과 주요 단어 목록을 종합적으로 고려하여 최종적인 주제명을 결정하였다. 마지막 주제인 '잔여 토픽'의 경우, 해당 주제가 차지하는 비중이 미미하고 관련 기사들의 내용이 특정 주제로 수렴되지 않아 분석에서 제외하였다.

〈표 1〉 주제 모형 분석 결과

No.	주제	주요 단어	비중
1	취약계층 대상 기부	이웃, 성금, 전달, 사랑, 기탁, n만, 복지, 지역, 감사, 사회	0.104026
2	임직원 봉사활동	활동, 봉사활동, 임직원, 사회공헌, 지역, 전달, 봉사, 연탄, 장애인, 진행	0.079926

No.	주제	주요 단어	비중
3	아동 대상 기부	캠페인, 아동, 지원, 진행, 참여, 활동, 어린이, 기부금, 전달, 임직원	0.071815
4	지자체-복지단체 업무협약	지역, 사업, 지원, 선정, 복지, 문화, 사회, 주민, 센터, 추진	0.059112
5	기업 사회공헌 성과 보도	기업, 사회, 경영, 환경, 사업, 청년, 지원, 활동, 대표, 산업	0.056251
6	개인 기부자 미담 사례	사람, 생각, n년, 마음, 아이, 자신, 시작, 가족, 정도, 세상	0.050889
7	교육 기부	학생, 교육, 학교, 대학, 프로그램, 교수, 청소년, 운영, 활동, 진행	0.050467
8	공제 혜택	기부금, n만, 기부자, 제도, n억, 공제, 시행, 지자체, 혜택, 개인	0.044366
9	법정 보도	의원, 혐의, 대표, 검찰, 선거, 위반, 정치, 수사, 주장, 대통령	0.044024
10	지역 행사(수익금 기부)	행사, 시민, 지역, 축제, 개최, 운영, 부산, 시장, 참여, 마을	0.043121
11	프로모션	고객, 제품, 이벤트, 상품, 판매, 브랜드, 진행, 사용, n만, 서비스	0.04248
12	아너 소사이어티	회장, 회원, n년, 대표, 수상, 대통령, 대한민국, 가입, 명예, 사회	0.041418
13	개발 사업 공원 시설 기부 채납	사업, 조성, 계획, 시설, 추진, 도시, 공원, 부지, 주택, 건립	0.040042
14	재난 복구 지원	피해, 지원, 복구, 병원, 환자, 구호, 의료, 안전, 재난, 발생	0.036432
15	장학금 기부	장학금, 대표, 기금, n억, 발전, n만, 기부금, 재단, 인재, 이사장	0.034719
16	세계 부자 서열	n억, 미국, 한국, 달러, 세계, 일본, n만, 중국, 현지, 글로벌	0.033616
17	공연 수익 기부	공연, 문화, 예술, 영화, 음악, 콘서트, 무대, 개최, 진행, 사랑	0.032081
18	문화 생활(수익금 기부)	전시, 작품, 번역, 제작, 동물, 작가, 공간, 영문, 나무, 보호	0.030774
19	연예인 기부	가수, 영상, 배우, 영향력, 유튜브, AI, 게임, 광고, 방송, 공개	0.03065
20	고향사랑 기부제	고향사랑, 지역, 전남, 고향, 군수, 광주, 홍보, 동참, 시장, 지사	0.027991
21	스포츠 상금 기부	대회, 선수, 스포츠, 골프, 경기, 프로, 시즌, 상금, 우승, 체육	0.024371
22	잔여 토픽	금융, 삼성, LG, 은행, 삼성전자, NH, 디지털, 그룹, 임직원, KT	0.00953

각 주제들은 언론에서 ‘기부’라는 단어가 드러나는 매우 다양한 맥락을 보여준다. 가장 높은 비중을 차지하는 상위 다섯 개 주제는 기부 활동과 관련된 내용을 다루고 있으며, 기부를 하는

구체적 행위자나 수혜 대상자가 비교적 명확하게 드러난다. 이러한 주제의 기사들은 기부 활동과 관련된 직접적인 소식 및 정보를 전달하는 기능을 수행한다. '개인 기부자 미담 사례' 주제의 경우 개인 기부자가 기부를 하게 된 계기, 기부를 통해 끼친 선한 영향력과 같이 기부와 관련된 일반 시민의 미담을 다룬 기사들로 구성되어 있다. 이러한 주제는 기업 임원이나 연예인 등 유명 인사가 아닌 시민의 이야기를 주로 다루기에, 기사를 주의 깊게 읽는 독자들에게는 기부 활동에 관한 새로운 맥락의 이야기를 접할 기회를 제공한다. '교육 기부' 주제는 다양한 교육 기관에서 주관하는 멘토링 활동, 진로 체험과 같이 교육과 관련된 기부의 내용을 다루고 있으며, 이는 특히 현금기부 이외에도 자원봉사, 재능기부와 같은 포괄적인 의미의 나눔 활동을 포함한다.

이 외에도 기부 행위와 직접적인 관련성은 적지만 기부 행위에 영향을 미치는 다양한 요인들에 관한 주제들이 다수 나타났다. 기부금 공제 혜택에 관한 '공제 혜택' 주제, 기부금과 관련된 법정 보도에 대해 다루는 '법정 보도' 주제가 이에 해당한다. 그리고 기부와 직접 관련성이 낮아 보이는 특정 제품에 대한 '프로모션' 주제, '개발 사업 공원시설 기부 채납' 주제, 그리고 전 세계 기부자들의 서열과 관련된 내용을 다루는 '세계 부자 서열' 등도 확인되었다. 이러한 주제들은 기부와 관련된 우리 사회의 다양한 논의 맥락을 보여준다고 할 수는 있지만, 기부 행위의 기존 의의나 가치에 부정적 영향을 미칠 가능성이 있다. 예를 들어, '프로모션' 주제의 기사는 제품 홍보가 주된 목적인만큼 기부의 의미를 상업성과 강하게 결합시킬 우려가 있으며, 마찬가지로 '개발 사업 공원시설 기부채납'의 경우 또한 공원 부지를 기부하여 비용을 채납한다는 식의 한정된 맥락에서만 기부를 언급하고 있을 뿐 기부의 의미나 효과에 대해서는 전혀 고려하지 않고 있다. 이러한 주제의 기사들은 '기부'라는 표현이 상업의 논리에 종속되거나 지나치게 남용되고 있는 것은 아닌지 우려해야 할 지점을 보여준다.

또한 기부 활동에 관한 보다 좁은 범위에서, 구체적인 특정 제도나 정책이 독립적인 주제로 등장한 사례들도 존재한다. '아너 소사이어티' 주제의 경우 1억 원 이상 기부한 개인 고액 기부자 클럽을 의미하는 사회복지공동모금회의 아너 소사이어티에 관한 사례들을 통해 고액 기부 문화를 조명하는 기능을 수행한다. 또한 '고향사랑기부제' 주제는 정부가 모금을 주도하는 기부 제도인 고향사랑기부제에 관한 보도를 다룬다. 이처럼 기부와 관한 정책이나 제도 역시 독립된 주제로 부각될 만큼 언론의 많은 주목을 받으며, 언론이 특정 제도나 정책을 널리 알림으로써 기부 담론을 형성하고 확산하는 데 중요한 역할을 한다는 것을 시사한다.

이처럼 주제 모형을 통해 드러나는 언론 보도의 기부 관련 주제들은 기부를 둘러싼 한국 사회의 다양한 관점을 드러내는 동시에, 각 섹터의 기부(모금) 행위자들이 기부에 참여하는 방식을 보여준다. 먼저 '지자체-복지단체 업무협약' 주제 및 '지역 행사(수익금 기부)' 주제는 제1섹터인 정부나 지방자치단체 등의 공공 기관이 복지단체와의 협력이나 지역 행사 개최를 통해 전통적인 방식으로 기부 활동에 관여하는 모습을 보여준다. 나아가 '고향사랑기부제' 주제는 정부가 새로운 모금 주체로서 그 활동 범위를 적극적으로 확장하고 있는 모습을 단적으로 드러낸다. 한편, '기업 사회공헌 성과 보도', 그리고 '임직원 봉사 활동' 주제는 제2섹터인 기업과 직접적으로 관

련되며, 여러 기업들이 사회공헌 활동을 통해 기부 행위를 수행하고, 이를 언론에 노출하여 긍정적인 홍보 효과를 얻는 모습을 포착한다. 특히 '기업 사회공헌 성과 보도' 주제는 기업을 통한 사회공헌 활동의 성과를 적극적으로 기사화하고 있음을 보여준다. 마지막으로 정부나 기업의 활동 범주에 속하지 않는 기부 활동으로서 제3섹터의 관여 비중이 높은 주제들이 도출된다. '개인 기부자 미담 사례', '교육 기부', '문화생활(수익금 기부)', '스포츠 상금 기부', '공연 수익 기부', '연예인 기부' 와 같은 주제들이 이에 해당하며, 이러한 주제들은 개인이나 시민단체와 같은 행위자들이 중심이 되는 기부 활동을 포착한다. 각 섹터와 관련된 주요 주제들을 정리하면 <표 2> 와 같이 나타낼 수 있다.

**<표 2> 언론 보도에서 나타나는 각 섹터의 주요 관련 주제**

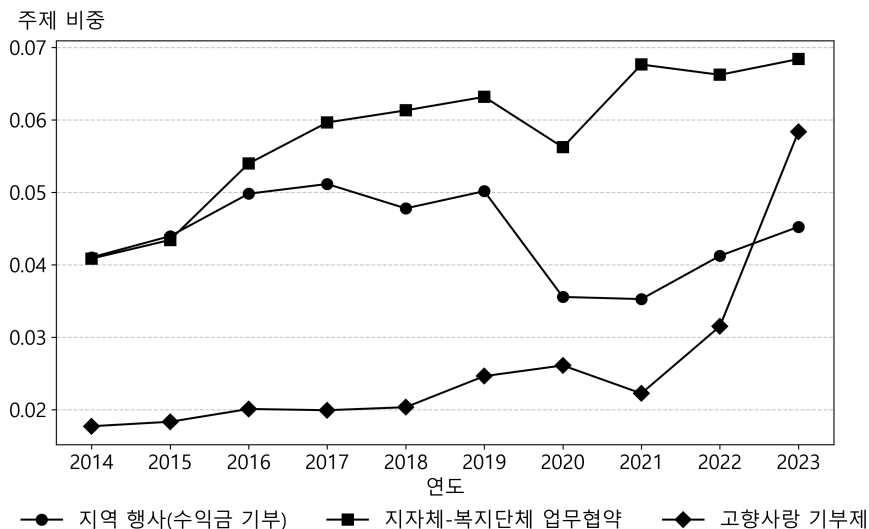
섹터	관련 주제
제1섹터(정부)	'지자체-복지단체 업무협약', '지역 행사(수익금 기부)', '고향사랑기부제'
제2섹터(기업)	'기업 사회공헌 성과 보도', '임직원 봉사 활동'
제3섹터(비영리)	'개인 기부자 미담 사례', '교육 기부', '문화생활(수익금 기부)', '스포츠 상금 기부', '공연 수익 기부', '연예인 기부'

## 2) 각 섹터와 관련성이 높은 주요 주제들의 비중 변화 추세

각 섹터의 활동 특성을 드러내는 주제들이 언론 내에서 다루어지는 비중이 시기에 따라 변화하는 양상을 포착함으로써, 각 섹터의 기부(모금) 행위자가 언론에서 드러나는 방식의 변화를 파악할 수 있다. <그림 2>~<그림 4>는 시기에 따른 각 섹터 관련 주요 주제들의 비중 변화 추세를 보여준다.

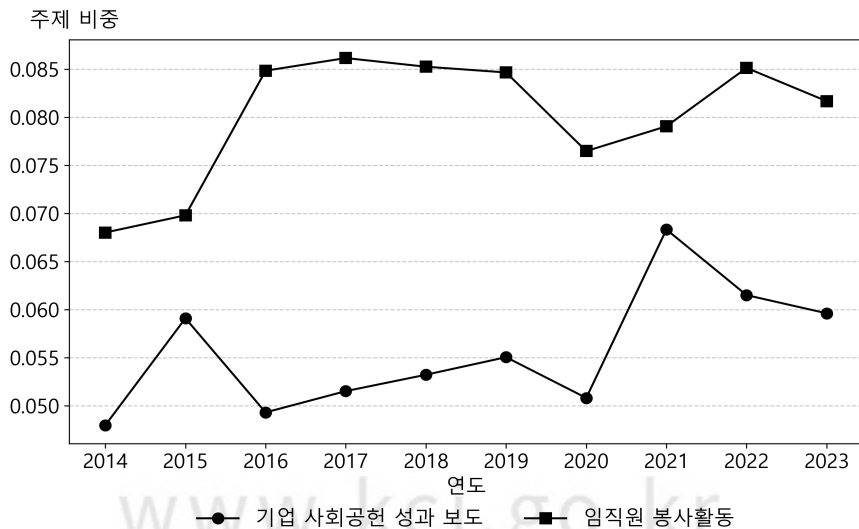
먼저 제1섹터인 정부와 지방자치단체와 같이 공공 기관에 의해 주도되는 기부 관련 활동에 관한 보도의 비중은 코로나 시점으로 감소한 '지역 행사(수익금 기부)' 주제를 제외하면 모든 주제의 보도 건수가 증가하는 추세를 보인다. 지역 행사 개최는 코로나 시기의 특수성에 민감하게 영향을 받은 만큼 해당 주제의 비중이 감소한 것으로 보이며, 이후에는 회복세를 보여 2024년에는 다시 2015년 무렵 수준으로 회복하였다. 이외에도 지자체에 의한 업무협약 보도의 비중이 꾸준히 증가하는 동시에, '고향사랑기부제' 의 비중이 급격히 증가한 것이 확인된다. 이는 정부 섹터의 영향력이 법이나 제도를 통한 감시나 균형에서 나아가 더 적극적인 행위자로서 언론에 비추어지고 있는 모습으로 해석할 수 있다.

〈그림 2〉 최근 10년 정부 관련 주요 주제 비중 변화



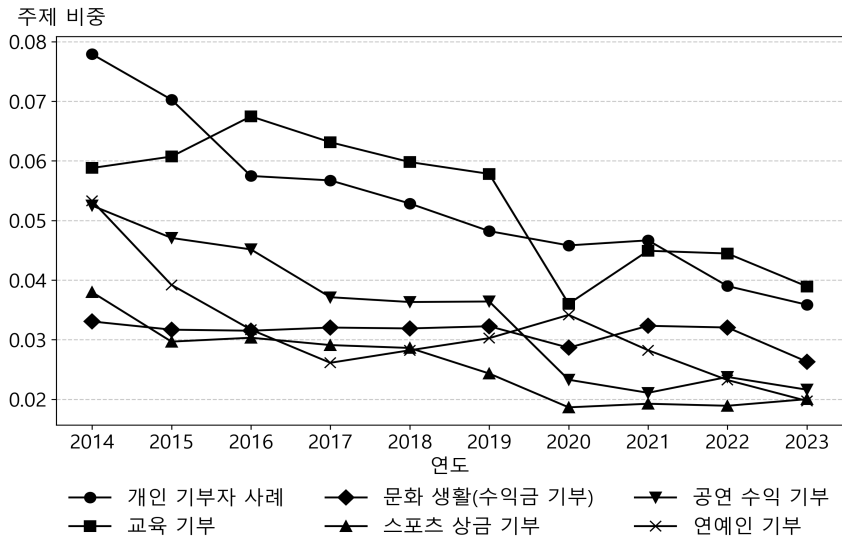
기업이 주요 행위자로 부각되는 ‘기업 사회공헌 성과보고’ 및 ‘임직원 봉사활동’ 주제의 경우 전반적으로 시간에 따라 증가하는 양상을 보인다. ‘임직원 봉사활동’ 주제는 2016년을 기점으로 상승하여 현재까지 비슷한 수준을 유지하고 있으며 기업의 사회공헌 성과 보고 주제의 경우 2015년과 2021년에 큰 향상 폭을 보였다. 두 주제 모두 코로나가 본격적으로 확산한 2020년에 그 비중이 조금 줄어드는 모습을 보였지만 이후 증가세를 보이며 그 비중이 코로나 이전 수준을 회복하거나 더 높아졌다.

〈그림 3〉 최근 10년 기업 관련 주요 주제 비중 변화



한편, 비영리 영역에서 이루어지는 기부에 대한 보도는 대부분 그 비중이 감소되는 경향이 나타난다. ‘교육 기부’나 ‘공연 수익 기부’ 토픽의 영향이 코로나의 영향을 크게 받은 점을 감안하더라도, 이들은 앞서 두 섹터의 활동에 관한 주제들의 경우와 달리 코로나 이후로 나타나는 비중이 코로나 이전 수준으로 회복하지 못하는 모습을 보인다. 이외에도 다양한 분야의 주제에서 전반적으로 꾸준히 감소하는 양상이 특징적으로 관찰된다.

〈그림 4〉 최근 10년 비영리 관련 주요 주제 비중 변화



## 2. FastText를 활용한 기부(모금) 주체별 의미 변화 분석

### 1) 언론에서 드러나는 각 섹터의 의미 맥락

FastText 모형을 통해 코로나19 전후 각 시기에 섹터별 기부(모금) 행위자와 의미상 가장 유사한 단어 목록을 도출하였다. 기업 섹터에서는 모형 구축 단계에서 모든 개별 기업명을 치환한 ‘x 기업’ 단어 벡터를 사용하였고, 비영리 섹터 역시 동일한 방식으로 치환한 ‘x비영리’ 단어 벡터를, 정부 섹터는 그대로 ‘정부’ 벡터를 활용하였다. 각 행위자 벡터와 의미상 유사한 단어들을 유사도 순서로 나열하여 <표 3>에 제시하였다.

〈표 3〉 각 섹터별 의미 유사도가 높은 단어

구분	x기업		정부		x비영리	
	코로나 이전	코로나 이후	코로나 이전	코로나 이후	코로나 이전	코로나 이후
1	x비영리	x비영리	문재인정부	정부측	x기업	x기업
2	기부	기부	MB정부	윤석열정부	기부	기부
3	활동	전달	정부당국	정부방침	활동	전달
4	진행	활동	비정부	정부조직	행사	이날
5	예정	진행	연방정부	정부입장	실천	지역
6	참여	이날	반정부	문재인정부	전달	행사
7	지역	참여	정부주도	정부차원	이날	사회
8	이날	지역	이명박정부	친정부	참여	활동
9	행사	행사	미국정부	정부당국	지역	성금
10	전달	기업	정부기구	국민통합정부	사랑	실천
11	사업	시작	정부차원	정부여당	노력	진행
12	기업	사업	국정기조	정부추경	소외	참여
13	사회	예정	정부재정	나라살림	사회	동참
14	관계자	사회	정부조직	윤석열	의미	시작
15	n만	n년	중앙정부	한일청구권	예정	사랑

〈표 3〉에 따르면, 코로나19 전후를 막론하고 ‘x기업’과 ‘x비영리’ 벡터 간 의미 유사도가 상당히 높은 것으로 나타났으며, 상위권 유사 단어 또한 상당 부분 겹치는 양상을 보였다. 이는 비록 두 섹터가 실제로 수행하는 기능과 조직의 형태가 다르더라도, 언론기사 내에서는 매우 유사한 역할을 수행하는 행위자로 묘사되고 있음을 시사한다. 유사 단어 목록을 중심으로 볼 때, 기업과 비영리 섹터 모두 특정한 지역에서 개최되는 기부금 전달 행사와 관련된 보도 자료를 통해 언론에 노출되는 것으로 해석할 수 있다.

그러나 유사 단어 목록의 하위권(10위권 외)으로 갈수록 두 섹터 간 의미의 차이가 뚜렷해진다. 기업 섹터에서는 ‘사업’, ‘기업’, ‘관계자’ 등 기업 정체성과 직접적으로 연관된 용어와 더불어, ‘n만’과 같이 구체적인 기부 금액을 나타내는 단어가 나타났다. 반면 비영리 섹터에서는 ‘사랑’, ‘소외’, ‘동참’, ‘의미’ 등과 같이 사회적인 가치를 강조하는 단어들이 등장한다. 이러한 단어들은 비영리 조직의 활동과 가치를 드러내는 단어들로, 비영리 섹터가 사회적 소외 방지, 사회통합 촉진과 같이 기부의 목적과 내용에서 차별화된 방향성을 설정하고 기업과는 구분되는 정체성을 부각하고 있음을 보여준다.

정부 섹터의 경우, 기부 활동과 직접적인 연관성이 드러나는 단어보다는 해당 시기 정권과 관련된 단어가 상위권에 위치하였다. 또한 ‘재정’, ‘추경’과 같이 정부의 정책적 의사결정과 관련된 키워드가 두드러졌다. 이는 정부가 기업이나 비영리 기관처럼 직접적인 기부 활동의 실행 주체라기보다는, 재정 집행과 제도 설계와 같은 공공의 측면에서 고유한 역할을 수행한다는 점을 부각한다.

종합하면, 언론에서 기업과 비영리 조직은 유사한 기부(모금) 행위자로 묘사되지만 구체적인 활동의 초점과 지향의 측면에서 뚜렷한 차이가 나타나며 정부는 직접적인 기부 행위보다는 제도적·재정적 기반을 제공하는 역할로 드러난다.

## 2) 섹터 간 의미 유사도 변화

다음으로, 코로나19 시기 전후로 언론에서 각 기부(모금) 행위자 사이의 의미적 유사도가 어떻게 변화했는지 살펴볼 필요가 있다. 만약 최근 시점으로 올수록 각 섹터의 행위자 벡터 간 코사인 유사도가 증가한다면, 이는 섹터 간에 유지되어오던 기존의 균형이 약화되어 한 섹터가 다른 섹터의 고유한 영역에 직접 개입하거나 이들의 역할을 대체하는 상황이 늘어났을 수 있음을 시사한다. 기업이 비영리 조직을 거치지 않고 직접 기부금을 전달하거나, 정부가 모금 활동을 직접 수행하는 경우, 이는 비영리 섹터에 의해 이루어져 오던 고유한 기능을 약화시켜 기부환경에 중대한 변화를 가져올 수 있다.

단순히 코로나 전후 시점에 대한 비교 외에도, 분석 자료를 2년 단위로 분할하여 각각 단어 임베딩을 구축함으로써 각 행위자 간 의미 유사도의 변화가 점진적인지, 혹은 특정 시점에 집중적으로 발생했는지와 같은 구체적인 변화 양상을 포착하고자 하였다. 각 시기에 따른 섹터별 행위자 간 의미 유사도 결과는 <표 4>에 제시되어 있다.

<표 4> 시기 구분에 따른 각 섹터 간 의미 유사도

구분	코로나 전후 구분		2년 단위 구분				
	코로나 이전	코로나 이후	2014-2016	2016-2018	2018-2020	2020-2022	2022-2024
정부-비영리	0.28937	0.30513	0.22300	0.15548	0.12266	0.18843	0.19586
기업-비영리	0.75699	0.79647	0.63356	0.63558	0.68896	0.74047	0.76427
기업-정부	0.31977	0.33285	0.22773	0.21746	0.17134	0.21942	0.21024

<표 4>에 따르면, 코로나19 이전과 이후를 비교했을 때 전반적으로 각 행위자 간 코사인 유사도는 상승한 것으로 나타난다.<sup>2)</sup> 즉 코로나 이후로 각 섹터 간 경계는 평균적으로 더 가까워졌으며 각 행위자 간 역할의 구분 역시 상대적으로 모호해진 것으로 해석할 수 있다. 2년 단위로 시기별 추세를 비교할 경우, 정부와 기업 섹터, 그리고 정부와 비영리 섹터 간 의미 유사도는 2020년

2) 코사인 유사도는 두 벡터의 내적을 각 벡터의 크기로 나눈 값으로, 벡터의 크기에는 영향을 받지 않고 오직 벡터의 방향에만 의존하는 정규화된 값을 가지게 된다. 즉, 다른 데이터에 기반을 두어 학습된 두 임베딩 모형이라 하더라도, 코사인 유사도는 각 모형 내에서의 '상대적인 방향성'만을 측정하는 표준화된 측정 도구로서의 의미를 지닌다. 따라서 서로 다른 임베딩 모형에서 산출되었다 하더라도 각 모형의 코사인 유사도 값을 서로 비교할 수 있으며, 이를 통해 각 시기의 자료에서 나타나는 단어 간 유사도 수준을 비교할 수 있다.

까지 하락하다가 코로나 발생 이후 증가세로 전환되었다. 이는 코로나 팬데믹을 기점으로 정부가 기존의 기부 및 모금 활동에 개입하는 방식이 변화하여, 기업 및 비영리 섹터와 보다 유사한 역할을 수행하게 되었을 것으로 추측해볼 수 있다. 반면, 기업과 비영리 간 의미 유사도는 전체 분석 기간 동안 꾸준히 상승하여, 두 섹터의 역할 경계가 지속적으로 흐려지는 흐름을 보였다.

수치상으로, 2년 단위 임베딩 모형에서 나타난 코사인 유사도는 전반적으로 코로나 전후 시점에 대한 임베딩 모형보다 낮게 나타났다. 이는 2년 단위로 세분화된 단어 임베딩 모형이 해당 시기에 대해서만 부분적으로 섹터 간 유사성을 포착할 수 있기 때문으로 해석된다. 반면 코로나 전후에 대한 단어 임베딩 모형에서는 보다 긴 시점에서 나타나는 섹터 간 유사성의 맥락을 포착하게 되어 더 높은 유사도가 산출된 것으로 해석할 수 있다.

종합하면, 코로나19 이후로 정부와 기업, 비영리 섹터의 역할은 점차 그 구분이 약화되는 방향으로 변화하였으며, 특히 기업과 비영리 간의 의미적 근접성은 꾸준히 강화되어 왔음을 확인할 수 있다.

### 3) 각 섹터의 역할 변화

각 섹터의 행위자가 수행하는 역할을 구체적으로 파악하기 위해서는, 각 섹터가 기부 주체 및 모금 주체, 수혜 대상과 어떻게 의미적 맥락을 공유하는지 분석할 필요가 있다. 따라서 본 연구는 임베딩 모형 내에서 기부금의 출연·전달을 담당하는 기부 주체, 기부금을 모으는 모금 주체, 그리고 이를 수령하는 수혜 대상을 지칭하는 표현들에 대응하는 의미 벡터와 각 섹터의 행위자에 대응하는 의미 벡터 간의 유사도를 분석하였다. 또한, 코로나 전후시기를 비교함으로써 각 행위자의 역할과 관련된 의미 맥락의 변화를 포착하고자 했다.

이를 위해 먼저 기사에서 기부 주체, 모금 주체, 수혜 대상을 지칭하는 일반적인 표현들을 추출한 뒤, 해당 단어들의 평균 벡터를 계산하여 각 역할을 대표하는 '대표 벡터'를 구축하였다. 기부 주체 벡터의 경우 '기부자', '후원자', '출연자', '기부기관', '후원기관', '출연기관', '기부단체', '후원단체', '출연단체' 단어들의 벡터들의 평균 벡터로 나타났으며, 모금 주체 벡터는 '모금기관', '모금조직', '모금단체' 단어들의 평균 벡터로, 수혜 대상 벡터는 '수혜자', '피후원자', '지원대상', '지원대상자', '수혜대상', '수혜대상자', '후원대상', '후원대상자' 단어들의 평균 벡터로 정의했다. 이를 정리하면 <표 5>와 같다.

<표 5> 기부 및 모금 주체 대표 벡터의 구성

구분	해당 단어
기부 주체	기부자, 후원자, 출연자, 기부기관, 후원기관, 출연기관, 기부단체, 후원단체, 출연단체 (총 9개)
모금 주체	모금기관, 모금조직, 모금단체 (총 3개)
수혜 주체	수혜자, 피후원자, 지원대상, 지원대상자, 수혜대상, 수혜대상자, 후원대상, 후원대상자 (총 8개)

이렇게 정의된 각 역할 벡터와 세 섹터의 행위자 벡터 간 코사인 유사도를 산출하여, 코로나 19 전후의 변화를 비교하였으며 그 결과를 <표 6>에 제시하였다.

<표 6> 각 섹터별 기부 주체, 모금 주체, 수혜 대상 벡터와의 의미 유사도

구분	기부 주체		모금 주체		수혜 대상	
	코로나 전	코로나 후	코로나 전	코로나 후	코로나 전	코로나 후
x기업	0.324050	0.411624	0.257370	0.335222	0.318402	0.394024
정부	0.361583	0.339306	0.318381	0.415006	0.302229	0.267132
x비영리	0.431462	0.460540	0.342313	0.414513	0.317228	0.355244

<표 6>에 따르면 기부 주체 벡터와 가장 높은 유사도를 보인 섹터는 비영리로, 코로나19 전후 모든 시기에 걸쳐 기부 주체와 가장 강한 의미적 유사성을 나타냈다. 즉 언론 보도 상으로 비영리 기관은 기부금을 수혜 대상에게 전달하는 핵심적인 주체로서 인식된다. 정부의 경우 코로나 19 팬데믹으로 인한 지역 행사 축소 등의 영향으로 기부 주체 벡터와의 유사성이 감소한 반면, 기업과 기부 주체 벡터 간의 유사성은 코로나19 이후 가장 급격한 증가세를 보였다. 비영리 섹터의 증가 폭이 상대적으로 미미했다는 점을 고려할 때, 이는 코로나 시기 이후 기업이 보다 능동적이고 가시적인 행위자로 부상하였음을 시사한다.

한편, 모금 주체 벡터와의 관계에서는 정부 섹터가 가장 두드러진 변화를 보였다. 코로나19 팬데믹 이후 정부와 모금 주체 간 유사도는 가장 큰 폭으로 증가하여 비영리와 유사한 수준의 유사도를 보였다. 이러한 변화는 정부 주도 모금 정책인 고향사랑기부제의 영향으로 해석되며, 코로나19 팬데믹 이후 기부와 관련된 정부의 역할 변화를 명확히 보여준다. 또한 기업과 모금 주체 벡터 간 유사도 역시 비영리와 유사한 수준으로 증가했는데, 전통적으로 모금의 역할이 비영리 기관에 의해 주도되어 왔다는 점을 감안할 때, 이 또한 주목할 만한 결과라고 볼 수 있다.

수혜 대상과의 관계에 대한 분석 결과는 각 섹터별 역할 변화의 특성을 더욱 명확하게 보여준다. 먼저 기업과 수혜 대상 벡터의 의미 유사도가 가장 큰 폭으로 증가하였는데, 이는 언론 보도 상에서 기업과 수혜 대상이 유사한 맥락에서 함께 언급되는 빈도가 늘어났음을 의미한다. 즉, 기업이 단순한 기부금을 출연하는 데 그치지 않고 이를 직접 수혜 대상에게 전달함으로써 그 역할이 확대되고 있음을 보여준다. 반면 정부와 수혜 대상 간 의미 유사도는 감소했으며, 비영리 기관의 경우 소폭 증가하는 데 그쳤다.

이러한 변화는 코로나19 팬데믹을 기점으로 기부생태계에서 각 섹터의 역할 구도가 명확히 재편되었음을 보여준다. 비영리는 여전히 기부 주체로서의 핵심적 역할을 수행하고 있으나, 기업이 기부금을 자율적으로 운용하며 수혜 대상과 직접 연결되면서 그 역할의 일부를 침범받고 있다. 정부 역시 모금의 영역에서 비영리를 대체하는 방식으로 기부환경에 변화를 일으키고 있다. 이러한 변화는 비영리 섹터의 상대적 정체와 행정적 부담 증가를 유발할 수 있으며, 기존의 균형적 파트너십 구조에도 변화를 일으킬 것으로 예상된다.

## VI. 결론 및 제언

본 연구는 코로나19 팬데믹 시기를 포함한 최근 10년간의 기부환경 및 비영리 생태계 변화를 언론기사 분석을 통해 고찰함으로써, 기부(모금) 관련 주요 행위 주체의 역할 변화와 파트너십 구조를 실증적으로 파악하고자 하였다.

연구 결과, 코로나19 팬데믹을 기점으로 정부가 기부 및 모금 활동에 보다 적극적으로 개입하고, 기업과 비영리의 역할 경계도 점차 희석되는 양상이 확인되었다. 분석 방법의 측면에서, 본 연구는 언론 기사를 통해 구성되는 기부 주체들의 담론적 변화를 포괄적으로 분석함으로써 기부 생태계의 복합적인 변화를 경험적으로 포착했다는 점에서 의의를 갖는다. 본 연구는 단순히 어떤 집단이 어느 만큼의 비중으로 다루어지는 가에 관한 양적인 비교를 넘어, 대규모 텍스트 데이터 내에서 드러나는 핵심 키워드 간의 의미적 유사도를 측정하고 각 기부 주체들을 둘러싼 의미 맥락의 변화 과정을 살폈다. 이러한 접근을 통해 다수의 행위자에 의해 구성되는 기부환경이라는 복합적인 연구 대상을 효과적으로 분석하였다. 나아가 본 연구의 자연어 처리 기반 방법론은 기부환경을 구성하는 보다 구체적인 요소들로 확장될 가능성을 갖추고 있다. 예를 들어, 기부 대상이 되는 수혜 주체에 해당하는 벡터와 높은 유사도를 갖는 단어들을 추출하고 수혜 주체를 세분화할 경우 각 행위자의 역할 변화와 구조적 변동의 맥락을 더욱 구체적으로 살필 수 있다. 이와 같은 접근을 활용한 다양한 후속 연구는 기부환경에 대한 보다 입체적인 접근과 풍부한 이해를 가능하게 할 것이다.

본 연구는 비영리 생태계 내 주체 간의 역할 경계가 희석되는 현상이 단순히 비영리 조직의 위기로만 해석될 것이 아니라, 비영리 생태계의 성숙을 위한 구조적 과제로 인식될 필요가 있음을 시사한다. 장기적으로 볼 때 이와 같은 변화는 기부환경의 성숙과 저변 확대로 이어질 가능성을 내포하고 있다고 판단할 수 있다. 그러나 현 시점에서는 비영리 생태계 내 모든 주체가 지속가능성을 확보하기 위한 연대와 협력에 대한 성찰 없이 각자의 단기적 성과 달성에만 몰두하거나, 급변하는 환경 속에서 조직의 정체성을 분명히 확립하지 못하고 있을 가능성이 보다 높다. 특히 비영리 조직의 경우, 민간 자원 개발의 어려움과 자립 역량 부족으로 인해 정부 및 기업의 재정 지원에 대한 의존성이 심화되고, 이에 따른 정체성과 자율성, 그리고 장기적 지속가능성에 대한 우려가 지속되고 있다. 따라서 비영리 조직은 급변하는 환경 속에서 조직 고유의 가치와 사명을 재정립하고, 다양한 이해관계자와의 신뢰를 바탕으로 사회적 연대와 협력을 적극적으로 주도해나가는 한편, 자립 기반 강화와 투명성 제고를 통해 생태계 전반의 지속가능성을 높이는 핵심적 역할을 수행해야 할 것이다.

또한 생태계 내에서 여러 주체가 동일하거나 유사한 역할을 수행하게 되면, 경쟁 심화와 생존 압박이 가중된다. 이와 함께 개별 조직의 문제는 생태계 전체의 구조적 위기로 확장된다. 이러한 맥락에서, 비영리조직뿐 아니라 정부, 기업, 기부자(시민), 언론, 지역사회 등 모든 주체의 다각적 연대와 장기적 관점에서의 협력 구조 마련, 그리고 각 조직별 정체성 재정립이 절실히 요구된

다. 연대와 협력은 단순한 자원 결집에 그치지 않고, 각 주체가 자신의 역할을 명확하게 인식하며 상호 보완적 관계를 구축해나가는 과정이어야 한다. 정책적으로는 정부가 제도·환경적 지원을 확대하고, 고향사랑기부제가 비영리 생태계와 공존할 수 있도록 제도적 개선이 필요하다. 답례품 경쟁이나 세액공제 중심으로 기부가 홍보되어 기부의 본래 공익성·자발성이 훼손되지 않도록 유의해야 하며, 기부금이 지역 복리와 공익사업에 효과적으로 사용될 수 있도록, 비영리 조직과의 파트너십 체계를 명확히 하고 배분의 투명성을 높이는 관리 모델이 필요하다. 기업은 사회문제를 선제적으로 발굴하여, 실험적이고 혁신적인 시도를 주도할 수 있는 자원과 실행력을 가진다. 최근 ESG 경영의 확산으로 기업의 사회문제 대응 역량이 강화되고 있는 만큼, 향후 비영리 생태계 내에서 기업의 역할이 더욱 확대될 것으로 전망된다. 그러나 현재 선행연구들에서 공통적으로 우려하고 있는 바와 같이, 기업의 자원이 비영리의 자율성이나 의사결정 구조를 지나치게 제한하지 않도록 해야 한다. 아울러, 비영리조직 역시 사회적 신뢰 회복과 자율성·공공성 강화, 조직 역량 제고 등을 목표로 한 제도적·구조적 개선 노력을 적극적으로 추진해야 할 것이다.

본 연구는 코로나19 팬데믹이라는 사회적 전환기에 주목해 대규모 데이터 기반 경험적 분석을 시도했다는 점에서 의의를 갖지만, 그럼에도 불구하고 본 연구의 접근 방식에 따른 한계점 역시 존재한다. 본 연구는 기부환경 변화를 포착하기 위한 기준으로 코로나19 팬데믹을 채택하였으나, 시기를 구분함에 있어 다양한 대안적 기준이 고려될 수 있다. 예를 들어, 각 정권에 따라 시기를 구분할 경우 이를 통해 포착할 수 있는 기부환경의 변화는 각 정부의 구체적인 정책과 제도 변화가 기부환경에 미치는 영향을 보다 체계적으로 드러낼 수 있다. 그러나 대규모 텍스트 데이터에서 드러나는 추세를 통해 기부 주체 간 관계 및 역할의 변화를 탐색적으로 포착하는 본 연구의 방법론적 특성상, 이러한 결과를 특정 정권이나 개별 정책과 직접적으로 연관 짓는 데는 한계가 있다. 또한, 정책의 실질적 효과가 정책 시행 시점과 반드시 일치하지 않을 수 있다는 점 역시 고려해야 한다. 이러한 이유로 본 연구는 정책적 변화뿐 아니라 사회 전반에 구조적 영향을 미친 코로나19 팬데믹이라는 전환점을 중심으로 기부환경의 거시적 변동을 포착하는 데 초점을 맞추었다. 더 많은 후속 연구들을 통해 정치·제도적 요인을 보다 세밀하게 고려하여 기부환경 변화를 다층적으로 분석하는 작업이 이루어지기를 기대한다. 또한 비영리 생태계를 구성하는 더 많은 환경 요소들, 구조적 변화를 이끈 구체적인 요인이나 인과에 대한 분석 역시 본 연구에서 다루지 못하였으므로 후속 연구의 과제들로 남긴다.

## 참고문헌

- 강정한·송민이. 2023. “탈진실 시대 서사복원적 데이터 마이닝의 필요성과 방법론.” 『한국사회학』, 57(2), 89-130.
- 고형석. 2025. “기부금품법상 기부금품에 관한 연구.” 『비교사법』, 32(1), 347-371.
- 김나영·유영미. 2024. “지속가능경영보고서 내 사회공헌과 사회복지 협력의 관계: LDA 토픽모델링 및 네트워크 분석 연구.” 『한국사회복지행정학』, 26(4), 245-268.
- 김난유. 2022. “비영리 단체의 형성”. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김병철. 2014. “언론 보도가 기부 행위에 미치는 효과 연구.” 『언론과학연구』, 14(3), 76-100.
- 김석은·김유현. 2015. “정부의 재정정책이 비영리부문의 성장에 미치는 영향: 사회기원이론에 따른 국가별 패널분석.” 『정부학연구』, 21(3), 197-219.
- 김인태. 2024. “사회서비스 공급에서의 정부-비영리부문 간 관계에 관한 연구”. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김인태. 2024. “비영리단체 수입원 다각화의 영향요인에 관한 연구: 조직 특성 및 재정지원 환경을 중심으로”. 『한국사회와 행정연구』, 35(2), 147-188.
- 김일태. 2024. “재난 발생 시 기부금 모집기관 참여 수 및 언론보도량이 재난구호성금에 미치는 영향 연구.” 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김혜정·김유나·김미희. 2023. 「[기빙코리아 2023] 조직문화가 바꾸는 비영리 조직의 내일. 아름다운재단.
- 노연희. 2022. “코로나 19 대유행시기 일반시민들의 기부행동유형 분석.” 『사회과학연구』, 61(2), 143-164.
- 마이클 에드워즈. 2018. 『시민사회』 제3판. 서유경 옮김. 명인문화사.
- 박미희·노연희·이수현·윤지현·한우재·이민영·유재운. 2024. 「기부트렌드 2024 - 주도하는 기부자, 반응하는 모금조직」. 사회복지공동모금회.
- 박상필. 2012. “1990년대 이후 한국 시민사회의 발전-정부와 시민사회와의 관계를 중심으로.” 『기억과 전망』, 27, 162-191.
- 박상필. 2015. “한국 시민사회의 변화와 새로운 역할.” 『NGO 연구』, 10(2), 35-68.
- 박재창. 2022. “코로나-19 시대의 NGO, 무엇이 문제이고 어떻게 대응해야 하나?” 『NGO 연구』, 17(2), 149-190.
- 롭 라이히, 루시 베른홀츠, 키아라 코델리. 2021. 「민주사회의 필란트로피: 필란트로피의 역사, 제도, 가치에 대하여」. 이은주 옮김. (주)교유당.
- 옥원호. 2002. “로컬거버넌스를 위한 지역 NGO의 과제.” 『지방정부연구』, 6(3), 7-29.
- 이수현·이민영·김미희·구지운·유재운·문기홍·김도연. 2024. 「기부환경 변화 연구 - 비영리 조직의 인식과 대응을 통하여」. 사회복지공동모금회.
- 이지선·조주희. 2024. “이타주의, 관대함 및 비영리조직 투명성에 대한 인식과 기부행동과의 구조적 관계”. 『사회과학연구』, 35(4)/ 131-149.
- 1365기부포털. 2025. “1365기부포털 국세청공익법인.” <https://www.nanumkorea.go.kr/nts/list.do> (검색일: 2025. 6. 20)
- 조성하. 2024. “비영리조직의 관리·감독 체계 측면에서 본 정부규제 현황과 개선 방안”. 『한국사회와 자

- 원봉사연구」. 71-102.
- 주성수. 2020. 「시민사회, 제3섹터, 비영리섹터, 사회적경제」. 한양대학교 출판부.
- 정가은. 2020. “기부 관련 보도가 기부 인식과 참여 의향에 미치는 영향-토픽 모델링의 적용.” 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 중견기업정보마당. 2025. “중견기업 정보마당 발급정보 공개.” <https://www.mme.or.kr/PGPC0010.do> (검색일: 2025. 6. 6)
- 중소벤처기업부. 2024. “중소벤처기업부 정보목록(‘24.07.01-’24.12.31.)” <https://www.mss.go.kr/site/smba/ex/bbs/List.do?cbIdx=12> (검색일: 2025. 6. 1)
- 최성언·최수빈·강다은. 2024. “비영리 모금기관에 대한 인식과 기부 행위의 관계”. 「한국보건사회연구」. 44(2). 256-280.
- KIND. 2025. “한국거래소 상장공시시스템 상장법인목록” <https://kind.krx.co.kr/corpgeneral/corpList.do?method=loadInitPage> (검색일: 2025. 6. 1)
- 포스코경영연구원. 2022. 「ESG 경영 시대, 기업 공익재단의 새로운 역할 - 사회혁신을 주도하는 체인지메이커」.
- 한국학중앙연구원. 2025. “〈언론〉, 「한국민족문화대백과사전」” <https://encykorea.aks.ac.kr/Article/E0036153> (검색일: 2025. 5. 21.)
- Bishop, M. & Green, M. 2010. *Philanthrocapitalism: How giving can save the world*. Bloomsbury Publishing USA.
- Blei, David M., Ng, Andrew Y. & Jordan, Michael I. 2003. “Latent dirichlet allocation.” *Journal of machine Learning research*. 3. 993-1022.
- CIVICUS. 2016. *The State of Civil Society Report 2016*.
- Caperchione, E., Demirag, I. & Grossi, G. 2017. “Public sector reforms and public private partnerships: Overview and research agenda.” *Accounting Forum* 41(1). 1-7.
- Chaves, M., Stephens, L. & Galaskiewicz, J. 2004. “Does government funding suppress nonprofits' political activity?” *American Sociological Review*. 69(2). 292-316.
- Cyert, R. M. & March, J. G. 1963. *A Behavioral Theory of the Firm*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Duncan, R. B. 1972. “Characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainty.” *Administrative Science Quarterly*. 313-327.
- Edwards, Michael(ed). 2013. *The Oxford handbook of civil society*. Oxford University Press.
- Egdell, V. & Dutton, M. 2017. “Third sector independence: relations with the state in an age of austerity.” *Voluntary Sector Review*. 8(1). 25-40.
- Gidron, B., Bar, M. & Katz, H. 2003. *The Israeli third sector: Between welfare state and civil society*. Springer Science & Business Media.
- Habermas, J. 1991. *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press.

- Hawley, A. H. 1950. HUMAN ECOLOGY; A THEORY OF COMMUNITY STRUCTURE. Ronald Press Company.
- Hansmann, H. 1987. Economic theories of nonprofit organizations. The nonprofit sector: Research handbook. 27-42.
- Harris, Zellig S. 1954. "Distributional structure." Word. 10(2-3). 146-162.
- Hodgkinson, V. A. & Weitzman, M. S. 2001. Overview: The state of the independent sector. In The nature of the nonprofit sector. Westview Press. 9-22.
- Kattel, R. & Mazzucato, M. 2018. "Mission-oriented innovation policy and dynamic capabilities in the public sector." Industrial and corporate change. 27(5). 787-801.
- Kominis, G., A., Dudau, A. Favotto & D. Gunn. 2021. "Risk Governance Through Public Sector Interactive Control Systems: The Intricacies of Turning Immeasurable Uncertainties Into Manageable Risks." Public Money & Management. 42(6). 379-387.
- Lipsky, M. & Smith, S. R. 1989. "Nonprofit organizations, government, and the welfare state." Political science quarterly. 104(4). 625-648.
- Matsunaga, Y., Yamauchi, N. & Okuyama, N. 2010. "What determines the size of the nonprofit sector?: A cross-country analysis of the government failure theory." VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations. 21(2). 180-201.
- Mikolov, T., Sutskever, I., Chen, K., Corrado, G. S. & Dean, J. 2013. "Distributed representations of words and phrases and their compositionality." Advances in neural information processing systems. 26.
- Polanyi, K. 1944. The great transformation: The political and economic origins of our time. Beacon Press.
- Pevcin, P. 2012. "Local Government in Slovenia: Structure, Size and Expenditures." Croat. & Comp. Pub. Admin. 12(3). 705-724.
- Salamon, L. M. 2000. "The new governance and the tools of public action." in L. M. Salamon (eds.). The tools of government: A guide to the new governance. New York: Oxford Univ. 1-47.
- Salamon, L. M. & Sokolowski, W. 2014. "The third sector in Europe: Towards a consensus conceptualization." Third sector impact project working paper. 2. 1-25.
- Van Til, J. 2000. Growing civil society: From nonprofit sector to third space. Indiana University Press.
- Wolch, J. R. 1990. The shadow state: Government and the nonprofit sector in transition. New York, NY: The Foundation Center.

**이수현:** 사회학 박사이며 현재 사회복지공동모금회 나눔문화연구소에서 연구위원으로 재직 중임. 문화사회학적 관점에서 시민의 행동, 사회참여가 사회문제 해결에 미치는 영향을 폭넓게 분석하고 있으며 이러한 연구 성과를 다양한 공공정책과 시민사회 발전 방안에 접목하는 데 주력하고 있음. 최근 연구로는 사랑의열매 임팩트 측정 프레임워크 개발 연구(2025)가 있음.

**문기홍:** 현재 연세대학교 사회학과 박사과정에 재직 중이며, 주요 연구 관심 분야는 자연어 처리, 디지털 사회학, 온라인 커뮤니케이션, 온라인 커뮤니티 등에 관한 주제임. 최근 논문으로는 게시글의 높은 추천 수는 커뮤니티 내 여론을 의미하는가?: 에펠코리아 (FMkorea)의 게시글에 참여한 이용자 다양성과 추천 수의 관계(2025)가 있음.

## ABSTRACT

## Reconfiguring the Nonprofit Ecosystem in a Changing Philanthropy Environment: Analysis of Roles and Partnerships through Natural Language Processing

Suhyeon Lee\* & Kihong Moon\*\*

This study empirically analyzes the changes in the philanthropic environment and the restructuring of the nonprofit ecosystem in Korea during the past decade, including the period of the COVID-19 pandemic. To this end, the research organizes the trends in the philanthropic environment through literature review and collects key news articles related to philanthropy via BigKinds. Using topic modeling (LDA) and word embedding (FastText), the study examines sector-specific characteristics and semantic changes in the roles of government, corporations, and nonprofit organizations as philanthropic actors observed in media discourse. The results show that the pandemic has reconfigured the partnership dynamics among the main sectors, with increasingly blurred boundaries between their respective roles. The government, while maintaining institutional influence through regulatory and fiscal reforms, has emerged as a direct fundraising actor via the 'Hometown Love Donation System.' Corporations have evolved into philanthropic actors capable of not only charitable giving but also directly administering distribution programs, largely driven by the strategic expansion of corporate social responsibility. In contrast, nonprofit organizations face weakened operational capacity due to increased financial and administrative burdens, as well as growing dependence on government and corporate resources; consequently, their position within partnership structures has become less balanced. These changes should be understood not simply as a crisis but as structural challenges necessary for the maturity of the nonprofit ecosystem, calling for greater solidarity and enhanced cooperation among all sectors to ensure sustainability. This study's significance lies in adopting a data-driven semantic analysis and a holistic ecosystem perspective. The findings provide a foundation for future research on the transformation of nonprofit and philanthropic systems in Korea.

[Keywords: Philanthropy Environment, Nonprofit-Ecosystem, Blurring Boundaries, Natural Language Processing, Word Embedding]

\* Research Fellow at Community Chest of Korea, Ph.D. in Sociology

\*\* Ph.D. Student in Sociology at Yonsei University