

## 주관적 계층의식과 사회자본이 기부행위에 미치는 영향

김 자 영  
(한국개발연구원)

김 두 섭\*  
(한양대학교)

이 논문은 개인이 지닌 주관적 계층의식과 사회자본이 기부행위에 미치는 영향력을 분석하는 것을 목적으로 한다. 기부는 친사회적 동기에서 이루어지는 행위이며, 객관적인 사회경제적 지위 못지않게 자신의 지위에 대한 주관적 인식의 영향을 받는다. 이 논문에서는 자신의 계층지위를 높게 인식할수록 기부행위에 적극적일 것이라는 가설의 검증이 이루어졌다. 또한, 사회자본의 하위개념으로 연결망의 크기와 유형을 도입하고, 이들을 변수화하여 기부행위에 미치는 영향력을 살펴보는데 분석의 초점을 맞추었다. 분석을 위해서는 통계청의 『2011년 사회조사』 원자료를 활용하였다. 분산분석과 회귀 분석을 실시한 결과, 자신의 사회경제적 계층지위를 높게 인식하는 사람일수록, 상대적으로 많은 활동단체에 가입한 사람일수록, 그리고 이타적 목표를 지향하는 활동단체에 가입한 사람일수록 기부행위의 횟수가 증가하는 것으로 밝혀졌다. 이러한 경향은 개인의 인구학적 특성과 객관적 계층지표들을 통제한 이후에도 통계적으로 유의미하게 유지되는 것으로 확인되었다. 이 논문은 그 동안 개인이 지닌 특성과 동기의 차원에서만 논의되던 기부행위의 분석에서 설명변수의 영역을 사회적 맥락과 환경의 차원으로 확대하고, 그 인과구조를 실증적으로 파악하고자 시도하였다는데 의미를 부여할 수 있다.

**주요용어:** 기부행위, 기부행위 빈도, 주관적 계층의식, 사회자본, 사회연결망

이 논문은 2011년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2011-330-B00111).

\*교신저자: 김두섭(한양대학교, duskim@hanyang.ac.kr)

■ 투고일: 2013.3.22    ■ 수정일: 2013.4.30    ■ 게재확정일: 2013.5.20

## I. 서론

기부 후진국으로 불리던 우리나라에서도 점차 개인기부가 증가하는 추세이다. 국세청에 신고된 기부금 규모는 2011년 기준으로 총 11조 1,500억원이고, 이 중 개인기부가 7조 800억원으로 전체의 약 63.4%를 차지한다. 개인기부금 비중이 50.1%(2조 2,300억원)로 법인기부를 처음으로 앞선 2000년 이후 개인기부금은 꾸준히 증가하고 있다(국세청, 2012). 하지만 국내총생산(GDP)대비 개인기부금 비중을 보면 미국 1.67%, 영국 0.73%, 캐나다 0.72% 등의 국가에 비해 우리나라는 0.50%로 상대적으로 낮은 상황이다(황창순, 2010).

기부는 자선사업이나 공공사업을 돕기 위하여 돈이나 물건 따위를 대가 없이 내놓는 행위로 정의된다. 이러한 기부는 장애인, 저소득층 등 사회소외계층에서부터 공공의 문화사업에 이르기까지 많은 수혜자들에게 필요한 지원을 제공한다. 또한 기부자들도 기부행위를 통해 만족감과 자부심, 향상된 자기 효능감, 위신·명예 등 사회적 지위 증대와 같은 혜택을 얻을 수 있다. 나아가 기부는 그 행위가 일어나는 사회와 소속 구성원들의 삶에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 이와 같은 관점에서 기부문화는 한 국가의 복지와 문화 수준을 측정할 수 있는 중요한 척도로 여겨지기도 한다.

기부에 대한 관심이 증가하면서 기부행위에 대한 연구가 국내외에서 활발하게 이뤄지고 있다. 기존연구들은 기부행위에 영향을 주는 인구사회학적 변인(강철희, 2003; 박태규 외, 2003; 이수애·이성태, 2009)과 개인의 내적 동기 요인을 파악하는데 주력하고 있다. 특히 많은 연구자들이 개인의 내적 동기를 기부행위의 원동력으로 설명한다. 즉 사람들이 기부행위를 하는 원인을 세계혜택 등의 이기적 동기(박기백, 2010; Andreoni, 1989)로 설명하기도 하고, 타인을 동정하는 이타적 동기(강철희, 2003; Bekkers, 2004)에서 찾기도 한다. 이렇듯 기존 연구의 흐름은 기부행위를 대체로 개인적 차원의 행위로 인식하는 경향이 있다.

그러나 기부는 친사회적 동기에서 이루어지는 행위이며, 객관적인 사회경제적 지위 못지않게 자신의 지위에 대한 주관적 인식의 영향을 받는다. 여기에서의 주관적 인식은 다른 사람과의 상호작용 속에서 형성된 내면적 사고라고 할 수 있다. 이러한 관점에서 보면 기부행위를 이끌어 내는 동기는 개인을 둘러싼 사회적 맥락에 따라 달라진다. 또한 기부행위는 개인들이 맺고 있는 사회적 관계에 의해서도 영향을 받을 수 있다. 대부분의

기부행위는 누군가의 구체적 요청에 의해 시작되는 경우가 많은데, 그런 요청과 요구는 사회적 관계에서 발생한다. 개인의 지닌 사회적 관계, 즉 사회적 환경에 따라 기부행위가 다른 양상으로 나타날 수 있다는 것이다.

이 연구의 목적은 그동안 개인적 행위 차원에서 논의되어 왔던 기부행위를 사회적 차원으로 확대하여, 사회적 동기와 사회적 관계가 개인의 기부행위에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 살펴보는 것이다. 사회적 동기를 설명하기 위해서 주관적 계층의식을 사용하고, 사회적 관계는 사회자본의 하위개념인 연결망의 크기 및 유형을 활용하여 각각의 요인들이 기부행위에 미치는 영향을 분석하였다. 분석에 사용한 자료는 '2011년 사회조사(통계청, 2012)'로 표본수가 3만 명이 넘는 통계청 공식승인 자료이기 때문에 기존 연구에서 사용된 자료보다 더욱 객관적이라고 할 수 있다. 이 연구는 그동안 기부행위의 분석에서 개인이 지닌 특성과 동기의 차원에서만 논의되던 설명변수의 영역을 사회적 맥락과 환경의 차원으로 확대하고, 그 인과구조를 실증적으로 파악하고자 시도하였다는데 의미를 부여할 수 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 개인적 차원의 기부행위

기부는 개인의 이익보다는 타인이나 공공의 목적을 위해 돈이나 물건 따위를 대가 없이 내놓는 행위를 말한다. 이러한 기부의 정의로 인해 그동안 많은 선행연구들이 기부 여부 및 규모와 수준 등 기본 현황을 파악하거나 기부행위에 영향을 주는 인구사회학적 변인, 개인의 내적 동기 요인을 분석하는 등 개인적인 차원에서 기부를 논의해왔다(강철희·주명관, 2007).

인구사회학적 변인으로 기부행위를 설명하려고 한 연구들은 성별, 연령, 소득, 종교, 교육수준, 혼인상태 등을 중심으로 어떤 특성을 지닌 개인이 기부행위에 적극적인지 확인하였다. 하지만 인구사회학적 변인들이 기부행위에 미치는 영향에 대해서 연구자들마다 매우 상이한 결과를 내놓았다. 예를 들어, 청년층과 노년층보다 중년층이 기부행위를 더 많이 한다(김남숙, 2007)는 설명이 있는 반면, 연령이 높을수록 기부행위를 더

활발히 한다(강철희, 1998; 박태규·윤병호·정진욱, 2008)는 분석도 존재한다. 또한 어떤 연구에서는 교육수준만이(강철희, 2003; 이수애·이성태, 2009), 결혼상태 중 기혼여부(강철희·주명관, 2007)가, 또는 종교유무와 가구소득(황창순·강철희, 2002)이 기부행위에 정(+)의 효과를 미치는 중요한 변수로 분석되기도 했다. 이렇듯 연구결과에서 차이가 나는 것은 인구사회학적 변수만으로는 개인의 기부행위를 결정하는 요인들을 밝혀내기에 불충분하다는 것을 간접적으로 드러낸다.

다음으로 개인의 내적 동기 요인으로 기부행위를 분석한 연구들은 기부행위가 발생하는 이유를 이기적 동기(박기백, 2010; Andreoni, 1989)에서 찾기도 하고, 이타적인 동기(강철희, 2003; Smith et al., 1995; Bekkers, 2004)에서 찾기도 한다. 이타적 동기를 내세운 연구에서는 자원봉사 경험 등이 기부행위에 정(+)의 영향을 미친다고 분석하였다(강철희·김유나, 2003, 강철희·주명관, 2007; 이성태, 2009). 이기적 동기를 중시하는 연구에서는 세금감면 등의 이유로 개인이 기부를 한다고 설명하고 있다(박기백, 2010).

하지만 기부행위는 대표적인 친사회적 행동의 하나이기 때문에 개인의 사회적 행동 성향을 고려하여 기부행위를 유발하는 요인들을 파악하는 것도 중요하다. 즉 개인의 기부행위를 설명하기 위해서는 기부행위에 영향을 미치는 개인, 집단 등 다른 행위자의 영향력도 고려해야 한다. 뒤르케임(Durkheim, 1952)은 사회적 구속성에 대해 사람들이 명확한 규범을 지닌 매개집단에 통합되면 될수록 그 집단의 규범에 따라 행위하는 경향이 더 커진다고 설명한다. 이를 기부행위에 접목시켜보면, 기부행위는 그 행위가 벌어지는 맥락 내지 상황에 의해 더 많은 영향을 받는다고 할 수 있다(Wiepking & Mass, 2009).

따라서 기부 행위를 보다 명확히 설명하기 위해서는 개인적 차원을 넘어 사회적 차원으로 확대시킬 필요가 있고, 어떠한 사회적 차원의 요인들이 기부행위에 영향을 미치는지 살펴보는 것이 더욱 중요하다.

## 2. 사회적 차원의 기부행위

### 가. 주관적 계층의식과 기부행위

기부행위를 개인적 차원을 넘어 친사회적 행동<sup>1)</sup> 관점에서 접근하면, 이타적 동기나 이기적 동기보다는 명예, 체면, 인정 등 사회적 동기가 중요한 요소가 될 수 있다. 실제로 ‘위신’(prestige)의 동기가 작용할 경우 개인의 자선이나 기부행동이 증가하는 것으로 나타났다(Harbaugh, 1998). 도덕적으로 올바른 집단의 구성원이 되는 것이 품위를 제공한다고 보는 것과 같이 자선행위가 명예로운 일로서 지위를 수여해 주는 것으로 여겨진다는 것이다(Daniels, 1988). 따라서 자선행위는 자신이 훌륭하고 품위 있는 사람임을 드러내기 위한 방법이 될 수 있다(Wuthnow, 1991).

특히 계층의식은 개인의 사회적 행동을 특징짓는 의식적 요인이라는 점에서 명예, 위신 등과 같이 중요한 사회적 동기이다. 계층에 대한 인식은 계층분화와 관련된 태도, 행동, 연대 등으로 이어진다는 점에서 계층현상 가운데 결코 소홀히 취급될 수 없는 본질적인 문제이다(차종천, 2005). 계층의식의 형성에 있어 교육, 소득, 직업 등 객관적인 요인들도 중요한 영향을 미치지만, 보다 중요한 것은 이러한 객관적 요인들에 대해 개인이 스스로 인지하고 정의하는 주관적 판단이다(조동기, 2006; 서광민, 2009; Lundberg & Kristenson, 2008). 계층에 대한 개인의 인식이 그의 객관적 계층 위치와 일치하지 않더라도 계층의식은 행위에 많은 영향을 미칠 수 있다. 따라서 개인의 행위를 이해하기 위해서는 개인의 객관적 사회계층과 주관적 계층의식을 동시에 파악해야 한다(Veenhoven, 2002). 이러한 시각에서 최근 계층연구에서는 주관적 계층의식이 중요한 지표로 주목받고 있다.

무엇보다 주관적 계층의식이 중요한 이유는 한 개인에게 주관적 계층의식이 형성되면, 자신과 동일한 계층에 속해 있다고 스스로 판단한 집단이 그 사람의 준거집단이 되기 때문이다. 그리고 개인은 준거집단과의 동질성 확보를 위해 일정한 행동양식을 설정하고 이를 준수하기 위해 노력한다. 베버(Weber, 1946)는 위계적인 사회계층이 경

1) 친사회적 행동은 ‘사회적으로 긍정적 평가를 받을 수 있는 도움 행동’으로 설명할 수 있다. 아이젠버그와 밀러(Eisenberg & Miller, 1987)는 타인에게 도움을 주는 모든 행동을 친사회적 행동으로 규정하고 이를 도와주기, 나누기, 기부하기, 협동하기 등으로 구분하였다.

제적인 자원뿐만 아니라 다양한 명예와 가치를 가진 '삶의 양식'을 통해 표현되고 재생산되는 개념이라고 표명하면서, 사회는 경제적 지위뿐 아니라 도덕, 문화, 생활양식이라는 비경제적 기준에 기초하고 있는 다양한 명성집단에 의해서도 구분된다고 한다. 또한 이러한 집단들은 자신의 사회적 동료들과 상호작용을 하는 경향이 있다(남은영, 2010).

미드(Mead, 1934)의 사회행태주의<sup>2)</sup> 관점에 따르면, 인간은 다른 사람의 영향에 단순히 반응하는 수동적 존재가 아니라 상호작용 속에서 다른 사람의 영향을 해석 및 정의하고, 의미를 부여하는 능동적 존재이며, 인간은 이러한 내면적 사고와 해석에 따라 행동한다(이성식, 1995). 즉 인간의 행위라는 것은 다른 사람의 기대에 따라 조정될 수 있다는 것이다. 물론 인간의 행동이 항상 타자의 기대에 따르는 것은 아니지만 대부분의 행위에는 타인에 의한 자아영상이 투사된다. 특히 사람들은 타자 또는 집단과 호의적인 관계를 유지하기 위하여 집단이 수용하는 지배적 원리에 동조한다(이성록, 2003). 이러한 관점에서 보면 기부행위를 이끌어내는 동기는 그 행위가 벌어지는 맥락 내지 상황에 의해 더 많은 영향을 받는다고 할 수 있다. 이는 타자에 의해 투영된 자신의 모습에 대한 기대와 그 기대에 대한 충족의 행위로 기부행위가 나타나거나 촉진될 수 있다는 것을 시사한다.

따라서 개인의 기부행위를 설명하기 위해서는 개인의 객관적 사회계층과 주관적 계층 의식을 동시에 파악해 이들이 어떠한 효과를 보이는지 살펴볼 필요가 있다. 또한 이러한 분석은 선행연구들이 개인의 객관적 계층지표인 인구사회학적 변인들로 기부행위를 설명하면서도 왜 서로 다른 결과를 도출해냈는지 그 이유를 설명할 수 있는 단서가 될 수 있다.

## 나. 사회자본과 기부행위

기부행위는 이러한 개인적이고 사회적인 동기뿐 아니라 개인들이 맺고 있는 사회적 관계에 의해서도 영향을 받을 수 있다. 대부분의 기부행위는 처음부터 경제적 이익 또는 심리적 만족을 위해 이뤄지는 것이 아니라 오히려 누군가의 구체적 요구와 요청에 의해

---

<sup>2)</sup> 미드의 상징적 상호작용이론은 개인이 어떻게 사회와 관련하여 자신의 행동을 구성하는가에 관심을 갖는다. 미드의 이론은 사회가 개인의 사고행위에 반영된다는 주장을 통해 사회와 개인의 연계성을 설명한다. 이러한 점에서 미드의 행태주의는 기존의 행태주의와는 구분되는 '사회행태주의'로 특징 지워진다.

시작되는 경우가 많다(Wang & Graddy, 2008). 그 요구와 요청은 바로 다양한 연결망으로 구성된 사회적 관계에서 발생한다. 기부행위가 다각적인 사회적 관계에 의해, 누군가의 '요청'을 받아 수행된다는 것이다(Schervish & Havens, 1997; Bryant et al., 2003; Brown, 2005). 이러한 이유로 인해 최근 기부행위를 설명함에 있어 사회적 측면을 부각시킬 수 있는 대안적 개념으로 사회자본이 주목을 받고 있다.

사회자본 개념을 촉발시킨 콜만(Coleman, 1988)은 사회자본을 사회구조적 측면에서 형성된 자본으로서 그 구조안의 개별적 행위 주체들이 어떠한 행동을 하도록 유도하고 촉진시키는 것으로 정의하였다. 그 후 많은 사회학적 연구들은 사회구조적 속성이 개인적 속성들에 추가되어 개인의 행위에 어떠한 영향을 미치는가에 분석의 초점을 맞추어 왔다. 사회자본, 즉 사회연결망 내에서 행위자간에 형성되는 신뢰, 믿음, 규율, 관계의 연결 방식과 내용은 각종 정보, 자원, 권력의 접근성에 영향을 미치며, 이에 따라 개인이나 조직에게 유용한 기회를 제공하거나 반대로 제약요인으로 작용할 수 있다(김두섭 외, 2008).

사회자본은 '관계적 인간관'을 전제로 등장한 개념으로 사람과 사람 사이에서 형성되어 공동체의 생산성에 영향을 주는 자본이다. 또한 사회 주체들이 서로 도움이나 혜택을 주고받는 호혜(互惠)의 원리에 의해 확대되고 축적되는 것이기 때문에 사회자본은 기부행위에 의미 있는 기능을 할 가능성이 크다(박세경 외, 2009). 퍼트남(Putnam, 1995)은 친구 연결망과 단체의 회원 등을 포함하는 사회적 유대는 정보를 제공하고 신뢰를 강화시키며, 행위 지침과 이에 근거한 의무창출을 지지하는 관계를 만들어 낸다고 강조한다. 그에 따르면 이러한 사회적 관계는 일반화된 호혜성이라는 규범을 강화하면서 사람들이 서로 신뢰를 복돋우고 평판을 향상시키기 위해 더 많은 자선행위를 하도록 만들 수 있다는 것이다. 따라서 자선행위에 있어서 개인적 차이가 발생하는 것은 사람들이 지닌 사회적 연결의 유형 또는 연결의 정도, 그리고 이러한 연결들이 조직되어 있는 형태와 같은 사회적 소속관계에 의해 설명될 수 있다(Wilson & Musick, 1998).

실제로 개인이 지닌 사회 연결망의 확장정도가 개인의 자선적 기부행위를 증가시킨다(McPherson et al., 1992; Bryant et al., 2003). 이러한 현상은 보다 더 확장된 연결망을 지닌 사람이 자선행위에 대해 강한 긍정적 규범을 지닌 연결망에 통합될 가능성이 많으며 결과적으로 자선단체에 더 많은 재화를 기부하게 되는 것으로 설명할 수 있다(Wiepking & Mass, 2009). 한편 벡커스(Bekkers, 2004)는 세속적인 속성을 지닌 연결

망보다는 종교적 속성을 지닌 연결망에서 자선동기에 대한 규범이 일반적으로 강한데, 이것이 기부행위의 증대로 이어진다고 설명한다. 개인이 지닌 연결망의 유형 및 특성이 기부행위 증대에 영향을 미칠 수 있다는 것이다.

기부행위 분석에 사회자본을 도입한 국내 연구들은 신뢰와 연결망의 특성에 따라 기부참여가 달라진다고 설명하고 있다. 신뢰와 기부행위 사이에 직접적인 관계가 있다고 본 연구들은, 개인이 사회기관에 대한 신뢰를 가질 때 이들 기관에 대한 기부참여가 가능하다고 설명한다(정무성·정호영, 2006). 반면 사회기관에 대한 신뢰와 기부행위의 관계가 유의하지 않다는 반론도 존재한다(강철희, 2003; 최은숙, 2012). 한편 개인들의 사회단체 참여가 공적신뢰를 매개로 개인의 기부에 영향을 미친다는 설명도 있다(최은숙, 2012). 이렇듯 기존 연구들은 사회적 연결망 보다는 신뢰의 효과에 집중하고 있으며, 신뢰 측정의 어려움으로 인해 연구자마다 서로 다른 방법을 사용하고 있다. 연결망에 대해서도 비공식적 단체와 공식적 단체로 구분하는 등 다소 단순화시켜 연결망이 기부행위에 갖는 의미를 축소시키는 경향을 보인다.

이러한 선행연구들은 사회자본을 사회적 연결망과 신뢰로 구분하여 기부행위와의 관계를 논의하고 있지만, 기본적으로 사회자본은 매우 추상적이고 다양한 요인들이 복합적으로 얽혀있어서 개념적 정의나 그 측정이 용이하지 않다. 따라서 사회자본에 대한 연구자의 관점이 전제된 후 논의가 전개될 필요가 있다(김종미, 2004; 한상미, 2007 재인용).

이 연구에서는 결속력을 추구하기 위한 ‘도구’로서 사회자본에 관심을 갖은 부르디외(Bourdieu, 1986)의 정의를 사회자본으로 차용하였다. 그는 사회자본을 ‘지속적인 네트워크 또는 특정한 집단의 구성원이 됨으로써 획득되는 실제적인 혹은 잠재적인 자원의 총합’이라고 정의하였다. 이러한 관점에 근거한다면 사회자본은 개인적 네트워크와 집단의 소속여부를 나타내는 사회적 연결망에 의해 설명될 수 있다. 특히 사회적 연결망은 사회자본을 구성하는 다른 요소에 비해 객관적인 측정이 가능하며, 도구로서의 사회자본의 속성을 가장 직접적으로 드러내 줄 수 있는 지표이기도 하다. 따라서 이 연구에서는 다각적인 사회관계를 이끌어내기 위해서 사회연결망의 특성을 연결망의 크기 및 유형으로 세분화하였다. 이는 개인이 지닌 사회연결망의 질적인 측면과 양적인 측면을 모두 고려한 결과이다.



### Ⅲ. 연구문제

이 연구는 그동안 개인적 차원에서 논의되어 왔던 기부행위를 사회적 차원의 논의로 확대하여 사회적 동기와 사회적 관계가 기부행위에 어떠한 영향을 미치고 있는지 살펴 보기 위한 것이다.

특히 이 연구에서는 기부행위의 본연의 의미를 더 부각시키기 위해서 기부행위를 기부횟수로 조작하였다. 개인기부에 대한 많은 선행연구들은 기부 참여여부와 기부금액의 분석에 초점을 맞추고 있다(강철희, 2003; 강철희·김유나, 2003; 김남숙, 2009; 이성태, 2009, 최은숙, 2012). 하지만 우리나라의 경우 기부참여율과 기부금액이 상대적으로 낮을 뿐만 아니라 대부분의 기부자들이 특별한 일을 계기로 간헐적으로 기부에 참여하고 있다. 이러한 현상을 고려할 때 우리나라에서는 기부참여율과 기부금액만으로는 개인기부에 대한 구조적 특성을 밝히기 어렵다(박태규, 2007).

기부행위가 대표적인 친사회적 행동임을 고려하면, 높은 금액의 기부보다는 작은 금액일지라도 자주 행해지는 기부가 더 중요하다. 기부행위를 하는 사람들의 비율이 높고, 기부 참여자들의 기부금액이 증가하더라도 기부참여 횟수가 높지 않다면 기부문화의 사회적 확산도 어렵다. 또한 해를 거듭할수록 기부방식이 기부단체 주도의 현금 위주에서 물품, 재능 등으로 진화해 나가는 것에 대한 고려도 필요하다. 대형마트에 가면 쉽게 발견할 수 있는 푸드뱅크, 푸드마켓 등의 식품기부함, 서울시의 ‘디딤돌 사업<sup>3)</sup>’ 등과 같이 점차 기부방식의 스펙트럼이 넓어지고 있다. 따라서 현금기부 행위만을 대상으로 하는 기부금액 분석보다는 현금기부와 물품기부 모두를 포괄할 수 있는 기부횟수 분석이 다양한 기부행위를 설명하기에 보다 적합하다고 판단하였다.

한편 기부에 참여하고 있는 사람만을 대상으로 기부행위를 분석하면 기부를 하지 않는 사람들과의 비교분석이 어렵다는 측면이 있다. 기부문화를 정확하게 분석하기 위해서는 잠재적인 참여자가 될 수 있지만 현재 기부행위에 참여하지 않는 사람들에 대한 분석도 필요하다. 따라서 이 연구에서는 기부에 참여하지 않는 사람들을 분석대

3) ‘디딤돌 사업’은 음식점이나 병원, 학원 등 현금기부에 부담을 느끼는 지역의 중소 자영업자들이 고유의 서비스나 물품을 활용해 일반 시민들을 도울 수 있도록 서울시가 연계해주는 사업이다. 서울시에 따르면 지난 2008년부터 2012년까지 디딤돌 사업에 13,382개의 업체들이 참여해 130,047명의 시민을 도왔으며 이들에 대한 서비스 기부를 금액으로 환산하면 154억 8백만원에 달하는 것으로 집계된다.

상에 포함시키고, 사람들이 얼마나 자주 기부행위를 하는지 보기위해 기부횟수를 사용하였다. 이상의 논의를 바탕으로 이 논문에서는 다음과 같은 연구문제들을 도출하였다.

〈연구문제 1〉 인구사회학적 특성에 따라 개인의 기부횟수에 어떠한 차이를 보이는가?

기부행위에 영향을 미치는 사회적 맥락에 대한 논의에 앞서 개인적 차원의 특성에 따라 기부횟수에 어떠한 차이가 나는지를 인구사회학적 변수인 성별, 연령, 교육수준 그리고 소득수준을 이용해 살펴본다. 이는 기부금액을 사용한 기존연구와 어떠한 차이가 있는지를 보여 줄 수 있을 것이다.

〈연구문제 2〉 객관적인 계층과 주관적 계층의식은 기부횟수에 어떠한 영향을 미치는가?

계층의식은 계층분화와 관련된 행동으로 이어질 수 있다는 점에서 개인의 행위 연구에 있어서 매우 중요한 부분이다. 계층에 대한 개인의 인식이 그의 객관적 계층 위치와 일치하지 않더라도 계층의식은 그 사람의 행위에 많은 영향을 미칠 수 있다. 따라서 개인의 행위를 올바르게 이해하기 위해서는 개인의 객관적 지위와 더불어 주관적 계층의식도 함께 고려해야 한다. 이러한 이유로 대표적인 계층구분 지표인 교육 및 소득수준과 주관적 계층의식이 기부행위에 어떠한 영향을 미치고 있는지 살펴본다.

〈연구문제 3〉 연결망의 크기와 유형은 기부횟수에 어떠한 영향을 미치는가?

기부행위는 개인적이고 사회적인 동기뿐 아니라 개인들이 맺고 있는 사회적 관계에 따라 달라질 수 있다. 대부분의 사람들은 처음부터 경제적 이익 또는 심리적 만족을 위해 기부를 하는 것이 아니라 오히려 누군가의 구체적 요구와 요청에 의해 기부를 시작하게 되는 경우가 많다. 실제 개인이 지닌 사회 연결망의 확장정도가 자선단체에 참여 기회를 증가시킨다. 또한 벡커스(Bekkers, 2004)는 연결망의 유형에 따라 자선단체에 기부하는 금액이 달라질 수 있다는 것을 분석하였다. 따라서 구체적으로 연결망의 크기 및 유형에 따라 개인의 기부횟수가 어떻게 달라지는지 살펴본다.

〈연구문제 4〉 인구사회학적 변수, 주관적 계층의식 그리고 연결망의 크기 및 유형은 기부 횟수에 어떠한 영향을 미치는가?

개인적 차원에서 인구사회학적 변수가, 그리고 사회적 차원에서 사회적 동기와 사회적 관계가 기부횟수에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 살펴보는 것도 필요하지만, 각각의 요인들이 복합적으로 기부횟수에 어떠한 영향을 미치고 있는지 살펴보는 것도 중요하다. 기부행위의 영향을 미치는 개인적 차원의 요인들과 사회적 차원의 요인들의 영향력을 비교하기 위해 인구사회학적 변수와 주관적 계층의식, 그리고 연결망의 크기 및 유형에 따라 기부횟수가 어떻게 달라지는지를 살펴본다.

## IV. 자료와 변수의 구성

### 1. 자료

이 연구에서 사용한 자료는 ‘2011년 사회조사(통계청, 2012)’이다. 사회조사는 통계청의 지정통계로서, 국민의 삶의 질과 관련된 사회적 관심사와 주관적 의식에 관한 사항을 조사하여 삶의 수준과 사회적 변동을 파악하고 관련 연구의 기초 자료로 제공하기 위해 기획된 것이다. 사회조사는 사회지표체계 10개 부문 중 매년 5개 부문을 선정하여 부문별 2년 주기로 진행되고 있다. ‘2011년 사회조사’는 복지·사회참여·문화와 여가·소득과 소비·노동부문에 대하여 전국 17,112개 표본 가구 내 상주하는 만13세 이상 가구원 38,012명을 대상으로 2011년 7월 15일부터 29일까지 조사한 내용을 집계한 것이다. 조사방법은 조사원이 가구를 직접 방문 조사하는 면접조사 방법과 인터넷 조사 방법이 병행되었다.

이 연구에서는 전체 응답자 중 만19세 이상 성인만을 대상으로 하여 최종적으로 33,827명에 대한 분석을 실시하였다. 기부행위는 돈이나 물건을 대가없이 자발적으로 내놓는 행위로 정의할 수 있기 때문에 기부는 어느 정도의 물질적 자본이 전제되어야만 가능한 행위이다. 따라서 경제적인 독립과 자발적인 의사결정이 가능한 만19세 이상의 성인을 대상으로 하였다. 만13세에서 만18세까지의 청소년은 학교차원에서

행해지는 집합적 기부행위에 비자발적으로 참여할 가능성이 높기 때문에 표본에서 제외하였다.

## 2. 변수구성

이 연구의 분석에 사용된 독립변수는 개인의 인구사회학적 변수와 주관적 계층의식, 그리고 사회연결망이다. 개인의 인구사회학적 변수는 연령, 성별, 교육년수 및 가구소득을 사용했다. 한편 이 연구에서는 가구소득을 분류하기 위해 중산층의 정의를 활용하였다. 한국의 중위가구 소득은 2011년 기준 월평균 350만원이다(통계청, 2012). 통계청에서 중산층을 OECD와 마찬가지로 중위가구 소득의 50~150%로 정의한다는 점을 고려하면, 월평균 가구소득이 175~525만원이면 중산층에 해당한다고 볼 수 있다. 이러한 기준을 적용하여 이 연구에서는 가구소득을 3개로 구분하여 분석에 사용하였다.

주관적 계층의식은 개인이 인식하고 있는 스스로의 사회경제적 지위, 즉 소득, 직업, 교육, 재산 등을 고려해 자신이 느끼는 계층지위를 6점 척도(상-상, 상-하, 중-상, 중-하, 하-상, 하-하)로 측정하였다.

다음으로 사회연결망의 특성을 도출해내기 위해서 연결망의 크기와 유형을 사용하였다. 연결망의 크기는 양적 수준에서, 연결망의 유형은 질적 수준에서 사회연결망의 특성을 도출한 것이다. 연결망의 크기는 사적 연결망과 활동단체수로 구분하여 측정하였다. 이러한 구분은 사회적 관계를 친구 연결망과 특정단체의 회원자격으로 설명한 퍼트남(Putnam, 1995)의 논의를 기반으로 하였다. 개인이 지닌 친구 연결망을 사적 연결망으로, 특정단체의 회원자격을 활동하고 있는 단체로 구분하였다.

사적 연결망은 개인과 개인 간에 형성되는 사회적 관계를 의미하며, 활동하고 있는 단체는 집단과 개인 간에 형성되는 사회적 관계를 의미한다. 우선 사적 연결망은 몸이 아파 집안일을 부탁할 경우, 갑자기 많은 돈을 빌릴 일이 생길 경우, 낙심하거나 우울해서 이야기 상대가 필요한 경우에 개인이 동원할 수 있는 인원의 총합을 사용하였다. 활동단체 수는 지난 1년간 주로 활동했던 사회단체 수의 총합을 이용하였다.

표 1. 표본의 일반적인 특성과 기부경험의 분포

		사례수	기부경험		현금기부 경험		물품기부 경험	
			있다	없다	있다	없다	있다	없다
전 체		33,827	35.1%	64.9%	33.6%	66.4%	8.6%	91.4%
성별	남자	15,806	39.4%	60.6%	38.2%	61.8%	7.3%	92.7%
	여자	18,021	31.4%	68.6%	29.5%	70.5%	9.6%	90.4%
연령대	20대	4,864	23.7%	76.3%	22.0%	78.0%	4.6%	95.4%
	30대	6,371	40.1%	59.9%	38.3%	61.7%	9.7%	90.3%
	40대	7,628	46.2%	53.8%	44.3%	55.7%	12.3%	87.7%
	50대	6,543	40.6%	59.4%	39.1%	60.9%	10.4%	89.6%
	60대 이상	8,421	23.6%	76.4%	22.6%	77.4%	5.1%	94.9%
교육	중졸 이하	10,002	21.3%	78.7%	20.3%	79.7%	4.3%	95.7%
	고졸	12,997	32.3%	67.7%	30.7%	69.3%	7.7%	92.3%
	대졸 이상	10,828	51.2%	48.8%	49.2%	50.8%	13.6%	86.4%
가구소득	200만원 미만	14,329	23.3%	76.7%	22.2%	77.8%	4.8%	95.2%
	200~500만원 미만	15,992	41.6%	58.4%	39.8%	60.2%	10.1%	89.9%
	500만원 이상	3,506	53.8%	46.2%	51.6%	48.4%	16.7%	83.3%
주관적 계층의식	상층	510	60.6%	39.4%	58.6%	41.4%	20.6%	79.4%
	중층	18,714	42.3%	57.7%	40.5%	59.5%	10.9%	89.1%
	하층	14,603	24.9%	75.1%	23.8%	76.2%	5.2%	94.8%
사적 연결망: 평균 (표준편차)		33,827	5.5(4.0)	4.5(3.9)	5.5(4.0)	4.5(3.9)	6.0(4.3)	4.8(3.9)
활동단체수: 평균 (표준편차)		33,827	1.2(1.0)	0.6(0.9)	1.2(1.0)	0.6(0.9)	1.5(1.0)	0.7(0.9)
연고집단 참여		13,357	47.2%	52.8%	45.2%	54.8%	12.9%	87.1%
이해집단 참여		5,908	52.4%	47.6%	50.1%	49.9%	15.8%	84.2%
종교집단 참여		4,568	58.4%	41.6%	56.0%	44.0%	23.6%	76.4%
시민사회단체 참여		1,657	63.1%	36.9%	59.4%	40.6%	25.8%	74.2%

연결망의 유형은 개인이 활동하고 있는 단체의 유형을 활용하였다. 연결망의 유형은 사회참여유형에 대한 기존 논의(이선미, 2004; 박병진, 2007)<sup>4)</sup>들을 참조하여, 개인이

소속된 활동단체의 설립목적에 따라 도구적 참여와 이타적 참여로 크게 구분하였다. 다시, 도구적 참여집단에는 연고집단, 이해집단, 종교단체로 분류하였다. 연고집단에는 친목 및 사교단체 그리고 지역사회모임을 포함시켰으며, 이해집단에는 이익단체, 학술단체 그리고 취미·스포츠·레저단체를 포함시켰다. 한편 이타적 집단은 공익을 목적으로 활동하는 시민사회단체를 의미한다.

종속변수로 사용된 기부행위는 지난 1년간 참여한 기부횟수를 묻는 질문을 사용하였다. 대상자에게 직접 후원, 언론기관을 통한 후원, 기관을 통한 후원, 종교단체를 통한 후원 등 후원경로별로 각각 측정된 현금 기부 횟수와 물품기부 횟수를 합산하였다.

## V. 분석결과

### 1. 인구사회학적 특성에 따른 기부행위

우선 분석대상자들의 기부행위에 대한 일반적 현황을 살펴보면 다음과 같다. 전체 응답자 중 지난 1년간 1회 이상 기부를 한 응답자는 전체의 35.1%였다. 1회 이상 기부를 한 응답자의 평균 기부횟수는 6.9회로 나타났다. 이를 세부적으로 살펴보면 평균 물품기부횟수가 3.6회, 평균 현금기부횟수가 6.3회였다. 한편 1회 이상 기부를 한 응답자의 1인당 평균 현금기부금액은 18.4만원으로 집계되었다.

<표 2>는 분석대상의 인구사회학적 특성에 따른 평균 기부횟수를 나타낸 것이다.

성별로 살펴보면 남자(39.4%)가 여자(31.4%)에 비해 기부경험을 지닌 응답자의 비중이 더 높았다( $\chi^2 = 236.27, p < .001$ ). 그러나 기부경험자들의 평균 기부횟수에서는, 여자(7.2)가 남자(6.6)에 비해 상대적으로 기부를 더 자주 하는 것으로 확인되었다( $t(11,869) = -4.58, p < .001$ ). 이러한 결과는 여자가 남자에 비해 기부경험자의 비중은 작지만, 기부를 더 정기적으로 한다는 것을 보여준다.

4) 이선미(2004)는 사회참여 유형에 잠재해 있는 패턴을 파악하고 서로 구분되는 집락을 판별하기 위해 다차원척도법(MDS)을 실시한 결과 네 가지 유형을 발견하였다. 박병진(2007)은 이를 발전시켜 사회참여를 도구적 참여와 이타적 참여로, 다시 도구적 참여는 연고집단, 이해집단, 취미활동 및 청탁으로, 이타적 참여는 봉사활동과 기부로 나누었다.

표 2. 인구사회학적 특성에 따른 평균 기부횟수

구분		사례수	기부경험 비중(%)	평균 기부횟수	
				전체 <sup>1)</sup>	기부 경험자
성별	남자	15,806	39.4	2.59	6.58
	여자	18,021	31.4	2.27	7.23
통계량				t(32,641.77)=5.24***	t(11,869)=-4.58***
연령대	20대	4,864	23.7	1.46	6.15
	30대	6,371	40.1	2.93	7.30
	40대	7,628	46.2	3.61	7.82
	50대	6,543	40.6	2.89	7.12
	60대 이상	8,421	23.6	1.14	4.83
통계량				F(4, 33,822)=262.08***	F(4, 11,866)=53.93***
교육 수준	중졸 이하	10,002	21.3	0.95	4.46
	고졸	12,997	32.3	2.08	6.44
	대졸 이상	10,828	51.2	4.18	8.17
통계량				F(2, 33,824)=944.02***	F(2, 11,868)=195.71***
가구 소득	200만원 미만	14,329	23.3	1.18	5.07
	200~500만원 미만	15,992	41.6	2.91	7.00
	500만원 이상	3,506	53.8	5.24	9.74
통계량				F(2, 33,824)=892.40***	F(2, 11,868)=230.37***

주: 1) 기부경험이 없는 응답자를 포함한 전체 응답자의 평균 기부횟수.

2) 통계분석은 SPSS 통계패키지 18.0 이용 (이하 동일).

3) \*\*\*p<.001

연령대별로는, 20대와 60대에서는 20% 수준에 그치던 기부경험자 비중이 30대에서 50대까지는 40%를 넘어서는 것으로 나타났다( $\chi^2 = 1,339.72, p<.001$ ). 특히, 40대의 기부경험자 비중이 46.2%로 가장 높았다. 이는 기부행위가 물질적 자원을 제공하는 행위인 만큼 경제활동이 가장 활발한 시기인 30대에서 50대까지가 재정적으로 여유로울 확률이 높으며, 이것이 기부행위로 이어질 가능성이 크기 때문인 것으로 보인다. 기부 경험자들의 평균 기부횟수도 30대에서 50대까지가 20대와 60대에 비해 상대적으로

로 많은 것으로 나타났다( $F(4, 11,866)=53.93, p<.001$ ). 따라서 30대에서 50대까지의 연령대가 기부행위에 가장 적극적으로 참여하고 있는 것으로 볼 수 있다.

교육수준이 높을수록 개인의 기부경험 비중이 증가했다. 특히 대졸이상의 교육수준을 지닌 응답자의 과반인, 51.2%가 기부경험을 지니고 있는 것으로 나타났다( $\chi^2 = 2,108.39, p<.001$ ). 기부 경험자들의 평균 기부횟수도 교육수준이 높을수록 증가했으며, 이는 통계적으로도 유의하였다( $F(2, 11,868)=195.71, p<.001$ ). 즉 교육수준이 높을수록 기부를 경험한 응답자가 많았으며, 기부행위에 대한 이들의 참여도도 증가했다. 따라서 높은 수준의 교육수준은 개인이 기부행위를 결정하고, 기부행위에 대한 충성도를 높이는데 있어 유의한 영향력을 미치고 있음을 추측할 수 있다.

소득수준이 높을수록 기부경험 비중이 증가했으며( $\chi^2 = 1,715.38, p<.001$ ), 이들의 평균 기부횟수도 증가했다( $F(2, 11,868)=230.37, p<.001$ ). 특히 500만원 이상의 가구소득을 지닌 응답자의 53.8%가 기부경험이 있다고 응답했는데, 이는 200만원 미만(23.3%)의 소득집단에 비해 두 배가 넘는 수치이다. 이상의 결과들을 요약하면, 남자가 여자에 비해 기부경험을 지닌 응답자가 많은 반면, 기부행위에 대한 충성도는 여자에 비해 다소 낮은 것으로 나타났다. 또한 30대에서 50대까지의 연령대가, 그리고 교육수준 및 가구소득이 높을수록 기부 경험이 많으며 기부행위에 대한 충성도도 높았다.

## 2. 주관적 계층의식과 기부행위

이 연구에서는 개인의 기부행위에 영향을 미치는 사회적 동기로서 주관적 계층의식에 주목하고 있다. 개인의 사회 내 지위에 대한 스스로의 인식을 의미하는 주관적 계층의식은 개인의 행위를 이끌어 내는 데 있어 중요한 기준을 제시한다. 이러한 주관적 계층의식에 따라 개인의 기부행위는 다양하게 분화될 수 있다.

주관적 계층의식에 따른 기부행위의 양상을 살펴보면, 우선 계층의식이 상층인 집단에서는 58.8%가 기부경험을 지니고 있었으며 중층인 집단에서는 42.2%가, 마지막으로 하층인 집단에서는 24.9%가 기부경험이 있다고 응답했다. 즉 주관적 계층의식이 높은 집단일수록 기부경험자의 비중이 높아지는 경향이 뚜렷이 나타난다. 다음으로 개인이 지닌 주관적 계층의식별로 평균 기부횟수의 차이를 알아보기 위하여 일원분산분석을 실시하였다. 주관적 계층의식이 상층인 집단에서는 평균 기부횟수가 6.1회, 중층 집단에



서는 3.2회, 그리고 하층 집단에서는 1.3회로 집단 간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $F(2, 22,824)=563.80, p<.001$ ). 사후검정(Dunnett T3)을 실시한 결과에서도 주관적 계층의식이 높을수록 평균 기부횟수가 많은 것으로 확인되었다.

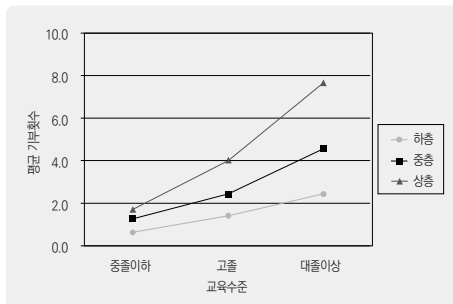
이상의 결과들을 요약하면, 자신의 계층을 상층으로 인식하는 집단일수록 기부경험 비중이 높았으며, 기부횟수도 증가하는 것으로 나타났다. 즉 주관적 계층의식이 높을수록 개인들이 기부행위에 적극적이라는 것을 알 수 있다.

그런데 기부행위에 대한 주관적 계층의식의 영향력을 보다 정확히 파악하기 위해서는 개인의 객관적 계층지위와 함께 살펴보아야 한다. 따라서 대표적인 객관적 계층지표로 분류되는 교육 및 소득수준과 주관적 계층의식이 어떠한 형태로 결합되어 기부횟수에 영향을 미치고 있는지를 비교분석하였다.

[그림 1]은 교육수준 및 계층의식에 따른 평균 기부횟수에 대한 이원분산분석의 결과이다. 교육수준이 높을수록 기부횟수가 증가하였으며 이러한 차이는 통계적으로도 유의하였다( $F(2, 33,818)=132.37, p<.001$ ). 또한 높은 주관적 계층의식을 지닌 사람일수록 기부횟수가 증가하였으며( $F(2, 33,818)=217.58, p<.001$ ), 교육수준과 계층의식 간에는 통계적으로 유의한 상호작용 효과가 존재했다( $F(4, 33,818)=27.86, p<.001$ ). [그림 1]에서 볼 수 있듯이 교육수준이 증줄 이하인 집단에서는 주관적 계층의식에 따른 평균 기부횟수의 차이가 거의 없다가 교육수준이 증가할수록 주관적 계층의식별 평균 기부횟수의 차이가 확대되었다. 즉 학력이 높으면서 주관적 계층의식이 높은 사람과 학력이 높지만 주관적 계층의식이 낮은 사람 간의 기부횟수에 차이가 나타난다는 것이다. 또한 소득수준에 대해서도 이와 같은 결과를 보였다.

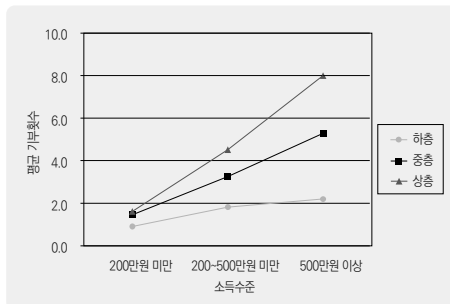
소득수준 및 계층의식에 따른 평균 기부횟수에서는, 소득수준이 높을수록 평균 기부횟수가 증가하였으며( $F(2, 33,818)=109.71, p<.001$ ), 높은 주관적 계층의식을 지닌 사람일수록 기부횟수가 많은 것으로 나타났다( $F(2, 33,818)=141.02, p<.001$ ). 소득수준 및 계층의식에 따라 나타나는 이러한 차이는 통계적으로 유의하였으며, 두 변수 간에는 상호작용 효과가 존재하였다( $F(4, 33,818)=28.12, p<.001$ ). [그림 2]에서 나타나듯이, 동일한 소득수준을 지닌 집단에서 개인의 주관적 계층의식이 높을수록 평균 기부횟수가 증가했다. 특히 교육수준이 높은 집단에서 계층의식에 따라 기부횟수에 더 큰 차이를 보이는 것으로 나타났다.

그림 1. 교육 및 계층의식에 따른 기부횟수



주: 이원분산분석(F=316.014, p<.001).

그림 2. 가구소득 및 계층의식에 따른 기부횟수



주: 이원분산분석(F=286.257, p<.001).

이러한 결과는 개인이 기부행위를 함에 있어서 교육수준과 소득수준이 일정부분 영향을 미치고 있지만, 주관적 계층의식에 따라 그 차이가 발생할 수 있다는 것을 의미한다. 따라서 개인의 인구사회학적 변수에 사회적 동기인 주관적 계층의식을 결합했을 때 기부행위를 보다 명확히 설명할 수 있다.

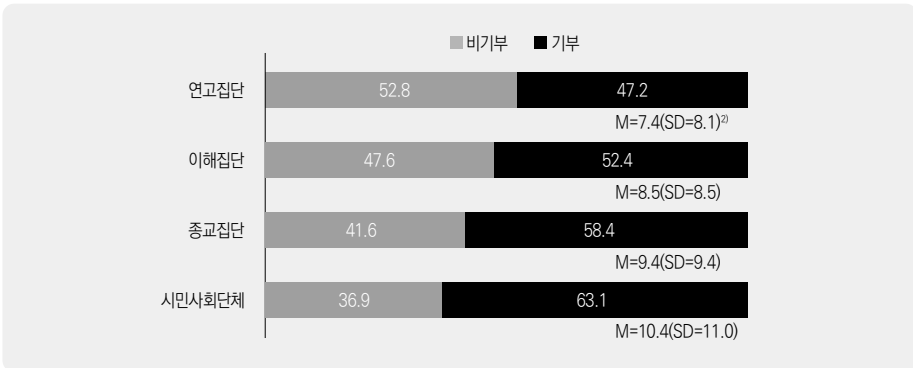
### 3. 사회 연결망과 기부행위

다음으로 사회연결망의 크기 및 유형이 기부행위에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보았다. 우선 연결망의 크기와 기부횟수 간에 상관분석을 실시한 결과, 사적 연결망의 크기와 활동단체수 모두 기부횟수와 유의한 상관관계가 나타났다. 사적 연결망( $\gamma = .128$ ,  $p < .01$ )과 활동단체수( $\gamma = .277$ ,  $p < .01$ ) 모두 기부횟수와 정(+) 방향의 상관관계를 보였다. 즉 신체적, 금전적, 심리적 도움을 요청할 수 있는 지인이 많은 사람일수록, 또는 활동하고 있는 단체수가 많은 사람일수록 기부를 자주 하는 경향이 높다고 할 수 있다. 특히 활동단체가 있는 사람들의 48.0%가 기부경험이 있었던 반면, 활동단체가 없는 사람들은 22.6%만이 기부경험이 있는 것으로 나타난 것도 이러한 경향성을 뒷받침해준다.

[그림 3]은 사회연결망의 유형에 따른 기부행위의 변화를 분석한 것이다. 사회연결망의 유형은 주요 활동단체의 설립목적으로 구분하였으며, 복수응답으로 조사되었다. 개인의 주요 활동단체별로 기부경험을 지닌 응답자의 비중을 살펴보면, 시민사회단체 소속 응답자들이 63.1%로 가장 높았으며, 다음으로 종교집단(58.4%), 이해집단(52.4%),

연고집단(47.2%) 순으로 나타났다. 결과적으로 활동단체의 설립목적이 공익을 추구하는 이타적 집단에서 활동하는 사람들이 개인의 이익을 추구하는 도구적 집단에서 활동하는 사람들보다 기부경험이 더 많은 것으로 해석할 수 있다.

그림 3. 주 활동단체 유형<sup>1)</sup>에 따른 기부여부 및 평균 기부횟수



주: 1) 복수응답.

2) 1회 이상 기부한 응답자의 기부횟수 평균.

기부행위에 있어 정기성 여부 및 충성도를 확인할 수 있는 평균 기부횟수도, 활동단체 유형에 따른 기부경험의 비중과 동일한 양상을 보였다. 시민사회단체를 주요 활동단체로 꼽은 응답자들의 기부횟수가 10.4회로 가장 많은 데 반해 연고집단에서 활동하는 응답자의 평균 기부횟수는 7.4회로 가장 적었다. 전체 응답자 중 기부경험을 지닌 응답자의 평균 기부횟수가 6.3회임을 고려하면, 시민사회단체에서 활동하는 응답자의 평균 기부횟수는 10.4회로 약 2배에 근접한 높은 수치이다. 즉 이타적 목적을 지닌 단체에서 활동하는 사람이 기부를 할 확률이 높으며, 기부를 함에 있어서도 정기적으로 지속할 경향이 높은 것으로 확인되었다.

#### 4. 기부행위에 대한 위계적 회귀분석

마지막으로 개인적 차원의 변수들과 사회적 차원의 변수들이 복합적으로 기부행위에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 분석해 보았다. 이를 위해 개인적 차원의 변수인 인구사회학적 변수와 사회적 차원의 변수인 주관적 계층의식과 연결망의 크기 및 유형을 단계적으로 투입해 기부횟수에 대한 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 실시하였다(표 3).

표 3. 기부횟수에 대한 위계적 회귀분석

변 수	모형 I		모형 II		모형 III	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta
성별(남자) <sup>1)</sup>	-.27***	-.02	-.22***	-.02	-.07	-.01
연령	.05***	.14	.05***	.13	.04***	.11
교육년수	.31***	.24	.29***	.22	.22***	.17
가구소득	.56***	.18	.46***	.14	.39***	.12
주관적 계층의식			.46***	.09	.30***	.06
사적 연결망 크기					.05***	.03
활동단체수					.59***	.10
연고집단 <sup>2)</sup>					-.16	-.01
이해집단 <sup>2)</sup>					.31	.02
종교집단 <sup>2)</sup>					2.26***	.14
시민사회단체 <sup>2)</sup>					2.52***	.10
(회귀상수)	-5.12***		-5.57***		-4.88***	
$R^2$	.087		.092		.151	
F비	804.860***		687.437***		544.884***	
$\Delta R^2$			.005***		.058***	

주: 1) 더미변수로 투입하였으며, 기준집단은 여자임.

2) 기준집단은 활동단체 없음임.

3) \*\*\* p<.001

우선 모형1은 인구사회학적 변수만을 투입한 것으로 모형의 설명력을 나타내는  $R^2$  값은 0.087이었다( $F=804.86$ ,  $p<.001$ ). 구체적으로 보면, 교육년수, 가구소득, 성별, 연령의 모든 변수들이 기부횟수에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 교육년수( $Beta=.24$ ,  $p<.001$ ), 가구소득( $Beta=.18$ ,  $p<.001$ ), 연령( $Beta=.14$ ,  $p<.001$ )이 높을수록 기부횟수가 많았으며, 성별(기준=여자;  $Beta=-.02$ ,  $p<.001$ )은 남자가 여자에 비해 더 자주 기부하는 것으로 나타났다.

모형2는 모형1에 사회적 차원의 변수인 주관적 계층의식을 첨가한 것으로, 모형의 설명력( $R^2=.092$ )이 모형1에 비해 0.5%( $p<.001$ ) 증가하였으며 통계적으로도 유의하였다. 이러한 결과는 주관적 계층의식에 따라 기부횟수가 달라진다는 것을 의미한다. 즉, 주관적 계층의식( $Beta=.09$ ,  $p<.001$ )이 높을수록 기부횟수가 증가한다는 것이다.

마지막으로 모형3은 인구사회학적 변수, 주관적 계층의식 그리고 연결망의 크기 및 유형을 동시에 투입한 최종모형으로 전체변량의 15.1%를 설명하고 있다( $F=544.88$ ,  $p<.001$ ). 이는 모형2에 비해 설명력이 5.8%( $p<.001$ ) 높아진 것으로 주관적 계층의식과 함께 사회자본이 기부횟수를 설명하는 주요한 변수라는 것을 확인시켜 준다.

최종적으로 선택된 모형3을 구체적으로 살펴보면, 인구사회학적 변인의 경우 성별( $Beta=-.01$ ,  $p>.05$ )을 제외한 연령( $Beta=.12$ ,  $p<.001$ ), 교육년수( $Beta=.17$ ,  $p<.001$ ), 가구소득( $Beta=.12$ ,  $p<.001$ ) 변인이 통계적으로 유의미한 결과를 보였다. 즉 성별에 따라서는 기부횟수에 차이를 보이지 않았지만, 연령과 학력, 그리고 가구소득이 높을수록 기부횟수가 증가하는 것을 알 수 있다. 특히 연결망 변수를 투입했을 경우 성별에 차이가 없는 것으로 나타나, 기부횟수를 설명하는데 있어 다른 변수에 비해 성별은 주요한 요인이 아니라는 점을 알 수 있다.

사회적 차원의 변수인 주관적 계층의식은 통계적으로 유의미하게 기부횟수에 영향을 미치고 있었다( $Beta=.06$ ,  $p<.001$ ). 이는 인구사회학적 변수인 객관적 계층지표와 함께 주관적 계층의식에 따라 기부횟수가 달라진다는 것을 의미한다.

사회자본 변수 중 연결망의 경우, 사적 연결망의 크기( $Beta=.03$ ,  $p<.001$ )와 활동단체수( $Beta=.10$ ,  $p<.001$ ) 모두 기부횟수에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 사적이나 공적으로 연결된 사람이 많을 때 기부횟수가 많아진다는 것이다. 특히 개인적으로 이어진 연결망보다는 공적으로 관계된 연결망이 클수록 기부횟수가 더 높은 것으로 나타났다. 다음으로 연결망 유형에 따른 결과를 살펴보면, 사회단체활동을 하지 않는 사람에

비해 종교집단( $Beta=.14, p<.001$ )과 시민사회단체( $Beta=.10, p<.001$ )에서 활동하는 사람의 기부횟수가 높았다. 하지만 연고집단( $Beta=-.01, p>0.05$ )이나 이해집단( $Beta=.02, p>0.05$ )의 경우에는 사회단체에 가입하지 않은 집단과 기부횟수에 차이가 없었다. 이는 공익을 추구하는 이타적 집단에서 활동하는 사람들이 개인의 이익을 추구하는 도구적 집단에서 활동하는 사람들보다 기부를 더 자주 한다는 것이다.

지금까지의 결과를 종합하면, 기부횟수는 연령, 교육수준, 가구소득이 높을수록 빈번해지고, 자신의 사회경제적 지위를 높게 인식하는 사람일수록 많아지게 된다. 또한 넓은 사회적 관계를 형성하고 있는 사람일수록 기부를 더 자주하고, 도구적 목적을 지향하는 단체보다는 이타적 목적을 지향하는 단체 가입자일수록 기부횟수가 더 많아진다. 이러한 결과는 기부행위가 개인적 행위를 넘어 사회적 동기와 사회적 관계라는 사회적 차원에 의해서 설명될 수 있다는 사실을 보여준다.

## VI. 결론 및 시사점

외환위기와 글로벌경제 위기를 거치면서 더욱 심화된 소득 양극화는 경제적 이해를 넘어 가치관, 이념, 역할을 둘러싼 집단 간 갈등을 초래할 수 있으며, 이는 사회의 지속가능성까지도 위협할 수 있다. 이러한 위기상황 속에서도 우리사회에 나눔의 문화가 존재하며 확산될 가능성이 높기 때문에 미래에 대한 전망이 그나마 낙관적일 수 있다. 기부문화의 확산은 과거 시장논리에 밀려 부차적인 것으로 위축되어 왔지만, 최근 들어 새롭게 조명되고 있는 호혜성의 원리와도 일맥상통하는 것이다. 이에 발맞춰 현존하는 우리사회의 기부문화를 확대하고 보편화시키기 위해서는 기부행위를 단순히 개인적 행위로 취급할 것이 아니라 사회적 행위로 끌어올리는 인식과 접근 방식이 필요하다.

이러한 관점에서 이 연구는 그동안 개인적 차원에서 논의되어 왔던 기부행위를 사회적 차원으로 확대하여 사회적 동기와 사회적 관계가 기부행위에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 살펴보았다. 기부행위는 대표적인 친사회적 행동의 하나이기 때문에 개인의 사회적 행동 성향을 고려하여 기부행위를 유발하는 요인들을 파악하는 것이 중요하다. 즉 개인의 기부행위를 설명하기 위해서는 기부행위에 영향을 미치는 개인, 집단 등 다른

행위자의 영향력도 고려해야 한다. 따라서 기부행위는 그 행위가 벌어지는 사회적 맥락 및 환경 안에서 논의될 필요가 있다.

기부행위가 사회적 맥락 및 환경에 중요한 영향을 받는다는 것에 착안한 이 연구는 기부행위 분석에 있어 그동안 배제되어 왔던 개인의 사회적 동기와 사회적 관계에 중요성을 부여하고, 개인적 차원을 넘어 사회적 차원에서 기부행위를 살펴보았다는 점에 가장 큰 의미가 있다. 이 연구의 주요 결과는 다음과 같다.

먼저 기부행위는 기본적으로 개인적인 객관적 지표에 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 개인적 차원에서 기부행위를 바라본 기존연구와 같다. 특히 주목되는 부분은 교육년수가 소득이나 연령에 비해 더 큰 효과를 갖는다는 것이다. 이는 기부행위를 금액으로 측정했기 때문으로 판단된다. 즉, 소득이 높은 경우에는 기부금액에 영향을 미칠 가능성이 높지만, 학력이 높은 경우에는 기부에 자주 참여할 가능성이 높다는 것이다.

다음으로 자신의 사회경제적 지위를 높게 인식하고 있는 사람들이 기부를 하는 경향이 강하고, 기부행위에 대한 충성도도 높았다. 특히 자신이 어떤 계층에 속하는지에 대한 인식은 소득수준, 교육수준 등 객관적 계층지표들과 결합되어 개인의 기부횟수 증가에 상승효과를 줄 수 있다. 이는 사회적 차원의 요소인 사회적 동기가 기부행위를 확장시키는데 있어 중요한 요인으로 작용할 수 있다는 것을 의미한다.

마지막으로 활동하는 단체수가 많고 공익을 지향하는 이타적 단체활동을 하는 사람일수록, 기부행위에 더 적극적이었다. 이는 사회연결망의 확장정도가 자선단체에의 참여 기회를 증가시킨다는 연구결과(McPherson et al., 1992)와 맥을 같이 하지만, 개인의 사적 연결망보다는 활동단체 수의 확장이 기부행위에 더 큰 영향을 미친다는 것을 추가로 확인하였다. 또한 종교단체 활동자들의 기부횟수가 많다는 결과는 종교적 속성을 지닌 연결망이 기부행위를 증가시킨다는 벡커스(Bekkers, 2002)의 연구와 동일하다. 하지만 연고집단이나 이해집단과 같은 도구적 단체활동은 기부행위와 관련이 없고, 시민사회단체와 같은 공적 단체활동이 기부행위를 활성화시킨다는 사실을 구체적으로 제시하였다.

다양한 단체활동을 통해 개인들에게 축적되는 사회자본은 사회구성원들에게 소속감이나 정체성을 제공해 주고, 이로 인해 개인의 친사회적 행동이 증가될 개연성을 높인다. 따라서 공적인 연결망의 사회자본이 확장된 사람일수록 기부행위에 대한 충성도가

높아지는 것이다. 이러한 결과는 사회자본이 서로 도움이나 혜택을 주고받는 호혜의 원리에 의해 확대 및 축적될 수 있다는 기존 이론들을 뒷받침하는 증거이기도 하다. 한편 이타적 목적을 위해 설립된 시민사회단체에서 활동하는 사람들이 기부행위에 더 적극적이었던 것도 같은 맥락에서 해석할 수 있다.

이러한 분석결과들은 기부행위가 개인적 차원을 넘어 사회적 맥락 또는 환경에 의해 영향 받는다는 사실을 실증적으로 확인시켜준다. 나아가 우리사회에도 어느 정도 기부 문화가 형성되고 있다는 것을 추측할 수 있게 해준다. 우리사회에 자선문화를 더욱 확산 시키기 위해서는 세제혜택 등 개인적 차원에서의 보상정책 이외에 사회적 차원에서 다각적인 유인정책이 필요하다. 특히 교육수준이나 소득이 낮더라도 개인들이 느끼는 주관적인 계층의식에 따라 기부행위가 증가되는 것을 확인한 만큼 계층의식을 높일 수 있는 방안도 모색되어야 한다. 예를 들어 삶의 만족도 향상, 행복 등 정서적 지원에 대한 정책적 고려가 필요하다. 이러한 노력을 통해 우리사회에 여전히 기부가 부유층의 의무라고 여기지는 사회적 편견을 깨뜨리고 기부행위를 일상생활의 일부로 전환시킬 수 있을 것으로 기대된다.

또한 공익을 추구하는 단체에 가입할수록 기부행위에 적극성을 띠는 만큼 이러한 사회단체의 적극적 발굴 및 지원이 필요하다. 더불어 개인들의 친분에 의해 형성된 연고 집단과 특정 목적을 위해 형성된 이해집단에 대해서도 기부행위가 적극적으로 유도될 수 있도록 도구적 집단의 기부행위에 대한 사회적 혜택방안도 모색해야 할 것이다.

이러한 성과에도 불구하고 이 연구는 다음과 같은 한계점을 지니고 있다. 우선 이 연구에서 통계청에서 조사한 원자료를 활용하였기 때문에 다양한 인구통계학적 변인이나 개인의 내적 동기 등의 변인들이 분석에서 제외되었다. 또한 사회자본과 같은 사회적 차원의 변수들은 시간이 지나면서 축소되거나 누적되는 성격을 갖는다. 그럼에도 이 연구에서는 횡단적인 자료를 사용하였기 때문에 개인들의 사회적 변화에 대한 현상을 살펴볼 수 없었다. 따라서 향후 종단적인 자료를 사용해 사회적 관계변화에 따라 기부행위가 어떻게 변화하는지를 살펴볼 필요가 있다. 다음으로 기부행위에 영향을 미치는 사회단체 참여도를 분석하는 데 있어 단순한 활동여부만을 분석했기 때문에 단체참여의 적극성 여부에 따라 기부행위가 어떻게 변화하는지에 대한 질적인 측면이 간과되었다. 후속 연구에서는 사회단체 참여 내용에 따라 기부행위가 어떻게 달라지는지도 살펴봐야 할 것이다.



우리사회에 확산되고 있는 기부문화는 불평등 심화라는 현재의 경제사회적 흐름과는 상반되는 것이다. 한정된 공공자원으로는 점점 다양해져가는 복지수요를 모두 충족시킬 수 없는 만큼 사회통합을 이루기 위한 사회구성원들의 협력은 나날이 중요해지고 있다. 이런 점에서 사회 양극화가 가져온 집단 간 갈등 봉합에 기여할 것으로 예측되는 기부문화에 대한 필요성이 점차 부각되고 있다. 기부행위에 영향을 미치는 사회적 측면의 요인들을 분석한 이 연구는 기부문화를 사회통합에 이바지할 수 있는 사회적 정책과제로 끌어올리는데 단초를 제공할 것으로 기대된다.

김자영은 한양대학교에서 사회학 석사학위를 받았으며, 동 대학에서 사회학 박사과정을 수료했다. 현재 KDI에서 전문연구원으로 재직 중이다. 주요 관심분야는 문화산업, 경제정책, 사회복지이며, 현재 문화산업, 경제정책 등을 연구하고 있다.

(E-mail: apriljy@kdi.re.kr)

김두섭은 서울대학교에서 문학 석사학위, 미국 브라운대학교에서 사회학 박사학위를 받았으며, 1984년부터 현재까지 한양대학교 사회학과 교수로 재직 중이다. 주요 관심분야는 사회인구학과 연구방법론이며, 현재 국제결혼, 외국인배우자의 적응과 출산력, 한국과 북한의 출산력변천에 관한 연구를 진행하고 있다.

(E-mail: duskim@hanyang.ac.kr)

## 참고문헌

---

- 강철희(1998). 후원 활동에 참여하는 사람들의 일반적 특징과 그들의 후원 노력에 영향을 미치는 요인들에 관한 연구. *한국사회복지학*, 35, pp.1-30.
- 강철희(2003). 자선적 기부행동 및 자원봉사 참여행동에 대한 탐색적 분석. *한국비영리연구*, 2(2), pp.161-205.
- 강철희, 김유나(2003). 온라인 기부에 관한 연구: 기부행동과 기부노력에 대한 분석. *한국비영리연구*, 2(1), pp.123-164.
- 강철희, 주명관(2007). 기부대상영역에서의 기부참여행동과 기부정기성의 관계에 관한 연구. *한국비영리연구*, 6(2), pp.89-137.
- 국세청(2012). *국세통계연보*. 서울: 국세청.
- 김남숙(2007). 기부활동에 대한 사회적 자본의 매개효과 분석. 박사학위논문, 사회복지학, 부산대학교, 부산.
- 김남숙(2009). 기부자규모인 분석을 통한 기부자 속성별 기부촉진전략에 관한 연구. *한국지역사회복지학*, 28, pp.133-155.
- 김두섭, 차승은, Harris Kim(2008). 혼인이주 여성의 사회네트워크와 적응. 서울: 한양대학교 인구및고령사회연구소.
- 남은영(2010). 한국 중산층의 소비문화: 문화자본과 사회자본의 함의를 중심으로. *한국사회학*, 44(4), pp.121-161.
- 박기백(2010). 조세감면이 근로소득자의 기부금에 미치는 영향. *세무학연구*, 27(2), pp.143-158.
- 박병진(2007). 신뢰형성에 있어 사회참여와 제도의 역할. *한국사회학*, 41(3), pp.65-105.
- 박태규(2008). 한국에서 개인기부에 대한 경제학적 분석들의 한계와 보완방안에 대한 소고: 1998-2004년의 조사 자료를 중심으로. *한국비영리연구*, 6(2), pp.311-336.
- 박태규, 박수범, 정영석(2003). 한국에서의 개인기부에 대한 요인분석. *한국재정학회학술대회논문집*. 서울: 한국재정학회, pp.1-20.
- 박태규, 윤병호, 정진욱(2008). 기부횟수의 결정요인에 대한 실증분석. *재정학연구*, 1(3), pp.79-100.
- 박세경, 강혜규, 이준영, 정진경, 한동우, 박소현(2009). 사회자본과 민간 복지자원 수준의

- 국가간 비교연구: 자원봉사활동과 기부를 중심으로. 서울: 한국보건사회연구원.
- 이선미(2004). 자원결사체가 개인간 신뢰의 상징적 제도인가? *한국사회학*, 38(5), pp.81-108.
- 이성록(2003). 자원봉사 매니지먼트. 서울: 지식과경영.
- 이성식(1995). 역할담당 감정으로서의 수치심과 청소년 비행: 상징적 상호작용모델의 검증 중심. *한국사회학*, 29(3), pp.617-649.
- 이성태(2009). 개인의 기부행위에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 박사학위논문, 복지행정, 목포대학교, 목포.
- 이수애, 이성태(2009). 개인의 기부행위에 영향을 미치는 요인에 관한연구. *한국사회복지행정학*, 11(3), pp.69-95.
- 서광민(2009). 주관적 계층의식에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 소득·교육수준·직업·소득 만족도·생활 만족도를 중심으로. 2009년 한국사회학회 전기 사회학대회 논문집. 서울: 한국사회학회, pp.911-921.
- 정무성, 정호영(2006). 사회복지시설의 신뢰와 몰입이 기부행위에 미치는 영향에 관한 연구. *한국비영리연구*, 5(2), pp.223-263.
- 조동기(2006). 중산층의 사회인구학적 특성과 주관적 계층의식. *한국인구학*, 29(3), pp.89-109.
- 차종천(2004). 객관적 계층, 주관적 계층 및 공정성간의 관계. 2004년 한국사회학회 후기 사회학대회 논문집. 서울: 한국사회학회, pp.191-195.
- 최은숙(2012). 개인의 사회단체 참여 수준과 기부, 자원봉사의 관계: 공적신뢰의 매개효과를 중심으로. 박사학위논문, 사회복지학, 서울시립대학교, 서울.
- 한상미(2007). 비영리 사회복지조직 구성원의 사회자본 유형. *한국비영리학회 학술대회 논문집*. 서울: 한국비영리학회, pp.43-68.
- 황창순, 강철희(2002). 개인기부에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 자선적 기부노력을 중심으로. *한국비영리연구*, 1(2), pp.33-73.
- 황창순(2010). 문화적 양극화 해소를 위한 기부문화 활성화 정책. *문화정책논총*, 23, pp.27-43.
- Andreoni, J. (1989). Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence. *Journal of Political Economy*, 97(6), pp.1447-1458.

- Bekkers, R. (2004). Giving and Volunteering in the Netherlands: *Sociological and Psychological Perspectives*. Ph.D. dissertation, Department of Sociology, Utrecht University, Utrecht, Netherlands.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital, in J. Richardson(eds.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York: Greenwood, pp.241-258.
- Brown, E. (2005). College, Social Capital, and Charitable Giving, in Arthur C. Brooks. (eds.). *Gifts of Time and Money: The Role of Charity in America's Communities*, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, pp.185-204.
- Bryant, W. K., Jeon-Slaughter, H., Kang, H., Tax, A. (2003). Participating in Philanthropic Activities: Donating Money and Time. *Journal of Consumer Policy*, 26(1), pp.43-73.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, pp.94-121.
- Daniels, A. K. (1988). *Invisible Careers: Women Civic Leaders from the Volunteer World*. Chicago: University of Chicago Press.
- Durkheim, E. (1952[1897]). *Suicide: A Study in Sociology*. London: Routledge & Keegan Paul.
- Eisenberg, N., Miller, P. A. (1987). The Relation of Empathy to Pro-social and Related Behaviors. *Psychological Bulletin*, 101(1), pp.91-119.
- Harbaugh, W. (1998). What Do Donations Buy? A Model of Philanthropy Based on Prestige and Warm Glow. *Journal of Public Economics*, 67, pp.269-284.
- Lundberg, J., Kristenson, M. (2008). Is Subjective Status Influenced by Psychosocial Factors? *Social Indicators Research*, 89(3), pp.375-390.
- McPherson, J. M., Popielarz, P. A., Drobnic, S. (1992). Social Networks and Organizational Dynamics. *American Sociological Review*, 57(2), pp.153-170.
- Putnam, R. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6, pp.65-78.
- Schervish, P., Havens, J. J. (1997). Social Participation and Charitable Giving: a Multivariate Analysis. *Voluntas*, 8(3), pp.235-260.

- Smith, V. H., Kehoe, M. R., Cremer, M. E. (1995). The Private Provision of Public Goods: Altruism and voluntary giving. *Journal of Public Economics*, 58(1), pp.107-126.
- Veenhoven, R. (2002). Why Social Policy Needs Subjective Indicators. *Social Indicators Research*, 58(1), pp.33-46.
- Wang, L., Graddy, E. (2008). Social Capital, Volunteering, and Charitable Giving. *Voluntas*, 19(1), pp.23-42.
- Weber, M. (1946). Class, Status, Party, in Gerth, H. H. and Mills, C. W.(eds.). *From Max Weber: Essays in Sociology*. London: Oxford University Press, pp.180-195.
- Wiepking, P., Maas, I. (2009). Resources That Make You Generous: Effects of Social and Human Resources on Charitable Giving. *Social Forces*, 87(4), pp.1973-1995.
- Wilson, J., Musick, M. (1998). The Contribution of Social Resources to Volunteering. *Social Science Quarterly*, 79(4), pp.799-814.
- Wuthnow, R. (1991). *Acts of Compassion*. Princeton, NJ: University of Princeton Press.

## Effects of the Subjective Class Consciousness and Social Capital on Donation Behavior

**Kim, Jayoung**

(Korea Development Institute)

**Kim, Doo-Sub**

(Hanyang University)

---

The main purpose of this paper is to examine the effects of the subjective class consciousness and social capital on donation behavior. Donation is a typical pro-social behavior and affected by the subjective perception of individual status of donor as much as that of objective socioeconomic one. It is assumed in this paper that the level of class status a person perceives is likely to influence the degree of participation in giving behavior. In addition, a concept of social network with its size and type is introduced as subordinate concept of social capital. The analysis is focused on the effects of these variables on donation behavior. Micro-data from Social Survey 2011 conducted by Statistics Korea is analyzed. ANOVA and regression analysis show that the level of individual perception on his or her socioeconomic status, the relative number of organizational membership and the degree of altruism that the participating organization pursue exert a significant effect on the frequency of donation. This relationship is found to be statistically significant, after controlling for the effects of individual demographic characteristics and objective indicators of socioeconomic status. This paper has a particular significance in that it tries to expand the extent of explanatory variables from individual feature and motivation to the social context and environment, and thus verify with empirical evidence its causal structure.

---

**Keywords:** Donation, Frequency of Donation, Subjective Class Consciousness, Social Capital, Social Network