

글 \_ 전홍윤(사회복지공동모금회 홍보팀장)

## 나눔의 인프라(Infrastructure)



**사** 실 우리 국민처럼 ‘한번 한다면 하는’ 국민들도 많지 않은 것 같다. 이런 성향이 꼭 좋다고만 말하기는 어렵지만 많은 위기를 겪어야만 했던 우리네 역사가 우리를 그만큼 강하게 만든 것도 사실이다. 최근 몇 년 사이에 우리사회에 일기 시작한 나눔의 물결도 이와 다르지 않아 그동안 많은 기관과 단체들이 활동을 시작하면서 이제 우리사회도 본격적으로 나눔의 문화를 얘기하게 되었다.

‘노블리스 오블리주’라는 말이 그리 낯설지 않게 들리고, 주변에 많은 이벤트, 행사들이 이어지면서 이제 ‘나눔’은 어느덧 일상으로 한 걸음 더 다가온 것처럼 느껴진다. 하지만 과연 그럴까? 장애인, 노인, 여성, 아동 그리고 풀리지 않는 수많은 지역사회 문제들 속에서 우리는 과연 무엇을 어떻게 해야 하는지...

지난 7년간 사랑의 열매에 몸담고 있으면서 만났던 많은 사람, 많은 일 속에서도 풀리지 않는 이런 의문들이 어려운 상황 속에서 미국행을 결정하게 만든 동기가 되었다. 많은 질문을 가슴에 안은 채 도착한 필라델피아는 미국에서 5번째로 큰 도시로 건국 초기 미국의 독립을 선언했고, 한때 수도이기도 했던 자유정신의 상징이라고 할 수 있다. 연수기관인 필라델피아 유니타이드웨이(UWSEP)는 인구 250만에 110만명의 직장인이 있으며, 2만개가 넘는 각종 단체 및 기관들이 활동하고 있는 필라델피아와 주변지역 6곳의 모금회를 총괄하는 조직으로 지난해 총 모금액은 4850만달러. 우리 돈으로 500억원이 조금 넘는 규모다.

도착하는 첫날부터 눈에 띄는 것은 온통 나눔에 관한 것들뿐이었다. 가게에서, 관광지에서 그리고 지하철 광고에까지 나눔은 보이지 않게 이들 생활의 한 부분인 것처럼 보였다. 어떤 관광지, 건물에 들어가도 예외 없이 가장 눈에 띄는 좋은 자리에는 모금함이 있다. ‘그럼, 그렇지 미국인데...’ 하지만 이런 기부금 모금함을 보고 미국의 기부문화의 당연성(?)을 논하는 것은 한마디로 빙산의 일각에 불과하다는 것

을 곧 알게 됐다. 정말로 놀라운 일은 보이지 않는 곳에서 움직이는 나눔의 문화, 곧 느리지만 멈추지 않는 나눔의 인프라(Infrastructure)가 있다는 것이다.

그중에서도 가장 관심을 끈 것은 기업, 정확히 말하면 기업 임직원의 역할이었다. 미국의 캠페인이 우리와 근본적으로 다른 점은 그 주체가 기업과 기업 임직원이라는 점이다. 기업의 임직원은 자신이 기부자가 되는 것은 물론 자원봉사자가 되어 다른 기업과 기업인의 참여를 권유하고 설득하는 또 다른 모금의 주체가 된다. 업무상으로는 비록 경쟁 관계에 있는 기업의 임원과 직원이지만 사회적 대의를 위해 자신의 시간을 쪼개, 직접 상대기업 CEO를 만나 나눔에 동참하도록 설득하는 모습은 이곳 표현대로 ‘friendly competition’(우정의 경쟁)의 한 단면이었다.

직원과 함께 방문했던 필라델피아 지역방송의 대표는 “왜 당신 기관에 기부해야 하느냐”, “왜 내 돈이 100% 내가 원하는 특정기관, 단체, 사업에 전달되지 않느냐” 그리고 “만약 직원들이 이런 질문을 내게 하면 내가 뭐라고 답변해야 하느냐”는 등 마치 청문회를 방불케 하는 질문공세를 편 끝에 마침내 자신의 언론사 캠페인 일정을 정하는 것은 물론, 3곳의 동종 업체의 대표들에게 직접 자신이 방문해 나눔에 참여하도록 하는 일정을 받아들였다.

한 시간이 훌쩍 넘어서는 치열한 공방을 통해 자신이 알아야 하는 모든 것에 대한 답변을 정확히 요구하는 CEO와 때로는 너무 심하다 싶은 정도의 공격적인 질문에도 전혀 기죽지 않고 오히려 경쟁업체의 나눔 관련 정보까지 모두 공개하며 기부자를 압박(?)하는 담당 직원의 노련함과 프로근성... 이 모든 과정을 지켜보면서 미국 사회가 지닌 진정한 나눔의 저력을 실감할 수 있었다.

이미 법과 제도를 넘어서 삶의 양식이 되어버린 나눔의 문화. 더 높은 건물을 지으려면 더 깊이 땅을 파야 한다는 평범한 진리는 그래서 더 값지고 소중한다.