

기부의 '롱테일' 사례를 알아

박영숙

한국여성개발원 이사장

5월한국여성개발원의 창간호를 읽는 동안에 처음부터는 더러워진 세상을 꿈꾸며 활동하던 한국여성개발원과 <2008 여성리빙 캠페인>은 여성인물로써 여성공동체에서 인을 전제 해내서 '이제 기부로 롱테일 사례'라는 명제를 내걸었다.

롱테일(Long Tail)이란 상위 20%가 전체 매출의 80%를 차지한다고 하는 경제학상의 '파레토 법칙'에 반대되는 개념으로 평범한 80%가 주도하는 시장 을 의미한다 (여성신문 08-5-10~16)

기부는 우리들이 깨닫고 있는 것처럼 우리 국민의 정열을 깨우는 것이다. 6월초 부터 재단이 5월을 집중모금의 달로 정하고 후원한 여성리빙 캠페인이 바로 평범한 80%가 참여하는 기부문화로 자리잡고 있는 것이다. 소외계층에게 도움을 주기위한 원천적 일방적 기부문화에서 벗어나, 해체적 속이들에게 관심과 도움 을 주는 공헌의 자질을 내세우며, 평범한 사람에 대한 존경을 해오하기 위해 각자가 해마다 기부하는 문화, 후원문화로 바뀌고, 전후진들의 자능나눔 등 누구나 참여할 수 있는 기부문화로 바뀌어가고 있다. (이 캠페인은)

여성리빙 캠페인의 다양한 프로그램중에서 롱테일에 가장 부합하는 행사 를 꼽으라면 우리집에 '100인 기부 릴레이'를 들 수 있다. 이것은 100인의 이집이가 5월 한달간의 31일동안 자기자 기부하고 또 다른 사람에게 기부의 비호를 넘겨주는 릴레이 기부로서 100인이 한달간은 원주회로 31명이 기부하 게 되어 끝날 때 31명 31명 31명의 기부 릴레이는 내내 기부를 격려하는 밑거름 공헌하는 문화로 확산되는데 있다.

한편 우리의 기부현황에서의 문제는 기부문화가 너무 단편적이라는 것을 전제로 하고도 더욱 적극적인 것이다. 무엇보다 여성리빙재단의 100인 기부 릴레이 를 추진한 것만 여성리빙재단의 2년방이 가져온 기부문화의 결실이 아니라에 큰 힘을 얻고 있다.

이제 우리 사회에서 기부의 롱테일 사례의 준거가 만들어지고 있는 것이다. 즉 십시일반의 기부문화에서 일반의 기부문화로 바뀌고 있다. 여성리빙재단으로 부터 이러한 캠페인을 함께 하는 여성인물과 독자들에게 힘을 불어넣는다.

비단 여성리빙재단의 기부자들의 긴 기고문 이어지는 것이다. 재단도 이렇게 모인 기부문화로 우리 사회에 활동하고 있는 수많은 여성단체들의 활동영역에서 활약하고 있다. 이제 우리 사회에서 불이익 을 받고 있는 여성들에게 희망의 문턱을 넓히는 일에 공헌하고 후원하게 되어 있다.

이제 우리 이웃과 나누어주는 2008을 가져온 여성리빙재단이 있다. 우리 사회는 평범한 기부문화로 바뀌고 있다. 노블레스 오블리주 라는 정신도 필요하게 하는 80%가 평범한 사람으로 기부문화로 바뀌고 있다. 세상을 바꾼다는 것만으로도 정말 평범한 사람으로