

기업 사회공헌 시대정신 읽는 '투자'



허인정 | 대우에너지 대표
injung@choon.com

주어진 주제를 놓고 하버드대 마이클 포터 교수의 'CSV(Create Shared Value)' 개념이나, 필립 코틀러가 제기한 '마케팅 3.0', 혹은 아나톨 캄레츠키가 제기한 '자본주의 4.0'을 언급하며 지적 자산을 과시할 것인가, 아니면 경험에 기초한 '진짜 얘기'를 할 것인가 고민이 깊었다. 그리고는 우리 사회의 기업 사회공헌을 드러낼 수 있는 정확히 개인적인 이야기부터 털어놓기로 결심했다. 경제 약국화와 NGO활동, 기업 사회공헌을 고민한지 어느새 10년. 한국 사회가 변화하는 속ometers 속에서 기업과 언론, 공공과 NGO가 나아가야 할 방향을 함께 고민하고 있다.

사회공헌 여론 형성과 실천 방안에 대한 고민

처음부터 우리 사회의 소외된 이웃들을 돌아보려고 결심했던 것은 아니었다. 계기는 무심치 시작했다. 2008년 시작한 조신일보 인종기회 '비이너리 리포트'가 인생의 전환점이 됐다. 결사옹위, 독거노인, 외국인 노동자, 동성애자 등 그간 조망 받지 못했던 사람들에게 대한 기회 시리즈는 큰 반향을 일으켰다.

이 기획을 바탕으로 2004년에는 우리이웃네트워크 탐광을 맡아 공공과 기업, NGO를 연계하는 사업을 시작했다. 아이들이 안전한 공간에서 열심히 공부하고, 어르신들이 따뜻한 공간에서 쉼이 커지지 않고, 장애인들이 편하게 살면 좋겠다고 생각했다. 그래서 초창기에는 저소득층 아동을 위한 공부방을 만들거나, 학습 기자재 보내주기, 도시락 배달, 장애인 지원 등에 관심이 많았다.

하지만 마음의 갈등은 쉽게 사라지지 않았다. 언론사에서 힘 있게 진행하는 대형 캠페인을 많이 보니 좋은 사람들도 많이 만나고 뜻 깊은 현장에 함께 있는 경우도 많았지만, 변화의 속도는 더디기만 했다. 공간이 바뀌었고, 결사 문제가 해결된다고, 황태자가 생긴다고 해서 사람들의 일이 달라지는 것은 아니라는 깨달음도 얻었다. 또 근본적인 대안이 필요했다. 그래서 기업 사회공헌 분야로 과감하게 이적하게 했다. 당시 기자가 홍보 분야가 아닌, 사회공헌이라는 새로운 분야를 개척했다는 보도가 나왔을 정도다.

기업으로 자리를 옮긴 후 주목한 분야는, 취약 계층의 '기초 체력'을 키워주는 일이었다. 저소득 가정의 아이들

이 읽는 기초 학습능력 부진을 해결하기 위해 프로그램을 개발하고, 자신의 꿈을 찾을 수 있도록 진로 비전 탐색 프로그램을 시작했다. 또 아이들을 읽는 사회 복지사와 지역아동센터 선생님의 역할을 강화하기 위한 프로그램과 몇 년을 쏟았다. 공부 절하는 아이만 행복한 세상이 아니라 다양한 재능을 가진 아이들이 자신의 자리를 찾을 수 있도록, 젊은 예술가들의 꿈을 지원하고 연계하는 사업도 했다. '사단의 성장'을 통해 근본 대안을 마련할 수 있는 방법이 없을만큼 늘 고민했다.

하지만 역시 피곤했다. 사회를 바꾸는 데 한 기업의 힘만으로는 한계가 있다는 것, 또 '성장 중심'의 기업은 근본적인 변화를 기다려 더 먼 미래에 투자하는 데 주저한다는 것이 큰 요인이었다. 무엇보다 마음을 불안하게 했던 것은 정부 복지예산이 꾸준히 늘고, 기업 사회공헌도 확대된다는데, 아이들의 상황은 점점 나빠진다는 데 있었다.

저층 전국을 돌아다니며 저소득 가정을 만날 때도, 가난하지만 반짝이는 꿈을 가지고 있는 아이들을 많이 만날 수 있었다. 하지만 몇 년 후 지역아동센터를 대상으로 한 정신건강 관련 조사에서 깜짝 놀랄만한 결과에 부딪혔다. 조사 대상 아이들의 절반 이상이 정신과 치료가 필요한 정도의 우울증과 ADHD주의력결핍 과잉행동장애, attention deficit/hyperactivity disorder)를 앓고 있었고, 특정 상황에서 분노를 참지 못하고 공격성과 폭력성을 보였다.

기업에 인추출 때가 아니라 좀 더 폭넓은 사회 변화 운동이 필요하다는 생각이 깊었다. 그 생각 끝에 탄생한 것이 2010년 창간한 조신일보 공익 특권 '더 나은 미래'다. '공익만 다루는 신문' 특권을 만들고 기업 사회공헌 관련 연구 조사와 현실방향을 하겠다고 나섰을 때, 모두들 고개를 갇웃거렸다. '살아난기 힘들다'며 반대도 극심했다.

그때도 마음을 굽히지 않았다. 세계의 사회적 기업 시리즈를 비롯, 다양한 NPO 현장과 우수 기업 사회공헌 사례를 전했다. 누군가 이 분야에서 특유의 눈이 굽일 없이 이야기를 해 줘야 사회가 바뀔 것이라는 확신이 있었다. 2011년에는 '사회의 근본적인 변화'를 위해 '문화예술사회공헌네트워크'라는 비영리 법인도 만들었다. '더 나은 미래'가 우리 사회가 가진 문제점들을 깊숙이 들여다 보고 절절한 기사를 통해 여론을 형성하는 역할을 맡고 있다면, '문화예술사회공헌네트워크'는 문제를 해결하기 위한 구체적인 실천 방안을 고민한다.

질적 접근, 사회적 파급력, 약속 후속

지난 10년 동안, 우리의 '실질' 원칙은 크게 세 가지였다.

첫 번째, 질적 접근이다. 사회공헌 예산이 아무리 많아도 건국의 모든 민초들을 대상으로 할 수는 없다. 표를 보기 위해서는 복지 시각지대를 대상으로 같이 있는 프로그램을 하고, 이를 통해 대상의 변화를 확인한 후 정부의 예산을 동원한 정책 변화를 이끌어내는 전략이다.

두 번째는 사회적 파급력을 최우선으로 고려한다는 것이다. 아동과 청소년 대상 교육 프로그램의 경우에는 학교를 통한 대중적 보급 모델에, 취약 계층의 경우에는 사회적 기업과 연계한 일자리 모델을 고민한다. 어떻게 해야 '바늘방'의 효과가 극대화된 것인지가 관건이다.

