

Earth Funding

2022 KBSC

개발계획서

정충인, 박형주

목차

프로그램 개요	3
---------	---

기본 UI/UX 프로토타입	0
----------------	---

지구 시뮬레이션	0
----------	---

회원가입과 로그인	0
-----------	---

Earth Funding	0
---------------	---

Make Funding	0
--------------	---

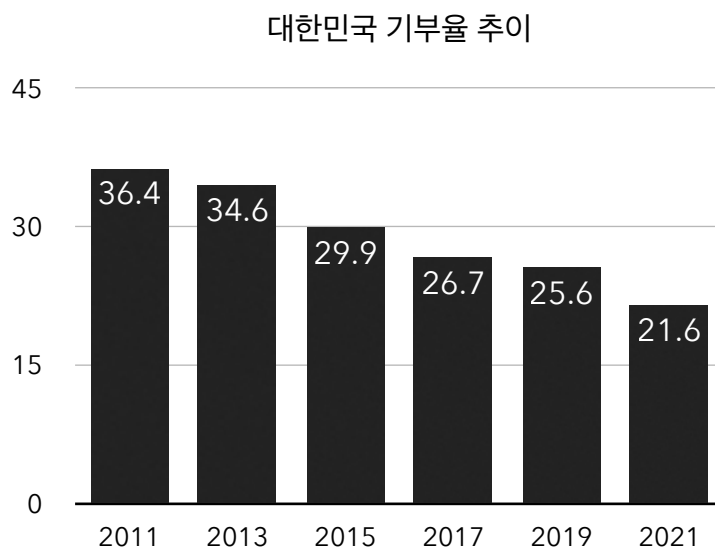
부록	0
----	---

프로그램 개요

1. 프로그램 이름: Earth Funding (어스펀딩)

2. 프로그램의 개념: Earth Funding은 기존의 기부 시스템의 문제를 해소하고 매년 줄어가는 대한민국의 기부율을 촉진시킬 환경 친화 활동에 최적화된 새로운 기부 시스템이다. 기부의 사전적 정의인 대가없이 재산을 베푸는 것이라는 뜻의 Donation이 아닌 투자의 의미를 갖는 Funding이라는 단어를 사용하였다. 즉, 기부에서 주는 것만 중요한 일이 아닌 돌아오는 것도 중요하다는 점을 강조한 것이다.

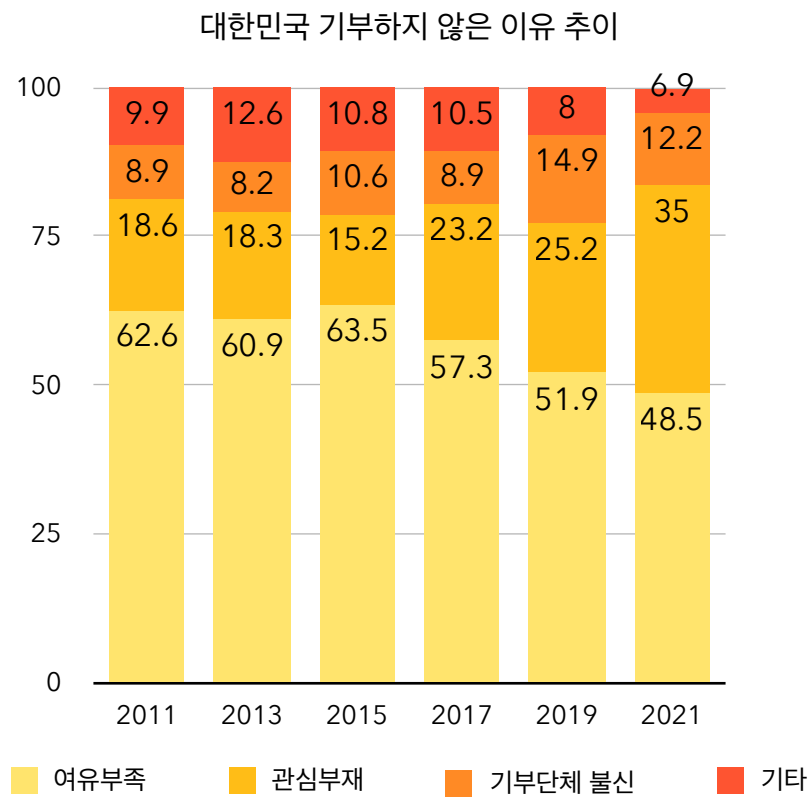
3. 기부율의 저하:



출처 : KOSIS(통계청, 사회조사), 2022. 05. 26

통계청의 조사에 따르면 대한민국의 기부율은 매년 꾸준히 줄고있다.

기부하지 않은 이유는 다음과 같다.



출처 : KOSIS(통계청, 사회조사), 2022. 05. 26

이 통계에 따르면 “경제적 여유가 없으므로”라고 응답한 집단의 수는 점차 줄고 “기부에 관심이 없으므로”라고 응답한 집단과 “기부단체 등 불신”이라고 응답한 집단의 수는 증가하고 있다.

4. 기존 시스템의 문제: Earth Funding은 이전에 기존 기부 시스템에 대해 인식하고 있던 다음의 3가지 문제에 비롯되었다.

1. 기부의 태생적 문제에 대한 대책의 부재
2. 기부금 사용 정보의 대한 불확실성
3. 기부를 통해 산출된 결과의 부재

첫번째 문제인 기부의 태생적 문제에 대한 대책의 부재는 나머지 2, 3번째 문제와도 연결되어있는 근본적인 문제이다. 이 문제를 논하기 전에 기부의 표면적 정의와 실질적 정의를 이해해야한다. 국립국어원 표준국어대사전에 기재되어있는 기부의 정의는 다음과 같다.

「명사」

자선 사업이나 공공사업을 돕기 위하여 돈이나 물건 따위를 대가 없이 내놓음.

이 정의의 문제는 다음과 같다.

명제 P: A는 자선 사업(공공사업)을 도왔다.

명제 Q: A는 대가를 받았다.

명제 R: A는 기부를 했다.

명제 S: $P \rightarrow Q$ (P이면 Q이다.)

여기서 명제 R은 다음과 같다.

$R = P \wedge \neg Q$ (P이고 Q가 아니다.)

하지만 명제 S는 항상 참인 명제 즉, 항진 명제이다. 고로 R과 S는 모순관계이다. 왜냐하면 인간은 Q를 만족시키려고 P를 하기 때문이다. 만약 명제 S가 거짓이고 R이 참이라면 길가다 만난 생판 모르는 일반인에게 돈을 주는 행동이 자연스러운 행동이 된다.

그래서 결론은 위의 기부의 정의는 모순이라는 것이다.

실질적인 기부의 정의는 다음과 같을 것이다.

자선 사업이나 공공사업을 돕기 위하여 돈이나 물건 따위를 물질적 대가 없이 내놓음.

본론으로 돌아와서 기부에도 Trading System이 존재한다는 것을 알았고 받는 것이 기부에서는 물질적 대가가 아닌 뿌듯함, 더 나은 환경발전 등 다른 대가로 이루어짐을 알았다. 고로 기부는 굉장히 이타적인 행동이다. 하지만 인간은 생존에 유리한 이기심을 가지고 있는 생물이다. 그래서 인간은 태생적으로 기부에 거부감을 가지고 있다는 것이다. 하지만 그럼에도 인간이 기부를 하는 이유는 인간은 진화를 통해 인간의 지능이 올라가게 되며 서로 싸우고 이기심을 부리는 것보다 서로 연대하여 이타심을 가지게 되는 것이 모두에게 이득이 됨을 깨달았기 때문이다. 이러한 사실 때문에 항상 인간은 이기심의 자아와 이타심의 자아의 충돌에서 시달리며 살고있다. 심리학자 프로이트는 이기심의 자아 즉 본능을 원초아(id), 이타심을 초자아(Superego) 이 둘에서 시달리는 자아를 자아(ego)로 분류하였다. 즉 기존의 기부는 초자아가 원초아를 앞서야 할 수 있는 행위라는 것이다. 하지만 초자아는 원초아보다 약하다. 초자아는 자아의 강력한 의지가 있어야 원초아를 앞설 수 있다. 그래서 기존의 기부 시스템은 기부자의 강력한 의지가 있어야만 기부를 이끌어 낼 수있어서 홍보에 특화될 수 밖에 없던 것이다. 그리고 기부홍보는 초자아 즉 양심을 자극하는 홍보가 대다수인 것이다.

두번째 문제는 기부금 사용 정보의 대한 불확실성이다. 기존의 기부 시스템은 그저 돈을 입금하는 것에 지나지 않는다. 기부자는 기부금이 어디에 쓰이는지 누가 쓰는지 전혀 알 수가 없다는 것이다. 기부 Trading System에서 Give가 매우 빈약하다는 것이다. Give가 빈약하면 자신의 적선이 더 나은 세상을 만들었다는 믿음의 정도가 약화되어 재기부율이 적고 유입 또한 줄 수 밖에 없을 것이다. 세 번째 문제는 기부를 통해 산출된 결과의 부재이다. 이전의 기부 시스템은 기부의 홍보와 기부를 독려의 특화되어 있지만 거의 대부분의 시스템에서 기부를 통해 창출한 가치와 발생된 결과를 전혀 알려주지 않거나 매우 빈약한 편이다.

Trading System에서 Take가 없거나 매우 빈약한 것이다. 결국 이 모든 3가지 문제가 기부의 Trading System이 빈약해서 발생하는 것이다.

6. 새로운 시스템의 문제의 해결방안: 우리가 고안한 새로운 기부 시스템은 앞에서 설명한 Trading System을 강화하고 이전의 장점인 홍보와 독려 또한 훨씬 더 명확하고 가시적으로 강화할 것이다.

먼저 Give를 강화하는 방법은 다음과 같다. 우리는 기부의 주체가 아닌 중계자로서 기부의 주체가 기부금을 어떻게 어디에 쓰일 것인지 계획을 자세히 상정하게 하고 예를들어, 경비 500만원, 식비 1000만원, 활동비 2000만원을 기존의 시스템으로 3500만원 모금으로 하겠지만, 우리의 새로운 시스템으로는 경비와 식비, 활동비를 따로따로 받는 시스템이다. 이를 통해 기부자의 기부 자유도를 높혀 조금 더 세상에 투자하는 느낌을 받을 수 있게하고, 기부 주체에 대한 신뢰도를 높혀 점점 증가하는 기부단체에 대한 불신을 불식시키는 효과를 낼 수 있을 것이다.

Take을 강화하는 것은 티어 시스템의 도입으로 기부에서의 take 즉 더 나은 세상을 만들었다는 느낌을 좀 더 가시적으로 예를 들어, 고액의 기부자에게 감사패를 증정한다던가 기부 단체에서 영상을 만들어 프로젝트의 성과를 보여주는 식으로 take을 강화하여 기부를 했다는 증거를 영수증 말고 다른 방법으로 남길 수 있게 하면 이를 통해 재참여율을 증가시키는 효과를 낼 수 있을 것이다. 마지막으로