



국제로타리
최종 포커스 그룹 결론 - 2008
리서치 목적 및 목표

RI 전략 계획 우선 순위 가운데 하나인 ‘멤버십의 양적, 질적 확대’를 위해 다음과 같은 2 개의 비로타리안 포커스 그룹을 조직하였다:

- 30 세 이상의 전문직 여성 그룹
- 30-45 세의 전문직 남성 그룹

국제로타리가 상기 그룹에 속하는 전문직 남녀들을 회원으로 영입하는데 어려움을 겪고 있어, 이러한 계층을 대상으로 더 많은 정보를 얻어내려는 의도로 본 프로젝트가 시도되었다.

포커스 그룹은 시드니(호주), 요하네스버그(남아공), 부에노스아이레스(아르헨티나) 등 2008-09 회장 멤버십 컨퍼런스가 개최되었던 3 개 도시에 결성되었으며, 그룹 구성원 선발과 그룹 토의는 외부 인사, 즉 비로타리안이 주도하였다. 각 지역마다 총 6 개의 그룹이 결성되었다.

본 프로젝트에서 다뤄진 사안들은 다음과 같다:

- 자원봉사에 대한 관심
- 자원봉사에 대한 정의: 자원봉사로 간주되는 것
- 자원봉사자로 참여하고자 하는 활동
- 참여하게 되는 이유
- 구체적으로 고려하고 있는 자원봉사 단체
- 선택하고자 하는 단체
- 자원봉사에 대한 기대
- 자원봉사를 통해 기대하고 있는 개인적인 혜택
- 자원봉사 활동에 할애할 수 있는 시간
- 국제로타리 또는 현지 로타리클럽에 대한 인지도
- 국제로타리 또는 현지 로타리클럽에 대한 인식
- 현지 로타리클럽에 가입하는 데에 대한 관심
- 현지 로타리클럽에 가입하는 이유 혹은 가입하지 않는 이유
- 로타리클럽과 같은 봉사 단체 활동에 할애할 수 있는 시간

지역별로 약간의 차이는 있었지만, 전체적인 결과는 거의 비슷하였다.

조사 결과에 대한 일반적인 고찰

본 프로젝트의 목적은 앞서 기술한 두 계층을 대상으로 한 회원 영입의 어려움과 도전을 확인하려는 것이었다. 봉사 단체에 대한 일반 대중들의 견해 파악은 문제의 개선을 위해 반드시 필요한 활동이다. 따라서 RI를 위한 제언이나 의견들이 때로 비판적이며 거슬리게 들릴 수 있지만, 그러한 의견들은 개관적인 면에서 검토되어야 하며 개선과 변화를 위한 기회로 삼아야 한다.

시간 및 자원봉사 참여에 대한 반응

포커스 그룹 구성원들의 대부분이 여러 가지 일로 상당히 분주하여 자원봉사에 '할애'할 시간이 별로 없다는 응답을 보였다. 그러나, 누구나 예상할 수 있듯이, 인생의 어느 시기에 있느냐 (즉, 미혼이나, 자녀가 있는 기혼이나, 또는 자녀들이 성인으로 성장하였거나 자녀가 없거나 등)에 따라 자원봉사 활동에 참여할 수 있는 능력이나 관심이 달랐다. 작업 환경 면에서는 융통성이 더 많이 부여되었다고는 하지만 많은 사람들이 일 자체에 많은 시간을 사용하고 있었다.

대부분의 경우, 자원봉사 활동에 대한 참여 의도가 있긴 하지만, '개인적인' 시간을 충분히 갖고자 하는 염원도 매우 커, 이를 포기할 만큼 인도주의 노력이나 자원봉사를 중요한 것으로 간주하지 않고 있었다. 그러나 지역사회에 문제가 있을 경우, 자원봉사에 대한 관심도 높아졌다. 자원봉사 활동에 대한 정의에 대해 응답자들은 동물 보호, (조직적인 방법을 통한 혹은 친분이나 개인적인 협력을 통한) 노인 지원, 친구 돕기, 지역 프로젝트, 종교 단체, 청소년 스포츠 활동, 학교 활동, 기아 추방, 의료 지원 등 매우 다양한 반응을 보였다.

호주에만 해당되는 것이지만, 응답자들은 개인적인 생활과 전문직 활동 및 가족에 대한 책임, 그리고 개인적인 시간과 자원봉사 등에 균형을 유지하려는 의지가 매우 강했다. 또한 호주의 응답자들은 봉사 단체들이 자원봉사자들에게 너무 많은 시간과 참여를 요구하고 있으며, 자원봉사자들의 시간을 남용하고 있다고도 지적하였다.

결론적으로 말해 자원봉사는 아르헨티나나 남아공과 같이 사회 전반적으로 자원봉사를 필요로 하는 지역이나 더 다양한 활동이 요구되는 지역에서 뿌리를 내려 사회 전반에 자리를 잡고 있었다.

개인 반응: '자원봉사를 생각할 때 무엇을 생각하십니까?'

- '무료 활동'
- '권한 위임에 대한 기대'
- '열정'

‘팀워크’
 ‘자신의 시간을 기부’
 ‘지역사회 주민들을 도와줌’
 ‘경험 나누기’
 ‘성취’
 ‘재미’
 ‘기술 습득’
 ‘자원봉사는 시간이 많은 노인들을 위한 것이다’
 ‘흥미가 있어야 하며 편리해야 한다’

“자원봉사는 사람들이 꼭 해야만 하는 것이다. 우리가 얻었던 것을 그곳에 되돌려 놓아야 한다고 나는 생각한다.”

대형 봉사 단체에 대한 견해

3 개 지역 모두에서 대두된 이슈는 대형 봉사 단체들에 대한 회의와 불신이였다. 응답자들은 지난 몇 년 동안 대형 자원봉사 단체들이 재정과 프로젝트를 잘 관리하지 못해 일반 대중들로부터 인정을 받지 못하고 있다고 지적하였다. 또한 일반인들은 소규모 단체들이 지역 차원에서 더 효과적으로 봉사 활동을 수행하고 있다고 생각하는 경향이 있음을 지적하였다. 봉사 단체의 사명 선언서와 재정 활동에 대한 투명성이 일반인들에게 알려져야 한다는 지적도 함께 있었다.

네트워킹 기능

네트워킹에 대한 이해는 지역마다 조금씩 차이가 있었다. 아르헨티나에서는 네트워킹을 의료, 법률, 건축, 공증 등과 같은 특정 분야나 전문직 종사자들의 내부적인 활동으로 주로 정보 교환이나 연구를 위해 활용되는 것으로 인식되고 있었으며, 전문직 서로 간의 관계는 전혀 언급되지 않았다. 호주에서도 전문직 환경 내부적으로 발생하는 상호 작용, 즉 컨퍼런스나 무역 쇼, 세미나 등과 같은 활동으로 인식되고 있었다. 특히 호주인들은 네트워킹을 여가 활동을 위한 것으로는 전혀 고려하지 않았다. 실제로 네트워킹을 매우 이기적이고 ‘우회적인 것’으로 여긴다고 답변한 응답자도 있었다. 그렇지만 남아공에서는 일상 생활에서 필요한 것으로 수용되고 있었다. 대부분의 남아공 응답자들은 직업적인 차원에서 네트워킹을 형성한다고 답하였으며, 학교, 교회, 협의회, 스포츠 활동, 그리고 일대일 관계 등을 위한 네트워킹을 고려하고 있었다. 남아공에서 국제로타리는 네트워킹의 일환으로 언급되고 있었다.

단체 가입은 친구를 사귄 수 있는 기회를 제공한다는 생각은 매우 솔깃한 것으로 유리한 전략으로 활용될 수 있다.

자원봉사 단체에 대한 인지도

지난 수년 동안에 수많은 자선 단체와 자원봉사 단체들이 생겨났다. 인도주의 자원봉사 활동을 펼치는 그룹들에 대한 질문에 응답자들 사이에 다음과 같은 단체들이 언급되었다:

- 국경없는 의사(Doctors Without Borders)
- 구세군(Salvation Army)
- 적십자(Red Cross)
- 국제 사면 협회(Amnesty International)
- 유니세프(Unicef)
- 해비타트(Habitat for Humanity)
- 옥스팜(Oxfam)
- 그린피스(GreenPeace)
- 월드비전(World Vision)
- 메이커워시(Make A Wish)
- 세인트 빈센트 드폴(St. Vincent's De Paul, 호주)

이외에도 지역별로 동물 보호, 학교 급식, 노숙자 급식, 주택 프로젝트, 교육 및 식자력 증진, 공중 보건 및 HIV/에이즈, 그리고 갈 곳 없는 아동들 등과 같은 분야에서 활동하는 단체들이 언급되었다.

국제로타리(RI)나 로타리클럽은 어느 포커스 그룹에서도 언급되지 않았다.

로타리에 대한 인식

토의 진행자가 국제로타리(Rotary International)에 대해 질문했을 때 대부분의 응답자들은 국제로타리나 로타리 모금 활동 또는 현지 로타리클럽에 대해 즉각적으로 이해하지 못해 재질문을 요청하였다. 그러나 로타리가 좋은 일을 한다는 긍정적인 견해는 갖고 있었다. 로타리클럽에 대한 질문에 대해서는 다음과 같은 활동이나 기능들이 언급되었다:

- 병원 장비를 구입하기 위한 모금 활동
- 청소년들과의 지역사회 활동
- 버마(미얀마)에 쉼터박스 지원
- 장학금 지급
- 교환 프로그램
- 훌륭한 조직
- 라이온스 클럽과 경쟁

어떤 응답자는 ‘바퀴가 상징인 단체’라고 지적하기도 하였다.

“로타리가 이것 저것 여러 가지를 하지만 무엇 때문인지는 정말 알지 못한다.”

“사업하는 남자들끼리의 유대를 위한 것이지만.....나는 개인적으로 그들과 관계를 맺고 있지 않다.....”

‘로타리에 대한 인식’에 관한 질문에 대해 응답자들은 다음과 같은 언어들을 사용하여 로타리와 로타리안들을 정의해 주었다:

- 사업가
- 엘리트
- 폐쇄적이다
- 노인
- 부자
- 주로 오래된 관습을 따른다
- ‘섹시’하지 않다.
- ‘유행’과는 거리가 멀다
- 완고하다
- 여성들도 가입할 수 있는지 확실하지 않다
- 비밀 결사 단체로 알려진 프리 메이슨(Free Masons)과 관계가 있다

전반적으로, 로타리가 실제로 무엇을 하는지, 국내외적으로 무엇을 성취하였는지 그리고 로타리의 노력에 어떻게 참여할 수 있는지 등에 대한 지식이 거의 없었다. 포커스 그룹에 로타리가 소개되었지만 여전히 프리 메이슨과 관계가 있는 것처럼 생각하였다. 보통 미디어는 실제 봉사 프로젝트 현장을 보여주기 보다는 돈이나 수표를 건네는 로타리안을 보여주지만, 오늘날 자원봉사에 관심이 있는 개인들은 활동이나 성취에 더 많은 관심을 갖고 있다는 사실에 주목해야 한다.

로타리에 관한 정보를 얻는데 어려움이 있는 것으로 나타났다. 로타리클럽 가입에 관심이 있어 클럽에 문의하였지만 후속 조치가 없었거나, 직업분류에 여유가 없다는 답변이나, 검색해 볼 수 없는 웹사이트를 통해 시도해 보라는 연락을 받았다고 언급하는 응답자들이 있었다.

“로타리가 훌륭한 단체라고 말하기에 요하네스버그에 있는 로타리클럽에 연락했습니다. 그들은 변호사도 있고 회계사도 있고, 이것도 있고 저것도 있다고 했습니다. 그래서 ‘오케이, 도움이 필요하지 않겠군’이라는 생각에 로제트빌로 이주하여 교회와 함께 일하고 있습니다.”

여성이 로타리에 입회할 수 없으며 환영도 받지 못한다는 강한 인식이 팽배해 있다는 사실이 반드시 고려되어야 하며, 이는 아무리 강조해도 지나침이 없다.

남아공에 국한된 것이기는 하지만, 최근 발생한 도박 사건 때문에 국제로타리가 도박과 연루되기도 하였다.

엘리트 그리고 부자라는 인식은 지역마다 차이가 있었다. 이러한 인식이 어느 특정 지역에서는 긍정적으로 작용할 수 있지만, 대부분의 지역에서는 부정적인 영향을 준다고 한다. 이에 대해서는 지역 차원에서 조심스럽게 다루어져야 할 문제이다.

포커스 그룹의 대부분이 로타리가 관여하고 있는 활동이나 무엇을 위한 것인지에 대해 잘 모르고 있었지만 청소년교환, 장학금 등과 같은 로타리의 업적에 대한 지식을 갖고 있는 개인들이 지역마다 있었다는 것은 특기할 만한 점이다. 또한 로타리가 어떤 일을 성취할 수 있는 엄청난 네트워크를 형성하고 있다는 코멘트도 있었다.

포커스 그룹 활동에서 얻은 결과는 최근 북미 200 대 기업 CEO 에게 접근을 시도한 RI 회장 이니셔티브를 통해 입수한 정보와 일치한다. 역사적으로, 지역사회에 소재한 주요 기업체 리더들이 해당 지역의 로타리클럽에 가입했던 시기가 있었지만 이제 더 이상 많은 지역에서 그러한 일이 일어나고 있지는 않다. 주요 기업체의 리더들의 생활이 지난 20 년 동안 크게 달라졌기 때문이다. 기업마다 규모가 글로벌화되어 중역이나 간부뿐만 아니라 일반 사원들도 매우 바쁘게 생활하고 있다. 여행 횟수가 많아졌을 뿐 아니라 세계 이곳 저곳으로 이주하는 경우도 다반사이다. 그리고 대기업 대부분이 기업 재단을 통해 인도주의 봉사 활동을 지원하고 있다는 것도 주목해야 할 사실이다.

RI 선언문

RI 선언문의 내용과 회원 자격, 그리고 회원으로서의 혜택 등도 포커스 그룹에서 테스트 되었다. 이에 대한 결과는 다음과 같다:

국제로타리 사명

로타리클럽의 세계적인 연합체인 국제로타리의 사명은 타인에 대한 봉사를 제공하고, 높은 윤리적 기준을 고양하며, 비즈니스와 전문직, 그리고 지역사회 지도자들간의 친교를 통해 세계 이해와 친선, 평화를 증진시키는 데 있다.

선언문이 기품이 있고 훌륭하게 보이지만 너무 일반적이고, 설명이 부족하여 오히려 동떨어진 느낌을 준다는 의견도 있었다. ‘지역사회 지도자,’ ‘윤리적,’ 그리고 ‘타인에 대한 봉사’ 등과 같은 단어들에 대한 우려의 목소리도 있었다. ‘비즈니스와 전문직, 그리고 지역사회 지도자’라는 문구는 배타적이며 일반 사업체 매니저 이상의 지위를 암시하는 - 즉, 엘리트 의식이 표출된다는 의견도 대두되었다. 아르헨티나에서는, 특히 여성들 사이에 전문직 종사자들은 무엇인가 성취할 수 있는 사람이라는 생각이 지배적이었다. 그리고 ‘윤리적’이라는 표현에는 다소 거부적인 반응을 보였다.

선언문에 대한 일반적인 의견들은 다음과 같았다:

- 기독교에 근거한 듯하다
- 새로운 선언문이 필요하다
- 엘리트 단체라는 느낌이 있다
- 자선을 목적으로 하지 않는 것 같다

‘타인에 대한 봉사’와 ‘윤리적 기준을 고양’은 무엇을 의미하는 것인지, 그리고 무엇에 대한 이해이며 누구를 위한 친선과 평화인지에 대해 의문을 갖는 응답자들이 많았다.

‘윤리적 기준을 고양’이라는 것이 듣기는 좋지만 ‘누구의 윤리를 고양시킬 것인가?’라는 문제가 제기될 수 있음을 지적한 응답자도 있었다.

“단지 돈이 있다는 이유로 인해 비윤리적이라고 판단해서는 안 된다.”

“윤리에 대해 이야기할 때 이미 그 윤리는 개인적인 것이 되므로 신경이 쓰인다.”

“윤리적 기준이란 무엇인가?”

“윤리를 한 틀로 규정할 수는 없다. 만약 그렇다면 그것은 (강제적) 규범이 될 수 밖에 없다.”

형식적인 목적은 이해가 된다. 그러나 명제가 모호하며 전체적으로 일반화된 설명으로서 관계성이 결여되어 있다.

‘비즈니스와 전문직, 그리고 지역사회 지도자’라는 표현에 우려가 있었지만, 프로젝트를 기획하고 성취할 수 있는 능력과 지식 그리고 기술을 갖추고 있는 전문직 종사자들을 대상으로 한다는 것에 대해서는 이해가 간다고 하였다.

로타리의 많은 메시지가 로타리안들을 위한 것이라는 지적에 눈을 돌려야 한다. 왜냐하면 로타리 메시지가 비로타리안 즉, 예상 회원들과도 관계가 있어 이들에게 어필해야 하기 때문이다. 그리고 그것은 바로 국제로타리가 대변하는 것과 로타리클럽들을 통해 성취하고자 하는 것에 대한 커뮤니케이션의 수단이어야 한다. 포커스 그룹 내부 토론에서 지적된 바와 같이, 한 단체의 선언문은 시대에 무관한 것으로서 누군가가 가입하고자 결정할 때 고려될 수 있는 것이어야 한다는 것이다.

따라서, 선언문은 관계성이 있어야 하며, 분명해야 하며, 읽는 자에게 목적을 부여해야 한다.

회원으로서의 혜택

로타리안으로서의 혜택은 지역사회에 대한 봉사, 네트워크 형성 및 우정, 국제적인 관계 그리고 윤리 증진 및 지도력 개발 등이다.

회원으로서의 혜택에 대한 설명도 다음과 같은 우려와 질문들에 비추어 다소 일반적이라는 의견이 지배적이었다.

로타리안들은 어떻게 지역사회에 봉사하는가?

네트워크 형성과 우정은 로타리 밖에서도 쉽게 할 수 있는 것이므로, 어떻게 회원에 대한 혜택으로 간주될 수 있는지 분명하지 않다.

윤리 증진 및 지도력 개발이 어떻게 가능한가? 그리고 어떤 윤리와 지도력이 증진되는가?

혜택이 엘리트 그룹이라는 인식을 불식시키지 못하고 있다. 혜택 조항이 매력적이지 못하며 초청하는 분위기를 자아내지 못하고 있다.

“지역사회에 봉사하기 위해 로타리클럽에 가입할 필요는 없다.”

회원 자격

로타리클럽은 매주 주회를 개최하며, 회원들은 최소한 총 주회의 50%를 출석해야 한다. 만일 타 지역으로 여행 중일 경우 출석 보전을 위해 다른 로타리클럽 주회에 참석할 수 있다. 또한 클럽 회원들은 지역 봉사 프로젝트나 원할 경우 국제 자원봉사 프로젝트에 참여할 것이 기대된다.

포커스 그룹마다 예외없이 주회 출석에 대한 요구 조건이 가장 문제가 된다고 지적하였다. 특히, 여성 회원 영입에 상당히 어려움이 있다는 시각에서 시간을 할애하여 주회에 출석한다는 것이 커다란 도전이라는 것이다. 토의 끝에 시간적인 요구 조건은 헌신과 참여 의지를 위한 것이며 프로젝트를 계획하여 성공적으로 끝내기 위해 필요한 것이라고 이해를 하였다. 그러나 응답자 대부분이 이러한 상황에 대해 회의적이었으며 참여 의지를 표명하는데 주저하였다.

“상당히 겁을 주는 것으로 또 다른 직장에 다녀야 하는 느낌이다.”

“딱 짜린 조직 사회라는 느낌이 든다; 50% 이상 출석하겠다고 약속할 수가 없다.”

“대단한 의지가 요구된다. 나는 그런 말을 들을 때에 마음이 내키지 않는다.”

“그렇게 할 수가 없다. 그럴 충분한 시간이 없다.”

응답자 대부분이 이 요구 조건을 충족시킬 수 없다고 생각했으며, 현대 사회에서 반드시 그렇게 해야 할 이유가 있다라고 생각하지 않았다. 컨퍼런스 콜이나 인터넷을 이용한 미팅 테크놀로지가 있음에도 불구하고 왜 매주 얼굴을 맞대는 회합을 가져야 하는지에 의아해 했다.

“로타리는 20 세기로 진입할 필요가 있으며, 자원봉사자를 영입할 때 그들에게 봉사에 대한 의지를 요구할 수는 있지만 그들을 구속할 수는 없다.”

...응답자 대부분이 “자신들의 시간이 더 이상 다른 것을 할 수 없을 정도로 이미 한계에 와 있다”라고 믿고 있었다.

RI 사명 선언문에 대한 테스트나 회원 영입과 회원으로서의 혜택 등이 본 연구 과제의 목적은 아니었지만, 관심을 끌만한 질문이나 도전이 되는 사항들이 대두되었다. 이러한 문제에 대한 고찰은 **RI**가 계속해서 염두에 두어야 할 몇 가지 유용한 정보나 피드백을 제기해 주었다. **RI** 메시지나 설명이 너무 길어 장황하거나, 혹은 너무 부담이 되거나 너무 평범하여 오히려 동감이 가지 않는 것은 아닌가? **RI** 메시지가 업데이트되었는가? 일반인 즉, 비로타리안들이 이해하기 쉽게 **RI** 사명 선언문을 다시 작성해야 할 필요는 없는가? 일반 대중들을 위한 메시지나 커뮤니케이션 내용은 간결해야 하며, 직접적이고 구체적이어야 한다. 장황하게 설명한 메시지는 혼란스러우며, 비밀스럽거나 엘리트 의식을 강조하거나 의혹적이라는 이상을 줄 수가 있기 때문이다.

결론

전체적으로 다음과 같은 분야에서 **RI**가 도전을 받는 것으로 판명되었다:

- 대중 인지도
- 공공 이미지
- 자원봉사 및 네트워크
- 시간 할애에 대한 의지
- **RI** 메시지

대중 인지도 및 공공 이미지

로타리가 무엇인지, 무엇을 하는지, 그리고 국내외적으로 어떤 일을 성취하였는지에 대한 정보가 너무나도 미비하였다. 실제로 응답자들은 자신이 속해있는 지역사회에서 어떤 일을 할 수 있는지에 대해 관심이 많았다. 이러한 사실은 소속 지역사회에서 성취할 수 있는 일 때문에 로타리에 가입했던 탈회 회원들을 상대로 실시한 **RI**의 설문조사에서도 표출되고 있다. 설문 조사에 따르면 국제적인 활동에 대한 관심은 회원이 된 후 몇 년이 지난 후에야 생겨난다고 한다.

2 개 그룹이 갖고 있는 로타리에 대한 인식은 다소 틀리기는 하지만 사업가나 엘리트들의 비개방적이며 가입하기 어려운 집단이라는 데에 초점을 맞추고 있다. 이러한 인식은 몇 년 전에 실시되었던 포커스 그룹과 크게 다르지 않았다. 그것은 사람들이 로타리가 무엇을 하는지 그리고 무엇을 성취하였는지를 모른다는 사실을 반증하는 것이기도 하다. 여성 입회를 허용하지 않는 남성들의 단체라는 견해도 상당히 많았다.

로타리가 클럽과 로타리안 개인들에게 신입회원 영입 - 즉, 자격을 갖춘 예상 회원들을 주회에 초청하는 것의 중요성을 강조하고 있지만, 사람들이 로타리의 성공이나 로타리가 국내외 지역사회에서 성취한 것에 대해 잘 모르고 있다는 사실은 로타리에 대한 부정적인 인식과 함께 클럽의 신입회원 영입 활동에 지장을 주고 있다.

로타리에 대한 인식 이외에도 **RI**와는 무관하지만 대형 단체들이 자금과 프로젝트를 잘못 처리했다는 사실로 인해 이 지역에서는 대형 단체들을 회의적인 시각으로 보고 있었다. 응답자들은 일반인들의 참여와 관심을 위해서는 단체의 사명, 조직, 업적 이외에도 재정 투명을 중요한 요소로 여기고 있었다.

자원봉사 및 네트워크

사람들은 일반적으로 자원봉사 활동에 참여하고 싶어하지만 자원봉사 단체와 참여 방법이 너무나도 많아 서로 경쟁적이라고 지적하였다. 응답자 대부분이 개인적인

모임이나 RI와 같은 대형 단체들을 통한 자원봉사 혹은 지역적인 문제 해결을 위한 자원봉사들을 지지하였다. 그러나 사람들은 로타리(혹은 클럽)의 사명(즉, 무엇을 하는지)과 프로젝트, 업적, 자원봉사자로부터 얻고자 하는 것, 그리고 유연성 등에 대해 분명히 이해하기를 원하였다. 네트워크 형성에 대해서는 지역마다 다른 견해를 보였다. 네트워킹을 특정 분야나 전문직 종사자들의 내부 환경에 따른 활동으로 인식하고 있는가 하면, 일상 생활에서 발생하는 자연적인 것으로 여기는 지역도 있었다. 본 연구에서 네트워킹이 단체 가입의 동기가 된다고 반드시 필요하다라는 결론을 얻지는 못했지만, 친구를 사귄 수 있는 기회를 제공한다는 응답자들의 견해는 함축적인 의미를 지니고 있다고 할 수 있다.

시간 할애

시간을 할애해야 한다는 압박은 모든 포커스 그룹마다 매우 비판적이었다. 일주일에 1회 혹은 1달에 2회 참석해야 한다는 시간적인 요구 조건이 제기되자마자 그렇게 할 수 없다는 반응이 즉각 나왔다. 응답자들은 사람들 누구나 자신의 생활과 전문직 활동, 가족에 대한 의무, 개인적인 생활 등에 대한 균형을 유지하려 한다고 지적하였다. 이들은 자원봉사 활동을 위해 개인적인 시간을 희생하겠다는 생각이 갖고 있지 않았다. 대신, 어떻게 하면 자신들의 생활에 자원봉사의 기회를 접목시킬 수 있는가를 여러 옵션 중에서 찾고 있었다.

RI 메시지

RI 메시지들은 전반적으로 진부하며, 장황하며, 너무나 일반적이어서, 오히려 동떨어진 느낌을 준다고 하였다. 응답자들은 RI 메시지를 포괄적인 것으로 보지 않았으며, 참여에 대한 동기나 더 상세한 정보를 찾아보도록 호기심을 준다고 보지 않았다. 메시지가 더 분명하고 간결하며, 구체적인 필요가 있음을 지적하였다.

RI 사명 선언문 가운데 '높은 윤리적 기준을 고양하며'라는 문구는 두 지역에서 다소 회의적인 것으로 받아들여졌다;

'높은 윤리적 기준을 고양한다'는 말은 그럴듯하지만 누구의 윤리를 고양한다는 것인가?

'지도자'란 단어에 대해서도 많은 의견들을 제시해 주었다. '지도자'(즉, 시장이나 입법기관의 장, 법률 고문 등)란 단어에 대한 로타리의 정의도 분명하지 않아 망설여진다는 의견들이 지배적이었다. '지도자'란 단어를 직업적인 면에서 생각할 때 일반 사업체의 임원 이상의 지위를 암시하므로 배타적이며 엘리트 의식이 표출된다는 것이었다.

추천

포커스 그룹들은 제기된 문제점들에 대해 다음과 같이 추천하였다.

- 클럽 홍보. 지역사회 차원에서의 클럽 광고, 공익 광고, 그리고 봉사(활동) 프로젝트 기사. 공익 광고나 구체적인 프로젝트를 알리는 기사나 공지 사항 등을 현지 미디어에게 제공하도록 로타리클럽들에게 권장되어야 한다. 클럽들은 지역사회 구성원들에게 로타리의 존재와 메시지를 알리는 일차적인 수단이다.
- 활동 및 업적. 지역 주민들이 지역사회를 어떻게 향상시킬 수 있는지에 관심을 갖도록 하기 위해 로타리 프로젝트의 활동과 업적들이 공지 사항이나 광고를 통해 알릴 수 있어야 한다.
- PR 도구. 로타리는 클럽과 지구가 사용할 수 있는 교육 도구, 즉 ‘방법’과 ‘요책’을 개발하여 제공해야 한다. 이러한 PR 도구들은 클럽 및 지구가 즉시 사용할 수 있는 것이어야 하며, 로타리 메시지가 바로 전달될 수 있는 것이어야 한다.
- 표적 광고. 광고나 공지 사항 발표에 있어, 특히 여성과 젊은 세대를 겨냥하도록 한다. 여성들은 로타리클럽에 가입할 수 없다는 생각을 일소시켜야 한다.
- 지속적인 커뮤니케이션. 자원봉사 활동에는 여러 옵션들이 있다. 따라서 로타리 메시지를 일반인들에게 지속적으로 알려주어야 한다.
- RI 메시지. 로타리 사명과 로타리와 지역 로타리클럽이 지역사회에서 어떤 일을 성취하였는지에 대해 구체적이며, 간결한 그리고 분명한 메시지를 작성하도록 한다. 메시지들이 보통 로타리안들을 위해 작성되지만, 예상 회원들인 비로타리안들과도 관계가 있어야 하며 이들에게 ‘어필’해야 한다. 그리고 작성된 메시지들은 목적과 명쾌함을 체크해보기 위해 다양한 비로타리안 그룹들에 의해 자주 테스트되어야 한다.
- 우정과 가족. 로타리클럽에 가입함으로써 우정을 쌓을 수 있으며 가족들도 혜택을 본다는 점이 강조되어야 한다.
- 출석 요구 조건. 예상 회원들에게 100% 출석을 요구하기 보다는 50% 출석을 권장하고 준수하도록 하는 것이 좋다. 과거에는 100% 출석이 경탄할 만한 업적으로 인정되었지만, 바쁜 직장 생활과 개인적인 책임이 요구되는 현대 사회에서 100% 출석은 불가능하다. 따라서 RI 정관 문서도 50% 출석으로 개정되어야 한다.

- 새로운 매체. **RI** 메시지를 전하고 홍보하는 데 있어 새로운 테크놀로지나 매체를 활용한다. 현재, **YouTube, FaceBook, LinkedIn, Orkut, Bebo, Hi5** 등과 같은 사이트에 접속하는 사람들이 점점 많아지는 추세이므로, **RI** 사무총장은 이와 같은 네트워크 사이트에서의 **RI** 커뮤니케이션의 기회를 모색하고 있는 중이다. 이러닝과 커뮤니케이션을 위해서도 새로운 테크놀로지가 도입되어야 한다.
- 규정심의회 입법. 이와 같은 추천을 수용하기 위해 필요한 입법안, 즉 주회 자율화, e-클럽, 회원 종류 대안 등에 관한 입법안들을 **2010** 규정심의회에 제출한다.
- 멤버십 기회. **RI** 전략 계획에서 확인된 대상들, 즉 **X** 및 **Y** 세대, 베이부머, 여성 전문직 종사자 등과 같은 예상 회원들에게 멤버십의 기회를 부여한다. 시간 할애 및 주회 참석과 관련하여 도전이 예상되지만 이러한 문제는 멤버십 확대라는 측면에서 고려되어야 한다.
- 이러한 대상 그룹에 접근하는 최선의 방법과 이들을 영입할 수 있는 묘책을 강구한다.

앞서 말한 바와 같이, 본 프로젝트의 목적은 국제로타리가 **30** 세 이상의 여성과 **30-45** 세의 남성 등 **2** 개의 그룹에 속하는 전문직 종사자들을 회원으로 영입하는데 어려움을 겪고 있어 이러한 계층을 대상으로 더 많은 정보를 얻어내려는 것이었다. 여러 가지 이유가 있긴 하지만, 봉사 단체에 대한 일반 대중들의 견해 파악은 개선을 위해 반드시 필요한 활동이다. 따라서 **RI** 를 위한 제언이나 의견들이 때로 비판적이며 거슬리게 들릴 수 있지만, 그러한 의견들은 우리의 커뮤니케이션과 메시지 전달 그리고 더 나아가 정책을 개선시키기 위한 기회로 삼아야 한다.

포커스 그룹의 최종 보고서는 **RI** 회원증장 부서에서 입수할 수 있다.

본 보고서의 결론과 함께 자원봉사의 경향 그리고 대형 단체 및 전문직 네트워크의 인도주의 활동 등도 반드시 고려되어야 한다.

개인들이 국내외 인도주의 봉사 활동이나 자원봉사 또는 개인적인 그리고 직업적인 네트워크에 참여할 수 있는 옵션은 너무나도 많다. 미국 내에서 자원봉사의 기회를 찾기 위해 ‘**Volunteer Match**’라는 단어를 인터넷에서 검색할 경우, 시카고(일리노이주)의 경우 **789** 개의 옵션을, 세인트루이스(미주리주)의 경우 **374** 개의 옵션을, 샌디에이고(캘리포니아주)의 경우 **488** 개의 옵션을, 그리고 보스턴(매사추세츠주)의 경우 **933** 개의 옵션을 찾아볼 수 있었다.

대부분의 다국적 기업들은 인도주의 봉사, 즉 박애주의 활동을 특별한 것이 아닌 매우 당연한 것으로 여기고 있으며, 다양한 자원봉사 및 인도주의 활동을 지원하고 있다. 다음은 이러한 기업체들과 이들이 지원하고 있는 활동들이다.

- **Home Depot**, 지역사회 놀이터를 지어주는 *Kaboo* 지원;
- **Dove**, 10 대 소녀들의 자신감 형성을 위한 ‘*building self-esteem for teen girls*’ 지원;
- **Target**, 적십자, 구세군, *United Negro College Fund*, *Kids In Need*, 등과 같은 자선 단체와 지역 학교 지원;
- **Disney**, *Make A Wish*, 적십자 등과 같은 자선 단체 지원;
- **Starbucks Corp.**, 국제 청소년 및 자폐 재단 지원;
- **Johnson & Johnson**, *Save The Children*, *Operation Smile*, 그리고 *the R. W. Johnson Foundation* 등의 자선 단체 지원.

대부분의 전문직 종사자들은 네트워크 형성이나 필요한 연수나 교육을 위해 자체적인 협회를 만들어 운영하고 있다. 그리고 전직 동료들과의 지속적인 관계를 맺어주는 네트워크 온라인 사이트 **LinkedIn** 도 매우 인기를 끌고 있다.

요약하면, 구체적인 동기에 따라 자신의 돈과 시간을 기부할 수 있는 자원봉사 및 자선의 기회나 유사한 직업이나 동일한 관심사를 갖고 있는 사람들과 서로 유대 관계를 맺을 수 있는 방법과 기회가 너무나도 많다는 것이다.