

2012년 비영리 조직의 디지털미디어 이해 및 활용도 조사

비영리 기관의 조직 모델과 커뮤니케이션 패러다임이 변화함에 따라 비영리 조직의 디지털 미디어 활용 역량이 더욱 중요해지고 있습니다. 앞으로 비영리 조직들은 더욱 개방적, 수평적으로 조직구조를 혁신하고, 내/외부 참여자 간의 신속하고 투명한 의사소통 및 참여를 이끌어내기 위해 미디어를 적극 활용해 나가야 합니다.

이에 다음세대재단은 <2012 비영리 조직의 디지털 미디어 이해 및 활용도 조사>를 통해 국내 비영리 조직들이 보유하고 있는 미디어 인프라 현황과 실제 활용도 수준, 조직문화와 커뮤니케이션 현황 등을 분석하였습니다.

- 조사방법 : 구조화된 설문지를 활용한 웹서베이
- 조사대상 : 조직의 실무 책임자를 대상으로 중앙부처와 지방자치단체에 등록된 비영리 단체 500개와 사회적 기업 50개
- 표본모집 : 규모, 분야, 지역별로 모집단 분포
- 책임연구 : 김은미(서울대학교 언론정보학과 교수)

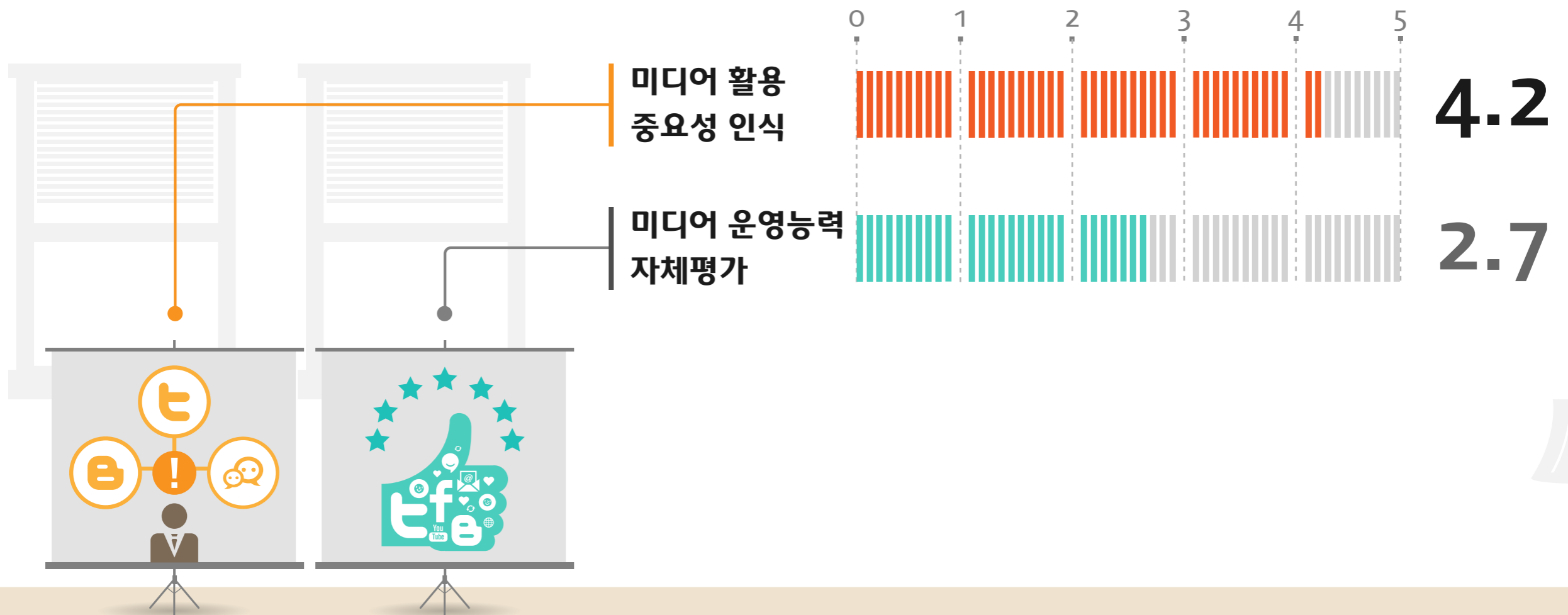
- 본 자료는 2012년도 조사 결과를 재편집하여 제작하였습니다. 전체 보고서는 아래 사이트에서 자세히 보실 수 있습니다.

<http://itcanus.net/research>



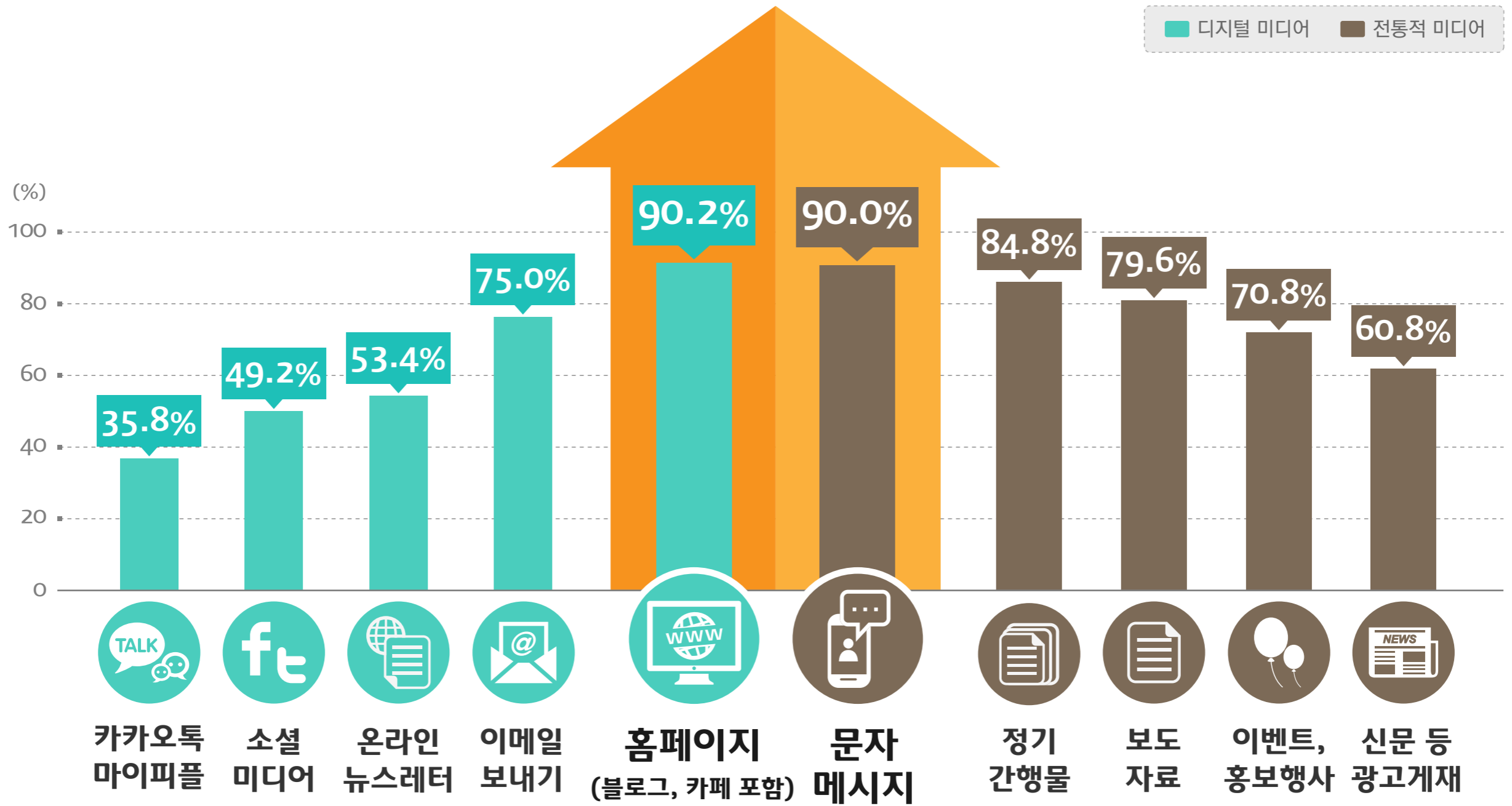
디지털 미디어 이용 실태

▶ 미디어 활용의 인식과 평가 (5점 척도)



디지털 미디어 이용 실태

▶ 대외 홍보활동



디지털 미디어 이용 실태

▶ 미디어 전담인력

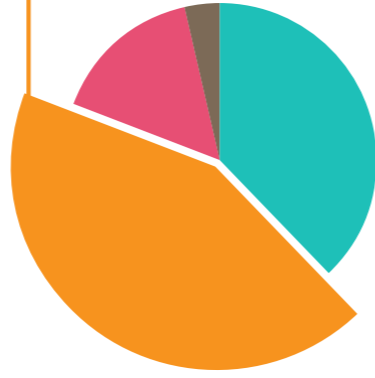
있다

37.8%



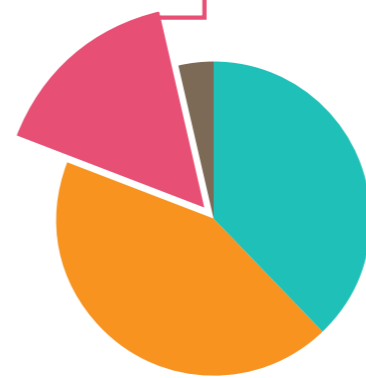
돌아가며
해결

43.2%



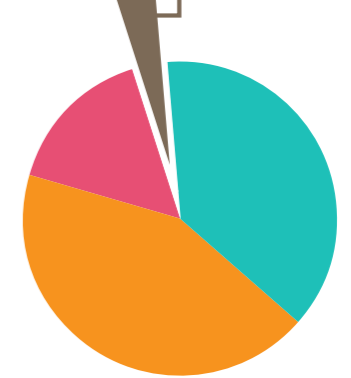
외부업체
/자원봉사

15.6%



모름

3.4%



디지털 미디어 이용 실태

▶ 높은 미디어 활용도



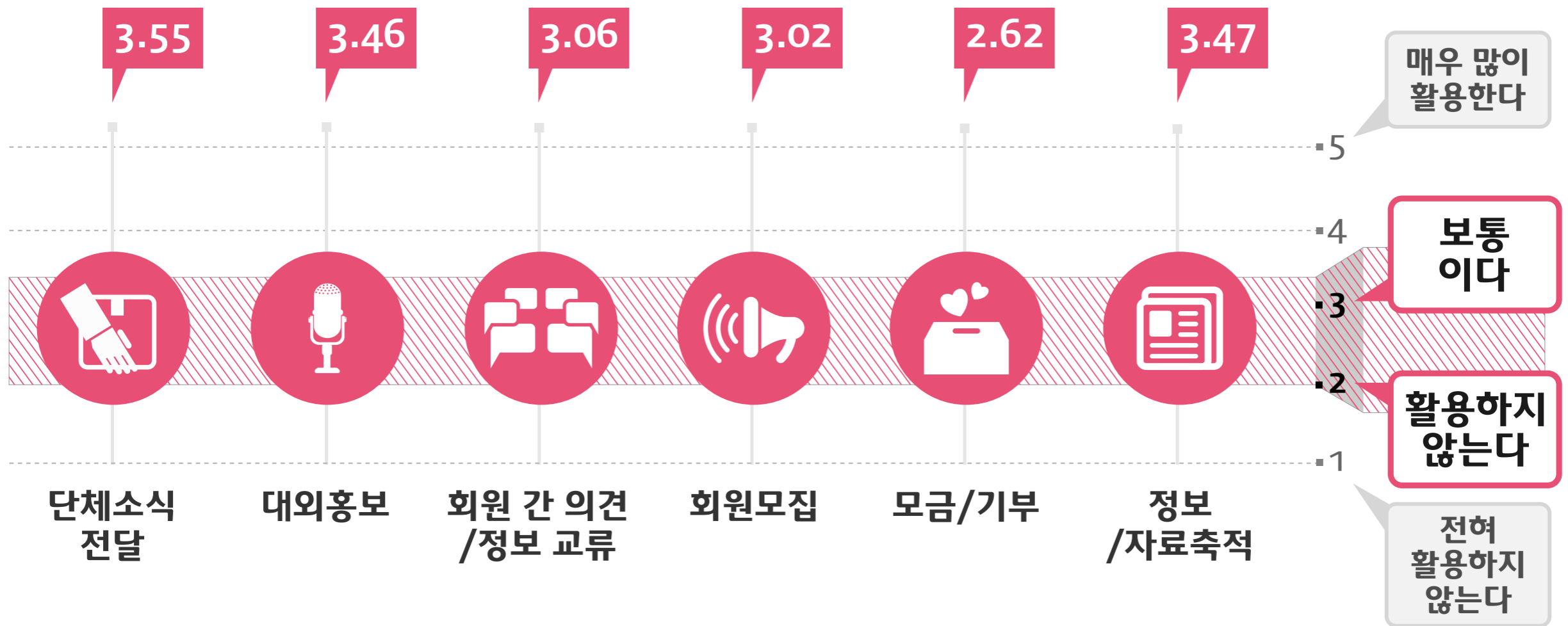
홈페이지 보유와 활용

▶ 홈페이지 보유율



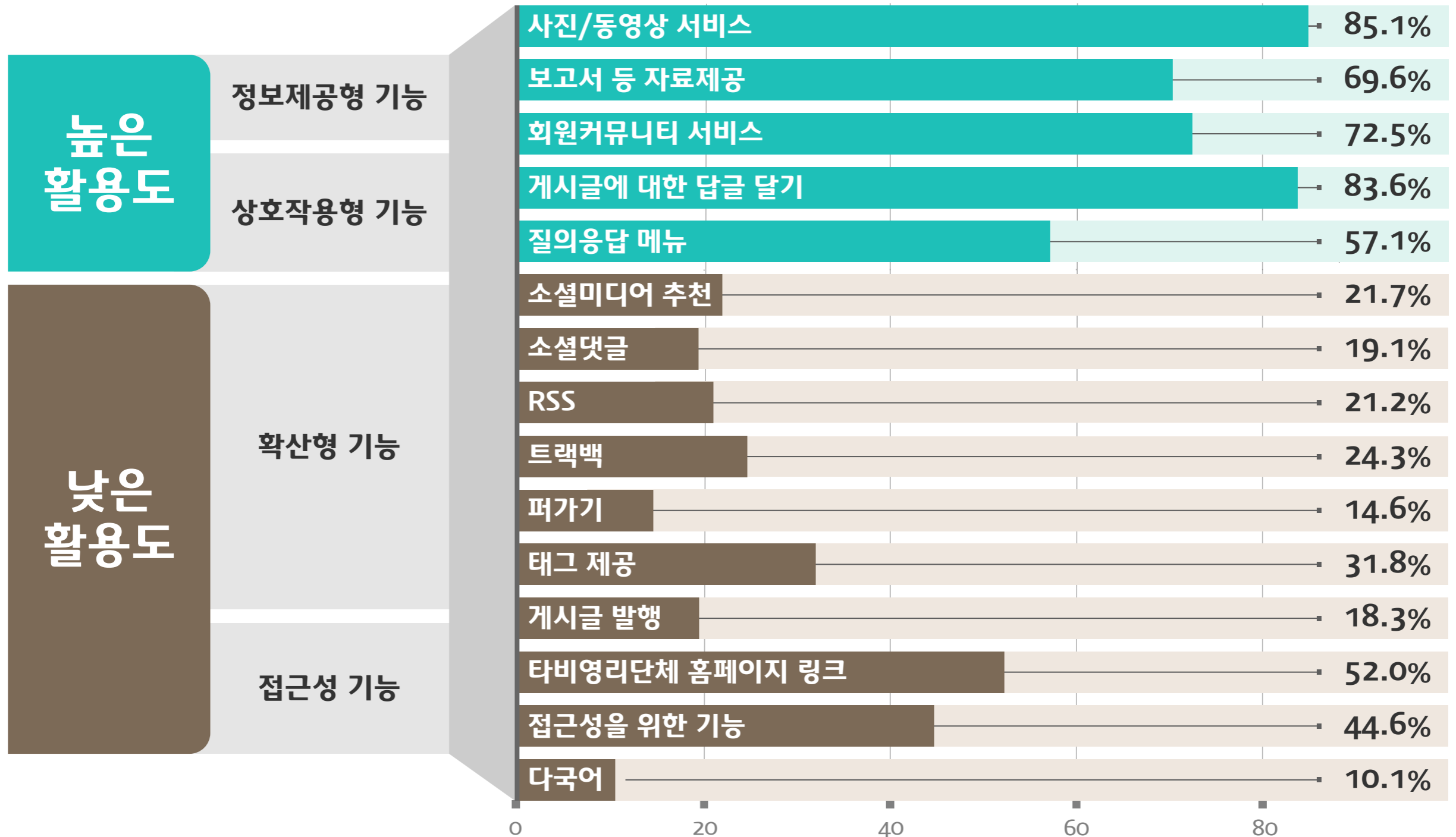
홈페이지 보유와 활용

▶ 홈페이지 활용 (5점 척도)



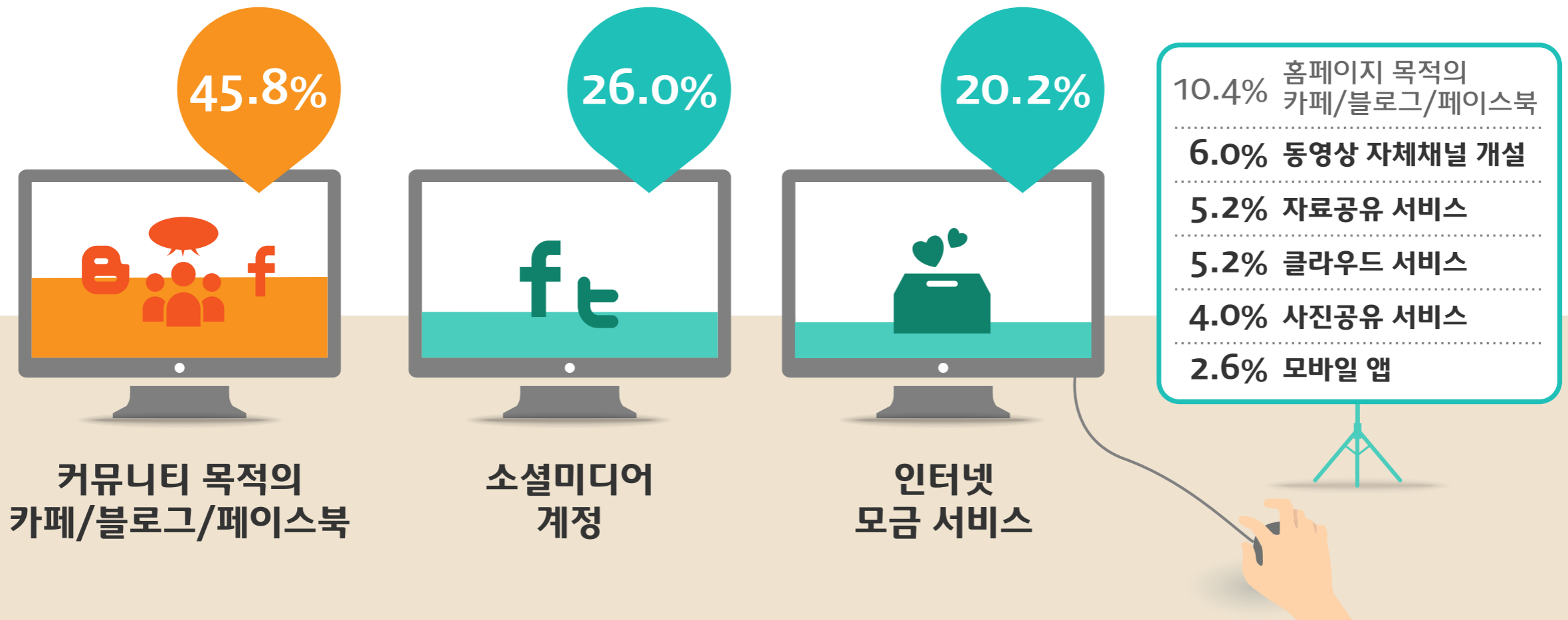
홈페이지 보유와 활용

▶ 홈페이지 기능



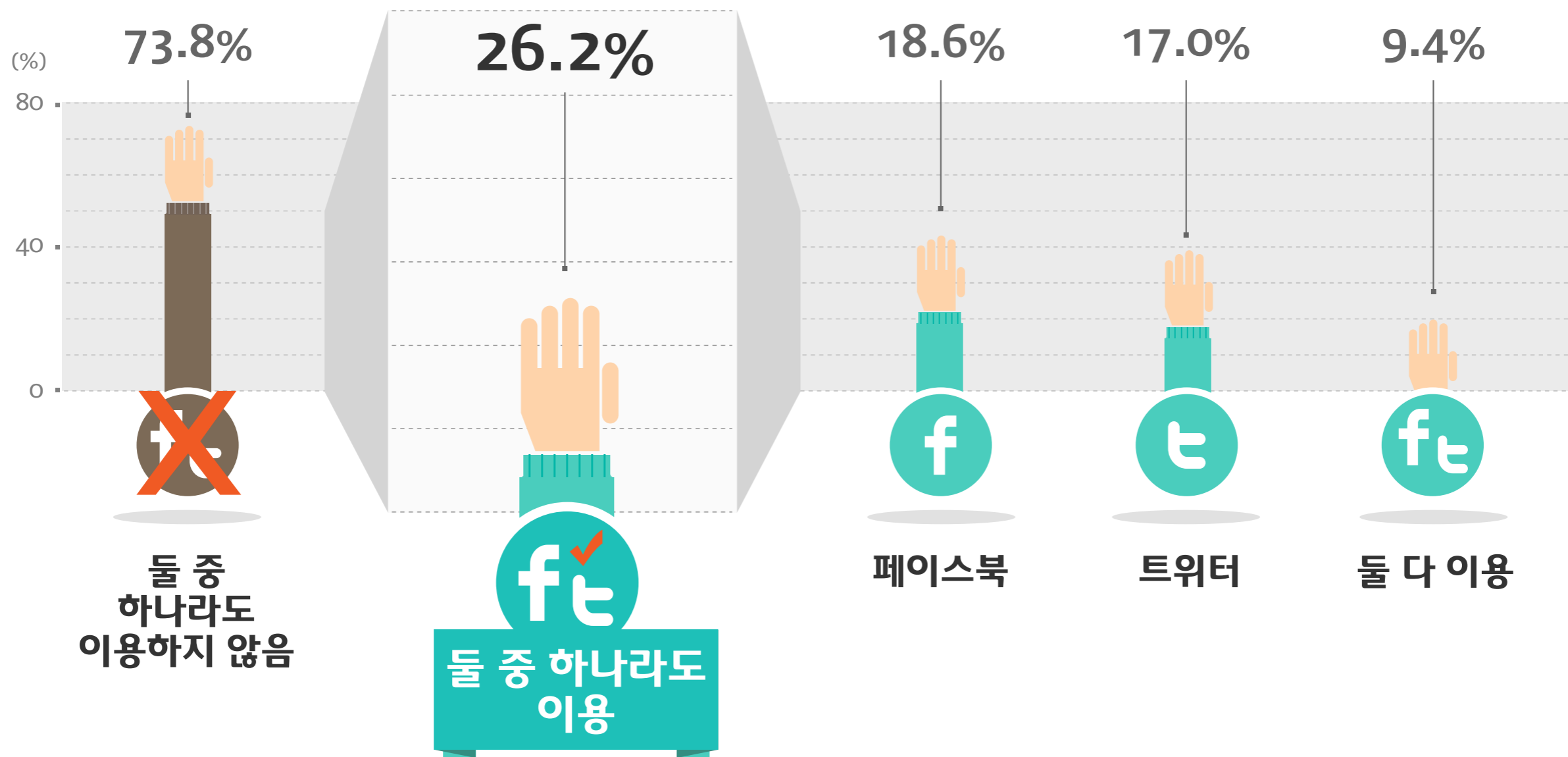
단체명 계정의 인터넷 서비스 이용률

▶ 단체명 계정의 인터넷 서비스 이용률



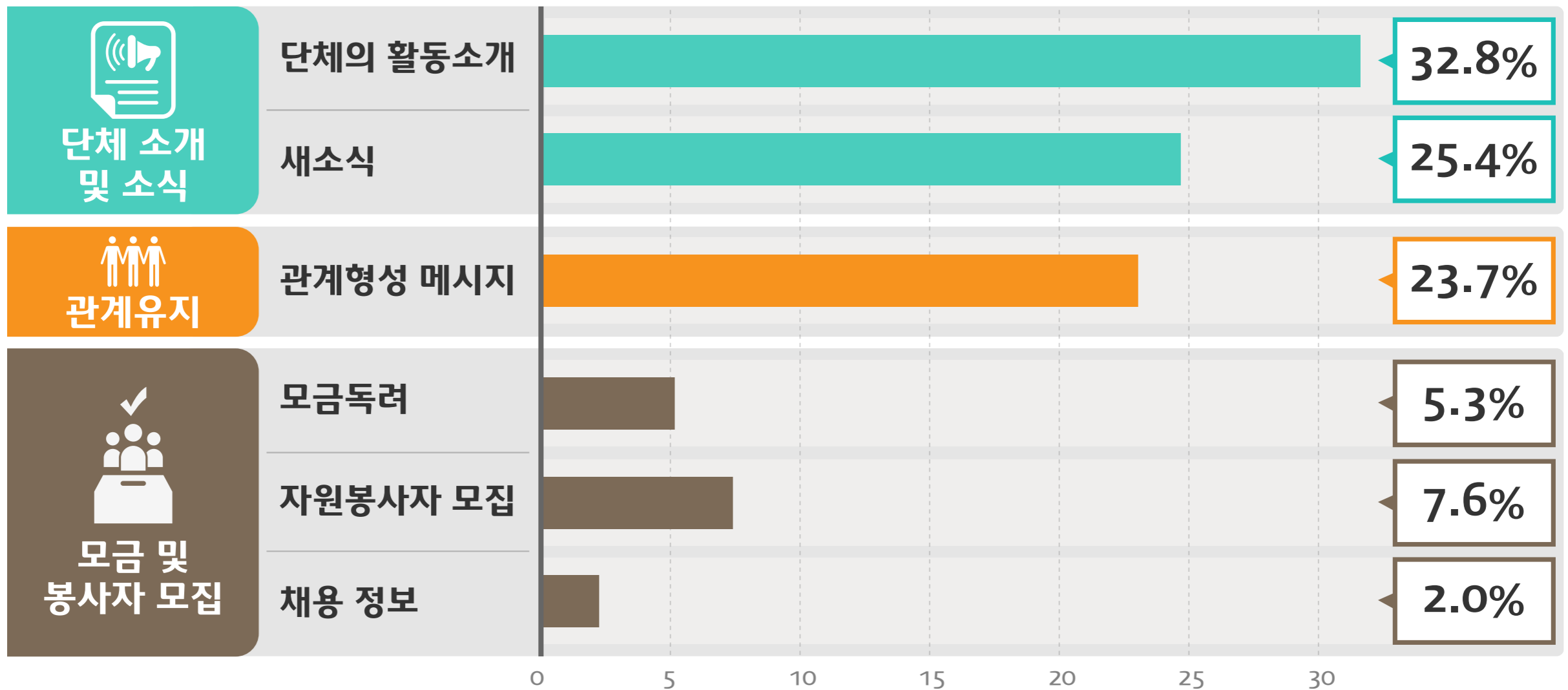
소셜미디어

▶ 소셜미디어의 확산 (페이스북, 트위터)

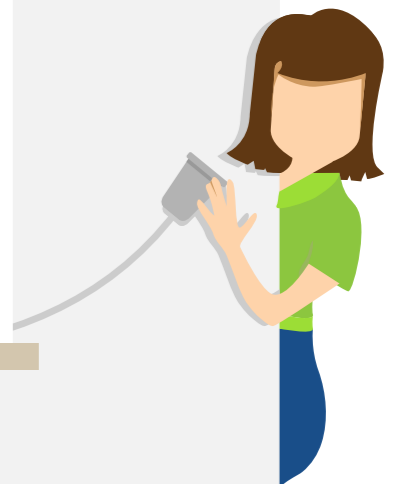
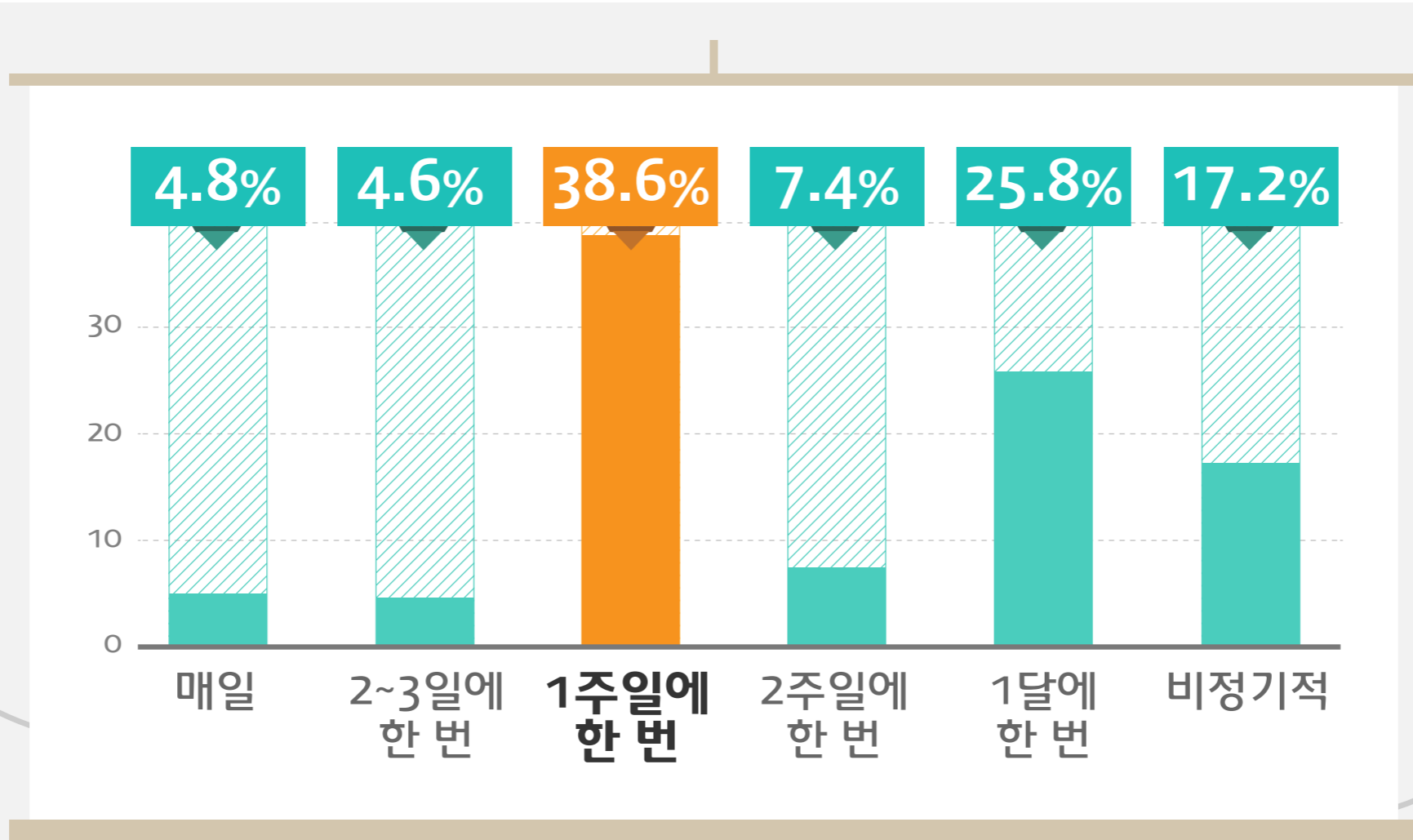


소셜미디어

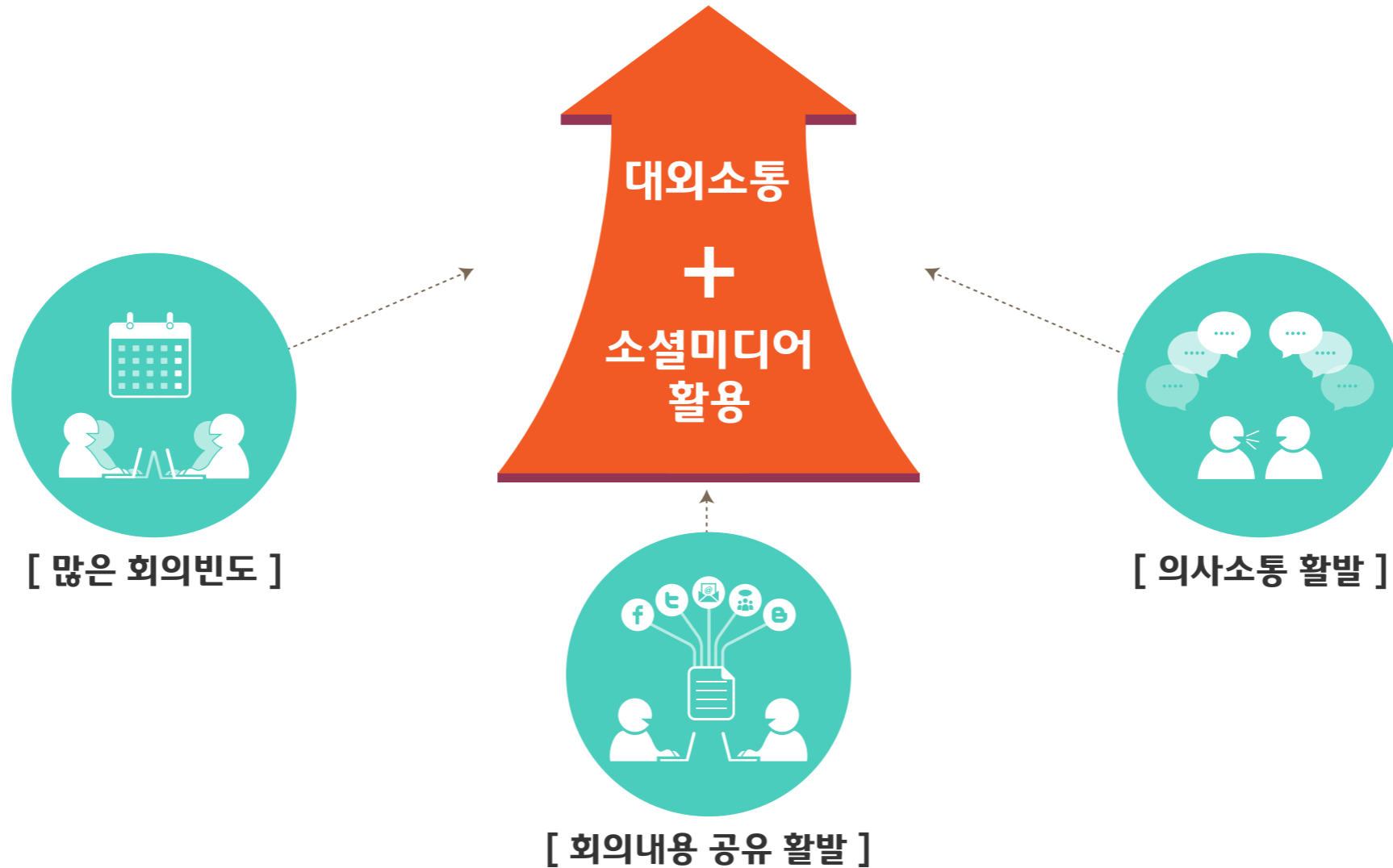
▶ 소셜미디어의 활용 (중복순위)



소셜미디어



소셜미디어



대내소통(회의 빈도, 회의 내용 공유, 의사소통)이 활발하게 이루어질수록,
대외소통(외부 홍보활동) 비율이 높게 나타나고 소셜미디어도 적극 활용함

2010년 vs. 2012년



다음세대재단은 Daum 임직원과 주주들의 기부로 2001년 설립된 비영리법인입니다. 다음세대재단은 미디어, 커뮤니케이션의 현명한 사용을 통해 가치 있는 개인들이 창의적이고 다양한 모습으로 함께 살아갈 다음세대 창조를 실현하기 위해 노력하고 있습니다.

www.daumfoundation.org

twitter.com/daumfoundation

www.facebook.com/daumfoundation



비영리 단체를 위한 IT 지원센터인 ITcanus는 IT가 공익적 가치를 만들어낼 수 있다는 믿음 아래 공익적 활동을 하는 비영리 단체들을 위한 다양한 미디어 및 IT 관련 지원사업을 진행하고 있습니다.

www.itcanus.net



유스보이스는 청소년들이 창의적인 미디어 활동을 통해 타인과 소통하고 미디어의 현명한 소비자 및 생산자가 될 수 있도록 유스보이스랩, 미디어 컨퍼런스, 프렌토 등의 사업을 진행하고 있습니다.

www.youthvoice.or.kr



다름은 차별과 배제의 원인이 아니라 창의와 창조의 원천이라는 생각으로 다양성이 살아 숨쉬는 울룩불룩한 세상을 만들기 위해 올리볼리 사업을 진행하고 있습니다.

www.ollybolly.org