



2011년 한국 비영리 조직 실무자의 디지털미디어 이해 및 활용도 조사



2011년 한국 비영리 조직 실무자의 디지털미디어 이해 및 활용도 조사

스마트폰의 확산, 소셜미디어의 활용도 증가 등의 변화에 따라 비영리 조직의 디지털 미디어 활용 역량과 디지털 미디어를 통한 소통이 중요해지고 있습니다. 이러한 변화는 비영리 조직 내에서 직접 활동하고, 커뮤니케이션 하고 있는 실무자들의 개인별 이해 및 활용도에도 큰 영향을 미치고 있습니다.

이에 다음세대재단은 지난 2010년 <한국 비영리 조직의 디지털 미디어 이해 및 활용도 조사>에 이어 2011년에는 <한국 비영리 조직 실무자의 디지털 미디어 이해 및 활용도 조사> 연구를 통해 개인 단위의 디지털 미디어 활용 실태를 파악하고 담당 업무별, 활동 영역별 특성에 따른 디지털 미디어 활용 역량을 분석하였습니다.

- 조사대상 : 등록비영리 단체 500개
- 표본모집 : 규모, 분야, 지역 층화 표집
- 조사방법 : 웹 서베이

- 책임연구 : 한동우(강남대 사회복지전문대학원 교수)

- 본 자료는 2011년도 조사 결과를 재편집하여 제작하였습니다.
전체 보고서는 아래 사이트에서 자세히 보실 수 있습니다.

<http://itcanus.net/research>

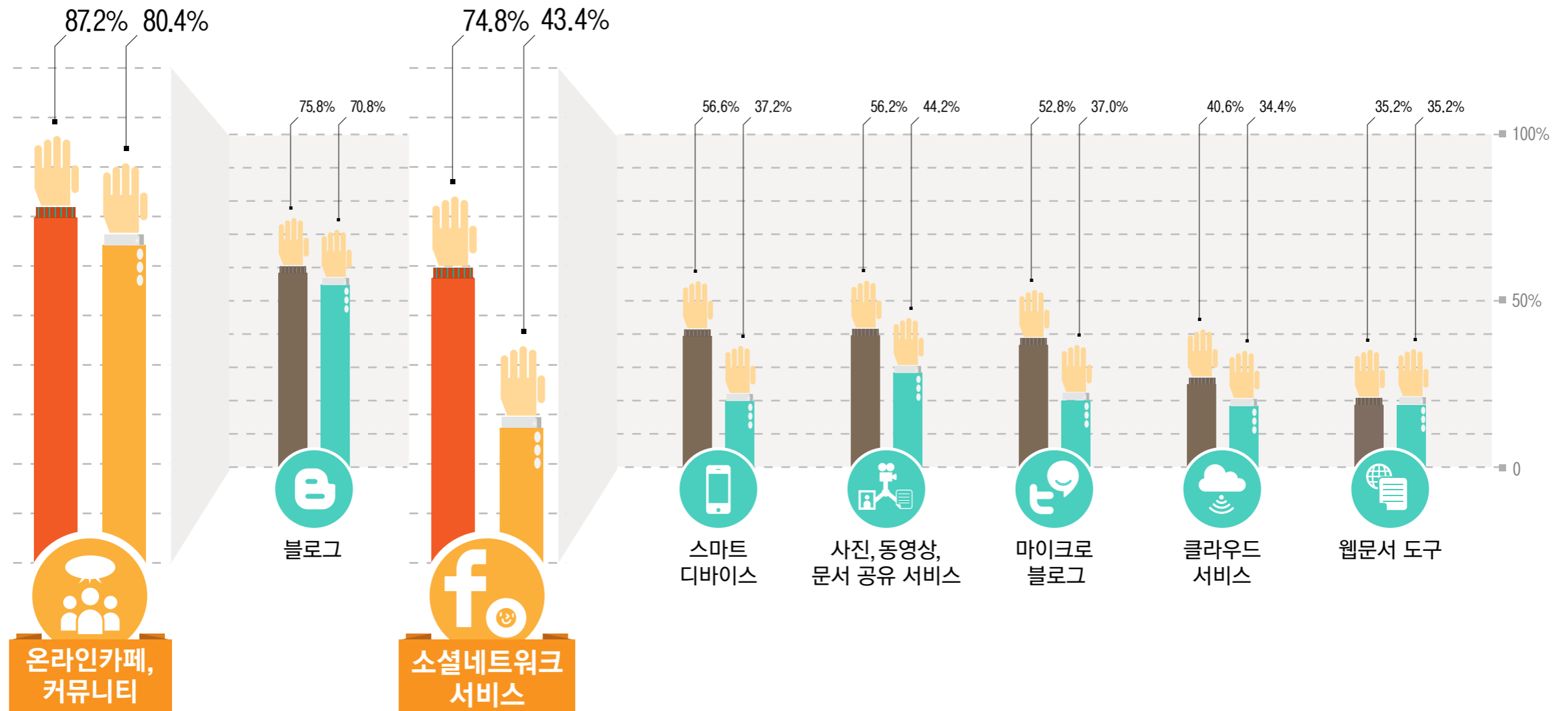




디지털 미디어 이용 실태

› 디지털 미디어 이용 여부

- 디지털 미디어 이용에 있어 비영리조직 실무자의 개인적인 이용과 업무적인 이용에는 전반적으로 큰 차이가 없음
- 개인적인 이용과 업무적인 이용이 가장 높은 부분은 온라인카페/커뮤니티였으며, 개인적인 이용과 업무적인 이용의 차이가 가장 큰 부분은 소셜네트워크 서비스임

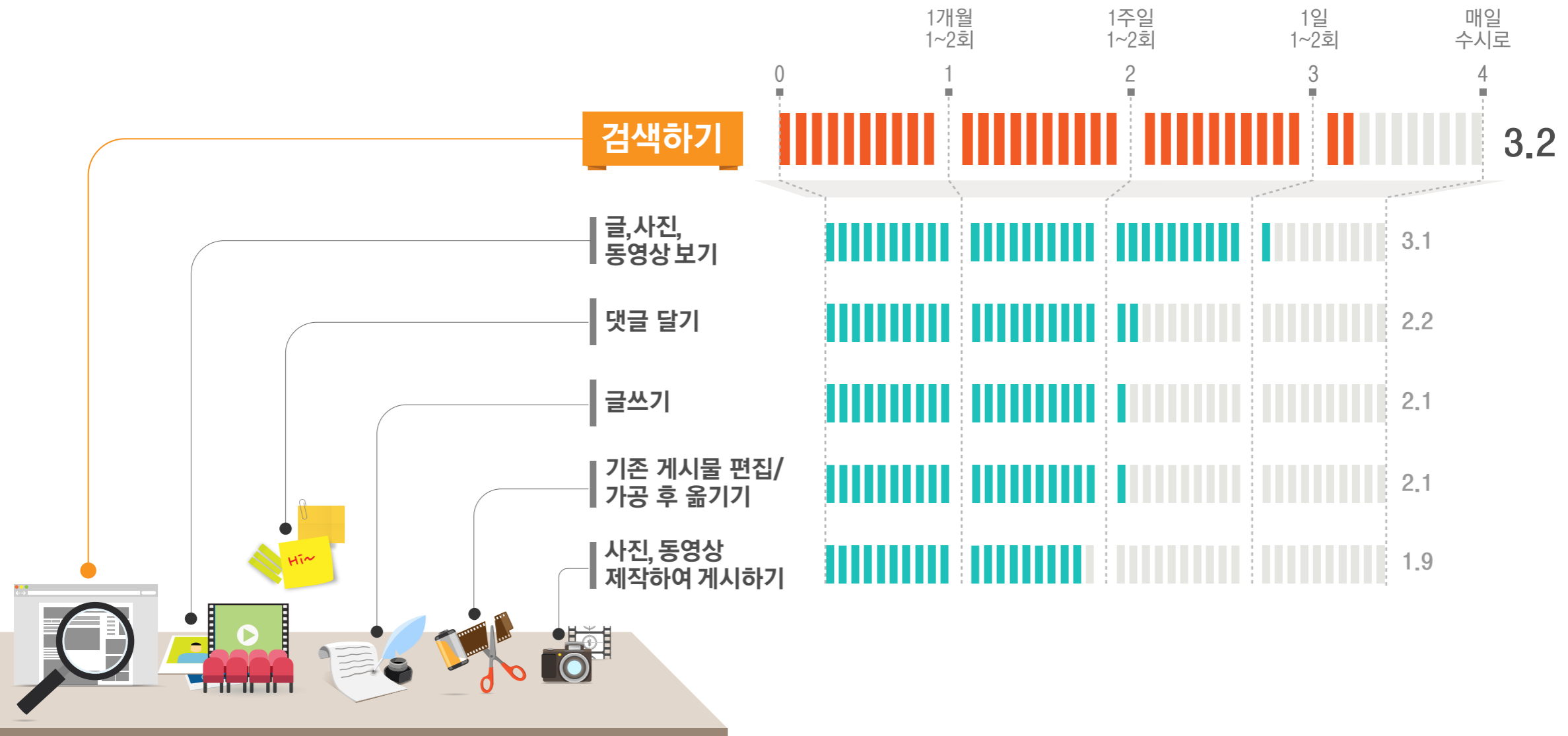




디지털 미디어 이용 실태

› 디지털 미디어 서비스 이용 빈도

- 검색의 이용빈도가 1일 1~2회로 가장 높으며, 사진, 동영상을 제작하여 게시하는 경우일수록 상대적으로 이용빈도가 낮음

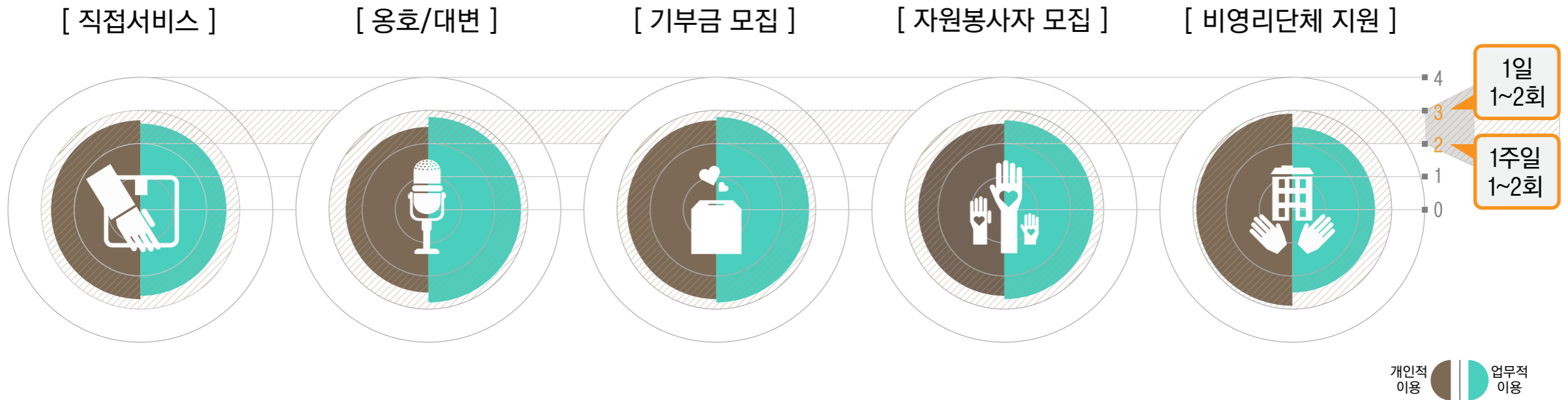




디지털 미디어 이용 실태

› 기관(단체) 일에 따른
개인/업무 적용도 차이

- 비영리 기관의 실무자들은 기관(단체)의 분야에 따라
한 주에 보통 1~2회 이상 개인적, 업무적으로 디지털 미디어를 이용함





디지털 미디어 이용 실태

> 담당 업무에 따른 디지털 미디어 이용 차이

- 홍보 담당 실무자는 1일 평균 1~2회, 총무와 사업 담당 실무자는 1주 평균 1~2회로 담당업무에 따라 디지털 미디어 서비스의 이용빈도 차이가 상대적으로 큰 것으로 나타남

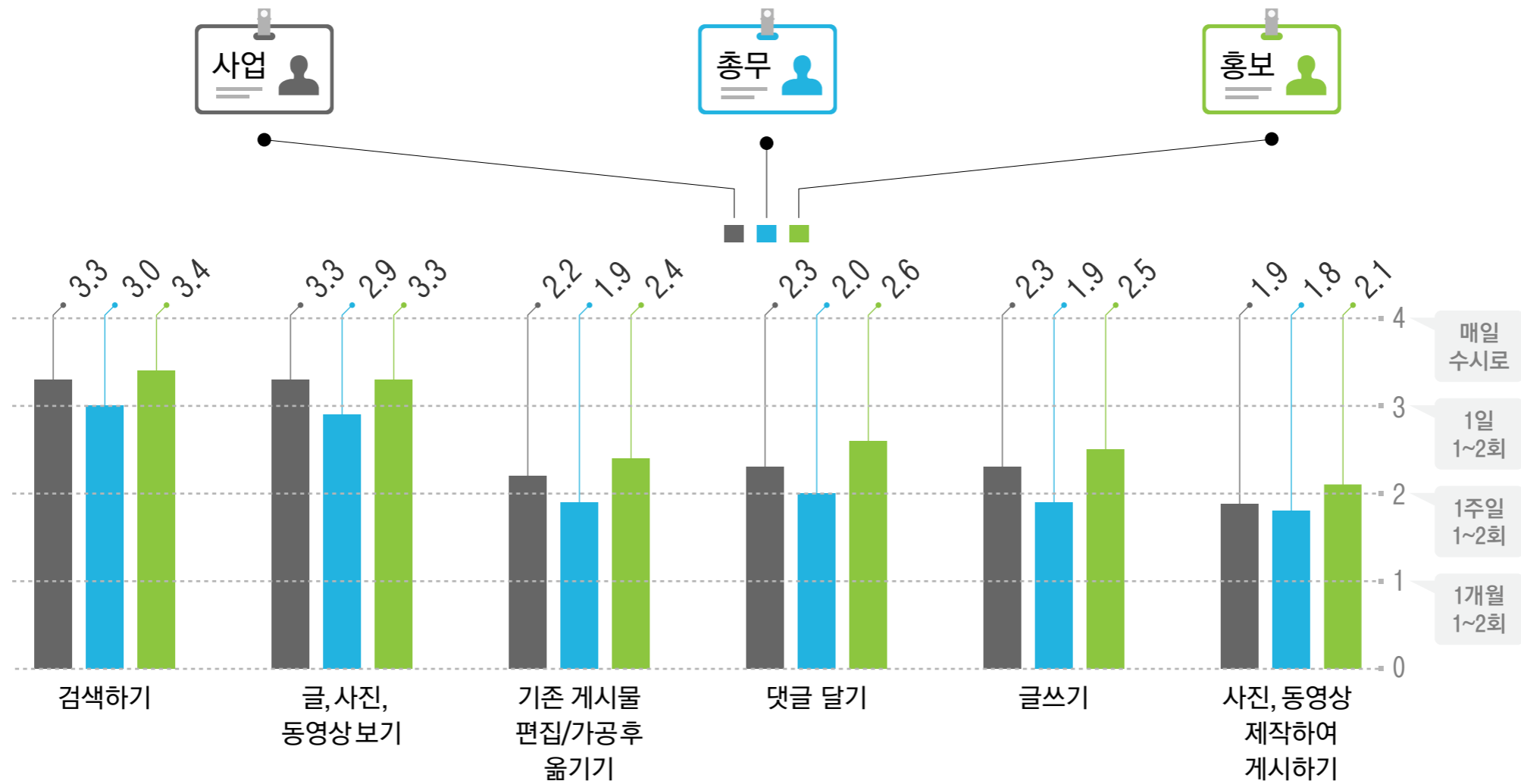




디지털 미디어 이용 실태

> 담당 업무에 따른 디지털 미디어 이용 차이

- 담당 업무 분야별로 검색하기의 이용이 가장 높고, 사진이나 동영상을 제작하여 게시하는 경우의 이용이 가장 낮은 것으로 나타남

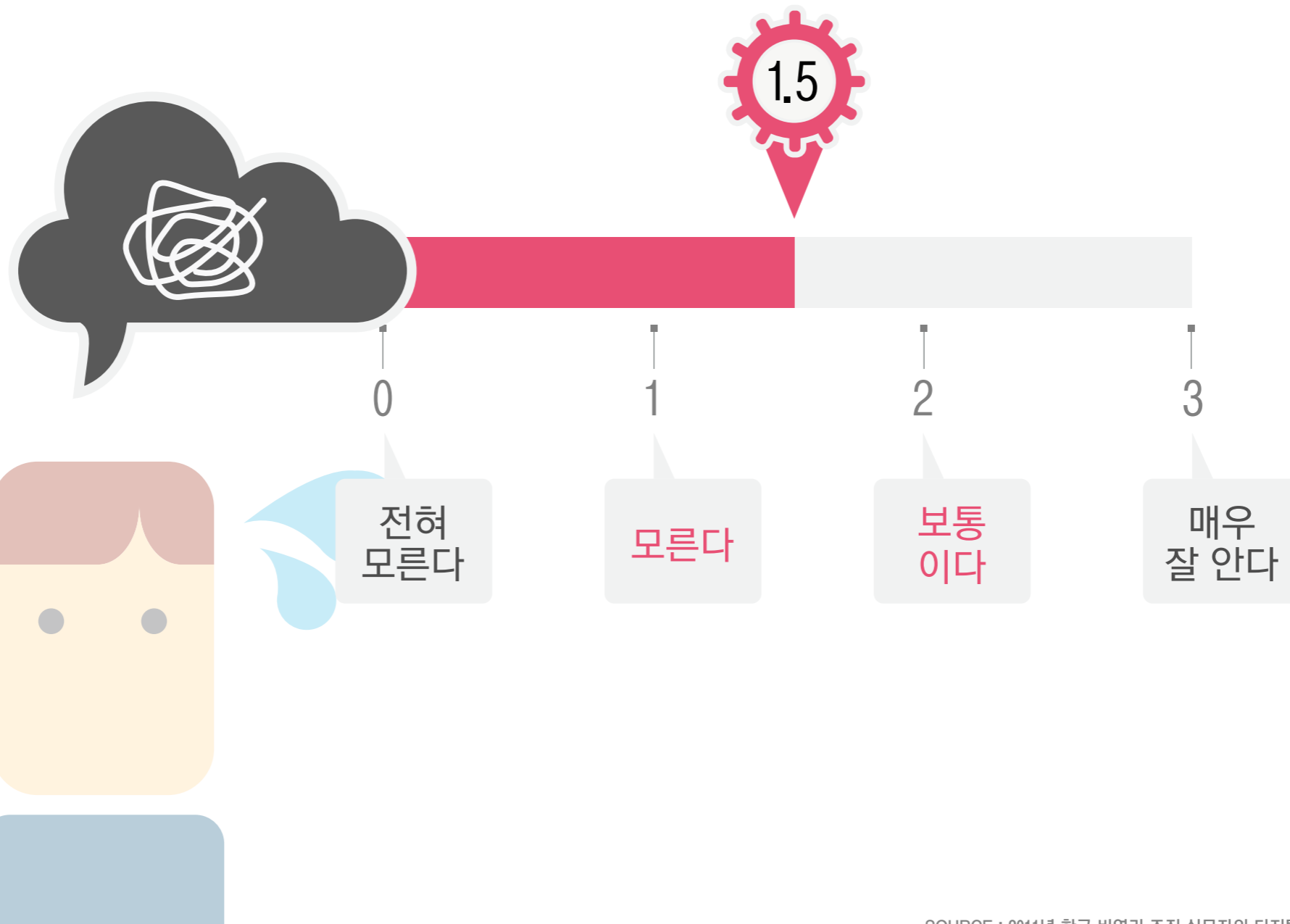




디지털 미디어에 대한 지식과 기술

> 평균 디지털 미디어 지식과 기술 이해도

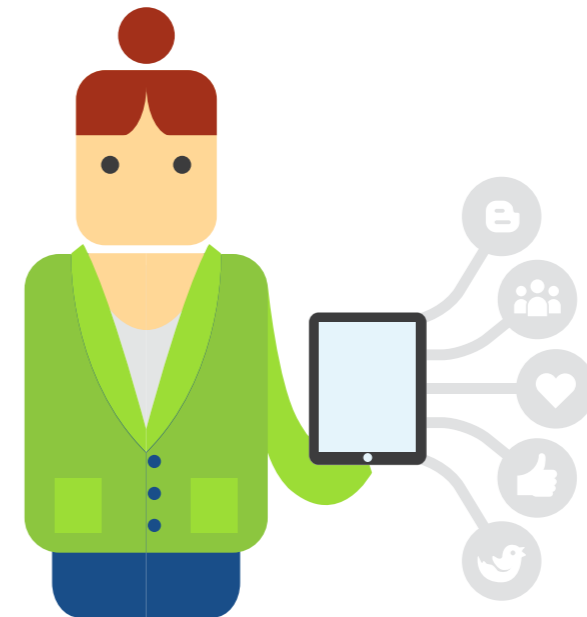
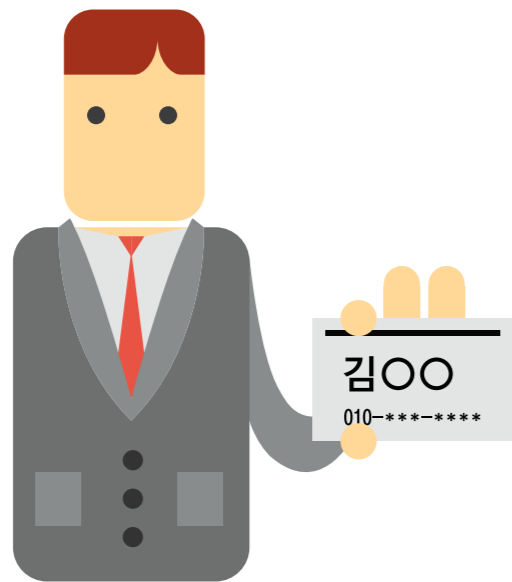
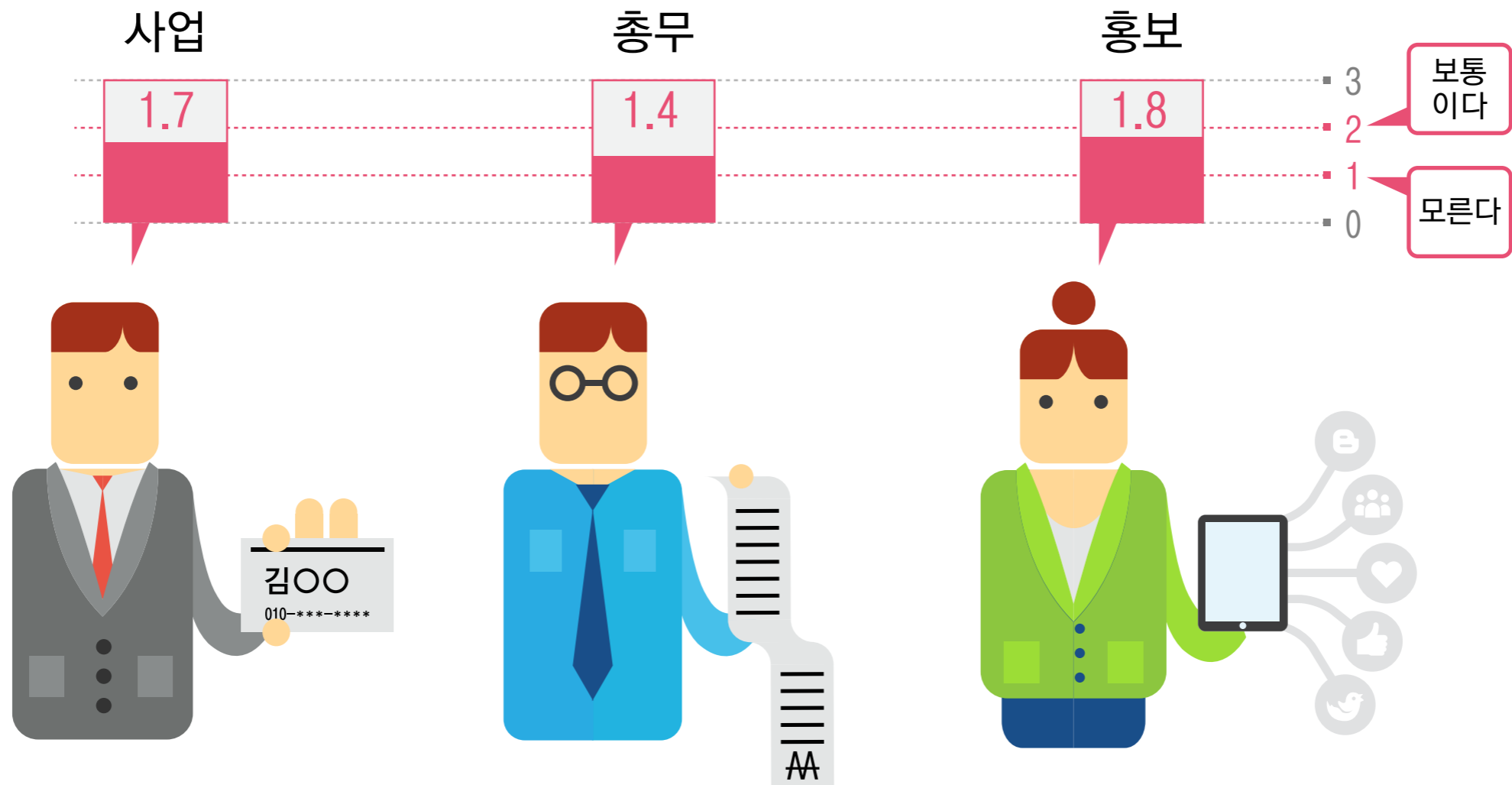
- 디지털 미디어에 대한 지식과 기술 관련 총 24문항 중에서 전체적인 지식과 기술에 대한 응답의 평균은 1.5점으로 비영리 단체 실무자들의 디지털 미디어에 대한 지식과 기술 수준은 매우 낮은 것으로 나타남





디지털 미디어에 대한 지식과 기술

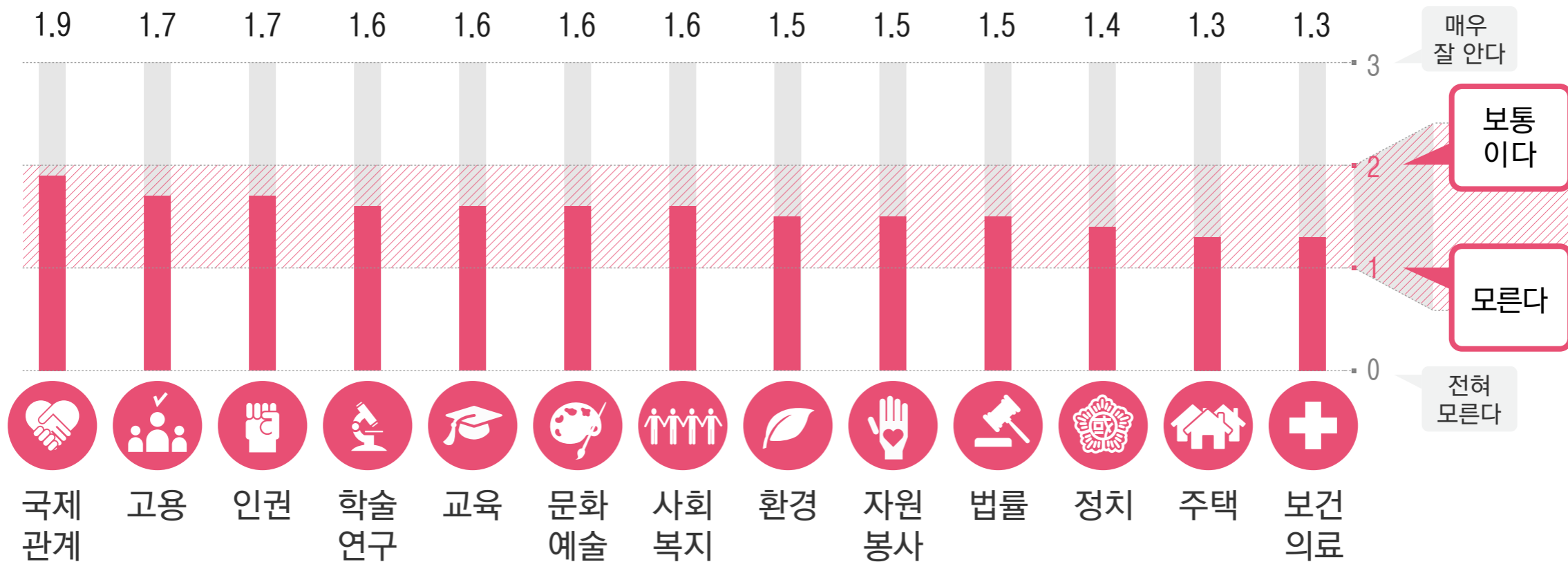
> 담당 업무에 따른 지식과 기술 차이





디지털 미디어에 대한 지식과 기술

> 활동영역에 따른 지식과 기술 차이





디지털 미디어 이용 만족도

› 정보습득과 공유 도움 순위 (다중응답)



› 타인과의 관계 형성 도움 순위 (다중응답)





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

