
비영리 조직의 디지털 미디어 이해 및 활용도 조사



2010

비영리 조직의 디지털 미디어 이해 및 활용도 조사

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

이에 다음세대재단은 지난 2010년도 <비영리 조직의 디지털 미디어 이해 및 활용도> 조사를 통해, 국내 비영리 조직들이 보유하고 있는 미디어 인프라 현황과 실제 활용도 수준, 조직의 미디어 활용 역량 평가 수준을 분석하였습니다.

- 조사 대상 : 등록 비영리 단체 500개
- 표본 모집 : 규모, 분야, 지역 층화 표집
- 조사 방법 : 웹 서베이



책임연구:
한동우 (강남대학교 사회복지학과 교수)

공동연구:
김은미 (서울대학교 언론정보학과 교수)

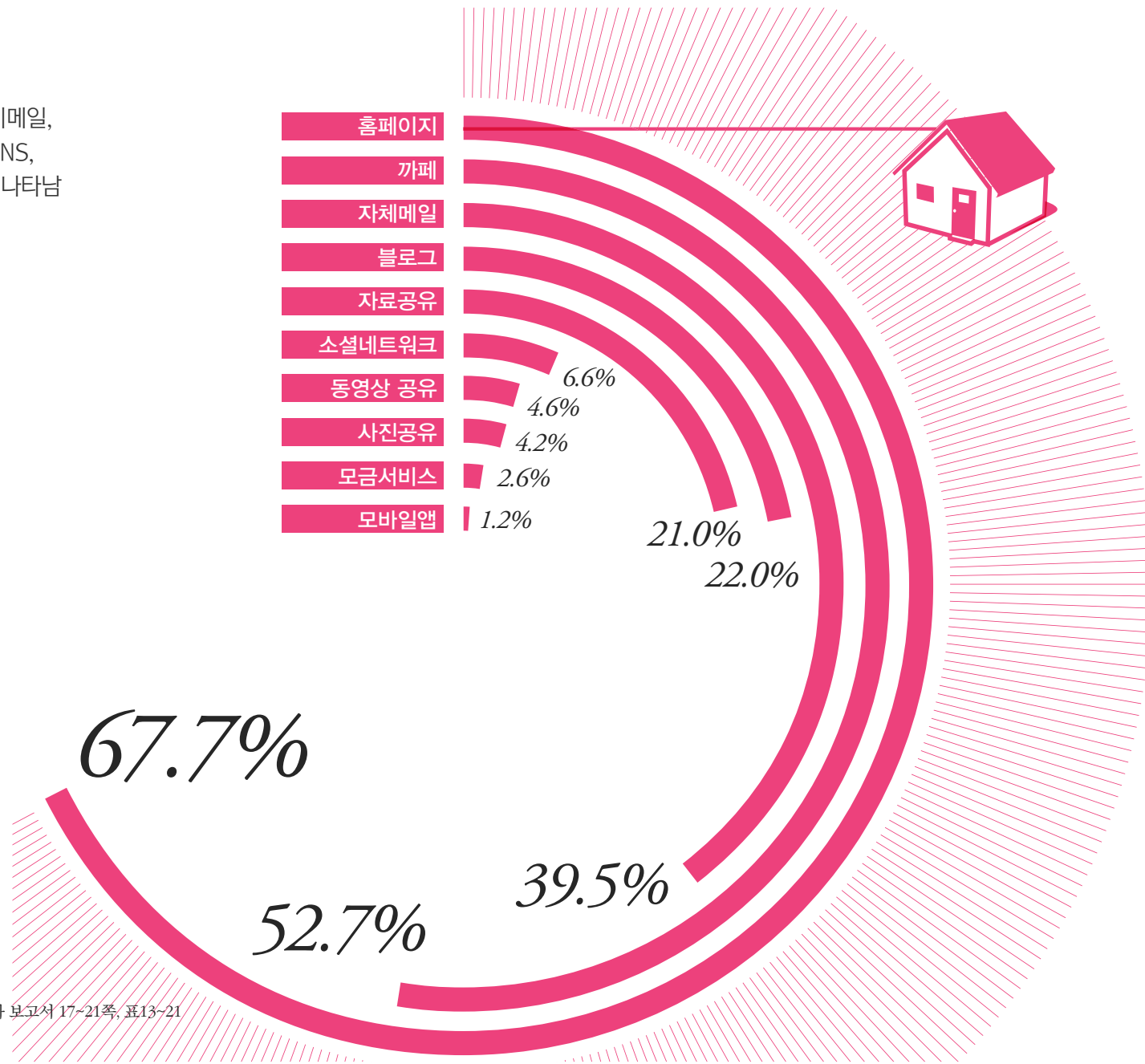
본 인포그래픽은 2010년도 조사 결과를 재편집 하였습니다. 전체 보고서는 다음 URL에서 자세히 보실 수 있습니다.

<http://itcanus.net/research>



웹 자산유형

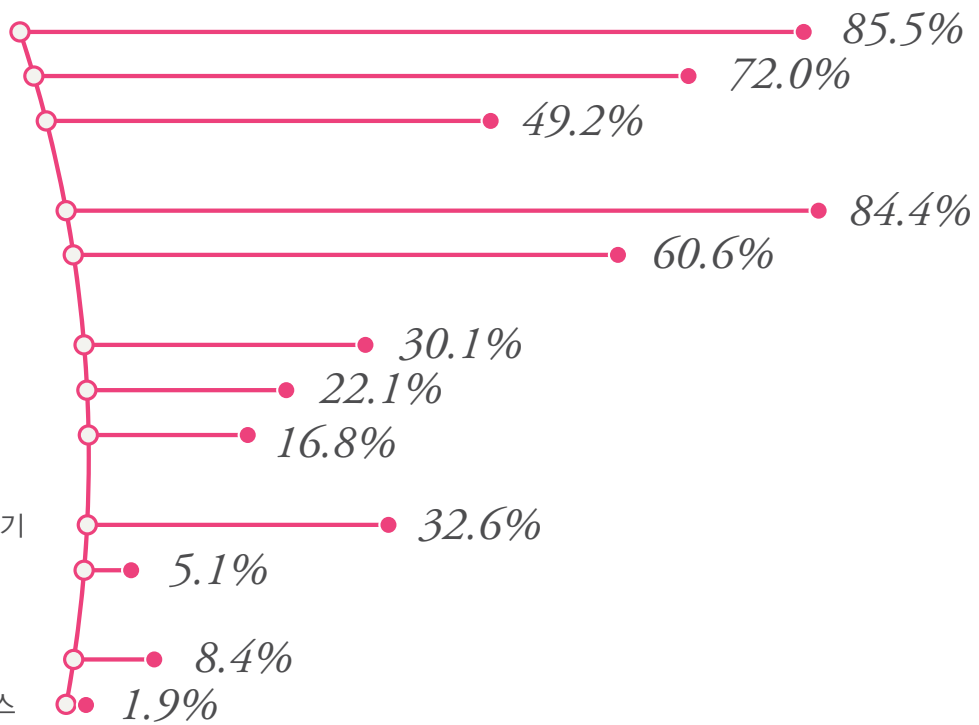
- 전통적인 웹 자산으로 분류될 수 있는 홈페이지, 이메일, 블로그, 카페에 비해 최근 중요성이 커지고 있는 SNS, 모바일앱 등의 자산 보유 수준이 떨어지는 것으로 나타남



홈페이지 제공기능



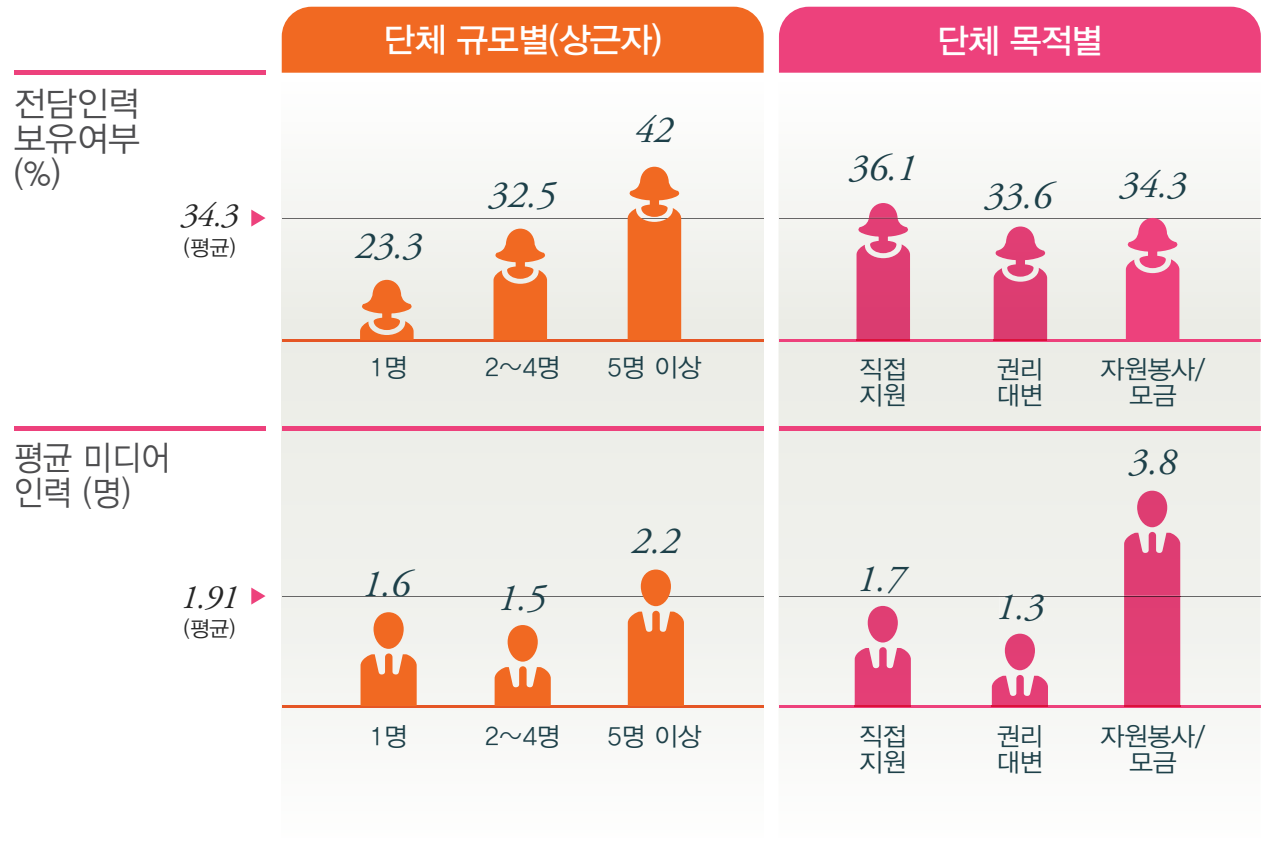
● 홈페이지 내부에서의 기본적인 콘텐츠 생산과 소통 기능, 구축 수준은 높으나 이를 참여자가 활용, 공유할 수 있는 기능 제공이 미흡한 것으로 나타남



미디어 인프라

미디어 인력

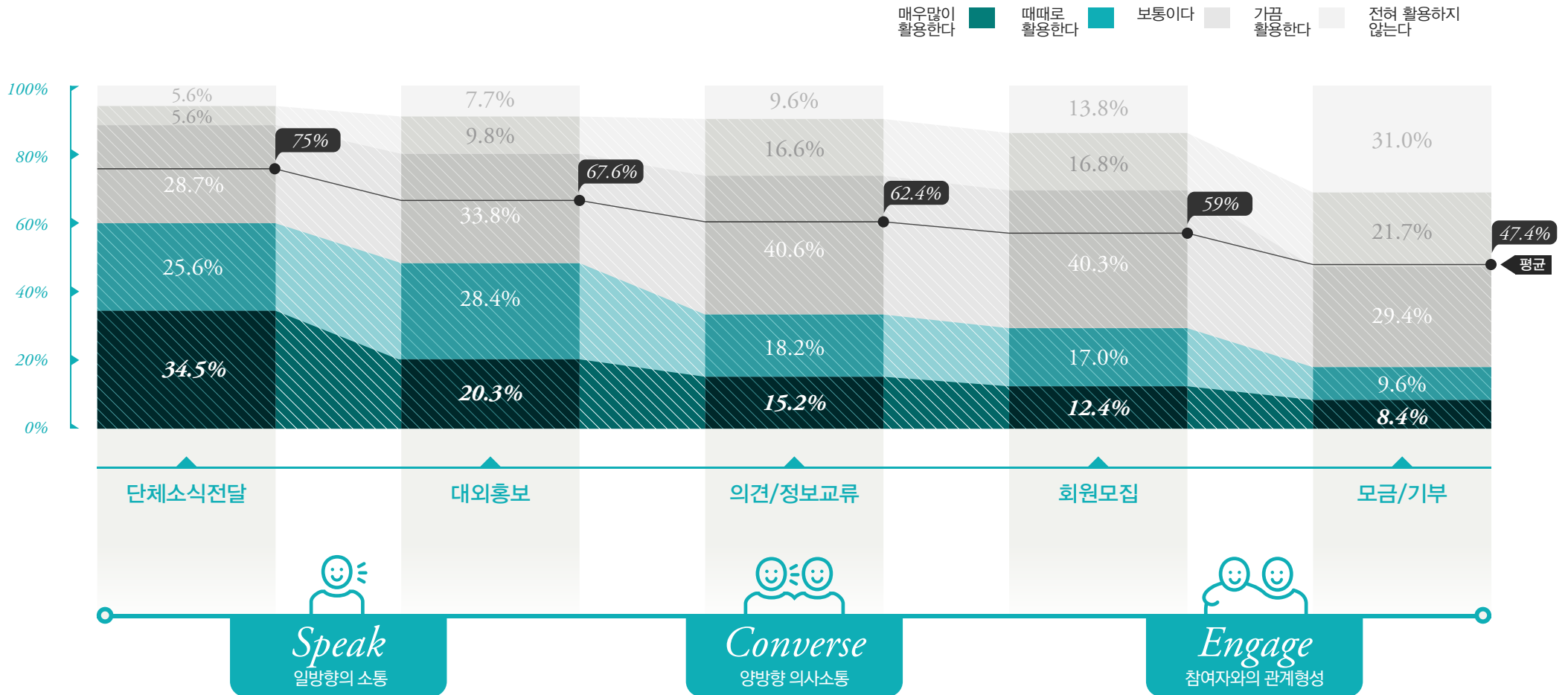
- 미디어 전담 인력 보유 수준은 비영리 조직 전체의 상근 인력 규모와 높은 상관관계를 가지는 것으로 나타남



미디어 활용도

홈페이지 목적별 활용도

● 단체소식 전달, 대외홍보에 홈페이지를 적극적으로 활용하였고, 반면 모금/기부활동이나 회원모집에는 홈페이지를 별로 활용하지 않는 것으로 나타남

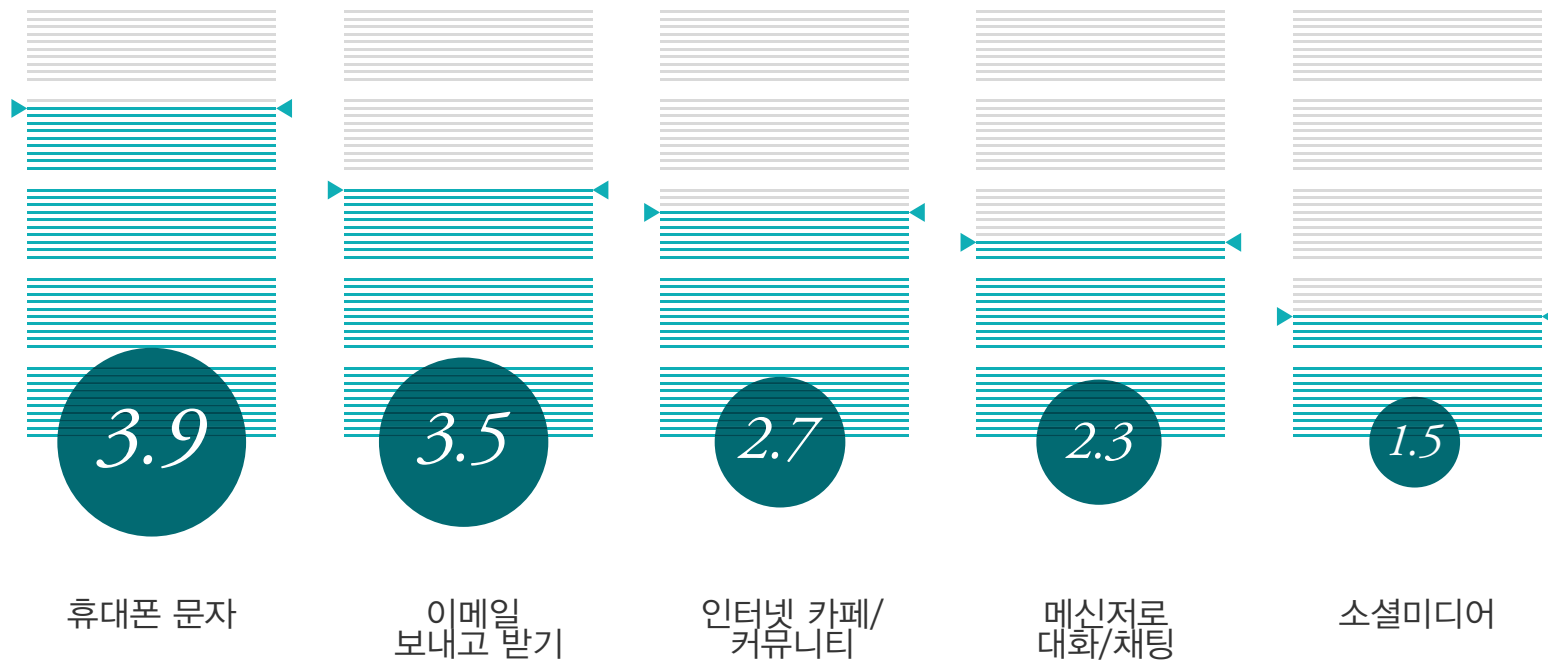


미디어 활용도

의사소통 채널별 활용도

- 디지털 미디어를 통한 의사소통은 주로 휴대폰 문자와 이메일이 높은 것으로 나타남

회원과의 소통 채널 (5점척도)

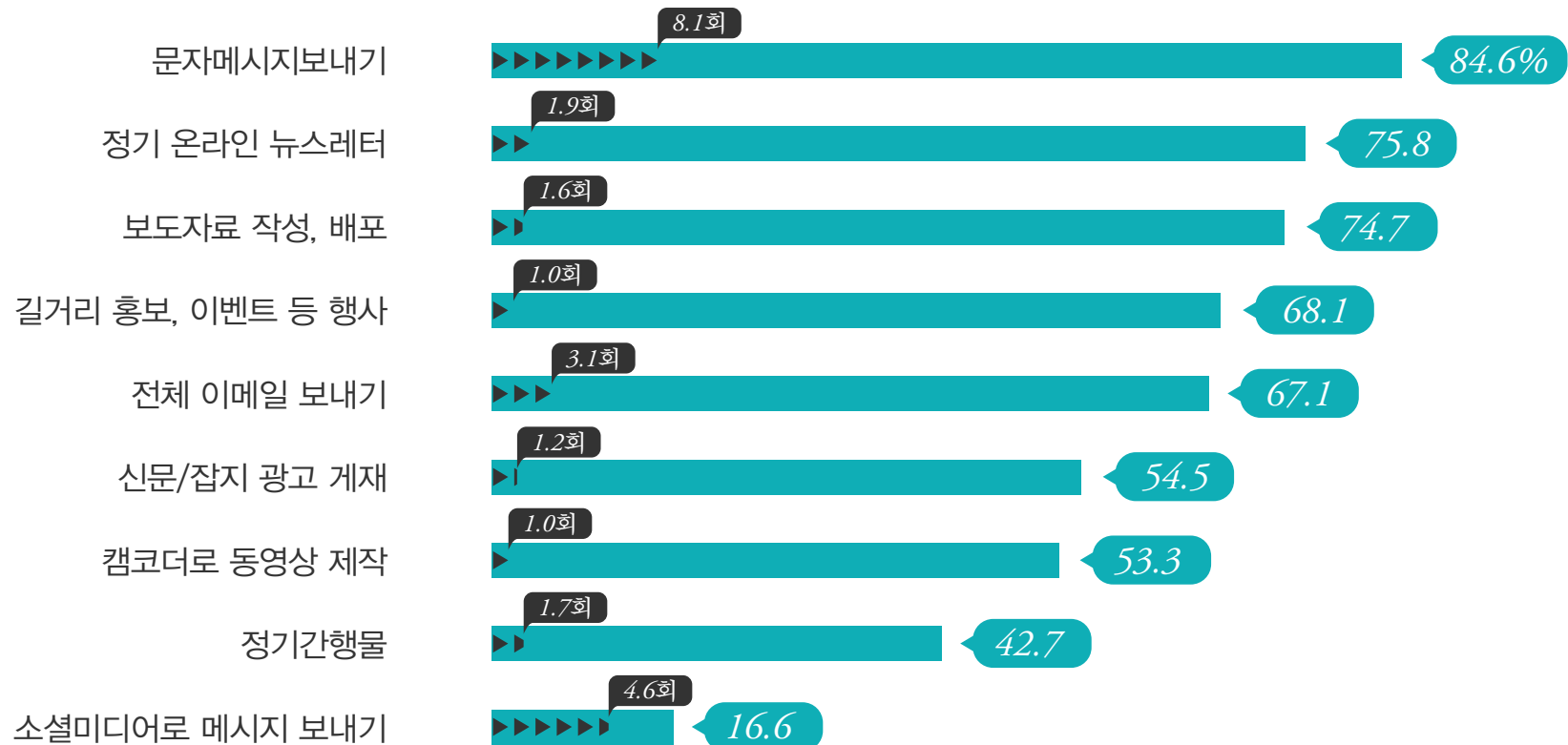


미디어 활용도

홍보활동 유형별 활용도

- 문자 메시지를 통한 홍보는 적극적으로 활용되고 있었으나, 아직도 소셜미디어를 통한 홍보 횟수는 저조한 것으로 나타남

채널별 홍보활동 활용도 (활용률/월평균 횟수)



미디어 역량평가

미디어 역량 자체 평가

- 미디어 활용 역량을 자체 평가한 결과, 사업분야에 따른 차이 없이 전체적으로 대동소이한 수준을 보이고 있으나 홈페이지 기능 사용 수준은 조직의 사업 분야와 상관없이 높게 나타남

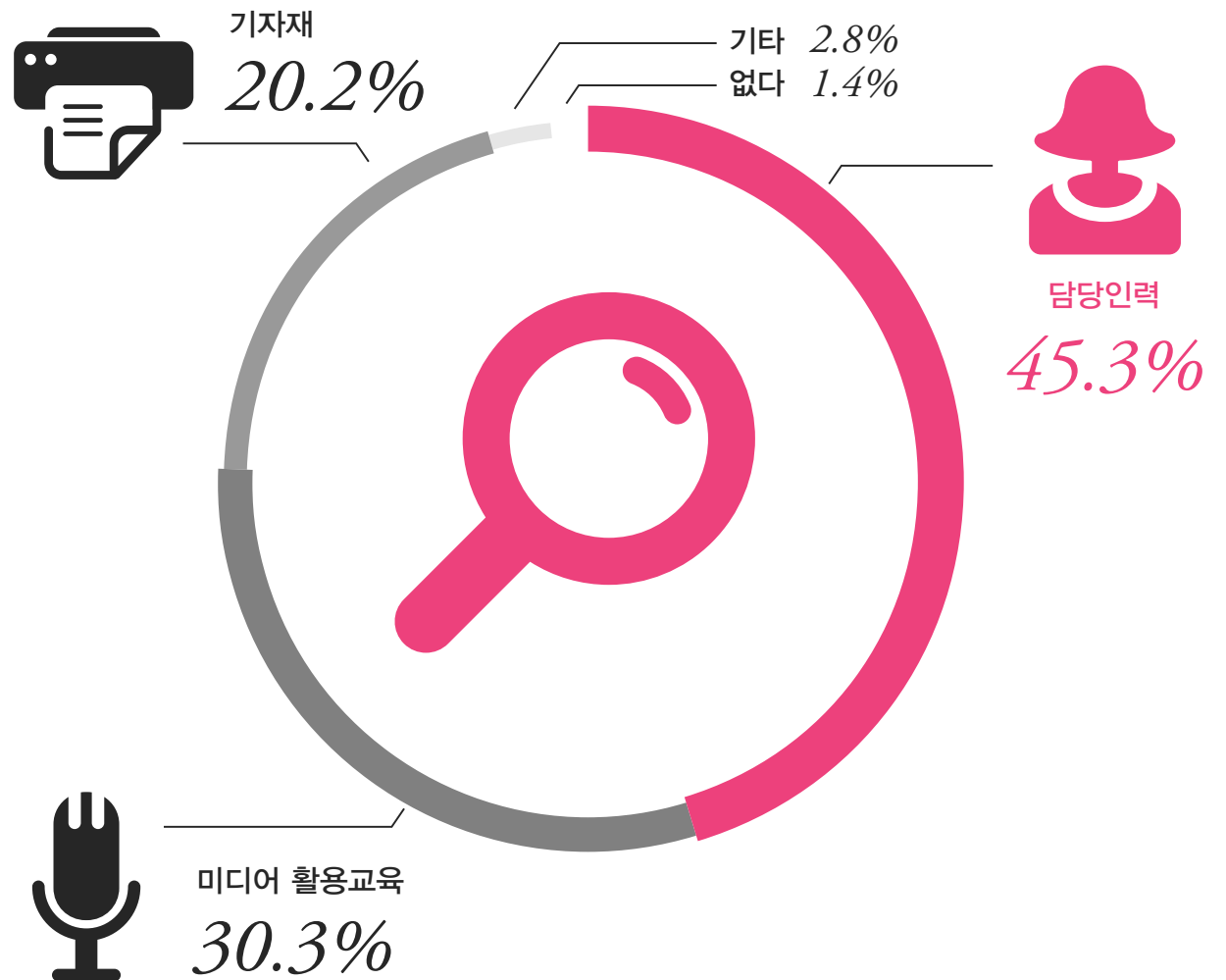
(5점척도)



미디어 역량평가

미디어 지원이 필요한 영역

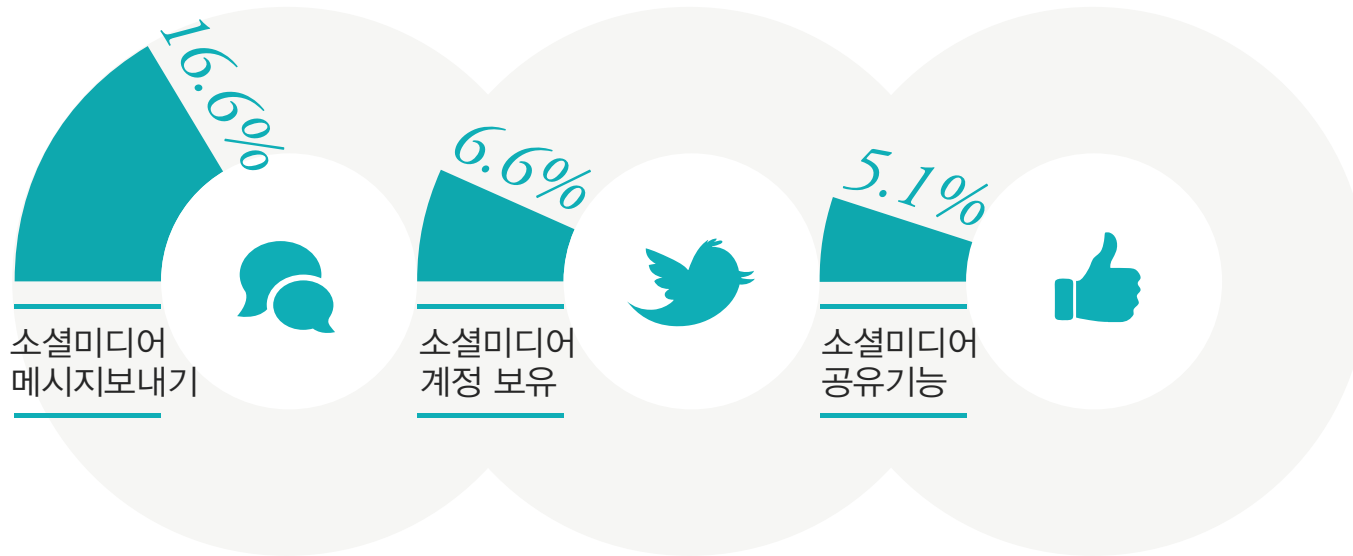
- 비영리 조직들은 주로 미디어 전담 인력과 미디어 활용 교육 측면에서의 지원을 필요로 하는 것으로 나타남



소셜 미디어/모바일 활용도

최근 미디어 패러다임으로 중심을 잡아가고 있는 소셜미디어 및 모바일 인프라의 활용 수준이 전반적으로 떨어지는 것으로 나타남

소셜 미디어



모바일





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



비영리 단체를 위한 IT 지원센터인 ITcanus는 IT가 공익적 가치를 만들어낼 수 있다는 믿음아래 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 사전제작지원, 유스보이스센터, 프렌드 등의 사업을 진행하고 있습니다.

www.youthvoice.or.kr



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

www.ollybolly.org

