

2008년 비영리 단체의 미디어 활용 실태 조사

책임연구: 박소라(한양대학교 신문방송학과 교수)
공동연구: 황용석(건국대학교 신문방송학과 교수)
보조연구: 윤여록(한양대학교 신문방송학과 석사과정)
나혜정(건국대학교 신문방송학 석사)



<목 차>

제1장 조사개요

1. 조사배경 및 목적
2. 조사방법

제2장 비영리 단체의 미디어 일반 현황

1. 미디어 활동성
2. 정보화 기기 활용
3. 미디어 관련 비용 지출

제3장 비영리 단체의 인터넷 서비스 이용 실태

1. 인터넷 접속
2. 인터넷 서비스 활용
3. 인터넷을 통한 활동
4. 자체 홈페이지 외 인터넷 서비스 활용

제4장 비영리 단체의 미디어 지원

1. 지원 분야
2. 다음세대재단의 인지도

제5장 결론

1. 연구요약
2. 제언

<부록>

1. 단체 관련 현황
2. 설문지

표 목차

2008년 비영리 단체의 미디어 활용 실태 조사

<표1> 중앙정부의 비영리민간단체 지원내역	3
<표2> 표본틀	6
<표3> 최종 표집현황	8
<표4> 단체의 활동영역(복수응답)	9
<표5> 단체의 미디어일반현황-전담인력	10
<표6> 단체의 미디어일반현황-봉사인력	11
<표7> 비영리단체의 홍보활동 유형별 활용률	12
<표8> 정보화기기 보유여부(%)	13
<표9> 소프트웨어의 필요성-한글 등 문서작성 소프트웨어	14
<표10> 소프트웨어의 필요성-엑셀 등 계산 소프트웨어	14
<표11> 소프트웨어의 필요성-파워포인트 등 발표 자료용 소프트웨어	15
<표12> 소프트웨어의 필요성-동영상 편집용 소프트웨어	16
<표13> 소프트웨어의 필요성-웹 제작 소프트웨어	16
<표14> 소프트웨어의 필요성-그래픽 소프트웨어	17
<표15> 미디어 정보통신 사용여부(%)	18
<표16> 미디어/정보통신 월간 평균 이용료(만원)	18
<표17> 인터넷 접속형태	20
<표18> 인터넷 접속방법	21
<표19> 블로그/미니홈피 온라인, 오프라인 활용정도	22
<표20> 인터넷 활동유형별 활용정도-회원대상 메일링 리스트 관리	23
<표21> 인터넷 활동유형별 활용정도-주기적인 회보/소식 게재	23
<표22> 인터넷 활동유형별 활용정도-동영상 제작 정보 정기적 게재	24
<표23> 인터넷 활동유형별 활용정도-블로그 등 단체활동 소개글 주기적인 게재	25
<표24> 인터넷 활동유형별 활용정도-단체관련 인터넷 상의 질의/댓글 적극 대응	25
<표25> 인터넷 활동유형별 활용정도-단체활동 홍보 배너 광고 게재	26

2008년 비영리 단체의 미디어 활용 실태 조사

<표26> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-자체홈페이지	28
<표29> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-인터넷 신문 발행	28
<표30> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-인터넷 방송 운영	29
<표31> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-인터넷카페 개설	30
<표32> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-단체 블로그 운영	30
<표33> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-동영상 전문 자체채널 개설	31
<표34> 단체활동 영역별 인터넷 서비스 활용 비율	32
<표35> 자체도메인 보유 여부(세부별)	33
<표36> 자체도메인 보유 여부(보유형태)	33
<표37> 웹서버 운영체계	34
<표38> 미디어 서버 별도 운영여부	34
<표39> 홈페이지 기능별 제공 여부-회원커뮤니티 서비스	35
<표40> 홈페이지 기능별 제공 여부-설치형 블로그	36
<표41> 홈페이지 기능별 제공 여부-댓글 달기 기능	36
<표42> 홈페이지 기능별 제공 여부-RSS 기능	37
<표43> 홈페이지 기능별 제공 여부-트랙백 기능	37
<표44> 홈페이지 기능별 제공 여부-동영상 서비스	38
<표45> 홈페이지 기능별 제공 여부-시각 장애인을 위한 음성 서비스	38
<표46> 홈페이지 기능별 제공 여부-회원 게시판	39
<표47> 홈페이지 기능별 제공 여부-Q&A/질의응답 메뉴	39
<표48> 홈페이지 기능별 제공 여부-보고서 등 자료제공	40
<표49> 홈페이지 기능별 제공 여부-외국어 서비스	40
<표50> 홈페이지 기능별 제공 여부-사진/동영상 등 자료보관 웹스토리지/웹하드	41
<표51> 홈페이지 기능별 제공 여부-인트라넷	41
<표52> 홈페이지 기능별 제공 여부-업무 중 메신저 서비스	42
<표53> 홈페이지 기능별 제공 여부-웹메일 서비스	42

2008년 비영리 단체의 미디어 활용 실태 조사

<표54> 홈페이지 기능별 제공 여부-온라인 폴(투표)	44
<표55> 단체활동 별 홈페이지 활용도-단체소식 전달	45
<표56> 단체활동 별 홈페이지 활용도-회원모집	46
<표57> 단체활동 별 홈페이지 활용도-대외홍보	46
<표58> 단체활동 별 홈페이지 활용도-모금/기부	47
<표59> 단체활동 별 홈페이지 활용도-회원 간 의견/정보 교류	48
<표60> 자체 메일계정 사용 여부	49
<표61> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-메일링 서비스	49
<표62> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-뉴스레터 서비스	50
<표63> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-메타블로그 서비스	50
<표64> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-서비스형 블로그	51
<표65> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-동영상 서비스	51
<표66> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-메신저 서비스	52
<표67> 홈페이지 운영정책별 실시여부-개인정보 보호정책	53
<표68> 홈페이지 운영정책별 실시여부-저작권 정책	53
<표69> 홈페이지 운영정책별 실시여부-해킹 대비 보안대책	54
<표70> 홈페이지 운영정책별 실시여부-회원가입 시 실명확인	54
<표71> 홈페이지 게시판/댓글 작성 시 실명확인 절차 요구 여부	55
<표72> 문의게시판/대표메일 접수문의/건의사항 답변 평균 소요시간(시간)	55
<표73> 향후 자체 홈페이지 운영계획	56
<표74> 인터넷 포털에 개설한 카페 여부	57
<표75> 인터넷 카페 활용 목적별 활용정도-단체소식 전달	57
<표76> 인터넷 카페 활용 목적별 활용정도-회원모집	58
<표77> 인터넷 카페 활용 목적별 활용정도-대외홍보	59
<표78> 인터넷 카페 활용 목적별 활용정도-모금/기부	59
<표79> 인터넷 카페 활용 목적별 활용정도-회원 간 의견/정보교류	60

2008년 비영리 단체의 미디어 활용 실태 조사

<표80> 블로그/미니홈피 서비스 운영 여부	61
<표81> 블로그/미니홈피 활용 목적별 활용정도-단체소식 전달	61
<표82> 블로그/미니홈피 활용 목적별 활용정도-회원모집	62
<표83> 블로그/미니홈피 활용 목적별 활용정도-대외홍보	62
<표84> 블로그/미니홈피 활용 목적별 활용정도-모금/기부	63
<표85> 블로그/미니홈피 활용 목적별 활용정도-회원 간 의견/정보교류	64
<표86> 인터넷 운영능력 향상을 위한 필요한 지원영역	65
<표87> 인터넷 운영능력 향상을 위한 필요 직원교육(복수응답)	66
<표88> 인터넷 운영능력 향상을 위한 필요 직원교육(1순위)	66
<표89> 2007년 미디어관련 교육지원 수준	67
<표90> 지원이 필요한 기타 분야	67
<표91> 미디어 활용을 위한 필요 기자재	69
<표92> 조사 전 다음세대재단에 대한 인지수준	71
<표93> <비영리단체를 위한 IT지원센터-아이티캐너스>에 대한 인지수준	72

그림목차

2008년 비영리 단체의 미디어 활용 실태 조사

<그림 1> 단체의 인터넷을 통한 회원간 의사소통 평균(5점척도)	26
<그림 2> 단체의 직접대면, 전화, 메모를 통한 회원간 의사소통 평균(5점척도)	27
<그림 3> 미디어 전달 인력 유무에 따른 단체의 현행 미디어 운영능력 평가	68
<그림 4> 미디어 자원 봉사자 유무에 따른 단체의 현행 미디어 운영능력 평가	68
<그림 5> 상근자수에 따른 단체의 현행 미디어 운영능력 평가	69

제1장 조사개요

1. 조사배경 및 목적

■ 조사배경

○ 디지털 미디어 환경에서 한국 비영리 단체의 온라인 미디어 이용환경 및 능력의 중요성이 대두

- 디지털 기술을 매개로한 사회적 커뮤니케이션이 확산되면서, 비영리 단체(NPO: Non Profit Organization)의 미디어 이용능력이 단체 활동에 중요한 요인으로 자리 잡음
- 비영리 단체는 사회구성체에서 국가와 시장을 제외한 제 3의 영역에서 자체의 관리절차를 가지고 공공의 목적에 봉사하거나 조직구성원의 공동이익을 추구하는 다양한 자발적 결사체로서(박상필, 1999) 한 사회의 민주주의 시스템에서 중요한 역할을 담당하고 있음
- 민간의 자발적 결사체로서 소통은 비영리 단체의 핵심 기능으로 여겨짐. 따라서 소통능력을 높이는 것은 비영리 단체의 활동능력을 높이는 것과 직결됨

○ 자발적 공동체로서 비영리 단체의 중요성이 커짐

- 비영리 단체는 공공서비스를 제공할 뿐만 아니라 혁신적인 아이디어를 가지고 공공정책을 개발하기도 하며, 특히 선거에 의해 구성되는 정부와는 달리 사회 문제 해결에 장기적인 시각을 제시(박상필, 1999)
- 논쟁적이고 인기 없는 서비스를 제공하거나 새로운 서비스를 실험적으로 실시하는 중요한 수단이 되며, 정부의 혁신을 유도
- 문화와 예술분야와 같이 고정비용이 높은 분야나 커뮤니티에 제한된 요구를 충족하는데 중요한 역할을 수행
- 아울러 비대해진 국가권력을 견제하는 것은 시민단체의 중요한 존립 근거 중 하나
- 1980년대 이후 급격히 증가한 비영리 단체들은 현재 정부의 주요정책결정에 중요한 사회적 역할을 수행하고 있음(최창수, 김태영, 2005)
- 비영리 단체는 시민사회의 의제를 국가에 전달하고, 사회적 신뢰망으로서 기능을 수행하는 데 있어 그 기반이 되는 디지털 기술의 이용은 조직 활동의 성공 여부를 결정지음

○ 국내 비영리 단체에 대한 기초 조사 자료 부족

- 비영리 단체의 중요성에도 불구하고, 이와 관련한 기초조사가 매우 부족함
- 특히 최근 들어 비영리 단체의 중요성이 커지고 단체수도 늘어가는 것에 비해 기초 통계조차 잡혀 있지 않음. 한국 시민의 신문이 보도한 2000년 자료에 따르면, 비영리 단체 중 1980년대에 설립된 단체가 전체의 18.5%인데 비해 1990년대에 설립된 단체는 62.3%에 이르는 것으로 나타나 1990년대 이후 비영리 단체가 대폭 증가하였음(한국시민의 신문, 1996/2000)
- 일부 민간영역에서 비영리 단체에 대한 추정 조사결과가 있었음. 2003년에 중앙행정기관과 시도에 등록된 비영리단체의 수는 4,429개이며, 등록되지 않은 단체들을 포함할 경우 그 수를 정확히 추산할 수 없는 것으로 나타남(박원순, 2004)
- 국가차원의 체계적인 비영리 단체에 대한 조사연구가 없는 가운데, 비영리 단체의 현황 및 이들 단체의 미디어 수행능력을 파악하는 것이 필요함

○ 미디어 활용과 관련한 비영리 단체 지원 사업 관련 수요 조사 부족

- 비영리 단체의 미디어 활용과 관련한 지원정책 수요조사 및 지원 사업이 거의 전무한 실정
- 현재 한국 정부의 비영리 단체에 대한 지원은 행정자치부가 지원하는 공모를 통해 선정한 ‘비영리민간단체의 공익사업지원’과 행정자치부의 지침에 따라 각 시, 도에서 지역 내 비영리 단체에 대해 지원하는 ‘비영리민간단체 지원 사업’이 대표적
- 해당 사업은 지난 1999년부터 150억 원의 예산을 마련하여 행정자치부가 75억 원을 비영리 단체에 직접지원하고 나머지 75원은 시, 도에 분배하여 지원하기 시작함.
- 2001년 정부는 ‘비영리민간단체지원법’을 제정하여 해당 사업을 법제화함. 이에 따라 2003년까지 행정자치부가 매년 75억 원, 시도가 75억 원 등 총 150억 원의 예산을 지원하였으나, 금년에는 총액을 100억 원으로 줄여 행정자치부가 50억 원, 시도가 50억 원씩을 지원하고 있음¹⁾
- 지난 2003년의 경우, 행정자치부와 시도의 비영리 단체 지원 사업을 통해 정부의 재정지원을 받은 단체는 총1,735개 단체에 총 1,806 개 사업이었음

1) 서울시의 경우 행정자치부에서 지원받은 예산에 자체 예산을 더해 연간 17억원 내외의 예산을 “민간단체 사정참여사업”이라는 명칭으로 비영리민간단체에 대한 지원을 하고 있다.

<표1> 중앙정부의 비영리민간단체 지원내역

지원단체/부처	지원단체수			지원금액			지원근거 (법령/지침)
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	
농림부	26	26	3	270.8	536.3	15.2	농어촌발전특별법 등 10개
문화관광부	12	12	40	42.1	41.3	7.0	문화예술진흥법 등 6개
보건복지부	5	21	36	29.8	62.8	85.2	사회복지사업법 등 2개
법무부	4	4		5.7	6.9		법률구조법 등 2개
여성부	48	48	77	4.0	17.0	20.0	여성발전기본법
재정경제부	3	4	109	14.4	32.8	18.8	소비자보호법 등 4개
통일부	2	3	1	1.9	7.0	4.5	통일교육지원법 등 4개
행정자치부	166	175	182	75.0	75.0	75.0	비영리민간단체지원법
환경부	7	8	3	19.0	18.2	2.0	자연환경보존법 등 2개
과학기술부	3	3		44.2	55.4		과학기술기본법
외교통상부		22	8		52.1	25.3	한국국제협력단법
노동부			2			21.9	
교육부			1			0.3	
국방부			1			29.0	
건교부			1			3.9	
국가보훈처			6			1.0	
국가인권위			61			11.5	
합계	276	330	565	514.8	913.2	411.9	

출처: 최창수, 김태영(2005), 비영리 민간단체 지원사업 평가모형의 구축과 적용, 한국행정연구 14권1호.

- 이 밖에 중앙정부가 지원하는 비영리 단체 사업으로 국정홍보처가 주관하는 민주공동체 실천사업이 있었음. 이 사업은 1994년부터 시작되어 현재까지 계속되고 있는데 지난 2003년의 경우 32개 단체에 총 8억 2,500만원이 지원됨 (한양대 제 3섹터연구소, 2003, 61-74) 민주공동체 실천사업도 내용이나 지원 단체의 특성을 고려해 볼 때, 행정자치부와 시도가 지원하는 비영리 단체 지원 사업과 유사하다고 볼 수 있음

○ 비영리 단체에 대한 지원 사업 정책연구 역시 경제적 측면에만 주목

- 비영리단체의 지원사업과 관련한 연구들은 정부사업이 비영리 단체에 경제적·재정적 지원을 해 왔음을 반영
- 이러한 정부의 재정지원은 규제를 동반해서 비영리 단체의 목표설정이나 자원 배분과정에 영향을 주는 것으로 나타남. 또한 정부의 재정지원에 따른 비영리 단체의 자원의존성은 비영리 단체의 독자적인 프로그램 선정에도 영향을 주고 있음(정광호, 권기현, 2003)

■ 조사목적 및 의의

○ 비영리 단체의 미디어 활용 환경에 대한 기초 자료를 제공

- 비영리 단체의 미디어 활용 환경과 관련한 체계적인 조사를 통해 향후 민·관에서 지원정책 개발에 필요한 기초자료를 제공
- 장기적으로 비영리 단체에 대한 누적적이고 시계열적인 자료를 확보하기 위한 기초 작업
- 비영리 단체의 분야별 현황을 비교함으로써 단체의 특성에 따른 비영리 단체의 미디어 활용도를 상세 비교하고자 함

○ 비영리단체의 인터넷 활용능력 및 지원정책에 대한 수요를 파악해서 (사)다음세대재단의 지원 사업 개발에 활용

- 온라인 환경의 대중화에 맞추어, 인터넷 활용 환경 및 능력에 초점을 맞추어서 (사)다음세대재단의 IT지원 사업 의제개발에 필요한 기초 자료 제공
- 비영리 단체에 대한 교육 수요 등을 발굴
- 장기적으로 비영리 단체의 온라인미디어 활용능력 지수를 개발하는 초석 마련

○ 비영리 단체에 대한 민간재단의 자발적 조사지만, 기초 통계자료로서 대표성과 자료의 포괄성을 담고자 함

- 한국의 경우 국가와 기업 간 관계, 국가와 다른 경제단체 간 관계에 대한 연구는 어느 정도 진행되어 왔으나 실제 공공정책을 집행하는 다양한 비영리 단체와 국가의 상호관계에 대한 연구는 미흡한 실정임(정광호, 권기현)
- 최근 주요 선진국의 공공정책은 상당부분이 정부와 계약을 맺은 비영리 단체들에 의해 집행되고 있기에 비영리 단체의 조사는 공적 자료로서 중요한 가치를 가짐
- 따라서 민간에 의해 수행되는 자료이지만, 비영리 단체에 대한 국내 유일의 미디어 활용조사임을 고려하여 기초 통계로서 자료의 포괄성 및 표본의 대표성에 신중을 기함

○ 이에 조사목적에 부합하는 다음과 같은 연구문제를 설정하여 비영리 단체의 미디어 활용 실태를 조사하고자 함

- 첫째, 비영리 단체의 미디어 현황을 조사함. 비영리 단체에서 활동 중인 미디어 인력, 홍보 관련 활동, 정보화 기기 활용 그리고 미디어 관련 비용 지출을 조사함
- 둘째, 비영리 단체의 인터넷 서비스 이용 실태를 조사함. 비영리 단체의 미디어 관련 인력과 상근자 규모를 중심으로 인터넷 접속, 인터넷 서비스의 활용 형태, 인터넷을 이용한 활동 내역, 자체 홈페이지 이외의 인터넷 활용 내역을 조사함. 실태 조사에서 미디어 관련 인력은 비영리 단체의 미디어 활동성을 대표하는 것이며, 상근자 규모는 비영리 단체의 규모와 활동성을 간접적으로 보여주는 지표로 활용함.
- 셋째, 비영리 단체의 미디어 지원 현황을 조사함. 비영리 단체의 미디어 운영 능력에 대한 평가, 인터넷 활용을 증진시키기 위한 지원 그리고 다음세대재단에 대한 인지도를 조사함.

2. 조사방법

■ 조사대상

○ 비영리 단체에 대한 기존의 구분

- 비영리 단체는 시민단체, 비영리 민간단체, 민간단체 등 다양한 표현들이 사용되고 있고 그 개념들 간에도 차이가 존재함(최창수, 김태영, 2005)
- 비영리 단체는 나라마다 문화적, 사회적, 그리고 법적인 배경이 다르기 때문에 각 나라마다 특수한 형태의 비영리 단체를 가질 수 있어 모든 나라에서 동일한 형태로 존재하지 않음. 또한 동일한 명칭의 경우에도 법과 제도에서 나라마다 다르게 규정할 수 있기 때문에 일부 나라마다 그 기준이 다를 수 있음(박원순, 2004)
- 한국의 비영리 단체는 활동별 영역을 중심으로 아홉 가지 분야(시민단체, 사회서비스분야, 문화 및 예술분야, 교육, 종교, 보건, 자선활동, 연고단체, 산업 및 전문가단체)로 구분될 수 있음(박태규, 2002)
- 비영리 단체는 운영주체에 따라 관료조직에 의하여 움직이는 병원과 학교와 같은 기관이 있는가 하면, 보다 수평적이고 민주적으로 운영되는 시민단체, 직능단체, 친목 단체 등으로 구분됨(박상필, 2000)
- 단체의 공익적 기능수행의 정도에 따라서는 다음과 같은 3가지로 구분가능(박상필, 2000)
 - 시민단체 : 재정을 회원의 회비에 많이 의존하고 공익성이 강함
 - 직능단체 및 친목단체 : 회원자격에 배타성을 가지고 회원의 집단이익을 추

구하기 때문에 공익성이 약함

- 병원, 학교, 복지기관, 예술·문화단체 : 시민단체와 직능단체의 중간적 성격을 지닌 단체로서 재정을 서비스요금에 크게 의존함

○ 비영리 단체에 대한 조작적 정의

- 본 조사에서 정의내린 비영리 단체는 중앙부처 및 16개 시도에 등록된 비영리 단체를 대상으로 함

■ 조사방법

○ 모집단 및 조사대상

- 모 집 단 : 전국의 16개 시,도 및 중앙부처에 등록된 6,916개 비영리 단체
- 조사대상 : 모집단 중 비례할당 및 체계적 추출법에 의해 선정된 2,000개 비영리 단체

<표2> 표본틀

	비영리단체 수				비율 (%)
	전체	법인수	비법인수	구분불가	
중앙부처	812	450	7	355	12.8
서울	814	134	0	680	12.9
부산	361	0	0	361	5.7
대구	229	0	0	229	3.6
인천	326	56	0	270	5.2
광주	232	77	0	155	3.7
대전	200	6	0	194	3.2
울산	187	0	0	187	3.0
경기	981	0	0	981	15.5
강원	150	15	135	0	2.4
충북	205	43	0	162	3.2
충남	224	28	0	196	3.5
전북	485	89	0	396	7.7
전남	281	33	0	248	4.4
경북	340	38	0	302	5.4
경남	319	50	0	269	5.0
제주	184	34	0	150	2.9
전체	6,330	1,053	142	5,135	100.0

○ 표본추출방법

- 비례할당(Proportionate Quota Sampling) : 16개 시도별 등록 비영리 단체 수에 따라 각 시도별 조사대상 비영리 단체 수를 비례할당
- 체계적 추출법(Systematic Sampling) : 16개 시도별 비영리 단체 수의 비율에 따라 할당된 표본 수에 대해 각 지역별 모집단 LIST를 토대로 등간격으로 건너뛰면서 조사대상 단체를 추출

○ 자료수집방법

- 구조화된 질문지를 활용한 온라인 조사

■ 조사 진행절차

○ 조사대상 비영리 단체의 표집

- 조사 대상기관을 추출함. 각 지역별로 할당된 조사대상 표본 수에 대해 지역별 모집단 LIST를 대상으로 등간격으로 건너뛰면서 체계적으로 추출.
- 각 지역별 LIST의 순서는 등록번호를 기준으로 정렬. 예를 들어 서울의 경우 912개 비영리 단체 중 264개를 표집 해야 하므로 다음의 공식($912 \div 264 = 3.454545 \approx 3$)에 따라 3개 기관씩 건너뛰면서 조사대상 기관 선정
- 등간격으로 건너뛰면서 전체 리스트를 대상으로 표집했음에도 불구하고 목표 표본을 확보하지 못한 경우, 최초 표집 바로 다음 기관부터 반복적으로 접촉함
- 선정된 조사대상기관에 전화를 하여 조사 취지를 설명하고 기관 대표자 혹은 기관을 대표해서 조사에 참여할 수 있는 사람의 인적사항(이름, 직급, 연락처 등) 및 e-mail 확인
- 휴대폰 문자(SMS)를 통해 조사 실시 고지 및 참여 독려를 위해 휴대폰 번호를 확인하며, 응답자의 허락 시 SMS 발송

○ 질문지 개발

- CLIENT 및 연구진 협의를 통한 질문지 확정
- 확정된 질문지에 대해 e-mail 조사를 위한 프로그래밍 및 테스트 실시

○ 조사 진행

- 조사 참여를 안내하는 e-mail을 발송하며, 응답대상자가 mail skin의 [조사 참여하기] 버튼을 클릭하면 조사 진행

- e-mail 통한 질문지 발송 후 휴대폰 번호가 있는 조사대상자의 경우 SMS를 통해 조사 참여를 독려하며, 일반전화 보유자의 경우 독려전화 실시
- 독려전화, SMS 독려 실시 후 4일경과 시점에서 조사 미참여자를 대상으로 2차 e-mail 발송 및 조사 참여 독려 전화, SMS 발송 실시
- 2차 발송 및 독려전화, SMS 독려 실시 후 조사 참여 표본이 500명을 초과하지 못한 경우, 3차 e-mail 발송 및 조사 참여 독려 전화, SMS 발송 실시
- 최초 조사가 시작된 이후 3일 이후부터 일일보고를 통해 조사표본 수 점검 및 조사기간 협의
- 조사 진행 상황을 고려하여 조사 종료 시점을 협의 결정

○ 조사 결과 분석 및 제출

- 조사종료 후 조사DB서버로부터 조사결과를 반출하여 부실한 응답데이터를 제거하는 등 데이터 클리닝 실시
- 데이터 클리닝 후 유효표본이 500명에 미달하는 경우 협의를 통해 추가조사 여부 결정

<표3> 최종 표집현황

구분		개수	비율(%)	비고
중복제외한 전체 리스트		6,331		
추가 list (다음에서 보내온)		553		
총 조사대상 리스트 (모집단) (a)		6,884		
조사대상자 리스트확보 (전화 컨택) (b)		2282	33.1	b/a
조사 참여	접속후 무응답 (c)	664	29.1	c/b
	중복응답(중도탈락포함) (d)	120	5.3	d/b
	조사참여(유효) (e)	512	22.4	e/b
	계 (f)	1,296	56.8	f/b
최종 분석에 투입한 유효표본		417개		

○ 조사 대상의 분류

- 단체의 활동영역은 복지가 가장 많았고(11.1%), 자원봉사(10.8%), 교육(9.7%) 순으로 나타남

<표4> 단체의 활동영역(복수응답)

	사례수	백분율
복지	240	11.1%
자원봉사	232	10.8%
교육	209	9.7%
환경	182	8.4%
지역	180	8.3%
가족/청소년	179	8.3%
여성	121	5.6%
노인	103	4.8%
예술/문화	103	4.8%
학술/연구	90	4.2%
국제/다문화	84	3.9%
역사/문화	77	3.6%
도시문제	66	3.1%
정치	61	2.8%
노동/실업	51	2.4%
의식/정신(종교는 제외)	50	2.3%
보건/의료/식품	45	2.1%
교통/ 자동차	32	1.5%
법률	27	1.3%
스포츠	18	.8%
과학	6	.3%
계	2156	100.0%

제2장 비영리 단체의 미디어 일반 현황

1. 미디어 활동성

■ 미디어 전담인력과 자원봉사자

○ 비영리단체의 40.8%가 미디어 전담인력을 보유하고 있으며 평균 미디어 전담인력은 3.12명임

- 비영리 단체의 59.2%가 미디어 전담인력이 없는 것으로 조사되어 비영리 단체의 미디어 운영에 대한 열악한 인식과 환경이 드러남.
- 미디어 전담인력의 평균 인원은 광역도 등록, 정부지원의 존재, 상근자 규모 1~2명일 경우에 두드러짐.

<표5> 단체의 미디어일반현황-전담인력

	사례수	있다		없다		있는경우 평균	
		응답수	%	응답수	%		
전체	417	170	40.8	247	59.2	3.12	
등록처별	중앙부처	98	49	50.0	49	50.0	1.77
	대도시	89	33	37.1	56	62.9	1.64
	광역도	213	81	38.0	132	62.0	4.68
	등록처 없음	17	7	41.2	10	58.8	1.29
정부지원 여부별	지원	190	83	43.7	107	56.3	4.87
	미 지원	179	70	39.1	109	60.9	1.43
	무응답	48	17	35.4	31	64.6	1.44
상근자 규모별	없음	27	12	44.4	15	55.6	2.50
	1~2명	159	46	28.9	113	71.1	7.11
	3~5명	113	53	46.9	60	53.1	1.45
	6명 이상	70	42	60.0	28	40.0	1.67
	무응답	48	17	35.4	31	64.6	1.44

○ 중앙부처 등록 단체가 상대적으로 미디어 전담인력 비중 높아

- 중앙부처에 등록된 단체의 미디어 전담인력은 50.0%로 높은 반면, 나머지 대도시(37.1%), 광역도(28.0%), 등록처 없는 곳(41.2%)은 상대적으로 낮게 나타남. 이를 통해 중앙부처 등록단체의 규모가 더 크음을 확인

○ 정부지원을 받는 경우, 미디어 전담인력 비중이 높음

- 정부 지원을 받는 단체의 43.7%가 미디어 전담인력이 있는 반면, 정부 지원을

- 받지 않는 단체는 39.1%만이 미디어 전담인력이 있는 것으로 조사됨
- 정부 지원여부에 대해 응답하지 않은 단체의 35.4%가 미디어 전담인력이 있는 것으로 조사되어 가장 낮게 나타남

○ 상근자 규모에 따라 미디어 전담인력이 차이

- 상근자가 많을수록 미디어 전담인력이 있는 비중이 높음
- 상근자가 6명 이상인 단체의 60.0%가 미디어 전담 인력이 있는 것으로 조사된 반면, 상근자가 1~2명인 단체의 28.9%가 미디어 전담 인력이 있는 것으로 조사되어 큰 격차를 보임

○ 미디어 전담인력은 조직의 크기와 비례

- 이상의 결과는 미디어 전담인력의 여부가 재정 및 조직의 크기와 상관성이 있음을 보여줌
- 지방자치단체에 등록되어 있고 정부지원을 받지 않으며, 상근자 규모가 작은 단체일수록 미디어 전담인력이 없고 이와 관련된 활동도 낮을 것으로 추정됨

○ 미디어 봉사 인력이 있는 단체는 전체 29.0%에 불과

<표6> 단체의 미디어일반현황-봉사인력

	사례수	있다		없다		
		응답수	%	응답수	%	
전체	417	121	29.0	296	71.0	
등록처별	중앙부처	98	27	27.6	71	72.4
	대도시	89	23	25.8	66	74.2
	광역시도	213	65	30.5	148	69.5
	등록처 없음	17	6	35.3	11	64.7
설립연도별	1989년 이전	88	16	18.2	72	81.8
	1990 ~ 1999년	130	39	30.0	91	70.0
	2000 ~ 2004년	125	41	32.8	84	67.2
	2005 ~ 2008년	74	25	33.8	49	66.2
미디어관련 전담인력 여부별	있다	170	71	41.8	99	58.2
	없다	247	50	20.2	197	79.8
정부지원 여부별	지원	190	59	31.1	131	68.9
	미 지원	179	51	28.5	128	71.5
	무응답	48	11	22.9	37	77.1
상근자 규모별	없음	27	7	25.9	20	74.1
	1~2명	159	49	30.8	110	69.2
	3~5명	113	38	33.6	75	66.4
	6명 이상	70	16	22.9	54	77.1
	무응답	48	11	22.9	37	77.1

- 비영리 단체의 미디어 활동을 돕는 봉사인력이 있는 단체는 매우 낮음

- 미디어 전담인력이 있는 단체의 41.8%가 미디어 자원봉사인력이 있는 것으로 조사된 반면, 미디어 전담인력이 없다고 응답한 단체의 경우는 20.2%만이 미디어 자원봉사인력이 있는 나타남
- 정부 지원을 받는 단체의 31.1%가 미디어 자원봉사인력이 있어서 그렇지 않은 단체의 22.9%보다 다소 높음

■ 비영리 단체의 홍보활동 유형

○ 비영리 단체의 홍보는 보도자료, 정기간행물 발간 등 전통적 방식의 홍보가 주를 이룸

<표7> 비영리 단체의 홍보활동 유형별 활용률

홍보활동 유형	사례수	있다		없다		있는 경우 연 횟수
		응답수	%	응답수	%	
정기간행물	368	235	63.9	133	36.1	5.74
정기 온라인뉴스레터	303	102	33.7	201	66.3	19.83
전체 이메일보내기	357	219	61.3	138	38.7	30.77
캠코더로 동영상 제작	318	136	42.8	182	57.2	5.02
신문/잡지광고 게재	329	127	38.6	202	61.4	7.38
보도자료 작성, 배포	367	263	71.7	104	28.3	15.95

- 전통적 홍보 수단의 활용이 보다 일반적이며, 멀티미디어 및 온라인 편집물(뉴스레터) 활용도는 떨어짐
- 보도자료의 작성 및 배포가 71.7%로 가장 높았으며, 정기간행물 발간 63.9%, 전체 이메일 보내기 61.3%, 캠코더로 동영상 제작 42.8%, 신문/잡지 광고게재 38.6%, 그리고 정기 온라인뉴스레터 33.7% 순서임
- 정기적인 온라인뉴스레터와 같은 온라인 방식의 소통보다는 인쇄 정기간행물에 대한 의존도가 높았고, 캠코더를 이용한 동영상 제작 비율 역시 높지 않음

2. 정보화 기기 활용

○ 대부분 비영리 단체는 기본적으로 컴퓨터 및 관련 기기를 보유하고 있음

- 비영리 단체의 95.9%가 데스크톱 컴퓨터를, 85.1%가 프린터를, 70.5%가 복합기를 보유하고 있음
- 반면, 노트북 컴퓨터와 스캐너의 보유율은 전체의 절반에 그침

<표8> 정보화기기 보유여부(%)

		데스크탑 컴퓨터	노트북	DMB 수신기	프린터	스캐너	복합기	DVD 플레이어
전체		95.0	57.8	6.5	85.1	50.4	70.5	23.5
전담 인력 여부	있다	94.1	63.5	8.8	91.8	64.7	78.2	33.5
	없다	95.5	53.8	4.9	80.6	40.5	65.2	16.6
봉사자 여부	있다	96.7	63.6	12.4	82.6	51.2	75.2	33.1
	없다	94.3	55.4	4.1	86.1	50.0	68.6	19.6
상근자 규모	없음	96.3	25.9	3.7	63.0	37.0	74.1	14.8
	1~2명	95.0	45.9	7.5	83.6	42.1	68.6	23.3
	3~5명	99.1	72.6	8.0	86.7	55.8	65.5	22.1
	6명 이상	92.9	84.3	4.3	97.1	68.6	75.7	32.9
	무응답	87.5	41.7	4.2	81.3	45.8	79.2	18.8

		디지털 TV	디지털 카메라	디지털 캠코더	화상카메라/ 웹카메라	빔 프로젝터	기타
전체		17.3	77.9	33.3	10.3	43.9	4.6
전담 인력 여부	있다	28.2	86.5	42.9	12.9	52.4	5.9
	없다	9.7	72.1	26.7	8.5	38.1	3.6
봉사자 여부	있다	19.8	84.3	40.5	16.5	47.9	6.6
	없다	16.2	75.3	30.4	7.8	42.2	3.7
상근자 규모	없음	11.1	66.7	22.2	7.4	29.6	0.0
	1~2명	11.9	72.3	25.8	9.4	34.0	4.4
	3~5명	18.6	85.0	39.8	8.0	49.6	7.1
	6명 이상	28.6	88.6	48.6	18.6	72.9	2.9
	무응답	18.8	70.8	27.1	8.3	29.2	4.2

○ 멀티미디어 저작도구 보유율 현저히 낮음

- 디지털카메라(77.3%)를 제외한 디지털캠코더(33.4%), 웹 카메라(9.4%), DMB(6.5%), 디지털 TV(17.3%), DVD 플레이어(23.5%) 등 최신 정보화기기의 보유율은 저조함.

○ 문서작성 소프트웨어 대부분 활용

- 대부분의 비영리 단체에서 한글과 같은 문서 작성 소프트웨어를 활용하고 있으며, 미디어 인력의 여부와 상관없이 유사한 이용률을 보이고 있음
- 상근자수가 많은 단체일수록 이용률이 높게 나타남. 상근자의 규모가 곧 비영리 단체의 규모를 보여주는 간접적 지표라는 점에서 대규모 비영리 단체가 문서작성과 관련된 소프트웨어의 활용이 두드러지는 것으로 풀이됨

<표9> 소프트웨어의 필요성-한글 등 문서작성 소프트웨어

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	1	0.2	4	1.0	23	5.7	69	17.2		305
전담 인력 여부	있다	164	1	0.6	0	0.0	8	4.9	30	18.3	125	76.2	92.38
	없다	238	0	0.0	4	1.7	15	6.3	39	16.4	180	75.6	91.49
봉사자 여부	있다	118	0	0.0	1	0.8	9	7.6	18	15.3	90	76.3	91.74
	없다	284	1	0.4	3	1.1	14	4.9	51	18.0	215	75.7	91.90
상근자 규모	없음	27	0	0.0	1	3.7	2	7.4	6	22.2	18	66.7	87.96
	1~2명	159	0	0.0	2	1.3	8	5.0	34	21.4	115	72.3	91.19
	3~5명	113	1	0.9	0	0.0	5	4.4	15	13.3	92	81.4	93.58
	6명 이상	70	0	0.0	0	0.0	3	4.3	7	10.0	60	85.7	95.36
	무응답	33	0	0.0	1	3.0	5	15.2	7	21.2	20	60.6	84.85

○ 계산 관련 소프트웨어의 활용도 높음

- 엑셀과 같은 계산 관련 소프트웨어 활용도도 매우 높아 전체 평균 84.54%가 이용하고 있음
- 문서작성 소프트웨어의 활용과 마찬가지로 상근자수가 많은 단체일수록 이용비중이 높음

<표10> 소프트웨어의 필요성-엑셀 등 계산 소프트웨어

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	7	1.7	13	3.2	41	10.2	98	24.4		243
전담 인력 여부	있다	164	2	1.2	3	1.8	14	8.5	43	26.2	102	62.2	86.59
	없다	238	5	2.1	10	4.2	27	11.3	55	23.1	141	59.2	83.30
자원 봉사자 여부	있다	118	1	0.8	2	1.7	14	11.9	30	25.4	71	60.2	85.59
	없다	284	6	2.1	11	3.9	27	9.5	68	23.9	172	60.6	84.24
상근자 규모	없음	27	1	3.7	2	7.4	3	11.1	11	40.7	10	37.0	75.00
	1~2명	159	4	2.5	6	3.8	22	13.8	42	26.4	85	53.5	81.13
	3~5명	113	1	0.9	2	1.8	6	5.3	24	21.2	80	70.8	89.82
	6명 이상	70	0	0.0	1	1.4	3	4.3	14	20.0	52	74.3	91.79
	무응답	33	1	3.0	2	6.1	7	21.2	7	21.2	16	48.5	76.52

○ 발표 자료용 소프트웨어 이용도 높은 비중

- 문서작성, 엑셀에 이어 파워포인트와 같은 발표 자료용 소프트웨어도 전체 평균 76.99%에 이르는 이용률을 보임
- 상근자수가 많을수록 이용률이 높게 나타남

<표11> 소프트웨어의 필요성-파워포인트 등 발표 자료용 소프트웨어

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	17	4.2	18	4.5	63	15.7	122	30.3		182
전담 인력 여부	있다	164	6	3.7	6	3.7	24	14.6	48	29.3	80	48.8	78.96
	없다	238	11	4.6	12	5.0	39	16.4	74	31.1	102	42.9	75.63
자원 봉사자 여부	있다	118	4	3.4	3	2.5	17	14.4	36	30.5	58	49.2	79.87
	없다	284	13	4.6	15	5.3	46	16.2	86	30.3	124	43.7	75.79
상근자 규모	없음	27	2	7.4	2	7.4	2	7.4	13	48.1	8	29.6	71.30
	1~2명	159	10	6.3	8	5.0	28	17.6	54	34.0	59	37.1	72.64
	3~5명	113	3	2.7	4	3.5	15	13.3	29	25.7	62	54.9	81.64
	6명 이상	70	0	0.0	1	1.4	10	14.3	19	27.1	40	57.1	85.00
	무응답	33	2	6.1	3	9.1	8	24.2	7	21.2	13	39.4	69.70

○ 동영상 편집 소프트웨어 활용도 절반 이상

- 문서작성과 엑셀에 비해 저조하지만, 동영상 편집 소프트웨어도 비교적 높은 이용률을 보여, 63.99%로 나타남
- 상근자수가 많은 단체, 미디어 관련 인력이나 봉사자가 있는 단체일수록 이용률이 높았음

<표12> 소프트웨어의 필요성-동영상 편집용 소프트웨어

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		②		③ 보통이다 (50)		④		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	32	8.0	38	9.5	95	23.6	147	36.6		90
전담 인력 여부	있다	164	10	6.1	12	7.3	35	21.3	67	40.9	40	24.4	67.53
	없다	238	22	9.2	26	10.9	60	25.2	80	33.6	50	21.0	61.55
자원 봉사자 여부	있다	118	4	3.4	10	8.5	30	25.4	46	39.0	28	23.7	67.80
	없다	284	28	9.9	28	9.9	65	22.9	101	35.6	62	21.8	62.41
상근자 규모	없음	27	3	11.1	4	14.8	8	29.6	8	29.6	4	14.8	55.56
	1~2명	159	17	10.7	14	8.8	45	28.3	50	31.4	33	20.8	60.69
	3~5명	113	5	4.4	10	8.8	19	16.8	51	45.1	28	24.8	69.25
	6명 이상	70	3	4.3	7	10.0	13	18.6	26	37.1	21	30.0	69.64
	무응답	33	4	12.1	3	9.1	10	30.3	12	36.4	4	12.1	56.82

<표13> 소프트웨어의 필요성-웹 제작 소프트웨어

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		②		③ 보통이다 (50)		④		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	48	11.9	82	20.4	107	26.6	100	24.9		65
전담 인력 여부	있다	164	15	9.1	31	18.9	43	26.2	45	27.4	30	18.3	56.71
	없다	238	33	13.9	51	21.4	64	26.9	55	23.1	35	14.7	50.84
자원 봉사자 여부	있다	118	8	6.8	25	21.2	30	25.4	34	28.8	21	17.8	57.42
	없다	284	40	14.1	57	20.1	77	27.1	66	23.2	44	15.5	51.50
상근자 규모	없음	27	6	22.2	8	29.6	9	33.3	3	11.1	1	3.7	36.11
	1~2명	159	22	13.8	36	22.6	46	28.9	35	22.0	20	12.6	49.21
	3~5명	113	10	8.8	19	16.8	24	21.2	38	33.6	22	19.5	59.51
	6명 이상	70	4	5.7	13	18.6	17	24.3	17	24.3	19	27.1	62.14
	무응답	33	6	18.2	6	18.2	11	33.3	7	21.2	3	9.1	46.21

○ 웹 제작 소프트웨어 이용률은 낮은 편

- 다른 소프트웨어에 비하여 웹 제작 소프트웨어는 활용도가 낮은 것으로 나타남
- 상근자수가 많을수록, 미디어 전담인력이나 봉사자가 있는 경우에 이용률이 높음

○ 그래픽 소프트웨어 활용도는 낮음

- 전체 평균 54.54%가 그래픽 소프트웨어를 이용하는 반면, 12.2%는 그래픽 소프트웨어를 전혀 사용하지 않음
- 단체 상근자수와 미디어 전담인력 및 봉사자 여부가 이용률을 높이고 있음

<표14> 소프트웨어의 필요성-그래픽 소프트웨어

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	49	12.2	71	17.7	110	27.4	102	25.4		70
전담 인력 여부	있다	164	12	7.3	26	15.9	44	26.8	48	29.3	34	20.7	60.06
	없다	238	37	15.5	45	18.9	66	27.7	54	22.7	36	15.1	50.74
자원 봉사자 여부	있다	118	10	8.5	20	16.9	31	26.3	38	32.2	19	16.1	57.63
	없다	284	39	13.7	51	18.0	79	27.8	64	22.5	51	18.0	53.26
상근자 규모	없음	27	4	14.8	9	33.3	8	29.6	4	14.8	2	7.4	41.67
	1~2명	159	24	15.1	31	19.5	50	31.4	35	22.0	19	11.9	49.06
	3~5명	113	12	10.6	15	13.3	26	23.0	35	31.0	25	22.1	60.18
	6명 이상	70	3	4.3	9	12.9	17	24.3	20	28.6	21	30.0	66.79
	무응답	33	6	18.2	7	21.2	9	27.3	8	24.2	3	9.1	46.21

3. 미디어 관련 비용 지출

○ 온라인 관련 지출보다 오프라인 미디어 관련 지출비율이 높음

- 신문 및 잡지 구독이 61.4%로 가장 높은 가운데 웹 관리가 38.6%, 서버임대가 30.0%, 정품 소프트웨어 사용이 12.2%로 나타남.

○ 대부분의 비영리 단체(94.5%)가 전화 및 인터넷을 사용

- 인터넷접속 형태는 유선이 대다수를 차지하고 있으며(73.1%+ 23.3%=96.4%), 유무선을 동시에 사용하는 경우는 23.3%, 무선만 이용하는 경우는 3.6%임

○ 서버 임대 및 웹스토리지 등 온라인 미디어 지출비용은 상대적으로 낮음

- 조사된 비영리 단체의 30.0%가 서버를 임대하여 사용하는 것으로 집계되었으며 웹스토리지 사용 비율은 12.5%에 불과함

○ 소프트웨어 이용률은 높으나 정품 소프트웨어 사용률은 저조함

- 전체 조사단체 중 12.2%만이 정품 소프트웨어를 사용하고 있는 것으로 나타남
- 미디어 관련 인력이 없는 경우가 정품 소프트웨어의 사용률이 높았으나, 전반적으로 모든 비영리 단체에서 낮게 나타남

<표15> 미디어 정보통신 사용여부(%)

		정품S/W 사용	전화 및 인터넷	서버 임대	웹 스토리지	웹관리 (호스팅)	인쇄 구독	TV /케이블	기타
전체		12.2	94.5	30.0	12.5	38.6	61.4	21.6	1.9
전담 인력 여부	있다	6.5	94.1	35.3	14.1	47.6	64.1	28.8	1.2
	없다	16.2	94.7	26.3	11.3	32.4	59.5	16.6	2.4
봉사자 여부	있다	5.8	94.2	35.5	16.5	49.6	63.6	24.8	3.3
	없다	14.9	94.6	27.7	10.8	34.1	60.5	20.3	1.4
상근 규모	없음	14.8	81.5	11.1	7.4	25.9	22.2	14.8	0.0
	1~2명	11.3	97.5	27.7	10.1	33.3	59.1	18.2	2.5
	3~5명	10.6	92.9	35.4	13.3	44.2	71.7	23.9	1.8
	6명 이상	10.0	95.7	35.7	18.6	52.9	71.4	25.7	0.0
	무응답	20.8	93.8	27.1	12.5	29.2	52.1	25.0	4.2

○ 월 평균 미디어 관련 지출은 전화 및 인터넷 접속료가 가장 많음

- 구매 이외에 추가비용이 발생하지 않는 정품 소프트웨어 관련 지출을 제외한 비영리 단체의 월 평균 미디어 관련 비용 지출을 살펴본 결과 전화 및 인터넷 접속료가 월 평균 15만 4,600원으로 가장 발생함.
- 미디어 관련 전담 혹은 자원봉사 인력이 존재할 경우 전화 및 인터넷 접속료, 서버임대료, 웹 관리 비용, TV 시청료가 많이 지출된 반면, 웹스토리지는 관련 인력이 없는 경우에 더 많은 비용이 지출됨.

<표16> 미디어/정보통신 월간 평균 이용료(만원)

		전화 및 인터넷 접속료	서버 임대	웹스토리지	웹관리	인쇄 구독	TV/ 케이블	기타
전체		15.46	2.68	1.06	3.12	6.61	0.95	0.04
전담 인력 여부	있다	18.15	3.41	0.88	4.72	5.94	1.71	0.02
	없다	13.61	2.18	1.17	2.01	7.08	0.43	0.05
봉사자 여부	있다	18.42	2.85	0.85	5.11	12.91	1.84	0.06
	없다	14.25	2.61	1.14	2.30	4.04	0.58	0.03

상근자 규모	없음	10.67	1.26	3.00	2.15	2.30	0.59	0.00
	1~2명	10.46	1.33	1.38	3.01	4.07	0.99	0.05
	3~5명	16.44	4.73	0.56	3.15	5.28	0.77	0.04
	6명 이상	27.34	2.51	0.70	4.07	4.86	0.71	0.00
	무응답	15.10	3.38	0.58	2.52	23.17	1.77	0.08

제3장 비영리 단체의 인터넷 서비스 이용 실태

1. 인터넷 접속

○ 대부분 초고속 인터넷 서비스를 활용하고 있고, 무선보다는 유선인터넷 이용을 더 많이 함.

- 미디어 관련 전담 혹은 자원봉사 인력이 존재할수록 무선인터넷 혹은 유무선 인터넷 사용이 그렇지 않은 경우에 비해 높음

<표17> 인터넷 접속형태

		사례수	유선사용		무선사용		유/무선 사용	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		417	301	72.2	16	3.8	100	24.0
전담인력 여부	있다	170	115	67.6	7	4.1	48	28.2
	없다	247	186	75.3	9	3.6	52	21.1
봉사자 여부	있다	121	84	69.4	6	5.0	31	25.6
	없다	296	217	73.3	10	3.4	69	23.3
상근자 규모	없음	27	20	74.1	2	7.4	5	18.5
	1~2명	159	113	71.1	6	3.8	40	25.2
	3~5명	113	85	75.2	4	3.5	24	21.2
	6명 이상	70	46	65.7	2	2.9	22	31.4
	무응답	48	37	77.1	2	4.2	9	18.8

○ 주로 초고속접속으로 인터넷 이용

- 초고속접속(ADSL, VDSL)의 비중이 가장 크고(40.0%), 종합정보통신망(ISDN)의 비중이 비교적 낮은 편(3.3%)

<표18> 인터넷 접속방법

		사례수	XDSL (ADSL, VDSL등)		케이블 모뎀 (CATV)		ISDN (종합정보통신망)	
			사례수	%	사례수	%	사례수	%
전체		417	207	40.0	75	14.5	17	3.3
전담인력 여부	있다	170	89	39.9	34	15.2	6	2.7
	없다	247	118	40.0	41	13.9	11	3.7
봉사자 여부	있다	121	68	42.2	26	16.1	4	2.5
	없다	296	139	38.9	49	13.7	13	3.6
상근자 규모	없음	27	6	17.1	8	22.9	0	0.0
	1~2명	159	72	37.1	29	14.9	5	2.6
	3~5명	113	65	45.8	22	15.5	6	4.2
	6명 이상	70	42	48.3	8	9.2	3	3.4
	무응답	48	22	36.7	8	13.3	3	5.0

		사례수	전화, 모뎀접속		피아 등		스윙/테이크 에어랜등	
			사례수	%	사례수	%	사례수	%
전체		417	73	14.1	25	4.8	64	12.4
전담인력 여부	있다	170	24	10.8	9	4.0	35	15.7
	없다	247	49	16.6	16	5.4	29	9.8
봉사자 여부	있다	121	17	10.6	9	5.6	21	13.0
	없다	296	56	15.7	16	4.5	43	12.0
상근자 규모	없음	27	9	25.7	1	2.9	3	8.6
	1~2명	159	32	16.5	9	4.6	28	14.4
	3~5명	113	14	9.9	7	4.9	14	9.9
	6명 이상	70	6	6.9	6	6.9	11	12.6
	무응답	48	12	20.0	2	3.3	8	13.3

		사례수	HSDPA		잘모름	
			사례수	%	사례수	%
전체		417	22	4.2	35	6.8
전담인력 여부	있다	170	11	4.9	15	6.7
	없다	247	11	3.7	20	6.8
봉사자 여부	있다	121	10	6.2	6	3.7
	없다	296	12	3.4	29	8.1
상근자 규모	없음	27	4	11.4	4	11.4
	1~2명	159	9	4.6	10	5.2
	3~5명	113	2	1.4	12	8.5
	6명 이상	70	6	6.9	5	5.7
	무응답	48	1	1.7	4	6.7

2. 인터넷 서비스 활용

■ 비영리 단체의 일반적 인터넷 활용

○ 대부분 비영리 단체는 온라인 보다 오프라인 활동 영역이 큼

- '오프라인의 비중이 높다'가 가장 많은 반면(71.1%), '온라인과 오프라인의 비중이 비슷하다' 비교적 적은 편(19.4%)
- 오프라인에 비해 온라인 비중이 더 높다는 단체는 불과 9.5%
- 상근자가 적은 단체일수록 온라인 비중이 더 높게 나타남

<표19> 블로그/미니홈피 온라인, 오프라인 활용정도

	사 례 수	온라인의 비중이 높다		오프라인의 비중이 높다		온라인과 오프라인의 비중이 비슷하다		계		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	402	38	9.5	286	71.1	78	19.4	402	100.0	
전담 인력 여부	있다	164	20	12.2	108	65.9	36	22.0	164	100.0
	없다	238	18	7.6	178	74.8	42	17.6	238	100.0
봉사자 여부	있다	118	12	10.2	80	67.8	26	22.0	118	100.0
	없다	284	26	9.2	206	72.5	52	18.3	284	100.0
상근자 규모	없음	27	3	11.1	17	63.0	7	25.9	27	100.0
	1~2명	159	19	11.9	114	71.7	26	16.4	159	100.0
	3~5명	113	8	7.1	81	71.7	24	21.2	113	100.0
	6명 이상	70	4	5.7	54	77.1	12	17.1	70	100.0
	무응답	33	4	12.1	20	60.6	9	27.3	33	100.0

○ 메일링 리스트 관리는 전반적으로 높지 않음

- 14.4%의 단체만 메일링 리스트 관리는 적극적으로 하고 있음
- 상근자가 많을수록 메일링 리스트 관리를 적극적으로 함

<표20> 인터넷 활동유형별 활용정도-회원대상 메일링 리스트 관리

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	91	22.6	84	20.9	75	18.7	94	23.4		58
전담 인력 여부	있다	164	35	21.3	26	15.9	27	16.5	49	29.9	27	16.5	51.07
	없다	238	56	23.5	58	24.4	48	20.2	45	18.9	31	13.0	43.38
봉사자 여부	있다	118	21	17.8	25	21.2	23	19.5	33	28.0	16	13.6	49.58
	없다	284	70	24.6	59	20.8	52	18.3	61	21.5	42	14.8	45.25
상근자 규모	없음	27	8	29.6	10	37.0	3	11.1	5	18.5	1	3.7	32.41
	1~2명	159	40	25.2	42	26.4	22	13.8	33	20.8	22	13.8	42.92
	3~5명	113	22	19.5	16	14.2	27	23.9	31	27.4	17	15.0	51.11
	6명 이상	70	13	18.6	9	12.9	18	25.7	16	22.9	14	20.0	53.21
	무응답	33	8	24.2	7	21.2	5	15.2	9	27.3	4	12.1	45.45

○ 주기적인 소식 게재 단체는 절반 이상

- 메일링 리스트 관리 보다는 소식의 주기적 전달을 하는 단체 비중은 더 높아 정보 전달에는 비교적 적극적인 것으로 나타남
- 미디어 관련 인력을 보유하고 있거나, 상근자 규모가 클수록 관련 비중이 높음

<표21> 인터넷 활동유형별 활용정도-주기적인 회보/소식 게재

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	58	14.4	65	16.2	89	22.1	106	26.4		84
전담 인력 여부	있다	164	10	6.1	24	14.6	33	20.1	48	29.3	49	29.9	65.55
	없다	238	48	20.2	41	17.2	56	23.5	58	24.4	35	14.7	49.05
봉사자 여부	있다	118	6	5.1	17	14.4	26	22.0	35	29.7	34	28.8	65.68
	없다	284	52	18.3	48	16.9	63	22.2	71	25.0	50	17.6	51.67
상근자 규모	없음	27	9	33.3	5	18.5	2	7.4	9	33.3	2	7.4	40.74
	1~2명	159	26	16.4	28	17.6	42	26.4	37	23.3	26	16.4	51.42
	3~5명	113	7	6.2	18	15.9	22	19.5	36	31.9	30	26.5	64.16
	6명 이상	70	9	12.9	7	10.0	16	22.9	18	25.7	20	28.6	61.79
	무응답	33	7	21.2	7	21.2	7	21.2	6	18.2	6	18.2	47.73

○ 동영상 정보 게재는 저조함

- 단체 가운데 27.5%가 동영상 정보를 게재하고 있었는데 이는 다른 일반 소식에 비해 매우 저조한 정도임
- 미디어 관련 인력이 있을 경우에 동영상 정보 게재가 높지만, 대체적으로 큰 차이는 없음

<표22> 인터넷 활동유형별 활용정도-동영상 제작 정보 정기적 게재

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	143	35.6	143	35.6	69	17.2	34	8.5		13
전담 인력 여부	있다	164	36	22.0	60	36.6	37	22.6	21	12.8	10	6.1	36.13
	없다	238	107	45.0	83	34.9	32	13.4	13	5.5	3	1.3	20.80
봉사자 여부	있다	118	27	22.9	53	44.9	19	16.1	13	11.0	6	5.1	32.63
	없다	284	116	40.8	90	31.7	50	17.6	21	7.4	7	2.5	24.74
상근자 규모	없음	27	13	48.1	5	18.5	5	18.5	3	11.1	1	3.7	25.93
	1~2명	159	60	37.7	56	35.2	25	15.7	15	9.4	3	1.9	25.63
	3~5명	113	35	31.0	48	42.5	17	15.0	8	7.1	5	4.4	27.88
	6명 이상	70	24	34.3	19	27.1	20	28.6	5	7.1	2	2.9	29.29
	무응답	33	11	33.3	15	45.5	2	6.1	3	9.1	2	6.1	27.27

○ 블로그에 정기적인 글 게재 비율은 낮은 편

- 블로그에 단체 소식을 정기적으로 활발히 올리는 단체는 불과 10%에 불과
- 미디어 관련 인력을 보유할 경우 게재 비율이 약간 높은 편임

<표23> 인터넷 활동유형별 활용정도-블로그 등 단체활동 소개글 주기적인 게재

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	103	25.6	107	26.6	95	23.6	57	14.2		40
전담 인력 여부	있다	164	31	18.9	37	22.6	42	25.6	33	20.1	21	12.8	46.34
	없다	238	72	30.3	70	29.4	53	22.3	24	10.1	19	8.0	34.03
봉사자 여부	있다	118	19	16.1	33	28.0	33	28.0	21	17.8	12	10.2	44.49
	없다	284	84	29.6	74	26.1	62	21.8	36	12.7	28	9.9	36.80
상근자 규모	없음	27	10	37.0	5	18.5	9	33.3	3	11.1	0	0.0	29.63
	1~2명	159	39	24.5	45	28.3	43	27.0	17	10.7	15	9.4	38.05
	3~5명	113	27	23.9	30	26.5	23	20.4	20	17.7	13	11.5	41.59
	6명 이상	70	20	28.6	15	21.4	14	20.0	13	18.6	8	11.4	40.71
	무응답	33	7	21.2	12	36.4	6	18.2	4	12.1	4	12.1	39.39

○ 인터넷의 질의/댓글 대응은 비교적 원활함

- 50% 정도의 단체가 인터넷 상의 단체 관련 댓글이나 질의에 활발히 응하는 것으로 집계됨
- 미디어 관련 인력을 보유할 경우 댓글이나 질의에 더욱 활발히 반응하고 있으나, 상근자 규모에 따라서는 큰 차이가 없음

<표24> 인터넷 활동유형별 활용정도-단체관련 인터넷 상의 질의/댓글 적극 대응

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	402	56	13.9	83	20.6	130	32.3	71	17.7		62
전담 인력 여부	있다	164	11	6.7	29	17.7	50	30.5	39	23.8	35	21.3	58.84
	없다	238	45	18.9	54	22.7	80	33.6	32	13.4	27	11.3	43.91
봉사자 여부	있다	118	3	2.5	25	21.2	38	32.2	26	22.0	26	22.0	59.96
	없다	284	53	18.7	58	20.4	92	32.4	45	15.8	36	12.7	45.86
상근자 규모	없음	27	8	29.6	3	11.1	6	22.2	5	18.5	5	18.5	46.30
	1~2명	159	27	17.0	38	23.9	50	31.4	24	15.1	20	12.6	45.60
	3~5명	113	8	7.1	27	23.9	38	33.6	21	18.6	19	16.8	53.54
	6명 이상	70	9	12.9	6	8.6	22	31.4	19	27.1	14	20.0	58.21
	무응답	33	4	12.1	9	27.3	14	42.4	2	6.1	4	12.1	44.70

○ 배너광고에는 비교적 소극적

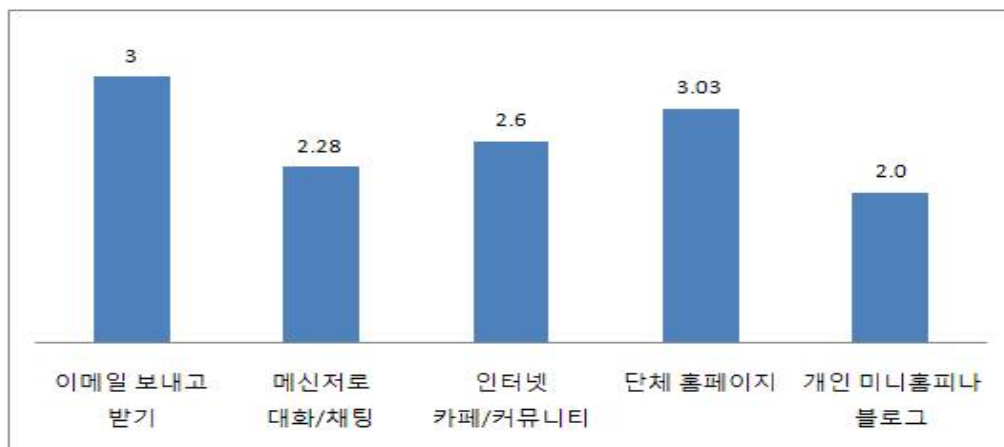
- 온라인 배너 광고를 단체가 게재하는 비중은 매우 낮아 29.79%만이 하고 있었고, 그 가운데 적극적으로 하는 단체는 5.7%에 불과
- 미디어 관련 인력의 보유보다는 상근자 규모에 따라 배너광고의 게재에 차이가 발생함

<표25> 인터넷 활동유형별 활용정도-단체활동 홍보 배너 광고 게재

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		②		③ 보통이다 (50)		④		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
													(25)
전체	402	157	39.1	102	25.4	75	18.7	45	11.2	23	5.7	29.79	
전담 인력 여부	있다	164	45	27.4	43	26.2	34	20.7	27	16.5	15	9.1	38.41
	없다	238	112	47.1	59	24.8	41	17.2	18	7.6	8	3.4	23.84
봉사자 여부	있다	118	33	28.0	34	28.8	28	23.7	17	14.4	6	5.1	34.96
	없다	284	124	43.7	68	23.9	47	16.5	28	9.9	17	6.0	27.64
상근자 규모	없음	27	14	51.9	6	22.2	3	11.1	4	14.8	0	0.0	22.22
	1~2명	159	84	52.8	39	24.5	24	15.1	11	6.9	1	0.6	19.50
	3~5명	113	29	25.7	32	28.3	27	23.9	15	13.3	10	8.8	37.83
	6명 이상	70	23	32.9	11	15.7	15	21.4	13	18.6	8	11.4	40.00
	무응답	33	7	21.2	14	42.4	6	18.2	2	6.1	4	12.1	36.36

○ 인터넷을 통한 의사소통은 주로 이메일과 홈페이지를 활용

<그림 1> 단체의 인터넷을 통한 회원 간 의사소통 평균(5점 척도)

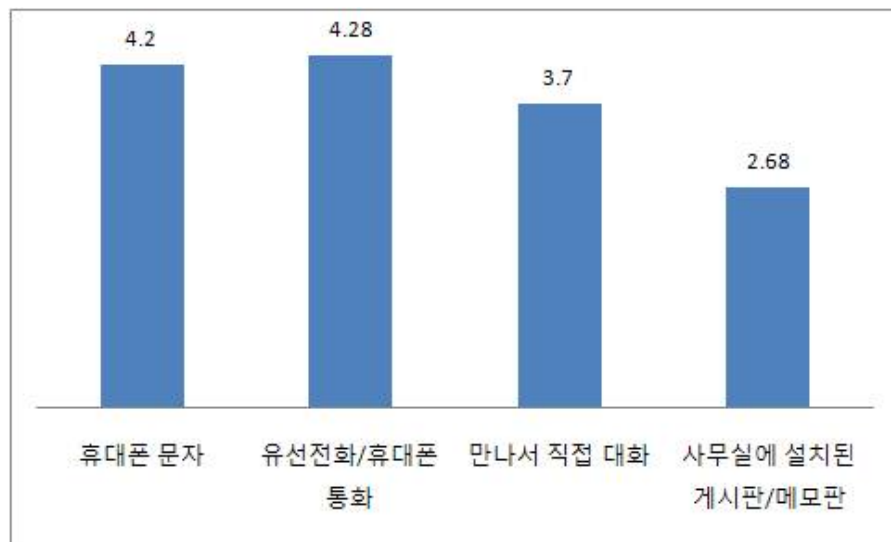


- 비영리 단체의 홈페이지나 이메일을 통한 의사소통은 비교적 활발히 발생함
- 메신저, 커뮤니티, 미니홈피/블로그의 이용률은 다소 낮게 나타남

○ 인터넷 보다는 다른 방법의 소통이 더 활발함

- 휴대폰 문자나 전화통화를 통한 의사소통 비중이 가장 높게 나타났고, 직접 만나서 대화하는 비중도 비교적 높았음

<그림 2> 단체의 직접대면, 전화, 메모를 통한 회원 간 의사소통 평균(5점 척도)



■ 비영리 단체의 인터넷 서비스별 활용

○ 대다수의 단체가 자체 홈페이지 보유

- 자체 홈페이지 보유율은 70.0%이고, 평균 1.31개를 보유
- 미디어 전담 인력이 있는 경우에 85.3%가 자체 홈페이지를 가지고 있어, 전담 인력이 있는 경우에 더 많이 보유하는 것으로 나타남
- 상근자수가 많을수록 자체 홈페이지를 많이 운영하고 있어 규모에 따라 홈페이지를 관리하는 것으로 풀이됨

<표26> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-자체홈페이지

		사례수	있음		없음		있는 경우 평균
			응답수	%	응답수	%	
전체		417	292	70.0	125	30.0	1.31
전담인력 여부	있다	170	145	85.3	25	14.7	1.52
	없다	247	147	59.5	100	40.5	1.10
봉사자 여부	있다	121	93	76.9	28	23.1	1.23
	없다	296	199	67.2	97	32.8	1.35
상근자 규모	없음	27	15	55.6	12	44.4	1.27
	1~2명	159	97	61.0	62	39.0	1.06
	3~5명	113	91	80.5	22	19.5	1.23
	6명 이상	70	62	88.6	8	11.4	1.89
	무응답	48	27	56.3	21	43.8	1.15

○ 인터넷 신문은 거의 발행하지 않음

- 대부분의 비영리 단체가 인터넷 신문을 갖고 있지 않으며(96.2%), 인터넷 신문을 운영하고 있는 경우(3.8%)에는 평균 1.44개를 보유함

○ 단체유형별 차이는 크지 않음

- 특정 단체 유형에 따라 인터넷 신문을 발행하지는 않고 대부분 소수의 단체만이 신문을 발행함.
- 가장 많이 발행하는 단체 유형은 법률 단체로 16.7%가 발행하고 있음(<표 >참고)

<표29> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-인터넷 신문 발행

		사례수	있음		없음		있는 경우 평균
			응답수	%	응답수	%	
전체		417	16	3.8	401	96.2	1.44
전담인력 여부	있다	170	11	6.5	159	93.5	1.64
	없다	247	5	2.0	242	98.0	1.00
봉사자 여부	있다	121	9	7.4	112	92.6	1.00
	없다	296	7	2.4	289	97.6	2.00
상근자 규모	없음	27	1	3.7	26	96.3	1.00
	1~2명	159	1	0.6	158	99.4	1.00
	3~5명	113	3	2.7	110	97.3	1.00
	6명 이상	70	8	11.4	62	88.6	1.88
	무응답	48	3	6.3	45	93.8	1.00

○ 인터넷 방송 보유율은 매우 낮음

- 대부분의 비영리 단체가 인터넷 방송을 갖고 있지 않으며(98.1%), 인터넷 방송을 운영하고 있는 경우(1.9%) 평균 1개를 가지고 있음

○ 단체유형별로도 대다수가 보유하지 않음

- 정치, 복지, 노동, 여성, 가족/청소년, 교육, 예술, 환경, 국제, 자원봉사 영역에 서만 한두 개씩 인터넷 방송을 하고 있음(<표 > 참고)

<표30> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-인터넷 방송 운영

		사례수	있음		없음		있는 경우 평균
			응답수	%	응답수	%	
전체		417	8	1.9	409	98.1	1.00
전담인력 여부	있다	170	5	2.9	165	97.1	1.00
	없다	247	3	1.2	244	98.8	1.00
봉사자 여부	있다	121	4	3.3	117	96.7	1.00
	없다	296	4	1.4	292	98.6	1.00
상근자 규모	없음	27	0	0.0	27	100.0	.
	1~2명	159	1	0.6	158	99.4	1.00
	3~5명	113	4	3.5	109	96.5	1.00
	6명 이상	70	1	1.4	69	98.6	1.00
	무응답	48	2	4.2	46	95.8	1.00

○ 인터넷 신문이나 방송에 비하여 인터넷 카페 보유율은 높음

- 인터넷 카페를 가지지 않는 비중(62.4%)이 가지는 경우보다(37.6%) 높았으며, 인터넷 카페를 운영하는 경우 평균 2.06개를 보유

○ 단체유형별로 보유율에 차이가 있음

- 과학(50%)과 가족/청소년(31.4%), 스포츠(36.4%) 등의 분야에서 비교적 카페 보유율이 높게 나타남(<표 > 참고)

<표31> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-인터넷카페 개설

		사례수	있음		없음		있는 경우 평균
			응답수	%	응답수	%	
전체		417	157	37.6	260	62.4	2.06
전담인력 여부	있다	170	70	41.2	100	58.8	2.29
	없다	247	87	35.2	160	64.8	1.87
봉사자 여부	있다	121	47	38.8	74	61.2	2.15
	없다	296	110	37.2	186	62.8	2.02
상근자 규모	없음	27	10	37.0	17	63.0	1.30
	1~2명	159	55	34.6	104	65.4	1.42
	3~5명	113	41	36.3	72	63.7	1.66
	6명 이상	70	36	51.4	34	48.6	3.89
	무응답	48	15	31.3	33	68.8	1.60

○ 블로그 이용률 낮음

- 단체 블로그는 대부분 가지지 않았으며(72.7%), 단체 블로그를 운영하고 있는 경우(27.3%)에는 평균 1.71개 보유

○ 단체유형별로 블로그 이용률 다르게 나타남

- 과학 분야(33.3%)의 블로그 이용이 가장 높은 반면, 법률(7%)과 스포츠(0%)의 블로그 이용도는 낮음(<표 > 참고)

<표32> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-단체 블로그 운영

		사례수	있음		없음		있는 경우 평균
			응답수	%	응답수	%	
전체		417	114	27.3	303	72.7	1.71
전담인력 여부	있다	170	52	30.6	118	69.4	2.33
	없다	247	62	25.1	185	74.9	1.19
봉사자 여부	있다	121	41	33.9	80	66.1	1.90
	없다	296	73	24.7	223	75.3	1.60
상근자 규모	없음	27	6	22.2	21	77.8	1.17
	1~2명	159	42	26.4	117	73.6	1.36
	3~5명	113	31	27.4	82	72.6	1.68
	6명 이상	70	26	37.1	44	62.9	1.92
	무응답	48	9	18.8	39	81.3	3.22

○ 인터넷 신문, 인터넷 방송과 마찬가지로 동영상 채널 보유율은 낮음

- 동영상 전문 자체채널은 대부분이 개설되지 않았고(97.1%), 개설된 경우(2.9%) 평균 1.08개 보유

<표33> 인터넷 서비스별 활용여부 및 횟수-동영상 전문 자체채널 개설

		사례수	있음		없음		있는 경우 평균
			응답수	%	응답수	%	
전체		417	12	2.9	405	97.1	1.08
전담인력 여부	있다	170	9	5.3	161	94.7	1.11
	없다	247	3	1.2	244	98.8	1.00
봉사자 여부	있다	121	5	4.1	116	95.9	1.20
	없다	296	7	2.4	289	97.6	1.00
상근자 규모	없음	27	0	0.0	27	100.0	.
	1~2명	159	2	1.3	157	98.7	1.50
	3~5명	113	4	3.5	109	96.5	1.00
	6명 이상	70	6	8.6	64	91.4	1.00
	무응답	48	0	0.0	48	100.0	.

○ 단체유형별로 동영상 채널 보유는 매우 제한적

- 정치(8%), 의식/정신(7.5%), 노동/실업(7.3%)의 보유율이 가장 높으나 전반적으로 매우 낮은 분포 (<표 > 참고)

<표34> 단체활동 영역별 인터넷 서비스 활용 비율

	인터넷 신문	보유율	인터넷 방송	보유율	카페	보유율	블로그	보유율	동영상 채널	보유율
정치	4	8.0	2	4.0	11	29.7	7	18.4	4	8.0
복지	11	5.4	2	1.0	46	27.2	37	19.7	4	2.0
노동/실업	3	7.3	2	4.9	7	20.0	7	18.9	3	7.3
여성	2	2.0	1	1.0	21	24.4	25	26.3	3	3.0
가족/청소년	5	3.4	1	0.7	37	31.4	31	23.1	2	1.4
노인	3	3.4	0	0.0	22	28.2	16	18.4	0	0.0
교육	8	4.7	3	1.7	34	24.5	29	18.5	6	3.5
도시문제	2	3.6	0	0.0	11	24.4	10	20.4	1	1.8
보건/의료/식품	2	5.3	0	0.0	6	21.4	6	17.1	2	5.3
법률	3	16.7	0	0.0	3	27.3	1	7.7	1	5.6
역사/문화	3	4.7	0	0.0	8	16.0	12	22.2	2	3.1
예술/문화	2	2.2	1	1.1	23	30.3	16	19.5	1	1.1
환경	6	4.0	3	2.0	27	21.3	23	16.4	2	1.3
지역	3	2.0	0	0.0	30	24.4	31	22.8	5	3.3
의식/정신(종교제외)	1	2.5	0	0.0	4	10.8	6	17.1	3	7.5
학술/연구	5	7.0	0	0.0	11	19.6	9	14.8	4	5.6
국제/다문화	4	5.9	2	2.9	13	25.5	15	26.3	2	2.9
교통/ 자동차	1	4.0	0	0.0	5	27.8	4	19.0	0	0.0
스포츠	0	0.0	0	0.0	4	36.4	0	0.0	0	0.0
과학	0	0.0	0	0.0	2	50.0	1	33.3	0	0.0
자원봉사	8	4.3	2	1.1	45	29.8	29	17.1	3	1.6

■ 비영리 단체의 도메인 및 서버 운용

○ 자체 도메인 보유 비중은 상대적으로 높음

- 자체도메인을 가지고 있는 경우(64.5%)가 없는 경우(35.5%)보다 높음
- 단체 상근자가 많을수록 미디어 지원 봉사자가 있는 경우 미디어 전담인력이 있는 경우에 자체도메인을 가지고 있는 비율이 높게 나타남

<표35> 자체도메인 보유 여부(세부별)

		사례수	있음		없음	
			응답수	%	응답수	%
전체		417	269	64.5	148	35.5
전담인력 여부	있다	170	133	78.2	37	21.8
	없다	247	136	55.1	111	44.9
봉사자 여부	있다	121	95	78.5	26	21.5
	없다	296	174	58.8	122	41.2
상근자 규모	없음	27	13	48.1	14	51.9
	1~2명	159	86	54.1	73	45.9
	3~5명	113	88	77.9	25	22.1
	6명 이상	70	59	84.3	11	15.7
	무응답	48	23	47.9	25	52.1

○ 도메인 보유 형태는 웹호스팅이 가장 일반적

- 자체도메인은 대부분은 웹호스팅을 보유하고 있었고(55.9%), 서버호스팅(8.5%)의 비중이 가장 낮음

○ 보유형태에 대한 인지도는 낮음

- 보유하고 있으나 서버 형태(자체서버/웹호스팅/서버호스팅)에 대해서 잘 모르는 경우가 23%로 나타나 서버에 대한 단체 대표 또는 담당자의 인지도는 상대적으로 낮음

<표36> 자체도메인 보유 여부(보유형태)

		사례수	자체웹서버		서버호스팅		웹 호스팅		모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	34	12.6	23	8.5	151	55.9	62	23.0
전담인력 여부	있다	133	19	14.3	14	10.5	74	55.6	26	19.5
	없다	137	15	10.9	9	6.6	77	56.2	36	26.3
봉사자 여부	있다	95	13	13.7	5	5.3	57	60.0	20	21.1
	없다	175	21	12.0	18	10.3	94	53.7	42	24.0
상근자 규모	없음	13	0	0.0	2	15.4	9	69.2	2	15.4
	1~2명	87	10	11.5	6	6.9	49	56.3	22	25.3
	3~5명	88	10	11.4	5	5.7	53	60.2	20	22.7
	6명 이상	59	10	16.9	7	11.9	29	49.2	13	22.0
	무응답	23	4	17.4	3	13.0	11	47.8	5	21.7

○ 윈도우 기반의 운영체계가 가장 많음

- 웹서버 운영체계는 대부분 윈도우였고(41.9%), 리눅스도 일정 정도 나타남 (13.7%). 그러나 조사 단체의 42.2%가 어떠한 것을 이용하는지 모르고 있어 운영체계에 대한 지식이 부족한 것으로 나타남

<표37> 웹서버 운영체계

		사례수	리눅스		윈도우 운영체계		기타		모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	37	13.7	113	41.9	6	2.2	114	42.2
전담인력 여부	있다	133	20	15.0	59	44.4	4	3.0	50	37.6
	없다	137	17	12.4	54	39.4	2	1.5	64	46.7
봉사자 여부	있다	95	16	16.8	35	36.8	3	3.2	41	43.2
	없다	175	21	12.0	78	44.6	3	1.7	73	41.7
상근자 규모	없음	13	2	15.4	4	30.8	0	0.0	7	53.8
	1~2명	87	13	14.9	35	40.2	2	2.3	37	42.5
	3~5명	88	13	14.8	33	37.5	3	3.4	39	44.3
	6명 이상	59	7	11.9	30	50.8	1	1.7	21	35.6
	무응답	23	2	8.7	11	47.8	0	0.0	10	43.5

○ 별도의 미디어 서버 운영은 저조

- 미디어 서버는 대부분 별도로 운영하지 않음(92.6%)
- 미디어 전담인력이 있는 경우와 미디어 관련 자원봉사자가 있는 경우에 다소 높게 나타남

<표38> 미디어 서버 별도 운영여부

		사례수	예		아니오	
			응답수	%	응답수	%
전체		270	20	7.4	250	92.6
전담인력 여부	있다	133	13	9.8	120	90.2
	없다	137	7	5.1	130	94.9
봉사자 여부	있다	95	8	8.4	87	91.6
	없다	175	12	6.9	163	93.1
상근자 규모	없음	13	1	7.7	12	92.3
	1~2명	87	3	3.4	84	96.6
	3~5명	88	7	8.0	81	92.0
	6명 이상	59	6	10.2	53	89.8
	무응답	23	3	13.0	20	87.0

■ 비영리 단체의 인터넷 부가서비스 제공

○ 회원커뮤니티 제공은 절반을 넘지 않음

- 회원커뮤니티 서비스는 52.2%가 제공하지 않음
- 미디어 전담인력이 있는 경우 다소 높게 나타나지만, 대부분의 단체가 비슷한 상황임

<표39> 홈페이지 기능별 제공 여부-회원커뮤니티 서비스(카페, 클럽 등)

	사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	117	43.3	141	52.2	12	4.4	
전담인력 여부	있다	133	64	48.1	64	48.1	5	3.8
	없다	137	53	38.7	77	56.2	7	5.1
봉사자 여부	있다	95	39	41.1	52	54.7	4	4.2
	없다	175	78	44.6	89	50.9	8	4.6
상근자 규모	없음	13	6	46.2	6	46.2	1	7.7
	1~2명	87	39	44.8	45	51.7	3	3.4
	3~5명	88	34	38.6	53	60.2	1	1.1
	6명 이상	59	29	49.2	26	44.1	4	6.8
	무응답	23	9	39.1	11	47.8	3	13.0

○ 설치형 블로그의 활용도는 낮음

- 설치형 블로그는 비영리 단체의 77.8%가 제공하지 않음
- 응답 단체의 11.5%가 설치형 블로그를 모른다고 응답하여 이에 대한 인지도가 낮음
- 미디어 전담인력과 자원 봉사자가 있는 경우에 설치형 블로그 이용률이 높음
- 상근자수가 많을수록 설치형 블로그 이용률이 높고, 그것이 무엇인지 모른다는 응답도 더 적음

<표40> 홈페이지 기능별 제공 여부-설치형 블로그

		사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	29	10.7	210	77.8	31	11.5
전담인력 여부	있다	133	20	15.0	96	72.2	17	12.8
	없다	137	9	6.6	114	83.2	14	10.2
봉사자 여부	있다	95	12	12.6	71	74.7	12	12.6
	없다	175	17	9.7	139	79.4	19	10.9
상근자 규모	없음	13	0	0.0	10	76.9	3	23.1
	1~2명	87	4	4.6	68	78.2	15	17.2
	3~5명	88	12	13.6	72	81.8	4	4.5
	6명 이상	59	10	16.9	45	76.3	4	6.8
	무응답	23	3	13.0	15	65.2	5	21.7

○ 게시판 댓글 기능은 일반적임

- 거의 대부분(90%)의 단체가 게시판의 댓글 달기 기능 제공

<표41> 홈페이지 기능별 제공 여부-댓글 달기 기능

		사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	243	90.0	16	5.9	11	4.1
전담인력 여부	있다	133	114	85.7	11	8.3	8	6.0
	없다	137	129	94.2	5	3.6	3	2.2
봉사자 여부	있다	95	85	89.5	4	4.2	6	6.3
	없다	175	158	90.3	12	6.9	5	2.9
상근자 규모	없음	13	13	100.0	0	0.0	0	0.0
	1~2명	87	76	87.4	5	5.7	6	6.9
	3~5명	88	82	93.2	4	4.5	2	2.3
	6명 이상	59	52	88.1	6	10.2	1	1.7
	무응답	23	20	87.0	1	4.3	2	8.7

○ RSS 인지도 낮음

- RSS기능(이용자 선택정보 발송)은 57.8%가 제공하지 않고 있고, 17.8%가 제공하고 있으며, 24.4%는 RSS가 무엇인지 모른다고 응답
- 미디어 관련 전담인력이 있는 경우와 미디어 관련 자원봉사자가 있는 경우에 더 많이 활용하는 것으로 나타남

<표42> 홈페이지 기능별 제공 여부-RSS 기능

		사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	48	17.8	156	57.8	66	24.4
전담인력 여부	있다	133	27	20.3	77	57.9	29	21.8
	없다	137	21	15.3	79	57.7	37	27.0
봉사자 여부	있다	95	20	21.1	49	51.6	26	27.4
	없다	175	28	16.0	107	61.1	40	22.9
상근자 규모	없음	13	1	7.7	10	76.9	2	15.4
	1~2명	87	13	14.9	48	55.2	26	29.9
	3~5명	88	18	20.5	52	59.1	18	20.5
	6명 이상	59	11	18.6	36	61.0	12	20.3
	무응답	23	5	21.7	10	43.5	8	34.8

○ 트랙백 기능은 일부 단체만 제공

- 트랙백 기능은 55.6%가 제공하지 않고 있고, 25.2%가 제공함
- RSS와 마찬가지로 응답단체의 19.3%가 무엇인지 모른다고 응답함
- 미디어 관련 전담인력이 있는 경우와 미디어 관련 자원봉사자가 있는 경우에 다소 많이 활용하는 것으로 나타남

<표43> 홈페이지 기능별 제공 여부-트랙백 기능

		사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	68	25.2	150	55.6	52	19.3
전담인력 여부	있다	133	37	27.8	74	55.6	22	16.5
	없다	137	31	22.6	76	55.5	30	21.9
봉사자 여부	있다	95	27	28.4	48	50.5	20	21.1
	없다	175	41	23.4	102	58.3	32	18.3
상근자 규모	없음	13	3	23.1	8	61.5	2	15.4
	1~2명	87	21	24.1	46	52.9	20	23.0
	3~5명	88	27	30.7	48	54.5	13	14.8
	6명 이상	59	14	23.7	36	61.0	9	15.3
	무응답	23	3	13.0	12	52.2	8	34.8

○ 동영상 서비스 제공 비율은 절반 넘지 않음

- 동영상 서비스는 51.5%가 제공하지 않고 있고, 41.9%가 제공하고 있다고 나타남
- 상근인력이 많을수록, 미디어 전담인력이나 미디어 자원봉사자가 있는 경우에

더 많이 제공하는 것으로 나타남

<표44> 홈페이지 기능별 제공 여부-동영상 서비스

		사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	113	41.9	139	51.5	18	6.7
전담인력 여부	있다	133	66	49.6	60	45.1	7	5.3
	없다	137	47	34.3	79	57.7	11	8.0
봉사자 여부	있다	95	51	53.7	38	40.0	6	6.3
	없다	175	62	35.4	101	57.7	12	6.9
상근자 규모	없음	13	5	38.5	7	53.8	1	7.7
	1~2명	87	31	35.6	47	54.0	9	10.3
	3~5명	88	33	37.5	51	58.0	4	4.5
	6명 이상	59	33	55.9	23	39.0	3	5.1
	무응답	23	11	47.8	11	47.8	1	4.3

○ 시각 장애인 서비스의 제공율은 매우 낮음

- 시각 장애인을 위한 음성 서비스는 88.5%가 제공하지 않고 있어, 장애인에 대한 배려를 홈페이지 기능에는 반영하지 못하는 것으로 나타남

<표45> 홈페이지 기능별 제공 여부-시각 장애인을 위한 음성 서비스

		사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	6	2.2	239	88.5	25	9.3
전담인력 여부	있다	133	3	2.3	121	91.0	9	6.8
	없다	137	3	2.2	118	86.1	16	11.7
봉사자 여부	있다	95	1	1.1	86	90.5	8	8.4
	없다	175	5	2.9	153	87.4	17	9.7
상근자 규모	없음	13	0	0.0	11	84.6	2	15.4
	1~2명	87	2	2.3	77	88.5	8	9.2
	3~5명	88	0	0.0	82	93.2	6	6.8
	6명 이상	59	2	3.4	52	88.1	5	8.5
	무응답	23	2	8.7	17	73.9	4	17.4

○ 대부분 단체는 홈페이지에 회원 게시판 개설

- 회원게시판은 88.9%가 제공하고 있고, 9.3%가 제공하지 않음
- 단체의 속성이나 유형별 차이는 나타나지 않음

<표46> 홈페이지 기능별 제공 여부-회원 게시판

	사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	240	88.9	25	9.3	5	1.9	
전담인력 여부	있다	133	118	88.7	12	9.0	3	2.3
	없다	137	122	89.1	13	9.5	2	1.5
봉사자 여부	있다	95	85	89.5	8	8.4	2	2.1
	없다	175	155	88.6	17	9.7	3	1.7
상근자 규모	없음	13	12	92.3	0	0.0	1	7.7
	1~2명	87	77	88.5	9	10.3	1	1.1
	3~5명	88	80	90.9	7	8.0	1	1.1
	6명 이상	59	51	86.4	7	11.9	1	1.7
	무응답	23	20	87.0	2	8.7	1	4.3

○ Q&A/질의응답 메뉴의 제공율은 높게 나타남

- Q&A/질의응답 메뉴는 65.9%가 제공하고 있음
- 미디어 관련 전담 인력이 있는 경우에 다소 제공율이 높음

<표47> 홈페이지 기능별 제공 여부-Q&A/질의응답 메뉴

	사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	178	65.9	77	28.5	15	5.6	
전담인력 여부	있다	133	91	68.4	37	27.8	5	3.8
	없다	137	87	63.5	40	29.2	10	7.3
봉사자 여부	있다	95	61	64.2	29	30.5	5	5.3
	없다	175	117	66.9	48	27.4	10	5.7
상근자 규모	없음	13	10	76.9	2	15.4	1	7.7
	1~2명	87	51	58.6	28	32.2	8	9.2
	3~5명	88	58	65.9	29	33.0	1	1.1
	6명 이상	59	43	72.9	12	20.3	4	6.8
	무응답	23	16	69.6	6	26.1	1	4.3

○ 자료 제공에는 적극적

- 보고서등 자료제공은 85.2%가 제공하여 비교적 자료 공유 의지는 강한 것으로 나타남
- 단체에 상근자수가 많을수록 다소 제공율이 높게 나타났으나 큰 차이를 보이지는 않음

<표48> 홈페이지 기능별 제공 여부-보고서 등 자료제공

	사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	230	85.2	30	11.1	10	3.7	
전담인력 여부	있다	133	114	85.7	14	10.5	5	3.8
	없다	137	116	84.7	16	11.7	5	3.6
봉사자 여부	있다	95	78	82.1	13	13.7	4	4.2
	없다	175	152	86.9	17	9.7	6	3.4
상근자 규모	없음	13	10	76.9	2	15.4	1	7.7
	1~2명	87	74	85.1	10	11.5	3	3.4
	3~5명	88	75	85.2	11	12.5	2	2.3
	6명 이상	59	51	86.4	6	10.2	2	3.4
	무응답	23	20	87.0	1	4.3	2	8.7

○ 홈페이지 외국어 서비스 제공율은 낮음

- 외국어 서비스는 87.4%가 제공하지 않고 있어 홈페이지를 통한 국제화의 노력은 비교적 저조한 것으로 나타남
- 비영리 단체의 특성에 따른 차이는 나타나지 않음

<표49> 홈페이지 기능별 제공 여부-외국어 서비스

	사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	17	6.3	236	87.4	17	6.3	
전담인력 여부	있다	133	10	7.5	114	85.7	9	6.8
	없다	137	7	5.1	122	89.1	8	5.8
봉사자 여부	있다	95	4	4.2	81	85.3	10	10.5
	없다	175	13	7.4	155	88.6	7	4.0
상근자 규모	없음	13	0	0.0	12	92.3	1	7.7
	1~2명	87	7	8.0	74	85.1	6	6.9
	3~5명	88	2	2.3	83	94.3	3	3.4
	6명 이상	59	5	8.5	52	88.1	2	3.4
	무응답	23	3	13.0	15	65.2	5	21.7

○ 자료 보관을 위한 웹스토리지 제공은 35.9%

- 사진/동영상 등 자료보관 웹스토리지/웹하드는 55.6%가 제공하지 않고 있고, 35.9%가 제공하고 있었으나 8.5%는 무엇인지 모른다고 응답
- 미디어 관련 전담인력이 있는 경우와 미디어 관련 자원봉사자가 있는 경우에 다소 많이 활용하는 것으로 나타남

<표50> 홈페이지 기능별 제공 여부-사진/동영상 등 자료보관 웹스토리지/웹하드

		사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	97	35.9	150	55.6	23	8.5
전담인력 여부	있다	133	54	40.6	70	52.6	9	6.8
	없다	137	43	31.4	80	58.4	14	10.2
봉사자 여부	있다	95	36	37.9	50	52.6	9	9.5
	없다	175	61	34.9	100	57.1	14	8.0
상근자 규모	없음	13	6	46.2	6	46.2	1	7.7
	1~2명	87	33	37.9	43	49.4	11	12.6
	3~5명	88	27	30.7	55	62.5	6	6.8
	6명 이상	59	24	40.7	33	55.9	2	3.4
	무응답	23	7	30.4	13	56.5	3	13.0

○ 인트라넷 활용도는 높지 않음

- 57.4%가 제공하지 않고 있고, 17.4%가 제공하고 있고, 25.2%는 무엇인지 모른다고 응답하여 인지도는 낮게 나타남
- 미디어 관련 전담인력이 있는 경우와 미디어 관련 자원봉사자가 있는 경우에 다소 많이 제공하고 있음

<표51> 홈페이지 기능별 제공 여부-인트라넷

		사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	47	17.4	155	57.4	68	25.2
전담인력 여부	있다	133	27	20.3	70	52.6	36	27.1
	없다	137	20	14.6	85	62.0	32	23.4
봉사자 여부	있다	95	18	18.9	56	58.9	21	22.1
	없다	175	29	16.6	99	56.6	47	26.9
상근자 규모	없음	13	3	23.1	7	53.8	3	23.1
	1~2명	87	11	12.6	51	58.6	25	28.7
	3~5명	88	12	13.6	53	60.2	23	26.1
	6명 이상	59	19	32.2	29	49.2	11	18.6
	무응답	23	2	8.7	15	65.2	6	26.1

○ 업무 중 메신저 활용도 낮음

- 메신저 서비스는 74.4%가 제공하지 않고 있고, 14.1%가 제공하고 있음
- 미디어 관련 전담인력이 있는 경우와 미디어 관련 자원봉사자가 있는 경우, 그리고 시설을 보유하는 경우에 더 많이 제공하고 있음
- 상근자 수가 많을수록 활용도는 높은 것으로 나타남

<표52> 홈페이지 기능별 제공 여부-업무 중 메신저 서비스

		사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	38	14.1	201	74.4	31	11.5
전담인력 여부	있다	133	23	17.3	92	69.2	18	13.5
	없다	137	15	10.9	109	79.6	13	9.5
봉사자 여부	있다	95	14	14.7	70	73.7	11	11.6
	없다	175	24	13.7	131	74.9	20	11.4
상근자 규모	없음	13	0	0.0	12	92.3	1	7.7
	1~2명	87	9	10.3	66	75.9	12	13.8
	3~5명	88	12	13.6	69	78.4	7	8.0
	6명 이상	59	15	25.4	39	66.1	5	8.5
	무응답	23	2	8.7	15	65.2	6	26.1

○ 웹메일 서비스 제공 비율 낮음

- 웹메일 서비스는 51.9%가 제공하지 않고 있고, 37.0%가 제공하고 있음
- 미디어 전담인력이 있는 단체일수록 웹메일 제공을 더 많이 하고 있음

<표53> 홈페이지 기능별 제공 여부-웹메일 서비스

		사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	100	37.0	140	51.9	30	11.1
전담인력 여부	있다	133	60	45.1	56	42.1	17	12.8
	없다	137	40	29.2	84	61.3	13	9.5
봉사자 여부	있다	95	34	35.8	49	51.6	12	12.6
	없다	175	66	37.7	91	52.0	18	10.3
상근자 규모	없음	13	3	23.1	9	69.2	1	7.7
	1~2명	87	21	24.1	55	63.2	11	12.6
	3~5명	88	40	45.5	40	45.5	8	9.1
	6명 이상	59	29	49.2	24	40.7	6	10.2
	무응답	23	7	30.4	12	52.2	4	17.4

○ 소수의 단체만 온라인 폴 활용

- 온라인 폴(투표)은 73.3%가 제공하지 않고 있고, 15.9%가 제공
- 미디어 전담 인력이 있는 경우에 다소 제공율이 높음

<표54> 홈페이지 기능별 제공 여부-온라인 폴(투표)

	사례수	제공한다		제공하지 않는다		무엇인지 모르겠다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	43	15.9	198	73.3	29	10.7	
전담인력 여부	있다	133	24	18.0	92	69.2	17	12.8
	없다	137	19	13.9	106	77.4	12	8.8
봉사자 여부	있다	95	15	15.8	71	74.7	9	9.5
	없다	175	28	16.0	127	72.6	20	11.4
상근자 규모	없음	13	4	30.8	8	61.5	1	7.7
	1~2명	87	11	12.6	66	75.9	10	11.5
	3~5명	88	11	12.5	72	81.8	5	5.7
	6명 이상	59	15	25.4	37	62.7	7	11.9
	무응답	23	2	8.7	15	65.2	6	26.1

- 자체 홈페이지 보유율은 높으나 홈페이지 상에서 온라인뉴스, 동영상, 방송 서비스 제공은 거의 하지 않고, 카페나 블로그를 많이 활용함. 상근자 수, 미디어 전담인력, 미디어 관련 자원봉사자가 있는 경우에 대부분의 서비스 제공비율이 높게 나타나 인력이 있는 경우에 관련 서비스가 비교적 활성화되고 있음을 확인함
- 자체 도메인은 상당히 보유하고 있으나 자체서버인지, 웹호스팅인지, 서버호스팅인지 등 보유형태에 대한 인지도와 운영체계에 대한 인지도는 낮음. 또한 미디어 서버를 둔 경우는 거의 없어 기본적인 홈페이지 기능에만 주력하고 있음
- 홈페이지 서비스 중 회원게시판, 질의응답, 댓글 달기와 같은 기본적인 기능은 대부분 제공하고 있으나 새로운 형태의 서비스인 RSS, 트랙백, 설치형 블로그와 이용자의 편의를 고려한 서비스인 회원커뮤니티, 외국어서비스, 시각장애인서비스, 온라인 폴, 효율적인 커뮤니케이션을 위한 인트라넷, 메신저 등의 서비스 제공은 매우 저조함. 특히 새로운 형태의 서비스에 대한 인지도는 매우 낮아 전반적으로 비영리 단체들의 홈페이지에 대한 중요도 인식은 낮은 것으로 나타남

3. 인터넷을 통한 활동

■ 비영리 단체의 홈페이지를 통한 활동

○ 홈페이지를 통한 소식 전달은 활발함

- 홈페이지를 통한 단체소식 전달을 매우 많이 활용한다는 비중은 52.2%, 전혀 활용하지 않는다는 1.5%로 대부분 단체가 홈페이지를 통한 소식 전달에 적극적으로 나서고 있음
- 5점 척도를 백분율로 전환하여 평균을 계산한 결과 81.48%의 활용도를 보였으며, 미디어 전담인력이나 자원봉사자를 둔 단체일수록 활용도가 높게 나타남

<표55> 단체활동 별 홈페이지 활용도-단체소식 전달

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	270	4	1.5	14	5.2	39	14.4	64	23.7		149
전담 인력 여부	있다	133	2	1.5	4	3.0	16	12.0	26	19.5	85	63.9	85.34
	없다	137	2	1.5	10	7.3	23	16.8	38	27.7	64	46.7	77.74
봉사자 여부	있다	95	0	0.0	2	2.1	16	16.8	22	23.2	55	57.9	84.21
	없다	82	1	1.2	6	7.3	10	12.2	23	28.0	42	51.2	80.18
상근자 규모	없음	87	1	1.1	6	6.9	17	19.5	24	27.6	39	44.8	77.01
	1~2명	88	1	1.1	4	4.5	7	8.0	22	25.0	54	61.4	85.23
	3~5명	59	2	3.4	3	5.1	11	18.6	10	16.9	33	55.9	79.24
	6명 이상	23	0	0.0	1	4.3	3	13.0	5	21.7	14	60.9	84.78
	무응답	23	2	8.7	15	65.2	2	8.7	15	65.2	6	26.1	26.1

○ 홈페이지를 통한 회원 모집에 적극적

- 23.3%는 홈페이지를 통한 회원 모집을 매우 많이 활용한다고 응답한 반면, 전혀 활용하지 않는 경우는 7.4%에 불과함
- 전반적으로 59.8%의 평균치를 보이고 있어 단체의 소식 전달에 비해서는 이용도가 낮게 나타남
- 미디어 전담인력이 있는 경우와 상근자수가 많은 경우가 다소 활용도가 높아 미디어 인력과 회원 모집활동의 상관성을 추론할 수 있음

<표56> 단체활동 별 홈페이지 활용도-회원모집

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	270	20	7.4	49	18.1	69	25.6	69	25.6		63
전담 인력 여부	있다	133	14	10.5	17	12.8	31	23.3	31	23.3	40	30.1	62.41
	없다	137	6	4.4	32	23.4	38	27.7	38	27.7	23	16.8	57.30
봉사자 여부	있다	95	7	7.4	13	13.7	20	21.1	29	30.5	26	27.4	64.21
	없다	82	9	11.0	14	17.1	19	23.2	24	29.3	16	19.5	57.32
상근자 규모	없음	87	6	6.9	24	27.6	21	24.1	21	24.1	15	17.2	54.31
	1~2명	88	6	6.8	13	14.8	23	26.1	26	29.5	20	22.7	61.65
	3~5명	59	4	6.8	9	15.3	19	32.2	10	16.9	17	28.8	61.44
	6명 이상	23	3	13.0	2	8.7	3	13.0	8	34.8	7	30.4	65.22
	무응답	23	2	8.7	15	65.2	2	8.7	15	65.2	6	26.1	26.1

○ 홈페이지를 통한 대외홍보에도 적극적

<표57> 단체활동별 홈페이지 활용도-대외홍보

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	270	5	1.9	22	8.1	42	15.6	94	34.8		107
전담 인력 여부	있다	133	4	3.0	7	5.3	21	15.8	38	28.6	63	47.4	78.01
	없다	137	1	0.7	15	10.9	21	15.3	56	40.9	44	32.1	73.18
봉사자 여부	있다	95	1	1.1	5	5.3	16	16.8	36	37.9	37	38.9	77.11
	없다	82	3	3.7	10	12.2	12	14.6	26	31.7	31	37.8	71.95
상근자 규모	없음	87	2	2.3	11	12.6	17	19.5	30	34.5	27	31.0	69.83
	1~2명	88	1	1.1	5	5.7	10	11.4	30	34.1	42	47.7	80.40
	3~5명	59	1	1.7	4	6.8	10	16.9	20	33.9	24	40.7	76.27
	6명 이상	23	0	0.0	2	8.7	3	13.0	9	39.1	9	39.1	77.17
	무응답	23	2	8.7	15	65.2	2	8.7	15	65.2	6	26.1	26.1

- 홈페이지를 대외 홍보에 적극적으로 활용하는 비중은 39.6%에 이르는 반면, 전혀 활용하지 않는 비중은 1.9%에 불과하여 홈페이지를 홍보 용도로 많이 활용하는 것을 확인함
- 미디어 전담인력과 자원봉사자가 있는 경우에 다소 높게 나타났으나 상근자수

와는 관련이 없는 것으로 나타남

○ 홈페이지를 통한 기부/모금활동은 저조함

- 15.6%는 홈페이지를 통한 모금/기부 활동에 전혀 참여하지 않고 있음
- 평균적으로 49.26%만이 모금/기부 활동을 홈페이지에서 하고 있음
- 주로 홈페이지는 홍보나 소식 전달의 용도로 활용하고 다른 활동에는 활용도가 높지 않은 것으로 나타남

<표58> 단체활동별 홈페이지 활용도-모금/기부

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	270	42	15.6	66	24.4	62	23.0	58	21.5		42
전담 인력 여부	있다	133	23	17.3	22	16.5	29	21.8	34	25.6	25	18.8	53.01
	없다	137	19	13.9	44	32.1	33	24.1	24	17.5	17	12.4	45.62
봉사자 여부	있다	95	15	15.8	17	17.9	18	18.9	25	26.3	20	21.1	54.74
	없다	82	11	13.4	22	26.8	20	24.4	20	24.4	9	11.0	48.17
상근자 규모	없음	87	16	18.4	26	29.9	18	20.7	17	19.5	10	11.5	43.97
	1~2명	88	13	14.8	16	18.2	24	27.3	19	21.6	16	18.2	52.56
	3~5명	59	4	6.8	16	27.1	18	30.5	13	22.0	8	13.6	52.12
	6명 이상	23	5	21.7	5	21.7	0	0.0	7	30.4	6	26.1	54.35
	무응답	23	2	8.7	15	65.2	2	8.7	15	65.2	6	26.1	26.1

○ 홈페이지의 의견, 정보 교류는 활발함

- 23.3%는 홈페이지를 통한 회원 간 의견, 정보 교류를 매우 활발하게 하고 있다고 응답함
- 전혀 활용하지 않는(4.4%) 비중은 낮은 편으로 의사소통이 비교적 원활하게 이루어짐

<표59> 단체활동별 홈페이지 활용도-회원 간 의견/정보 교류

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	270	12	4.4	35	13.0	74	27.4	86	31.9		63
전담 인력 여부	있다	133	7	5.3	16	12.0	30	22.6	42	31.6	38	28.6	66.54
	없다	137	5	3.6	19	13.9	44	32.1	44	32.1	25	18.2	61.86
봉사자 여부	있다	95	3	3.2	12	12.6	28	29.5	31	32.6	21	22.1	64.47
	없다	82	7	8.5	8	9.8	16	19.5	31	37.8	20	24.4	64.94
상근자 규모	없음	87	3	3.4	10	11.5	29	33.3	31	35.6	14	16.1	62.36
	1~2명	88	3	3.4	12	13.6	27	30.7	23	26.1	23	26.1	64.49
	3~5명	59	4	6.8	9	15.3	13	22.0	20	33.9	13	22.0	62.29
	6명 이상	23	0	0.0	3	13.0	3	13.0	8	34.8	9	39.1	75.00
	무응답	23	2	8.7	15	65.2	2	8.7	15	65.2	6	26.1	26.1

■ 비영리 단체의 메일 및 부가 서비스를 통한 활동

○ 자체 메일 계정을 사용하는 단체는 41.5%

- 자체 메일 계정을 사용하고 있다(41.5%)와 없다(44.1%)가 비슷한 비율로 나타나고 있고, 계정은 있으나 잘 사용하지 않는 경우(14.4%)는 비중이 높지 않음

<표60> 자체 메일계정 사용 여부

	사례수	사용하고 있다		없다		계정은 있으나 잘 사용하지 않는다		계		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	112	41.5	119	44.1	39	14.4	270	100.0	
전담인력 여부	있다	133	63	47.4	52	39.1	18	13.5	133	100.0
	없다	137	49	35.8	67	48.9	21	15.3	137	100.0
봉사자 여부	있다	95	41	43.2	37	38.9	17	17.9	95	100.0
	없다	82	35	42.7	38	46.3	9	11.0	82	100.0
상근자 규모	없음	87	35	40.2	40	46.0	12	13.8	87	100.0
	1~2명	88	37	42.0	39	44.3	12	13.6	88	100.0
	3~5명	59	24	40.7	26	44.1	9	15.3	59	100.0
	6명 이상	23	11	47.8	8	34.8	4	17.4	23	100.0
	무응답	23	2	8.7	15	65.2	2	8.7	15	65.2

○ 메일링 서비스 활용도 낮음

- 메일링 서비스는 대부분 이용하지 않고 있었고(60.4%), 이용하는 비율(30.0%)은 상대적으로 낮게 나타남
- 미디어 전담인력이 있거나 자원봉사자가 있는 경우 다소 높게 나타났으나 큰 차이를 보이지는 않음

<표61> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-메일링 서비스

	사례수	이용한다		이용하지 않는다		무엇인지 모르겠다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	81	30.0	163	60.4	26	9.6	
전담인력 여부	있다	133	41	30.8	80	60.2	12	9.0
	없다	137	40	29.2	83	60.6	14	10.2
봉사자 여부	있다	95	31	32.6	55	57.9	9	9.5
	없다	175	50	28.6	108	61.7	17	9.7
상근자 규모	없음	13	2	15.4	10	76.9	1	7.7
	1~2명	87	27	31.0	50	57.5	10	11.5
	3~5명	88	21	23.9	62	70.5	5	5.7
	6명 이상	59	24	40.7	28	47.5	7	11.9
	무응답	23	7	30.4	13	56.5	3	13.0

○ 뉴스레터 서비스 활용도 낮음

- 뉴스레터 서비스는 대부분 이용하지 않으며(70.0%), 이용비율(22.2%)은 상대적으로 낮게 나타남

- 뉴스레터 서비스는 인력이 필요로 하는 서비스이므로 미디어 전담인력이 있는 경우와 상근자수가 많은 경우에 제공 비율이 높게 나타남

<표62> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-뉴스레터 서비스

		사례수	이용한다		이용하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	60	22.2	189	70.0	21	7.8
전담 인력 여부	있다	133	33	24.8	89	66.9	11	8.3
	없다	137	27	19.7	100	73.0	10	7.3
봉사자 여부	있다	95	21	22.1	68	71.6	6	6.3
	없다	175	39	22.3	121	69.1	15	8.6
상근자 규모	없음	13	1	7.7	10	76.9	2	15.4
	1~2명	87	14	16.1	66	75.9	7	8.0
	3~5명	88	23	26.1	62	70.5	3	3.4
	6명 이상	59	16	27.1	37	62.7	6	10.2
	무응답	23	6	26.1	14	60.9	3	13.0

○ 메타블로그 서비스 이용 저조

- 메타블로그 서비스는 대부분 이용하지 않으며(80.4%), 이용비율(5.9%)도 매우 낮음
- 메타블로그 서비스에 대한 인지도는 낮은편(13.7%)
- 상근자가 많을수록 이용비율이 높게 나타남

<표63> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-메타블로그 서비스

		사례수	이용한다		이용하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	16	5.9	217	80.4	37	13.7
전담 인력 여부	있다	133	7	5.3	108	81.2	18	13.5
	없다	137	9	6.6	109	79.6	19	13.9
봉사자 여부	있다	95	9	9.5	75	78.9	11	11.6
	없다	175	7	4.0	142	81.1	26	14.9
상근자 규모	없음	13	0	0.0	11	84.6	2	15.4
	1~2명	87	5	5.7	69	79.3	13	14.9
	3~5명	88	5	5.7	72	81.8	11	12.5
	6명 이상	59	4	6.8	47	79.7	8	13.6
	무응답	23	2	8.7	18	78.3	3	13.0

○ 서비스형 블로그 이용률 낮음

- 서비스형 블로그는 대부분 이용하지 않고 있었고(62.2%), 이용하는 비율(30.7%)은 비교적 낮게 나타남
- 상근자수, 미디어 전담인력 여부, 미디어 관련 자원봉사자 여부에 따라 이용이 다소 높게 나타남

<표64> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-서비스형 블로그

		사례수	이용한다		이용하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	83	30.7	168	62.2	19	7.0
전담인력 여부	있다	133	46	34.6	79	59.4	8	6.0
	없다	137	37	27.0	89	65.0	11	8.0
봉사자 여부	있다	95	37	38.9	52	54.7	6	6.3
	없다	175	46	26.3	116	66.3	13	7.4
상근자 규모	없음	13	3	23.1	9	69.2	1	7.7
	1~2명	87	23	26.4	55	63.2	9	10.3
	3~5명	88	28	31.8	57	64.8	3	3.4
	6명 이상	59	23	39.0	33	55.9	3	5.1
	무응답	23	6	26.1	14	60.9	3	13.0

○ 동영상 서비스 이용률 낮음

<표65> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-동영상 서비스

		사례수	이용한다		이용하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	28	10.4	223	82.6	19	7.0
전담인력 여부	있다	133	22	16.5	102	76.7	9	6.8
	없다	137	6	4.4	121	88.3	10	7.3
봉사자 여부	있다	95	13	13.7	75	78.9	7	7.4
	없다	175	15	8.6	148	84.6	12	6.9
상근자 규모	없음	13	0	0.0	11	84.6	2	15.4
	1~2명	87	6	6.9	73	83.9	8	9.2
	3~5명	88	10	11.4	75	85.2	3	3.4
	6명 이상	59	11	18.6	45	76.3	3	5.1
	무응답	23	1	4.3	19	82.6	3	13.0

- 동영상 서비스는 대부분 이용하지 않고 있었고(82.6%), 이용하는 비율(10.4%)은 매우 낮음

- 상근자가 많을수록, 미디어 전담인력이나 미디어 관련 자원봉사자가 있는 경우에 이용을 더 많이 함

○ 메신저 서비스 이용은 저조함

- 메신저 서비스는 대부분 이용하지 않고 있었고(60.0%), 이용하는 비율(34.1%)은 낮은 편
- 상근자가 많을수록, 미디어 전담인력이나 미디어 관련 자원봉사자가 있는 경우에 이용률이 다소 높게 나타남

<표66> 단체운영 위한 활용 외부 상용화 서비스-메신저 서비스

		사례수	이용한다		이용하지 않는다		무엇인지 모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	92	34.1	162	60.0	16	5.9
전담인력 여부	있다	133	55	41.4	72	54.1	6	4.5
	없다	137	37	27.0	90	65.7	10	7.3
봉사자 여부	있다	95	34	35.8	56	58.9	5	5.3
	없다	175	58	33.1	106	60.6	11	6.3
상근자 규모	없음	13	3	23.1	9	69.2	1	7.7
	1~2명	87	21	24.1	60	69.0	6	6.9
	3~5명	88	30	34.1	54	61.4	4	4.5
	6명 이상	59	32	54.2	24	40.7	3	5.1
	무응답	23	6	26.1	15	65.2	2	8.7

■ 비영리 단체의 인터넷 관련 기타 활동

○ 홈페이지 개인정보 보호정책 인지도 낮음

- 개인정보 보호정책이 있는 경우는 57.4%, 없는 경우는 20.7%로 비교적 낮게 나타났으며 제공하는지 잘 모르는 경우도 21.9%나 되었음
- 미디어 전담인력이 있거나 자원봉사자가 있는 경우에 개인정보 보호정책이 있는 경우가 더 많음

<표67> 홈페이지 운영정책별 실시여부-개인정보 보호정책

	사례수	있다		없다		모르겠다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	155	57.4	56	20.7	59	21.9	
전담인력 여부	있다	133	89	66.9	22	16.5	22	16.5
	없다	137	66	48.2	34	24.8	37	27.0
봉사자 여부	있다	95	57	60.0	16	16.8	22	23.2
	없다	175	98	56.0	40	22.9	37	21.1
상근자 규모	없음	13	8	61.5	2	15.4	3	23.1
	1~2명	87	51	58.6	16	18.4	20	23.0
	3~5명	88	50	56.8	21	23.9	17	19.3
	6명 이상	59	32	54.2	14	23.7	13	22.0
	무응답	23	14	60.9	3	13.0	6	26.1

○ 저작권 관련 정책 저조

- 저작권 정책이 있는 경우는 34.8%, 없는 경우는 35.9%로 비슷하였으며, 모르는 경우도 29.3%에 이르는 것으로 나타나 저작권에 대한 인식이 부족함
- 미디어 전담인력이 있거나 자원봉사자가 있는 경우에 저작권 정책이 있는 단체가 다소 많음

<표68> 홈페이지 운영정책별 실시여부-저작권 정책

	사례수	있다		없다		모르겠다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	94	34.8	97	35.9	79	29.3	
전담인력 여부	있다	133	56	42.1	43	32.3	34	25.6
	없다	137	38	27.7	54	39.4	45	32.8
봉사자 여부	있다	95	36	37.9	31	32.6	28	29.5
	없다	175	58	33.1	66	37.7	51	29.1
상근자 규모	없음	13	5	38.5	4	30.8	4	30.8
	1~2명	87	28	32.2	32	36.8	27	31.0
	3~5명	88	30	34.1	33	37.5	25	28.4
	6명 이상	59	21	35.6	23	39.0	15	25.4
	무응답	23	10	43.5	5	21.7	8	34.8

○ 해킹 대비 보안 대책이 미비함

- 해킹 서버 보안대책이 없는 경우는 45.2%이고, 있는 경우는 23.0%로 나타났으며, 31.9%는 모름

- 미디어 전담인력이 있거나 자원봉사자가 있는 경우에 월등히 높은 비율로 대책이 있다고 응답함

<표69> 홈페이지 운영정책별 실시여부-해킹 대비 보안대책

		사례수	있다		없다		모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	62	23.0	122	45.2	86	31.9
전담인력여부	있다	133	45	33.8	51	38.3	37	27.8
	없다	137	17	12.4	71	51.8	49	35.8
봉사자여부	있다	95	24	25.3	41	43.2	30	31.6
	없다	175	38	21.7	81	46.3	56	32.0
상근자규모	없음	13	1	7.7	7	53.8	5	38.5
	1~2명	87	19	21.8	35	40.2	33	37.9
	3~5명	88	17	19.3	44	50.0	27	30.7
	6명 이상	59	18	30.5	28	47.5	13	22.0
	무응답	23	7	30.4	8	34.8	8	34.8

○ 가입 시 실명확인 비중은 다소 높음

- 회원가입 시 실명확인이 있는 경우는 51.1%, 없는 경우는 33.3%로 다른 기능에 비해 활용도가 높게 나타남
- 미디어 전담인력이 있거나 자원봉사자가 있는 경우에 다소 높은 비율을 보임

<표70> 홈페이지 운영정책별 실시여부-회원가입 시 실명확인

		사례수	있다		없다		모르겠다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		270	138	51.1	90	33.3	42	15.6
전담인력여부	있다	133	73	54.9	43	32.3	17	12.8
	없다	137	65	47.4	47	34.3	25	18.2
봉사자여부	있다	95	50	52.6	29	30.5	16	16.8
	없다	175	88	50.3	61	34.9	26	14.9
상근자규모	없음	13	9	69.2	4	30.8	0	0.0
	1~2명	87	48	55.2	24	27.6	15	17.2
	3~5명	88	42	47.7	32	36.4	14	15.9
	6명 이상	59	28	47.5	23	39.0	8	13.6
	무응답	23	11	47.8	7	30.4	5	21.7

○ 게시판/댓글 작성 시 실명확인은 비교적 낮은 편

- 홈페이지 게시판/댓글 작성 시 실명확인 절차 요구는 요구하지 않고 있는 경우

- 가 58.9%, 모든 게시판에만 요구는 13.7%로 비교적 낮은 비율
- 미디어 전담인력이 있는 경우 다소 높게 나타남

<표71> 홈페이지 게시판/댓글 작성 시 실명확인 절차 요구 여부

	사례수	모든 게시판에 요구		특정 게시판에만 요구		요구하지 않고 있다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	270	37	13.7	74	27.4	159	58.9	
전담 인력 여부	있다	133	22	16.5	39	29.3	72	54.1
	없다	137	15	10.9	35	25.5	87	63.5
봉사자 여부	있다	95	13	13.7	26	27.4	56	58.9
	없다	175	24	13.7	48	27.4	103	58.9
상근자 규모	없음	13	2	15.4	5	38.5	6	46.2
	1~2명	87	10	11.5	20	23.0	57	65.5
	3~5명	88	9	10.2	24	27.3	55	62.5
	6명 이상	59	10	16.9	17	28.8	32	54.2
	무응답	23	6	26.1	8	34.8	9	39.1

○ 문의게시판 답변 소요 시간은 평균 1.29 시간

- 문의에 대한 답변은 비교적 신속하게 처리하고 있어 평균 시간이 1.29로 나타남
- 시설을 운영하는 곳의 응답 시간이 비교적 짧게 나타남

<표72> 문의게시판/대표메일 접수문의/건의사항 답변 평균 소요시간(시간)

		사례수	평균 시간
전체		270	1.29
미디어관련 전담 인력 여부별	있다	133	1.20
	없다	137	1.37
미디어자원 봉사자 여부별	있다	95	1.24
	없다	175	1.31
상근자 규모별	없음	13	1.59
	1~2명	87	1.31
	3~5명	88	1.46
	6명 이상	59	1.08
	무응답	23	0.94

○ 미래 홈페이지 운영은 대부분 생각함

- 현재 홈페이지가 없는 단체 가운데 향후에 홈페이지 운영 계획에 대해서는 '있

다'의 비중이 큰 것으로 나타나(73.0%) 홈페이지의 필요성에 대해서는 대부분 이 인지하고 있음

<표73> 향후 자체 홈페이지 운영 계획

		사례수	있다		없다	
			응답수	%	응답수	%
전체		148	108	73.0	40	27.0
전담 인력 여부	있다	37	31	83.8	6	16.2
	없다	111	77	69.4	34	30.6
봉사자 여부	있다	26	21	80.8	5	19.2
	없다	122	87	71.3	35	28.7
상근자 규모	없음	14	9	64.3	5	35.7
	1~2명	73	52	71.2	21	28.8
	3~5명	25	23	92.0	2	8.0
	6명 이상	11	7	63.6	4	36.4
	무응답	25	17	68.0	8	32.0

- 홈페이지를 통한 단체소식전달, 회원모집, 대외홍보, 모금이나 기부 활동, 회원 간 의견과 정보 교류의 활용도 분석 결과, 대부분 단체는 주로 소식 전달이나 대외 홍보로 홈페이지를 활용하고 있는 것으로 나타남. 상대적으로 회원모집이나 모금활동 등을 홈페이지에서 많이 하지 않음.
- 홈페이지 부가 서비스인 메일링, 뉴스레터, 메타 블로그, 서비스형 블로그, 동영상 서비스 등의 이용정도는 대부분 매우 낮게 나타났고, 미디어 전담 인력이 있거나 미디어 자원 봉사자가 있는 경우, 상근자수가 많은 경우에 활용을 더 많이 하는 것으로 나타나 전반적으로 홈페이지의 부가적인 서비스의 활용도는 낮은 것으로 나타남
- 안전하고 건전한 홈페이지 관리를 위한 운영정책에 있어서는 대부분 저조한 것으로 나타남. 특히 개인정보 보호정책, 저작권 정책, 해킹 대비 보안 정책 등은 인지도가 낮을 뿐 아니라 실제로 시행하는 단체는 많지 않음

4. 자체 홈페이지 외 인터넷 서비스 활용

■ 인터넷 포털의 카페 활용

○ 해당 단체이름으로 인터넷 포털에 카페를 개설한 비율은 44%

- 인터넷 포털의 카페를 이용하는 단체는 44.1%로 절반에도 미치지 않음
- 조사대상의 70% 이상이 자체 홈페이지를 보유하고 있다는 점에서 인터넷 포털의 카페를 통한 미디어 활동이 많지 않은 것으로 풀이됨

<표74> 인터넷 포털에 개설한 카페 여부

		사례수	있다		없다	
			응답수	%	응답수	%
전체		417	184	44.1	233	55.9
전담인력 여부	있다	170	79	46.5	91	53.5
	없다	247	105	42.5	142	57.5
봉사자 여부	있다	121	58	47.9	63	52.1
	없다	296	126	42.6	170	57.4
상근자 규모	없음	27	12	44.4	15	55.6
	1~2명	159	72	45.3	87	54.7
	3~5명	113	44	38.9	69	61.1
	6명 이상	70	38	54.3	32	45.7
	무응답	48	18	37.5	30	62.5

○ 인터넷 포털의 카페 개설 한 경우 단체소식 전달 용도로 활용

<표75> 인터넷 카페 활용 목적별 활용정도-단체소식 전달

		사례수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② 활용하지 않다 (25)		③ 보통이다 (50)		④ 활용한다 (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균
			응답수	%	응답수	%	응답수	%	응답수	%	응답수	%	
			전체	185	7	3.8	24	13.0	41	22.2	47	25.4	
전담인력 여부	있다	80	4	5.0	7	8.8	17	21.3	17	21.3	35	43.8	72.50
	없다	105	3	2.9	17	16.2	24	22.9	30	28.6	31	29.5	66.43
봉사자 여부	있다	58	3	5.2	8	13.8	14	24.1	10	17.2	23	39.7	68.10
	없다	127	4	3.1	16	12.6	27	21.3	37	29.1	43	33.9	69.49
상근자 규모	없음	12	0	0.0	0	0.0	4	33.3	5	41.7	3	25.0	72.92
	1~2명	73	2	2.7	8	11.0	18	24.7	19	26.0	26	35.6	70.21
	3~5명	44	3	6.8	6	13.6	8	18.2	9	20.5	18	40.9	68.75
	6명 이상	38	2	5.3	7	18.4	7	18.4	11	28.9	11	28.9	64.47
	무응답	18	0	0.0	3	16.7	4	22.2	3	16.7	8	44.4	72.22

- 5점 척도를 백분율로 환산하여 평균으로 살펴본 결과 69.05%가 인터넷 포털의

카페를 단체 소식 전달에 활용함

○ 회원모집으로 카페 활용 비율은 낮음

- 27%만 인터넷 포털의 카페를 회원모집에 활용하고 있어 해당 카페의 용도는 신규 회원의 모집 보다 기존 회원들의 정보교류나 친목을 위한 것

<표76> 인터넷 카페 활용 목적별 활용정도-회원모집

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② 활용하지 않다 (25)		③ 보통이다 (50)		④ 활용한다 (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	185	36	19.5	49	26.5	50	27.0	32	17.3		18
전담 인력 여부	있다	80	19	23.8	17	21.3	22	27.5	15	18.8	7	8.8	41.88
	없다	105	17	16.2	32	30.5	28	26.7	17	16.2	11	10.5	43.57
봉사자 여부	있다	58	12	20.7	15	25.9	15	25.9	10	17.2	6	10.3	42.67
	없다	127	24	18.9	34	26.8	35	27.6	22	17.3	12	9.4	42.91
상근자 규모	없음	12	2	16.7	3	25.0	5	41.7	1	8.3	1	8.3	41.67
	1~2명	73	13	17.8	21	28.8	22	30.1	12	16.4	5	6.8	41.44
	3~5명	44	11	25.0	12	27.3	6	13.6	8	18.2	7	15.9	43.18
	6명 이상	38	8	21.1	8	21.1	9	23.7	9	23.7	4	10.5	45.39
	무응답	18	2	11.1	5	27.8	8	44.4	2	11.1	1	5.6	43.06

○ 인터넷 포털의 카페의 대외홍보 기능은 비교적 높음

- 50%는 인터넷 포털의 카페를 대외홍보로 활용한다고 응답하여 비교적 대외홍보 기능에 대한 인식은 높은 것으로 나타남
- 전체적인 평균은 68.92%로 카페의 대외홍보 역할을 기대하는 것으로 분석

<표77> 인터넷 카페 활용 목적별 활용정도-대외홍보

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		②		③ 보통이다 (50)		④		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	185	20	10.8	29	15.7	45	24.3	47	25.4		44
전담 인력 여부	있다	80	8	10.0	10	12.5	14	17.5	20	25.0	28	35.0	65.63
	없다	105	12	11.4	19	18.1	31	29.5	27	25.7	16	15.2	53.81
봉사자 여부	있다	58	5	8.6	9	15.5	13	22.4	13	22.4	18	31.0	62.93
	없다	127	15	11.8	20	15.7	32	25.2	34	26.8	26	20.5	57.09
상근자 규모	없음	12	1	8.3	2	16.7	4	33.3	4	33.3	1	8.3	54.17
	1~2명	73	6	8.2	16	21.9	22	30.1	15	20.5	14	19.2	55.14
	3~5명	44	6	13.6	6	13.6	8	18.2	12	27.3	12	27.3	60.23
	6명 이상	38	6	15.8	3	7.9	7	18.4	9	23.7	13	34.2	63.16
	무응답	18	1	5.6	2	11.1	4	22.2	7	38.9	4	22.2	65.28

○ 인터넷 포털의 카페를 통한 모금/기부활동은 저조

- 홈페이지를 통한 모금과 기부활동이 저조한 것과 마찬가지로 인터넷 포털의 카페를 통한 모금이나 기부활동은 많지 않은 것으로 나타남
- 25.9%만 인터넷 포털의 카페를 통한 모금/기부활동에 참여하는 것으로 집계

<표78> 인터넷 카페 활용 목적별 활용정도-모금/기부

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		②		③ 보통이다 (50)		④		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	185	48	25.9	42	22.7	47	25.4	25	13.5		23
전담 인력 여부	있다	80	21	26.3	16	20.0	16	20.0	13	16.3	14	17.5	44.69
	없다	105	27	25.7	26	24.8	31	29.5	12	11.4	9	8.6	38.10
봉사자 여부	있다	58	14	24.1	13	22.4	16	27.6	9	15.5	6	10.3	41.38
	없다	127	34	26.8	29	22.8	31	24.4	16	12.6	17	13.4	40.75
상근자 규모	없음	12	0	0.0	2	16.7	5	41.7	3	25.0	2	16.7	60.42
	1~2명	73	25	34.2	21	28.8	19	26.0	6	8.2	2	2.7	29.11
	3~5명	44	9	20.5	9	20.5	12	27.3	5	11.4	9	20.5	47.73
	6명 이상	38	8	21.1	7	18.4	6	15.8	9	23.7	8	21.1	51.32
	무응답	18	6	33.3	3	16.7	5	27.8	2	11.1	2	11.1	37.50

○ 회원 간 정보나 의견교류로는 활용도 높은 편

- 52.5%가 카페를 통한 회원 정보, 의견 교류를 하고 있다고 응답함

<표79> 인터넷 카페 활용 목적별 활용정도-회원 간 의견/정보교류

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	185	16	8.6	28	15.1	44	23.8	39	21.1		58
전담 인력 여부	있다	80	5	6.3	10	12.5	21	26.3	15	18.8	29	36.3	66.56
	없다	105	11	10.5	18	17.1	23	21.9	24	22.9	29	27.6	60.00
봉사자 여부	있다	58	2	3.4	10	17.2	19	32.8	9	15.5	18	31.0	63.36
	없다	127	14	11.0	18	14.2	25	19.7	30	23.6	40	31.5	62.60
상근자 규모	없음	12	1	8.3	2	16.7	5	41.7	1	8.3	3	25.0	56.25
	1~2명	73	5	6.8	9	12.3	21	28.8	19	26.0	19	26.0	63.01
	3~5명	44	5	11.4	6	13.6	8	18.2	10	22.7	15	34.1	63.64
	6명 이상	38	4	10.5	5	13.2	9	23.7	6	15.8	14	36.8	63.82
	무응답	18	1	5.6	6	33.3	1	5.6	3	16.7	7	38.9	62.50

■ 인터넷 포털의 블로그/미니홈피 활용

○ 인터넷 포털의 블로그/미니홈피 활용도 낮음

- 인터넷 포털의 블로그나 미니홈피 서비스를 비영리 단체가 활용하는 비중은 비교적 낮아 21%만이 활용함

<표80> 블로그/미니홈피 서비스 운영 여부

		사례수	있다		없다	
			응답수	%	응답수	%
전체		415	87	21.0	328	79.0
전담 인력 여부	있다	169	42	24.9	127	75.1
	없다	246	45	18.3	201	81.7
봉사자 여부	있다	120	34	28.3	86	71.7
	없다	295	53	18.0	242	82.0
상근자 규모	없음	27	1	3.7	26	96.3
	1~2명	159	33	20.8	126	79.2
	3~5명	113	26	23.0	87	77.0
	6명 이상	70	20	28.6	50	71.4
	무응답	46	7	15.2	39	84.8

○ 인터넷 포털의 카페와 마찬가지로 블로그 활용은 주로 단체소식 전달

- 5점 척도를 백분율로 환산하였을 경우 평균 63.51%가 블로그/미니홈피를 단체 소식 전달에 활용하는 것으로 나타남

<표81> 블로그/미니홈피 활용 목적별 활용정도-단체소식 전달

		사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평 균
			응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	
			전체		87	4	4.6	18	20.7	16	18.4	25	
전담 인력 여부	있다	42	1	2.4	7	16.7	8	19.0	12	28.6	14	33.3	68.45
	없다	45	3	6.7	11	24.4	8	17.8	13	28.9	10	22.2	58.89
봉사자 여부	있다	34	3	8.8	5	14.7	3	8.8	10	29.4	13	38.2	68.38
	없다	53	1	1.9	13	24.5	13	24.5	15	28.3	11	20.8	60.38
상근자 규모	없음	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	50.00
	1~2명	33	2	6.1	8	24.2	4	12.1	10	30.3	9	27.3	62.12
	3~5명	26	2	7.7	6	23.1	5	19.2	4	15.4	9	34.6	61.54
	6명 이상	20	0	0.0	3	15.0	4	20.0	8	40.0	5	25.0	68.75
	무응답	7	0	0.0	1	14.3	2	28.6	3	42.9	1	14.3	64.29

○ 회원모집에 블로그/미니홈피 활용도 낮음

- 35.06%만이 인터넷 포털의 블로그/미니홈피를 통하여 회원모집을 하고 있으며, 매우 많이 활용한다는 단체는 4.6%에 불과함

<표82> 블로그/미니홈피 활용 목적별 활용정도-회원모집

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	87	19	21.8	36	41.4	14	16.1	14	16.1		4
전담 인력 여부	있다	42	8	19.0	18	42.9	8	19.0	7	16.7	1	2.4	35.12
	없다	45	11	24.4	18	40.0	6	13.3	7	15.6	3	6.7	35.00
봉사자 여부	있다	34	9	26.5	15	44.1	5	14.7	4	11.8	1	2.9	30.15
	없다	53	10	18.9	21	39.6	9	17.0	10	18.9	3	5.7	38.21
상근자 규모	없음	1	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	25.00
	1~2명	33	12	36.4	11	33.3	4	12.1	5	15.2	1	3.0	28.79
	3~5명	26	4	15.4	13	50.0	5	19.2	2	7.7	2	7.7	35.58
	6명 이상	20	2	10.0	7	35.0	5	25.0	6	30.0	0	0.0	43.75
	무응답	7	1	14.3	4	57.1	0	0.0	1	14.3	1	14.3	39.29

○ 대외홍보에 블로그/미니홈피 활용도 높은 편

<표83> 블로그/미니홈피 활용 목적별 활용정도-대외홍보

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	87	3	3.4	17	19.5	16	18.4	27	31.0		24
전담 인력 여부	있다	42	0	0.0	5	11.9	8	19.0	13	31.0	16	38.1	73.81
	없다	45	3	6.7	12	26.7	8	17.8	14	31.1	8	17.8	56.67
봉사자 여부	있다	34	1	2.9	5	14.7	7	20.6	10	29.4	11	32.4	68.38
	없다	53	2	3.8	12	22.6	9	17.0	17	32.1	13	24.5	62.74
상근자 규모	없음	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	75.00
	1~2명	33	2	6.1	9	27.3	4	12.1	9	27.3	9	27.3	60.61
	3~5명	26	0	0.0	5	19.2	6	23.1	5	19.2	10	38.5	69.23
	6명 이상	20	0	0.0	2	10.0	5	25.0	9	45.0	4	20.0	68.75
	무응답	7	1	14.3	1	14.3	1	14.3	3	42.9	1	14.3	57.14

- 대외홍보에 인터넷 포털의 블로그/미니홈피가 역할을 한다고 생각하는 단체가

64.9%로 비교적 높게 나타남

○ 모금/기부활동에 블로그/미니홈피 활용도 낮음

- 인터넷 포털의 카페와 마찬가지로 모금이나 기부활동에는 블로그/미니홈피를 적극적으로 활용하지는 않고 있었음

<표84> 블로그/미니홈피 활용 목적별 활용정도-모금/기부

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		②		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	87	20	23.0	26	29.9	17	19.5	11	12.6		13
전담 인력 여부	있다	42	7	16.7	10	23.8	11	26.2	7	16.7	7	16.7	48.21
	없다	45	13	28.9	16	35.6	6	13.3	4	8.9	6	13.3	35.56
봉사자 여부	있다	34	10	29.4	10	29.4	5	14.7	5	14.7	4	11.8	37.50
	없다	53	10	18.9	16	30.2	12	22.6	6	11.3	9	17.0	44.34
상근자 규모	없음	1	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	25.00
	1~2명	33	13	39.4	10	30.3	4	12.1	2	6.1	4	12.1	30.30
	3~5명	26	2	7.7	10	38.5	7	26.9	2	7.7	5	19.2	48.08
	6명 이상	20	4	20.0	3	15.0	5	25.0	5	25.0	3	15.0	50.00
	무응답	7	1	14.3	2	28.6	1	14.3	2	28.6	1	14.3	50.00

○ 회원 간 의견/정보교류도 높지 않은 편

- 인터넷 포털의 블로그/미니홈피를 통한 의견이나 정보교류는 평균 43.97%로 비교적 활발하지 않는 것으로 나타남
- 비교적 카페와 블로그의 역할이 다른 점은 회원 간 의사소통인 것을 확인

<표85> 블로그/미니홈피 활용 목적별 활용정도-회원 간 의견/정보교류

	사 례 수	① 전혀 활용하지 않다 (0)		② (25)		③ 보통이다 (50)		④ (75)		⑤ 매우 많이 활용한다 (100)		평균	
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%		
		전체	87	19	21.8	21	24.1	20	23.0	16	18.4		11
전담 인력 여부	있다	42	7	16.7	9	21.4	12	28.6	7	16.7	7	16.7	48.81
	없다	45	12	26.7	12	26.7	8	17.8	9	20.0	4	8.9	39.44
봉사자 여부	있다	34	6	17.6	11	32.4	7	20.6	7	20.6	3	8.8	42.65
	없다	53	13	24.5	10	18.9	13	24.5	9	17.0	8	15.1	44.81
상근자 규모	없음	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	50.00
	1~2명	33	10	30.3	8	24.2	6	18.2	6	18.2	3	9.1	37.88
	3~5명	26	4	15.4	10	38.5	7	26.9	1	3.8	4	15.4	41.35
	6명 이상	20	5	25.0	1	5.0	5	25.0	7	35.0	2	10.0	50.00
	무응답	7	0	0.0	2	28.6	1	14.3	2	28.6	2	28.6	64.29

- 자체 홈페이지 외 인터넷 포털의 카페, 블로그, 미니홈피 서비스를 단체가 활용하는 비중은 높지 않음
- 인터넷 포털의 카페나 블로그의 경우 홈페이지와 마찬가지로 모금활동이나 신규 회원 모집을 위한 비중은 매우 낮았고, 반면 소식전달이나 대외 홍보를 위한 이용은 비교적 활발하였음. 블로그의 경우 카페와는 달리 회원 간 의사소통으로는 활용도가 높지 않음

제4장 비영리 단체의 미디어 지원

1. 지원 분야

○ 인력 분야의 지원이 가장 절실함

- '관리인력'(38.9%), '인력교육'(23.4%), '활동비'(21.6%)의 응답이 우세해 인력지원이 필요하다고 응답한 반면, '기자재'(12.7%), '서버'(3.3%) 등은 비교적 낮음
- 인력지원의 경우 상근자수가 적은 단체일수록, 미디어 관련 전담인력이나 봉사자가 없는 단체일수록 수요가 더 높음

<표86> 인터넷 운영능력 향상을 위한 필요한 지원영역

	사 례 수	기자재		서버		인력 교육		활동비		관리 인력		
		응답 수	%	응답 수	%	응답 수	%	응답 수	%	응답 수	%	
전체	393	50	12.7	13	3.3	92	23.4	85	21.6	153	38.9	
전담 인력 여부	있다	162	23	14.2	9	5.6	41	25.3	35	21.6	54	33.3
	없다	231	27	11.7	4	1.7	51	22.1	50	21.6	99	42.9
봉사자 여부	있다	114	13	11.4	2	1.8	25	21.9	33	28.9	41	36.0
	없다	279	37	13.3	11	3.9	67	24.0	52	18.6	112	40.1
상근자 규모	없음	27	3	11.1	3	11.1	7	25.9	8	29.6	6	22.2
	1~2명	159	18	11.3	3	1.9	39	24.5	45	28.3	54	34.0
	3~5명	113	20	17.7	4	3.5	21	18.6	18	15.9	50	44.2
	6명 이상	70	8	11.4	3	4.3	21	30.0	9	12.9	29	41.4
	무응답	24	1	4.2	0	0.0	4	16.7	5	20.8	14	58.3

○ 인터넷 운영능력 향상을 위해서는 웹 관리, 제작 교육 등이 가장 중요

- '미디어 발행/제작 교육'(90.6%), '웹 관리 및 홍보 교육'(86.8%)의 응답이 우세하고, '정체성 관련 교육'(15.5%)의 응답은 비교적 낮음

<표87> 인터넷 운영능력 향상을 위한 필요 직원교육(복수응답)

	사 례 수	웹 제작 소프트웨어 교육		미디어 발행/제작 교육		웹 관리 및 홍보 교육		인터넷 관련 제도 및 법률 교육		정체성 관련 교육		기타		
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	
전체	393	306	77.9	356	90.6	341	86.8	108	27.5	61	15.5	7	1.8	
전담 인력 여부	있다	162	120	74.1	149	92.0	143	88.3	42	25.9	28	17.3	4	2.5
	없다	231	186	80.5	207	89.6	198	85.7	66	28.6	33	14.3	3	1.3
봉사자 여부	있다	114	85	74.6	107	93.9	102	89.5	28	24.6	17	14.9	3	2.6
	없다	279	221	79.2	249	89.2	239	85.7	80	28.7	44	15.8	4	1.4
상근자 규모	없음	27	16	59.3	26	96.3	26	96.3	6	22.2	6	22.2	1	3.7
	1~2명	159	124	78.0	144	90.6	136	85.5	43	27.0	27	17.0	3	1.9
	3~5명	113	92	81.4	105	92.9	99	87.6	28	24.8	14	12.4	1	0.9
	6명 이상	70	55	78.6	63	90.0	61	87.1	21	30.0	9	12.9	1	1.4
	무응답	24	19	79.2	18	75.0	19	79.2	10	41.7	5	20.8	1	4.2

○ 1순위로 꼽은 지원 분야는 미디어 발행제작 교육

- ‘미디어 발행/제작 교육’(34.4%), ‘웹 관리 및 홍보 교육’(28.2%)의 응답이 우세하고, ‘정체성 관련 교육’(5.6%)의 응답은 매우 낮음

<표88> 인터넷 운영능력 향상을 위한 필요 직원교육(1순위)

	사 례 수	웹 제작 소프트웨어 교육		미디어 발행/제작 교육		웹 관리 및 홍보 교육		인터넷 관련 제도 및 법률 교육		정체성 관련 교육		기타		
		응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	응 답 수	%	
전체	393	111	28.2	135	34.4	96	24.4	25	6.4	22	5.6	4	1.0	
전담 인력 여부	있다	162	48	29.6	54	33.3	40	24.7	7	4.3	11	6.8	2	1.2
	없다	231	63	27.3	81	35.1	56	24.2	18	7.8	11	4.8	2	0.9
봉사자 여부	있다	114	33	28.9	39	34.2	26	22.8	5	4.4	10	8.8	1	0.9
	없다	279	78	28.0	96	34.4	70	25.1	20	7.2	12	4.3	3	1.1
상근자 규모	없음	27	7	25.9	11	40.7	6	22.2	1	3.7	1	3.7	1	3.7
	1~2명	159	45	28.3	53	33.3	41	25.8	8	5.0	11	6.9	1	0.6
	3~5명	113	31	27.4	37	32.7	29	25.7	9	8.0	6	5.3	1	0.9
	6명 이상	70	21	30.0	26	37.1	15	21.4	5	7.1	3	4.3	0	0.0
	무응답	24	7	29.2	8	33.3	5	20.8	2	8.3	1	4.2	1	4.2

○ 미디어 관련 교육지원은 연간 2회 정도에 그침

- 미디어 관련 교육 실시횟수는 2.07회, 실시규모는 10.8명, 연간 총예산은 269,770,000원으로 집계

<표89> 2007년 미디어관련 교육지원 수준

		사례수	2007년 미디어관련교육 실시횟수	2007년 미디어관련교육 실시규모	연간총예산
			(회)	(명)	(만원)
전체		417	2.07	10.80	260.10
전담 인력 여부	있다	170	3.02	13.13	553.56
	없다	247	1.41	9.17	55.57
봉사자 여부	있다	121	3.50	14.48	664.38
	없다	296	1.49	9.30	96.36
상근자 규모	없음	27	2.26	13.89	12.30
	1~2명	159	1.94	5.69	124.79
	3~5명	113	2.46	15.88	653.53
	6명 이상	70	2.20	14.33	93.03
	무응답	48	0.58	7.04	64.58

○ 미디어 관련 교육과 전문교육이 가장 시급

<표90> 지원이 필요한 기타 분야

지원이 필요한 분야	건수
미디어 관련	75
단체 활동 전문분야	14
소프트웨어	13
행정	10
동기부여교육	8
글쓰기/소식지/문서	7
기자재 활용	7
교수법	2
기획능력	2
법제도	2
의사소통	1

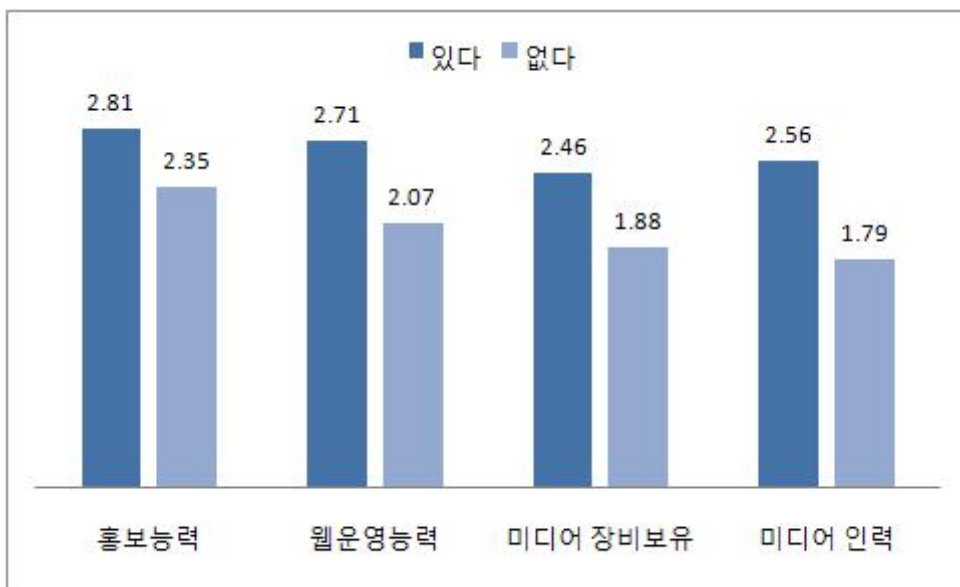
- 추가로 지원이 필요한 분야를 개방형 질문으로 응답하게 한 결과 미디어 관련 교육이 필요하다는 응답이 가장 많아 75건에 달함
- 단체 관련 전문성에 대한 교육 수요가 상당히 높아 14개 단체가 응답함

- 그 밖에 소프트웨어, 기자재 등의 교육, 행정이나 기본적인 문서 작성 교육의 필요성도 제기됨

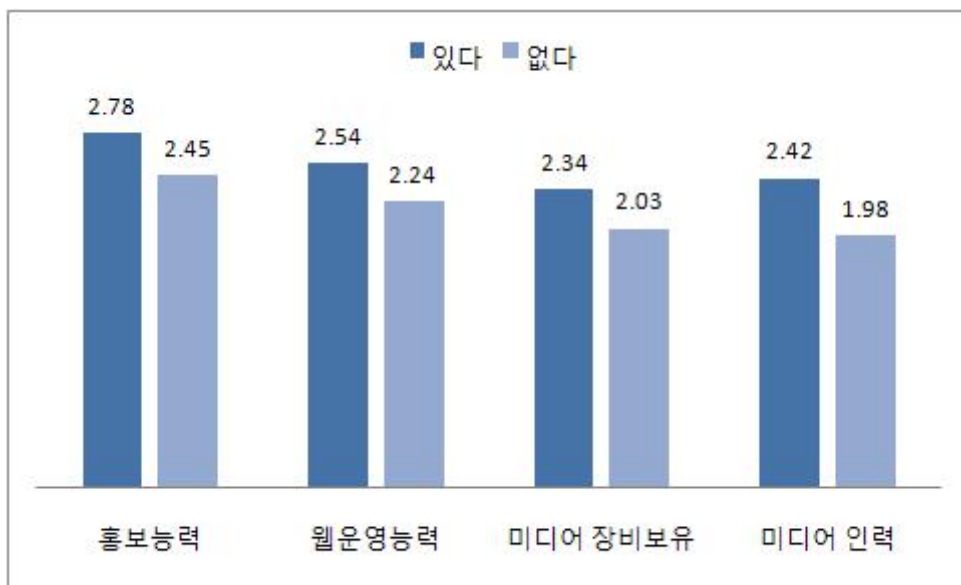
○ 홍보, 웹 운영, 장비, 인력 등 모든 분야에서 미디어 전담인력과 자원봉사자 있는 경우, 상근자 수가 많을수록 높이 평가

- 전반적으로 장비보다는 웹 운영 능력, 미디어 인력을 더 높게 평가함
- 홍보능력이 가장 뛰어난 것으로 스스로 단체들이 평가함

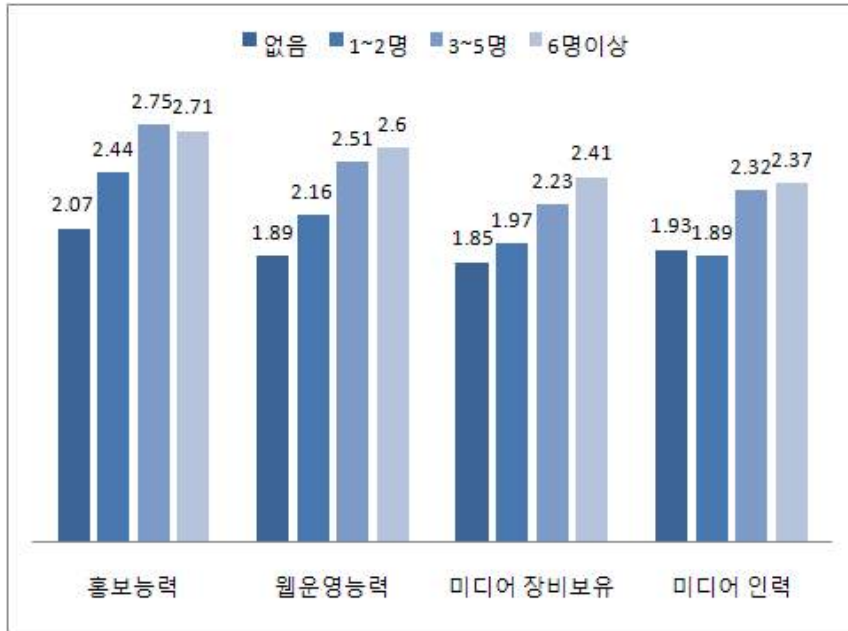
<그림 3> 미디어 전담 인력 유무에 따른 단체의 현행 미디어 운영능력 평가



<그림 4> 미디어 자원 봉사자 유무에 따른 단체의 현행 미디어 운영능력 평가



<그림 5> 상근자수에 따른 단체의 현행 미디어 운영능력 평가



○ 가장 필요한 기자재는 디지털 카메라/캠코더

- 가장 필요한 기자재로는 ‘디지털 카메라/캠코더’(43.6%), ‘컴퓨터 및 주변기기 (프린터/스캐너 등)’(28.8%), ‘소프트웨어’(23.7%), ‘소모품’(3.9%) 순

<표91> 미디어 활용을 위한 필요 기자재

	사 례 수	디지털 카메라/캠코더		컴퓨터 및 주변기기(프린터/ 스캐너 등)		소프트웨어		소모품		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	389	170	43.7	112	28.8	92	23.7	15	3.9	
전담 인력 여부	있다	160	62	38.8	45	28.1	45	28.1	8	5.0
	없다	229	108	47.2	67	29.3	47	20.5	7	3.1
봉사자 여부	있다	113	44	38.9	37	32.7	31	27.4	1	0.9
	없다	276	126	45.7	75	27.2	61	22.1	14	5.1
상근자 규모	없음	27	11	40.7	9	33.3	4	14.8	3	11.1
	1~2명	159	75	47.2	46	28.9	35	22.0	3	1.9
	3~5명	113	50	44.2	31	27.4	28	24.8	4	3.5
	6명 이상	70	26	37.1	19	27.1	20	28.6	5	7.1
	무응답	20	8	40.0	7	35.0	5	25.0	0	0.0

- 단체가 필요로 하는 지원은 주로 인력(관리인력, 인력교육)에 치중되어있고, 특히 상근자수가 적고 미디어 전담인력이나 봉사자가 없는 경우에 더

옥 그리함

- 인터넷 관련 교육은 미디어 제작 및 발행에 대한 수요가 가장 높고, 웹 제작, 관리에 대한 교육 수요도 상당히 높게 나타남
- 분야별로 가장 수요가 높은 분야는 미디어 관련 교육, 가장 필요로 하는 기자재는 디지털 카메라/캠코더
- 단체의 자체 미디어 운영 능력 평가는 홍보가 가장 높은 평가를 받았고, 미디어 전담인력이 있거나 미디어 관련 봉사자가 있는 경우, 또 단체의 상근자수가 많을수록 미디어 운영능력 평가는 높게 나타남

2. 다음세대재단의 인지도

- 다음세대재단의 인지도는 상대적으로 낮음
 - ‘전혀 몰랐다’(58.8%), ‘이름만 들었다’(20.5%)가 대다수를 차지하고 “다음세대 재단과 사업이외에도 자주 협의하는 편이다”(2.1%)는 매우 낮은 비율

<표92> 조사 전 다음세대재단에 대한 인지도

	사 례 수	전혀 몰랐다		이름만 들었다		홈페이지를 방문한 적이 있다		다음세대재단 사업/행사에 신청 또는 참여한 적이 있다		다음세대재단과 사업이외에도 자주 협의하는 편이다		
		응답 수	%	응답 수	%	응답 수	%	응답 수	%	응답 수	%	
전체	386	227	58.8	79	20.5	30	7.8	42	10.9	8	2.1	
등록처 별	중앙부처	88	46	52.3	20	22.7	6	6.8	14	15.9	2	2.3
	대도시	83	47	56.6	20	24.1	7	8.4	8	9.6	1	1.2
	광역시도	199	127	63.8	37	18.6	15	7.5	17	8.5	3	1.5
	등록처없음	16	7	43.8	2	12.5	2	12.5	3	18.8	2	12.5
설립 연도별	1989년 이전	81	49	60.5	19	23.5	5	6.2	8	9.9	0	0.0
	1990 ~ 1999년	122	70	57.4	24	19.7	8	6.6	18	14.8	2	1.6
	2000 ~ 2004년	116	65	56.0	25	21.6	13	11.2	10	8.6	3	2.6
	2005 ~ 2008년	67	43	64.2	11	16.4	4	6.0	6	9.0	3	4.5
미디어 관련 전담 인력 여부별	있다	159	94	59.1	30	18.9	11	6.9	22	13.8	2	1.3
	없다	227	133	58.6	49	21.6	19	8.4	20	8.8	6	2.6
미디어 자원 봉사자 여부별	있다	112	54	48.2	24	21.4	14	12.5	16	14.3	4	3.6
	없다	274	173	63.1	55	20.1	16	5.8	26	9.5	4	1.5
시설 운영 여부별	운영	128	64	50.0	28	21.9	12	9.4	21	16.4	3	2.3
	비운영	244	153	62.7	48	19.7	18	7.4	20	8.2	5	2.0
	무응답	14	10	71.4	3	21.4	0	0.0	1	7.1	0	0.0
정부 지원 여부별	지원	190	107	56.3	45	23.7	11	5.8	25	13.2	2	1.1
	미지원	179	107	59.8	31	17.3	19	10.6	16	8.9	6	3.4
	무응답	17	13	76.5	3	17.6	0	0.0	1	5.9	0	0.0
상근자 규모별	없음	27	21	77.8	5	18.5	1	3.7	0	0.0	0	0.0
	1~2명	159	104	65.4	30	18.9	12	7.5	10	6.3	3	1.9
	3~5명	113	58	51.3	26	23.0	10	8.8	16	14.2	3	2.7
	6명 이상	70	31	44.3	15	21.4	7	10.0	15	21.4	2	2.9
	무응답	17	13	76.5	3	17.6	0	0.0	1	5.9	0	0.0

○ 비영리단체 지원 프로그램 인지도 낮음

- IT-Canus에 대해 ‘전혀 몰랐다’(74.1%)는 응답이 가장 많고, “홈페이지를 방문한 적이 있다”(4.9%)는 매우 낮음

<표93> <비영리단체를 위한 IT지원센터-아이티캐너스>에 대한 인지수준

	사 례 수	전혀 몰랐다		이름만 들었다		홈페이지를 방문한 적이 있다		아이티캐너스 사업/행사에 신청 또는 참여한 적이 있다		
		응답수	%	응답수	%	응답수	%	응답수	%	
전체	386	286	74.1	57	14.8	19	4.9	24	6.2	
등록처 별	중앙부처	88	63	71.6	14	15.9	2	2.3	9	10.2
	대도시	83	61	73.5	14	16.9	3	3.6	5	6.0
	광역시도	199	153	76.9	27	13.6	12	6.0	7	3.5
	등록처없음	16	9	56.3	2	12.5	2	12.5	3	18.8
설립 연도별	1989년 이전	81	60	74.1	12	14.8	2	2.5	7	8.6
	1990 ~ 1999년	122	87	71.3	19	15.6	9	7.4	7	5.7
	2000 ~ 2004년	116	90	77.6	17	14.7	5	4.3	4	3.4
	2005 ~ 2008년	67	49	73.1	9	13.4	3	4.5	6	9.0
미디어 관련 전담 인력 여부별	있다	159	110	69.2	26	16.4	12	7.5	11	6.9
	없다	227	176	77.5	31	13.7	7	3.1	13	5.7
미디어 자원 봉사자 여부별	있다	112	72	64.3	21	18.8	9	8.0	10	8.9
	없다	274	214	78.1	36	13.1	10	3.6	14	5.1
시설 운영 여부별	운영	128	83	64.8	27	21.1	7	5.5	11	8.6
	비운영	244	191	78.3	29	11.9	12	4.9	12	4.9
	무응답	14	12	85.7	1	7.1	0	0.0	1	7.1
정부 지원 여부별	지원	190	144	75.8	27	14.2	9	4.7	10	5.3
	미지원	179	127	70.9	29	16.2	10	5.6	13	7.3
	무응답	17	15	88.2	1	5.9	0	0.0	1	5.9
상근자 규모별	없음	27	25	92.6	1	3.7	1	3.7	0	0.0
	1~2명	159	125	78.6	25	15.7	5	3.1	4	2.5
	3~5명	113	80	70.8	17	15.0	6	5.3	10	8.8
	6명 이상	70	41	58.6	13	18.6	7	10.0	9	12.9
	무응답	17	15	88.2	1	5.9	0	0.0	1	5.9

○ 다음세대 재단의 인지도는 높지 않고, 그 가운데 아이티캐너스에 대한 인지도는 더 낮아 실질적 지원을 받고 싶어도 받지 못하는 상황임

제5장 결론

1. 연구요약

■ 연구목적

- 디지털 기술을 매개로 한 사회적 커뮤니케이션이 확산되면서, 비영리 단체의 미디어 이용능력이 단체 활동에 중요한 요인이 됨. 이와 관련한 기초 조사를 통하여 향후 비영리단체의 미디어 활동을 효율적으로 할 수 있는 방안 모색
- 비영리 단체의 지원이 재정 지원에만 그치고 있어, 실질적인 도움이 될 수 있는 분야를 발굴하고 지원하는데 기여
- 비영리 단체의 미디어 활용 현황에 대한 집계가 전무한 상황에서 전국 대표성 있는 국내 유일한 비영리 단체 미디어 활용 조사

■ 조사방법

- 중앙부처 및 16개 시도에 등록된 6,916개 비영리 단체를 모집단으로 하여 비례할당 및 체계적 추출법에 의해 선정된 2,000개 비영리 단체에게 구조화된 설문지를 온라인으로 실시, 최종 417개 단체 분석

■ 연구결과

○ 미디어 관련 인력

- 조사된 비영리 단체의 59.2%가 미디어 전담인력이 없어 미디어 활동을 전문적으로 하는 인력은 부족하고, 대부분 규모가 큰 단체에서 미디어 전담인력을 두고 있음. 상근자가 많은 단체의 경우 미디어 전담인력을 두는 경우가 많아 단체의 규모나 재정적 상태에 따라 달라지는 것으로 해석. 특히 정부 지원을 받는 경우에 미디어 전담인력을 더 두고 있어 재정적 안정이 중요한 요인임을 알 수 있음
- 미디어 봉사 인력은 전체의 29%만이 있고, 미디어 전담이 있는 경우 보다는 없는 경우에 더욱 봉사인력이 없는 것으로 나타남

○ 홍보활동

- 정기간행물, 보도자료 등과 같이 전통적인 홍보수단의 활용도는 높으나 온라인 뉴스레터, 멀티미디어 등의 새로운 방식의 소통은 잘 활용하지 못함
- 온라인에서는 이메일 보내기와 같이 단순한 기능만 활용하고 온라인을 홍보수단으로 활용하지는 못함

○ 온오프 활동의 비중

- 단체의 활동은 주로 오프라인 활동으로 이뤄지며 길거리 홍보, 이벤트 등에는 적극적이거나 온라인 홍보나 광고 등의 적극적 홍보수단에는 비교적 저조한 활용도를 보임
- 회원 간 커뮤니케이션에 있어서도 온라인 보다는 직접 만나거나 전화를 통하여 의사소통을 하고 있어 새로운 형태의 다양한 커뮤니케이션 도구들의 활용도는 낮음

○ 미디어, 미디어 저작도구 보유 및 활용

- PC, 초고속인터넷 접속 등은 거의 대부분 보유하고 있지만, 캠코더 등 멀티미디어 복합기기 보유는 비교적 낮은 편
- 신문/잡지 등 전통적 미디어 관련 지출이 여타의 온라인 지출(소프트웨어, 서버 등)보다 높은 비중을 차지
- 인터넷 접속의 경우 무선보다는 유선 의존율이 월등히 높음

○ 자체 홈페이지

- 자체 홈페이지 보유율은 높으나 홈페이지의 기능 중 온라인 뉴스 제공, 동영상이나 방송서비스 제공은 거의 하지 않음. 상근자수, 미디어 전담인력이나 봉사자 등이 있는 경우에는 홈페이지 기능이 보다 다양함
- 자체 도메인 보유비율도 상당히 높지만, 보유형태에 대한 인지도는 매우 낮아 디지털 리터러시 수준은 전반적으로 떨어짐
- 홈페이지 기능 중에는 게시판, Q&A, 댓글과 같은 단순한 기능은 대부분 갖추고 있지만 RSS, 트랙백, 메타 블로그 등 웹2.0 서비스 등 이용자 편의를 고려한 서비스는 아직 대부분 갖추지 못하였고 인지도 또한 매우 낮음
- 홈페이지를 통하여 단체소식 전달, 대외홍보 등의 기능은 충분히 인지하고 있고 실제 활용하고 있으나 홈페이지를 통한 모금활동이나 신규 회원 모집에는

적극적이지 않음

- 홈페이지 방문자 집계 등 적극적 관리는 대부분 소홀히 하고 있고, 개인정보정책, 저작권 정책, 해킹 대비 보안 정책 등에 대해서도 인지도가 낮음
- 상근자수가 많을수록, 미디어 전담인력이나 봉사자가 있는 단체일수록 홈페이지 활용도가 높게 나타나, 홈페이지를 가지고 있으면서도 이처럼 활용도가 높지 않은 이유 중 하나는 전문 인력과 비용의 문제라는 분석이 가능함

○ 단체의 개선 분야

- 미디어 인력이나 웹 운영 능력은 개선이 필요한 분야로 지적되었고, 비교적 홍보분야는 잘하고 있다고 스스로 인식

○ 지원이 필요한 분야

- 대다수의 단체가 필요로 하는 지원 분야는 인력 교육이고, 인력 교육 가운데서도 미디어 관련 교육이 가장 필요한 것으로 나타남
- 인터넷 관련 교육은 미디어 제작 및 발행, 웹 제작과 관리 등의 교육의 수요도 상당히 높게 나타남
- 필요로 하는 장비 지원은 고난도의 복잡한 것이 아니라 바로 활용할 수 있는 캠코더나 디지털 카메라임

2. 제언

○ 미디어 활용도 높이는 방안 모색이 필요

- 대부분의 단체들이 인터넷을 통한 활동에 대한 필요성 및 욕구는 상당히 높으나 체계적인 운영 및 전담 인력부재 등 전문성이 현저히 결여되어 있는 것으로 파악됨
- 전반적으로 비영리 단체의 미디어 활동성은 높지 않은 것으로 나타났고, 그 이유는 대부분의 단체들이 미디어 관련 전문 인력이 없으며 이를 충원할 수 있는 재정적 한계가 있기 때문임
- 따라서 지원 정책은 우선 기존의 활동가들을 미디어 관련한 재교육 기회를 주어 활용도를 높일 수 있는 방안이 간구되어야함
- 기존의 지원 모델이 주로 금전적 지원을 통하여 단체 활동을 돕는데 있었다면 앞으로의 지원 모델은 인력 교육이나 미디어 관련 컨설팅 등 실질적 도움을

줄 수 있는 지원 방안을 모색해야 할 것임

- 상근자수가 많고, 미디어 전담인력이 있는 단체의 경우에는 비교적 미디어 활동성이 높고, 미디어를 활용한 각종 활동의 비중이 높은 것으로 나타나 실제로 도움이 필요한 단체는 소규모 단체들로 이들 단체의 경우 미디어 활용도를 높이게 되면 인력부족의 문제까지도 해결이 가능할 수 있음. 따라서 이들을 대상으로 한 집중적 지원을 통하여 소규모 단체들의 자생력을 높이는 동시에 1인 단체와 같은 새로운 형태의 단체들을 양성하는데 도움을 줄 수 있음

○ 지원정책의 방향

- 다양한 온라인 미디어 활용방안에 대한 체계적 교육, 각 단체의 활동 특성에 따른 맞춤형 미디어 활용법 컨설팅, 체계적이고 효율적인 교육시스템 구축, 자력으로 인터넷 기반 미디어 운영이 가능하도록 지속적인 맞춤교육 등의 차별화된 교육 지원이 필요함
- 지방에 위치한 군소 비영리단체에 대한 지원기회 확대, 비영리단체와 교육지원 단체 간의 긴밀한 관계망 형성을 통한 지속적 커뮤니케이션이 필요함
- 미디어 활용교육은 (1) 기술 및 미디어 운영 및 기술 관련 교육과 (2) 미디어 교육의 필요성에 대한 인식교육으로 구분하여 체계적으로 수행할 필요가 있음

부록 1. 단체 관련 현황

<부록1> 단체의 회원수

		사례수	단체 등록회원수	최근 6개월 이내 회비납부 회원수
			평균	평균
전체		417	23,167.97	661.57
등록처별	중앙부처	98	66,425.60	1,308.56
	대도시	89	24,319.17	231.89
	광역시도	213	2,000.04	567.52
	등록처없음	17	1,119.71	195.43
설립 연도별	1989년 이전	88	69,767.65	1,589.38
	1990 ~ 1999년	130	10,700.09	711.99
	2000 ~ 2004년	125	888.55	208.17
	2005 ~ 2008년	74	27,809.54	143.87
미디어관련 전담 인력 여부별	있다	170	53,644.00	708.69
	없다	247	3,057.93	630.47
미디어자원 봉사자 여부별	있다	121	49,766.68	277.37
	없다	296	11,812.96	825.58
시설 운영 여부별	운영	128	.	.
	비운영	244	23,167.97	661.57
	무응답	45	.	.
정부 지원 여부별	지원	190	41,721.65	708.40
	미지원	179	6,451.93	628.23
	무응답	48	165.00	45.50
상근자 규모별	없음	27	2,940.09	1,487.36
	1~2명	159	1,854.72	222.53
	3~5명	113	24,367.47	892.21
	6명 이상	70	91,958.37	944.05
	무응답	48	165.00	45.50

<부록2> 단체 월 평균 이용자수

		사례수	월 평균 이용자수
			평균
전체		417	7,767.42
등록처별	중앙부처	98	39,789.35
	대도시	89	290.90
	광역시도	213	356.68
	등록처없음	17	60.00
설립 연도별	1989년 이전	88	1,191.38
	1990 ~ 1999년	130	533.00
	2000 ~ 2004년	125	22,459.11
	2005 ~ 2008년	74	323.65
미디어관련 전담 인력 여부별	있다	170	16,674.56
	없다	247	285.43
미디어자원 봉사자 여부별	있다	121	24,986.20
	없다	296	489.38
시설 운영 여부별	운영	128	8,372.41
	비운영	244	23.50
	무응답	45	.
정부 지원 여부별	지원	190	13,200.89
	미지원	179	277.25
	무응답	48	30.00
상근자 규모별	없음	27	56.20
	1~2명	159	401.45
	3~5명	113	416.98
	6명 이상	70	31,247.94
	무응답	48	30.00

<부록3> 강연 프로그램 등 운영여부 및 평균 자원봉사자 수

		사례수	예		아니오		시설자원봉사자 수
			응답수	%	응답수	%	평균
전체		140	124	88.6	16	11.4	25.27
등록처 별	중앙부처	26	22	84.6	4	15.4	41.00
	대도시	31	30	96.8	1	3.2	13.93
	광역시도	81	70	86.4	11	13.6	25.19
	등록처없음	2	2	100.0	0	0.0	4.00
설립 연도별	1989년 이전	28	25	89.3	3	10.7	41.00
	1990 ~ 1999년	41	37	90.2	4	9.8	31.92
	2000 ~ 2004년	45	40	88.9	5	11.1	18.65
	2005 ~ 2008년	26	22	84.6	4	15.4	11.12
미디어 관련 진담 인력 여부별	있다	63	58	92.1	5	7.9	32.98
	없다	77	66	85.7	11	14.3	18.74
미디어 자원 봉사자 여부별	있다	41	38	92.7	3	7.3	29.41
	없다	99	86	86.9	13	13.1	23.42
시설 운영 여부별	운영	128	115	89.8	13	10.2	25.98
	비운영	12	9	75.0	3	25.0	7.20
	무응답	81	75	92.6	6	7.4	37.05
정부 지원 여부별	지원	58	48	82.8	10	17.2	8.00
	미지원	1	1	100.0	0	0.0	10.00
	무응답	6	5	83.3	1	16.7	51.50
상근자 규모별	없음	57	49	86.0	8	14.0	12.51
	1~2명	43	38	88.4	5	11.6	29.64
	3~5명	33	31	93.9	2	6.1	37.44
	6명 이상	1	1	100.0	0	0.0	10.00
	무응답	17	15	88.2	1	5.9	1

<부록4> 단체의 2007년 예산 현황

		사례수	총 예산	예산-사업비 (지원금 포함)	예산-운영비	예산-기타
전체		417	13,574,948.15	10,011,120.56	3,483,172.86	1,868,519.53
등록처 별	중앙부처	98	28,848,987.38	21,630,095.90	6,502,199.94	5,763,585.43
	대도시	89	16,543,961.40	14,390,270.94	2,128,167.31	729,376.02
	광역시도	213	5,904,486.34	3,373,904.34	2,638,972.95	788,460.60
	등록처없음	17	7,822,751.88	2,506,635.71	5,576,163.57	1,500,605.00
설립 연도별	1989년 이전	88	29,209,972.66	23,956,358.25	5,755,257.95	3,006,228.71
	1990 ~ 1999년	130	8,914,219.11	6,198,073.38	2,862,891.75	956,800.62
	2000 ~ 2004년	125	13,413,060.81	8,558,418.64	4,192,139.55	2,380,334.51
	2005 ~ 2008년	74	3,713,405.17	2,629,731.37	727,118.93	1,193,849.00
미디어 관련 전담 인력 여부별	있다	170	17,428,420.71	11,407,370.23	5,404,238.67	3,597,227.41
	없다	247	10,822,467.75	9,039,816.43	2,109,561.04	593,963.71
미디어 자원 봉사자 여부별	있다	121	2,650,566.78	1,741,521.09	1,029,910.34	202,422.29
	없다	296	18,220,949.42	13,493,057.17	4,530,039.20	2,479,421.85
시설 운영 여부별	운영	128	4,765,271.96	2,493,528.14	2,001,324.09	958,848.52
	비운영	244	18,196,417.62	13,966,027.87	4,325,930.46	2,350,509.39
	무응답	45
정부 지원 여부별	지원	190	7,199,143.72	4,751,487.10	2,325,553.70	1,412,679.66
	미지원	179	20,569,907.28	15,694,809.48	4,734,342.84	2,267,263.92
	무응답	48	10,000.00	7,000.00	4,000.00	1,000.00
상근자 규모별	없음	27	2,932,485.63	2,924,532.08	262,632.61	1,661.43
	1~2명	159	2,369,803.06	1,321,237.80	1,105,665.64	210,249.40
	3~5명	113	22,586,595.60	17,996,118.34	5,017,179.06	1,828,440.69
	6명 이상	70	29,165,565.86	19,984,654.80	7,855,184.16	6,351,547.21
	무응답	48	10,000.00	7,000.00	4,000.00	1,000.00

<부록5> 단체의 수입구조

		사례수	수입구조- 합계	수입구조- 회원 회비	수입구조- 기업/재단 후원비	수입구조- 정부지원금	수입구조- 자체수익 사업	수입구조- 기타
전체		417	100.00	40.02	22.27	28.80	20.83	14.88
등록처 별	중앙부처	98	100.00	31.47	24.47	30.83	22.29	19.64
	대도시	89	100.00	46.65	18.85	21.23	19.53	10.74
	광역시도	213	100.00	40.52	21.53	32.11	20.88	14.72
	등록처없음	17	100.00	44.53	38.40	20.14	20.17	13.75
설립 연도별	1989년 이전	88	100.00	37.11	20.77	33.53	20.42	17.79
	1990 ~ 1999년	130	100.00	44.53	19.15	23.06	20.09	13.79
	2000 ~ 2004년	125	100.00	38.33	24.45	29.38	16.39	16.51
	2005 ~ 2008년	74	100.00	37.58	26.25	33.00	30.92	9.98
미디어 관련 전담 인력 여부별	있다	170	100.00	39.72	18.18	30.03	19.48	19.60
	없다	247	100.00	40.23	24.99	27.85	21.74	11.57
미디어 자원 봉사자 여부별	있다	121	100.00	39.38	21.76	27.60	19.23	16.56
	없다	296	100.00	40.30	22.51	29.34	21.53	14.21
시설 운영 여부별	운영	128	100.00	40.58	20.91	30.72	22.77	9.69
	비운영	244	100.00	39.73	23.01	27.76	19.65	17.52
	무응답	45
정부 지원 여부별	지원	190	100.00	31.85	20.55	39.21	19.82	9.91
	미지원	179	100.00	48.10	24.29	9.61	21.84	19.75
	무응답	48	100.00	60.00	15.00	32.33	20.00	6.50
상근자 규모별	없음	27	100.00	38.63	22.19	29.22	23.83	15.64
	1~2명	159	100.00	44.21	27.29	29.03	18.94	12.22
	3~5명	113	100.00	37.71	20.06	24.11	22.03	20.51
	6명 이상	70	100.00	34.05	16.58	34.95	21.64	12.14
	무응답	48	100.00	60.00	15.00	32.33	20.00	6.50

<부록6> 2007년 정부지원금 수혜여부 및 지원규모

		사례수	그렇다		그렇지 않다		2007년 정부지원금 규모
			응답수	%	응답수	%	평균
전체		369	190	51.5	179	48.5	4,486,529.93
등록처 별	중앙부처	84	40	47.6	44	52.4	15,020,542.63
	대도시	81	41	50.6	40	49.4	372,664.12
	광역시도	188	106	56.4	82	43.6	2,229,563.71
	등록처없음	16	3	18.8	13	81.3	2,000.00
설립 연도별	1989년 이전	76	42	55.3	34	44.7	19,077,056.57
	1990 ~ 1999년	119	52	43.7	67	56.3	687,071.54
	2000 ~ 2004년	111	62	55.9	49	44.1	4,778.00
	2005 ~ 2008년	63	34	54.0	29	46.0	446,481.03
미디어 관련 전담 인력 여부별	있다	153	83	54.2	70	45.8	9,840,404.17
	없다	216	107	49.5	109	50.5	333,524.68
미디어 지원 봉사자 여부별	있다	110	59	53.6	51	46.4	1,241,167.00
	없다	259	131	50.6	128	49.4	5,948,181.94
시설 운영 여부별	운영	127	74	58.3	53	41.7	1,000,548.11
	비운영	242	116	47.9	126	52.1	6,710,345.92
정부 지원 여부별	지원	190	190	100.0	0	0.0	4,486,529.93
	미지원	179	0	0.0	179	100.0	.
상근자 규모별	없음	27	17	63.0	10	37.0	2,059,523.94
	1~2명	159	79	49.7	80	50.3	356,078.13
	3~5명	113	54	47.8	59	52.2	3,210,584.07
	6명 이상	70	40	57.1	30	42.9	15,398,176.70

<부록7> 사무공간 확보수준

		사례수	단독으로 사무실을 쓰고 있다		타 단체(들)와 같이 사무실을 쓰고 있다		일정한 사무 공간이 없다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		369	289	78.3	73	19.8	7	1.9
등록처 별	중앙부처	84	63	75.0	21	25.0	0	0.0
	대도시	81	65	80.2	15	18.5	1	1.2
	광역시도	188	151	80.3	32	17.0	5	2.7
	등록처없음	16	10	62.5	5	31.3	1	6.3
설립 연도별	1989년 이전	76	66	86.8	10	13.2	0	0.0
	1990 ~ 1999년	119	95	79.8	21	17.6	3	2.5
	2000 ~ 2004년	111	82	73.9	25	22.5	4	3.6
	2005 ~ 2008년	63	46	73.0	17	27.0	0	0.0
미디어 관련 전담 인력 여부별	있다	153	127	83.0	23	15.0	3	2.0
	없다	216	162	75.0	50	23.1	4	1.9
미디어 자원 봉사자 여부별	있다	110	91	82.7	17	15.5	2	1.8
	없다	259	198	76.4	56	21.6	5	1.9
시설 운영 여부별	운영	127	106	83.5	18	14.2	3	2.4
	비운영	242	183	75.6	55	22.7	4	1.7
정부 지원 여부별	지원	190	149	78.4	36	18.9	5	2.6
	미지원	179	140	78.2	37	20.7	2	1.1
상근자 규모별	없음	27	15	55.6	9	33.3	3	11.1
	1~2명	159	117	73.6	39	24.5	3	1.9
	3~5명	113	92	81.4	20	17.7	1	0.9
	6명 이상	70	65	92.9	5	7.1	0	0.0

<부록8> 사무공간 보유형태

		사례수	단체가 사무실을 직접 소유하고 있다		사무실을 임대하고 있다		무상으로 사용하고 있다	
			응답수	%	응답수	%	응답수	%
전체		362	49	13.5	222	61.3	91	25.1
등록처 별	중앙부처	84	15	17.9	50	59.5	19	22.6
	대도시	80	7	8.8	53	66.3	20	25.0
	광역시도	183	23	12.6	112	61.2	48	26.2
	등록처없음	15	4	26.7	7	46.7	4	26.7
설립 연도별	1989년 이전	76	26	34.2	24	31.6	26	34.2
	1990 ~ 1999년	116	13	11.2	73	62.9	30	25.9
	2000 ~ 2004년	107	8	7.5	81	75.7	18	16.8
	2005 ~ 2008년	63	2	3.2	44	69.8	17	27.0
미디어 관련 전담 인력 여부별	있다	150	23	15.3	95	63.3	32	21.3
	없다	212	26	12.3	127	59.9	59	27.8
미디어 자원 봉사자 여부별	있다	108	15	13.9	66	61.1	27	25.0
	없다	254	34	13.4	156	61.4	64	25.2
시설 운영 여부별	운영	124	16	12.9	82	66.1	26	21.0
	비운영	238	33	13.9	140	58.8	65	27.3
정부 지원 여부별	지원	185	28	15.1	107	57.8	50	27.0
	미지원	177	21	11.9	115	65.0	41	23.2
상근자 규모별	없음	24	1	4.2	13	54.2	10	41.7
	1~2명	156	18	11.5	91	58.3	47	30.1
	3~5명	112	7	6.3	80	71.4	25	22.3
	6명 이상	70	23	32.9	38	54.3	9	12.9

<부록9> 단체 사무국의 직원/근무자 수

		사례수	사무국 직원수 -상근자	사무국 직원수 -반상근자	사무국 직원수 -인턴	사무국 직원수 -자원활동가
			평균	평균	평균	평균
전체		417	10.83	1.26	0.20	9.50
등록처 별	중앙부처	98	35.51	1.56	0.30	8.89
	대도시	89	4.46	1.23	0.14	6.94
	광역시도	213	3.21	1.15	0.19	11.32
	등록처없음	17	3.13	1.00	0.06	4.25
설립 연도별	1989년 이전	88	39.70	0.84	0.16	14.82
	1990 ~ 1999년	130	3.24	1.40	0.20	7.29
	2000 ~ 2004년	125	3.27	1.20	0.18	9.32
	2005 ~ 2008년	74	3.68	1.59	0.27	7.56
미디어 관련 전담 인력 여부별	있다	170	21.61	1.54	0.32	8.80
	없다	247	3.20	1.06	0.11	10.00
미디어 자원 봉사자 여부별	있다	121	3.97	1.66	0.35	11.63
	없다	296	13.75	1.08	0.13	8.59
시설 운영 여부별	운영	128	5.50	1.43	0.23	15.94
	비운영	244	13.63	1.17	0.18	6.12
정부 지원 여부별	지원	45
	미지원	190	17.87	1.36	0.19	12.01
상근자 규모별	없음	179	3.37	1.15	0.21	6.84
	1~2명	48
	3~5명	27	0.00	1.11	0.11	3.93
	6명 이상	159	1.50	1.13	0.16	9.47

부록 2. 설문지

2008년 다음세대재단 비영리단체 미디어 활용 실태 조사

조사 목적

- 바쁘신 가운데 조사에 응해 주셔서 감사드립니다.
- 이 조사는 비영리 공익재단인 ‘다음세대재단’이 국내 비영리단체들의 미디어 활용 현황을 파악하여 관련 단체의 지원정책을 수립하기 위한 기초조사입니다.
- 다음세대재단(<http://www.daumfoundation.org>)은 다음커뮤니케이션(Daum Communication)의 주주 및 임직원들이 기부해서 설립한 비영리법인입니다.
- 이 조사는 통계적 목적으로만 사용되며, 단체 및 개인정보는 통계법에 따라 철저히 보호됩니다.
- 바쁘시더라도 이 조사결과가 비영리단체의 미디어 활용을 지원하는 방안을 강구하는 기초가 된다는 점을 생각하셔서 조사문항에 성의껏 응답해 주시면 감사하겠습니다.
- 설문 작성시 궁금한 사항이 있으면 언제든지 아래 연락처로 연락을 주십시오. 감사합니다.

<다음세대재단 비영리단체 미디어활용실태 조사팀>

책임연구 : 박소라(한양대 신문방송학과 교수)
공동연구 : 황용석(건국대 신문방송학과 교수)
연구조교 : 윤여록(한양대 신문방송학과 석사과정)
나혜정(건국대 신문방송학과 석사)

[응답요령] 이 조사는 개인이 아닌 단체의 미디어 활용현황에 대해 묻고 있습니다. 따라서 조직의 대표 또는 대표의 대행에 준하는 분께서 직접 응답해 주십시오.

[주요 조사용어]

- ‘대표’란 직원 중 단체를 실질적으로 대표하는 사람을 말합니다.
- ‘직원’이란 현재 1개월 이상 업무를 함께 하는 구성원이 모두 포함됩니다.
- ‘직원’은 일반 회원/참여자와는 구분되어 본 단체에서 실질적인 운영업무를 담당하는 인원을 말합니다.
- ‘미디어’는 전통적인 매스미디어(텔레비전, 신문, 잡지, 라디오 등) 뿐 아니라 인터넷과 같은 디지털 미디어를 모두 포괄합니다.

<상근 또는 대표에 의한 자기기입식조사>

※ 본 조사에서 인터넷은 무선인터넷을 포함합니다.

단체 특성

1. 귀 단체의 활동영역에 관한 질문입니다. 해당되는 곳에 모두 표시해 주십시오.

활동영역	해당되는 곳에 체크하십시오
① 정치	
② 복지	
③ 노동/실업	
④ 여성	
⑤ 가족/청소년	
⑥ 노인	
⑦ 교육	
⑧ 도시문제	
⑨ 보건/의료/식품	
⑩ 법률	
⑪ 역사/문화	
⑫ 예술/문화	
⑬ 환경	
⑭ 지역	
⑮ 의식/정신 (종교는 제외)	
⑯ 학술/연구	
⑰ 국제/다문화	
⑱ 교통/ 자동차	
⑲ 스포츠	
⑳ 과학	
㉑ 자원봉사	
㉒기타 (구체적으로 기입)	

2. 귀 단체 활동 분야를 키워드로 구체적으로 표현하면 무엇인가요? 최대 3개까지 적어주십시오

(예: 습지보존, 장애인이동서비스, 청소년 인터넷 중독치료, 개인정보보호 운동 등)

()

()

()

단체의 미디어 일반 현황

3. 귀 단체에는 미디어 관련 전담인력(홍보/방송영상/인쇄물제작/인터넷홈페이지 등 운영)이 있습니까?

① 있다 _____명 ② 없다

4. 귀 단체에는 미디어 활동을 돕는 자원봉사자가 있습니까?

① 있다 _____명 ② 없다

❖ 미디어 관련 활동성

5. 제시된 항목으로 홍보활동을 얼마나 하고 있는지 표시하여 주십시오.

- 하고 있으면 해당 문항에 체크하고 그 횟수를 기입

종류	하고 있다	하고 있다면
① 정기간행물(인쇄물)		년 회
② 정기 온라인 뉴스레터		년 회
③ 전체 이메일 보내기		년 회
④ 캠코더로 동영상 제작		년 회
⑤ 신문/잡지 광고 게재		년 회
⑥ 보도자료 작성, 배포		년 회

❖ 정보화기기 보유 관련

6. 귀 단체에서는 다음과 같은 정보화 기기를 보유 하고 있습니까? 보유하고 있는 정보화 기기의 대수를 기입해 주십시오.

보유하지 않는 것은 “0”으로 기입해 주십시오.

항 목	보유 대수
① 데스크탑 컴퓨터	대
② 노트북 컴퓨터	대
③ DMB 수신기	대
④ 프린터	대

⑤ 스캐너	대
⑥ 복합기(프린터, 스캐너, 복사기 겸용)	대
⑦ DVD 플레이어	대
⑧ 디지털 TV	대
⑨ 디지털 카메라	대
⑩ 디지털 캠코더	대
⑪ 화상카메라·웹카메라(웹캠)	대
⑫ 빔 프로젝터	대
⑬ 기타 (적어 주십시오 : _____)	대

7. 귀 단체에서 사용하고 있는 ‘소프트웨어’ 가운데 라이선스를 취득한 정품은 전체 사용 소프트웨어의 몇 % 정도를 차지합니까?

_____ %

8. 귀 단체에서는 한 달에 미디어 및 통신비에 얼마를 지출하십니까? 각 해당항목에 직접 기입하여 주십시오.

미디어 및 통신의 종류	월간 이용료
① 전화 및 인터넷 접속료	만원
② 서버 임대료	만원
③ 웹스토리지(웹 하드 등)	만원
④ 웹관리비(호스팅비 등)	만원
⑤ 신문/잡지 등 인쇄매체 구독료	만원
⑥ 텔레비전/케이블/위성 등 수신료	만원
⑦기타 (구체적으로 적어주십시오.)	만원

단체의 인터넷 이용현황

9. 귀 단체에서 인터넷에 접속할 때 이용하는 방법은 무엇입니까? 모두 선택하여 주십시오.

(접속방법을 잘 모를 경우, 보기 8)에 인터넷 접속 가입회사를 적어주십시오)

- 1) xDSL(ADSL, VDSL 등)
- 2) 케이블 모뎀(CATV)
- 3) ISDN(종합정보통신망)
- 4) 전화(모뎀) 접속

- 5) FTTH(주택용 광랜, KT엔토피아 등)
- 6) 무선랜(KT 네스팟, 하나포스 W, 데이콤 에어랜 등)
- 7) 무선인터넷(와이브로, HSDPA)
- 8) 잘모름(가입회사 _____)

10. 사무실에서 인터넷 접속을 어떻게 하십니까?

- ① 유선만으로 한다.
- ② 무선만으로 한다.
- ③ 유선과 무선을 모두 한다.

11. 귀 단체 명의로 개설해서 활용하고 있는 인터넷 서비스는 무엇입니까? 해당되는 난에 모두 표시해 주세요.

항 목	있다	갯수
① 자체 홈페이지		개
② 단체가 발행하는 인터넷신문		개
③ 단체가 운영하는 인터넷 방송		개
④ (포털 등에 개설된)인터넷 카페		개
⑤ 단체 블로그(포털, 블로그 전문 사이트 등에 개설된)		개
⑥ 동영상 전문 사이트에 개설한 자체 채널 (예: 판도라, 엠군, 아프리카 등)		개

귀 단체의 인터넷 홈페이지 활용성 평가

12. 귀 단체는 자체도메인을 보유하고 있습니까?

① _____ 있음:
http://_____

② 없음: 없으면 25번 문항으로.

☞ 자체 홈페이지가 있는 경우

13. 귀 단체는 자체 웹서버나 웹 호스팅 중

어떤 방식으로 홈페이지를 운영하십니까?

- ① 자체 웹서버
- ② 서버 호스팅

(서버환경이 설치된 컴퓨터를 통째로 빌려서 사용)

③ 웹 호스팅

(서버 환경이 설치된 컴퓨터의 일부 저장 공간을 빌려 사용)

④ 모르겠다.

14. (웹 서버를 갖춘 경우) 귀 단체가 이용하는 웹서버의 운영체제는 무엇입니까?

① 리눅스

② 윈도우 운영체제

③ 기타

(적어주십시오 : _____)

④ 모르겠다.

15. 귀 단체에서는 미디어 서버를 별도로 운영하고 계십니까?

① 예

② 아니오

16. 다음은 홈페이지에서 제공이 가능한 기능들입니다. 귀 단체에서 홈페이지를 통하여 자체적으로 제공하는 서비스에 모두 표시해주십시오.

홈페이지 서비스	제공한다	제공하지 않는다	무엇인지 모르겠다
① 회원 커뮤니티 서비스 (카페, 클럽 등)			
② 설치형 블로그			
③ 게시물에 대한 댓글 달기 기능			
④ RSS 기능 (이용자 선택정보 발송)			
⑤ 트랙백 기능 (게시글을 다른이에게 알림)			
⑥ 동영상 서비스			
⑦ 시각 장애인을 위한 음성 서비스			
⑧ 회원 게시판			
⑨ Q&A/질의 응답 메뉴			
⑩ 보고서 등 자료제공			
⑪ 외국어 서비스			
⑫ 사진/동영상 등 자료를 보관하는 웹스토리지/웹하드			
⑬ 인트라넷			
⑭ 업무 중 메신저 서비스			
⑮ 웹메일 서비스			
⑯ 온라인 폴(투표)			

17. 귀 단체에서는 아래의 활동을 하는데 있어서 홈페이지를 얼마나 활용하고 하고 있습니까?

활동 내용	전혀 활용하지 않는다	매우 많이 활용한다
① 단체소식 전달	①---②---③---④---⑤	
② 회원모집	①---②---③---④---⑤	
③ 대외홍보	①---②---③---④---⑤	
④ 모금기부	①---②---③---④---⑤	
⑤ 회원 간 의견정보교류	①---②---③---④---⑤	

18. 위에서 제시된 활동 외에 홈페이지로 하고 있는 다른 활동이 있다면 적어주십시오.

(_____)

19. 귀 단체는 자체 메일계정을 사용하고 계십니까? (단체 고유의 도메인이 들어간 메일계정, 예; aaa@kku.or.kr)

① 사용하고 있다

② 없다

③ 계정은 있으나 잘 사용하지 않는다.

20. 귀 단체의 자체 홈페이지에서 제공하는 기능 이외에 단체 운영을 위해 외부 상용화 서비스를 부가적으로 사용하는 것이 있다면 모두 체크해주십시오.

(예시에 포함되지 않았더라도 아래 명시된 유형에 해당되시면 이용으로 표시해 주십시오)

부가서비스	이용한다	이용하지 않는다	무엇인지 모르겠다
① 메일링 서비스 (메일 기반의 커뮤니티 서비스로 진보넷 메일링, 구글 그룹스 등)			
② 뉴스레터 서비스 (예: 포스트맨, 오즈메일, 마이크로탐텐 등)			
③ 메타블로그 서비스 (예: 올블로그, 믹시, 버즈블로그 등)			

④ 서비스형 블로그 (예: 네이버, 다음 등 포털에서 개설한 블로그, 믹시, 블로거뉴스 등)			
④ 동영상 서비스 (예: TV팟, 태그스토리, 엠군, 판도라, 아프리카 등)			
⑤ 메신저 서비스 (예: 네이트온, MSN 등)			

21. 귀 단체 홈페이지에 대하여 다음 정보를 기입하여 주십시오.

- 1) 일일 방문자 수
 ① _____ 명
 ② 집계하지 않는다/알수 없다
- 2) 일일 평균 올라오는 게시물의 수 _____ 개

❖ 사이트의 제공서비스

22. 아래 내용은 홈페이지의 운영정책과 관련된 문항입니다. 해당되는 란에 표시해 주십시오.

홈페이지 정책	① 있다	② 없다	③모르겠다
①개인정보 보호정책			
②저작권 정책			
③해킹 대비 보안대책			
④회원가입시 실명(본인)확인			

23. 귀 사이트는 게시판이나 댓글에 글을 쓸 때 작성자의 실명(본인)확인하는 절차를 요구하고 있습니까?

- ① 모든 게시판에 요구하고 있다
 ② 특정 게시판에만 요구하고 있다
 ③ 요구하지 않고 있다

24. 귀 사이트에 마련된 문의게시판이나

대표메일로 문의나 건의사항이 접수되는 경우에 답변에 걸리는데 얼마나 걸립니까?

평균 _____ 일 혹은
 평균 _____ 시간

☞ 자체홈페이지에 대하여 응답한 경우에는 27번 문항으로 가시오

☞ 자체 홈페이지가 없는 경우

25. (홈페이지가 없는 경우) 귀 단체의 홈페이지가 없는 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 전문 인력이 부족해서
 ② 비용이 부담스러워서
 ③ 필요성을 느끼지 못해서
 ④ 포털의 카페나 블로그 이용만으로 충분해서
 ⑤ 기타
 (구체적으로 : _____)

26. 향후 자체 홈페이지를 운영할 계획이 있습니까?

- ① 있다 ②없다

자체 홈페이지 이외의 인터넷 서비스 활용

27. 귀 단체에서 포털 등에 개설한 카페가 있습니까?

- ①있다 ②없다(☞ 30번으로)

28. 포털 등에 개설된 카페가 있다면, 개설되어 있는 인터넷 서비스 회사명을 적어 주십시오.

개설한 인터넷카페	개설한 인터넷 서비스 회사명 (예: 다음, 네이버, 싸이월드 등)
① 카페1	
② 카페2	
③ 카페3	
④ 카페4	

29. 귀 단체에서 포털 등의 인터넷 카페를 이용 시 아래의 목적별로 얼마나 활용하고 있습니까?

활동 내용	전혀 활용하지 않는다 ----- 매우 많이 활용한다
① 단체소식 전달	①---②---③---④---⑤
② 회원모집	①---②---③---④---⑤
③ 대외홍보	①---②---③---④---⑤
④ 모금/기부	①---②---③---④---⑤
⑤ 회원 간 의견/정보 교류	①---②---③---④---⑤
⑥ 기타 (구체적으로 적어 주세요)	

30. 귀 단체에서 운영하는 블로그 또는 미니홈피 서비스가 있습니까?

- ① 있다 ② 없다 (☞ 33번으로)

31. 귀 단체에서 운영하는 블로그/미니홈피 서비스가 있다면, 개설되어 있는 인터넷 서비스 회사명을 적어 주십시오.

개설한 인터넷 블로그	개설한 인터넷 서비스 회사명 (예 다음, 네이버, 싸이월드, 이클루스, 타스토리 등)
① 블로그1	
② 블로그2	
③ 블로그3	
④ 블로그4	

32. 귀 단체에서 블로그/미니홈피 이용 시 아래의 목적별로 얼마나 활용하고 있습니까?

활동 내용	전혀 활용하지 않는다 ----- 매우 많이 활용한다
① 단체소식 전달	①---②---③---④---⑤
② 회원모집	①---②---③---④---⑤
③ 대외홍보	①---②---③---④---⑤

④ 모금/기부	①---②---③---④---⑤
⑤ 회원 간 의견/정보 교류	①---②---③---④---⑤
⑥ 기타 (구체적으로 적어 주세요)	

인터넷을 통한 활동

33. 귀 단체의 활동을 온라인을 통한 활동과 오프라인을 통한 활동으로 구분할 때 어느 분야의 활동 비중이 높습니까?

- ① 온라인의 비중이 높다.
② 오프라인의 비중이 높다.
③ 온라인과 오프라인의 비중이 비슷하다.

34. 귀 단체는 아래 내용들을 인터넷상의 홈페이지, 카페, 블로그 등에서 얼마나 실행하고 있습니까?

매체 구분 없이 포괄적인 활동을 평가하여 주십시오.

활동 내용	전혀 하지 않는다 ----- 매우 자주 한다
① 회원을 대상으로 한 메일링 리스트를 관리하고 있다.	①---②---③---④---⑤
② 주기적으로 회보나 소식을 게재한다	①---②---③---④---⑤
③ 동영상으로 된 정보를 정기적으로 게재한다	①---②---③---④---⑤
④ 블로그 등에 단체활동을 소개하는 글을 주기적으로 게재한다	①---②---③---④---⑤
⑤ 단체와 관련된 인터넷상의 질의나 댓글에 적극적으로 대응한다	①---②---③---④---⑤
⑥ 단체 활동을 알리는 배너 광고를 게재한다	①---②---③---④---⑤

35. 귀 단체에서는 아래의 활동을 얼마나 하고 계십니까?

활동 내용	전혀 하지 않는다 ----- 매우 자주 한다
① 언론에 보도되도록 보도자료를 적극적으로 배포한다	①---②---③---④---⑤

장 필요한 교육 분야는 어떤 분야입니까?
구체적으로 적어주십시오.
()

42. 귀 단체의 현행 미디어 운영능력이 얼마나 뛰어나다고 생각하십니까?

미디어 보유 및 운영능력	전혀 뛰어나지 않다	----	매우 뛰어나다
① 홍보 능력	①---②---③---④---⑤		
② 웹 운영능력	①---②---③---④---⑤		
③ 미디어 장비 보유	①---②---③---④---⑤		
④ 미디어 인력	①---②---③---④---⑤		

43. 귀 단체에서 미디어를 잘 활용하기 위하여 가장 필요한 기자재는 무엇입니까?
(현재 보유하고 있더라도 더 필요한 경우 해당란에 체크해 주십시오.)

- ① 디지털 카메라/캠코더
- ② 컴퓨터 및 주변기기(프린터/스캐너 등)
- ③ 소프트웨어
- ④ 소모품

44. 미디어 활용과 관련하여 어떤 지원이 가장 필요한지 자세히 적어주십시오.
()

다음세대재단의 사업

45. 귀하께서는 이번 질문지를 접하시기 전에 다음 세대재단에 대해 알고 계셨습니까? 아래 가운데 한 가지만 선택해 주십시오.

- ① 전혀 몰랐다
- ② 이름만 들었다
- ③ 홈페이지를 방문한 적이 있다
- ④ 다음세대재단 사업/행사에 신청 또는 참여한 적이 있다
- ⑤ 다음세대재단과 사업이외에도 자주 협의하는 편이다

46. 다음세대재단에서 운영하는 <비영리단체를 위한

IT지원센터 아이티캐너스>에 대해 알고계십니까? 아래 가운데 한 가지만 선택해 주십시오

- ① 전혀 몰랐다
- ② 이름만 들었다
- ③ 홈페이지를 방문한 적이 있다
- ④ 아이티캐너스 사업/행사에 신청 또는 참여한 적이 있다

47. 다음세대재단은 <비영리단체를 위한 IT지원센터 아이티캐너스>를 운영을 통해 비영리단체들의 미디어 및 인터넷 관련 사업에 필요한 각종 교육/훈련프로그램 제공과 기술 및 기금 지원 사업 등을 진행하고자 합니다. 비영리단체의 미디어, 인터넷 IT 사업과 관련하여 지원이 필요한 분야나 구체적인 프로그램이 있으시면 자유롭게 기술해주시기 바랍니다. (적어주신 의견은 향후 비영리단체의 IT지원센터의 사업계획에 적극 반영할 계획입니다.)
()

단체의 규모 및 재정적 특성

48. 귀 단체는 시설을 운영하고 있습니까?

- ① 예 ☞ 50번으로 가시오
- ② 아니오 ☞ 49번으로 가시오

49. (시설 운영하지 않는 단체) 귀 단체의 회원 수는 몇 명입니까?

49-1. 등록회원 총 _____명

49-2. 최근 6개월 이내 회비 납부 회원 _____명

*정기회비를 받지 않는 경우 후원금을 낸 인원

50. (시설을 운영하는 단체) 귀 단체의 월 평균 이용자수는 몇 명입니까? 평균 _____명

50-1. 강연프로그램 등 시설운영여부

- ①예 ②아니오

50-2. 시설의 자원 봉사자 수 _____명

* 위 이용자에는 '자원봉사자'는 포함하지 않습니다.

51. 귀 단체의 년 간 예산은 총 얼마입니까?
-2007년 한해를 기준으로 작성해주시시오-

사업비 _____ 만원
(지원금 포함)
운영비 _____ 만원
기타 _____ 만원

총 예산 _____ 만원

52. 귀 단체의 수입구조는 어떠합니까?
(비율할당 : 100% 기준)

- ① 회원 회비 _____%
- ② 기업/재단 등 후원비 _____%
- ③ 정부 지원금 _____%
- ④ 자체 수익사업 _____%
- ⑤ 기타 _____%

53. 귀 단체는 2007년도에 정부지원금을 받았습니까?

- ① 그렇다 _____ 만원
- ② 그렇지 않다.

54. 귀 단체는 사무공간이 있습니까?

- ① 단독으로 사무실을 쓰고 있다
 - ② 타 단체(들)와 같이 사무실을 쓰고 있다
 - ③ 일정한 사무 공간이 없다
- 56번으로 가시오

55. 사무공간의 보유형태는 어떠합니까?

- ① 단체가 사무실을 직접 소유하고 있다
- ② 사무실을 임대를 하고 있다
- ③ 무상으로 사용하고 있다

56. 귀 단체의 사무국(운영국)의 직원/근무자 수는 각각 몇 명입니까? 지금 현재시점을 기준으로 적어 주십시오

- 56-1. 상근자 총 _____ 명
- 56-2. 반상근자 총 _____ 명
- 56-3. 인턴 총 _____ 명
- 56-4. 자원활동가 총 _____ 명

응답자에 대한 기초통계

바쁘신 가운데 끝까지 조사에 답해 주셔서 감사드립니다. 마지막으로 통계처리를 위하여 귀하의 기본 특성에 대해 여쭙겠습니다.

57. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성
- ② 여성

58. 귀하는 나이는 몇 세이십니까?

_____세(만)

59. 귀하의 단체 내 활동부서 및 직책은 무엇입니까?

활동부서: _____

직 책 : _____

60. 귀하는 현재 단체에서 활동하신지 얼마나 되셨습니까?

만 _____년

61. 귀하는 현재 소속된 단체를 포함하여 비영리단체에서 활동한지는 얼마나 되셨습니까?

만 _____년

대단히 감사합니다. 귀하의 답변 자료는 비영리 단체지원에 유용하게 사용될 것입니다.