

2008년 비영리 단체의 미디어 활용 실태 조사(요약)

2009.6.26

■ 조사개요

○ 비영리 단체의 미디어 이용환경 및 능력의 중요성이 대두

- 디지털 기술을 매개로한 사회적 커뮤니케이션이 확산되면서, 미디어 이용능력이 비영리 단체 활동에 중요한 요인으로 자리 잡음.
- 민간의 자발적 결사체로서 소통은 비영리 단체의 핵심 기능으로 여겨짐. 따라서 소통능력을 높이는 것은 비영리 단체의 활동능력을 높이는 것과 직결됨
- 비영리 단체는 시민사회의 의제를 국가에 전달하고, 사회적 신뢰망으로서 기능을 수행하는 데 있어 그 기반이 되는 디지털 기술의 이용은 조직 활동의 성공 여부를 결정지음
- 이러한 중요성에도 불구하고 비영리 단체의 미디어 활용과 관련한 지원정책 수요조사 및 지원 사업이 거의 전무한 실정

○ 비영리 단체의 미디어 활용 환경에 대한 기초 자료를 제공

- 비영리 단체의 미디어 활용 환경과 관련한 체계적인 조사를 통해 향후 민·관에 서 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 맞추므로써 (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

○ 이에 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.
- 셋째, 비영리 단체의 미디어 지원 현황을 조사함. 비영리 단체의 미디어 운영 능력에 대한 평가, 인터넷 활용을 증진시키기 위한 지원 그리고 다음세대재단에 대한 인지도를 조사함.

○ 비례할당 및 체계적 추출법을 통해 전국의 비영리 단체들 중 417개 단체를 분석

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

<표1> 최종 표집현황

구분		개수	비율(%)	비고
중복 제외한 전체 리스트		6,331		
추가 list (다음에서 보내온)		553		
총 조사대상 리스트 (모집단) (a)		6,884		
조사대상자 리스트확보 (전화 접촉) (b)		2,282	33.1	b/a
조사 참여	접속 후 무응답 (c)	664	29.1	c/b
	중복응답(중도탈락포함) (d)	120	5.3	d/b
	조사 참여(유효) (e)	512	22.4	e/b
	계 (f)	1,296	56.8	f/b
최종 분석에 투입한 유효표본		417		

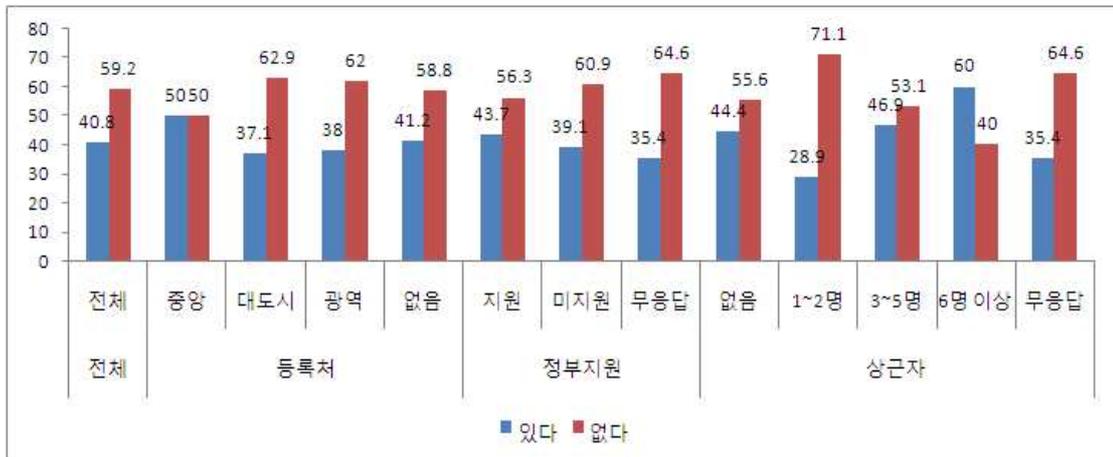
■ 조사결과

- 비영리 단체의 미디어 관련 인력은 아직 부족한 상황이고, 단체의 특성에

따라 차이를 보임.

- 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.

<그림1> 비영리 단체의 미디어 전담인력 보유 비중(%)



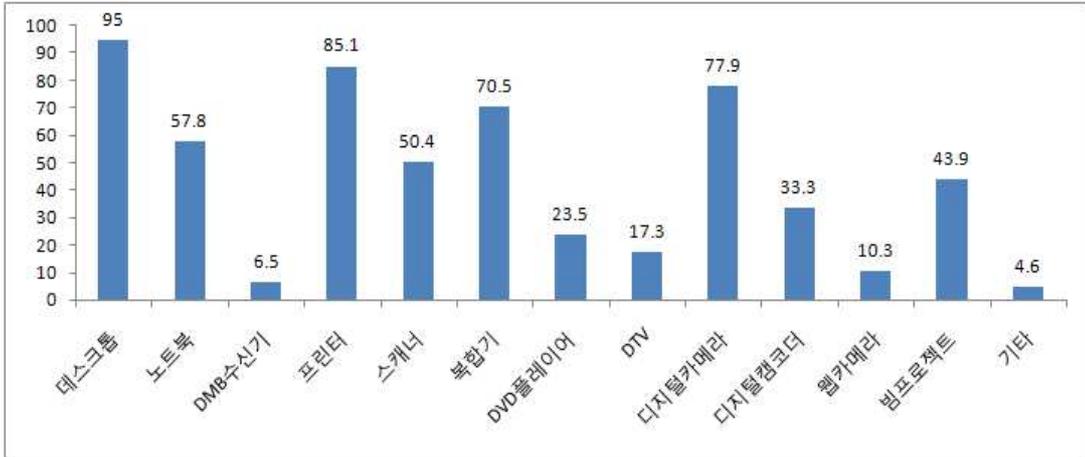
- 비영리 단체의 미디어 활동을 돕는 봉사인력이 있는 단체는 매우 낮음. 미디어 전담인력이 있는 단체의 41.8%가 미디어 자원봉사인력이 있는 것으로 조사된 반면, 미디어 전담인력이 없다고 응답한 단체의 경우는 20.2%만이 미디어 자원봉사인력이 있는 나타남

○ 비영리 단체는 기본적으로 컴퓨터 및 관련 기기를 보유하고 있으나, 멀티 미디어 관련 기기의 보유는 미비함.

- 비영리 단체의 95.9%가 데스크톱 컴퓨터를, 85.1%가 프린터를, 70.5%가 복합 기기를 보유하고 있음. 반면, 노트북 컴퓨터와 스캐너의 보유율은 전체의 절반에 그침.
- 디지털카메라(77.3%)를 제외한 디지털 캠코더(33.4%), DVD 플레이어(23.5%), 디지털 TV(17.3%), 웹 카메라(9.4%), DMB(6.5%), 등 최신 정보화기기의 보

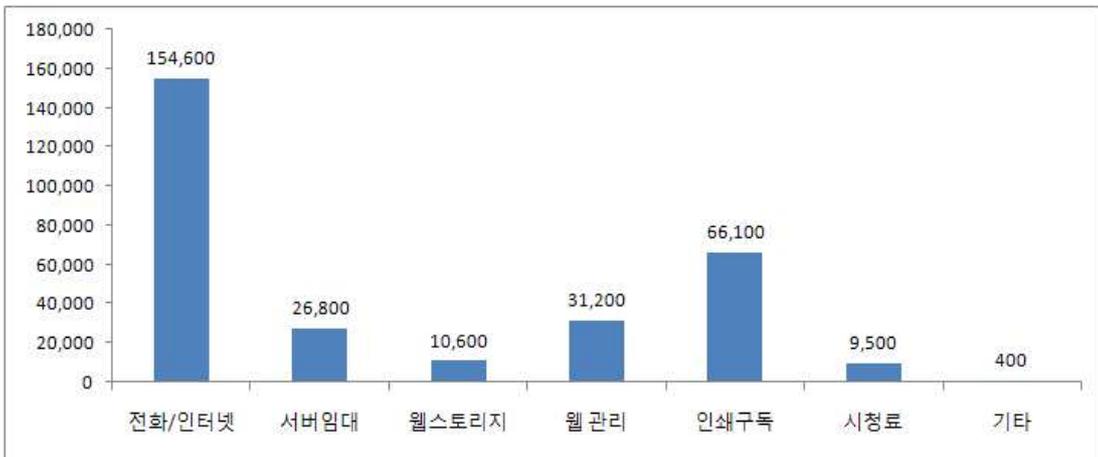
유율은 저조함.

<그림2> 비영리 단체의 정보화 기기 보유 비중(%)



- 문서작성(워드), 계산(엑셀), 발표자료(파워포인트) 소프트웨어의 활용도는 높은 반면, 동영상 편집, 웹 제작, 그래픽 소프트웨어 활용도는 낮음.
- 오프라인 미디어 관련 지출비율이 높으며, 월 평균 미디어 관련 지출은 전화 및 인터넷 접속료가 가장 많음.

<그림3> 비영리 단체의 월 평균 미디어 지출비용(단위: 원)



- 신문 및 잡지 구독이 61.4%로 가장 높은 가운데 웹 관리가 38.6%, 서버임대가 30.0%, 정품 소프트웨어 사용이 12.2%로 나타남.
- 구매 이외에 추가비용이 발생하지 않는 정품 소프트웨어 관련 지출을 제외한

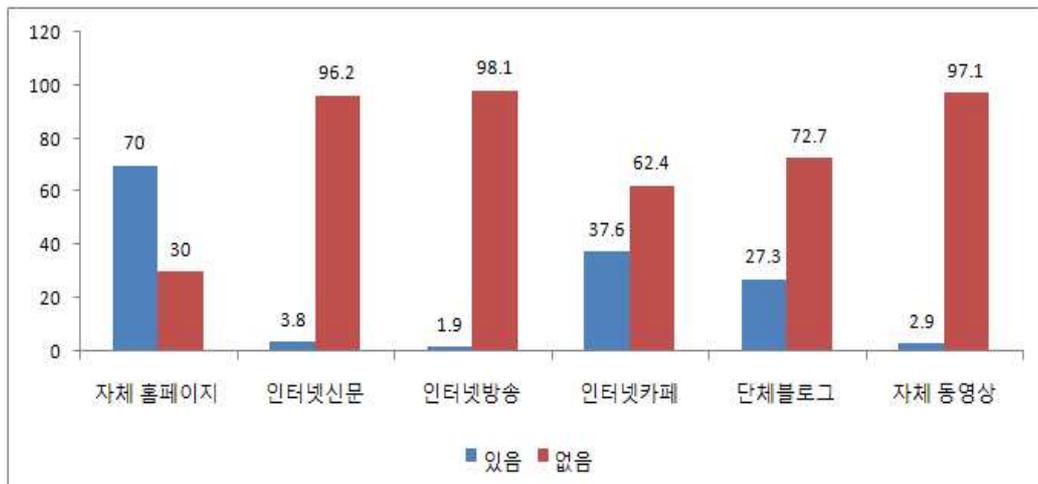
비영리 단체의 월 평균 미디어 관련 비용 지출을 살펴본 결과 전화 및 인터넷 접속료가 월 평균 15만 4,600원으로 가장 발생함.

- 미디어 관련 전담 혹은 자원봉사 인력이 존재할 경우 전화 및 인터넷 접속료, 서버임대료, 웹 관리 비용, TV 시청료가 많이 지출된 반면, 웹 스토리지는 관련 인력이 없는 경우에 더 많은 비용이 지출됨.

○ 상근자의 규모와 미디어 관련 인력의 보유에 따라 비영리 단체의 인터넷 활동이 활발함.

- 자체 홈페이지 보유율은 높으나 홈페이지 상에서 온라인뉴스, 동영상, 방송 서비스 제공은 거의 하지 않고, 카페나 블로그를 많이 활용함. 상근자수, 미디어 전담인력, 미디어 관련 자원봉사자가 있는 경우에 대부분의 서비스 제공비율이 높게 나타나 인력이 있는 경우에 관련 서비스가 비교적 활성화되고 있음을 확인함

<그림4> 비영리 단체의 인터넷 서비스 활용정도(%)



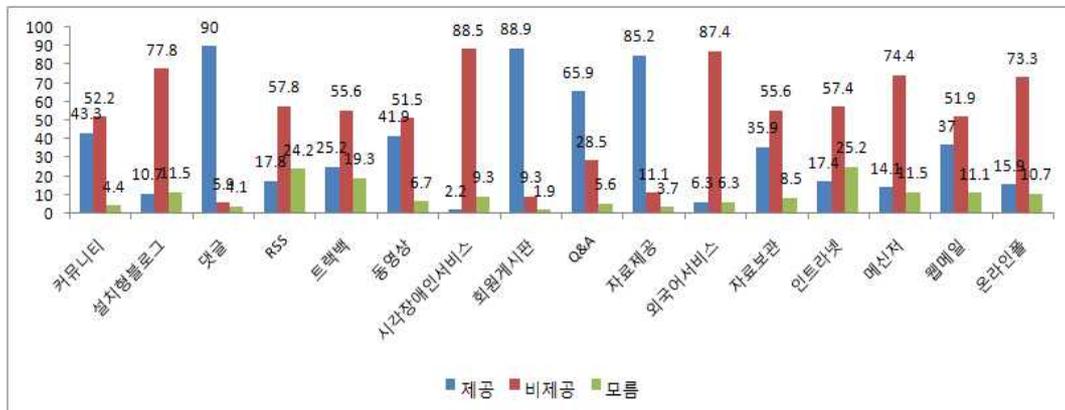
○ 서버와 운영체계에 대한 비영리 단체의 인식은 낮은 편.

- 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.

○ 비영리 단체의 인터넷 부가서비스 활용은 이용자와의 상호작용은 제공되고 있으나, 새로운 형태의 서비스에 대한 활용은 저조함.

- 홈페이지 서비스 중 회원게시판, 질의응답, 댓글 달기와 같은 기본적 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

<그림5> 비영리 단체의 인터넷 부가서비스 활용정도(%)



○ 비영리 단체의 홈페이지 이용은 소식전달을 비롯한 단순 기능에 치우침.

- 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.

○ 비영리 단체의 홈페이지 부가서비스 이용은 저조한 편.

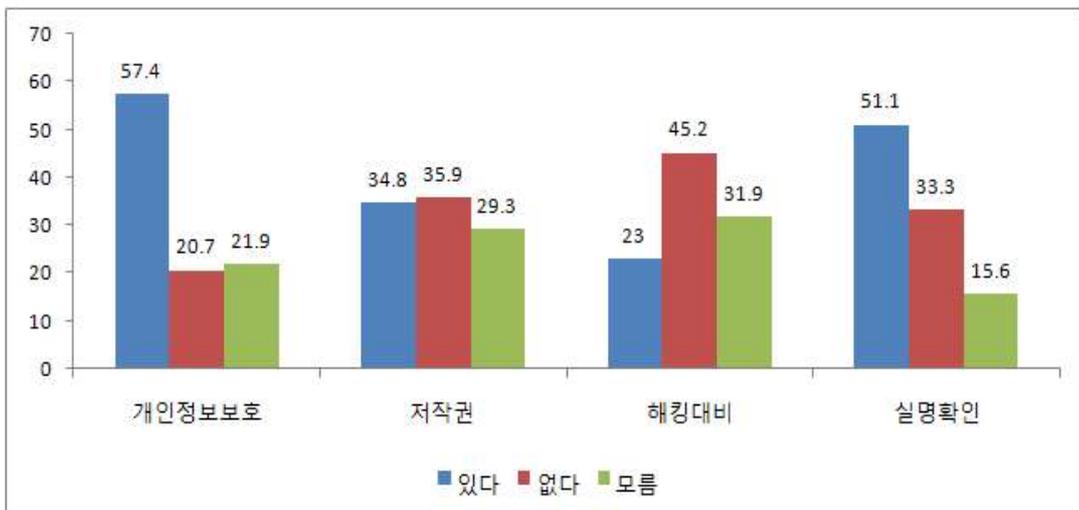
- 부가 서비스인 메일링, 뉴스레터, 메타 블로그, 서비스형 블로그, 동영상 서비스 등의 이용정도는 대부분 매우 낮게 나타났고, 미디어 전담인력이 있거나 미디어 자원 봉사자가 있는 경우, 상근자수가 많은 경우에 활용을 더 많이 하는 것으로 나타나 전반적으로 홈페이지의 부가적인 서비스의 활용도는 낮은 것으로 나타

남.

○ 홈페이지 관리 관련 법적, 제도적 대책은 대체로 미비한 편.

- 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

<그림6> 비영리 단체의 홈페이지 관리 및 운영정책



○ 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 대외홍보를 위한 이용은 비교적 활발하였음. 블로그의 경우 카페와는 달리 회원 간 의사소통으로 활용도가 높지 않음

○ 비영리 단체가 가장 필요로 하는 지원은 주로 인력 분야임.

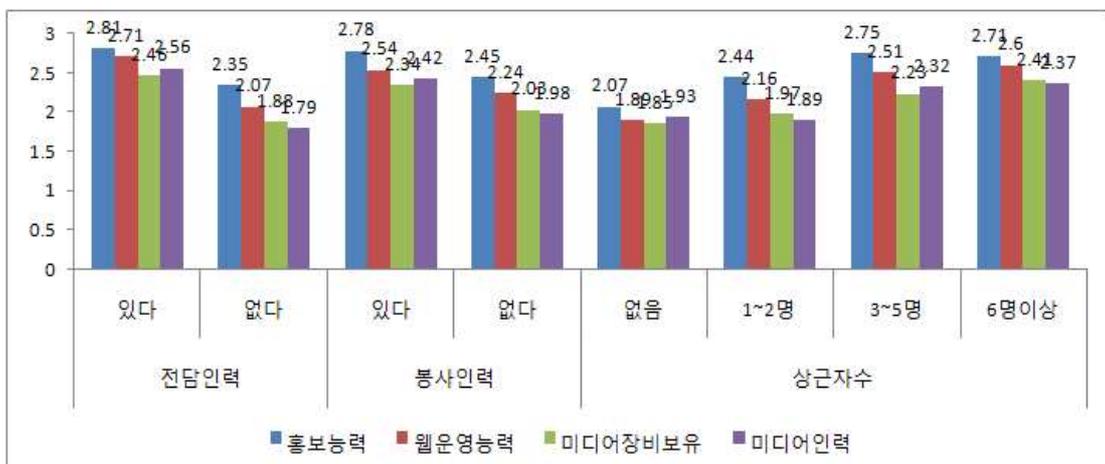
- 비영리 단체에게 가장 필요한 지원 분야는 관리 인력과 인력교육 등 인력과 관련된 사안이 두드러졌으며, 상근자수가 적고 미디어 전담인력이나 봉사자가 없는 경우에 이러한 추세가 더욱 강함.

<표2> 인터넷 운영능력 향상을 위한 필요한 지원영역(%)

		기자재	서버	인력교육	활동비	관리인력
전체		12.7	3.3	23.4	21.6	38.9
전담인력 여부	있다	14.2	5.6	25.3	21.6	33.3
	없다	11.7	1.7	22.1	21.6	42.9
봉사자 여부	있다	11.4	1.8	21.9	28.9	36.0
	없다	13.3	3.9	24.0	18.6	40.1
상근자 규모	없음	11.1	11.1	25.9	29.6	22.2
	1~2명	11.3	1.9	24.5	28.3	34.0
	3~5명	17.7	3.5	18.6	15.9	44.2
	6명 이상	11.4	4.3	30.0	12.9	41.4
	무응답	4.2	0.0	16.7	20.8	58.3

- 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/캠코더임.
- 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.

<그림7> 비영리 단체의 현행 미디어 운영능력 평가(5점 척도)



■ 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 모색해야할 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 기술 및 미디어 운영 및 기술 관련 교육과 미디어교육의 필요성에 대한 인식교육으로 구분하여 체계적으로 수행할 필요가 있음