

中国公益组织互联网 使用情况分析

麻省理工学院新媒体行动实验室

中国科学技术大学知识管理研究所

中山大学公民与社会研究中心

2010 年 5 月 20 日

【版权声明】



本调研报告遵从[知识共享署名-非商业性使用-禁止演绎 2.5 中国大陆许可协议](#)。

【说明】

此项调研由五家合作伙伴共同发起与执行。美国麻省理工学院、中国科学技术大学、中山大学、NGO 发展交流网与自然之友于 2009 年 10 月下旬在全国展开网上调研，2009 年 11 月底结束，共收回有效问卷 401 份。

【摘要】

1. 在参与调查的 401 家公益组织中，183 家位于西部地区，147 家位于东部地区，位于中部地区的仅有 71 家。
2. 在参与调查的 401 家公益组织中，通过各级民政部门、工商部门注册的分别占 36.91% (148 家) 和 13.47% (54 家)；在各级机关事业单位内部注册的占 17.46% (70 家)；

- 通过网络注册组织的占 14.46% (58 家); 另有 17.96% (72 家) 尚未注册。
3. 在参与调查的 401 家公益组织中, 拥有网上博客的占 56.11% (225 家); 拥有网上论坛的占 49.13% (197 家)。
4. 在参与调查的 401 家公益组织中, 有 69.33% (278 家) 申请了域名, 剩下的 30.67% (123 家) 尚未申请域名。
5. 在参与调查的 401 家公益组织中, 超过一半(210 家)在互联网使用方面基本无限制; 20.45% (82 家)缺乏上网的技能, 3.49% (14 家) 没有合适接入方式, 其余组织在硬件、上网经费等方面受限。
6. 在受调查的 401 家公益组织中, 绝大部分通过 ADSL 宽带访问互联网, 占 72.6%; 通过接入局域网进行互联网访问的位列其次, 占 13.72%; 使用无线上网卡的最少, 仅占 2.74%。
7. 本次调研中, 390 家公益组织在上一年度筹集经费方面给出有效答案。其中经费总额位于人民币 “1000-10000 元” 区间的组织所占比例最高, 共 83 家; 紧随其后的有 78 家和 76 家组织上一年度筹集的经费分别位于 “10 万-50 万元” 区间和 “5 万元-10 万元” 区间; 还有 42 家组织完全没有筹集到资金, 占到 10.77%, 比例不可忽视。
8. 在此次调查所涉及到的各种互联网使用形式方面, 参与调查的公益组织使用情况较为乐观。其中情况优秀的占 9.23% (37 家), 情况良好的占 40.65% (163 家), 情况一般的则占 48.38% (194 家), 其余 7 家情况有待改善。
9. 在接受调查的 401 家组织中, 认为最重要的传播需求是 “提高本组织与其他公益组织

相互交流、协作等自组织能力”的占 31.92%。另外 31.67%的组织认为“面向社会公众提高本组织的公众知名度”是传播需求中最重要的。

10. 在此次调查所涉及到的各方面的组织传播能力方面,参与调查的公益组织综合情况较为乐观,其中表现优秀的占 15.21% (61 家), 表现良好的占 72.57% (291 家), 表现一般、尚待改进的占 12.22% (49 家)。

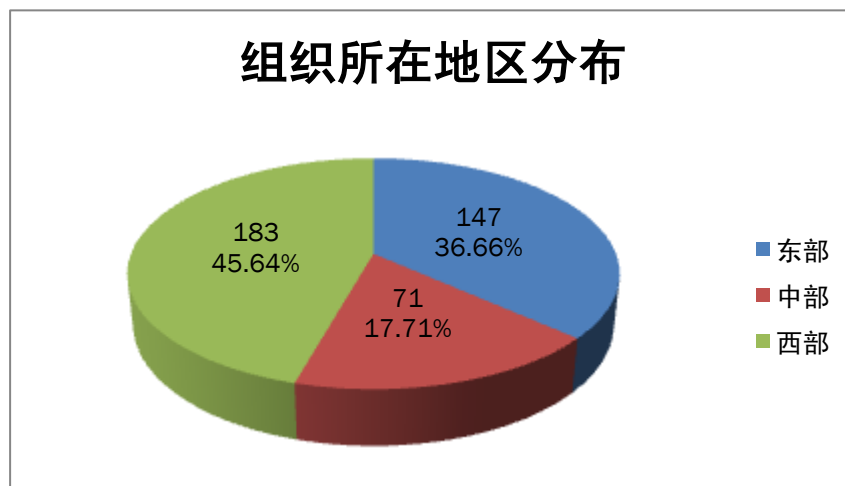
11. 在参与调查的 401 家公益组织中,有 46.63% (187 家) 认为提供计算机综合使用培训是对其最为重要的一项需求; 35.16% (141 家) 的受调查公益组织则认为提供网站开发服务最为重要。

【本次调研的尚待改进之处】

本次调研采用网络调查问卷的形式收集数据,尽管调查期间以邮件、短信、电话等方式督促并收到一定效果,仍有部分互联网使用不方便或不活跃的组织未能有效地填写问卷,从而导致样本数量未达到理想目标。在下一步的研究中,可以考虑增加其他数据收集渠道(如邮寄调研表、电话调研等),改进调查方法以获得更充足的样本量,弥补当前的不足。

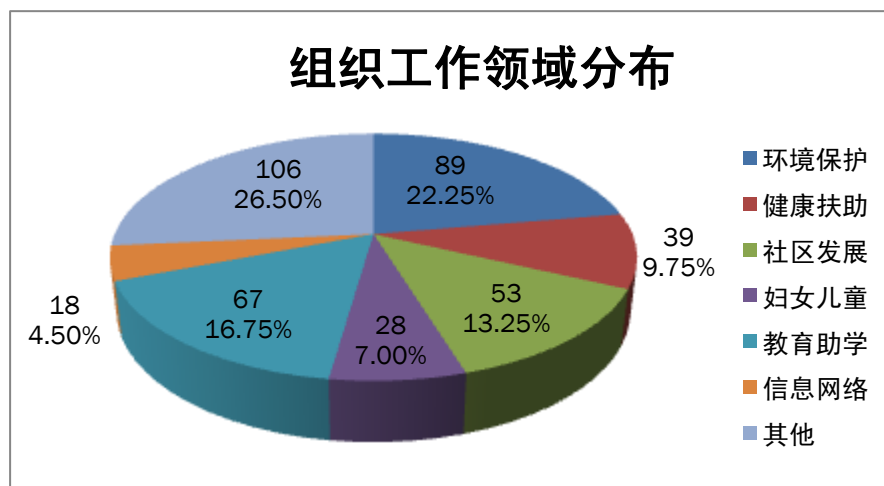
第一部分 统计结果

1. 受调查公益组织所处地区分布情况



受调查 401 家公益组织中 36.66% (147 家) 位于东部发达地区 , 17.71% (71 家) 位于中部地区 , 而分布在西部地区的组织数目最多 , 占总样本的 45.64% (183 家)。

2. 受调查公益组织的主要工作领域分布情况

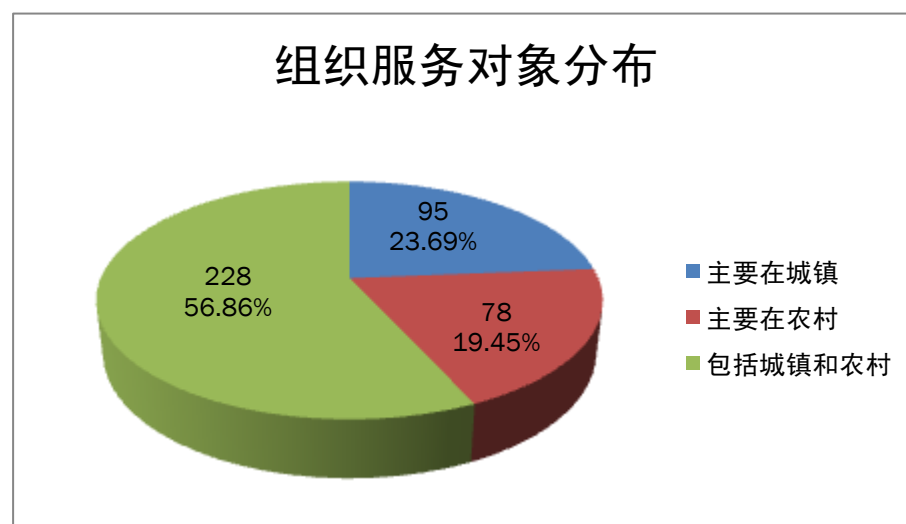


该项有效样本数为 400 , 缺失样本数为 1。结果显示 , 参与调研的公益组织的工作领域主要集中在环境保护 (89 家) , 教育助学 (67 家) 和社区发展 (53 家) 三个方面 , 占到总样本的一半以上。

而选择 “其他” 类的 106 家公益组织中有 18 家关注于疾病防治 , 占总样本数的

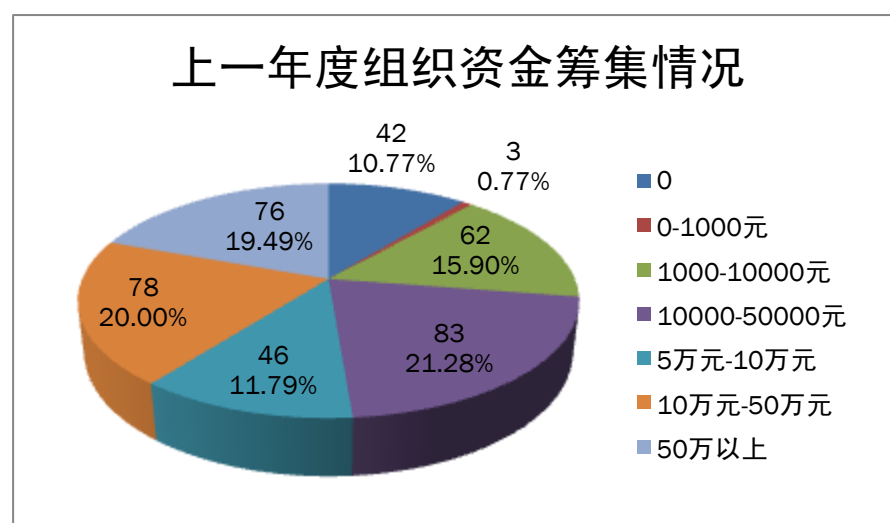
4.49%(其中艾滋病的防治共有 11 家 , 占总样本数的 2.74%); 另外有 15.96%(64 家) 的公益组织工作内容涉及农民、青少年、残障人士和特殊性取向人群 ; 其余 24 家公益组织的工作领域则较为分散 , 包括志愿者培训、动物保护、文化多样性、就业指导、商业咨询等等。

3. 受调查公益组织主要服务对象分布区域情况



受调查公益组织中有 228 家的主要服务对象分布区域同时涵盖了城镇和农村 , 超过样本总量的一半 ; 有 95 家组织主要服务于城镇人口 , 占总样本数的 23.69% ; 主要服务于农村人口的组织有 78 家 , 比例稍微低一些 , 占 19.45%。

4. 受调查公益组织上一年度经费筹集情况



该问题回收有效答案 390，空缺答案 11 个。结果显示，各公益组织在筹集经费方面的情况差异较大。经费总额位于人民币“1000-10000 元”区间的组织所占比例最高，共 83 家；紧随其后的有 78 家和 76 家组织上一年度筹集的经费分别位于“10 万-50 万元”区间和“5 万元-10 万元”区间；还有 42 家组织完全没有筹集到资金，比例不可忽视。该 390 家公益组织上一年度筹集经费总额为约为 11 亿人民币，其中包括获得最高金额经费——6 亿 6 千万人民币的中国扶贫基金会。以下是对筹集经费的进一步分析：

a) 受调查公益组织上一年度经费筹集情况与地区分布是否相关

上一年度筹集经费与组织所在地区 关联表						
			所在地区			总计
			东部	中部	西部	
上 一 年 度 筹 集 经 费	1	个数	23	6	13	42
		列百分比	16.1%	8.6%	7.3%	10.8%
	2	个数	1	2	0	3
		列百分比	.7%	2.9%	.0%	.8%
	3	个数	9	24	29	62
		列百分比	6.3%	34.3%	16.4%	15.9%
	4	个数	26	14	43	83
		列百分比	18.2%	20.0%	24.3%	21.3%
	5	个数	23	6	17	46
		列百分比	16.1%	8.6%	9.6%	11.8%
	6	个数	27	12	39	78
		列百分比	18.9%	17.1%	22.0%	20.0%
	7	个数	34	6	36	76
		列百分比	23.8%	8.6%	20.3%	19.5%
总计		个数	143	70	177	390
		列百分比	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

检验结果		
	均值	显著性
泊松方差	46.000 ^a	0.000

由检验结果可以看出，渐进显著性水平（即红色 0.000）远远小于 0.05，故受调查公益组织上一年度经费筹集情况受到地域分布情况的影响很大。

对“地域分布”和“上一年度经费筹集情况”之间存在的关系进一步分析，结果如下表所示：

不同地区筹款金额均值比较		
所在地区	平均筹款金额	组织数目
东部	4.69231	143
中部	4.02857	70
西部	4.76271	177
整体	4.60513	390

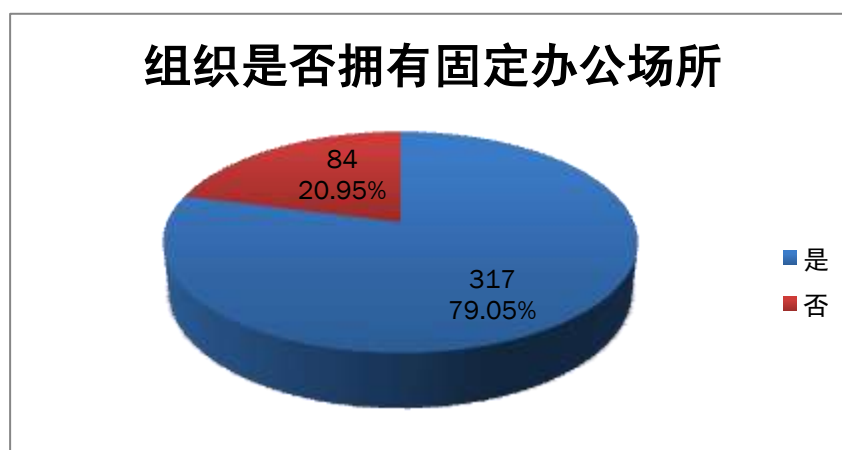
从该表中不难看出，在上一年度组织筹款情况上，本次样本中位于西部地区的组织的情况略微优于东部地区，而中部地区的公益组织筹款量相对最低，并且与其他两地区差距较大，也明显低于全国平均筹款量水平。

b) 受调查公益组织上一年度经费筹集情况与工作领域是否相关

检验结果		
	均值	显著性
泊松方差	33.852 ^a	.287

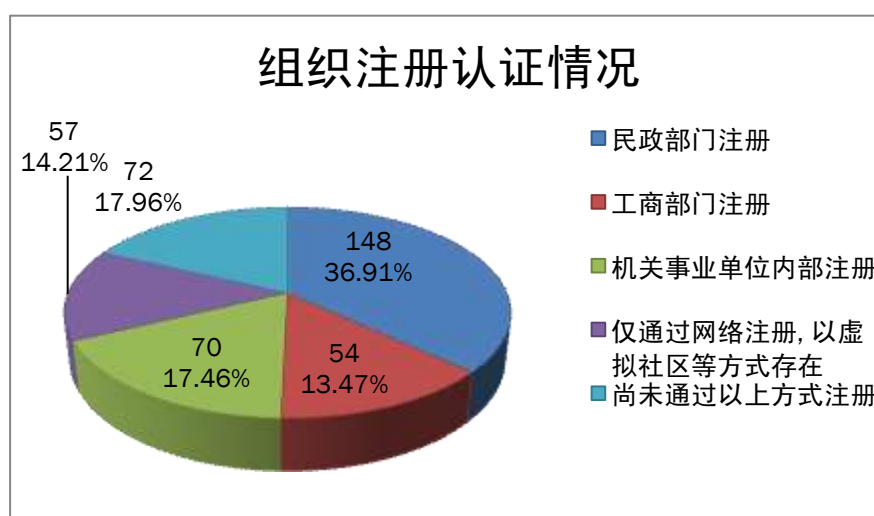
上表显示渐进显著性水平（即红色标注的 0.287）大于 0.05，故受调查公益组织上一年度经费筹集情况不受工作领域的影响。

5. 受调查公益组织是否有固定办公场所



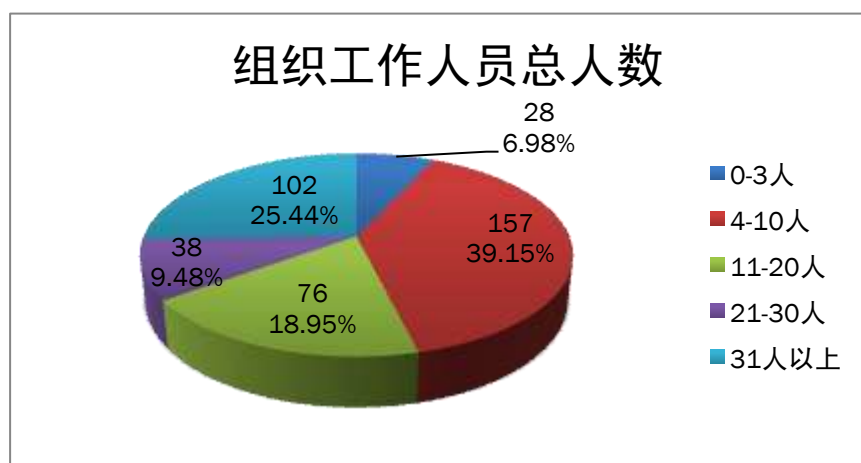
本次调查显示,有 20.95% (84 家) 的公益组织没有自己的办公场所。此项结果可以从侧面反映组织中是否拥有专职工作人员的情况。

6. 受调查公益组织注册认证情况



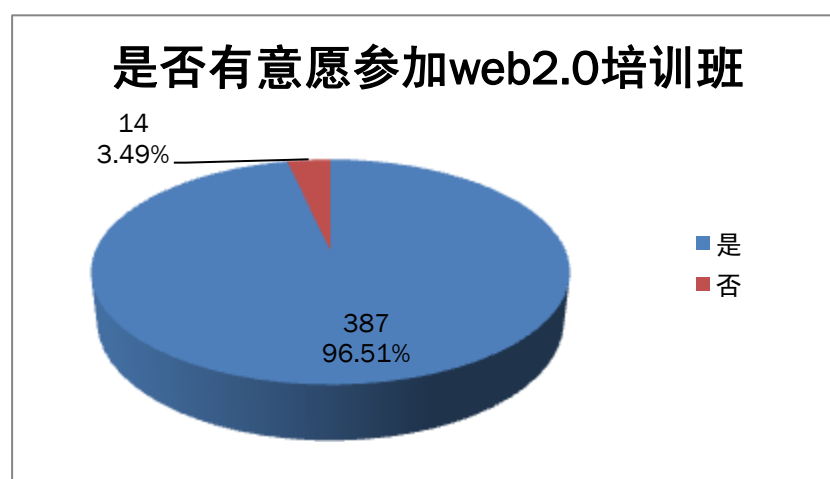
在参与调查的 401 家公益组织中,通过各级民政部门、工商部门注册的分别占 36.91% (148 家) 和 13.47% (54 家); 在各级机关事业单位内部注册的占 17.46% (70 家); 通过网络注册组织的占 14.46% (58 家); 另有 17.96% (72 家) 尚未注册。

7. 受调查公益组织工作人员总数情况



受调查公益组织中，工作人员数为“4-10人之间”的所占比例最大（占39.15%，157家），其后依次为“31人以上”（占25.44%，102家）、“11-20人”（占18.95%，76家）；“21-30人”（占9.48%，38家）、“0-3人”（占6.98%，28家）。与同年三月份调查时过半组织人数集中在0-10人之间的情况相比，本次调查样本所拥有的工作人员人数明显增多、组织规模有了明显的发展。

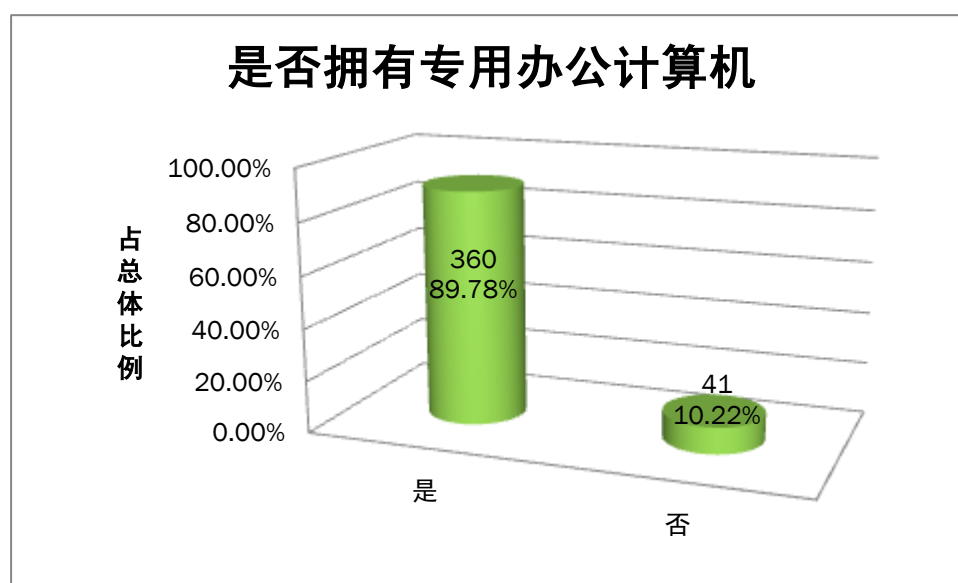
8. 受调查公益组织是否有参加 web2.0 培训班的意向



调查结果显示，大部分接受调查的组织都有前来参加 web2.0 培训班的意向，不愿意的组织只占整体样本的 3.49%。这也说明了我国的公益组织愿意在接受正规培训方面投入一定的时间和精力。

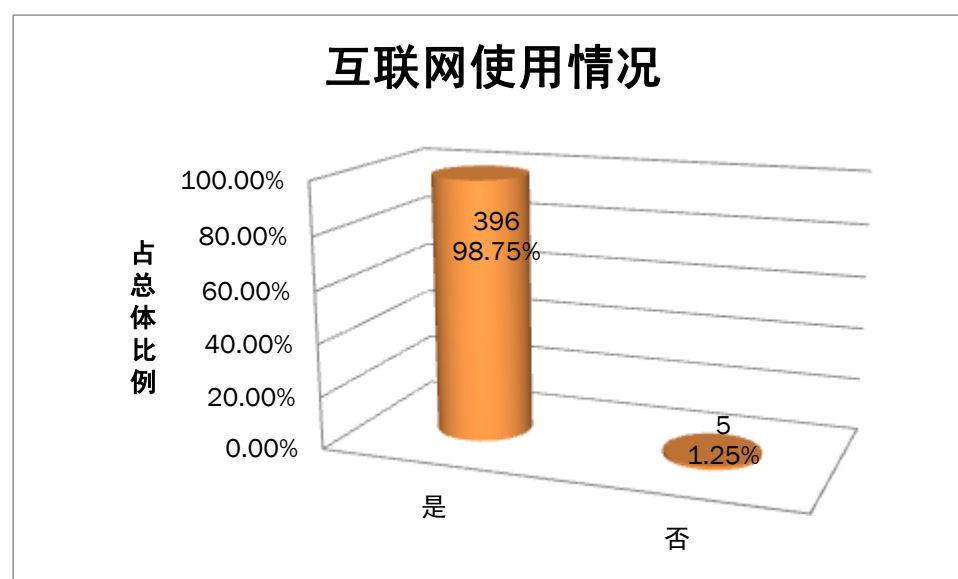
第二部分 互联网使用分析

1. 受调查公益组织是否拥有自己专用的办公计算机



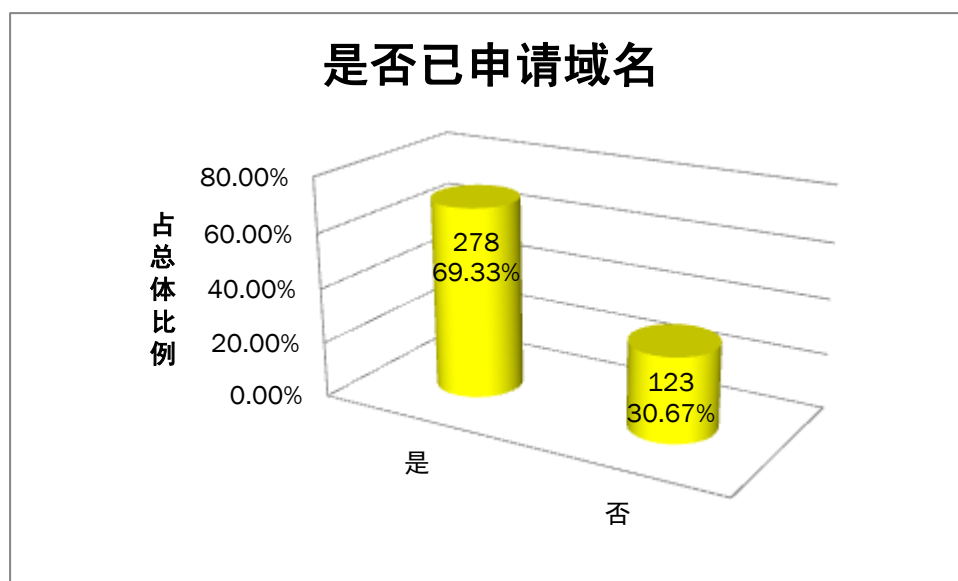
受调查公益组织中有 89.78% (360 家) 拥有自己专用的计算机 , 但还有 10.22% (41 家) 的受调查对象没有专用的计算机。

2. 受调查公益组织是否使用互联网



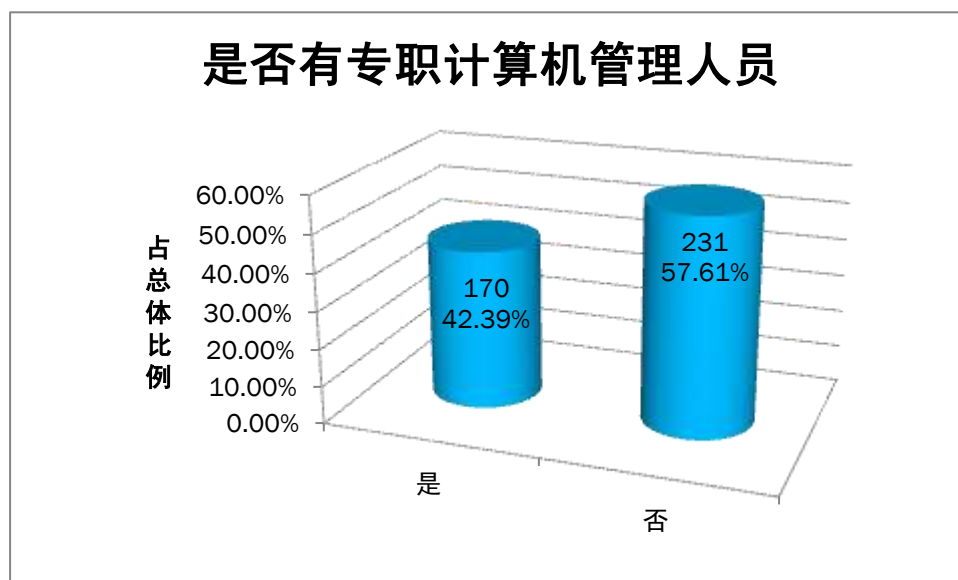
受调查的公益组织中使用互联网的占绝大多数 , 占 98.75% (396 家) 。只有 5 家组织没有使用互联网。

3. 受调查公益组织是否已经申请了域名



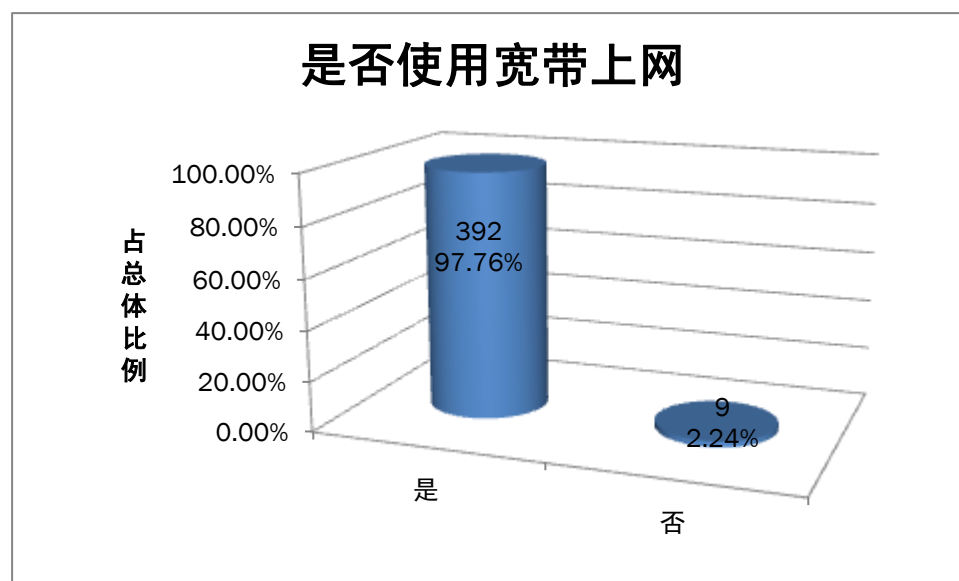
在 401 个样本中，69.33% (278 家) 的公益组织申请了域名，而近 30.67% (123 家) 的组织尚未申请域名。

4. 受调查公益组织是否拥有专职计算机管理人员(含硬件维护或是网站维护与建设的人员)



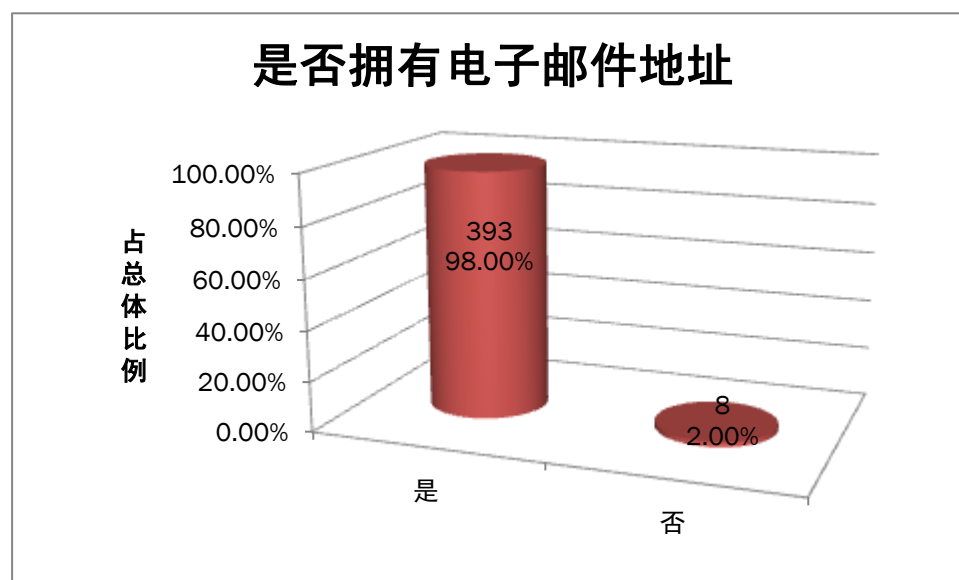
在接受调查的 401 家公益组织中，拥有专职计算机管理人员的仅占 42.39% (170 家)。

5. 受调查公益组织是否使用宽带上网



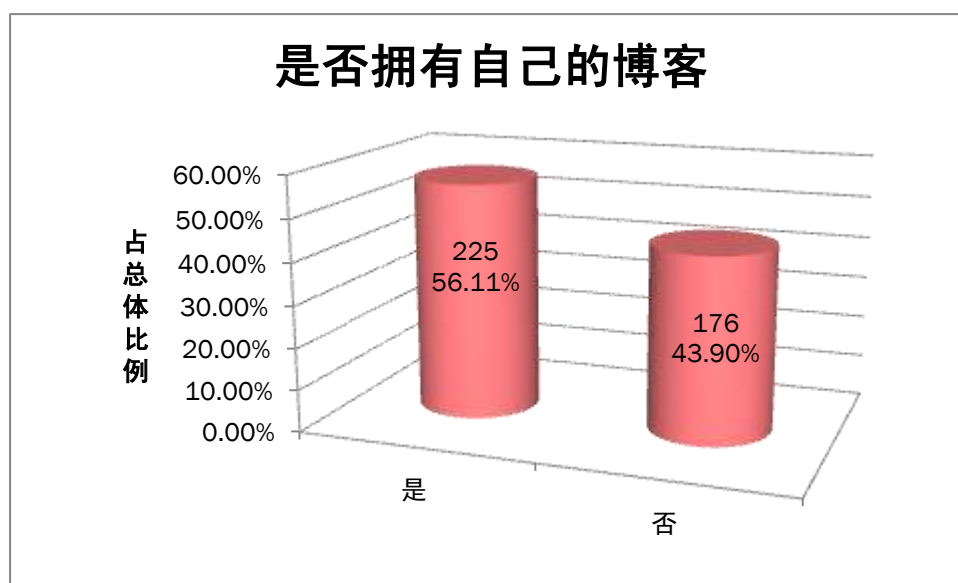
在接受调查的 401 家公益组织中，仅有占总数 2.24%（9 家）的公益组织不使用宽带上网。

6. 受调查公益组织是否拥有自己的电子邮件地址



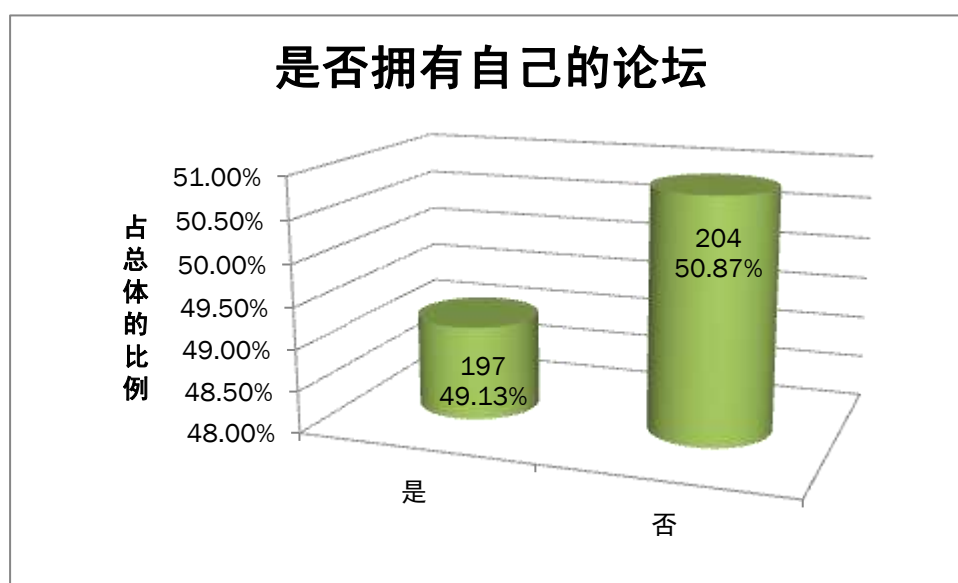
在接受调查的 401 家公益组织中，有 393 家拥有自己的电子邮件地址，占受调查组织总数的 98.00%。

7. 受调查公益组织是否拥有自己的博客(Blog)



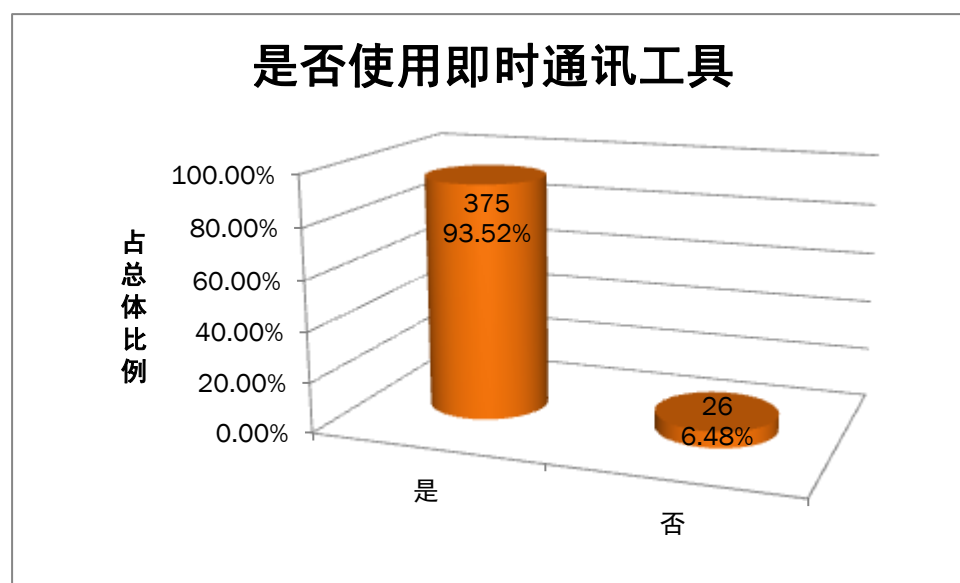
在接受调查的 401 家公益组织中，56.11%（225 家）的组织拥有自己的博客，超过总数一半。

8. 受调查公益组织是否拥有自己的论坛



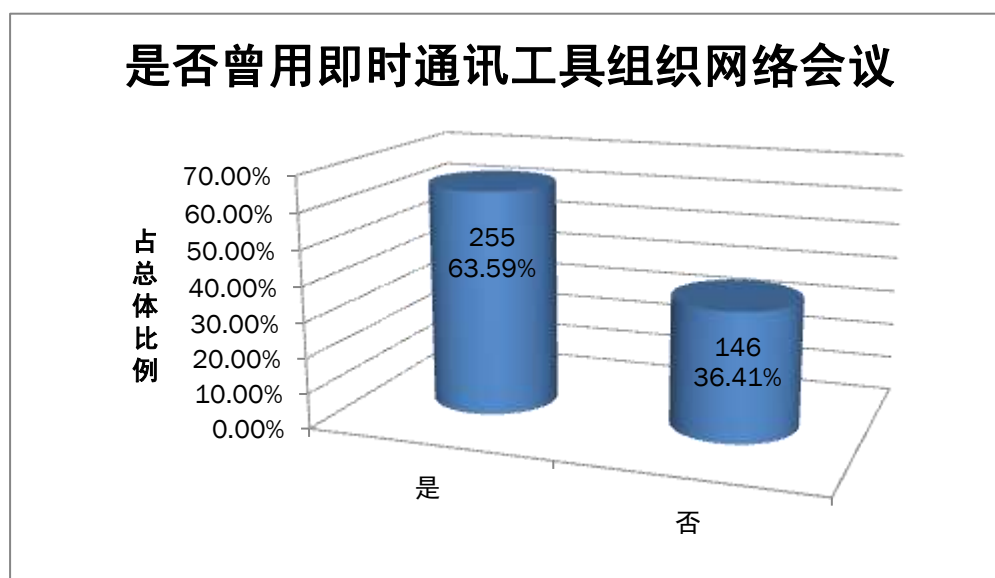
受调查公益组织中，共有 197 家拥有自己的网络论坛，约占总数的一半。

9. 受调查组织是否使用即时通讯工具（如 QQ、MSN）作为内部、外部交流的联系方式



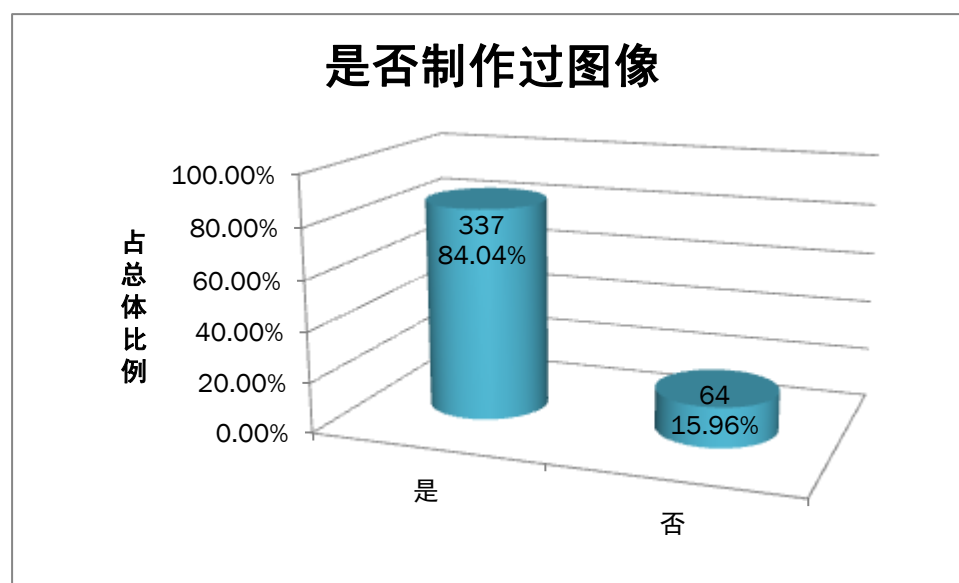
在接受调查的 401 家公益组织中，绝大部分（375 家）的公益组织在进行内部或外部交流时都会使用 QQ、MSN 等即时通讯工具，只有 6.48%（26 家）的公益组织不使用。

10. 受调查公益组织是否使用过 QQ, MSN, Skype 等工具组织网络会议（音频会议或视频会议）



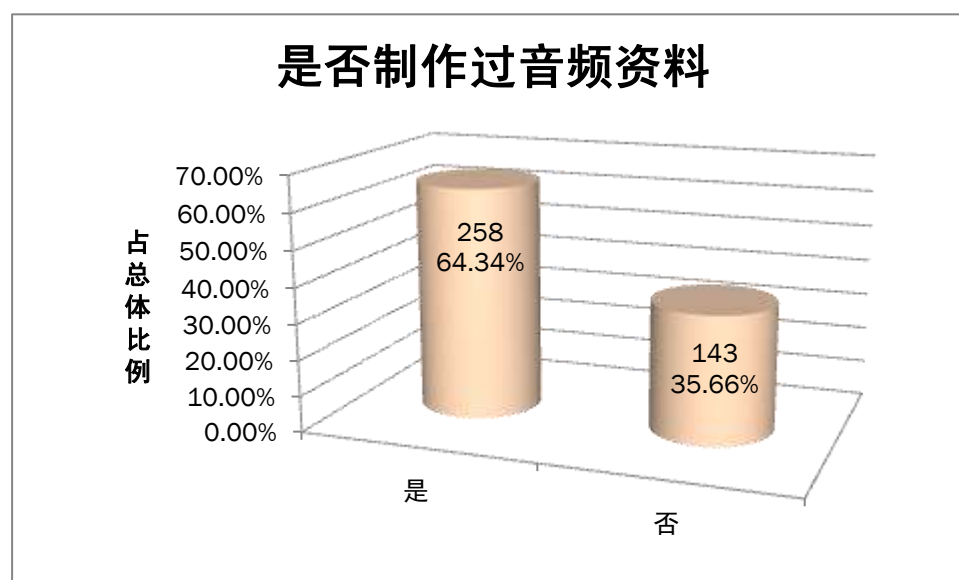
在接受调查的 401 家公益组织中，有 63.59%（255 家）的公益组织曾使用过 QQ，MSN，Skype 等即时通讯工具组织网络会议。

11. 受调查公益组织是否自己利用软件工具或数码相机制作过图像



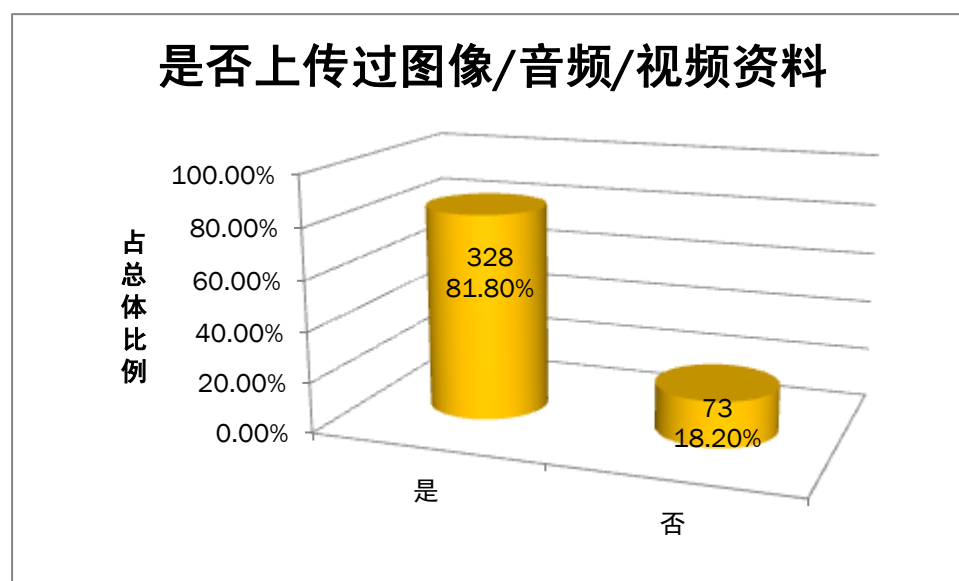
在接受调查的 401 家公益组织中，大部分组织都曾利用软件工具或者数码相机制作过图像，占受调查公益组织总数的 84.04%(337 家)。

12. 受调查公益组织是否自己制作过音频（包含语音、音乐）资料



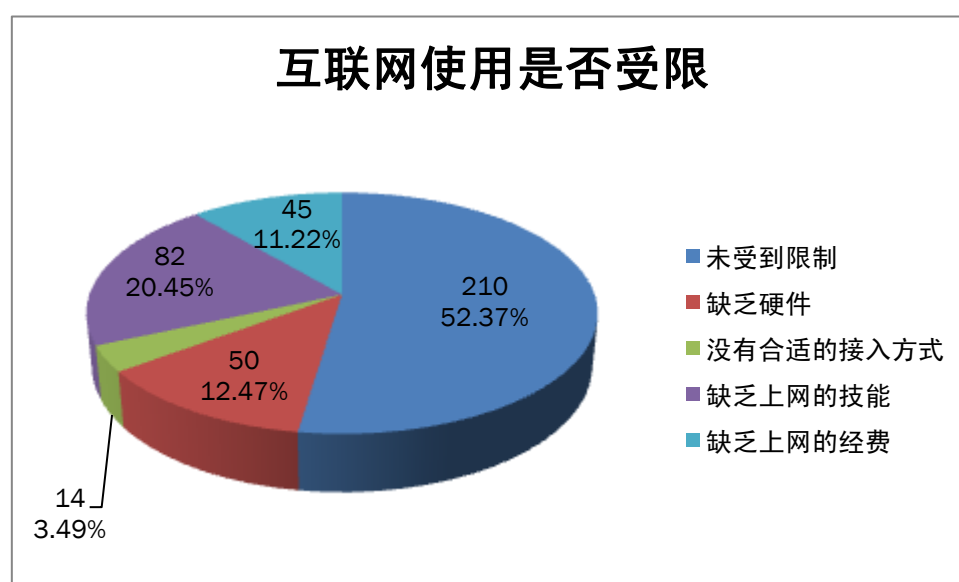
在接受调查的 401 家公益组织中，超过半数的组织都曾自己制作过音频（包含语音、音乐）资料，占受调查公益组织总数的 64.34%(258 家)。

13. 受调查公益组织是否向任何网站上传过图像,或音频、或视频资料(包括他人的作品或是自己制作的作品)



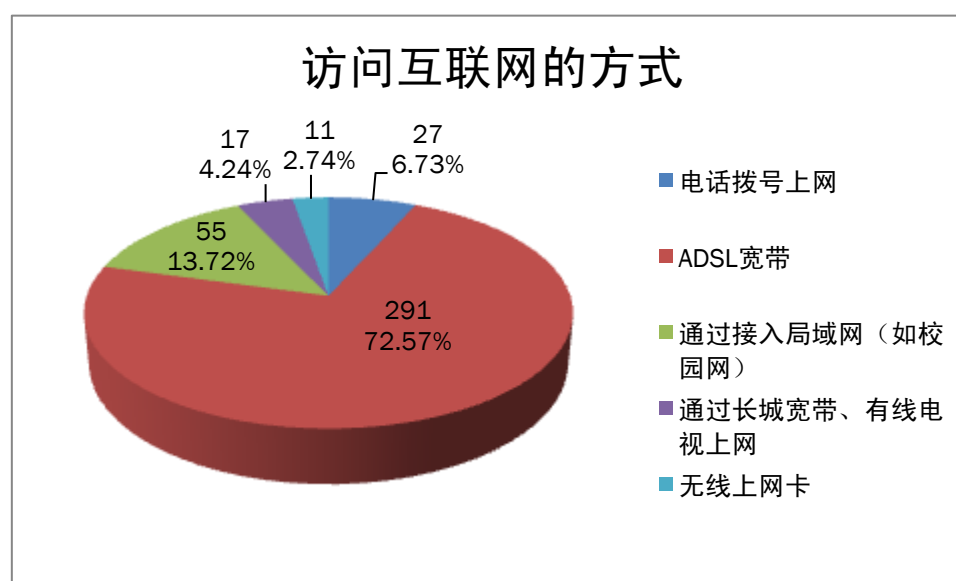
在接受调查的 401 家公益组织中,81.80%(328 家)的组织曾向网站上传过图像,或音频、或视频资料(包括他人的作品或是自己制作的作品)。

14. 受调查公益组织互联网使用是否受到限制



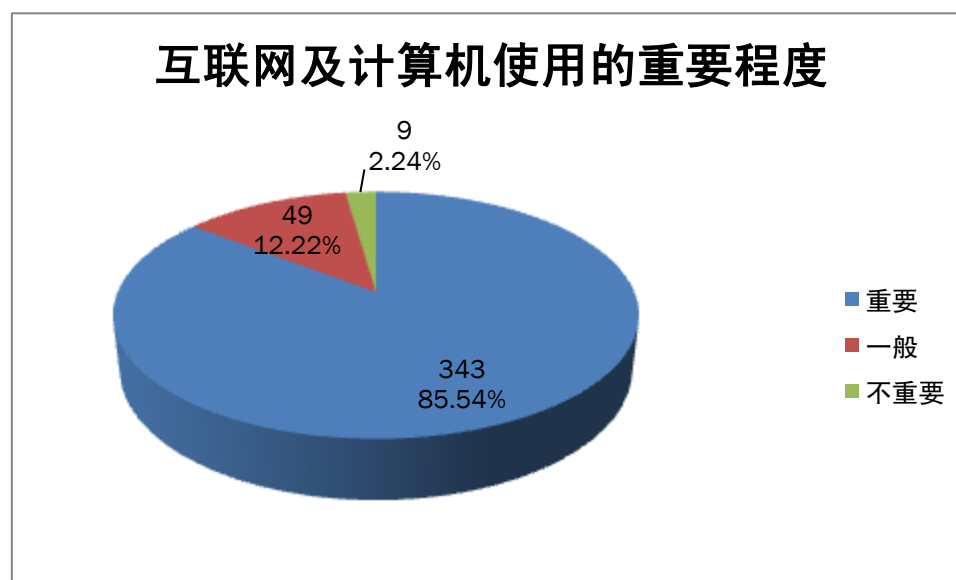
约有一半(210 家)的公益组织在互联网使用方面基本不受限制;仅有 3.49%(14 家)公益组织没有合适接入互联网方式;20.45%(82 家)的公益组织因缺乏上网的技能使得互联网使用受限;而由缺乏硬件和上网经费导致互联网使用受限的组织分别占总体的 12.47%(50 家)和 11.22%(45 家)。

15. 受调查组织访问互联网的方式



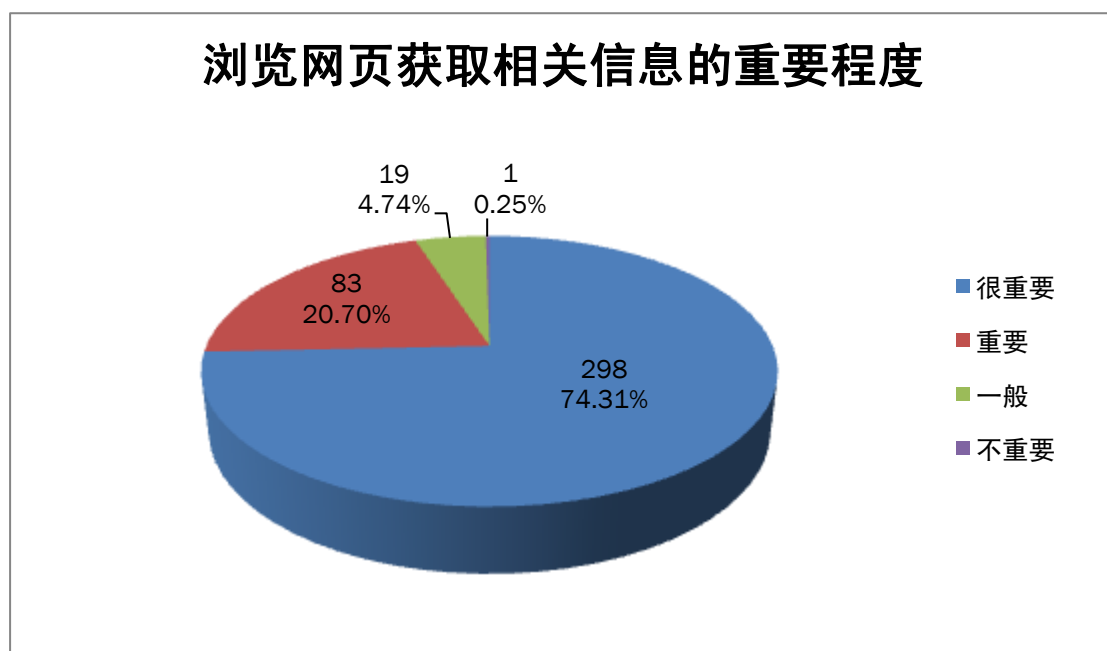
在受调查的 401 家公益组织中，绝大部分的组织通过 ADSL 宽带访问互联网，占总数的 72.57%（291 家）。其次为“通过接入局域网（如校园网）”，占总数的 13.72%（55 家）。使用无线上网卡访问互联网的组织数量最少，仅占 2.74%（11 家）。

16. 对于受调查公益组织来说，互联网及计算机使用的重要程度是



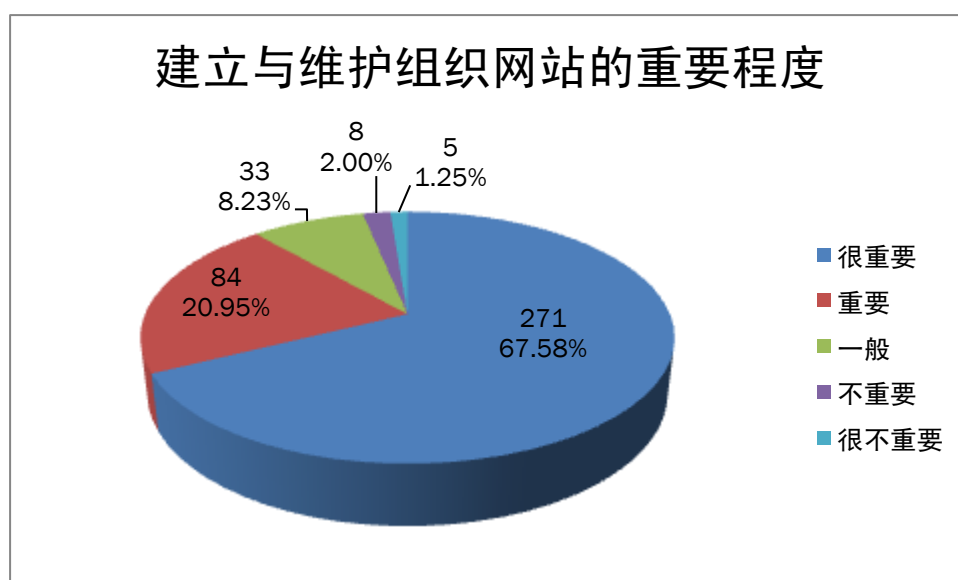
在接受调查的 401 家公益组织中，85.54%（343 家）的组织认为互联网及计算机使用重要，只有 2.24%（9 家）的组织认为不重要，其余组织觉得其重要程度为“一般”。样本中，没有组织认为互联网及计算机的使用很重要或很不重要。

17. 受调查公益组织认为浏览网页获取相关消息的重要程度



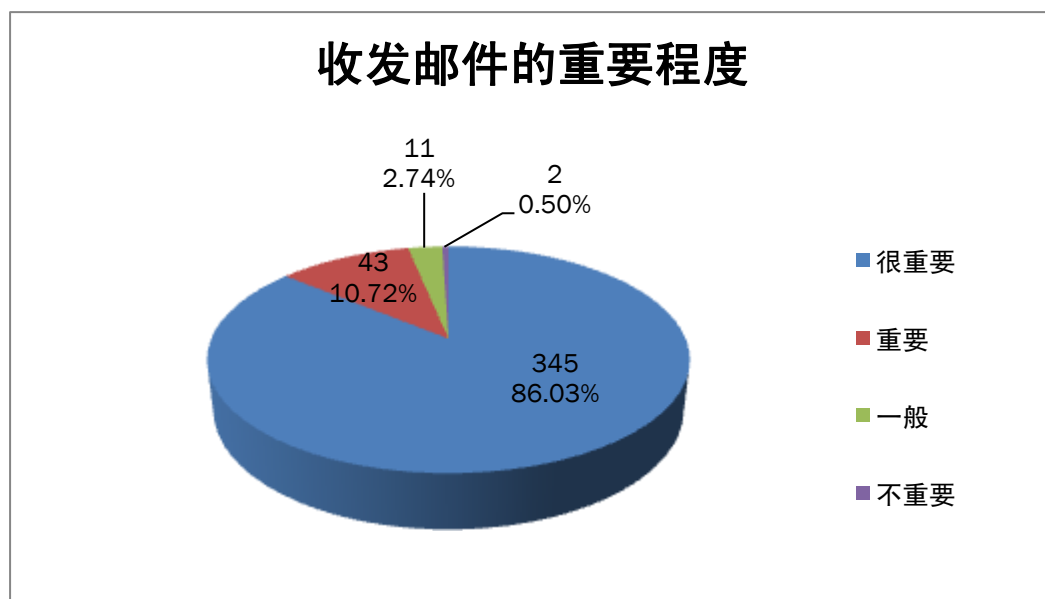
受调查公益组织中认为浏览网页获取相关消息很重要的组织占到了总数的 74.31% (298 家) ; 而认为重要的组织占总数的 20.70% (83 家) ; 有 4.74% (19 家) 的组织认为浏览网页获取相关信息的重要程度一般 ; 只有 1 家组织认为不重要。

18. 受调查公益组织认为建立与维护组织网站的重要程度



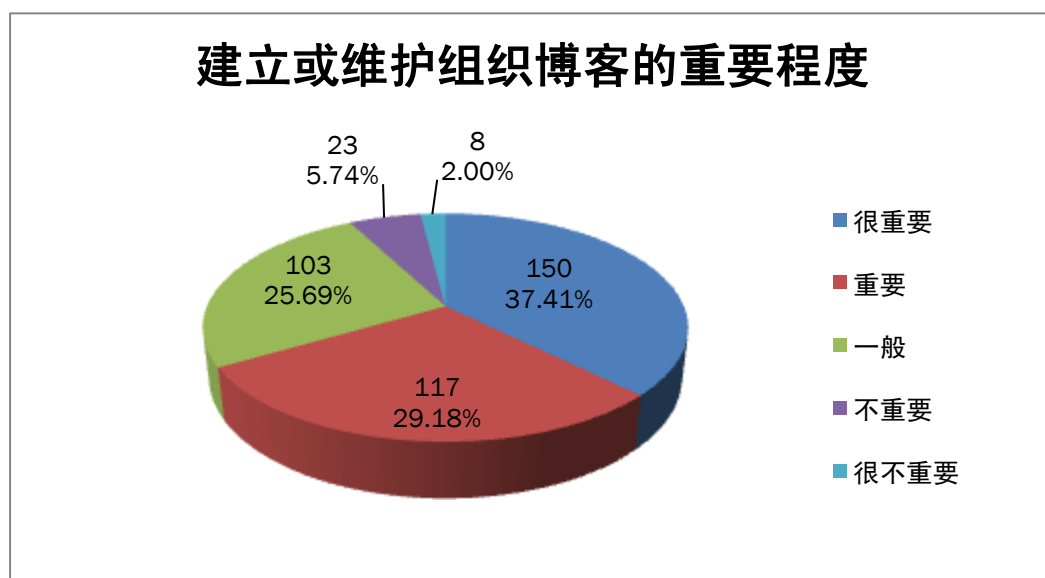
在接受调查的 401 家公益组织中 , 67.58% (271 家) 的公益组织认为建立与维护本组织网站很重要 ; 20.95% (84 家) 的组织认为重要 ; 2.00% (8 家) 的组织认为不重要 ; 仅有 5 家组织认为该项很不重要。

19. 受调查公益组织认为收发邮件的重要程度



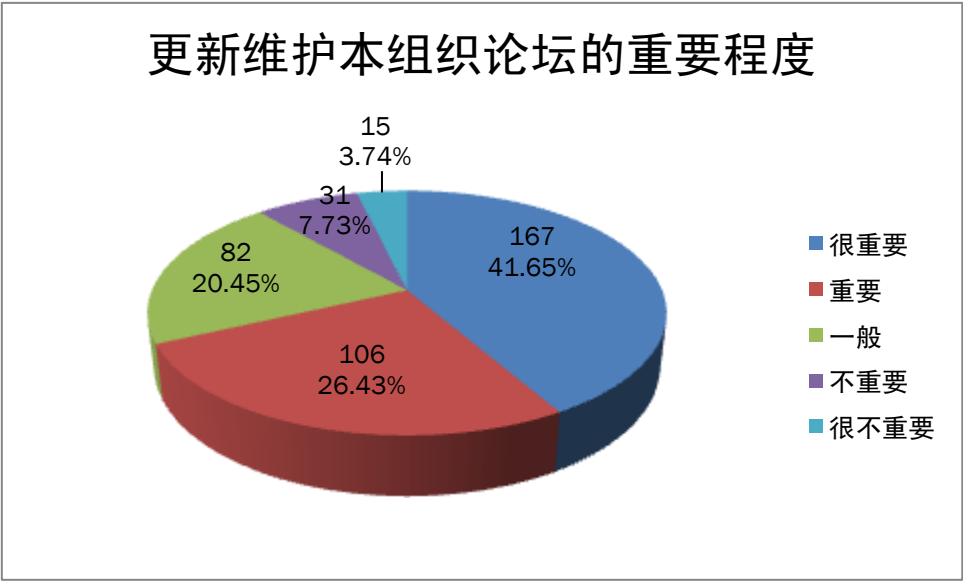
在 401 家受调查的公益组织中，绝大多数的组织认为收发邮件很重要，占总数的 86.03%（345 家）；10.72%（43 家）的组织认为重要；只有 2.74%（11 家）的组织认为一般；2 家组织认为该项不重要。

20. 受调查公益组织认为建立或维护组织博客的重要程度



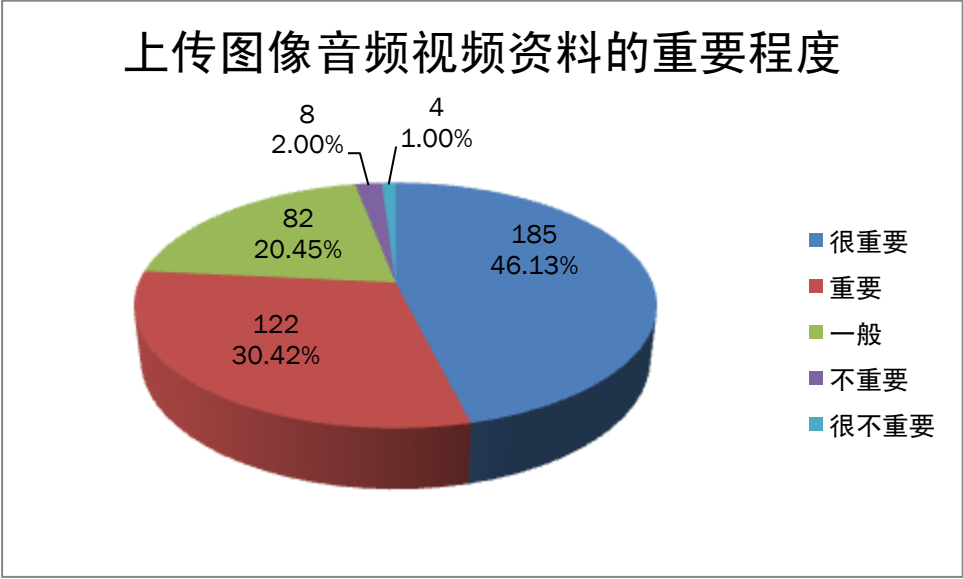
在 401 家受调查的公益组织中，有 37.41%（150 家）认为建立或维护组织博客很重要；29.18%（117 家）认为重要；25.69%（103 家）的组织认为一般；5.74%（23 家）的公益组织认为该项不重要；而认为其很不重要的组织有 8 家，占总数的 2%。

21. 受调查公益组织认为更新维护本组织的论坛的重要程度



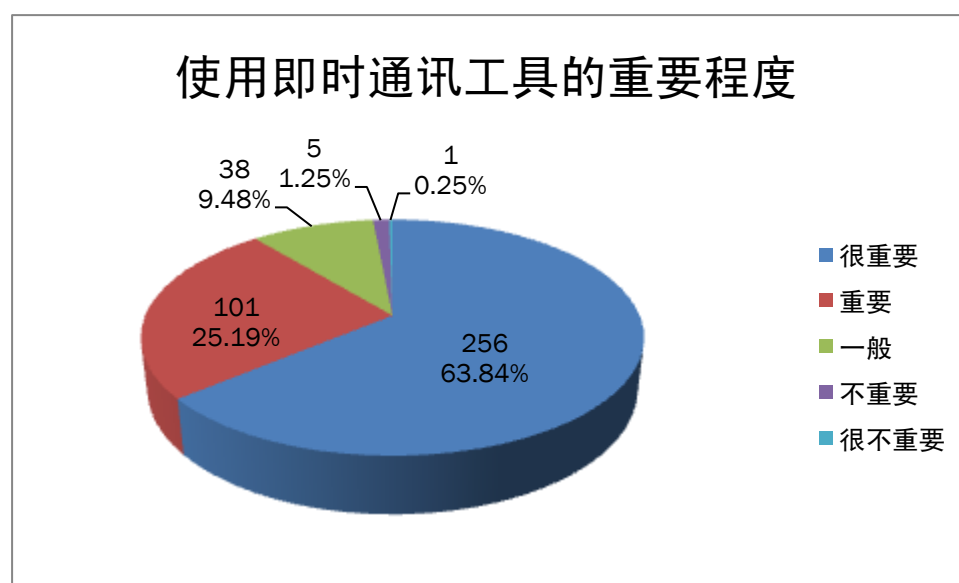
受调查的 401 家公益组织中，认为更新维护本组织的论坛很重要和重要的分别占 41.65%（167 家）和 26.43%（106 家），认为不重要和很不重要的则分别有 7.73%（31 家）和 3.74%（15 家），约 20%（82 家）的组织认为论坛重要性一般。

22. 受调查公益组织认为上传图像音频视频资料的重要程度



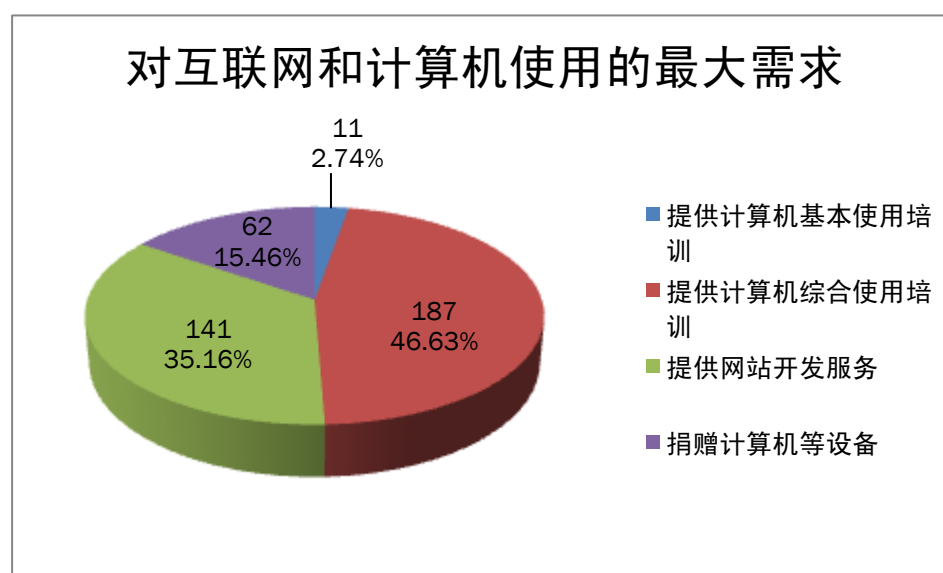
受调查的 401 家公益组织中认为上传图像音频视频资料很重要和重要的分别占 46.13%（185 家）和 30.42%（122 家），认为不重要和很不重要的则分别有 2.00%（8 家）和 1.00%（4 家），其余约 20%（82 家）认为上传图像音频视频资料的重要程度一般。

23. 受调查公益组织认为使用 QQ，MSN，雅虎通等即时通讯工具的重要程度



受调查公益组织中认为使用 QQ，MSN，雅虎通等即时通讯工具很重要、重要的分别占 63.84%（256 家）、25.19%（101 家），认为不重要或很不重要的合计仅占总数的 1.50%（6 家），剩下 9.48（38）的组织认为重要性一般。

24. 受调查公益组织对互联网和计算机使用的最大需求



调查结果显示，46.63%（187 家）的受调查公益组织认为提供计算机综合使用培训是对其最为重要的一项需求；35.16%（141 家）的受调查公益组织则认为提供网站开发服务最为重要。而认为计算机基本使用培训和计算机设备是最大需求的组织分别占总体的 2.74%（11 家）和 15.46%（62 家）。可见，通过提供网站开发服务和计算机综合使用能力培训，可以满足八成以上公益组织对互联网和计算机使用的最大需求。

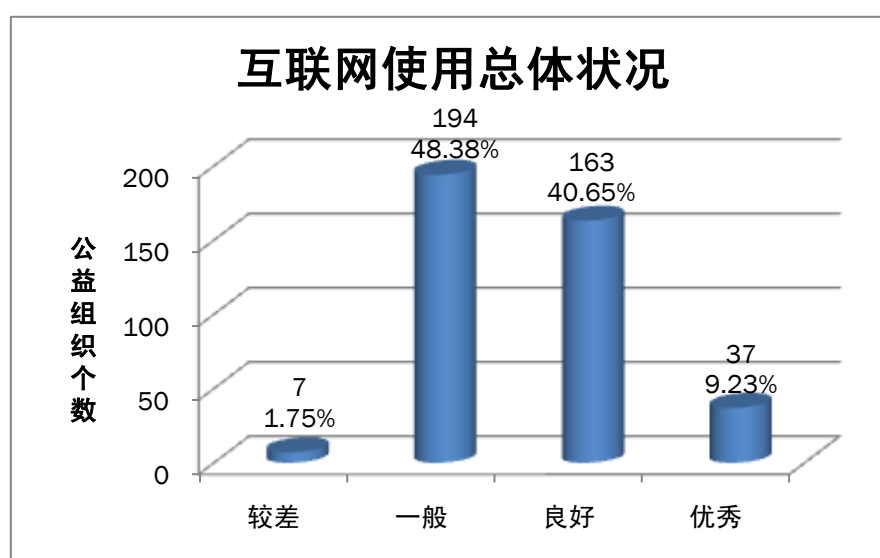
25. 不同地区的公益组织对互联网和计算机使用需求的差别：

		所在地区			总计
		东区	中区	西区	
对互联网和计算机使用的最大需求	提供计算机基本使用培训	数量 3 2.04%	3 4.23%	5 2.73%	11 2.74%
	提供计算机综合使用培训	数量 59 40.14%	28 39.44%	100 54.64%	187 46.63%
	提供网站开发服务	数量 69 46.94%	23 32.39%	49 26.78%	141 35.16%
	捐助计算机等设备	数量 16 10.88%	17 23.94%	29 15.85%	62 15.46%
总计		数量 147	71	183	401

对互联网和计算机使用的最大需求 * 所在地区交叉表分析

从表中可以看出，在三个地区，公益组织对网站开发服务和计算机综合使用培训的需求均明显高于对另两项的需求。在东部地区，最需要网站开发服务的公益组织略多于最需要计算机综合使用培训的公益组织，依次为 69 家和 59 家；在中部地区，最需要计算机综合使用培训的公益组织最多，有 28 家，其次为最需要网站开发服务的组织，有 23 家。在西部地区，选择综合使用培训和网站开发服务的组织分别有 187 家和 141 家。从总体比例上看，西部地区对计算机综合使用培训的需求最为明显，其百分比数明显高于表中其他百分比数。其次为东部地区对网站开发服务的需求。

26. 受调查公益组织在互联网使用情况方面的总体状况



受调查公益组织在此次调查所涉及到的各种互联网使用形式方面表现较为令人满意，其中使用情况优秀的有占 9.23% (37 家) 使用情况良好的有占 40.65% (163 家)，使用情况一般的有占 48.38% (194 家)，剩余的 7 家情况亟待改善，共有占 1.75% (25 家)。

关于此项统计方法的说明：

通过对问卷中的第 1 题、第 4 题、第 5 题的各个子题的各个选项赋予不同的权重，再进行加权平均，得出各个受调查的公益组织在互联网使用方面的总体状况，并划分出相应的区间，将各个组织对互联网的使用情况分为“较差”，“一般”，“良好”和“优秀”四类。

其中，每一题的选项和权重如下：

题号	选项	权重
第 1 题各小题	是	5
	否	0
第 4 题	很重要	10
	重要	8
	一般	6
	不重要	4
	很不重要	2
第 5 题各小题	很重要	5
	重要	4
	一般	3
	不重要	2
	很不重要	1

得分区间和对互联网的使用情况评级如下：

得分区间	互联网使用情况评级
60 及以下	较差
61—90	一般
91—105	良好
106 及以上	优秀

27. 互联网综合情况的差异（地区、领域、资金）分析

1) 不同地区的互联网使用综合情况

组织所在地区 与 互联网使用综合能力 的关系表							
			第二部分总结				总计
			较差	一般	良好	优秀	
所在地区	东部	数量	1	59	71	15	146
		百分比	.7%	40.4%	48.6%	10.3%	100.0%
	中部	数量	0	29	33	9	71
		百分比	.0%	40.8%	46.5%	12.7%	100.0%
	西部	数量	6	106	58	13	183
		百分比	3.3%	57.9%	31.7%	7.1%	100.0%
总共		数量	7	194	162	37	400
		百分比	1.8%	48.5%	40.5%	9.3%	100.0%

通过分析可以看出，西部组织使用互联网情况“优秀”和“良好”比例明显低于中部和东部，而“较差”和“一般”的比例则比东部和西部都高。相对而言，中部与东部情况差异不大，某种程度上中部情况优于东部（“优秀”率高、“较差”率低），可能与“得分区间”的设置有关。

2) 可使用资金与使用互联网的情况

		上一年度经费	互联网使用综合能力
上一年度经费	泊松相关	1	.050
	显著性		.324
	有效个数	390	390
互联网使用综合能力	泊松相关	.050	1
	显著性	.324	
	有效个数	390	401

据上表数据结果，得知两者有弱的正相关关系，即上一年度经费越多，综合能力越强。

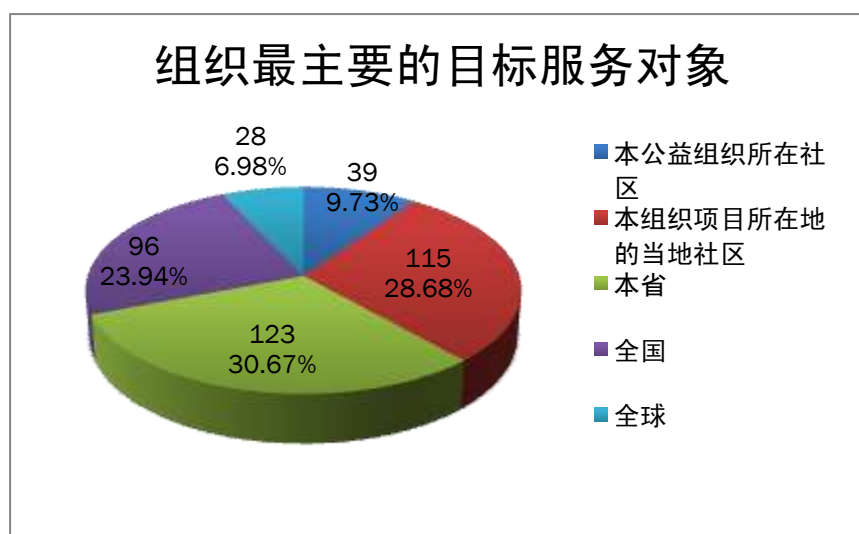
3) 不同工作领域组织对互联网使用综合情况

工作领域 *互联网使用综合能力 的关系表							
			互联网使用情况				总计
			较差	一般	良好	优秀	
工作领域	环境保护	数量	2	38	38	11	89
		百分比	2.2%	42.7%	42.7%	12.4%	100.0%
	健康扶助	数量	2	25	7	5	39
		百分比	5.1%	64.1%	17.9%	12.8%	100.0%
	社区发展	数量	1	25	26	1	53
		百分比	1.9%	47.2%	49.1%	1.9%	100.0%
	妇女儿童	数量	0	21	5	2	28
		百分比	.0%	75.0%	17.9%	7.1%	100.0%
	教育助学	数量	1	28	31	7	67
		百分比	1.5%	41.8%	46.3%	10.4%	100.0%
	信息网络	数量	0	8	7	3	18
		百分比	.0%	44.4%	38.9%	16.7%	100.0%
	其他	数量	1	48	49	8	106
		百分比	.9%	45.3%	46.2%	7.5%	100.0%

表格显示,信息网络领域的公益组织的互联网使用情况整体较好,优秀率(纵向比较)最高;良好率最高的是社区发展领域;“一般”比例最高的是妇女儿童领域;“较差”比例最高的是健康扶助领域。综合分析,“妇女儿童”和“健康扶助”两个领域,情况相对较差,因为这两个领域良好和优秀的比例低,较差和一般比例较高。相对而言,这两个领域的公益组织是最需要提高。

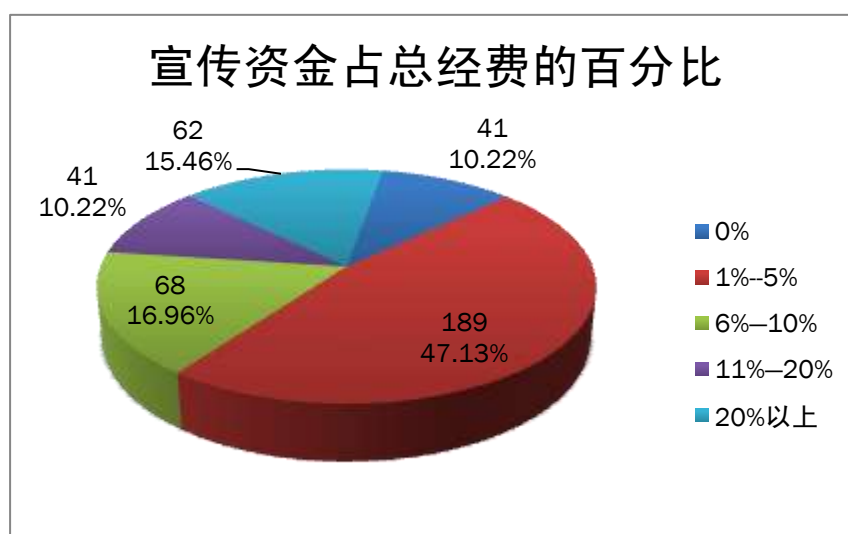
第三部分 组织传播能力

1. 受调查公益组织最主要的目标服务对象



调查结果显示,在所调查的 401 家组织中,以本省为最主要目标服务对象范围的组织较多,占了 30.67%(123 家);其次是范围定在本组织项目所在地的当地社区的组织,占了 28.68%(115 家)。而服务范围限于组织所在社区内或者服务范围定为全球范围内的组织所占的比例均很小,分别为 9.73%(39 家)、6.98%(28 家)。其余的组织(96 家)最主要目标服务对象位于全国范围。

2. 受调查公益组织用于宣传的资金占总经费的百分比



在有关宣传资金占总经费的百分比调查中,有 189 家的受调查组织使用各自总经费的 1%—5%作为宣传资金,占 47.13%;有共计 42.62%(171 家)的组织宣传资金占总

经费的比例高于 5%，其中高于 20%的组织数占总数的 15.46%（62 家）。另外，仍有 41 家组织的宣传经费为零，所占比例达 10.22%。

3. 受调查公益组织在进行机构或项目宣传工作时，使用新媒体形式的重要性和实际使用中的效果比较

各种新媒体形式对宣传的重要性		各种新媒体形式实际使用中的效果	
	实际使用效果均值(降序)		实际使用效果均值(降序)
网站（主页）	4.5835	Email	4.3192
Email	4.5362	QQ、msn	4.0100
QQ、MSN	4.2843	网站（主页）	3.6459
手机	4.0349	手机	3.6409
博客	3.8504	博客	2.9377
BBS	3.7257	BBS	2.6808
自己主办电子报	3.6209	社交网络SNS	2.4289
社交网络SNS	3.5062	自己主办电子报	2.3815
Twitter	2.9027	Twitter	1.4963

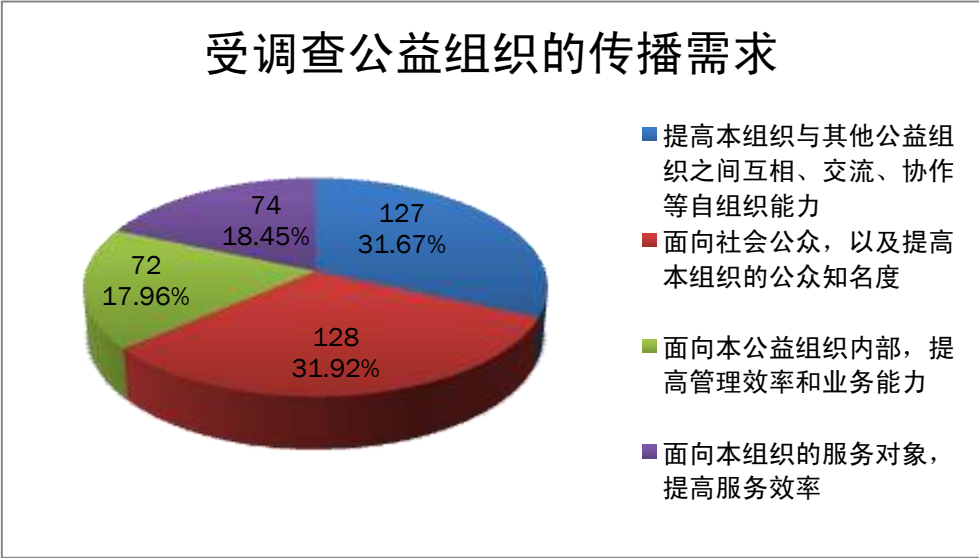
从以上比较可以看出，各组织对不同新媒体形式的宣传重要性的主观感觉和实际使用效果基本一致。在两表中 Email、QQ/MSN、网站、手机四种媒体形式均居前四位，略有差别的地方在于：被各组织放在第一重要性位置的网站，实际使用效果反而没有 Email、qq/msn 的效果好。另外，twitter、自己主办的电子报、社交网络三种新媒体形式均不受各组织的重视，且实际使用效果也相对较差。

4. 受调查公益组织在进行机构或项目宣传工作时 ,使用传统媒体形式的重要性和实际使用中的效果

传统媒体形式对宣传的重要性		传统媒体形式实际使用中的效果	
	均值(降序)		均值(降序)
举办现场活动	4.52	口口相传效果	4.2419
口口相传	4.39	现场活动效果	3.9776
电视	4.28	报纸效果	3.5536
报纸	4.23	电视效果	3.2943
杂志	4.08	杂志效果	2.9975
电台	3.72	电台效果	2.5636

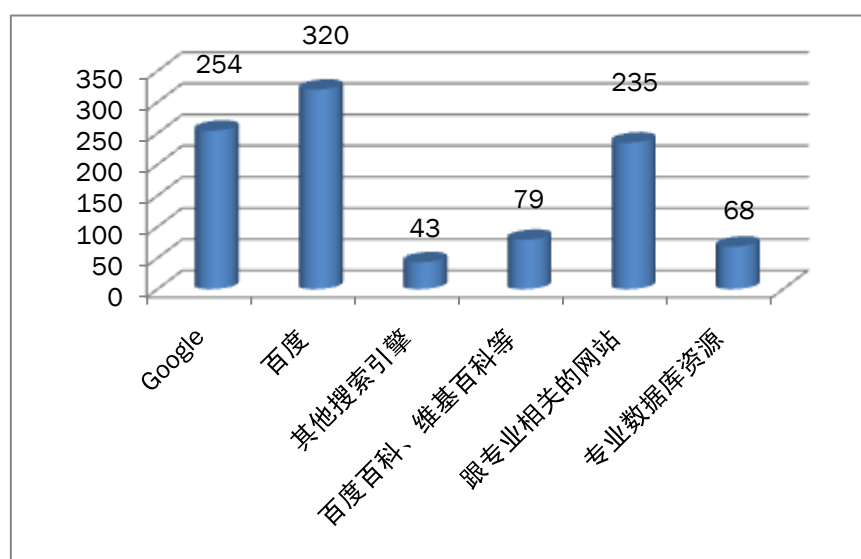
以上两表比较可看出 ,6 种传统媒体形式对宣传的重要性和使用效果的排序基本相同 ,略有差别的是口口相传的效果最好 ,超过了排在重要性第一位的举办现场活动 ;而报纸的效果比重要性排位稍前的电视的效果略好些 ;杂志和电台的效果较差 ,与各组织机构对它们对宣传的重要性的重视程度一致。

5. 受调查公益组织的传播需求



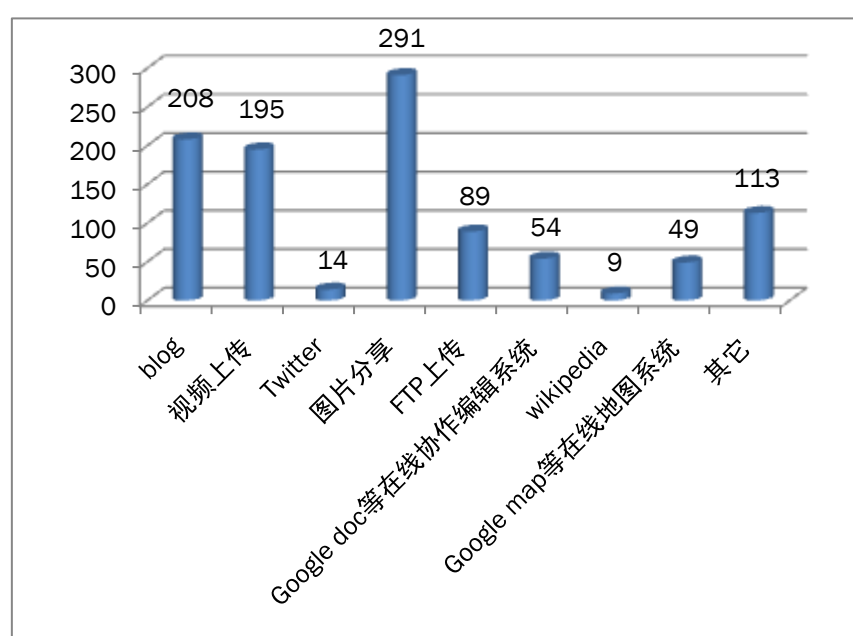
调查结果显示，受调查的 401 家组织中，认为最重要的传播需求是提高本组织与其他公益组织相互交流、协作等自组织能力的占 31.92%。另外 31.67%的组织认为面向社会公众提高本组织的公众知名度是最重要的传播需求。

6. 受调查公益组织获取在线信息时最主要使用工具情况



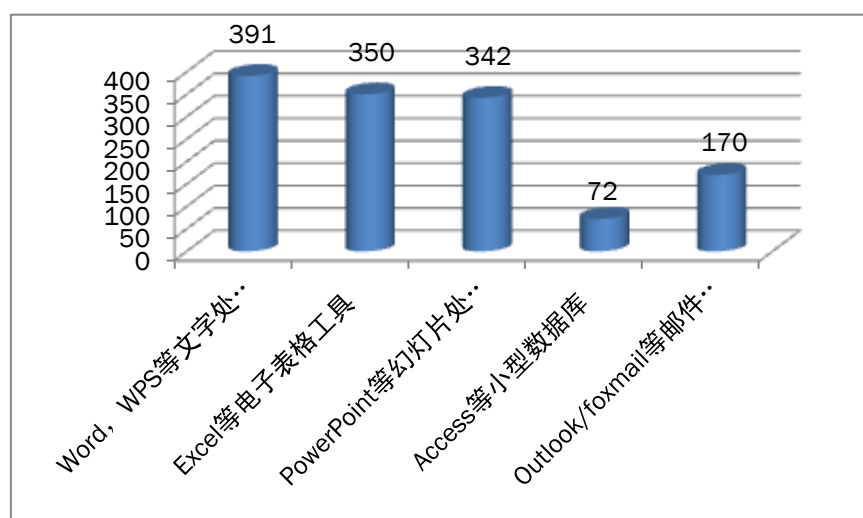
调查结果显示, 401 家组织获取在线信息最主要使用的工具依次是百度 (320 家)、Google (254 家)、跟专业领域相关的网站 (235 家), 不到 20% 的组织会经常使用百科、专业数据库资源等。

7. 受调查公益组织通过何种方式发布组织的在线内容



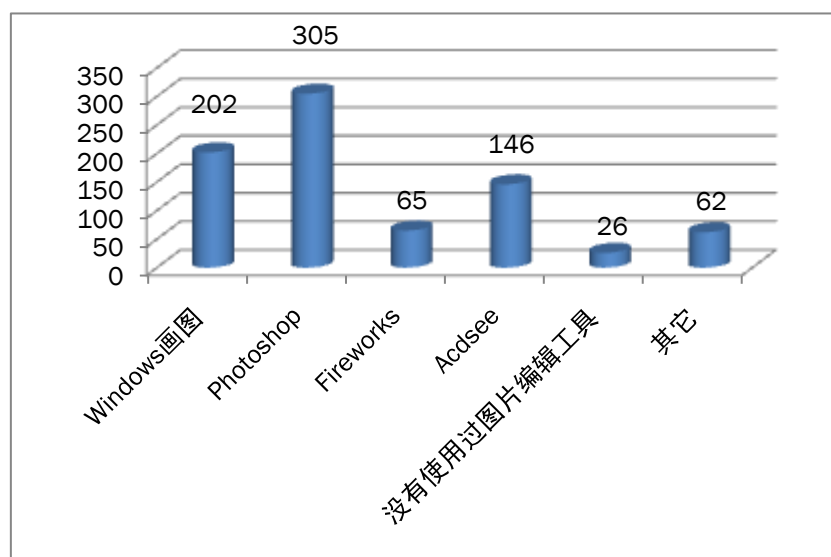
调查结果显示, 在发布组织的在线内容时有 291 家会使用到图片分享, 208 家组织使用到博客, 195 家组织使用到视频上传, 其他方式则使用得较少。

8. 受调查公益组织使用文档处理工具情况



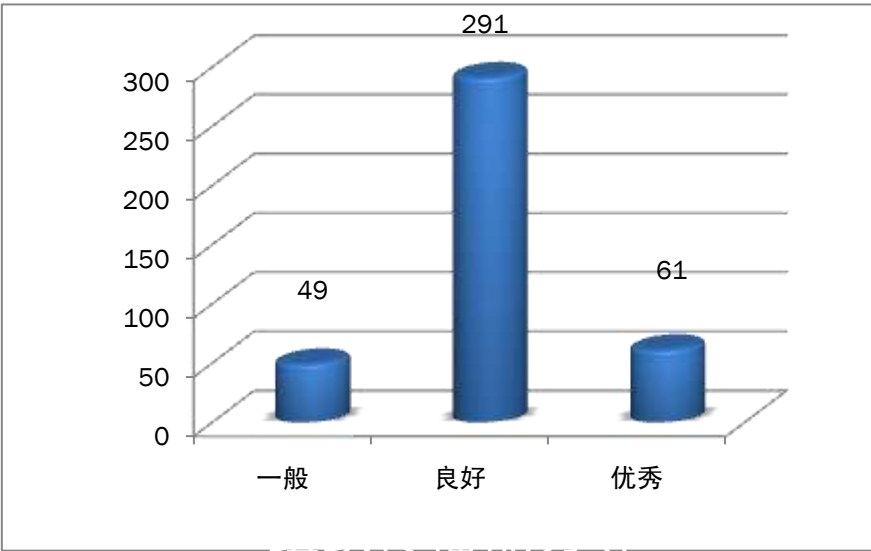
调查结果显示,401家公益组织中多数使用过 Word、Excel、PowerPoint 等 office 处理工具,有 170 家组织使用过 Outlook/Foxmail 等邮件处理工具,只有 72 家组织使用过 Access 等小型数据库。

9. 受调查公益组织使用图片编辑工具情况



调查结果显示,被受调查组织用来编辑图片最多的工具为 Photoshop,其次为 Windows 画图工具和 Acdsee,使用其他工具的组织较少,仍然有 26 家组织没有使用过图片编辑工具。

10. 受调查公益组织传播综合能力统计结果



受调查的公益组织（共 401 家组织）在此次调查所涉及到的各方面的组织传播能力的综合表现较为令人满意，其中使用情况优秀的有 61 家，占 15.2%，使用情况良好的有 291 家，为总数的 72.6%，使用情况尚待改进的占 12.2%，共有 49 家。

关于此项统计方法的说明：

通过对问卷中的第三部分的第 2 题，第 5 题的 b、d，及第 6、10、11、12、13、14 题的各个选项赋予不同的权重，再进行加权平均，得出各个受调查的公益组织在组织传播能力的状况，并划分出相应的区间，将各个组织的组织传播能力情况分为“一般”，“良好”和“优秀”三类。

其中，每一题的选项和权重如下：

题号	选项	权重
2	0%	0
	1%--5%	4
	6%—10%	6
	11%—20%	8
	20%以上	10

5b、d	很好	1.2
	好	1
	一般	0.8
	不太好	0.6
	很不好	0.4
	没试用过	0
6	每天数次	4
	每周数次	3
	每月数次	2
	每数月一次或更少	1
10	每选一个	1
11	每选一项	1
12	每选一项	1
13	每选一项	1
14	是	2
	否	0

得分区间和对组织传播能力的评级如下：

得分区间	分档	组织传播能力评级
17.2—36	3	一般
36—60	2	良好
60—78.6	1	优秀