2022 국립생태원 뉴미디어 만족도 설문조사 결과보고서

1. 조사목적

- ❍ 국민을 대상으로 우리원 뉴미디어 채널 만족도 조사를 실시해 23년 뉴미디어 콘텐츠 기획, 채널 운영 방향 등에 대한 기초 자료 확보
- ❍ 뉴미디어 채널에 대한 국민들의 의견을 수렴해 '국민 소통 활성화'를 위한 방안 모색

2. 조사설계 및 방법

- ❍ 조 사 명: 2022 국립생태원 뉴미디어 채널 만족도 조사
- ❍ 조사대상: 뉴미디어 구독자 및 전국민 대상
- ❍ 조사기간: '22.12.5.~'12.12.15. (11일간)
- ❍ 조사방법: 국립생태원 홈페이지 설문조사 시스템 활용
- ❍ 조사내용: 뉴미디어 채널 이용현황 및 계층, 만족도 관련 30문항
- ❍ 참여인원: 2,421명

구분	세부 내용
국립생태원 채널 이용현황	• 국립생태원 뉴미디어 채널 인지 여부 및 주요 이용 채널 • 국립생태원 방문 빈도 및 목적
채널 운영 만족도	• 뉴미디어 채널 전반적 만족도 및 주요 채널별 세부 만족도
콘텐츠 만족도	• 뉴미디어 채널 콘텐츠, 디자인 등에 대한 세부 만족도

3. 조사결과

가. 응답자 특성

1) 성별 및 연령

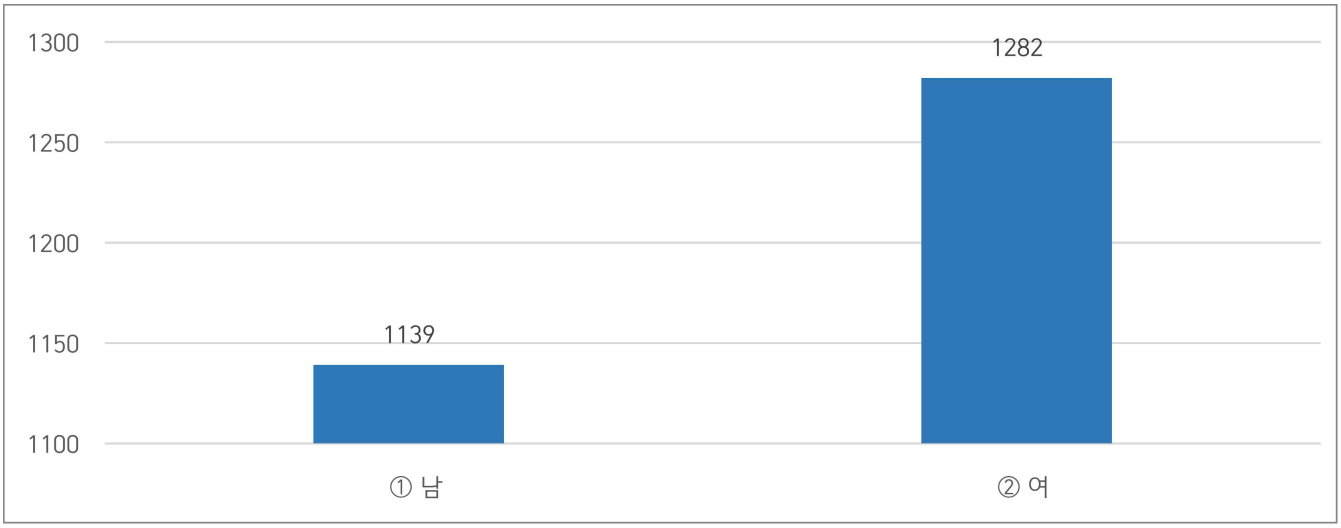

그림 1 응답자 성별

구분	답변수(n=2,421)
남성	1,139(47.1%)
여성	1,282(52.9%)

❍ <2022 국립생태원 뉴미디어 만족도> 설문조사 참여 응답자의 성별은 여성 52.9%(1,282명), 남성 47.1%(1,139명)로 여성이 높았음

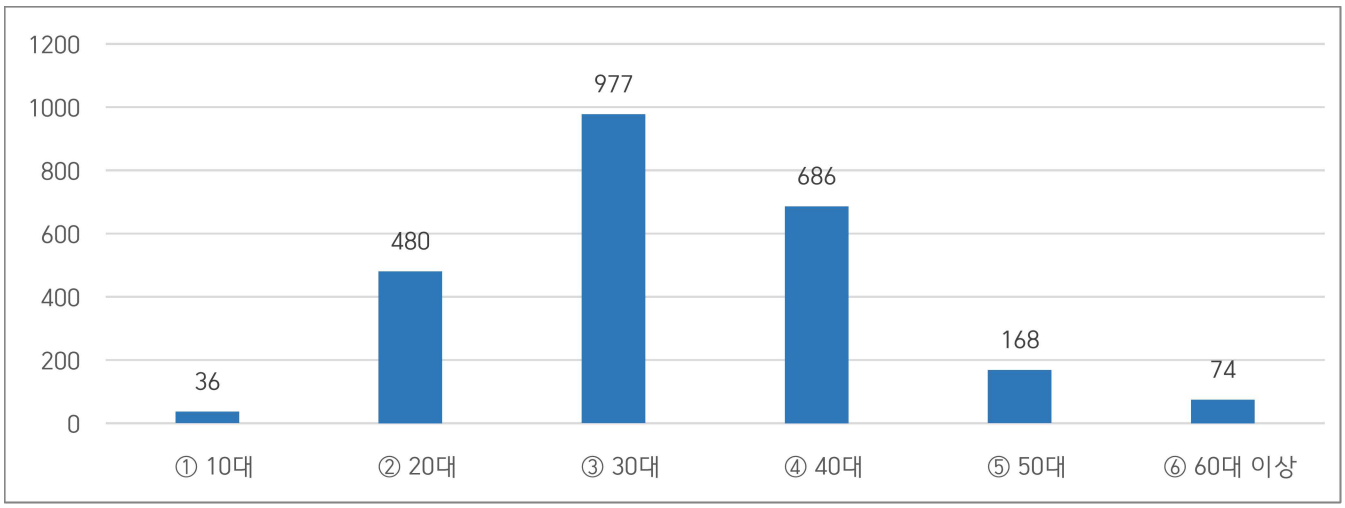

그림 2 응답자 연령대

구분	답변수(n=2,421)
10대	36(2%)
20대	480(20%)
30대	977(40%)
40대	686(28%)
50대	168(7%)
60대 이상	72(3%)

❍ 연령대 분포는 30대가 40%(977명)로 가장 높은 비율을 차지함

2) 직업

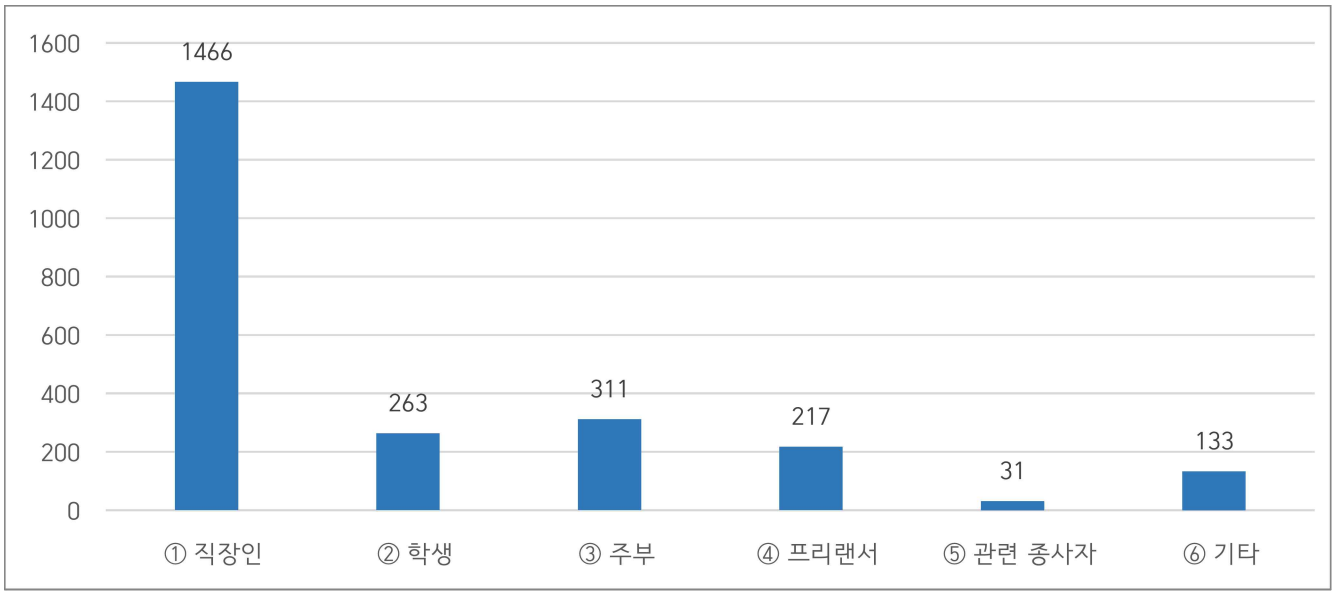

그림 3 응답자 직업

구분	답변수(n=2,421)
직장인	1,466(60.5%)
학생	263(10.8%)
주부	311(12.8%)
프리랜서	217(8.9%)
관련 종사자	31(1.2%)
기타	133(5.4%)

❍ 응답자 직업은 직장인이 1,466명(60.5%)로 가장 많았고, 두 번째로는 주부 311명(12.8%)가 많이 참여함

3) 주요 이용 뉴미디어 채널

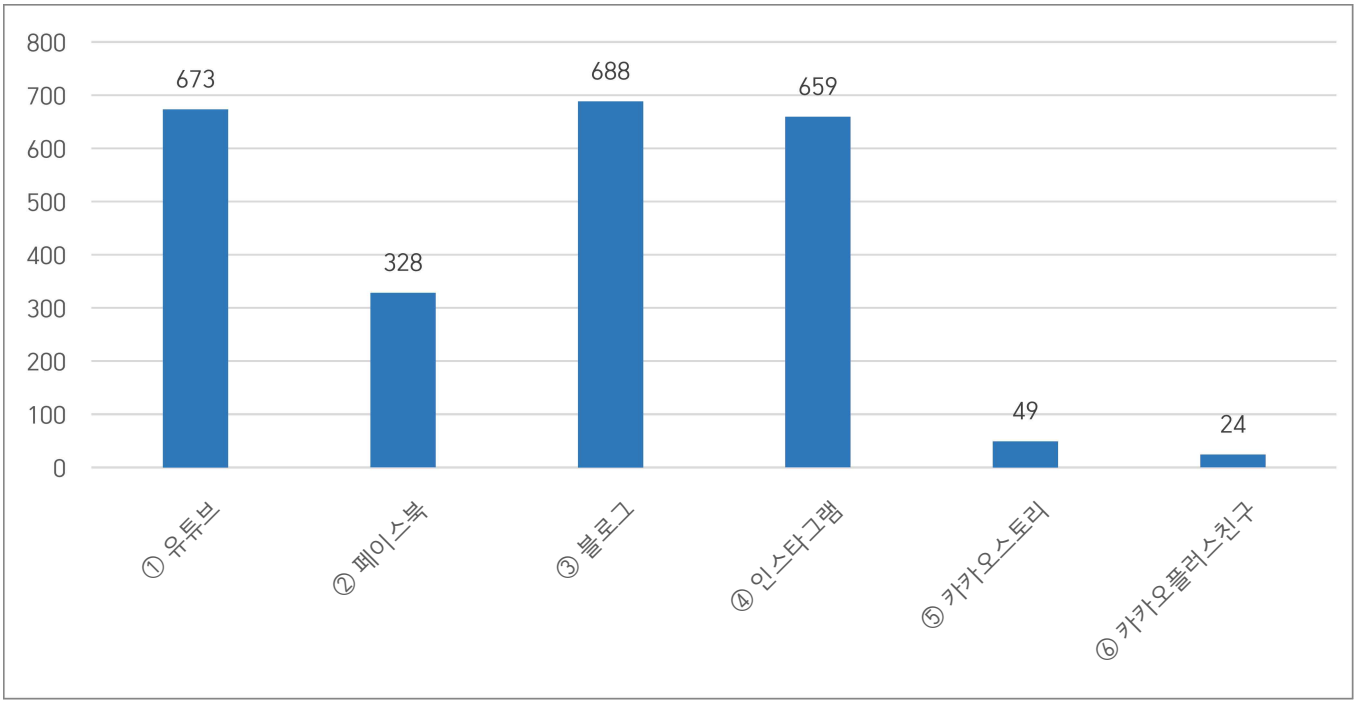

그림 4 주요 이용 뉴미디어 채널

구분	답변수(n=2,421)
유튜브	673(27.7%)
페이스북	328(13.5%)
블로그	688(40.8%)
인스타그램	659(27.2%)
카카오스토리	49(2%)
카카오톡플러스친구	24(0.9%)

❍ 주로 이용하는 뉴미디어 채널은 블로그(688명), 유튜브(673명), 인스타그램(659명) 순으로 많았으며, 페이스북(328명), 카카오스토리(49명), 카카오톡플러스친구 (24명)이 그 뒤를 이었음

나. 기관 SNS 이용 실태

1) 뉴미디어 채널 인지도

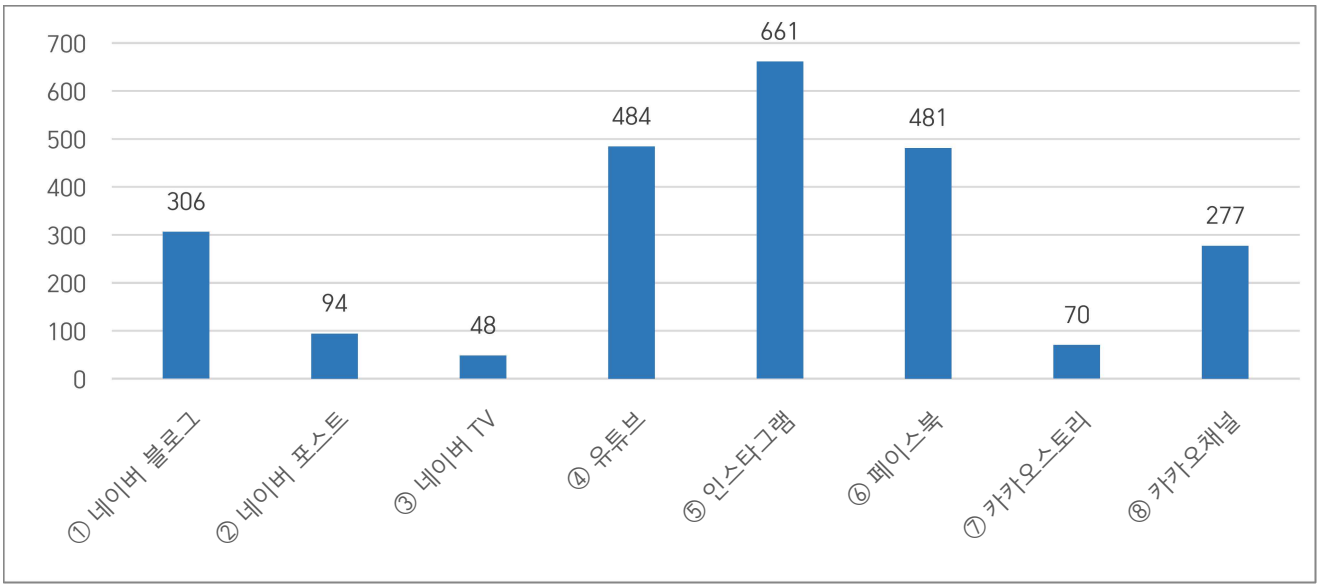

그림 5 뉴미디어 채널별 인지도

구분	답변수(n=2,421)
네이버 블로그	306(12.6%)
네이버 포스트	94(3.8%)
네이버 TV	48(1.9%)
유튜브	484(19.9%)
인스타그램	661(27.3%)
페이스북	481(19.8%)
카카오스토리	70(2.8%)
카카오채널	277(11.4%)

❍ 가장 많이 알려진 뉴미디어 채널은 27.3%(661명)으로 인스타그램으로 응답함

❍ 다음 유튜브(19.9%,484명), 페이스북(19.8%, 481명), 네이버 블로그(12.6% 305명), 카카오톡플러스채널(11.4%, 277명), 네이버포스트(3.8%, 94명), 카카오스토리(2.8%, 70명), 네이버TV(1.9%, 48명)으로 분석됨

2) 뉴미디어 채널 인지 경로

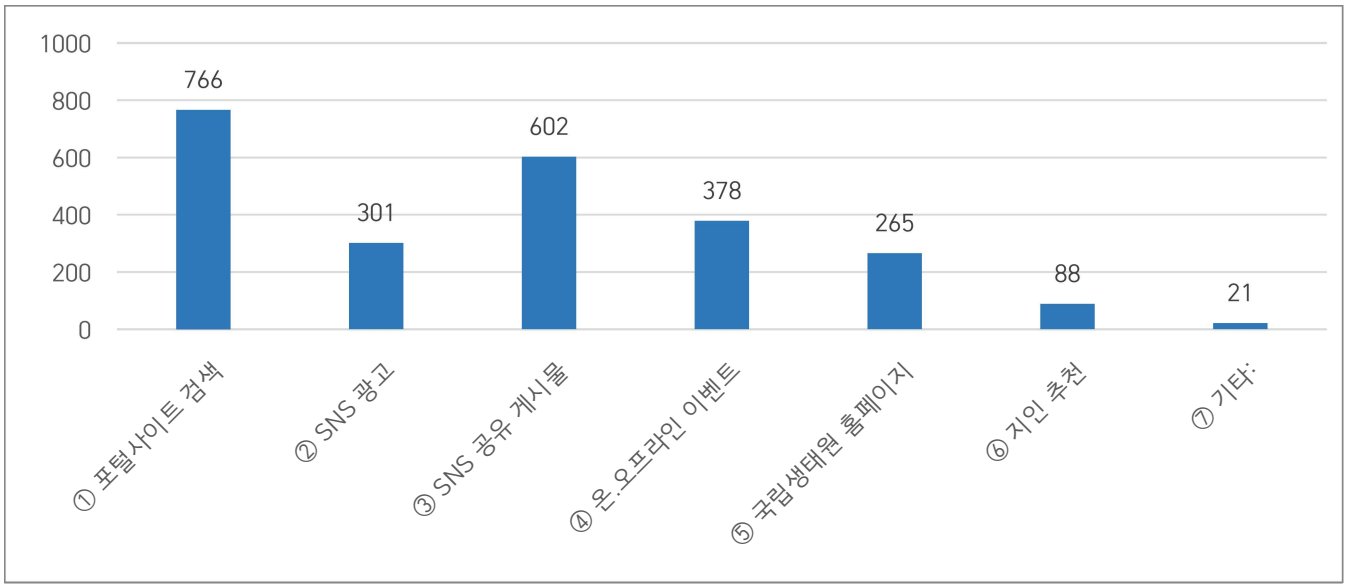

그림 6 뉴미디어 채널 인지 경로

구분	답변수(n=2,421)
포털 사이트를 통해서(검색, 메인 노출 등)	766(31.6%)
SNS 광고	301(12.4%)
SNS 공유게시물	602(24.8%)
온/오프라인 이벤트	378(15.6%)
국립생태원 홈페이지	265(10.9%)
지인 추천	88(3.6%)
기타	21(0.8%)

- ❍ 응답자의 31.6%가 포털사이트 검색을 통해 국립생태원 뉴미디어 채널을 인지함
- ❍ 다음으로는 SNS공유게시물(24.8%, 602)을 통한 인지가 가장 많았으며, 온/오프라인이벤트(15.6%, 378명), SNS광고(12.4%, 301명), 국립생태원홈페이지(10.9%, 265명), 지인추천(3.6% 88명), 기타(0.8%, 21명) 순으로 많았음

3) 뉴미디어 채널 이용 횟수

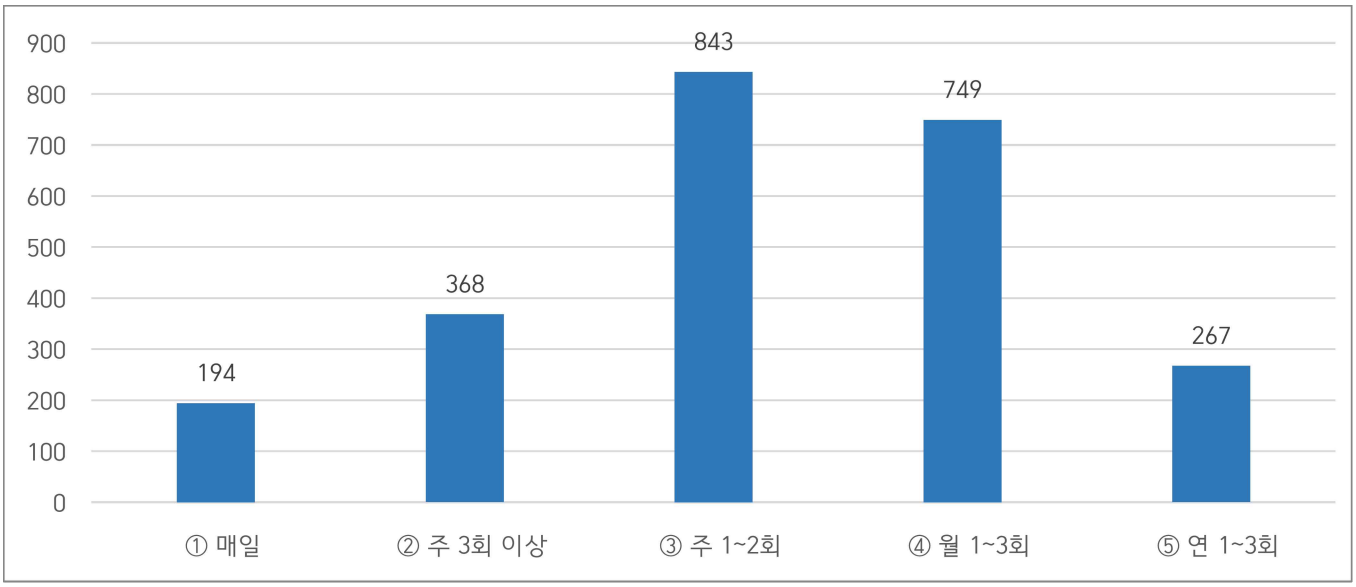

그림 7 뉴미디어 채널 이용 횟수

구분	답변수(n=2,421)
매일	194(8%)
주3회 이상	368(15.2%)
주1~2회	843(34.8%)
월1~3회	749(30.9%)
연1~3회	267(11%)

❍ 응답자의 34.8%(843명)가 주 1~2회 국립생태원 뉴미디어 채널을 방문하며, 30.9%(749명)이 월 1~3회, 15.2%(368명)은 주3회 이상 뉴미디어 채널에 방문함

4) 뉴미디어 채널 이용 목적

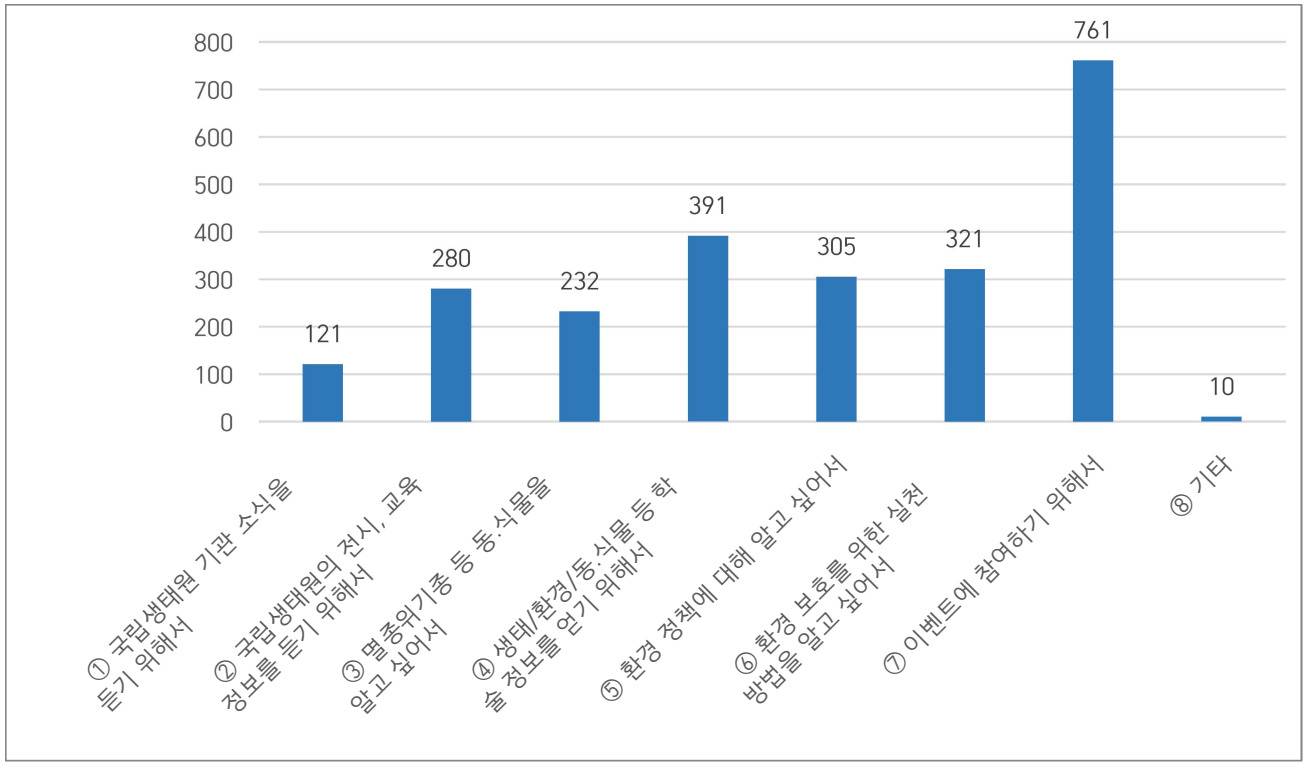

그림 8 뉴미디어 채널 이용 목적

구분	답변수(n=2,421)
국립생태원 기관 소식을 듣기 위해서	121(4.9%)
국립생태원의 전시, 교육 정보를 듣기 위해서	280(11.5%)
멸종위기종 등 동식물을 알고 싶어서	232(9.5%)
생태/환경/동식물 등 학술 정보를 얻기 위해서	391(16.1%)
환경 정책에 대해 알고 싶어서	305(12.5%)
환경 보호를 위한 실천 방법을 알고 싶어서	321(13.2%)
이벤트에 참여하기 위해서	761(31.4%)
기타	10(0.4%)

❍ 응답자의 31.4%(761명)이 이벤트에 참여하기 위해서 국립생태원 SNS 채널을 방문하며, 그 뒤로 생태/환경/동식물 등 학술 정보를 얻기 위해서(16.1%), 환경 보호를 위한 실천 방법을 알고 싶어서(13.2%), 환경 정책을 알고 싶어서(12.5%), 국립생태원의 전시, 교육 정보를 듣기 위해서(11.5%)를 응답함

5) 뉴미디어 채널 소통 빈도

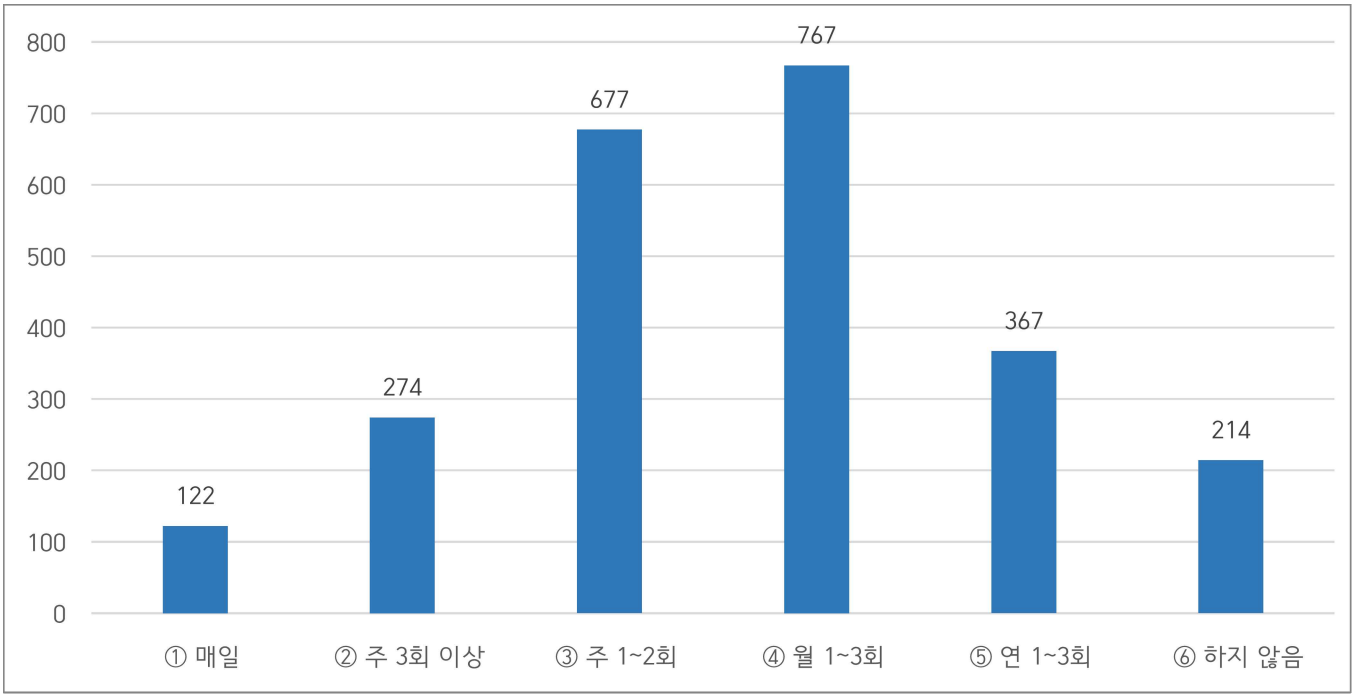

그림 9 뉴미디어 채널 소통빈도

구분	답변수(n=2,421)
매일	122(5%)
주3회 이상	274(11.3%)
주1~2회	677(27.9%)
월1~3회	767(31.6%)
연1~3회	367(15.1%)
하지 않음	214(8.8%)

❍ 응답자의 31.6%(767명)이 월 1~3회 소통(댓글, 좋아요 등)을 하고 있으며, 그 뒤로 27.9%(677명)이 주 1~2회, 15.1%(367명)가 연 1~3회, 11.3%(274명)가 주 3회 이상 소통한다고 응답함

6) 뉴미디어 채널 소통 경로

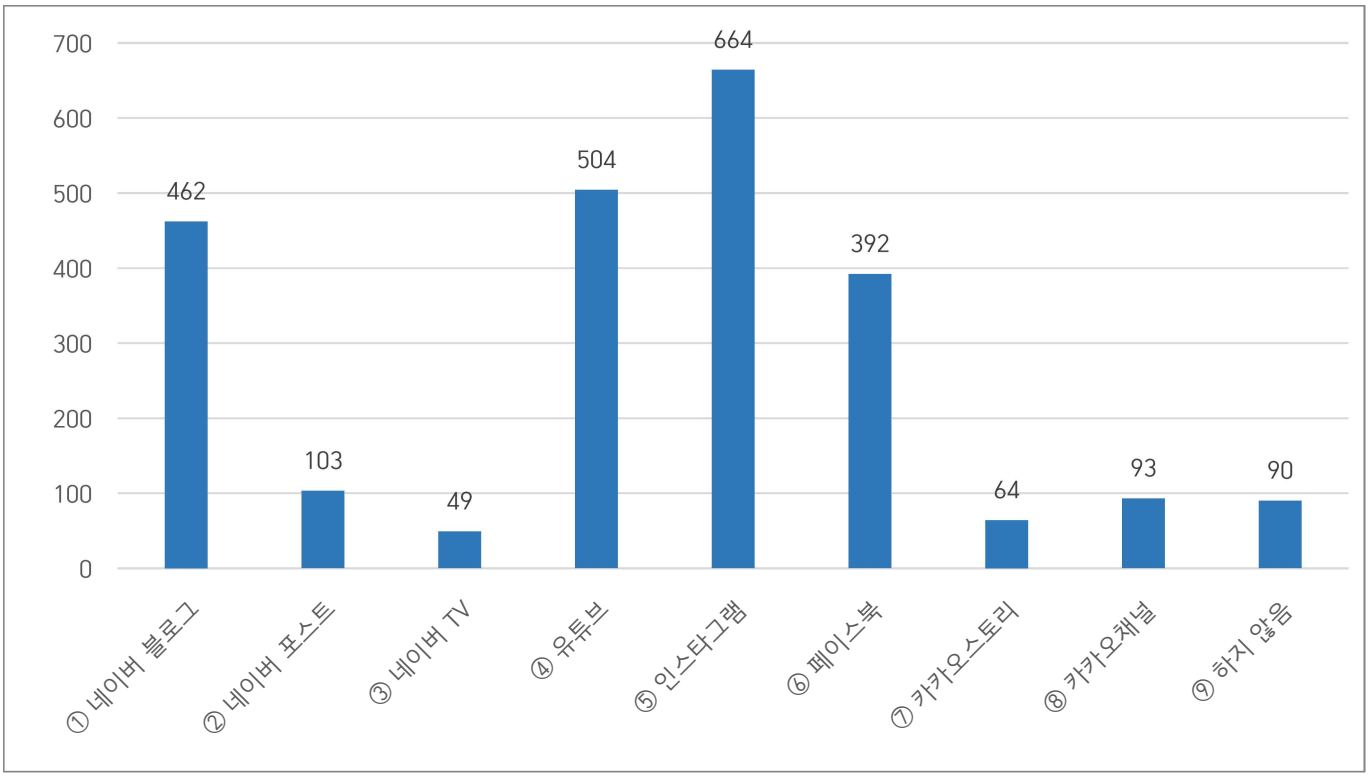

그림 10 뉴미디어 채널 소통 경로

구분	답변수(n=2,421)
네이버 블로그	462(19%)
네이버 포스트	103(4.2%)
네이버 TV	49(2%)
유튜브	504(20.8%)
인스타그램	664(27.4%)
페이스북	392(16.1%)
카카오스토리	64(2.6%)
카카오채널	93(3.8%)
하지 않음	90(3.7%)

❍ 뉴미디어 소통이 가장 활발한 채널 1위는 인스타그램(27.4%, 664명), 2위는 유튜브(20.8%, 504명), 3위는 네이버 블로그(19%, 462명)으로 나타남.

기 뉴미디어 채널 소통 콘텐츠

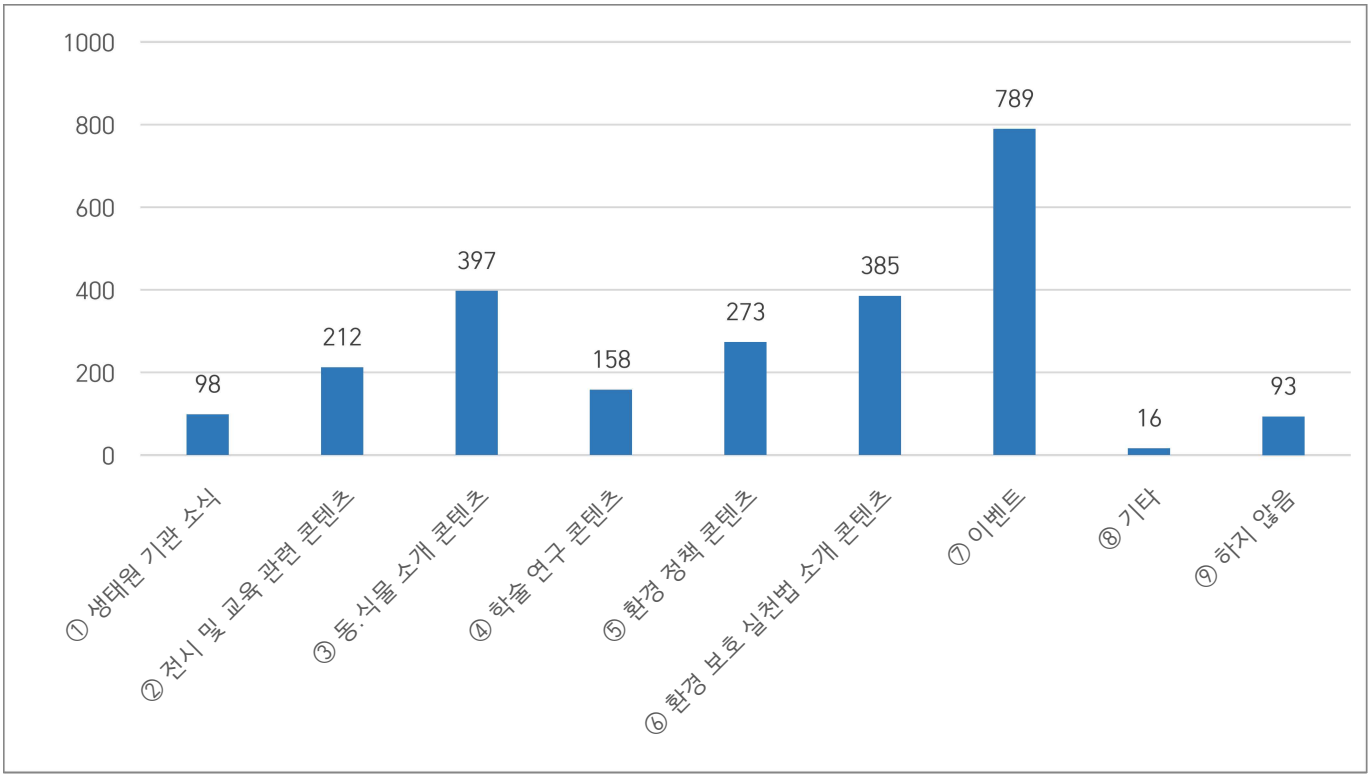

그림 11 뉴미디어 채널 소통 콘텐츠

구분	답변수(n=2,421)
생태원 기관 소식	98(4%)
전시 및 교육 관련 콘텐츠	212(8.7%)
동식물 소개 콘텐츠	397(16.3%)
학술 연구 콘텐츠	158(6.5%)
환경 정책 콘텐츠	273(11.2%)
환경 보호 실천법 소개 콘텐츠	385(15.9%)
이벤트	789(32.5%)
기타	16(0.6%)
하지 않음	93(3.8%)

❍ 뉴미디어 콘텐츠 중 소통이 가장 활발한 콘텐츠는 이벤트(32.5%, 789명)으로 나타났고, 그 뒤로 동식물 소개 콘텐츠(16.3%, 397명), 환경보호 실천법 소개 콘텐츠(15.9%, 385명)로 분석됨.

8) 소통 활성화 방안 (주관식)

- ❍ 참여형 콘텐츠의 확대
  - 구독자의 궁금증을 받아 답변해주는 콘텐츠 등 참여형 콘텐츠 비중 확대
  - 퀴즈 이벤트 등을 통해 구독자들과 소통하는 기회 마련
- ❍ 국립생태원과 연관된 사진,영상 공모전 주기적 개최
- ❍ 구독자들의 댓글에 좋아요, 대댓글 등으로 반응해 소통하고 있다는 느낌 부여
- ❍ 토론할 수 있는 주제를 선정해 사람들이 자유롭게 의견을 개진할 수 있는 기회 제공
- ❍ 지식인처럼 생태에 대해 궁금한 점을 질문할 수 있는 게시판 등 공간 마련
- ❍ 인플루언서와 콜라보, 국립생태원 마스코트 활성화를 통해 홍보 효과 제고 등

다. 기관 SNS 만족도 조사

1) 뉴미디어 채널 전체 만족도

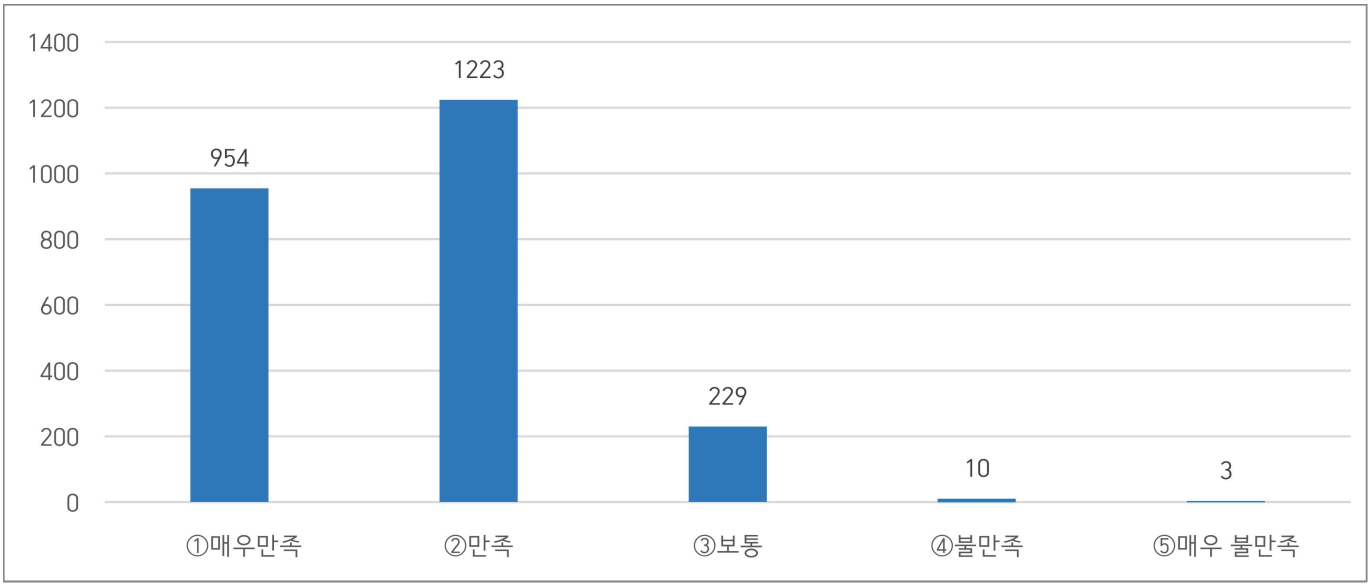

그림 12 뉴미디어 채널 전체 만족도

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	954(39.4%)
만족	1223(50.5%)
보통	229(9.4%)
불만족	10(0.4%)
매우 불만족	3(0.1%)
무응답	3(0.1%)

❍ 뉴미디어 채널 전체 만족도는 매우 만족(39.4%, 954명), 만족(50.5%, 1,223명)으로 약 89.9%가 만족한다고 응답함.

만족 이유	불만족 이유
- 다양한 생태계 자료를 볼 수 있음 - 반려식물에 대한 정보가 있어서 만족함 - 전문적인 정보가 많아 유익함 - 구독자들의 눈높이에 맞는 정보 제공 - 교육용 콘텐츠가 다양함 - 신뢰도가 높은 생태 정보	- 가독성을 조금 더 신경써야 함 - 시설 소개에 대한 콘텐츠 비중 확대 필요 - 동식물 소개 카드뉴스 비중 확대 필요 - 업데이트 주기 감소 필요

2) 뉴미디어 채널 소통 만족도

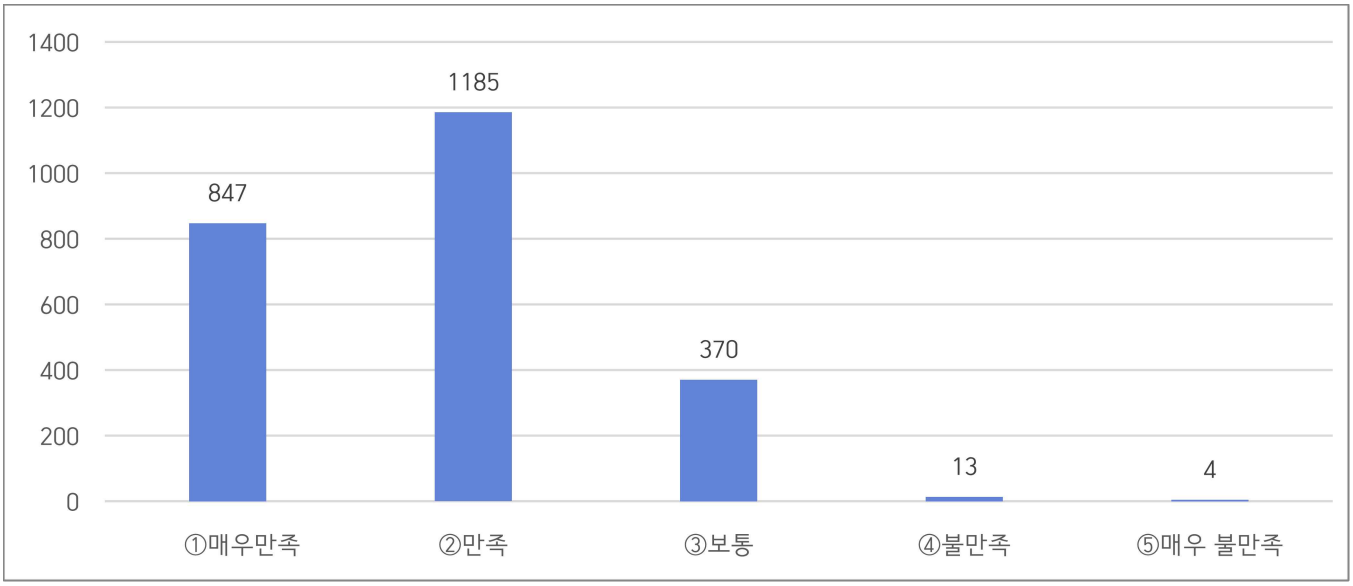

그림 13 뉴미디어 채널 소통 만족도

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	847(34.9%)
만족	1185(48.9%)
보통	370(15.2%)
불만족	13(0.5%)
매우 불만족	4(0.1%)
무응답	3(0.1%)

3) 뉴미디어 채널 콘텐츠 만족도

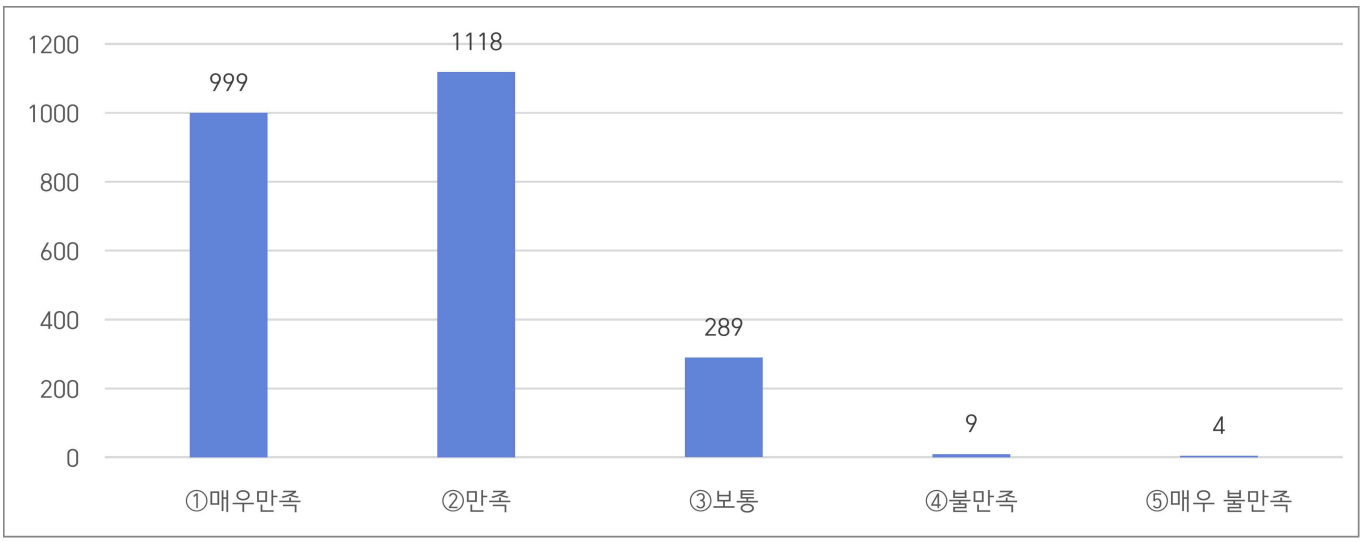

그림 14 뉴미디어 채널 콘텐츠 만족도

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	999(41%)
만족	1118(46.1%)
보통	289(11.9%)
불만족	9(0.3%)
매우 불만족	4(0.1%)
무응답	3(0.1%)

4) 뉴미디어 채널 디자인 만족도

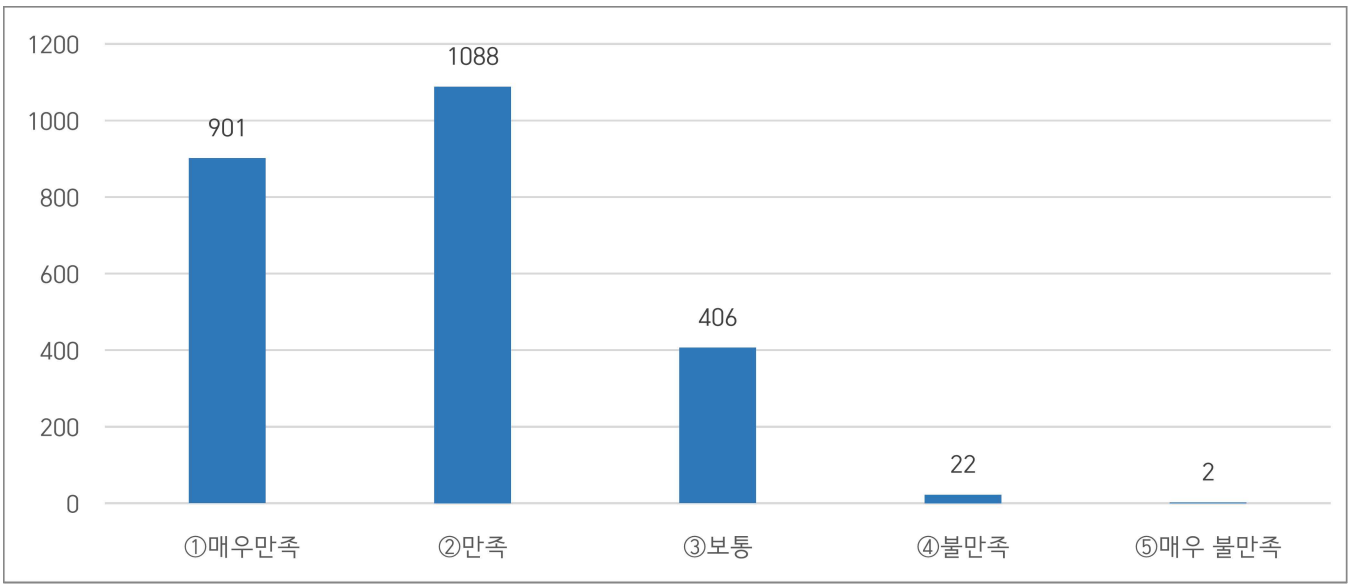

그림 15 뉴미디어 채널 디자인 만족도

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	901
만족	1088
보통	406
불만족	22
매우 불만족	2
무응답	3

❍ 뉴미디어 소통 만족도 83.9%, 콘텐츠 만족도 87.4%, 디자인 만족도 82.1% 만족 소통, 디자인 만족도가 다소 낮은 점을 고려해 23년도 SNS 운영에 있어 이 부분을 좀 더 중점적으로 개선해야 함.

라. 대표 채널별 만족도

1) 네이버 블로그 만족도

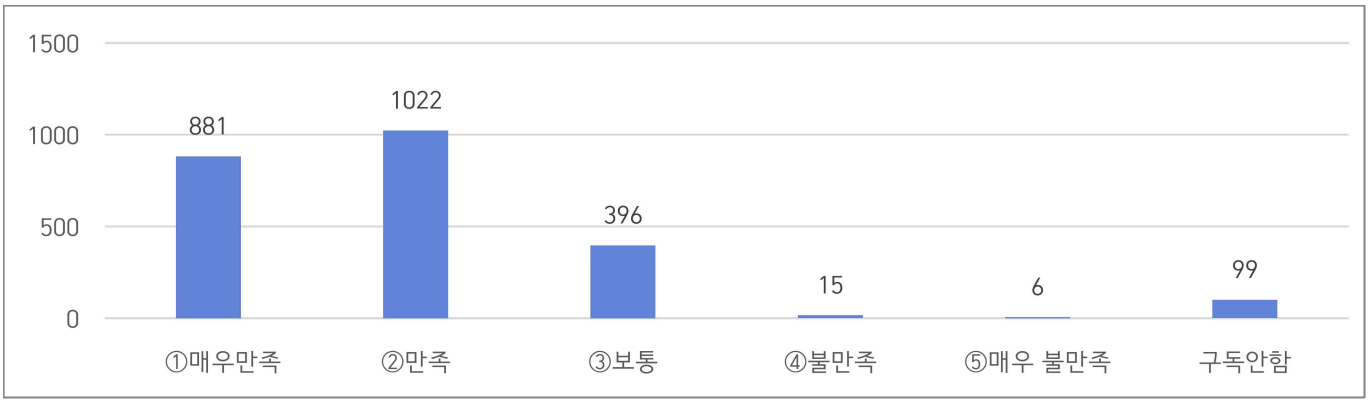

그림 16 네이버 블로그 만족도

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	881(36.3%)
만족	1,022(42.2%)
보통	396(16.3%)
불만족	15(0.6%)
매우 불만족	6(0.2%)
구독 안함	99(4%)

2) 유튜브 만족도

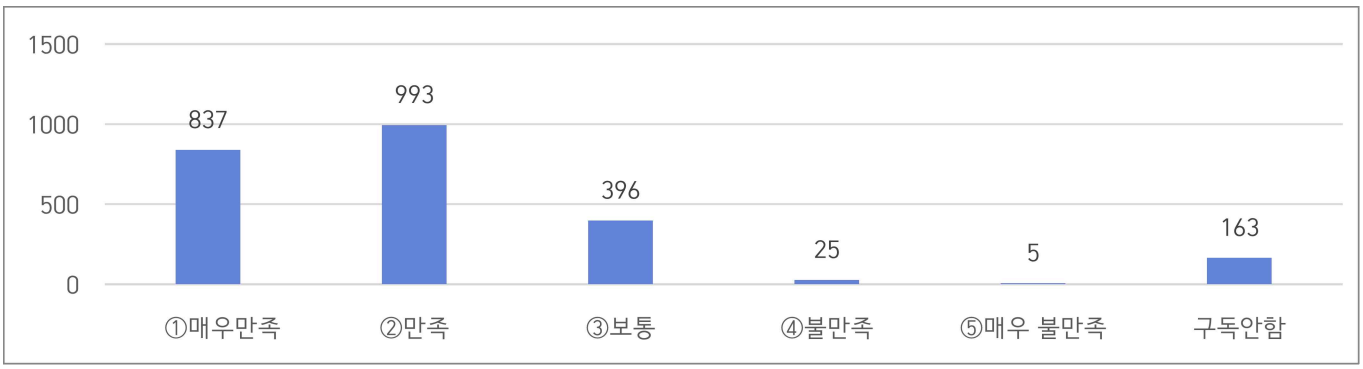

그림 17 유튜브 만족도

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	837(36%)
만족	993(41%)
보통	396(16.3%)
불만족	25(1%)
매우 불만족	5(0.2%)
구독 안함	163(6.7%)

3) 인스타그램 만족도

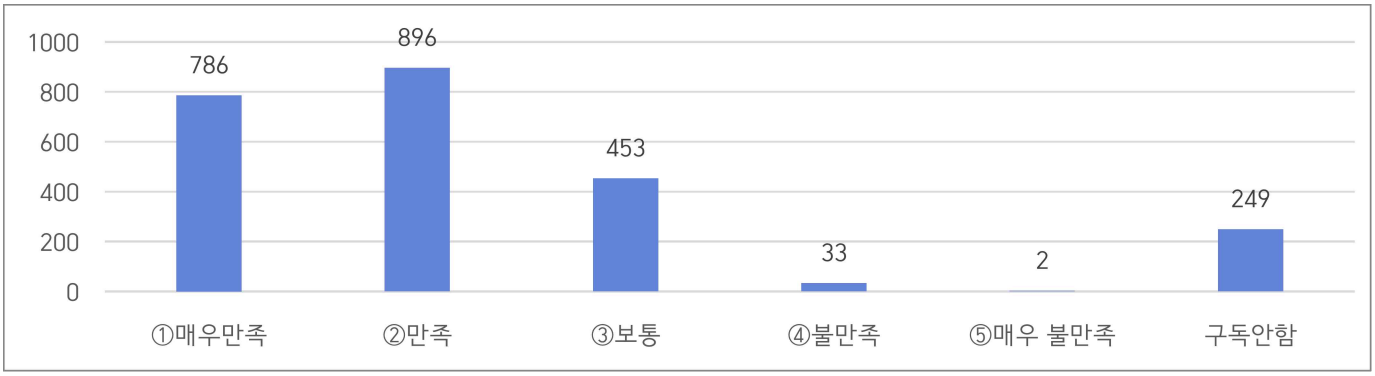

그림 18 인스타그램 만족도

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	786(32.4%)
만족	896(37%)
보통	453(18.7%)
불만족	33(1.3%)
매우 불만족	2(0.08%)
구독 안함	249(10.2%)

4) 페이스북 만족도

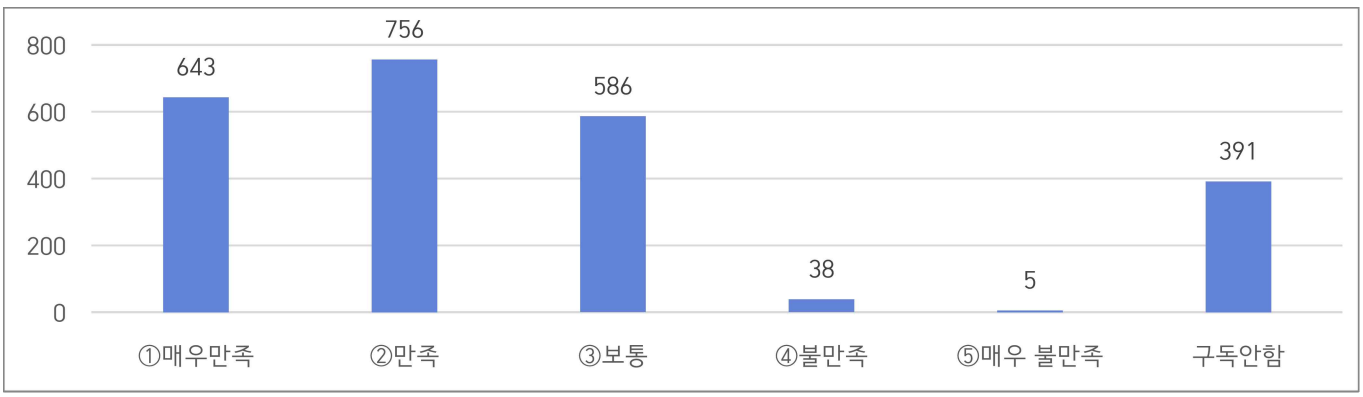

그림 19 페이스북 만족도

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	643(26.5%)
만족	756(31.2%)
보통	586(24.2%)
불만족	38(1.5%)
매우 불만족	5(0.2%)
구독 안함	391(16.1%)

5) 대표채널에 바라는 점

블로그	유튜브
- 멸종위기 동식물 콘텐츠 비중 확대 - 반려식물 콘텐츠 연재 유지 및 확대 - 카드뉴스 콘텐츠 업로드 확대 - 웹툰 작가가 그리는 환경 콘텐츠 제작 - 국립생태원을 포함한 여행 코스 콘텐츠 제작 - 콘텐츠 가독성 고려 - 버섯류, 이끼류에 대한 콘텐츠 제작	- 브이로그, 쇼츠 등 영상 비중 확대 - ASMR 영상 콘텐츠 업로드
인스타그램/페이스북	**채널 공통**
- 생태원 내부 사진을 활용한 카드뉴스 확대 - 영상 및 그림 자료 비중 확대 - 계절별 생태원 관람 요령 안내 - 실생활에서 환경을 보호하는 법 콘텐츠 제작	- 규칙적인 콘텐츠 업로드로 구독자들의 관심 환기 - 생태원 직원들에 대한 콘텐츠 제작 필요 - 환경정책에 대한 상세한 소개 콘텐츠 - 디자인 개편 - 쌍방향 소통 채널 활성화 필요 - 고품질의 사진, 영상 제공 - 전시 안내 콘텐츠 좀 더 미리 업로드 - MZ 세대를 위한 친환경 이벤트 기획

라. 기관 SNS 만족도 조사

1) 채널 콘텐츠 별 만족도

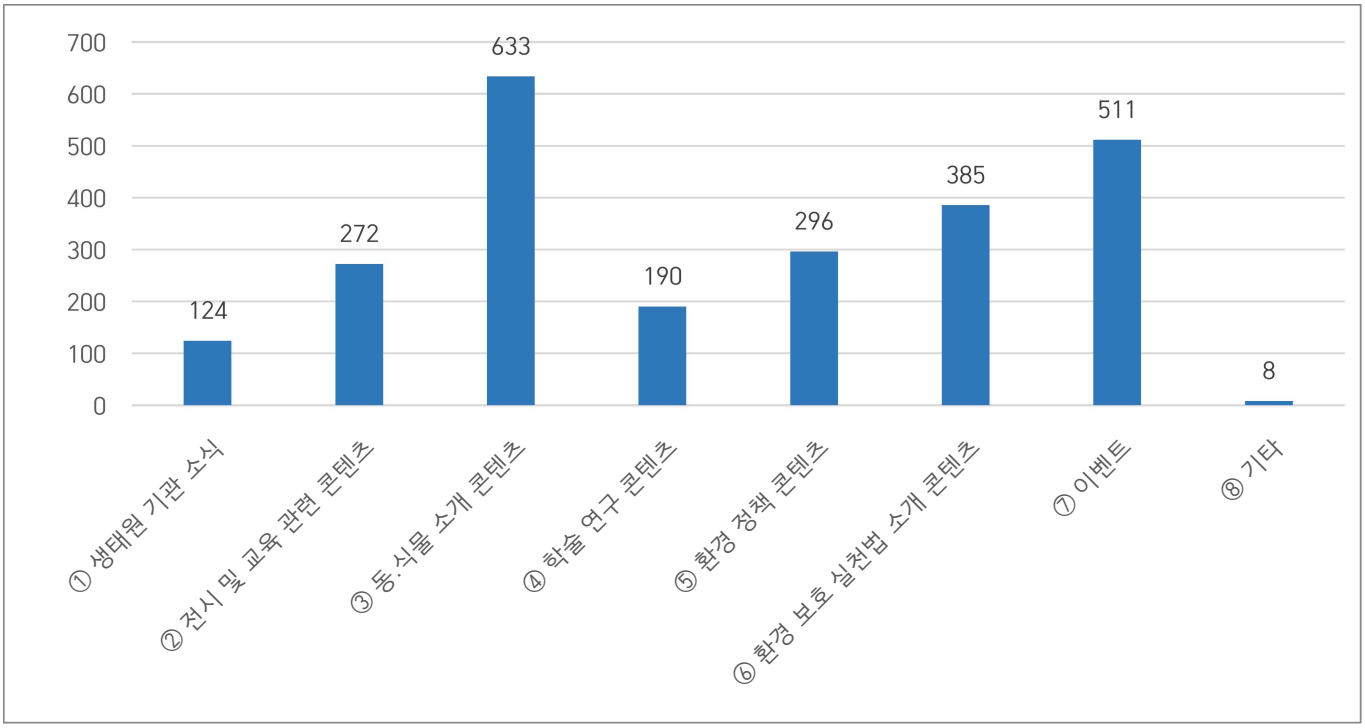

그림 20 콘텐츠별 만족도

구분	답변수(n=2,421)
생태원 기관 소식	124(5.1%)
전시 및 교육 관련 콘텐츠	272(11.2%)
동식물 소개 콘텐츠	633(26.1%)
학술 연구 콘텐츠	190(7.8%)
환경 정책 콘텐츠	296(12.2%)
환경 보호실천법 소개 콘텐츠	385(15.9%)
이벤트	511(21.1%)
기타	8(0.3%)
무응답	3(0.1%)

2) 뉴미디어 기대 콘텐츠

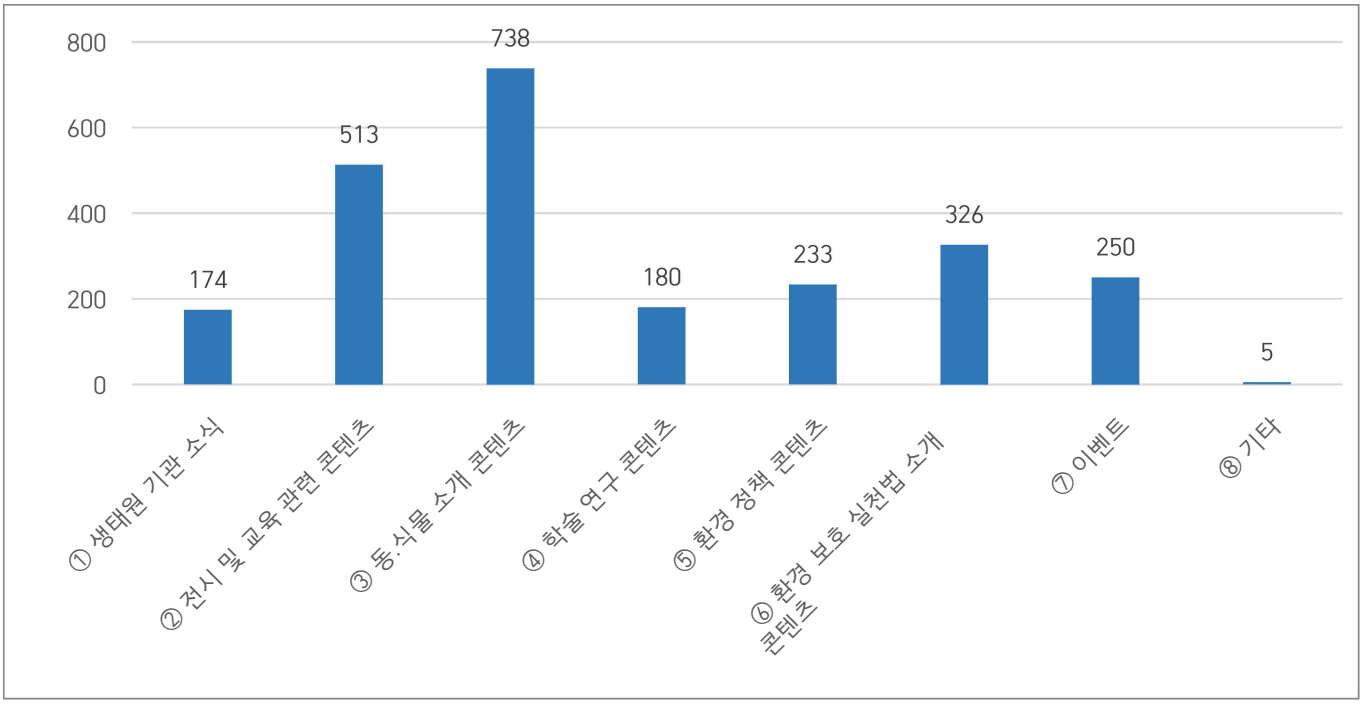

그림 21 뉴미디어 기대 콘텐츠

구분	답변수(n=2,421)
생태원 기관 소식	174(7.1%)
전시 및 교육 관련 콘텐츠	513(21.1%)
동식물 소개 콘텐츠	738(30.4%)
학술 연구 콘텐츠	180(7.4%)
환경 정책 콘텐츠	233(9.6%)
환경 보호실천법 소개 콘텐츠	326(13.4%)
이벤트	250(10.3%)
기타	5(0.2%)
무응답	3(0.1%)

3) 정보 습득시 고려 사항

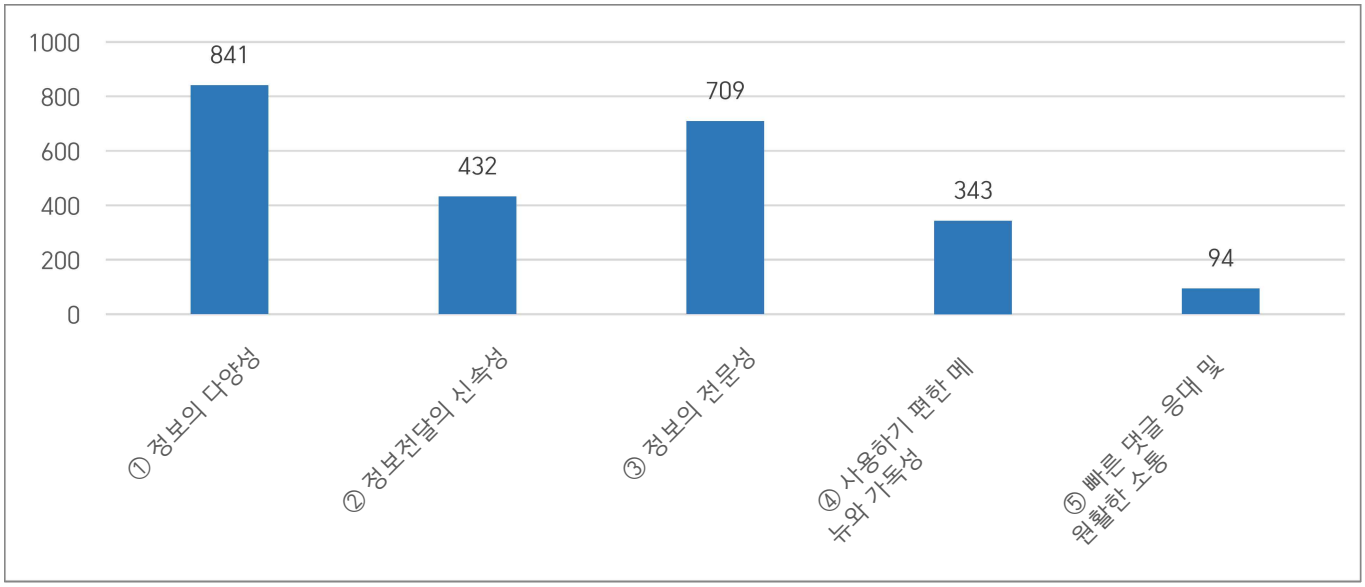

그림 22 정보습득시 고려 사항

구분	답변수(n=2,421)
정보의 다양성	841(34.7%)
정보전달의 신속성	432(17.8%)
정보의 전문성	709(29.2%)
사용하기 편한 매뉴얼과 가독성	343(14.1%)
빠른 댓글 응대 및 원활한 소통	94(3.8%)
무응답	3(0.1%)

4) 뉴미디어 콘텐츠의 지식 효용성

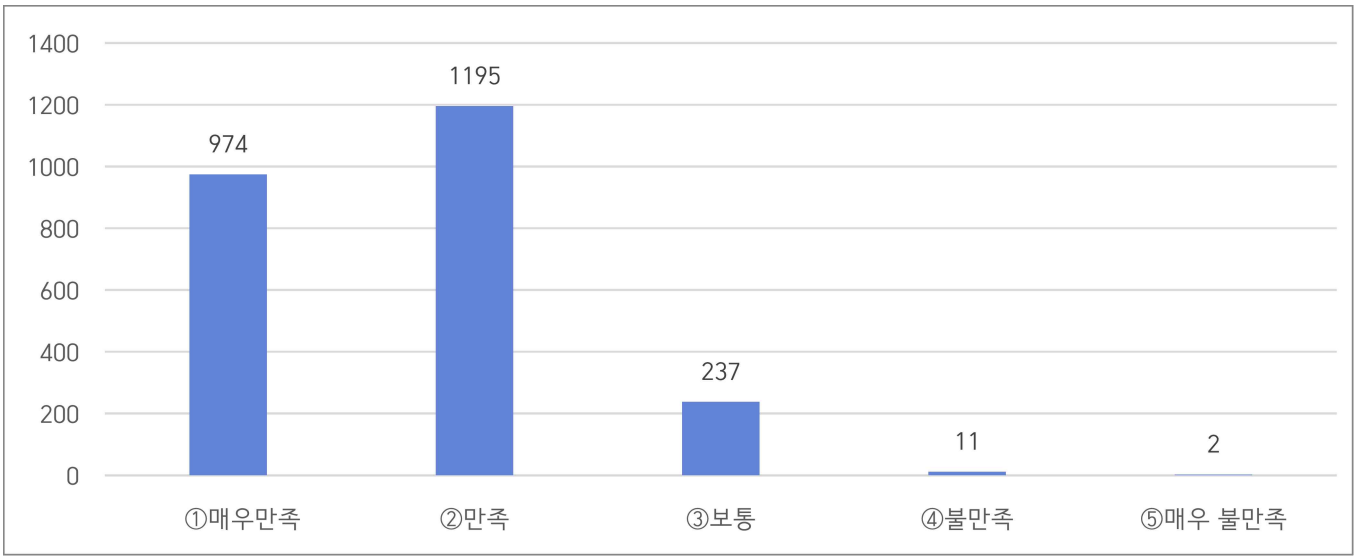

그림 23 국립생태원 뉴미디어 채널이 생태, 환경에 대한 이해도를 높이는데 도움이 된다?

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	974(40.2%)
만족	1195(49.3%)
보통	237(9.7%)
불만족	11(0.4%)
매우 불만족	2(0.1%)
무응답	3(0.1%)

5) 뉴미디어 콘텐츠의 이슈성

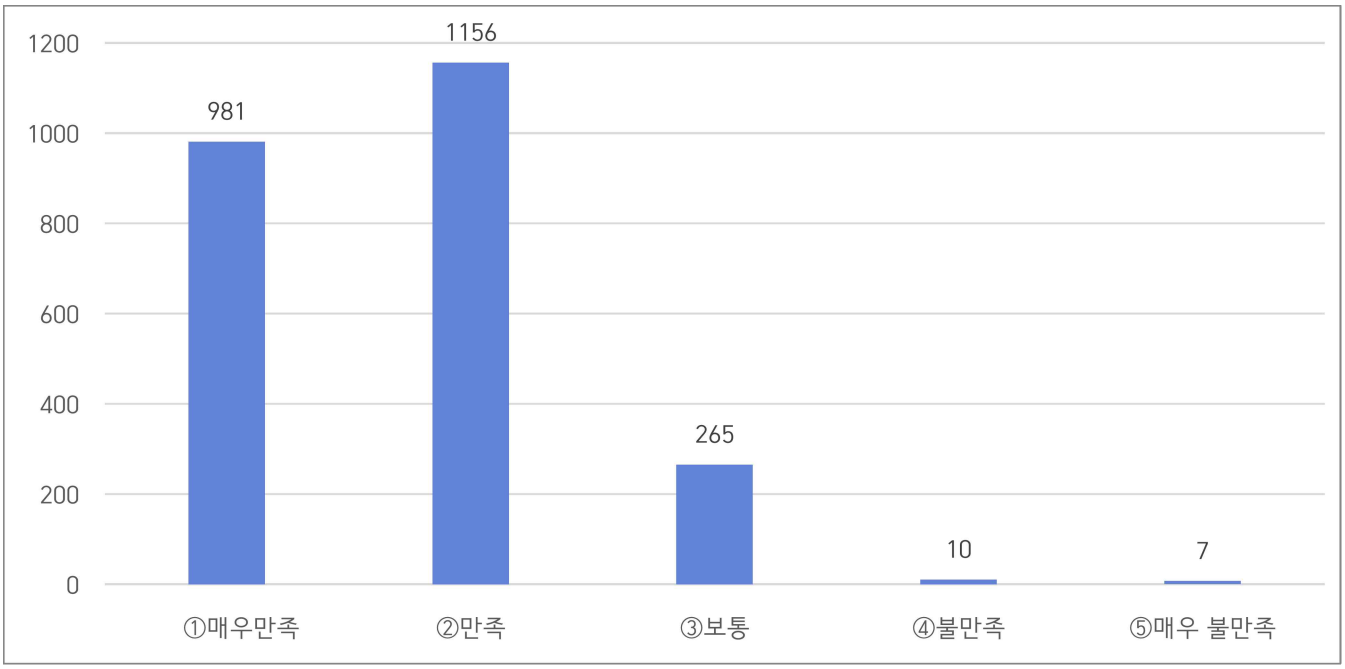

그림 24 국립생태원 뉴미디어 채널이 동식물 이슈를 파악하거나 캠페인을 참여하는데 도움이 됩니까?

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	981(40.5%)
만족	1156(47.7%)
보통	265(10.9%)
불만족	10(0.4%)
매우 불만족	7(0.2%)
무응답	3(0.1%)

5) 뉴미디어 콘텐츠의 확산성

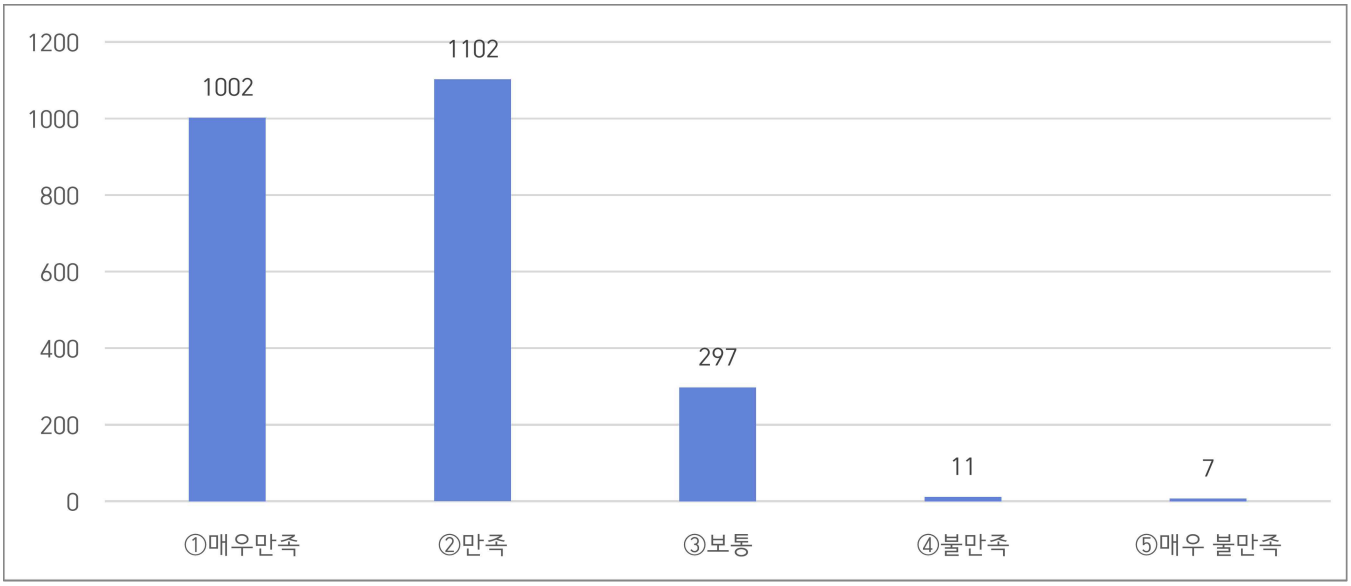

그림 25 국립생태원 뉴미디어 채널을 주변에 추천하시겠습니까?

구분	답변수(n=2,421)
매우 만족	1,002(41.3%)
만족	1,102(45.5%)
보통	297(12.2%)
불만족	11(0.4%)
매우 불만족	7(0.2%)
무응답	3(01.%)