
**2021 국립생태원
뉴미디어 만족도 설문조사 결과**

2021.11.

목차

제1장 조사 개요

1. 조사목적	3
2. 조사 설계 및 방법	3
3. 주요 조사 내용	3

제2장 뉴미디어 이용객 만족도 조사 결과

1. 조사 결과	
가. 응답자 특성	7
나. 국립생태원 뉴미디어 채널 이용 행태	8
다. 국립생태원 뉴미디어 채널 이용 만족도	16

제1장 조사 개요

1. 조사 목적

- 국립생태원 뉴미디어 채널 이용객을 대상으로 기관 인지도 및 채널 만족도를 조사하여 국민의 올바른 생태의식 함양에 기여하는 콘텐츠 제공 및 서비스 개선을 위한 기초 자료로 활용함

2. 조사 설계 및 방법

구분	내용
조사 대상	▪ 국립생태원 주요 뉴미디어 채널* 이용객 *블로그, 페이스북, 인스타그램, 카카오톡
조사 기간	▪ 2021년 11월 10일(수) ~ 11월 17일(수)
조사 장소	▪ 온라인(국립생태원 뉴미디어 채널)
조사 방법	▪ 구조화된 설문지를 활용한 e-Survey 실시
응답자 수	▪ 총 1,651명
조사 기관	▪ 한국SNS인재개발원(자문위원 : 동덕여자대학교 허준 교수)

3. 주요 조사 내용

구분	세부 내용
국립생태원 뉴미디어 채널 방문 경로	▪ 국립생태원 뉴미디어 채널 인지 여부 및 경로, 주요 이용 채널 ▪ 국립생태원 채널 이용 시간대 및 횟수, 방문 목적
채널 만족도	▪ 생태계 및 동식물에 관한 다채로운 콘텐츠 ▪ 전문성 높은 정보 ▪ 정부정책 소개, 가독성 높은 디자인, 고객응대 등
전반적 만족도	▪ 전반적 만족도, 기대 대비 만족도, 재방문 의향 및 추천의향 ▪ 채널의 이미지

제2장 뉴미디어 이용객 만족도 조사 결과

1. 조사 결과

가. 응답자 특성

1) 성별 및 연령

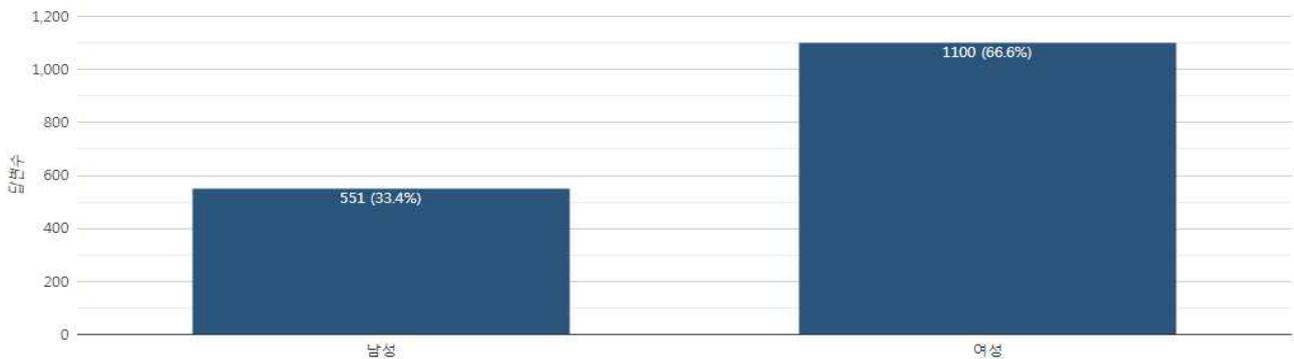


그림1. 응답자 성별

구분	답변수(n=1,651)
남성	551(33.4%)
여성	1100(66.6%)

표1. 응답자 성별

- 2021 국립생태원 뉴미디어 만족도 설문조사 참여 응답자의 성별은 여성 66.6%(1,100명), 남성 33.4%(551명)로 여성이 높았음

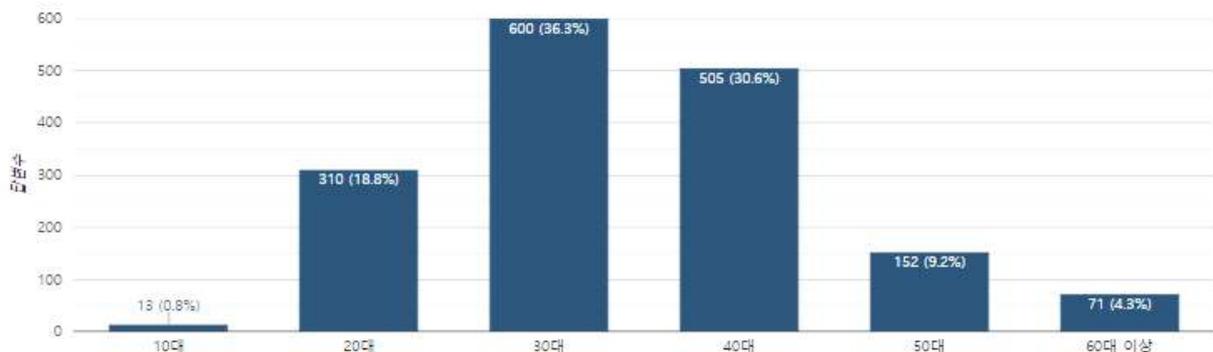


그림2. 응답자 연령대

구분	답변수(n=1,651)(N=1,651)
10대	13(0.8%)
20대	310(18.8%)
30대	600(36.3%)
40대	505(30.6%)
50대	152(9.2%)
60대 이상	71(4.3%)

표2. 응답자 연령대

○ 연령대 분포는 30대가 36.3%(600명)로 가장 높은 비율을 차지함

2) 직업

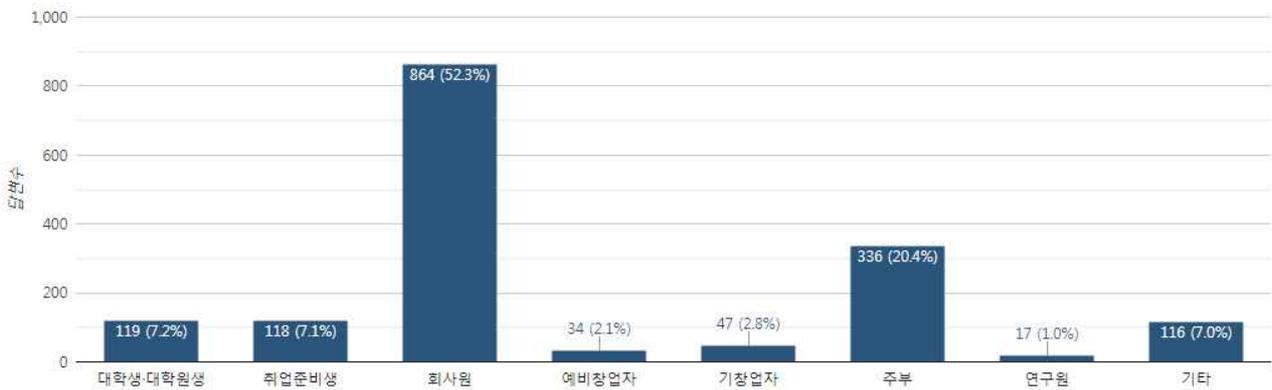


그림3. 응답자 직업

구분	답변수(n=1,651)
대학생·대학원생	119(7.2%)
취업준비생	118(7.1%)
회사원	864(52.3%)
예비창업자	34(2.1%)
기창업자	47(2.8%)
주부	336(20.4%)
연구원	17(1.0%)
기타	116(7.0%)

표3. 응답자 직업

○ 응답자의 직업은 회사원이 52.3%(864명)로 가장 많이 참여하였고, 두 번째로는 20.4%(336명)의 비율로 주부가 많이 참여함

- 그 외는 대학생, 대학원생, 취업준비생, 기창업자, 예비창업자, 연구원, 기타 순으로 많았고, 기타에는 농업인, 기초수급자, 자원활동가, 교사, 프리랜서, 은퇴자, 연금수급자, 시민운동가, 생태농업 강사, 숲해설가, 교사, 공무원 등의 직업이 포함됨

3) 주요 이용 뉴미디어 채널 및 기기

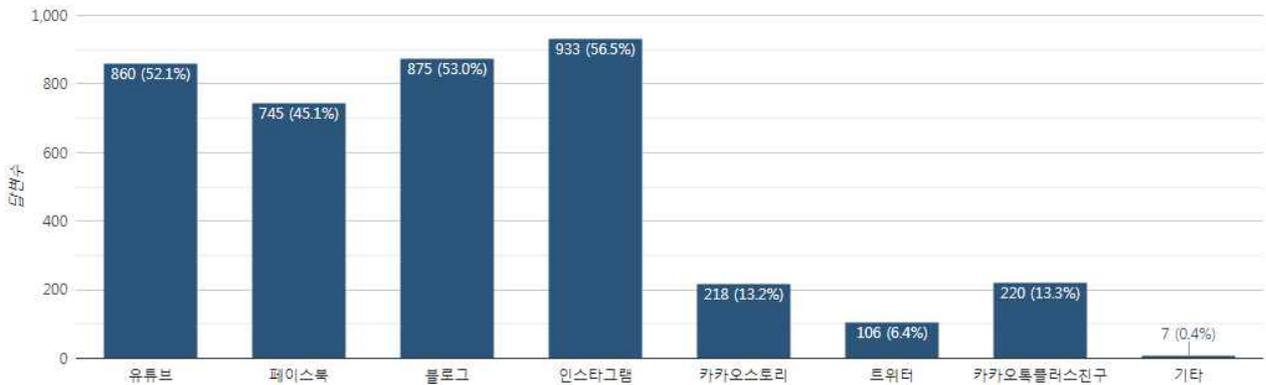


그림4. 주요 이용 뉴미디어 채널

구분	답변수(n=1,651 중복응답)
유튜브	860(52.1%)
페이스북	745(45.1%)
블로그	875(53.0%)
인스타그램	933(56.5%)
카카오토티	218(13.2%)
트위터	106(6.4%)
카카오톡플러스친구	220(13.3%)
기타	7(0.4%)

표4. 주요 이용 뉴미디어 채널

- 주로 이용하는 뉴미디어 채널은 56.5%(933명)가 인스타그램이라 응답하여 가장 많았으며, 블로그 53.0%(875명), 유튜브 52.1%(860명), 페이스북 45.1%(745명), 카카오톡플러스친구 13.3%(220명), 카카오토티 13.2%(218명), 트위터 6.4%(106명)순으로 많았음
- 기타 답변으로는 네이버 밴드, 다음 티스토리, 네이버카페 등이 포함됨

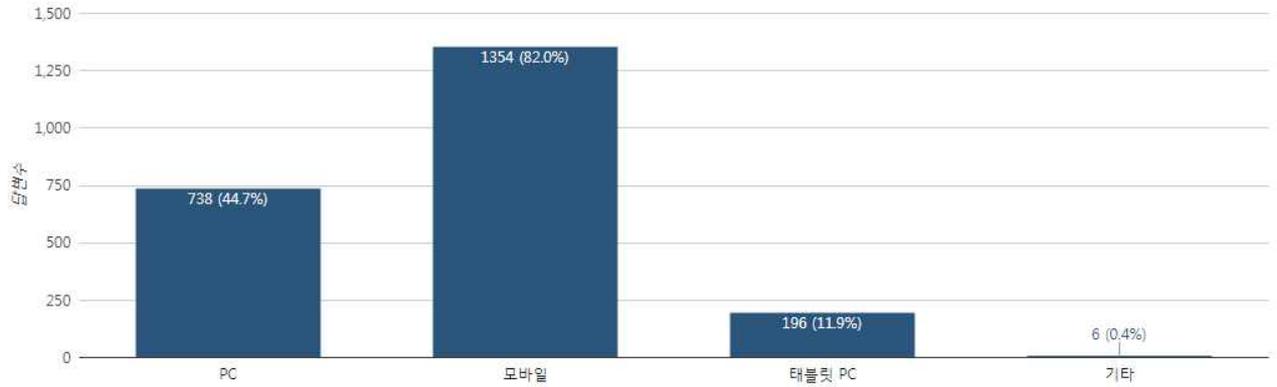


그림5. 주요 이용 기기

구분	답변수(n=1,651 중복응답)
PC	738(44.7%)
모바일	1354(82.0%)
태블릿 PC	196(11.9%)
기타	6(0.4%)

표5. 주요 이용 기기

- SNS 이용기기로는 모바일 82.0%(1,354명), PC 44.7%(738명), 태블릿 11.9%(196명) 순으로 접속함

나. 국립생태원 뉴미디어 채널 이용 행태

1) 국립생태원 뉴미디어 채널 인지 여부

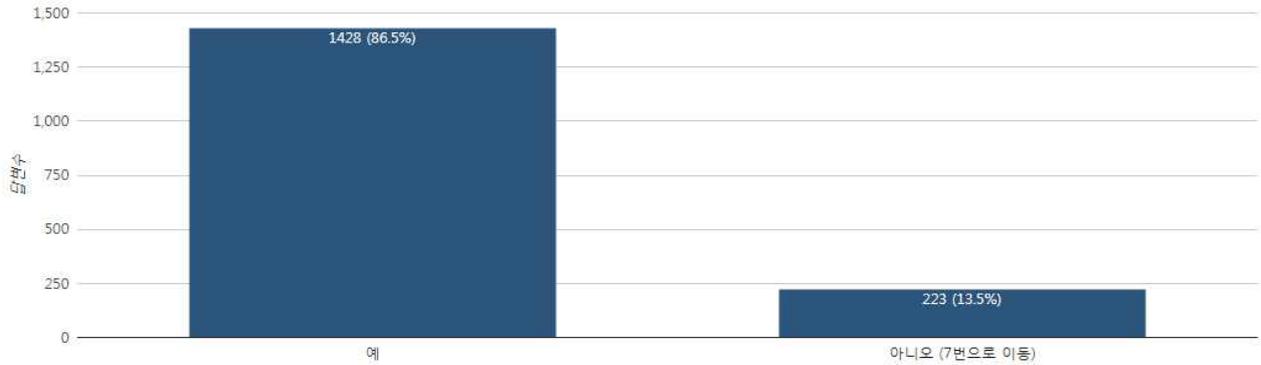


그림6. 뉴미디어 채널 인지 여부

구분	답변수(n=1,651)
예	1428(86.5%)
아니오	223(13.5%)

그림6. 뉴미디어 채널 인지 여부

- 뉴미디어 채널 인지 여부에 대한 답변으로는 86.5%(1,428명)이 ‘예’라고 응답하였으며, 13.5%(223명)이 ‘아니오’라고 응답하였음

2) 국립생태원 뉴미디어 이용 채널 유형

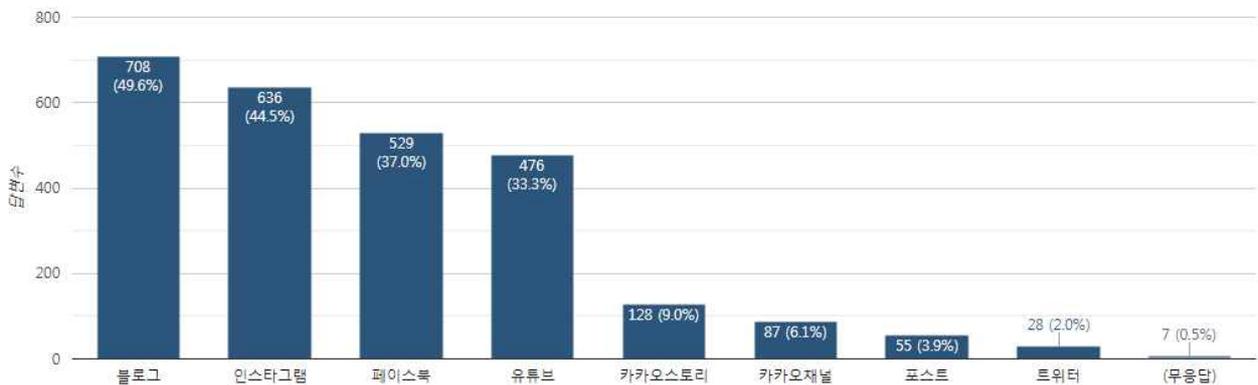


그림7. 국립생태원 뉴미디어 이용 채널 유형

구분	답변수(n=1,651)
블로그	708(49.6%)
인스타그램	636(44.5%)
페이스북	529(37.0%)
유튜브	476(33.3%)
카카오토리	128(9.0%)
카카오채널	87(6.1%)
포스트	55(3.9%)
트위터	28(2.0%)
무응답	7(0.5%)

표7. 국립생태원 뉴미디어 이용 채널 유형

- 응답자가 이용하는 국립생태원 뉴미디어 채널은 49.6%(708명)으로 블로그가 가장 많았음
- 다음, 인스타그램 44.5%(636명), 페이스북 37.0%(529명), 유튜브 33.3%(476명), 카카오토리 9.0%(128명), 카카오채널 6.1%(87명), 포스트 3.9%(55명), 트위터 2.0%(28명) 순으로 분석됨

3) 국립생태원 뉴미디어 채널 인지 경로

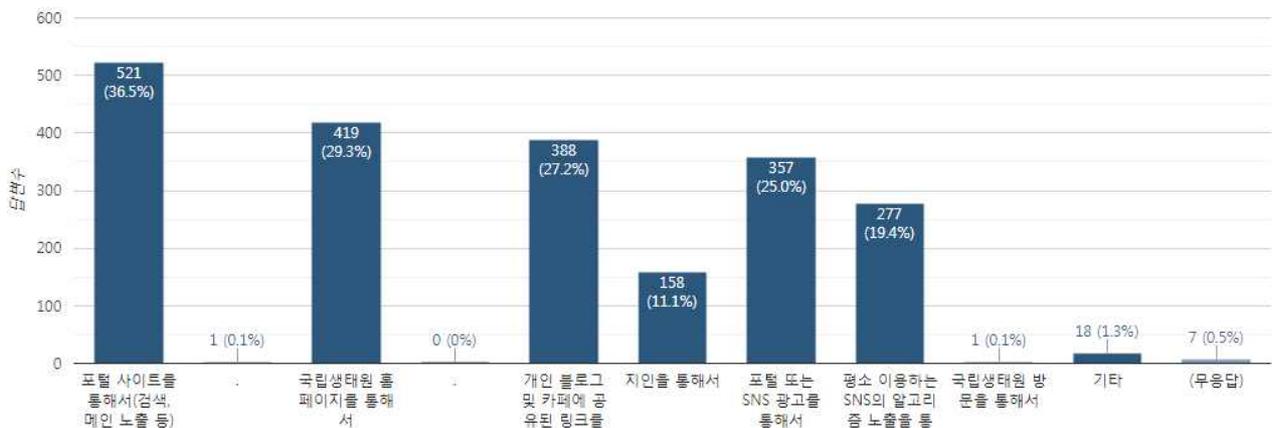


그림8. 국립생태원 뉴미디어 채널 인지 경로

구분	답변수(n=1,428)
포털 사이트를 통해서(검색, 메인 노출 등)	521(36.5%)
국립생태원 홈페이지를 통해서	419(29.3%)
개인 블로그 및 카페에 공유된 링크를 통해서	388(27.2%)
지인을 통해서	158(11.1%)
포털 또는 SNS 광고를 통해서	357(25.0%)
평소 이용하는 SNS의 알고리즘 노출을 통해서	277(19.4%)
국립생태원 방문을 통해서	1(0.1%)
기타	18(1.3%)
무응답	7(0.5%)

표8. 국립생태원 뉴미디어 채널 인지 경로

- 응답자의 36.5%(521명)가 포털 사이트 검색 및 메인 노출 등을 통해 국립생태원 뉴미디어 채널을 인지함
- 다음, 국립생태원 홈페이지를 통한 유입이 29.3%(419명)로 많았으며, 개인 블로그 및 카페에 공유된 링크를 통한 유입이 27.2%(388명), 포털 또는 SNS 광고를 통한 유입이 25.0%(357명), 평소 이용하는 SNS의 알고리즘 노출을 통한 유입이 19.4%(277명)로 많았음
- 기타 응답으로는 취재목적, 대외활동 및 취업 자료 조사 등이 있었음

4) 국립생태원 뉴미디어 채널 이용 주요 시간대

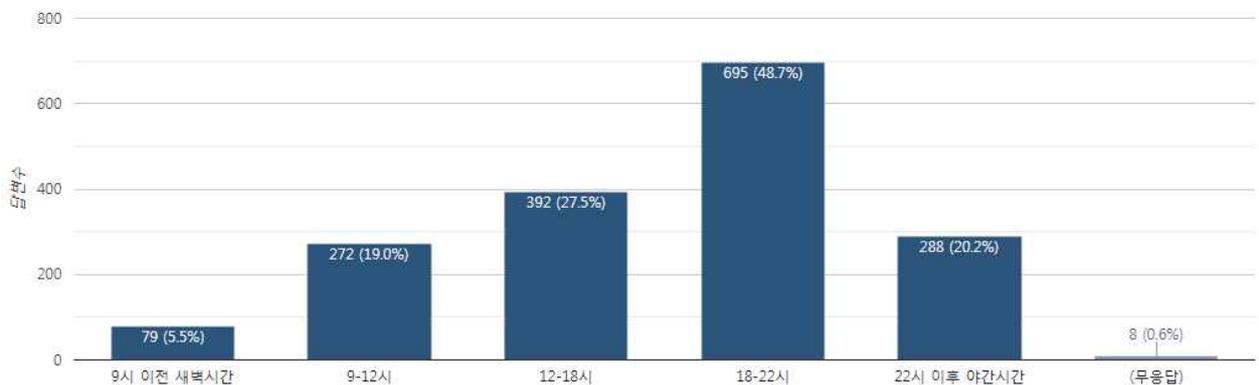


그림9. 국립생태원 뉴미디어 채널 이용 주요 시간대

구분	답변수(n=1,428)
9시 이전 새벽시간	79(5.5%)
9-12시	272(19.0%)
12-18시	392(27.5%)
18-22시	695(48.7%)
22시 이후 야간시간	288(20.2%)
무응답	8(0.6%)

표9. 국립생태원 뉴미디어 채널 이용 주요 시간대

- 응답자 중 가장 많은 48.7%(695명)가 18~22시 사이에 국립생태원 뉴미디어 채널을 이용하는 것으로 나타남
- 그 다음으로 12~18시가 27.5%(392명)로 많았으며, 22시 이후 야간시간 20.02%(288명), 9~12시 19.0%(272명)이 다음으로 많았음

5) 국립생태원 뉴미디어 채널 이용 횟수

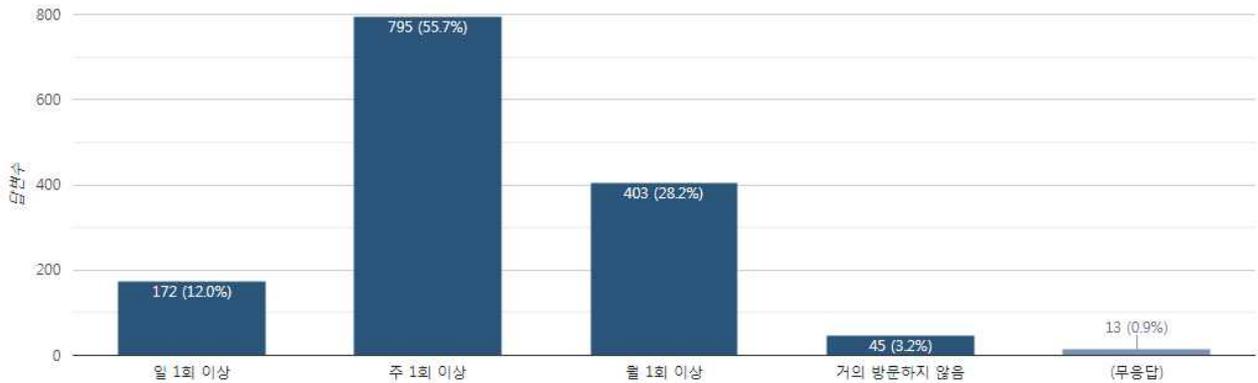


그림10. 국립생태원 뉴미디어 채널 평균 이용 횟수

구분	답변수(n=1,428)
일 1회 이상	172(12.0%)
주 1회 이상	795(55.7%)
월 1회 이상	403(28.2%)
거의 방문하지 않음	45(3.2%)
무응답	13(0.9%)

표10 국립생태원 뉴미디어 채널 평균 이용 횟수

- 응답자의 55.7%(795명)가 주 1회 이상 국립생태원 뉴미디어 채널을 방문하며, 28.2%(403명)가 월 1회 이상 방문, 12.0%(172명)가 일 1회 방문함

6) 국립생태원 뉴미디어 채널 이용 목적

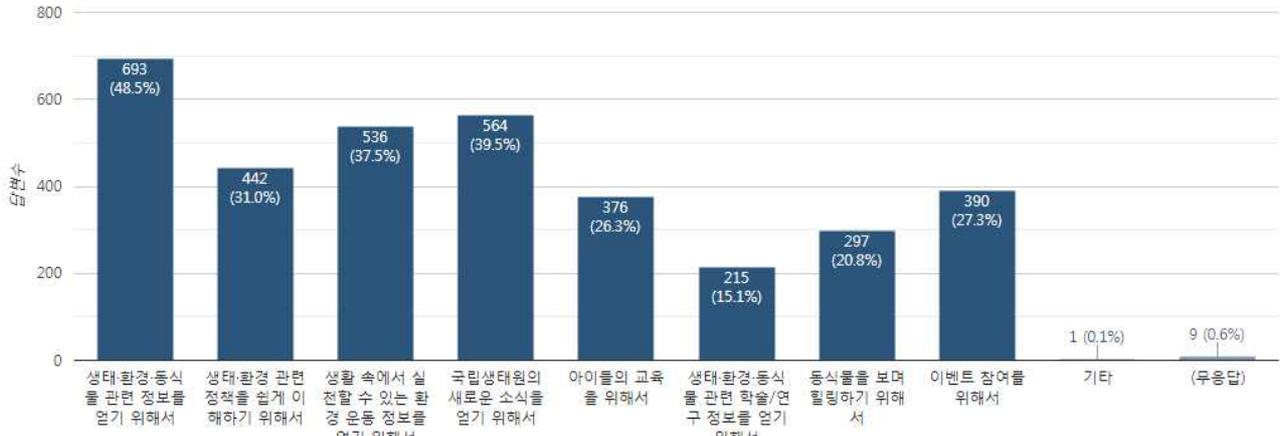


그림11. 국립생태원 뉴미디어 채널 방문 목적

구분	답변수(n=1,428)
생태·환경·동식물 관련 정보를 얻기 위해서	693(48.5%)
생태·환경 관련 정책을 쉽게 이해하기 위해서	442(31.0%)
생활 속에서 실천할 수 있는 환경 운동 정보를 얻기 위해서	536(37.5%)
국립생태원의 새로운 소식을 얻기 위해서	564(39.5%)
아이들의 교육을 위해서	376(26.3%)
생태·환경·동식물 관련 학술/연구 정보를 얻기 위해서	215(15.1%)
동식물을 보며 힐링하기 위해서	297(20.8%)
이벤트 참여를 위해서	390(27.3%)
기타	1(0.1%)
무응답	9(0.6%)

표11. 국립생태원 뉴미디어 채널 방문 목적

- 응답자의 48.5%(693명)가 생태·환경·동식물 관련 정보를 얻기 위한 목적으로 국립생태원 뉴미디어 채널에 가장 많이 방문하며, 39.5%(564명)는 국립생태원의 새로운 소식을 얻기 위해서 방문한다고 응답함

- 그 외 생활 속에서 실천할 수 있는 환경 운동 정보를 얻기 위한 목적 37.5%(536명), 생태·환경 관련 정책을 쉽게 이해하기 위한 목적 31.0%(442명), 이벤트 참여를 위한 목적 27.3%(390명), 아이들의 교육을 위한 목적 26.3%(376명), 동식물을 보며 힐링하기 위한 목적 20.8%(297명), 생태·환경·동식물 관련 학술/연구 정보를 얻기 위한 목적 15.1%(215명) 등의 순으로 방문함

7) 생태·환경·동식물 관련 정보 획득 경로

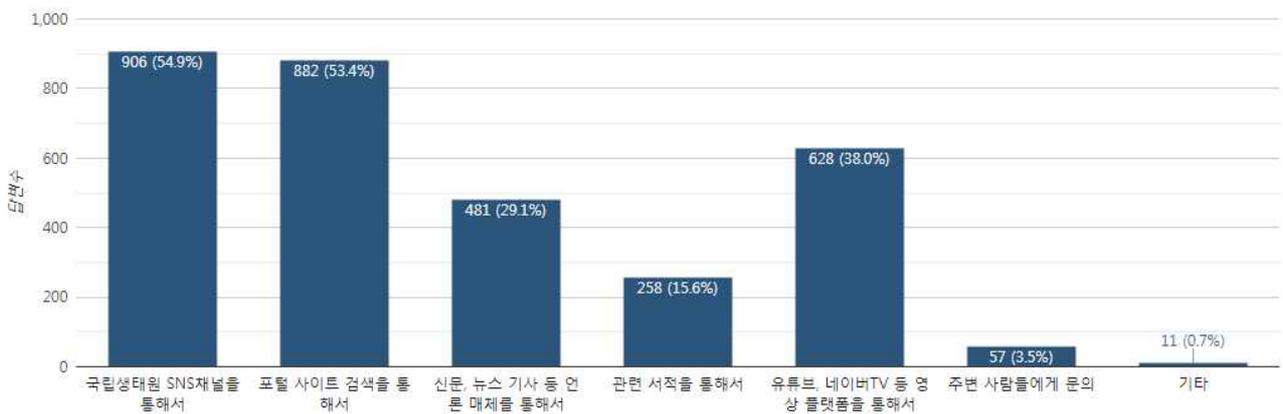


그림12. 생태·환경·동식물 관련 정보 획득 경로

구분	답변수(n=1,428)
국립생태원 SNS채널을 통해서	906(54.9%)
포털 사이트 검색을 통해서	882(53.4%)
신문, 뉴스 기사 등 언론 매체를 통해서	481(29.1%)
관련 서적을 통해서	258(15.6%)
유튜브, 네이버TV 등 영상 플랫폼을 통해서	628(38.0%)
주변 사람들에게 문의	57(3.5%)
기타	11(0.7%)

표12. 생태·환경·동식물 관련 정보 획득 경로

- 응답자의 54.9%(906명)가 국립생태원 뉴미디어(SNS)채널을 통해 생태·환경·동식물 관련 정보를 얻는다고 응답함

- 그 외 포털 사이트 검색을 통해서 53.4%(882명), 유튜브 및 네이버TV 등 영상 플랫폼을 통해서 38.0%(628명), 신문 및 뉴스 기사 등 언론 매체를 통해서 29.1%(481명), 관련 서적을 통해서 15.6%(258명) 순으로 분석됨

8) 국립생태원 뉴미디어 채널 홍보 노출 경험 여부

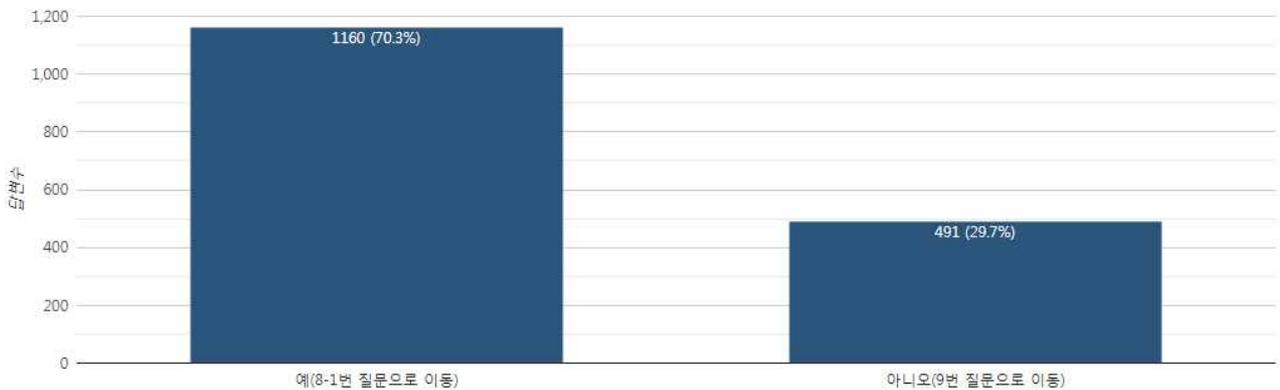


그림13. 국립생태원 뉴미디어 채널 홍보 노출 경험 여부

구분	답변수(n=1,651)
예	1160(70.3%)
아니오	491(29.7%)

표13. 국립생태원 뉴미디어 채널 홍보 노출 경험 여부

- 응답자의 70.3%(1,160명)가 국립생태원 뉴미디어(SNS)채널 관련 홍보를 접한 적이 있다고 응답하였음
- 반면 29.7%(491명)는 접한 적이 없다고 응답함

9) 국립생태원 뉴미디어 채널 홍보 노출 경로

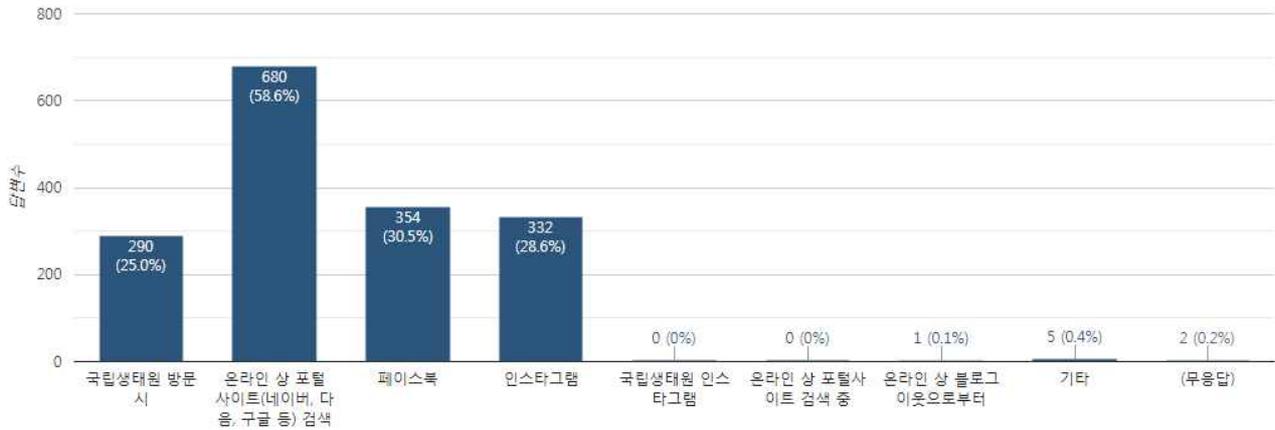


그림14. 국립생태원 뉴미디어 채널 홍보 노출 경로

구분	답변수(n=1,651)
국립생태원 방문 시	290(25.0%)
온라인 상 포털 사이트(네이버, 다음, 구글 등) 검색 시	680(58.6%)
페이스북	354(30.5%)
인스타그램	332(28.6%)
국립생태원 인스타그램	0(0%)
온라인 상 포털사이트 검색 중	0(0%)
온라인 상 블로그 이웃으로부터	1(0.1%)
기타	5(0.4%)
무응답	2(0.2%)

표14. 국립생태원 뉴미디어 채널 홍보 노출 경로

- 응답자의 58.6%(680명)가 국립생태원 뉴미디어(SNS)채널 관련 홍보를 온라인 상 포털 사이트(네이버, 다음, 구글 등)를 통해 접한 적이 있다고 응답하였음
- 그 외 페이스북과 인스타그램, 국립생태원 방문 시 접한 적이 있다고 응답하였음

다. 국립생태원 뉴미디어 채널 이용 만족도

1) 국립생태원 뉴미디어 채널 만족도

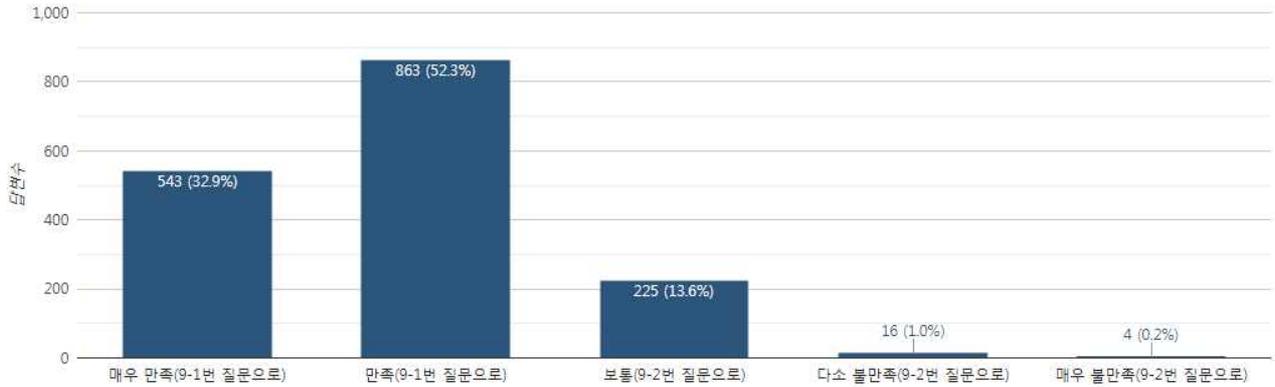


그림 15. 응답자의 국립생태원 뉴미디어 채널 만족도

구분	답변수(n=1,160)
매우 만족	543(32.9%)
만족	863(52.3%)
보통	225(13.6%)
다소 불만족	16(1.0%)
매우 불만족	4(0.2%)

표 15. 응답자의 국립생태원 뉴미디어 채널 만족도

- 응답자의 52.3%(863명)가 국립생태원 뉴미디어(SNS)채널에 ‘만족’한다고 응답하였음
- 다음, 32.9%(543명)가 ‘매우 만족’, 13.6%(225명)가 ‘보통’이라고 응답하였음

2) 국립생태원 뉴미디어 채널 만족 이유

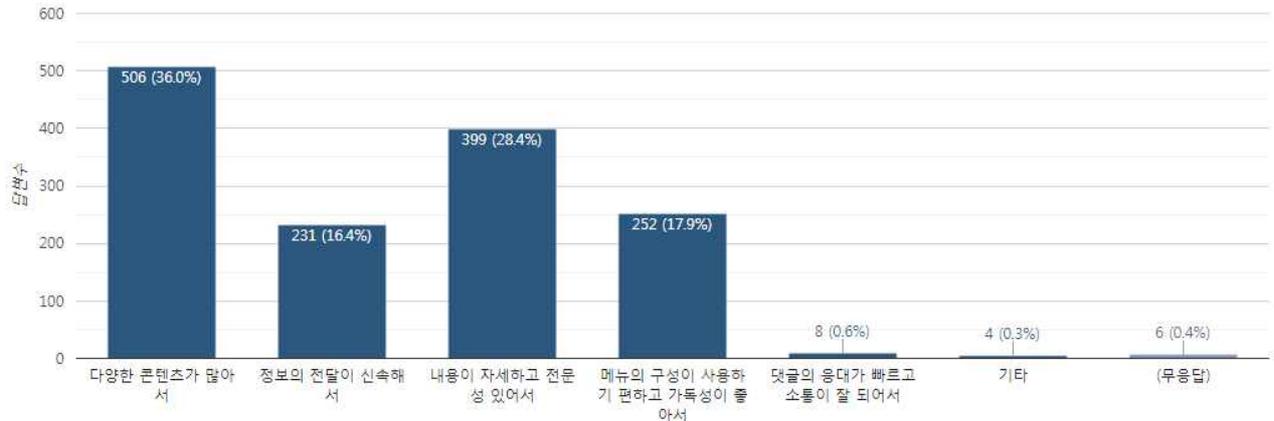


그림16. 국립생태원 뉴미디어 채널 만족 이유

구분	답변수(n=1,651)
다양한 콘텐츠가 많아서	506(36.0%)
정보의 전달이 신속해서	231(16.4%)
내용이 자세하고 전문성 있어서	399(28.4%)
메뉴의 구성이 사용하기 편하고 가독성이 좋아서	252(17.9%)
댓글의 응대가 빠르고 소통이 잘 되어서	8(0.6%)
기타	4(0.3%)
무응답	6(0.4%)

표16. 국립생태원 뉴미디어 채널 만족 이유

- 응답자의 36.0%(506명)가 다양한 콘텐츠가 많아서 국립생태원 뉴미디어 채널에 만족한다고 응답하였음
- 다음, 28.4%(399명)가 내용의 전문성이 높다는 이유로, 17.9%(252명)가 메뉴의 구성 및 콘텐츠의 가독성이 좋다는 이유로, 16.4%(231명)가 신속한 정보 전달성을 이유로 만족한다고 응답하였음
- 기타로는 어려운 정보를 쉽고, 친숙하며 재미있게 제공한다는 이유로 만족한다는 의견이 있었음

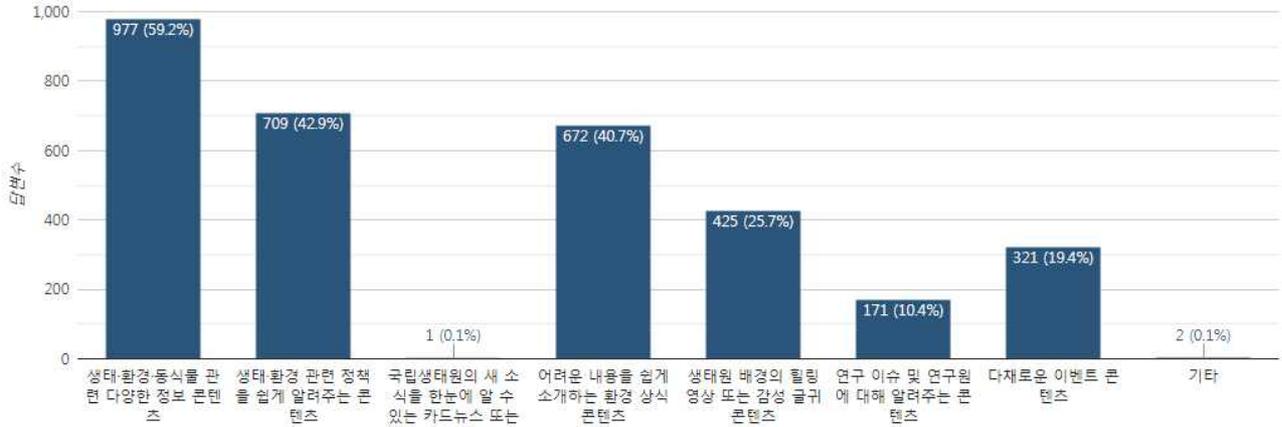


그림17. 국립생태원 뉴미디어 채널 만족 콘텐츠 유형

구분	답변수(n=1,651)
생태·환경·동식물 관련 다양한 정보 콘텐츠	977(59.2%)
생태·환경 관련 정책을 쉽게 알려주는 콘텐츠	709(42.9%)
국립생태원의 새 소식을 한눈에 알 수 있는 카드뉴스 또는 포스팅	1(0.1%)
어려운 내용을 쉽게 소개하는 환경 상식 콘텐츠	672(40.7%)
생태원 배경의 힐링 영상 또는 감성 글귀 콘텐츠	425(25.7%)
연구 이슈 및 연구원에 대해 알려주는 콘텐츠	171(10.4%)
다채로운 이벤트 콘텐츠	321(19.4%)
기타	2(0.1%)

표17. 국립생태원 뉴미디어 채널 만족 콘텐츠 유형

- 생태·환경·동식물 관련 다양한 정보 콘텐츠가 59.2%(977명)로 가장 유익하다고 응답함
- 생태·환경 관련 정책을 쉽게 알려주는 콘텐츠가 42.9%(709명), 환경 상식 콘텐츠가 40.7%(672명), 생태원 배경의 힐링 영상 및 감성 글귀 25.7%(425명), 이벤트 콘텐츠 19.4%(321명), 연구 이슈 및 연구원 콘텐츠 10.4%(171명) 순으로 유익하다는 의견이 많았음

* 세부 고객 의견은 별첨2 참고

3) 국립생태원 뉴미디어 채널 불만족 이유

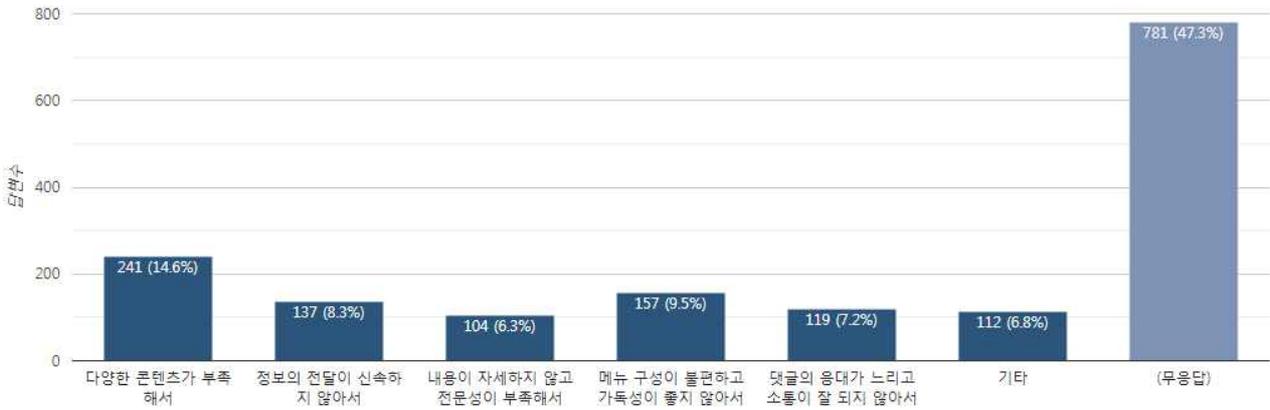


그림18. 국립생태원 뉴미디어 채널 불만족 이유

구분	답변수(n=1,406)
다양한 콘텐츠가 부족해서	241(14.6%)
정보의 전달이 신속하지 않아서	137(8.3%)
내용이 자세하지 않고 전문성이 부족해서	104(6.3%)
메뉴 구성이 불편하고 가독성이 좋지 않아서	157(9.5%)
댓글의 응대가 느리고 소통이 잘 되지 않아서	119(7.2%)
기타	112(6.8%)
무응답	781(47.3%)

표18. 국립생태원 뉴미디어 채널 불만족 이유

- 응답자 14.6%(241명)가 다양한 콘텐츠의 부족, 9.5%(157명)는 메뉴 구성의 가독성, 8.3%(137명)는 정보의 신속성 등의 이유로 만족하지 않는다고 응답함
- 그러나 응답자의 불만족 이유에 대하여 47.3%(781명)가 무응답하였으며, 기타 의견으로는 뉴미디어 채널에 만족하고 있으며, 만족하지 않는 이유는 없다는 의견이 다수를 이룸

4) 국립생태원 뉴미디어 채널 디자인 만족도

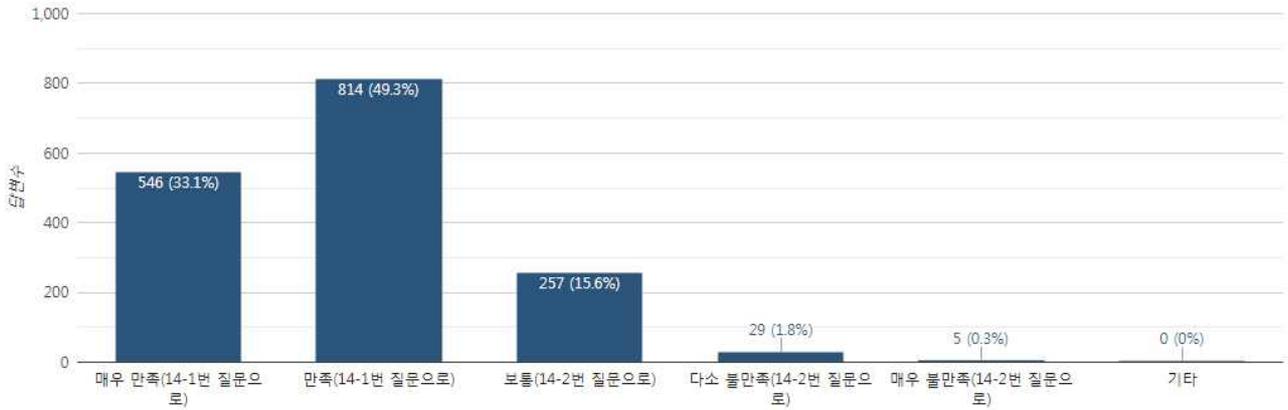


그림19. 국립생태원 뉴미디어 채널의 콘텐츠 디자인 만족도

구분	답변수(n=1,648)
매우 만족	546(33.1%)
만족	814(49.3%)
보통	257(15.6%)
다소 불만족	29(1.8%)
매우 불만족	5(0.3%)
기타	0(0%)

표19. 국립생태원 뉴미디어 채널의 콘텐츠 디자인 만족도

- 응답자의 49.3%(814명)가 ‘만족’, 33.1%(546명)가 ‘매우 만족’, 15.6%(257명)가 ‘보통’, 1.8%(29명)가 ‘다소 불만족’, 0.3%(5명)가 ‘매우 불만족’이라고 응답함
- 서술형 의견으로는 가독성이 높고 쉬운 디자인으로 이해하기 쉬운 콘텐츠라는 평이 많았으며, 개선 의견으로는 국내 외국인 거주자를 대상으로 하는 홍보와 다국어 콘텐츠의 필요성에 대한 언급이 존재했음

* 세부 고객 의견은 별첨2 참고

5) 국립생태원 뉴미디어 채널 개선 필요 의견



그림20. 국립생태원 뉴미디어 채널 개선 필요 사항

구분	답변수(n=1,651)
디자인 및 콘텐츠 구성 개선	209(12.7%)
콘텐츠 내용 다양화 및 전문화	521(31.6%)
쌍방향 의사소통의 속도 및 질	399(24.2%)
멀티미디어 콘텐츠 활용(영상, 웹툰 등)	476(28.8%)
기타	45(2.7%)

표20. 국립생태원 뉴미디어 채널 개선 필요 사항

- 이용자의 31.6%(521명)가 콘텐츠 내용의 다양화 및 전문화를 개선사항으로 꼽았으며, 28.8%(476명)가 영상 및 웹툰 등의 멀티미디어 콘텐츠의 다채로운 활용이 필요하다는 의견이 제시됨
- 그 외 쌍방향 의사소통의 속도 및 질에 대한 개선 의견이 24.2%(399명)로 높았으며, 디자인 및 콘텐츠 구성에 대한 개선 의견이 12.7%(209명)로 높았음
- 기타로는 본 만족도 조사와 같은 설문을 정기적으로 진행했으면 좋겠다는 의견이 있었음

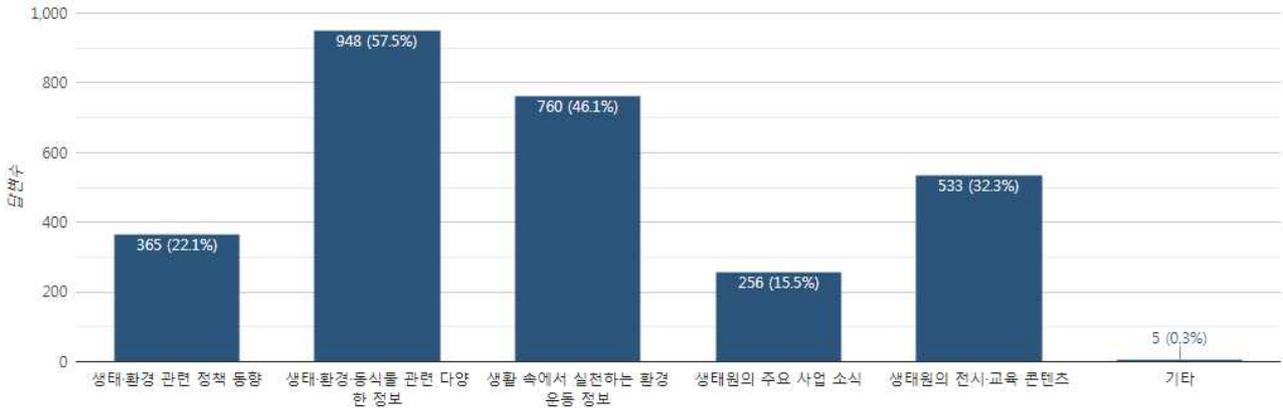


그림21. 국립생태원 뉴미디어 채널 개선 필요 콘텐츠 분야

구분	답변수(n=1,651)
생태·환경 관련 정책 동향	365(22.1%)
생태·환경·동식물 관련 다양한 정보	948(57.5%)
생활 속에서 실천하는 환경 운동 정보	760(46.1%)
생태원의 주요 사업 소식	256(15.5%)
생태원의 전시·교육 콘텐츠	533(32.3%)
기타	5(0.3%)

표21. 국립생태원 뉴미디어 채널 개선 필요 콘텐츠 분야

- 현재보다 더 많은 생태·환경·동식물 관련 정보 콘텐츠가 필요하다는 의견이 57.5%(948명)로 가장 많았으며, 생활 속에서 실천하는 환경 운동 정보가 필요하다는 의견이 46.1%(760명)로 다음으로 많았음
- 그 외 전시&교육 콘텐츠 32.3%(533명), 관련 정책 동향 22.1%(365명), 생태원의 주요 사업 소식 15.5%(256명) 순으로 개선이 필요하다는 의견이 있었음
- 기타로는 생태원의 존재 자체에 대한 홍보가 필요하다는 의견과 자연 환경이 예쁜 배경 콘텐츠, CITES동물 보호시설의 운영 현황과 동물 하나하나 호전되고 있는 모습 등을 보고 싶다는 의견, 환경과 기후 변화에 대한 경각심을 심어줄 수 있는 콘텐츠를 더 많이 보여주기를 바란다는 의견이 있었음

6) 국립생태원 뉴미디어 채널 이용 시 중요 고려 사항

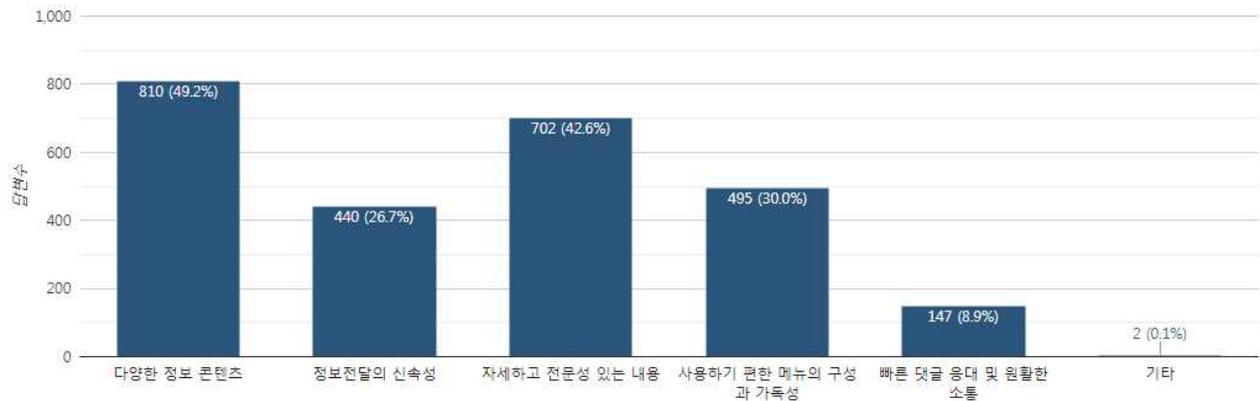


그림22. 국립생태원 뉴미디어 채널 정보 이용 시 중요 고려 사항

구분	답변수(n=1,648)
다양한 정보 콘텐츠	810(49.2%)
정보전달의 신속성	440(26.7%)
자세하고 전문성 있는 내용	702(42.6%)
사용하기 편한 메뉴의 구성과 가독성	495(30.0%)
빠른 댓글 응대 및 원활한 소통	147(8.9%)
기타	2(0.1%)

표22. 국립생태원 뉴미디어 채널 정보 이용 시 중요 고려 사항

- 국립생태원 뉴미디어 채널을 이용할 때, 응답자의 49.2%(810명)가 다양한 정보 콘텐츠를 가장 중요한 사항이라고 응답함
- 다음, 자세하고 전문성 있는 내용 42.6%(702명), 메뉴의 구성과 가독성 30.0%(495명), 정보 전달의 신속성 26.7%(440명), 빠른 댓글 응대 및 원활한 소통을 8.9%(147명) 순서로 응답함

7) 국립생태원 뉴미디어 채널 전반적 만족도

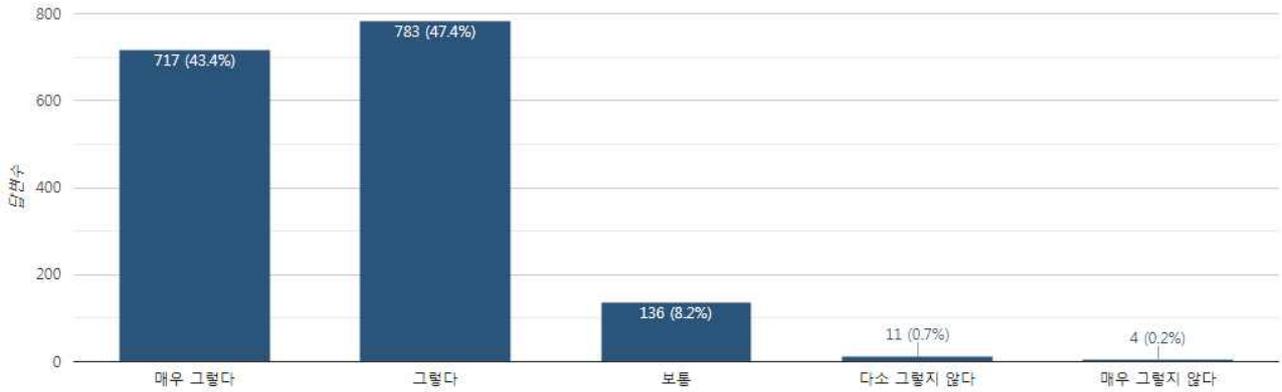


그림23. 국립생태원 뉴미디어 채널 전반적 만족도

구분	답변수(n=1,651)
매우 그렇다	717(43.4%)
그렇다	783(47.4%)
보통	136(8.2%)
다소 그렇지 않다	11(0.7%)
매우 그렇지 않다	4(0.2%)

표23. 국립생태원 뉴미디어 채널 전반적 만족도

- 국립생태원 뉴미디어 채널이 생태와 환경에 관련한 이해도를 높이는 데 도움이 된다고 생각하느냐는 질문에 47.4%(783명)가 ‘그렇다’고 응답, 43.4%(717명)가 ‘매우 그렇다’, 8.2%(136명)이 ‘보통’, 0.7%(11명)이 ‘다소 그렇지 않다’, 0.2%(4명)가 ‘매우 그렇지 않다’고 응답하였음

8) 국립생태원 뉴미디어 채널 타인 추천 의사

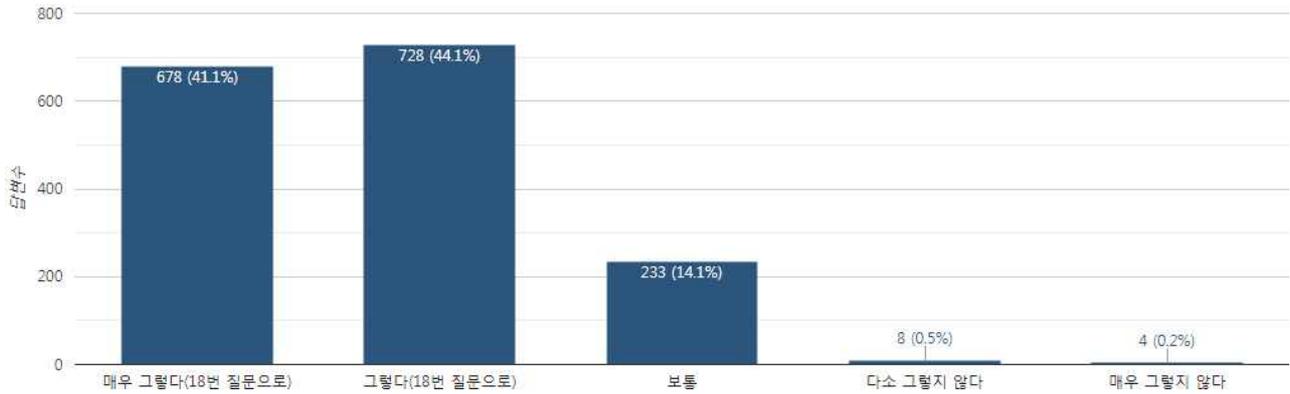


그림24. 국립생태원 뉴미디어 채널 주변 추천 의사

구분	답변수(n=1,651)
매우 그렇다	678(41.1%)
그렇다	728(44.1%)
보통	233(14.1%)
다소 그렇지 않다	8(0.5%)
매우 그렇지 않다	4(0.2%)

표24. 국립생태원 뉴미디어 채널 주변 추천 의사

- 주변에 국립생태원 뉴미디어 채널을 추천할 것이냐에 대한 질문에는 44.1%(728명)가 ‘그렇다’, 41.1%(678명)가 ‘매우 그렇다’, 14.1%(233명)가 ‘보통’, 0.5%(8명)가 ‘다소 그렇지 않다’, 0.2%(4명)가 ‘매우 그렇지 않다’고 응답함
- 추천 대상에 대한 질문에는 주변의 학부모, 학생들, 환경 관련 동아리, 자녀, 친구 및 지인 등에게 추천하고 싶다는 의견이 많았음