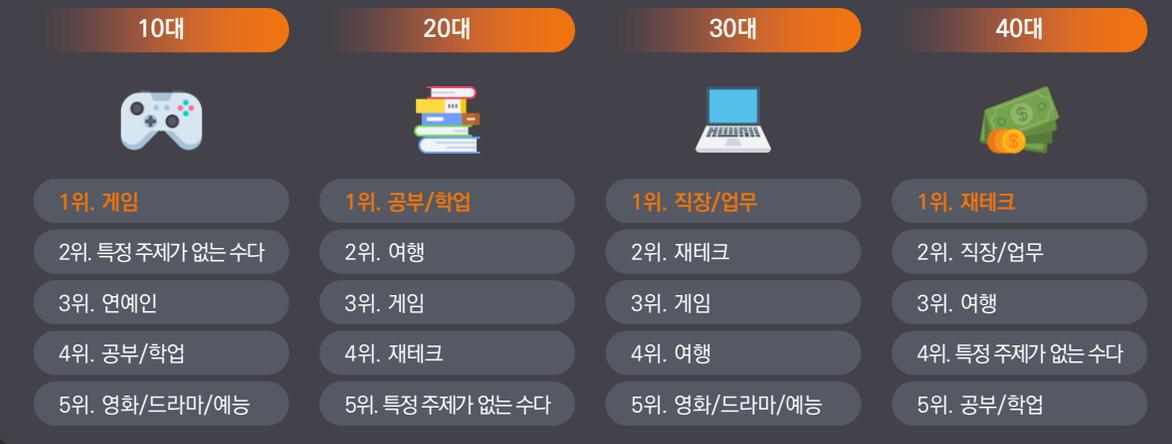


관심사로 모여드는 곳, 오픈채팅

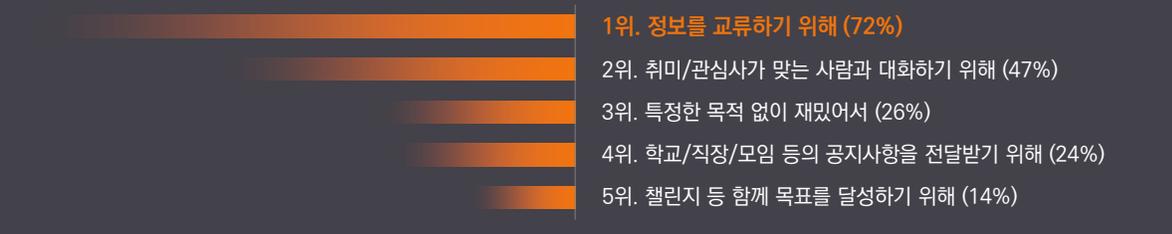
| 대상: 카카오톡 오픈채팅 또는 네이버톡 이용 경험이 있는 15~49세 남녀 (n=300)
| 조사 방법 및 기간: 온라인 설문, 2024.04.09 ~ 04.12

원하는 관심사로 누구나 쉽게 채팅방을 만들고, 누구나 쉽게 참여할 수 있는 오픈채팅 서비스는 취향과 관심사가 잘게 세분화된 시대에 새로운 온라인 커뮤니티로 자리매김했습니다. 특히 온라인을 통해 맺는 관계에 거부감이 없는 젊은층을 중심으로 그 역할이 확대되고 있습니다. 이제 오픈채팅은 모르는 타인과의 교류 뿐만 아니라 정보를 습득하기 위한 채널이자, 기업·학교·모임 등 단체와 소통하는 창구이기도 합니다. 과연 사람들은 오픈채팅에서 어떤 주제로 대화하는지, 어떤 목적으로 참여하는지, 광고 효과는 어떠한지 알아보겠습니다.

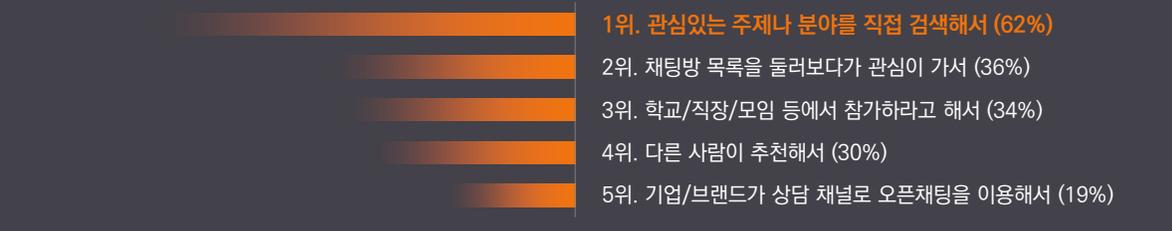
Q. 주로 참가하는 오픈채팅 주제 (복수응답)



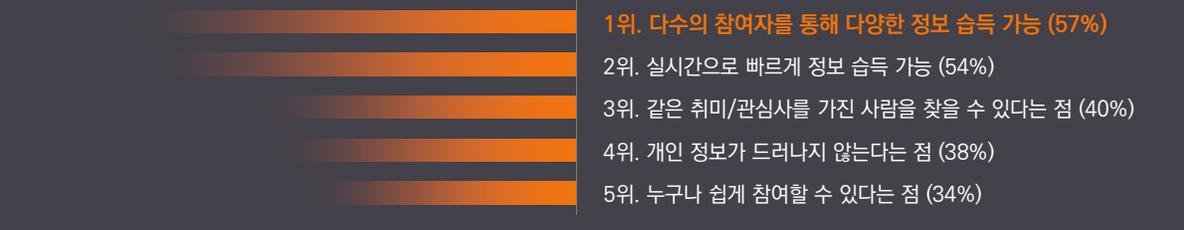
Q. 오픈채팅을 이용하는 주 목적 (복수응답)



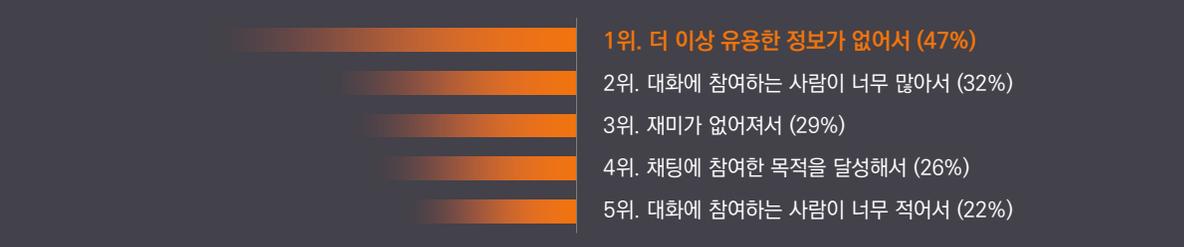
Q. 오픈채팅방 주요 참가 경로 (복수응답)



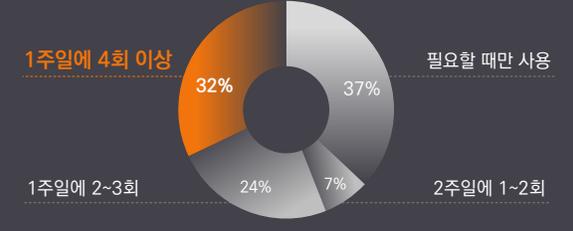
Q. 오픈채팅방의 장점 (복수응답)



Q. 오픈채팅방 주요 탈퇴 이유 (복수응답)



Q. 오픈채팅 이용 빈도



Q. 현재 참가 중인 오픈채팅방 개수



Q. 오픈채팅 광고 경험 (카카오톡 오픈채팅 이용자 대상, n=293)

