

한국미디어패널조사 유저가이드

2024. 12

한국미디어패널조사 원시자료 활용에 대한 유의사항

- 한국미디어패널조사 원시자료를 활용한 논문을 학회 발표 및 학회지에 게재 시, 한국미디어패널조사 원시자료를 사용하였음을 본문에 반드시 명기하기 바람
- 한국미디어패널조사 원시자료를 활용한 논문을 학회 발표 및 학회지에 게재 시, 키워드에 한국미디어패널조사를 반드시 명기하기 바람

Program

I.

한국미디어패널조사 소개

1. 조사 개요	6
2. 조사 범위 및 내용	6
(1) 가구용 설문지	7
(2) 개인용 설문지	11

II.

표본 설계 및 추출과 가중치 산정

1. 표본 설계	20
2. 패널 구축 현황	21
3. 가중치 산정 및 추정	22
(1) 종단 가중치 산출 방법	22
1) 가구 가중치 산정	22
2) 개인 가중치 산정	24
(2) 횡단 가중치 산출 방법	25
1) 가구 가중치 산정	25
2) 개인 가중치 산정	25
(3) 가중치 활용 방안	26
1) 가중치 제공 형태	26
2) 가중치 활용 방안	27
3) 가중치 활용 유의사항	27

III.

데이터 이용방법

1. 데이터 다운로드 및 사용 안내	28
2. 변수명 부여의 원칙	30
(1) 가구/개인 데이터 변수명 부여의 원칙	30
1) 기본정보를 나타내는 가구/개인 데이터의 경우	30
2) 기본정보 이외의 정보를 나타내는 가구/개인 데이터의 경우	30
(2) 다이어리 데이터 변수명 부여의 원칙 (가로 및 세로 통합버전 공통)	31
1) 기본정보를 나타내는 다이어리 데이터의 경우	31
2) 기본정보 이외의 미디어 이용현황을 나타내는 다이어리 데이터의 경우	31
(3) 세로 통합버전 다이어리 데이터 변수명 부여의 원칙	32
1) 시간대별(15분 단위) 미디어 이용현황을 나타내는 다이어리 데이터의 경우	32
2) 다이어리 데이터의 매체별 계산변수	33
(4) 가로 통합버전 다이어리 데이터 변수명 부여의 원칙	34
1) 시간대별(15분 단위) 미디어 이용현황을 나타내는 다이어리 데이터의 경우	34
2) 가로통합 다이어리 데이터의 매체별 계산변수	35



List of tables 표목차

[표 1-1] 한국미디어패널조사 조사 항목 7

[표 1-2] 연도별 가구 설문지 조사 현황, 설문지 문항번호 및 주요 변경사항 7

[표 1-3] 연도별 개인 설문지 조사 현황, 설문지 문항번호 및 주요 변경사항 11

[표 1-4] 미디어 다이어리 보기카드(설문지 기준) 16

[표 2-1] 가구 패널 유지 현황 21

[표 2-2] 개인 패널 유지 현황 21

[표 2-3] 가중치 제공 변수 형태 26

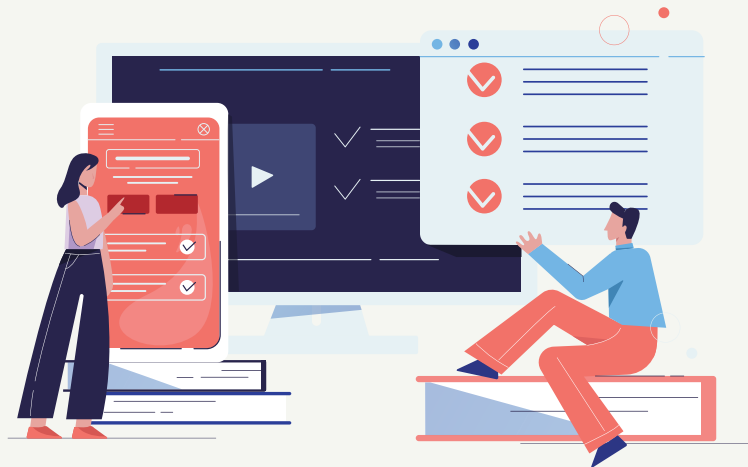
[표 3-1] 한국미디어패널조사 원시자료 데이터 및 통합코드북 제공 현황(제공 파일명 기준) 29

[표 3-2] 한국미디어패널조사 다이어리 가로통합 분할 원시자료 데이터 제공 현황(제공 파일명 기준) 29

[표 3-3] 개인/가구 데이터 변수명 현황 30

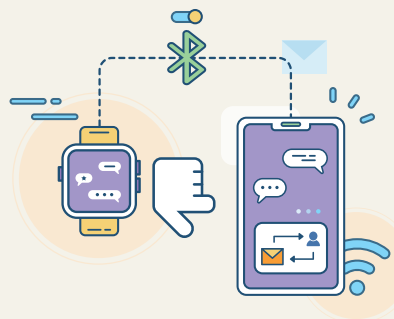
[표 3-4] 세로 통합버전 다이어리 데이터 변수명 현황 33

[표 3-5] 가로 통합버전 다이어리 데이터 변수명 현황 36



I

한국미디어패널조사 소개



1. 조사 개요

- 통계명칭: 한국미디어패널조사
- 통계작성승인번호(승인연월일): 제405001호(2010. 9. 15)
- 통계작성 주기: 1년(2010년~)
- 2010년 조사대상은 서울·수도권을 포함한 6대 광역시(인천, 대전, 대구, 광주, 울산, 부산)에 거주하는 총 3,085가구 및 만 6세 이상 가구를 대상
- 2011년 조사 대상은 전국16개 광역시도(제주 포함) 5,109가구 및 해당가구의 만 6세 이상 가구를 대상으로 조사를 진행
 - 2011년 조사에서는 수도권 및 6대 광역시를 제외한 강원 및 충청, 전라, 경상, 제주 지역의 2,000가구 및 해당 가구원과 1차년조사대상 중 소실된 부분에 대한 가구 및 가구를 신규 구축함
- 2012년부터는 2011년에 구축된 패널(KMPS11)을 대상으로 추적 조사를 실시하였음
- 2019년에는 패널 노후화로 인해 기존패널 외에 신규패널(KMPS19)을 구축하여 조사를 실시함
- 2019년부터는 통합패널 4,537가구¹⁾와 해당 가구 내 만 6세 이상 가구를 대상으로 조사 진행

2. 조사 범위 및 내용

- 한국미디어패널조사는 조사 원년에 구축된 패널을 대상으로 추적조사를 실시하는 조사이므로 설문문항에 대한 큰 변화를 두지 않았지만, 필요한 경우각 문항의 항목을 추가 및 변경 혹은 삭제하여 변화하는 미디어 환경을 반영할 수 있도록 구성함
- 한국미디어패널조사는 크게 가구용 설문지와 개인용 설문지로 구분되며, 개인용 설문지에는 3일 동안 작성하는 미디어다이어리가 포함되어 있음

1) 2차년도(2011년) 한국미디어패널 조사 당시 구축된 전국 5,109패널 중 마모패널을 제외한 3,510패널 및 10차년도(2019년) 추가 구축된 보완패널(KMPS19) 1,027패널 가구

[표 1-1] 한국미디어패널조사 조사 항목

조사표의 구분		조사 영역
공통 조사	가구용	가구 현황, 미디어 기기 보유 및 이용 현황, 방송통신 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 이용 제한
	개인용	개인 특성, 미디어 기기 보유 현황, 보유 기기 간 연결 상태 ²⁾ , 방송통신 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 다이어리, 미디어 활용 현황, 미디어 이용환경(이용지침, 이용 능력 등), 전자상거래 및 온라인 거래 이용 현황, 뉴미디어 이용 현황, 가치관과 라이프스타일(2012년, 2016년, 2022년), 삶의 만족도(2013년, 2017년), 건강행태(2014년), 자아존중감 및 인지욕구(2015년, 2020년), 식습관(2016년), 4차 산업혁명 전망 및 인식(2018년), 소비자혁신성(2019년), 비판적 미디어 이해능력(2020년), 삶의 만족도 및 정신건강(2021년), 자아존중감(2021년), 디지털 전환의 인식과 영향력(2023년), 소비자 혁신성 및 기술 수용도(2024년)
	추가 조사 ³⁾	방송통신 요금고지서
추가 조사 ³⁾		유료방송(케이블, 스카이라이프, IPTV), 통신요금(휴대전화, 집전화, 초고속 인터넷 요금 등) 등

(1) 가구용 설문지

- 가구용 설문지는 각 가정의 미디어 기기 보유 및 이용 현황, 방송통신 서비스 가입 및 지출현황, 미디어 이용 지침에 대한 문항으로 구성되어 있음

[표 1-2] 연도별 가구 설문지 조사 현황, 설문지 문항번호 및 주요 변경사항

조사영역	조사항목	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
미디어 기기 보유 및 이용 현황	텔레비전		1 스마트TV 항목 추가	1 '인터넷 연결 가능 여부'설문 문항을 '인터넷 연결 경험 여부'로 변경	1 TV 위치 문항 추가			1 컴퓨터 모니터 검용 사용 여부 설문 추가	1	1	1	1 3D영상 시청, 인터넷 연결 경험, 컴퓨터 모니터 검용 사용 여부 삭제	1	1	1	1
	셋톱박스/ 안테나	2, 3	2, 3	2, 3	2, 3, 아날로그 방송 설문 삭제	2, 3	2, 3, 4, 5 OTT형 셋톱박스 설문 추가	2, 3, 4, 5	2, 3, 4, 5	2, 3, 4, 5	2, 3, 4, 5, 6 AI 셋톱박스 설문 추가	2, 3, 4, 5	2, 3, 4 OTT형 셋톱박스 관련 문항 삭제	2, 3, 4	2, 3, 4	2, 3, 4
	라디오	4	4	4	4	4	6	6	6	6	7	6	5	5	5	5
	가정용 비디오재생 /녹화기기	5	5	5	5 홈CCTV 설문 추가	5	7	7	7	7	8	7	각년 조사로 제외	6	각년 조사로 제외	6

2) 2010, 2011년에는 보유기기 간 유무선연결 및 공유기 연결에 대한 내용으로 조사하였으며, 2016년도 조사부터는 스마트폰의 유무선 연결에 대한 내용으로 조사하였고, 2019년 조사 종료

3) 2012년 조사 종료

조사영역	조사항목	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
미디어 기기 보유 및 이용 현황	촬영 기기	6	6	6	6	6	8	8	8	8	9	8	6	7	6	7
	가정용 오디오 기기	7	7 CD/DVD/ 블루레이 ROM 드라이브 항목 통합	7	7 도킹 오디오 설문 추가	7 사운드바, 오디오기기 블루투스 송수신 기능 추가	9 블루투스 스피커 설문 추가	9	9	9	10	격년조사로 제외	7 인터넷 연결 경험 삭제	격년조사로 제외	7	격년조사로 제외
	휴대용 오디오 /비디오 기기	8	8	8	8	8	10	10	10	10	11	삭제				
	게임기	9	9	9	9	9	11 가정용 게임기 주요 연결기기 설문 추가	11	11	11		9	8	8	8	
	VR/AR (가상/ 증강현실) 기기								12	12	12	격년조사로 제외	9	9	9	
	드론 기기								13 드론 기기 파트 설문 추가	13	13	10	10	10	10	
	가정용 전화기	10	10	10	10	10	12	12	13	14	14	11	11	11	11	
	데스크톱 컴퓨터	11	11	11 제조사 설문 추가	11	11	13	13 TV수신 카드 문항과 지상파 DMB 수신카드 문항을 통합	14	15	15	12	12	12	12	
	PDA	12	12	12	12	삭제										
	노트북 컴퓨터	13	13	13 기능관련 항목 축소, 제조사 항목 추가	13	12	14	14	15	16	16	13	13	13	13	
	태블릿PC			14 노트북 에서 분리, 별도 문항 구성	14	13 전자책 제조사 (Kindle, SAM등) 추가	15 키즈패드 및 키즈패드 제조사 추가	15	16	17 어학패드 및 어학용 패드 제조사 추가	17	14	14	14	14	

조사영역	조사항목	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
미디어 기기 보유 및 이용 현황	기타 미디어 기기	14	14	15 컴퓨터 주변기기 유무선 공유기 추가	15	14 빔 프로젝터, 사물 인터넷 기기 추가	16, 17	16, 17	17, 18 나스 스토리지 (Network- Attached Storage) 기기 추가	18, 19 사물인터넷 문항 변경 및 음성인식 인공지능 기기 문항 추가	18, 19, 20 사물 인터넷기기 문항과 음성인식 인공지능 기기 문항 분리	15, 16, 17	15, 16 복합기~ 나스 스토리지 파트 적년조사	15, 16, 17	15	15, 16, 17
	차량용 미디어 기기	15	15	16	16 블랙박스 설문 추가	15	18 텔레 매틱스 서비스 설문 추가	18	19	20	21	18	17	18	17	18
보유 기기 간 연결 상태	보유 기기 유무선 연결	16	16	삭제												
	유무선 공유기 연결	17	17													
	휴대용 무선 공유기 연결	18	18													
방송통신 서비스 가입 및 지출 현황	통신 및 유료방송 서비스 가입현황	19	19	17 제공 사업자 설문 추가	17 위성 DMB 설문 삭제	17 태블릿 PC용 화선 휴대용 무선 모뎀 및 공유기 추가	19 유료방송 vod 정액제 가입 경험 설문 추가	19	20	21	22 미가입, 단독가입 응답이 가능하도록 응답 방식 변경	19 문항 통합 19 문항 통합 19 문항 통합	18	19	18	19
	결합상품	20	20	18 제공 사업자 설문 추가	18	18	20 약정 상태 및 결합상품 선택 이유, 가장 중요하게 고려하는 서비스 설문 추가	20	21	22	22					
	월평균 방송통신 서비스 이용료	21-23	21	19	19	19	21	21	21	23	22					

조사영역	조사항목	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
방송통신 서비스 가입 및 지출 현황	월평균 TV VOD 서비스 이용료							22	23	24	23	20	19	20	19	20
	월평균 정기구독물 현황	24	22	20 구독 신문 설문 추가	20	20	22	23	24	25	24	삭제				
가구 내 미디어 이용 제한	TV 시청	25	23	21	21	21	23 하루 평균 통제시간 설문 추가	24	25	26	25	21	20	21	20	21
	인터넷	26	24	22	22	22	24 하루 평균 통제시간 설문 추가	25	26	27	26	22	21	22	21	22
	게임	27	25	23	23	23	25 하루 평균 통제시간 설문 추가	26	27	28	27	23	22	23	22	23
	스마트폰					24	26 하루 평균 통제시간 설문 추가	27	28	29	28	24	23	24	23	24
월평균 가구 소득		28	26	24	24	25	27	28	29	30	29	25	24	25	24	25

(2) 개인용 설문지

- 개인용 설문지는 개인의 휴대폰 이용현황, 보유기기 간 연결, 방송통신 서비스 가입 및 지출현황, 미디어 이용행태에 관련된 문항으로 구성되어 있으며 미디어 다이어리 작성을 통하여 일상생활에서 이용하는 매체, 연결방법, 행위를 기록하도록 설계되어 있음
- 2012년 조사부터 미디어 활동에 영향을 주는 중요한 배경 요인들을 파악하기 위한 문항들을 추가적으로 개발하여 가치관 및 라이프스타일(2012년, 2016년, 2022년), 삶의 만족도(2013년, 2017년), 건강 행태(2014년), 자아존중감 및 인지욕구(2015년, 2020년), 식습관(2016년), 4차 산업혁명 전망 및 인식(2018년), 소비자혁신성(2019년), 비판적 미디어 이해능력(2020년), 삶의 만족도 및 정신건강(2021년), 자아존중감(2021년), 디지털 전환의 인식과 영향력(2023년), 소비자 혁신성 및 기술 수용도(2024년)에 관련된 문항에 대하여 조사를 실시하였음
- 위의 특별 세션에 대해 시계열적인 변화를 알아보기 위하여 2024년도에는 2019년도에 조사한 ‘소비자 혁신성’의 문항을 유지하며 ‘기술 수용도’ 문항을 추가하여 재조사를 실시함. 2023년도에는 2018년도에 조사한 ‘4차 산업혁명 전망 및 인식’의 일부 문항을 유지하며 ‘디지털 전환의 인식과 영향력’을 주제로 설문 문항 보완하여 재조사를 실시함. 2022년도에는 2012년도와 2016년도에 조사한 ‘가치관 및 라이프스타일’을, 2017년도에는 2013년도에 조사한 ‘삶의 만족도’를, 2020년에는 2015년에 조사한 ‘자아존중감 및 인지욕구’를 주제로 설문 문항을 보완하여 재조사를 실시함

[표 1-3] 연도별 개인 설문지 조사 현황, 설문지 문항번호 및 주요 변경사항

조사영역 및 항목	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
미디어 이용 현황	자주 이용하는 스마트 기기 애플리케이션	13	12	9	9	10	9	10	13	12	11 스마트 기기 애플리 케이션 사용경험 문항 추가	1	1	1	1
	OTT서비스 이용 현황									12 이용여부, 빈도, 1회 평균 이용시간, 이용방식, 지출여부	2	2 주중, 주말 하루 평균 이용 시간으로 변경. 주 이용 장르로 문항 및 보기 변경. 복수 응답으로 수정하고, 각각의 월평균 요금을 문도록 함	2 가장 많이 이용한 OTT 서비스 1,2 순위에 대한 상세 설문으로 변경	2	2 주 이용매체 및 주 이용 경로 문항 삭제. 소품 이용여부 문항 추가

조사영역 및 항목		2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
미디어 이용 현황	유료 디지털 콘텐츠 지출 금액	10 신문·잡지 책, 동영상 영화, TV방송 프로그램 보기, 음악	9	6	6	6	6 TV VOD 서비스 항목추가	7	10	9	7	3	3	20	20	21
	SNS 이용현황 메타버스 이용현황										19	4	4	3	3	
	인스턴트메시저 이용현황													4	4	10
	생성형 인공지능 이용현황															11,12 인지도, 이용여부, 이용서비스 이용 목적, 유료 서비스 이용여부 문항 추가
	전자상거래 및 온라인 거래 이용 현황							28~30 오픈마켓, 일반 쇼핑몰, 소셜 커머스를 국내 온라인 쇼핑몰로 문항 통합	26~28 온라인, 일부 소셜, 소셜 커머스를 국내 온라인 쇼핑몰로 문항 통합	26~29 인터넷 전용 은행 사용여부 설문 추가	22~26	28~32 모바일 송금, 결제 문항 분리	5~8 총 이용 횟수 수정	10~14 라이브 커머스 추가	10~14	13~15 주 구매매체, 구매장식 삭제 인터넷 전용 은행 이용 횟수 추가
휴대폰 및 스마트 기기 이용 현황	일반휴대폰 및 스마트폰	1	1	1	1	1	1 휴대폰 유형별 보유대수 설문 추가, 일반 휴대폰 및 스마트폰 문항 분리	1 음성 무제한 서비스 가입 여부/ 데이터 무제한 서비스 가입 여부 설문 추가	1	1	1	5	9 사용 기간 수정	26	26	
	중고폰 보유 경험 태블릿 PC								3		삭제					
	웨어러블 기기								5	4	2	6	10 사용 기간 수정	27	27	
	보유 기기 유무선 연결 유무선 연결 휴대용 무선 공유기 연결	2	2													
보유 기기간 연결 상태	스마트폰 유무선 연결 기기	3	3													
	스마트폰 유무선 연결 기기	4	4													
	스마트폰 유무선 연결 기기							3 스마트폰과 주변기기 간 유무선 연결 경험 여부 설문 추가	4	3	삭제					

조사영역 및 항목		2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	
방송 통신 서비스 가입 및 지출 현황	휴대폰 관련 요금 현황	5, 6	5, 6	2, 3	2, 3	2, 3	2, 3	4, 5	6, 7, 8 휴대폰 요금의 결합상품 가입 여부 설문 추가	5, 6, 7	4, 5, 6	8, 9, 10	12, 13, 14	15, 16, 17	15, 16, 17	16, 17, 18	
	와이브로 서비스 및 공유 서비스 가입 및 이용	7	7	4	4	4	4	6 '휴대용 와이브로 서비스 가입여부'와 '휴대용 무선 공유 서비스 이용 여부'를 통합	9	8	삭제						
	위성DMB 서비스가입	8	8	5	삭제												
	N스크린 서비스가입	9 영상 콘텐츠 시청을 주목적 으로 하는 서비스				5	5	5	삭제								
	유료 애플리케이션 다운로드 현황	10	10	7 지난 1년간 지출 및 이용 현황으로 기간 조정	7	7	7	8	11	10	8	11	15	18	18	19	
	영화 및 공연 관람 현황	11, 12	11	8	8	8	8	9	12	11	9	12	16, 17 무료로 관람한 영화는 제외로 기준 변경. 온/ 오프라인 구분하여 문항 구성	삭제			
	OTT 서비스 지불 형태													19	19	20	
	미디어 이용 행태	VOIP, 영상통화 이용							2 데이터 음성 서비스 경험 여부	2	2	10	13	18	6	6	8
	가장 좋아하는 매체				20	9	삭제										

조사영역 및 항목		2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년		
미디어 이용 행태	선호TV 방송 프로그램 장르	14	13	10	10	11	10	11	14	13	13	14	19	7	7	7		
	선호 TV방송채널	15		11	11	12 선호하는 채널의 공정성과 신뢰성 추가	삭제											
	시청한 TV방송채널						11	삭제										
	신문 열독 및 선호 신문사			12	12	13 선호하는 신문사의 공정성과 신뢰성 추가	삭제											
	신문구독여부 및 매체, 경로						12	12 '매체'와 '구독 경로'에 대해 분리하여 설문	15	14	14	15	20	8	8	6		
	보도 매체의 신뢰성					14	삭제											
	콘텐츠 구독 서비스													9	9	5		
	미디어 이용 능력	16 인터넷, 이메일, 동영상, 문자 메시지	14	13	13	15	13	13	16, 17 미디어 활용 능력을 PC와 모바일 기기로 분리하여 설문	15, 16	15, 16	16, 17 척도 항목 변경	21, 22	22, 23	22, 23	23		
인터넷 서비스 이용 현황	17 이메일, 블로그 /SNS	15 블로그, SNS 별도 설문	14 클라우드 서비스 추가	14	16 이메일, 인스턴스 메신저, 블로그, 소셜 네트워크 서비스 (SNS), 클라우드 서비스	14	14	18	17	17	18	23	5	5	9			

조사영역 및 항목		2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
미디어 이용 행태	인터넷 활동 빈도	18 인터넷 동호회/카페/클럽, 인터넷 뉴스/토론 게시판	16 온라인 참여 추가	15	15 온라인 지식 생산 추가	17	15	15	19	18	18	19	24	21	21	22 온라인 커뮤니티/활동으로 내용 변경
	통화대상의 비중	19														
	온라인 프라이버시 침해					18	16	16 온라인에서의 개인정보 도용 우려 문항 추가	20	19	20	20	25	24	24	25
	미디어 정보 접할 때 행동												26	25	25	24
	N스크린이용		17 다른 매체로 이동시켜 시청, 청취한 경험	16 이용 서비스 및 이용 기기 추가	16	19	삭제									
특별주제				17~22 가치관과 라이프 스타일: 오프라인 상에서의 활동빈도, 인생에서 중요하게 생각하는 것, 성격, 상품 또는 제품구매 행태, 정치에 대한 의견 제시 정도, 정치적 성향	17~19, 21 삶의 만족도: 삶의 각각의 측면에 대한 만족도, 경험한 감정, 평소모습, 소속계층	20~28 건강행태: 신체활동, 음주, 흡연, 키, 몸무게, 정신적 건강	17~18 스스로에 대한 생각, 평소모습	17~27 가치관과 라이프 스타일: 오프라인 상에서의 활동 빈도, 인생에서 중요하게 생각하는 것, 성격, 상품 또는 제품구매 행태, 정치에 대한 의견 제시 정도, 정치적 성향, 식습관	21~25 삶의 각각의 측면에 대한 만족도, 경험한 감정, 평소모습, 오늘의 건강상태, 소속계층	20~25 4차 산업 혁명에 대한 인지 및 체감 정도, 신기술 인지 정도 및 삶에 미칠 영향력 정도, 미래 도입 가능성 높은 분야, 4차 산업 혁명의 영향 정도 및 4차 산업 기술에 대한 의견	21 소비자 혁신성	21, 22 자아 존중감과 인지욕구 23~27 비판적 미디어 이해능력	27~30 삶의 만족도 및 정신건강 31 자아 존중감	29~35 가치관과 라이브 스타일	29~34	29, 30 소비자 혁신성 및 기술 수용도
배경 질문	최종학력, 혼인, 월평균소득, 직업, 종교	배경질문 1~ 배경질문 5	18~22	23~28	22~27	29~34	19~24	31~37 반려동물 설문 추가	29~35	30~36	27~33	33~38 반려동물 설문 삭제	32~37	36~41	35~40	31~36

- 개인용 설문에는 3일 동안 어디서, 어떤 매체로, 무엇을, 어떤 경로를 통해 미디어 이용행위를 하였는지 15분 단위로 기록하는 미디어 다이어리 조사가 포함되어 있음
- 2010, 2011, 2012년 조사에서는 미디어 활동에 있어서 종이매체, TV, 컴퓨터, 전화기, 촬영기기, 오디오 기기, 비디오 재생/녹화기기, 게임기, 공간미디어의 군으로 분류하여 종류에 따라 최대 9가지 미디어 기기의 동시 이용에 대하여 미디어 다이어리를 기록
- 2013년 조사부터는 미디어 이용행위에 있어서 ‘주로’ 이용한 미디어와 ‘동시에’ 이용한 미디어로 구분하여 최대 두 가지 미디어에 한하여 동시 이용을 작성할 수 있도록 미디어 다이어리 기록지를 재구성

[표1-4] 미디어 다이어리 보기카드(설문지 기준⁴⁾)

	집/직장/학교 등	교통수단	여가시설·서비스·기타	
장소 응답 보기	1) 본인 주거 공간 : 자택, 기숙사, 별장 등	6) 대중교통수단 내 : 버스, 지하철, 택시, 비행기 등	9) 오락시설 : PC방, DVD방, 게임방, 노래방 등	13) 상거래 시설 : 백화점, 시장, 미용실, 병원, 은행 등
	2) 타인 주거 공간 : 친구·친척 집, 이웃 집 등	7) 개인교통수단 : 자가용, 오토바이 등	10) 요식업시설 : 카페, 식당, 술집 등	14) 종교시설 : 교회, 절, 성당 등
	3) 직장 : 회사, 사무실 등	8) 개인이동/대중교통 환승대기 : 인도, 지하철 플랫폼, 택시 승강장, 공항 등	11) 체육시설 : 헬스장, 운동장 등	15) 관광휴양지 : 휴양지, 유원지, 산, 바다 등
	4) 교육시설(학생의 경우만 해당) : 학교, 학원, 도서관 등		12) 문화시설 : 공연장, 극장, 미술관, 박물관 등	16) 숙박시설 : 호텔, 모텔, 게스트 하우스 등
	5) 본인 주거/사업 겸용 공간 : 오피스텔 등			17) 기타

4) 최근 설문지 기준으로 보기카드 작성되어 있기 때문에 데이터의 보기 코드와는 다를 수 있음

매체 코드 - '어떤 매체로'

종이 매체	신문/책/잡지	1	오디오 기기	일반 라디오(라디오 전용 수신기)	19
	그림/사진/편지(쪽지)	2		가정용 오디오 기기 (포터블 오디오, 홈씨어터, 블루투스 스피커/도킹 오디오 등)	20
TV	가정용 TV	3		카오디오	21
	전광판 TV(혹은 옥외 TV, G-Bus TV, 지하철 TV 등)	4		오디오 레코더	22
	휴대용 TV	5		휴대용 오디오 기기 (MP3 플레이어 등)	23
	차량용 TV(승용차용 TV 수상기)	6	비디오 재생/녹화 기기	VCR	24
컴퓨터	데스크톱 PC	7		DVD플레이어(블루레이, HD-DVD 플레이어 포함)	25
	노트북 PC	8	게임기	휴대용 게임기	26
	태블릿 PC(스마트패드, 컨버터블 PC, 전자책(e-book) 리더기, 키즈패드, 어학용패드 포함)	9		가정용 게임기	27
	내비게이션	10	VR/AR	VR/AR(가상/증강현실) 기기	28
전화기	일반 전화기(인터넷 전화기 제외)	11	공간 미디어(*)	영화관	29
	인터넷 전화기	12		노래방	30
	일반 휴대폰	13		멀티미디어방 (게임방, DVD방, 게임카페, VR/AR(가상/증강현실) 체험관 등)	31
	스마트폰(스마트폰 제어 스마트워치/밴드 등 웨어러블 기기, 키즈폰 포함)	14		공연장	32
촬영 기기	디지털 카메라	15		갤러리	33
	비디오 녹화기기(캠코더, 액션캠)	16		박물관	34
	블랙박스	17		스포츠경기장	35
	드론 기기	18			

행위 코드 - '무엇을'

TV/ 라디오/ 방송 프로 그램	지상파 TV방송 프로그램 시청 (MBC, KBS, SBS, EBS 및 그 계열사)	실시간 시청(재방송 포함)	1	통화/ 문자/ 이메일/ 채팅	음성 통화하기	21
		VOD/ 다시보기	2		영상 통화하기(업무, 교육/수업 목적의 화상 활동은 제외)	22
					문자메시지 읽기/쓰기/보내기	23
					이메일(e-mail) 읽기/쓰기/보내기	24
					채팅/메신저 하기(쪽지 보내기, 대화하기 등, 예: 카카오톡 등)	25
	비지상파 TV방송 프로그램 시청 (YTN, OCN, tvN, Mnet, 홈쇼핑 등)	실시간 시청(재방송 포함)	3	화상 활동	화상회의	26
		VOD/ 다시보기	4		화상 수업/교육	27
	종합편성채널 TV방송 프로그램 시청 (JTBC, MBN, TV조선, 채널A 등)	실시간 시청(재방송 포함)	5	온라인 검색/ 소셜 네트워크/ 상거래	정보콘텐츠 검색 및 이용 (위치/교통/생활/상품/지식 등)	28
		VOD/ 다시보기	6		소셜네트워크서비스(SNS) 이용 (블로그, 미니홈피 등, 예: 트위터, 카카오톡, 페이스북 등)	29
	TV 데이터방송 프로그램 시청 (날씨(날씨앤조이, 웨더채널), 교통(SBS교통정보), 증권 등)		7		온라인 상거래(온라인 쇼핑, 온라인 banking, 간편결제, 자산관리, 온라인 펀딩 등의 금융서비스, 예약 서비스, 택시 호출 등)	30
	라디오 방송 혹은 음악채널 프로그램 청취	실시간 청취 AOD/ 다시듣기 (팟캐스트 등)	8 9	게임	게임 하기 (온라인 오프라인(자체내장) 게임)	31
	옥외/지하철 방송프로그램 시청		10		문서 작업 (워드, 엑셀, 파워포인트, 한글 등)	32
영화/ 동영상/ 개인방송/ 음악/ 음원/ 사진	영화/동영상(영화제작사, 프로덕션 등 제작) 시청 (뮤직비디오, 애니메이션 등 포함)		11	문서/ 그래픽 작업	그래픽 작업 등(그래픽 툴을 활용한 시청각 자료 작업, 프로그래밍 작업 등)	33
	학습 동영상 시청		12		사진/동영상 촬영 및 편집	34
	개인방송/ 채널(개인창작 콘텐츠) 등 시청	실시간 시청 (개인 생방송)	13	(종이로 된) 그림/사진/ 편지/쪽지	(종이) 그림 감상하기	35
		다시보기/ 다시듣기	14		(종이) 사진(앨범) 보기	36
	블랙박스 확인		15		(종이) 편지/쪽지 수신/발신 또는 읽기/쓰기	37
	음악음원 청취(MP3 등 음원 재생, 음악 듣기 서비스, 오디오북 등)		16	공간 미디어 활동	영화관 이용(영화 관람)	38
	사진 보기 (그림, 그래픽 이미지 등 포함)		17		노래방 이용(노래 부르기)	39
신문/ 책/ 잡지	신문 기사읽기(종이신문, 인터넷·전자신문, 애플리케이션 등)		18		멀티미디어방 이용(DVD 시청, 게임하기, VR/AR 체험 등)	40
	책(전자책(e-book) 포함) 읽기 (소설, 시, 교과서, 만화, 웹툰/ 웹소설 등) ※ 그림·사진 화보 포함		19		공연장 이용 (연극, 뮤지컬 등의 공연 관람)	41
	잡지(웹진(webzine) 포함) 읽기		20		갤러리 이용(전시회 관람)	42
					박물관 이용(박물관 관람)	43
					스포츠경기장 이용 (스포츠경기 관람)	44
				사물인터넷	가전제품, 전자기기 등 원격제어	45

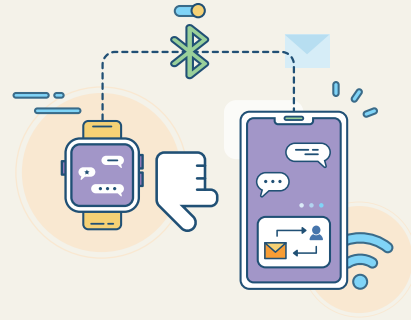
주: 26 화상회의, 27 화상 수업/교육, 34 사진/동영상 촬영 및 편집 추가

연결 코드 - '어떻게 (어떤 경로를 통해)'

방송 서비스를 통해	케이블 TV 방송서비스를 통해 (셋톱박스 연결 포함)	1	기타	OTT 웹(Web) 또는 앱(App)을 통해 (OTT 서비스를 이용하는 모든 경우 포함)	12
	IPTV 방송서비스를 통해 (셋톱박스 연결 포함)	2		CD/DVD 등의 디스크를 기기(PC, DVD플레이어, 게임기 등)에서 재생하여 (비디오 녹화기기(캠코더)의 경우 테이프를 기기에서 재생하여)	13
	위성방송 서비스를 통해 (셋톱박스 연결 포함)	3		자체 기능 및 소프트웨어, 이미 저장된 파일을 이용하거나 외장하드, USB, NAS 스토리지 등 저장매체를 통해	14
	지상파 DMB서비스를 통해	4		다른 미디어 기기(VCR, DVD플레이어, 컴퓨터, 게임기, 휴대용 오디오 등)에 직접 연결된 상태로 영상/음성 신호 등을 전달 받아	15
	지상파 방송 직접 수신을 통해 (지상파 안테나/디지털컨버터)	5		정기구독하고 있거나 우편/택배/ 배달을 통해	16
전화 서비스를 통해	유선 전화 서비스를 통해	6		본인이 직접 서점/가판대 등에서 구입하거나 도서관/대여점 등에서 대여하여 (편지/쪽지의 경우 직접 받거나 건네주어)	17
	이동통신 전화 서비스를 통해 (기기 고유의 통화·문자 서비스 이용)	7		그 외 (출처 불분명, 친구/가족의 것, 회사에 있는 것 등)	18
인터넷 연결을 통해	유선인터넷(광랜, 기가인터넷, 케이블모뎀, FTTH, xDSL 등)을 통해	8		공간 미디어를 통해	19
	이동통신 무선인터넷(2G, 3G, LTE, 5G 무선인터넷 서비스 이용)을 통해	9			
	무선 인터넷을 통해	와이파이(Wi-Fi)존, 유무선공유기 이용	10		
		이동형 무선인터넷 단말기 이용 (모바일 라우터(lg), 포켓파이(skt), 에그(kt) 이용)	11		

II

표본 설계 및 추출과 가중치 산정



1. 표본 설계

- 한국미디어패널조사의 표본추출틀(sampling frame)은 2005년 인구주택 총조사 결과의 전체 조사구 중 섬, 기숙시설, 특수사회시설, 관광호텔 및 외국인 조사구를 제외한 아파트 조사구와 일반조사구임
 - 2019년에 신규 구축된 KMPS19는 2017년 인구주택 총조사 결과를 활용함
- 본 조사는 전국의 5,000가구를 목표로, 각 표본 조사구에서 10가구 내외의 표본 가구를 조사하는 것을 원칙으로 표본을 설계함. 이에 따라 표본설계에 의해서 추출되는 1차 추출단위인 표본 조사구 수는 500개임
 - 2019년에 신규 구축된 KMPS19는 전국의 1,000가구 구축을 목표로, 각 표본 조사구에서 10가구 내외의 표본 가구를 조사하는 것을 원칙으로 설계하여, 1차 추출단위인 표본 조사구는 100개임
- 본 조사의 중요한 목표 중 하나는 지역 단위의 미디어 보유 및 이용행태를 파악하는 것이기 때문에 전체 500개 조사구 배분에 대하여 각 시도 단위에 일정 크기 이상의 표본이 배분되도록 조정하여 배분함
- 원 패넬에 대한 표본설계는 각 시도 구분(16)과 도 지역 내의 읍면 및 동(2) 구분을 이용한 지역 층화하여 전체 28개 층으로 구분하였고, 각 층에서 다시 동 지역에서는 아파트 가구의 비율, 읍면 지역에서는 농림어가의 비율에 따라 2개 층으로 세분화하여 결과적으로 전체 56개 층을 구성함
 - 표본추출은 층화2단 추출법을 적용하였는데 이 조사에서 1차 추출 단위는 조사구이고, 2차 추출 단위는 가구 및 개인임
 - 각 층에서 배정된 표본 조사구 수만큼을 조사구 내의 가구 수에 비례하는 확률비례계통추출법에 따라 추출함
- 표본설계에 사용된 최종 배분법은 비례배분법과 제곱근비례배분법에 의한 표본배분 결과의 평균을 이용하는 절충적인 방안을 원칙으로 하되 일부 조정하여 결정하였음

2. 패널 구축 현황

- 2011년 구축된 전국단위의 KMPS11 5,109가구 및 12,000명의 가구원을 시작으로 2019년 추적 조사된 KMPS11은 분가가구를 포함하여 3,556가구 및 해당 가구 가구원 8,428명으로 구성됨
- 2019년 10차년도 조사부터는 패널 노후화를 보완하기 위해 KMPS19 1,027가구 및 해당 가구 가구원 2,436명을 추가 구축함
- 2019년부터는 통합패널 4,537(가구5)와 해당 가구 내 만 6세 이상 가구원을 대상으로 조사 진행

[표 2-1] 가구 패널 유지 현황

가구	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
KMPS11	3,085	1,829	1,587	1,561	1,527	1,547	1,518	1,509	1,498	1,256	1,156	1,132	1,126	1,105	1,117
	-	3,279	2,841	2,810	2,769	2,734	2,687	2,652	2,618	2,254	2,086	2,040	2,006	1,981	1,925
분가패널	-	1	4	10	17	24	28	42	46	46	46	52	57	70	74
KMPS19										1,027	972	943	934	914	883
분가패널													4	5	7
합계	3,085	5,109	4,432	4,381	4,313	4,305	4,233	4,203	4,162	4,583	4,260	4,171	4,128	4,077	4,006

[표 2-2] 개인 패널 유지 현황

개인	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
KMPS11	6,737	3,775	3,184	3,095	2,971	2,879	2,806	2,688	2,680	2,326	2,169	2,159	2,151	2,064	1,936
	-	8,224	7,130	7,349	7,168	6,945	6,924	6,653	6,652	6,003	5,679	5,565	5,402	5,327	4,663
분가패널	-	1	5	20	33	49	58	84	94	99	99	111	121	150	141
KMPS19										2,436	2,355	2,312	2,259	2,205	1,942
분가패널													7	8	11
합계	6,737	12,000	10,319	10,464	10,172	9,873	9,788	9,425	9,426	10,864	10,302	10,154	9,941	9,757	8,693

주) 원패널에는 조사 전년도 유입 가구원이 포함되어 있음

5) 2차년도(2011년) 한국미디어패널 조사 당시 구축된 전국 KMPS11 5,109패널 중 마모패널을 제외한 3,510패널 및 10차년도(2019년) 추가 구축된 KMPS19 1,027패널 가구

3. 가중치 산정 및 추정⁶⁾

(1) 종단 가중치 산출 방법

- 일반적으로 표본조사의 가중치는 ㉠ 설계가중치, ㉡ 무응답에 대한 조정, 인구주택총조사 결과를 이용한 ㉢ 모집단 정보를 이용한 조정 등의 세 가지 요인을 통합하여 산정됨
- 2011년의 가구 및 개인의 가중치 작성 과정에서 사용되었던 기호들을 정리하면 다음과 같음
 - h : 설계층($h=1, \dots, L$)
 - N_h : 층 h 의 모집단 조사구 수
 - n_h : 층 h 의 모집단 조사구 수
 - S_{hi} : 층 h 의 i 번째 조사구에 대한 크기의 측도(해당 조사구의 총 가구 수)
 - $S_h = \sum_{i=1}^{N_h} S_{hi}$: 층 h 에서 크기의 측도에 대한 총합
 - M_{hi} : 층 h 의 i 번째 조사구 내 가구 수(조사완료+조사미완+조사미착수)
 - m_{hi} : 층 h 의 i 번째 조사구 내 조사 착수 가구 수(응답+거절)
 - r_{hi} : 층 h 의 i 번째 표본조사구 내 조사완료 가구 수(응답)

1) 가구 가중치 산정

① 설계 가중치

- 미디어 패널의 설계가중치는 각 표본조사구에 대한 표본추출률의 역수와 표본조사구에서 가구조사 착수율의 역수를 곱하여 다음과 같이 산출됨

$$\text{설계가중치} = \frac{S_h}{n_h S_{hi}} \times \frac{M_{hi}}{m_{hi}}$$

- 원칙적으로 각 표본 조사구에서는 10가구씩을 표본으로 조사하였기 때문에 $m_{hi}=10$ 이다. $S_{hi} \approx M_{hi}$ 를 가정할 수 있는 경우(표본추출률에서의 조사구 내 총 가구 수와 실제 가구 수에 차이가 작은 경우)에 각층에서 설계가중치는 해당 층 내에서 일정한 값이 되어 ‘설계가중치 = $\frac{S_h}{n_h \times 10}$ ’로 표현할 수 있음. 이때 각 지역 내 층에서 표본 가구들은 모두 동일한 설계가중치를 갖게 됨

6) 2010년(1차년) 가중치 산출 방법은 2011(2차년), 2012(3차년) 가중치 산출 방법과 동일하게 2010년 조사 이후에 산출

- 실제 조사과정에서는 표본추출틀의 조사구 내 가구 수와 실제 가구 수에 차이가 있어 각 층 내에서 설계가중치는 동일하지는 않지만 비슷한 값을 갖게 됨

② 무응답 조정

- 해당 지역 내 세부 층에서 조사 가구에 대한 설계가중치는 원칙적으로 같음. 본조사에서 무응답 조정은 표본조사구 단위로 진행됨

$$\text{무응답 조정계수} = \frac{m_{hi}}{r_{hi}}$$

③ 모집단 정보를 이용한 조정

- 모집단에 대한 정보를 이용하여 모집단의 구조와 표본구조를 유사하게 맞춤으로써 추정의 정확도를 높이는 것을 목적으로 함
- 2011년 가중치작성 과정에서 모집단 정보에대한 조정은 시·도별(16) 가구 수, 지역구분(동부, 읍·면부) ×주택유형(5) 가구 수, 지역구분(동부, 읍·면부) ×가구주 연령(3) ×가구원 수(4) 정보를 이용함
 - 벤치마킹 과정은 레이킹 비 접근법(Raking Ratio Method)에 의해서 모집단 정보와 일치시킴
 - 모집단에 대한 정보는 2010년 인구주택총조사 결과를 이용함
 - 최종 가중치는 다음 식에 따라 산정됨

$$\text{최종 가구가중치} = \text{설계가중치} \times \text{무응답 조정계수} \times \text{모집단정보 조정계수}$$

- 2012년 이후 조사의 패널 가구가중치는 패널 개인가중치를 산출한 후 해당 가구의 가구원 가중치의 평균으로 정의. 단, 아래와 같은 경우에는 별도의 규칙을 적용하여 패널 개인가중치를 산정
 - 첫째, 2011년 패널에 속하였지만 2012년 이후에 만 6세가 되어 처음으로 응답한 경우는 다른 만 6세 이상 가구원들의 패널 개인가중치의 평균값을 당해 연도의 패널 개인가중치로 사용, 다른 경우도 2011년 패널에 속하였지만 2011년 조사에는 무응답 하였다가 처음으로 조사에 응답한 경우도 앞서와 마찬가지로 다른 가구원들의 패널 개인가중치의 평균값을 패널 개인가중치로 사용
 - 둘째, 원 패널에 속하지 않는 비표본가구원으로 결혼한 배우자, 입양 등으로 신규 가구원으로 진입한 사람의 패널 개인가중치는 0이 됨

2) 개인 가중치 산정

- 한국 미디어 패널조사의 개인 대상의 조사는 표본 가구를 대상으로 표본 가구 내의 6세 이상 전체 가구원을 조사하는 방식으로 진행됨. 따라서 개인 가중치 작성 단계에서 설계가중치는 가구의 최종 가중치와 동일함

① 무응답 조정

- 표본으로 추출된 표본가구에서 전원이 응답하는 것이 원칙이지만, 경우에 따라서 가구 내 구성원의 무응답이 발생할 수 있음

- 개인 가중치 작성을 위한 무응답 조정은 표본가구 내의 전체 6세 이상 가구원 수와 응답자 수에 따라 무응답 조정을 실시함. 이와 같은 무응답 조정은 가구 내 미디어를 가구 구성원이 공유하고 있다는 점을 고려한 것임
- 무응답 조정계수는 각 표본 가구에서 전체 가구원 수와 응답 가구원 수의 비(比)로 계산함

$$\text{무응답 조정계수} = \frac{\text{해당표본 가구의 만 6세이상 전체가구원수}}{\text{응답 가구원 수}}$$

② 모집단 정보를 이용한 조정

- 2011년 가중치 작성 단계에서 모집단 정보를 이용한 조정은 시·도(16)×성(2) 인구분포와 지역구분(동부, 읍·면부)×성(2)×연령대(8) 인구분포 정보를 이용함
- 모집단 정보를 이용한 조정 과정은 레이킹 비 접근법(Raking Ratio Method)에 의해서 모집단 정보와 일치시킴
- 가구 가중치 작성과 마찬가지로 2010년 인구주택총조사 결과를 이용하여 조정함
- 최종 가중치는 다음 식에 따라 산정됨

$$\text{최종 개인가중치} = \text{가구가중치} \times \text{무응답 조정계수} \times \text{모집단정보 조정계수}$$

- 매 조사년도 조사에 응답할 확률은 개인의 특성에 따라 차이가 날 것인데, 이러한 차이는 패널가중치에 반영되어야 하며, 반영되지 않을 때는 추정결과에 편향이 발생할 수 있으므로 해당 조사년도에 표본가구가 응답했는지 여부를 반응변수로 하고 지역 구분, 주택유형, 가구주 연령, 가구원 수, 가구 소득, 가구주 학력 등의 변수를 설명변수로 하는 로지스틱회귀모형(logistic regression model)을 적합하여 응답률의 차이를 보정하도록 해야 함

- 패널 개인가중치는 다음 산식에 따라 산정됨

$$\text{조사년도 패널개인가중치} = \text{조사전년도 개인가중치} \times \frac{1}{\text{당해년도조사에 응답할 확률}}$$

- 여기서 각 년도 조사에 응답할 확률은 앞서 설명한 로지스틱회귀모형을 통해서 추정할 수 있음.
응답확률(\hat{p}_i)은 조사 응답여부를 종속변수로 두고 응답여부에 영향을 주는 조사항목들을 설명변수(X_i)로 한 로지스틱회귀모형을 적합한 후에 개인별로 설명변수에 해당하는 조사항목의 응답 값을 대입하여 계산하며, 아래 식으로 표현할 수 있음

$$\hat{p}_i = \frac{\exp(\sum_{j=0}^k \hat{\beta}_j X_{ij})}{1 + \exp(\sum_{j=0}^k \hat{\beta}_j X_{ij})}$$

(2) 횡단 가중치 산출 방법

1) 가구 가중치 산정

- 횡단면 가구가중치는 종단면 개인가중치의 가구 내 평균으로 산출함
 - 횡단면 가구가중치와 횡단면 개인가중치는 동일하지만 최종 횡단면 가구가중치와 개인가중치는 벤치마킹 정보로 이용한 조정단계를 거치기 때문에 달라질 수 있음
 - 이렇게 얻어진 잠정적인 횡단면 가구가중치는 조사 전년도 기준으로 시도별 상주추계가구 수와 가구주 연령대 및 가구원 수별 상주추계가구 수를 벤치마킹 정보로 이용한 레이킹비 방법(Raking Ratio Method)을 적용하여 최종 횡단면 가구가중치를 산출하였음. 최종 가중치는 다음 식에 따라 산정됨

$$\text{최종 횡단면 가구가중치} = \text{잠정 가구 가중치} \times \text{모집단 정보 조정계수}$$

2) 개인 가중치 산정

- 횡단면 개인가중치는 횡단면 가구가중치와 동일한 값이지만 조사 전년도 기준의 시도 및 성별 상주추계인구와 성별 및 연령대별 상주추계인구를 벤치마킹 정보로 이용한 레이킹비 방법을 적용하여 모집단 정보 보정계수를 산출하고 이를 잠정적인 횡단면 개인가중치 곱해서 통합 패널의 횡단면 개인가중치를 계산함. 최종 가중치는 다음 식에 따라 산정됨

$$\text{최종 횡단면 개인가중치} = \text{잠정 가구 가중치} \times \text{모집단 정보 조정계수}$$

(3) 가중치 활용 방안

1) 가중치 제공 형태

- 가중치는 아래의 변수명 기준으로 산출되며, KMPS11과 통합패널의 1차조사는 1차년도 조사로써의 횡단면 성격만 지니기 때문에, 각각 2011년 KMPS11의 종단면 가중치와 2019년 통합패널의 종단면 가중치는 산출하지 않았음
- 2019년 패널 보완(KMSP19) 이후 기존의 KMPS11 가중치와 통합패널 가중치를 각각 산출함
- 개인 데이터 가중치 값과 다이어리 데이터 가중치 값은 동일함

[표 2-3] 가중치 제공 변수 형태

구분			변수명	변수설명	비고
2011 구축	가구	KMPS11	h_wt	[가구정보] 횡단면 가중치	
			h_wt2	[가구정보] 종단면 가중치	구축 1차년도(2011년) 미산출
	개인 (다이어리)	KMPS11	p(d)_wt	[개인정보] 횡단면 가중치	
			p(d)_wt2	[개인정보] 종단면 가중치	구축 1차년도(2011년) 미산출
2019 통합 구축	가구	통합패널 (KMS11+KMPS19)	h_wt	[가구정보] 통합패널 횡단면 가중치	
			h_wt2	[가구정보] 통합패널 종단면 가중치	구축 1차년도(2019년) 미산출
		KMPS11	h_wt_org	[가구정보] 기존패널 횡단면 가중치	
			h_wt_org2	[가구정보] 기존패널 종단면 가중치	
	개인 (다이어리)	통합패널 (KMS11+KMPS19)	p(d)_wt	[개인정보] 통합패널 횡단면 가중치	
			p(d)_wt2	[개인정보] 통합패널 종단면 가중치	구축 1차년도(2019년) 미산출
		KMS11	p(d)_wt_org	[개인정보] 기존패널 횡단면 가중치	
			p(d)_wt_org2	[개인정보] 기존패널 종단면 가중치	

2) 가중치 활용 방안

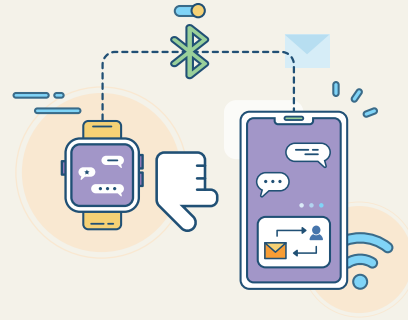
- 가중치는 크게 횡단면 가중치와 종단면 가중치가 있는데, 횡단면 가중치는 당해 연도 응답 자료에 대해 가중치 산출을 진행하는 반면, 종단면 가중치는 패널 조사가 실시된 1차년도부터 당해 연도까지 모두 응답한 자료에 대해서만 산출하기 때문에 분석 목적에 따라 활용도가 달라질 수 있음
- 횡단면 가중치는 횡단 시점에 대표성이 있어, 각 연도별 모수를 추정하거나, 각 연도별로 동일한 변수의 변화 추세를 분석할 때 활용됨
 - 동일한 집단의 시계열적 추이를 분석하는 데는 한계가 있으나, 당해 연도의 전반적인 추세를 반영하기 때문에 시계열적 비교에도 의미가 있고, 종단 가중치보다 사례수가 충분한 점에서 활용 가치가 있음
- 종단면 가중치는 동일한 특성을 가진 집단이 시계열적으로 어떻게 변화하는지 분석할 때 활용할 수 있음
 - 동일한 집단의 변화와 추이를 분석하는데 활용 가치가 있으나, 비교 가능한 사례수가 적다는 점에서 한계가 있음
- 일반적으로 당해 조사 결과를 분석할 때는 횡단 가중치, 연도별 비교를 분석할 때에는 종단 가중치를 활용하나, 분석의 목적과 대상 모집단의 정의에 따라 타당하게 사용할 수 있도록 해야 함
 - 특히, 한국미디어패널조사의 경우 2019년에 패널 보완이 이루어지며 통합패널에 대한 가중치가 2019년부터 생성되었기 때문에, 장기간의 시계열 분석을 진행할 때에는 KMPS11의 종단면 가중치를 활용하여 분석하거나 KMPS11과 통합패널의 횡단면 가중치를 활용하는 것이 의미가 있음

3) 가중치 활용 유의사항

- 조사 차수 증가에 따른 KMPS11의 노후화로 인해 가구의 경우 가구주 연령이 30대 미만인 사례수가 적고 개인의 경우 10대 미만인 사례수가 적은 반면, 고령층의 사례수는 많기 때문에 KMPS11에 대한 횡단면 가중치 활용은 유의하여야 함
 - KMPS11의 가구 및 개인 횡단면 가중치 활용 시 저연령층에 대한 대표성이 떨어지기 때문에 주의 필요함
 - 횡단 분석 시에는, KMPS11이 아닌 통합패널의 횡단면 가중치 이용이 바람직하며, KMPS11은 종단면 가중치를 활용하여 패널 분석 주임으로 진행하는 것이 적절함

III

데이터 이용방법



1. 데이터 다운로드 및 사용 안내

- 한국미디어패널의 통합코드북은 가구, 개인, 다이어리 세로 및 가로버전 코드북으로 구성되어 있으며, 각각의 코드북에 변수 구성과 변수 항목의 WT%(횡단면 가중치 적용)를 제공함
- 연차별 조사항목은 각 통합코드북의 변수비교항목에 있으며, 코드북은 text 데이터를 제외한 대부분 데이터 항목의 연차별 WT%를 제공함
- 데이터의 변수명은 연차별 조사항목에서 동일하게 유지됨
- 가중치를 사용할 경우에는 가구정보는 가구 횡단면가중치(h_wt)를, 개인정보는 개인횡단면 가중치(p_wt)를, 다이어리정보는 다이어리 횡단면 가중치(d_wt)를 부여해야 함
- 다이어리 데이터는 일차별 세로 통합버전과 가로 통합버전(row)을 나누어 제공함
- 세로 통합버전은 일차가 변수 내에 포함된 형태(응답일차 구분을 위해 응답일차변수 제공)이며, 가로 통합버전은 응답일차를 변수별로 구분한 형태이며 변수를 분할한 형태로도 제공함
- KISDI STAT에서 제공하는 데이터와 통합코드북 현황은 [표3-1]과 같으며, 다이어리 가로 통합버전 분할 원시자료 데이터 현황은 [표3-2]와 같음

[표 3-1] 한국미디어패널조사 원시자료 데이터 및 통합코드북 제공 현황(제공 파일명 기준)

조사년도		가구	개인	다이어리	
				세로 통합	가로 통합
데이터	2010	h10v31_KMP	p10v31_KMP	d10v31_KMP	d10v31_row_KMP
	2011	h11v31_KMP	p11v31_KMP	d11v31_KMP	d11v31_row_KMP
	2012	h12v31_KMP	p12v31_KMP	d12v31_KMP	d12v31_row_KMP
	2013	h13v31_KMP	p13v31_KMP	d13v31_KMP	d13v31_row_KMP
	2014	h14v31_KMP	p14v31_KMP	d14v31_KMP	d14v31_row_KMP
	2015	h15v31_KMP	p15v31_KMP	d15v31_KMP	d15v31_row_KMP
	2016	h16v31_KMP	p16v31_KMP	d16v31_KMP	d16v31_row_KMP
	2017	h17v31_KMP	p17v31_KMP	d17v31_KMP	d17v31_row_KMP
	2018	h18v31_KMP	p18v31_KMP	d18v31_KMP	d18v31_row_KMP
	2019	h19v31_KMP	p19v31_KMP	d19v31_KMP	d19v31_row_KMP
	2020	h20v31_KMP	p20v31_KMP	d20v31_KMP	d20v31_row_KMP
	2021	h21v31_KMP	p21v31_KMP	d21v31_KMP	d21v31_row_KMP
	2022	h22v31_KMP	p22v31_KMP	d22v31_KMP	d22v31_row_KMP
	2023	h23v31_KMP	p23v31_KMP	d23v31_KMP	d23v31_row_KMP
	2024	h24v31_KMP	p24v31_KMP	d24v31_KMP	d24v31_row_KMP
통합코드북 (2010~2024)		H_codebook	P_codebook	D_codebook	D_codebook_wide

[표 3-2] 한국미디어패널조사 다이어리 가로통합 분할 원시자료 데이터 제공 현황(제공 파일명 기준)

조사년도	다이어리					
	수면	장소	매체	행위	연결	계산변수
2010	d10v31_row_s_KMP	d10v31_row_p_KMP	d10v31_row_m_KMP	d10v31_row_a_KMP	d10v31_row_c_KMP	d10v31_row_cal_KMP
2011	d11v31_row_s_KMP	d11v31_row_p_KMP	d11v31_row_m_KMP	d11v31_row_a_KMP	d11v31_row_c_KMP	d11v31_row_cal_KMP
2012	d12v31_row_s_KMP	d12v31_row_p_KMP	d12v31_row_m_KMP	d12v31_row_a_KMP	d12v31_row_c_KMP	d12v31_row_cal_KMP
2013	d13v31_row_s_KMP	d13v31_row_p_KMP	d13v31_row_m_KMP	d13v31_row_a_KMP	d13v31_row_c_KMP	d13v31_row_cal_KMP
2014	d14v31_row_s_KMP	d14v31_row_p_KMP	d14v31_row_m_KMP	d14v31_row_a_KMP	d14v31_row_c_KMP	d14v31_row_cal_KMP
2015	d15v31_row_s_KMP	d15v31_row_p_KMP	d15v31_row_m_KMP	d15v31_row_a_KMP	d15v31_row_c_KMP	d15v31_row_cal_KMP
2016	d16v31_row_s_KMP	d16v31_row_p_KMP	d16v31_row_m_KMP	d16v31_row_a_KMP	d16v31_row_c_KMP	d16v31_row_cal_KMP
2017	d17v31_row_s_KMP	d17v31_row_p_KMP	d17v31_row_m_KMP	d17v31_row_a_KMP	d17v31_row_c_KMP	d17v31_row_cal_KMP
2018	d18v31_row_s_KMP	d18v31_row_p_KMP	d18v31_row_m_KMP	d18v31_row_a_KMP	d18v31_row_c_KMP	d18v31_row_cal_KMP
2019	d19v31_row_s_KMP	d19v31_row_p_KMP	d19v31_row_m_KMP	d19v31_row_a_KMP	d19v31_row_c_KMP	d19v31_row_cal_KMP
2020	d20v31_row_s_KMP	d20v31_row_p_KMP	d20v31_row_m_KMP	d20v31_row_a_KMP	d20v31_row_c_KMP	d20v31_row_cal_KMP
2021	d21v31_row_s_KMP	d21v31_row_p_KMP	d21v31_row_m_KMP	d21v31_row_a_KMP	d21v31_row_c_KMP	d21v31_row_cal_KMP
2022	d22v31_row_s_KMP	d22v31_row_p_KMP	d22v31_row_m_KMP	d22v31_row_a_KMP	d22v31_row_c_KMP	d22v31_row_cal_KMP
2023	d23v31_row_s_KMP	d23v31_row_p_KMP	d23v31_row_m_KMP	d23v31_row_a_KMP	d23v31_row_c_KMP	d23v31_row_cal_KMP
2024	d24v31_row_s_KMP	d24v31_row_p_KMP	d24v31_row_m_KMP	d24v31_row_a_KMP	d24v31_row_c_KMP	d24v31_row_cal_KMP

2. 변수명 부여의 원칙

- 한국미디어패널의 변수는 가구, 개인, 다이어리 데이터로 구분되며 조사연차별로 각각의 데이터를 제공함
- 가구데이터 변수는 h__ , 개인데이터 변수는 p__ , 다이어리데이터 변수는 d__ 으로 시작함

(1) 가구/개인 데이터 변수명 부여의 원칙

1) 기본정보⁷⁾를 나타내는 가구/개인 데이터의 경우

[가구/개인 + 조사년도 + 기본정보를 나타내는 영문]의 순서

- 예)) h24houstyp → h(가구) + 24(2024년 조사) + houstyp(주택형태)
 h24m3_gen → h(가구) + 24(2024년 조사) + m3(가구원 3) + _gen(성별)
 p24gender → p(개인) + 24(2024년 조사) + gender(성별)
 p24pid → p(개인) + 24(2024년 조사) + pid(개인아이디)

2) 기본정보 이외의 정보를 나타내는 가구/개인 데이터의 경우

[가구/개인 + 조사년도 + 측정항목(알파벳순 항목순서) + 일련번호⁸⁾]의 순서

- 예)) h24a01001 → h(가구) + 24(2024년 조사) + a(항목순서 1) + 01001(일련번호)
 h24d01002 → h(가구) + 24(2024년 조사) + d(항목순서 4) + 01002(일련번호)
 p24a01001 → p(개인) + 24(2024년 조사) + a(항목순서 1) + 01006(일련번호)
 p24c05001 → p(개인) + 24(2024년 조사) + c(항목순서 3) + 01006(일련번호)

[표 3-3] 개인/가구 데이터 변수명 현황

항목 순서	가구 데이터 변수명		개인 데이터 변수명	
1	가구정보	h__ 영문명	개인정보	p__ 일련번호
2	미디어 기기 보유 및 이용 현황	h__a 일련번호	미디어 이용현황	p__d 일련번호
3	방송통신 서비스 가입 및 지출 현황	h__c 일련번호	전자상거래 및 온라인 거래 이용 현황	p__i 일련번호
4	미디어 이용 제한	h__d 일련번호	방송통신 서비스 가입 및 지출 현황 ⁹⁾	p__c 일련번호

7) 개인정보 및 가구정보를 나타내는 변수(예: 가구 아이디, 개인 연령 등의 변수)

8) 변수 일련번호는 문항번호 2자리 + 소문항 항목 2자리로 이루어져 있었는데, 2014년도 조사부터 소문항의 항목이 3자리로 늘어 소문항 항목을 3자리로 확대함(단, 추가되는 문항의 경우 기존 변수 일련번호 이후의 번호로 누적하여 부여하기 때문에 조사표의 문항 번호 순서와 다를 수 있음)

9) 방송통신 서비스 가입 및 지출 현황 내 일부 문항이 다른 파트에서 이동됨에 따라 변수명 내 알파벳이 상이할 수 있음

항목 순서	가구 데이터 변수명		개인 데이터 변수명	
5	미디어 기기 연결성	h_b 일련번호	미디어 활용 현황	p_d 일련번호
6			휴대폰	p_a 일련번호
			태블릿 PC	p_l 일련번호
			웨어러블 기기	p_j 일련번호
7			보유 기기 간 연결상태	p_b 일련번호
8			가치관과 라이프 스타일	p_e 일련번호
			삶의 만족도 및 정신건강	p_f 일련번호
			건강행태	p_g 일련번호
			자아존중감 및 인지욕구	p_h 일련번호
			4차 산업혁명 전망 및 인식	p_k 일련번호
			소비자 혁신성	p_m 일련번호
			비판적 미디어 이해능력	p_n 일련번호

(2) 다이어리 데이터 변수명 부여의 원칙(가로 및 세로 통합버전 공통)

1) 기본정보를 나타내는 다이어리 데이터의 경우

[다이어리 + 조사년도 + 기본정보를 나타내는 영문]의 순서

예) d24age → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + age(연령별)
d24p_income → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + p_income(개인 소득별)

2) 기본정보 이외의 미디어 이용현황을 나타내는 다이어리 데이터의 경우

- 시간대별로 수면 여부, 미디어 이용 장소, 매체, 행위, 연결 총 5가지에 대한 변수로 구성되어 있으며, 미디어 이용이 측정된 3일치에 대한 매체, 행위, 연결의 계산변수가 포함되어 있음
 - 변수명 부여 원칙은 기본적으로 세로 통합버전과 가로 통합버전 모두 동일하나, 응답일차별 데이터 구조가 다르기 때문에 변수명에 일부 차이가 있음
 - 매체, 행위, 연결의 경우 2013년부터 응답 방식이 개편되었기 때문에 변수 구성이 다르므로 활용 시 주의 필요

(3) 세로 통합버전 다이어리 데이터 변수명 부여의 원칙

1) 시간대별(15분 단위) 미디어 이용현황을 나타내는 다이어리 데이터의 경우

[다이어리 + 조사년도 + 영어약어 + 시간대별 번호¹⁰⁾]의 순서

- 수면과 장소 변수의 영어약어는 한 자리 알파벳으로 수면은 s, 장소는 p로 시작함

예) 수면

d24s1 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + s(수면) + 1 (0:00~0:15)

d22s96 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + s(수면) + 96(23:45~24:00)

예) 장소

d24p2 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + p(장소) + 2 (0:15~0:30)

d24p29 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + p(장소) + 30(7:15~7:30)

- 매체, 행위, 연결 변수의 영어약어는 두 자리 알파벳으로, 매체는 m(media), 행위는 a(action), 연결은 c(connection)로 시작하며, 바로 다음에 나타나는 알파벳은 동시에 이용한 미디어 활동을 구분하는 약어로 조사 년도에 따라 다음과 같은 의미를 지님

- 2010, 2011, 2012년 조사에서는 동시에 이용한 미디어 활동을 나타내며 a부터 i까지 최대 9개까지 동시에 이용한 매체가 나올 수 있음(다이어리 구성 상 당시 이용한 매체 내 주로 이용한 매체를 구분할 수는 없음)

- 2013년 조사부터는 a 주로 이용한 미디어, b 동시에 이용한 미디어를 나타냄

예) 매체

d11ma2 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + ma(첫번째 이용매체) + 2(0:15~0:30)

d11mi46 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + mi(아홉번째 이용매체) + 46(11:15~11:30)

d13ma88 → d(다이어리) + 13(2013년 조사) + ma(주로 이용한 매체) + 88(21:45~22:00)

d24ma63 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + mb(동시에 이용한 매체) + 63(15:30~15:45)

예) 행위

d11ac2 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + ac(세번째 이용매체 이용시 이용행위) + 2(0:15~0:30)

d11ab59 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + ab(두번째 이용매체 이용시 이용행위) + 59(14:30~14:45)

d13aa24 → d(다이어리) + 13(2013년 조사) + aa(주로 이용한 매체 이용행위) + 24(05:45~06:00)

d24ab31 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + ab(동시에 이용한 매체 이용행위) + 31(07:30~07:45)

10) 15분 단위를 시간대순으로 번호를 부여하였으며 1~96까지의 변수로 구성

예) 연결

d11cd39 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + cd(네번째 이용매체 이용시 연결방법) + 39(9:30~9:45)
d11cf48 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + cf(여섯번째 이용매체 이용시 연결방법) + 48(11:45~12:00)
d13ca95 → d(다이어리) + 13(2013년 조사) + ca(주로 이용한 매체 연결방법) + 95(23:30~23:45)
d24cb40 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + cb(동시에 이용한 매체 연결방법) + 40(09:45~10:00)

2) 다이어리 데이터의 매체별 계산변수

[다이어리 + 조사차수 + 영어약어1(매체/행위/연결) + 영어약어2(빈도/이용자/시간) + 매체/행위/연결별 번호¹¹⁾]의 순서

예) 3일치 계산

d11M_fre19 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + M(매체) + _fre(빈도) + 19(스마트폰)
d10C_user9 → d(다이어리) + 10(2010년 조사) + C(연결) + _user(이용자) + 9(유선인터넷을 통해)
d13A_time27 → d(다이어리) + 13(2013년 조사) + A(행위) + _time(시간) + 27(사진(앨범)보기)

[표 3-4] 세로 통합버전 다이어리 데이터 변수명 현황

다이어리 데이터 변수명											
시간대별 96개의 변수							매체별 변수	매체/행위/연결별 계산변수			
기본정보 (개인+ 가구정보)	수면 시간	장소	미디어 활동			일차별 계산	3일치 계산				
					매체	행위	연결				
d_#	d_s#	d_p#	2010~ 2012 (동시 이용 9개 항목)	1	d_ma#	d_aa#	d_ca#	d_fre\$ (빈도)	매체	d_M_fre\$ (일차별 빈도)	
				2	d_mb#	d_ab#	d_cb#			d_M_time\$ (일차별 시간)	
				3	d_mc#	d_ac#	d_cc#			d_M_user\$ (일차별 이용자)	
				4	d_md#	d_ad#	d_cd#		d_time\$ (시간)	행위	d_A_fre\$ (일차별 빈도)
				4	d_md#	d_ad#	d_cd#				d_A_time\$ (일차별 시간)
				5	d_me#	d_ae#	d_ce#				d_A_user\$ (일차별 이용자)
				6	d_mf#	d_af#	d_cf#		d_user\$ (이용자)	연결	d_C_fre\$ (일차별 빈도)
				7	d_mg#	d_ag#	d_cg#				d_C_time\$ (일차별 시간)
				8	d_mh#	d_ah#	d_ch#				d_C_user\$ (일차별 이용자)
			2013 이후 (주/ 동시 이용)	주 이용	d_ma#	d_aa#	d_ca#				
				동시이용	d_mb#	d_ab#	d_cb#				

※ __는 조사연도를, #은 시간대를, \$는 각 매체/행위/연결별 코드를 나타냄

11) 매체 코드의 경우 42개의 변수로, 행위 코드의 경우 47개의 변수로, 연결 코드의 경우 21개의 변수로 구성됨

(4) 가로 통합버전 다이어리 데이터 변수명 부여의 원칙

1) 시간대별(15분 단위) 미디어 이용현황을 나타내는 다이어리 데이터의 경우

[다이어리 + 조사년도 + _조사일차 + 영어약어 + 시간대별 번호¹²⁾]의 순서

- 수면과 장소 변수의 영어약어는 한 자리 알파벳으로 수면은 s, 장소는 p로 시작함

예) 수면

d24_1s1 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + _1(1일차) + s(수면) + 1(0:00~0:15)

d24_3s96 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + _3(3일차) + s(수면) + 96(23:45~24:00)

예) 장소

d24_3p2 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + _3(3일차) + p(장소) + 2(0:15~0:30)

d24_2p29 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + _2(2일차) + p(장소) + 30(7:15~7:30)

- 매체, 행위, 연결 변수의 영어약어는 두 자리 알파벳으로, 매체는 m(media), 행위는 a(action), 연결은 c(connection)로 시작하며, 바로 다음에 나타나는 알파벳은 동시에 이용한 미디어 활동을 구분하는 약어로 조사 년도에 따라 다음과 같은 의미를 지님
 - 2010, 2011, 2012년 조사에서는 동시에 이용한 미디어 활동을 나타내며 a부터 i까지 최대 9개까지 동시에 이용한 매체가 나올 수 있음(다이어리 구성 상 동시 이용한 매체 내 주로 이용한 매체를 구분할 수는 없음)
 - 2013년 조사부터는 a 주로 이용한 미디어, b 동시에 이용한 미디어를 나타냄

예) 매체

d11_1ma2 → d(다이어리) + 12(2012년 조사) + _1(1일차) + ma(첫번째 이용매체) + 2(0:15~0:30)

d11_2mi46 → d(다이어리) + 12(2012년 조사) + _2(2일차) + mi(아홉번째 이용매체) + 46(11:15~11:30)

d13_3ma88 → d(다이어리) + 13(2013년 조사) + _3(3일차) + ma(주로 이용한 매체) + 88(21:45~22:00)

d24_1mb63 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + _1(3일차) + mb(동시에 이용한 매체) + 63(15:30~15:45)

12) 15분 단위를 시간대순으로 번호를 부여하였으며 1~96까지의 변수로 구성

예) 행위

d11_2ac2 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + _2(2일차) + ac(세번째 이용매체 이용시 이용행위) + 2(0:15~0:30)
d11_3ab59 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + _3(3일차) + ab(두번째 이용매체 이용시 이용행위) + 59(14:30~14:45)
d13_1aa24 → d(다이어리) + 13(2013년 조사) + _1(1일차) + aa(주로 이용한 매체 이용행위) + 24(05:45~06:00)
d24_2ab31 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + _2(2일차) + ab(동시에 이용한 매체 이용행위) + 31(07:30~07:45)

예) 연결

d11_1cd39 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + _1(1일차) + cd(네번째 이용매체 이용시 연결방법) + 39(9:30~9:45)
d11_3cf48 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + _3(3일차) + cf(여섯번째 이용매체 이용시 연결방법) + 48(11:45~12:00)
d13_2cb95 → d(다이어리) + 13(2013년 조사) + _2(2일차) + ca(주로 이용한 매체 연결방법) + 95(23:30~23:45)
d24_1cb40 → d(다이어리) + 24(2024년 조사) + _1(1일차) + cb(동시에 이용한 매체 연결방법) + 40(09:45~10:00)

2) 가로통합 다이어리 데이터의 매체별 계산변수

[다이어리 + 조사차수 + (_조사일차) + 영어약어1(매체/행위/연결) + 영어약어2(빈도/이용자/시간) + 매체/행위/연결별 번호¹³⁾]의 순서

예) 일차별 계산

d11_1M_fre19 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + _1(1일차) + M(매체) + _fre(빈도) + 19(스마트폰)
d10_3C_user9 → d(다이어리) + 10(2010년 조사) + _3(3일차) + C(연결) + _user(이용자) + 9(유선인터넷을 통해)
d13_2A_time27 → d(다이어리) + 13(2013년 조사) + _2(2일차) + A(행위) + _time(시간) + 27(사진(앨범)보기)

예) 평균 계산

d11_A_frem41 → d(다이어리) + 11(2011년 조사) + _A(행위) + _frem(빈도 평균) + 41(영화/동영상 시청)
d10_M_userm10 → d(다이어리) + 10(2010년 조사) + _M(매체) + _userm(이용자 평균) + 10(태블릿 PC)
d13_C_timem7 → d(다이어리) + 13(2013년 조사) + _C(연결) + _timem(시간 평균) + 7(유선 전화 서비스를 통해)

13) 매체 코드의 경우 42개의 변수로, 행위 코드의 경우 47개의 변수로, 연결 코드의 경우 21개의 변수로 구성됨

[표 3-5] 가로 통합버전 다이어리 데이터 변수명 현황

다이어리 데이터 변수명											
시간대별 96개의 변수							매체/행위/연결별 변수				
기본정보 (개인+ 가구정보)	수면 시간	장소	미디어 활동		매체	행위	연결	일차별 계산		평균 계산	
d_#	d_s#	d_p#	2010~ 2012 (동시 이용 9개 항목)	1	d_#oma#	d_#aa#	d_#ca#	매체	d_#M_fre\$ (3일치 빈도)	매체	d_#M_frem\$ (빈도 평균)
				2	d_#omb#	d_#ab#	d_#cb#		d_#M_time\$ (3일치 시간)		d_#M_tiem\$ (시간 평균)
				3	d_#mc#	d_#ac#	d_#cc#		d_#M_user\$ (3일치 이용자)		d_#M_userm\$ (이용자평균)
				4	d_#md#	d_#ad#	d_#cd#	행위	d_#A_fre\$ (3일치 빈도)	행위	d_#A_frem\$ (빈도 평균)
				4	d_#md#	d_#ad#	d_#cd#				d_#A_tiem\$ (시간 평균)
				5	d_#me#	d_#ae#	d_#ce#				d_#A_userm\$ (이용자평균)
				6	d_#mf#	d_#af#	d_#cf#				
				7	d_#mg#	d_#ag#	d_#cg#				
				8	d_#mh#	d_#ah#	d_#ch#				
				8	d_#mh#	d_#ah#	d_#ch#				
				9	d_#mi#	d_#ai#	d_#ci#	연결	d_#C_fre\$ (3일치 빈도)	연결	d_#C_frem\$ (빈도 평균)
			2010~ 2012 (동시 이용 9개 항목)	주 이용	d_#oma#	d_#aa#	d_#ca#				d_#C_tiem\$ (시간 평균)
			2010~ 2012 (동시 이용 9개 항목)	동시 이용	d_#omb#	d_#ab#	d_#cb#				d_#C_userm\$ (이용자 평균)

※ __는 조사연도를, %는 일차률, #은 시간대, \$는 각 매체/행위/연결별 코드를 나타냄

※ 매체/행위 평균 계산값: 3일치 합산 ÷ 3

※ 이용자 평균 계산값: 3일 중 하루라도 이용한 경우 1, 아닌 경우 값 없음