

다이어리 조사 방법론에 따른 미디어 이용량 편차 분석

Media Consumption Deviations: An Analysis Based on Diary Survey Methodologies



한은영 (미디어정책연구실 연구위원)

KEYWORDS

모드 효과, 다이어리 조사, 미디어 다이어리, 미디어 이용량, 한국미디어패널조사
Mode Effects, Diary Survey, Media Diary, Media Consumption, Korea Media Panel Survey

종이 방식과 모바일 웹 방식(일반, ESM)으로 수집된 미디어 다이어리 데이터를 비교하면, 파편화된 미디어 행위를 포착하는 데 모바일 웹 방식이 더 효과적이며 실시간 알람 기반의 ESM 방식에서 가장 긴 미디어 이용 시간이 기록되었다. 또한 이동식 매체는 모바일 웹 방식에서, 고정식 매체는 종이 방식에서 이용 시간이 더 길게 집계되는 방법론별 편차가 관찰되었다. 일반 방식은 시계열 안정성이 높은 반면, ESM 방식은 활동 기록의 정교함 측면에서 우위를 점했다.

A comparison of media diary data collected through paper-based and mobile web methods (general mobile format and ESM) reveals that the mobile web method is more effective in capturing fragmented media consumption, with the highest media usage time recorded in the real-time, alarm-based ESM approach. Additionally, methodological variations were observed: mobile web methods aggregated longer usage times for mobile devices, whereas the paper method recorded longer usage for stationary devices. While the general mobile format showed greater time-series stability, the ESM method proved superior in the sophistication of activity tracking.

Jul. 15, 2026

26/07

26-06호 (26.06.15)
시기본법 시대의 공론과
입법 지형

신재경

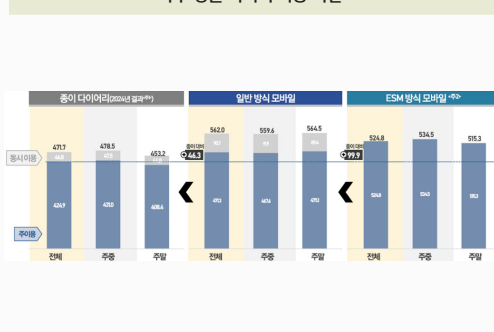
26-05호 (26.04.30)
생성형 인공지능(AI) 이용
자 집단 분석

한은영

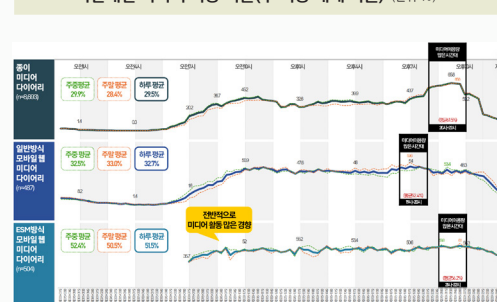
26-04호 (26.04.15)
시 포용 관점에서 본
생성형 인공지능(AI)
이용 격차

오주현

하루 평균 미디어 이용 시간



시간대별 미디어 이용 비율(주 이용 매체 기준) (단위: %)



다이어리 조사 방법론에 따른 미디어 이용량 편차 분석¹

Media Consumption Deviations: An Analysis Based on Diary Survey Methodologies

한은영 | 미디어정책연구실 연구위원

01 조사배경 및 목적

- 지난 16년간 한국미디어패널조사는 종이 기반 미디어 다이어리를 활용해 왔음. 이는 응답자가 하루 15분 간격(일 96회)으로 총 3일에 걸쳐 매체-행위-연결 코드와 장소 및 수면 정보를 직접 기입하는 방식으로 미디어 이용 데이터를 수집하는 형태임
- 그러나 모바일 이용 환경이 보편화됨에 따라 기존의 종이 방식 대신 모바일 접속을 통한 미디어 다이어리 작성 등 조사 방법론의 개선이 지속적으로 논의되어 왔음
- 본 고는 2025년에 진행된 모바일 웹 미디어 다이어리 시험조사의 두 가지 방식을 상호 비교하고, 이를 기존 종이 기반 조사 결과와 비교 분석함으로써 시계열 안정성과 데이터 정확도를 검증하고자 함
 - 모바일 웹 미디어 다이어리의 두 가지 방식, 즉 일반 모바일 방식(이후 ‘일반 방식’)과 ESM(Experience Sampling Method) 방식을 비교하고,
 - 2025년 시험조사 결과를 2024년 종이 다이어리(본 조사) 응답 데이터와 비교 분석²하여 기존 방법과 새로운 방법 간 수집되는 미디어 이용량의 편차 및 패턴 차이를 검증

02 모바일 웹 미디어 다이어리 세부 방법 비교 및 시험조사 개요

- 일반 방식이 종이 미디어 다이어리 문항 대부분을 포함하도록 구현한 온라인 전환형이라면, ESM 방식은 실시간 미디어 행위를 일정 시간(15분) 간격의 ‘알람’에 맞춰 응답하는 방식임
- 모바일 웹 미디어 다이어리의 실제 적용 가능성을 검토하고자, 동일인이 두 가지 방식의 모바일 웹 미디어 다이어리에 모두 응답하도록 설계함
- 선행조사 방식에 따른 효과(이월 효과)가 발생할 수 있음을 고려하여, ESM 방식을 먼저 응답한 인원수와 일반 방식을 먼저 응답한 인원수가 유사하도록 쿼터 배분함(균형 설계)
- 종이 미디어 다이어리 조사(3일간)와 달리, 두 가지 유형의 모바일 웹 미디어 다이어리 조사는 각각 1일만 조사함

1 본 고는 2025년 한국미디어패널조사의 일부로 KISDI가 수행한 시험조사 결과를 토대로 작성되었음. 보다 상세한 조사 결과는 참고문헌 자료를 통해 확인 가능.

2 분석 당시의 시점 상 전년도 조사 결과와 비교됨

[표 1] 두 가지 방식의 모바일 웹 미디어 다이어리 비교

	일반 방식	ESM 방식
특징	- 종이 미디어 다이어리를 일반 모바일 조사 형태로 전환	- 일정 간격 실시간 알람에 의한 행동기록 방식
측정 문항	- 수면(낮잠)시간, 해당 시간대 머무른 장소 - 주 이용 미디어 [매체-행위-연결] - 동시 이용 미디어 [매체-행위-연결]	- 방금 이용한 미디어 [매체-행위-연결-장소]
조사방법	- 24시간 동안(총 96회)의 미디어 활동을 응답자가 원하는 시간과 장소에서 자율적으로 기입 - 하루 2회(정오와 오후 8시) 리마인더 알림 발송	- 17시간(오전 7시부터 자정까지 총 68회) 동안의 실시간 미디어 활동을 15분 간격의 알람에 따라 응답
개발화면		

[표 2] 시험조사 개요

	일반 방식	ESM 방식
조사 대상	조사업체의 '일반 온라인패널' 중 조사 참여 희망자(미디어 패널 가구원 대상이 아님)	
목표 표본	400명(2개 조사 방식에 모두 응답)	
응답자 수	총 515명 응답 완료 이 중 일반 방식과 ESM 방식 모두 응답한 사람: 총 414명 (일반 방식 응답자: 487명, ESM 방식 응답자: 504명)	
조사 기간	2025년 7월 5일~8월 10일	

주) ESM 방식의 유효 응답 간주 기준은 68회차 중 최소 50% 이상인 34회 이상 응답한 경우를 '완료'로 집계

03 조사 방법에 따른 미디어 이용량 비교

가. 하루 평균 미디어 이용 시간

- '주 이용 매체' 기준 하루 평균 미디어 이용 시간은 ESM 방식(8시간 44분), 일반 방식(7시간 51분), 종이 방식(7시간 4분) 순으로 길게 나타남
 - 종이 방식에 비해 일반 방식은 46.4분, ESM 방식은 99.9분이 더 긴 것으로 집계됨
 - 주중과 주말을 구분하더라도 ESM > 일반 > 종이 순으로 이용 시간이 긴 경향이 유지됨

- 한편, '동시 이용 매체' 이용 시간은 종이 방식(46.8분) 대비 일반 방식(1시간 30분)이 두 배 가량 길게 나타남. 이에 따라 주 이용 매체와 동시 이용 매체를 합산한 '전체 이용 시간(합계)'은 일반 방식이 9시간 21분으로 가장 길게 나타남

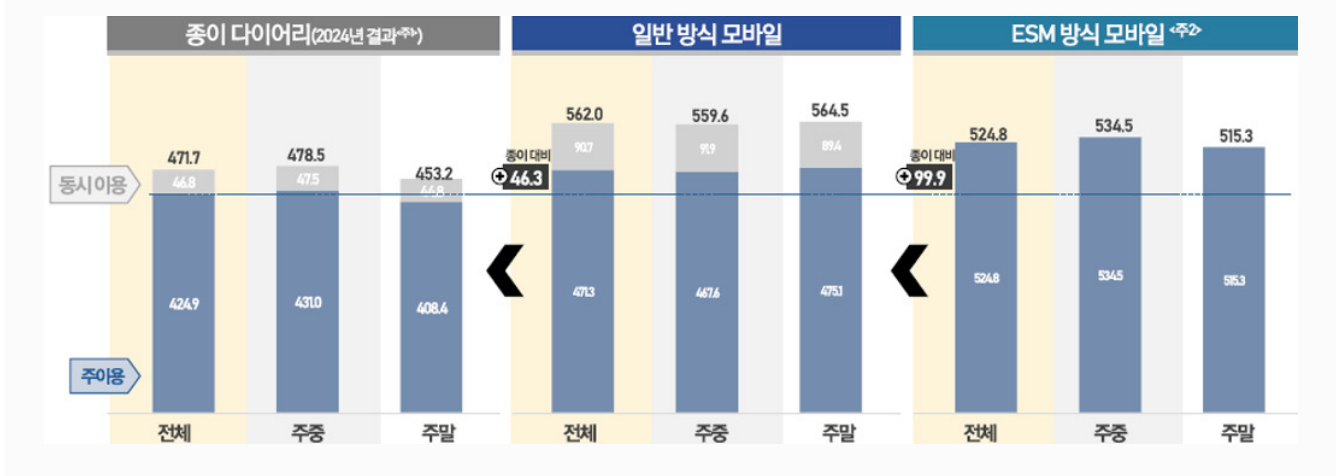
[표 3] 하루 평균 미디어 이용 시간

구분	종이 미디어 다이어리 ¹⁾			모바일 웹 미디어 다이어리					
				일반 방식			ESM 방식 ²⁾		
	전체	주중	주말	전체	주중	주말	전체	주중	주말
사례 수	8,693	6,353	2,340	487	247	240	504	250	254
전체 합계(①+②)	7시간 51분 (471.7분)	7시간 58분 (478.5분)	7시간 33분 (453.2분)	9시간 21분 (562.0분)	9시간 19분 (559.6분)	9시간 24분 (564.5분)	8시간 44분 (524.8분)	8시간 54분 (534.5분)	8시간 35분 (515.3분)
주 이용 매체(①)	7시간 04분 (424.9분)	7시간 11분 (431.0분)	6시간 48분 (408.4분)	7시간 51분 (471.3분)	7시간 47분 (467.6분)	7시간 55분 (475.1분)	8시간 44분 (524.8분)	8시간 54분 (534.5분)	8시간 35분 (515.3분)
동시 이용 매체(②)	46.8분	47.5분	44.8분	1시간 30분 (90.7분)	1시간 31분 (91.9분)	1시간 29분 (89.4분)	-	-	-

주 1) 종이 미디어 다이어리: 24년 공표 데이터 1일차, 가중치 미적용 표본 값으로 계산

2) ESM방식 다이어리에서는 동시 이용 매체를 조사하지 않음

[그림 1] 하루 평균 미디어 이용 시간



나. 시간대별 미디어 이용 비율

- 시간대별 미디어 이용 비율³⁾의 하루 평균값을 확인한 결과, 종이 방식 29.5%, 일반 방식 32.7%, ESM 방식 51.5%로⁴⁾, 조사 방법별 격차가 뚜렷하게 나타남
 - 주중, 주말 구분 없이 모두 ESM > 일반 > 종이 순으로 이용 비율이 높았음
 - 단, 일반 방식에서만 주말 평균(33.0%)이 주중 평균(32.5%)을 소폭 상회하는 것으로 나타남

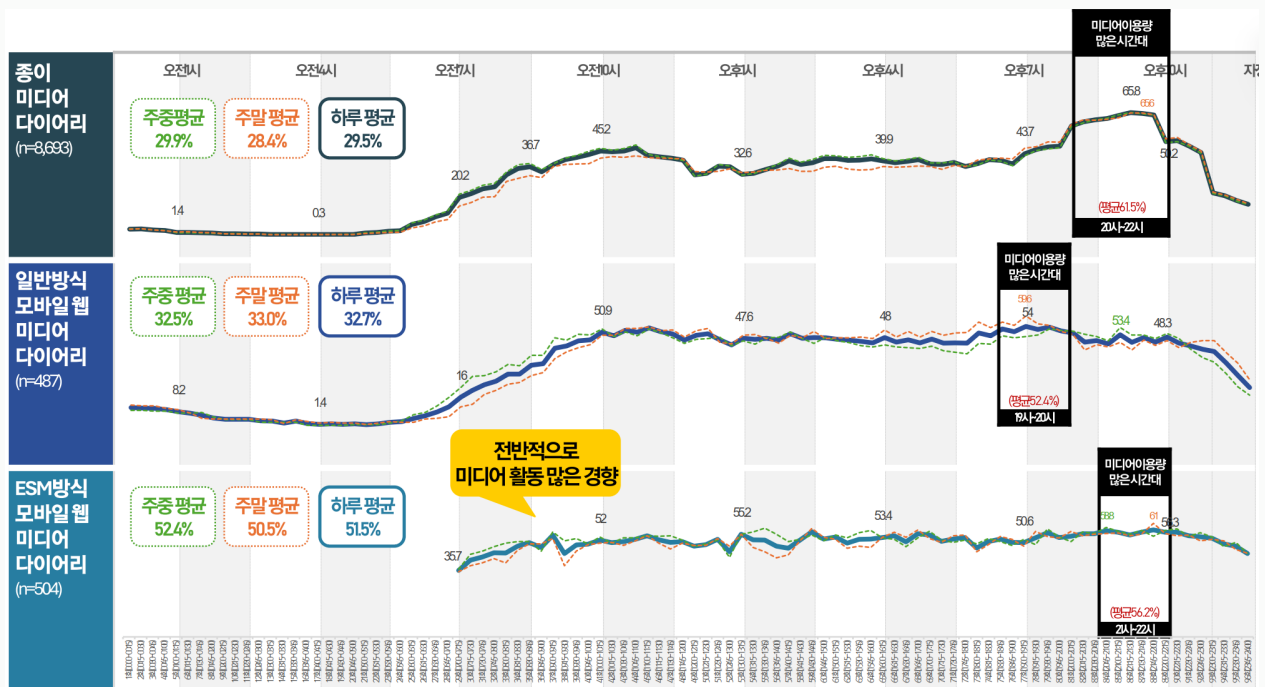
3 전체 응답자 중 해당 시간대 주 이용 매체를 이용한 응답자의 비율 = 해당 시간대 주 이용 매체 응답자 수 ÷ 전체 응답자 × 100

4 ESM 방식은 오전 7시부터 자정까지 응답한 값으로 계산(ESM과 동일하게 오전 7시부터 자정까지의 평균만 보면 종이 방식이 40.7%, 일반 방식이 44.2%로 이용 비율 순위는 동일함)

- 종이 방식과 일반 방식에서는 시간대별 이용량의 편차가 다소 크게 나타난 반면, ESM 방식에서는 시간대별 편차가 상대적으로 작고 전반적인 이용 비율은 높게 유지됨
- 일반 방식은 ESM 방식에 비해 종이 방식과의 응답 유사성이 높았음. 그러나 종이 방식의 미디어 이용 비율이 21~22시 시간대에 정점에 도달한 것과 달리, 일반 방식은 해당 시간대의 종이 방식만큼 높은 이용률을 보이지 않음

[그림 2] 시간대별 미디어 이용 비율(주 이용 매체 기준)

(단위: %)



주) ESM 방식은 오전 7시부터 자정까지 응답

다. 이용량 상위 5개 미디어의 총 이용 시간

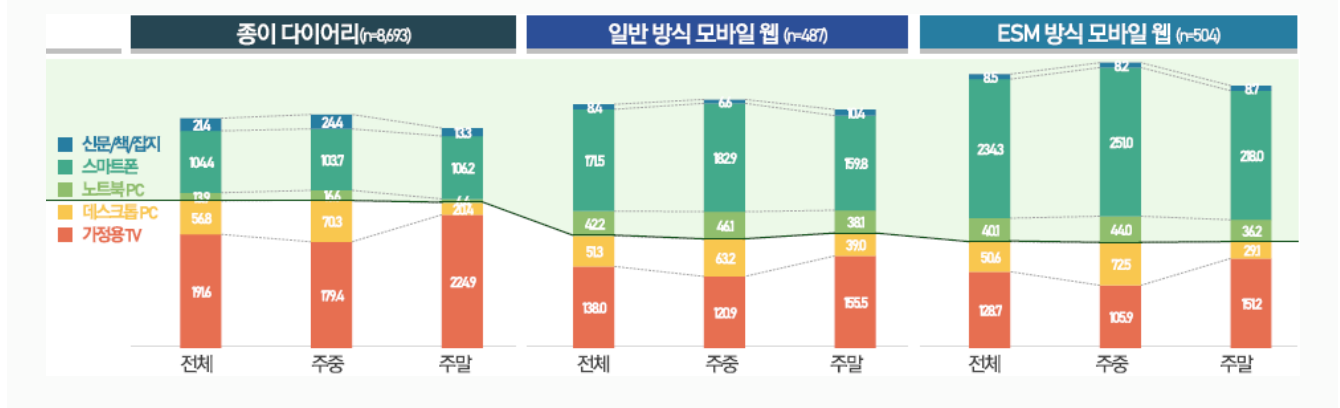
- 이용량 상위 5개 미디어(가정용TV, 데스크톱PC, 노트북PC, 스마트폰, 신문/책/잡지)를 대상으로 이용 시간을 살펴보면, 5대 미디어 이용 시간 합계뿐만 아니라 미디어별 이용 시간에서 조사 방법별 차이를 보임
- 5대 미디어의 하루 평균 이용 시간 합계는 ESM 방식(약 7시간 42분) > 일반 방식(약 6시간 51분) > 종이 방식(약 6시간 28분) 순으로 길었고, 세 가지 비교조사 모두에서 주말보다 주중의 미디어 이용 시간이 더 길게 나타남
- 가정용TV, 데스크톱PC, 신문/책/잡지의 이용 시간은 종이 방식에서 각각 3시간 11분, 56.8분, 21.4분으로 가장 길게 나타남 반면, 노트북PC 이용 시간은 일반 방식에서 42.2분, 스마트폰 이용 시간은 ESM 방식에서 3시간 54분으로 가장 길게 나타남
- 종합하면, 종이 방식에 비해 일반 방식 및 ESM 방식에서는 노트북PC와 스마트폰 등 이동식 매체의 이용 시간이 더 길게 나타남 반면, 가정용TV와 데스크톱PC 등 고정식 매체의 이용 시간은 상대적으로 짧게 집계됨

[표 4] 이용량 상위 5개 미디어의 총 이용 시간

구분		종이 미디어 다이어리 ¹⁾			모바일 웹 미디어 다이어리					
					일반 방식			ESM 방식		
		전체	주중	주말	전체	주중	주말	전체	주중	주말
사례 수		8,693	6,353	2,340	487	247	240	504	250	254
주 이용 매체	가정용TV	3시간 11분 (191.6분)	2시간 59분 (179.4분)	3시간 44분 (224.9분)	2시간 17분 (138분)	2시간 00분 (120.9분)	2시간 35분 (155.5분)	2시간 08분 (128.7분)	1시간 45분 (105.9분)	2시간 31분 (151.2분)
	데스크톱PC	56.8분	1시간 10분 (70.3분)	20.4분	51.3분	1시간 03분 (63.2분)	39분	50.6분	1시간 12분 (72.5분)	29.1분
	노트북PC	13.9분	16.6분	6.4분	42.2분	46.1분	38.1분	40.1분	44분	36.2분
	스마트폰	1시간 44분 (104.4분)	1시간 43분 (103.7분)	1시간 46분 (106.2분)	2시간 51분 (171.5분)	3시간 02분 (182.9분)	2시간 39분 (159.8분)	3시간 54분 (234.3분)	4시간 10분 (251분)	3시간 37분 (218분)
	신문/책/ 잡지	21.4분	24.4분	13.3분	8.4분	6.6분	10.4분	8.5분	8.2분	8.7분

주 1) 종이 미디어 다이어리: 24년 공표 데이터 1일차, 가중치 미적용 표본 값으로 계산

[그림 3] 이용량 상위 5개 미디어의 총 이용 시간(이동식 vs. 고정식 매체 비교)

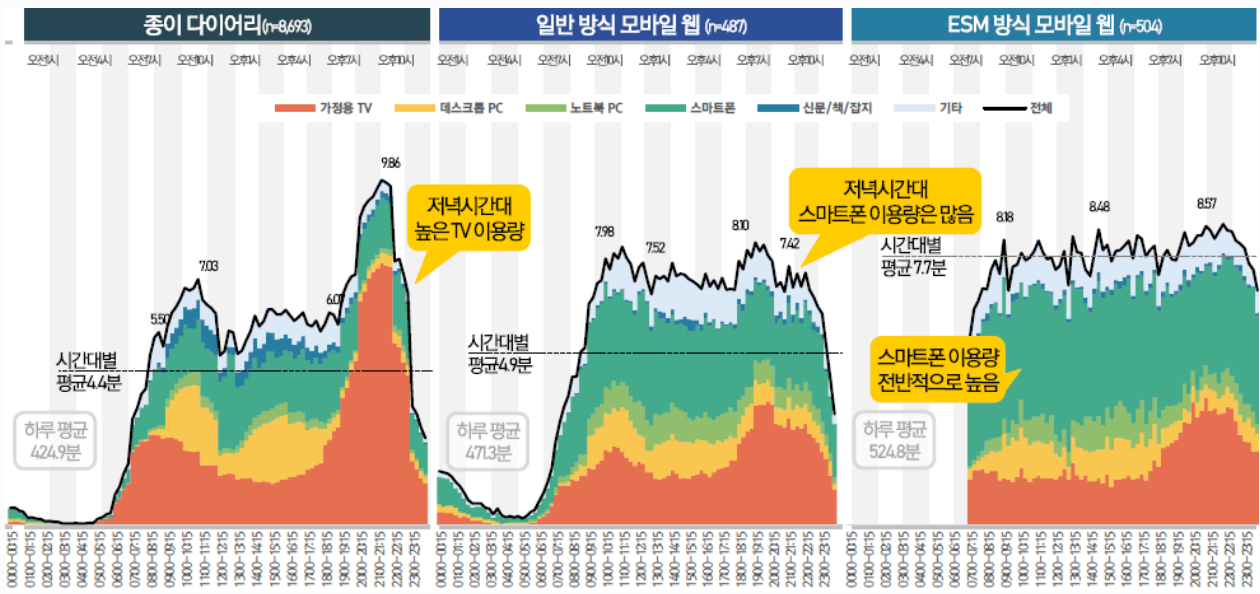


라. 시간대에 따른 미디어별 이용 시간

- 일반 방식에서 저녁 시간대 미디어 이용 시간이 감소한 것은 가정용TV 이용 시간이 짧게 나타났기 때문으로 파악됨
- 종이 방식에 비해 일반 방식과 ESM 방식에서 저녁 시간대 스마트폰 이용 시간이 길게 나타남
- 세 가지 조사 방법 모두에서 데스크톱PC 이용 시간이 주중에 길고 주말에 짧은 경향은 동일함. 종이 방식에서는 주중 종이매체 이용 시간이 주말보다 짧. 일반 방식 및 ESM 방식에서는 전 시간대에 걸쳐 다른 매체에 비해 스마트폰과 노트북 PC 등 휴대용 매체의 이용이 활발함

[그림 4] 시간대에 따른 미디어별 이용 시간(주 이용 매체 기준, 주중+주말 합산)

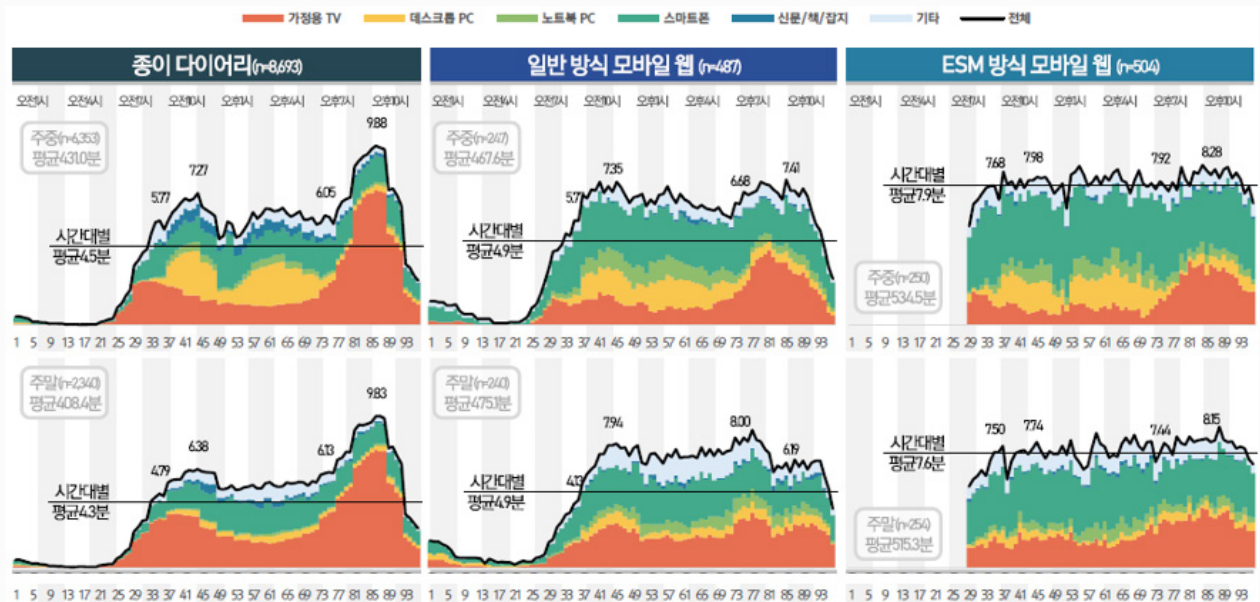
(단위: 분)



주) ESM 방식은 오전 7시부터 자정까지 응답

[그림 5] 시간대에 따른 미디어별 이용 시간(주 이용 매체 기준, 주중 또는 주말)

(단위: 분)



주) ESM 방식은 오전 7시부터 자정까지 응답

04 시사점

- 종이 방식 대비 모바일 웹 방식(일반, ESM)에서 하루 평균 미디어 이용 시간이 46분~100분가량 더 길게 측정됨. 이는 스마트폰 기반의 수시·실시간 기록 환경이 과거 회상 방식에서 누락되었던 파편화된 이용 시간과 동시 이용 행태(multitasking)⁵를 효과적으로 포착해 데이터의 포괄성을 높일 수 있음을 시사함
- 또한 모바일 웹 방식은 이동형 매체 이용을 민감하게 포착해 모바일 중심의 환경 변화를 잘 반영하는 측면이 있음. 특히 모바일 웹 방식 중 일반 방식은 ESM 방식보다 기존 종이 다이어리 데이터와의 시계열 연속성 및 안정성 측면에서 유리한 것으로 나타남
- 실시간 알람 기반의 ESM 방식은 기억 오류를 줄일 수 있으나 응답 부담이 크고, 일반 방식은 응답 자율성은 높으나 기록 누락 가능성이 존재함. 따라서 향후 조사 방법 개선을 위해서는 응답 피로도를 최소화하면서도 충실성을 확보할 수 있도록, 최적의 UI 개발 및 문항 구성 등 정밀한 조사 설계가 요구됨
- 이번 시험조사 결과에는 데이터 수집 환경에 따른 순수한 모드 효과(mode effects)뿐만 아니라, 디지털 기기 친숙도가 높은 온라인 패널 중심의 표집틀(sampling frame) 특성이 혼재되어 있을 가능성이 존재함. 따라서 향후 연구에서는 모드 효과와 패널 편향(panel bias) 효과를 엄밀히 검증하고 분리하여 해석할 필요가 있음

05 참고문헌

안진경 외(2025). 한국미디어패널 모바일 웹 다이어리 방법론 비교와 적용 연구, 정보통신정책연구원, 제13회 한국미디어패널 학술대회 발표자료, 2025.11.7.

한은영 외(2025). ICT데이터플랫폼 구축·운영사업, 정보통신정책연구원, 정책자료 25-11-01, 2025.12.

⁵ 일반 방식에만 해당

발간번호	제목	저자	발간일
26-06호	AI 기본법 시대의 공론과 입법 지형	신재경	2026-06-15
26-05호	생성형 인공지능(AI) 이용자 집단 분석	한은영	2026-04-30
26-04호	AI 포용 관점에서 본 생성형 인공지능(AI) 이용 격차	오주현	2026-04-15
26-03호	OECD AI Index와 국가별 AI 역량	정용찬	2026-03-16
26-02호	2025년 한국미디어패널 조사결과 주요 내용	김윤화	2026-01-30
26-01호	2025년 방송산업 실태조사 주요 결과	이재영	2026-01-30
25-12호	스마트 기기 시대의 가정 내 미디어 규범: 청소년·어린이 이용 제한을 중심으로	한은영	2025-12-30
25-11호	AI Index로 조망한 국가별 AI 준비도	정용찬	2025-11-30
25-10호	미디어 다이어리에 기반한 '매체-연결-행위' 간 연계 분석	한은영	2025-10-30
25-09호	연령별로 살펴본 산업별 일자리 이동과 특징	서영선	2025-09-30
25-08호	OECD.AI를 통해 살펴본 글로벌 AI 동향: 연구 성과, 투자, 생성형AI 모델을 중심으로	오윤석	2025-08-30
25-07호	연령별 생성형 인공지능 서비스 이용현황 분석	신현호	2025-07-30
25-06호	고령층의 스마트기기 활용능력	박지원	2025-06-30
25-05호	한국미디어패널조사를 통해 살펴본 실시간 방송 시청 분석	한은영	2025-05-30
25-04호	뉴스데이터를 활용한 청년 고용 이슈 분석	박서현	2025-04-30
25-03호	방송 프로그램 수출 현황분석	박지윤	2025-03-30
25-02호	한국인의 하루 미디어 이용패턴 분석	고재유	2025-02-28
25-01호	2024년 한국미디어패널조사 주요 결과	김윤화	2025-01-30
24-19호	2024년 방송산업 실태조사 주요 결과	한은영	2024-12-30
24-18호	BERTopic 및 GCN 기반 키워드 분석을 통한 미디어 소비 패턴 연구	전수영	2024-11-30
24-17호	생성형 인공지능 챗봇 이용 결정요인 탐색: AI 격차 관점	오주현	2024-10-30
24-16호	SNS가 비판적 이해 역량을 감소시키는가?	고흥석	2024-09-30
24-15호	Youtube 댓글을 통해 보는 미국 대선 지지 정당 감성분석	노희용	2024-08-30
24-14호	AI 챗봇 인지도 및 이용행태	오윤석	2024-07-30
24-13호	고용노동통계로 살펴본 산업별 고용 특징 비교	서영선	2024-07-15
24-12호	디지털 전환(Digital Transformation) 체감도 및 영향력 인식	한은영	2024-06-30
24-11호	생산연령인구의 4차 산업혁명과 디지털 전환 인식 비교	하승희	2024-06-15
24-10호	유료방송 가입자의 미디어 소비와 OTT	정용찬	2024-05-30
24-09호	세대별 SNS 이용 현황	김윤화	2024-05-15
24-08호	뉴스 데이터를 활용한 사회갈등의 탐색	서영선	2024-04-30
24-07호	휴대용 전자기기 브랜드 선택에 관한 탐구	장신재	2024-04-15
24-06호	아동·청소년의 미디어 이용행태와 미디어 이용 제한	김윤화	2024-03-30
24-05호	웨어러블 기기 이용현황 분석	박지원	2024-03-15
24-04호	SNS 이용과 디지털콘텐츠 이용 간 관계 분석	장현지	2024-02-28
24-03호	인스턴트 메신저 서비스와 동영상 콘텐츠 제공 서비스 이용자의 미디어 이용행태	하승희	2024-02-15
24-02호	장르별 방송프로그램 품질과 시청자 인식	한은영	2024-01-30
24-01호	스마트폰과 TV의 시간 점유율 경쟁	정용찬	2024-01-15

KISDI 미디어정책연구실

KISDI에서는 다음과 같은 정부 승인통계 조사를 매년 진행하고 있습니다. 조사 결과는 정부 정책 수립과 민간 기업의 경영계획 수립, 대학 연구소의 학술연구에 활용되고 있으며, 일반 이용자에게는 기초 정보와 지식을 제공하는 역할을 합니다.



한국미디어패널조사

Q 조사 목적

빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악

Q 조사 방법

가구 방문 일대일 면접조사

Q 조사 대상

전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사



방송산업 실태조사

Q 조사 목적

방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악

Q 조사 방법

인터넷 설문조사

Q 조사 대상

과학기술정보통신부·방송미디어통신위원회에 등록된 방송사업자 전수조사

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개

미디어통계포털(KISDI STAT)

미디어통계포털(KISDI STAT)은 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.

미디어 통계수첩(2026년 발간)

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책 연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사, 과학기술정보통신부와 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트에서 내려받을 수 있습니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동



▲ 클릭하면 사이트로 이동