

[붙임 1]

2014년도 TV·일간신문 간 매체교환율

방송법 제69조의2 및 시청점유율 산정 등에 관한 기준 제8조제5항에 따라 일간신문구독률을 시청점유율로 환산하기 위한 2014년도 매체교환율을 아래와 같이 공표합니다.

1. 근거규정

- 방송법 제69조의2(시청점유율 제한)
- 방송법시행령 제52조의3(시청점유율 산정기준 등)
- 시청점유율 산정 등에 관한 기준(방통위 고시) 제8조(매체교환율)

2. 매체교환율

가. 매체교환율 : 0.41

$$\therefore 0.41(\text{매체교환율}) = [0.36(\text{이용자 측면}) + 0.45(\text{시장 측면})] \div 2$$

나. 세부내용

이용자 측면의 매체 영향력 : 전화 설문조사(2회)

구 분	1차 조사	2차 조사
조사기관	(주)밀워드브라운미디어리서치	(주)밀워드브라운미디어리서치
조사일시	'14. 6. 16 ~ 7. 13.	'14. 10. 1 ~ 10. 26.
조사대상	2,187명 (전국 16개 시도 19세 이상 남녀)	2,305명 (전국 16개 시도 19세 이상 남녀)
조사방식	전화설문(RDD)	전화설문(RDD)
조사내용	시사정보 이용율, 이용시간, 의존도	시사정보 이용율, 이용시간, 의존도
표본오차	±2.10%p (95%신뢰수준)	±2.04%p (95%신뢰수준)

< 2014년도 이용자 매체이용행태조사 결과 >

구 분	응답결과				TV 기준, 신문의 비율			
	TV		신문		TV(1)		신문	
	1차	2차	1차	2차	1차	2차	1차	2차
시사정보 이용률	86.21%	85.55%	38.90%	39.86%	1	1	0.45	0.47
시사정보 이용시간	55.19분	53.24분	14.39분	14.39분	1	1	0.26	0.27
매체의존도	57.14%	57.42%	20.93%	19.84%	1	1	0.37	0.35
평 균	-		-		1		0.36	0.36

□ 시장 측면의 매체 영향력 : 광고매출액 조사

- 텔레비전 방송 광고 : 방송사업자 재산상황공표집(방송통신위원회)
- 일간신문 광고 : 광고연감(제일기획)

< 2014년도 텔레비전·신문 광고매출 현황 >

텔레비전		일간신문	
구 분	금 액(억원)	구 분	금 액(억원)
방송사 광고매출	30,872	신문사 광고매출	14,003
1		0.45	

※ 지상파방송사업자의 라디오 광고매출은 제외함