

보도자료

2012년 2월 22일(수) 배포시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 미디어다양성추진단 미디어기반정책과 김용일 과장(☎750-1360)
미디어기반정책과 문호범 사무관(☎750-1362) moonhb@kcc.go.kr**방송의 여론 다양성 보장을 위한 기반 구축****- 미디어다양성위원회, 매체간 합산 영향력지수(안) 마련 -**

방송통신위원회 소속 법정위원회인 미디어다양성위원회*(위원장 오택섭)는 TV, 라디오, 일간신문, 인터넷 등에서 방송사업자가 보유한 영향력을 통합적으로 측정·평가하기 위한 ‘매체간 합산 영향력지수(안)’을 마련하였다.

* 방송법 제35조의4에 따라 구성('10.3월말), 방송사업자의 시청점유율 조사·산정, 일간신문구독률의 시청점유율 환산 기준·방법 결정, 매체간 합산 영향력지수 개발 등의 직무를 수행

지난 2009년 7월 개정된 방송법에 따라 미디어다양성위원회는 2012. 12.31일까지 ‘매체간 합산영향력 지수’를 개발하도록 되어 있다.

이는 다매체 이용 환경 하에서 방송사업자가 미디어간 겸영 등을 통해 일반 국민에게 미치는 영향력을 종합적으로 평가함으로써 방송의 여론다양성 보장을 위한 미디어 정책에 반영하기 위한 입법 취지를 지니고 있다.

그동안 미디어다양성위원회는 독일, 미국 등 해외 관련 지수 개발 사례를 참조하고 매체이용행태에 관한 실증적 조사를 실시함으로써 우리나라의 미디어 환경과 특성을 반영한 합리적인 지수 개발을 위해

심도 있는 논의를 하였으며, 워크숍, 토론회, 세미나를 개최하여 의견 수렴을 진행한 바 있다.

미디어다양성위원회가 마련한 매체간 합산 영향력 지수(안)은 매체 유형별로 사업자의 ‘영향력을 측정하는 지표’와 매체유형 간 영향력의 비중을 나타내는 ‘가중치 지표’로 구성되어 있다.

‘영향력 측정 지표’는 지수 산출에 포함되는 매체유형을 아래와 같이 4가지로 구분하고, 각 매체유형 내의 사업자별 점유율로 표시되며,

매체유형	영향력 측정 지표
텔레비전방송	사업자별 이용자의 시청점유율
라디오방송	사업자별 이용자의 청취점유율
일간신문	일간신문사별 유료 판매부수` 점유율
인터넷	인터넷사이트 운영 사업자별(방송사업자, 일간신문사 및 인터넷신문사에 한함) 이용자의 이용시간 점유율

매체유형 간 영향력 차이를 나타내는 ‘가중치 지표’는 매체유형간 양적 차이와 질적 차이를 반영하도록 모형을 마련하여 일반국민을 대상으로 설문조사를 실시하여 산출하게 된다.

미디어다양성위원회는 가중치 모형 등 지수(안)의 세부 내용을 보완하고, 6월 경 공청회를 통해 각 계의 의견들을 충분히 검토한 후 금년 말까지 지수 개발을 완료하여 방송통신위원회에 제출할 계획이다.

붙임 : 가중치 모형(안) 및 합산 영향력 산출 방식. 끝.

가중치 모형(안) 및 합산 영향력 산출 방식

□ 가중치 산출 모형(안)

○ (제1안) 매체 이용률 × 매체속성 요인 종합치

- 매체이용률(양적 차이) : 지난 1주일내에 해당 매체를 이용한 사람들의 비율
- 매체속성 요인 종합치(질적 차이) : 이용자가 해당 매체를 이용하도록 영향을 미친 속성 요인별 중요도를 합산 평균한 값

※ 매체속성 요인별 중요도는 ‘해당 매체속성 때문에’ 매체를 이용하게 되는 정도를 설문조사를 통해 측정

○(제2안) 매체 이용률 + 매체 의존도

- 매체이용률(양적 차이) : 지난 1주일내에 해당 매체를 이용한 사람들의 비율
- 매체 의존도(질적 차이) : ‘시사정보 습득’과 ‘태도 형성’ 목적을 위해 해당 매체에 의존하는 정도를 합산 평균한 값

※ 매체 의존도는 ‘세상 돌아가는 소식을 알기 위해(시사정보 습득)’, ‘사회 주요 현안에 대한 입장을 정하기 위해(태도 형성)’ 의존하는 매체를 설문조사를 통해 측정

□ 방송사업자의 ‘매체간 합산 영향력’ 산출 도식화(예시)

