

2011

방송영상산업백서





2011 방송영상산업백서

제 1 부 국내 방송영상산업 주요 이슈

제1장 선정과정과 결과	제1절 선정과정	2
	제2절 선정결과	4
제2장 주요 이슈와 향후 전망	제1절 종합편성 및 보도전문채널 출범	6
	제2절 민영 미디어렐 도입	15
	제3절 KBS 수신료 인상	25
	제4절 새로운 뉴미디어 플랫폼의 확산	31
	제5절 지상파-케이블 프로그램 재전송 논란	39
	제6절 리얼리티 서바이벌 프로그램 인기	48
	제7절 지상파방송 디지털 전환	54
	제8절 가상/간접광고 허용	65

제 2 부 국내 방송영상산업 동향

제1장 일반 현황	제1절 국내 방송영상산업 규모	76
	제2절 국내 방송영상산업 사업자 수/종사자 수	80
	제3절 방송영상콘텐츠 수출입 현황	82
제2장 방송영상독립제작사 현황	제1절 조사목적	88
	제2절 방송영상독립제작사 총괄 현황	91
	제3절 매출 현황	94
	제4절 해외수출 및 수입 현황	100
	제5절 종사자 현황	103
	제6절 시설 및 장비 현황	113
	제7절 프로그램 제작 현황	116

제3부 세계 방송영상산업 동향

제1장 일반 동향	제1절 세계 방송영상산업 규모	120
	제2절 세계 방송영상산업 흐름과 전망	126
제2장 주요 국가의 현황/이슈/전망	제1절 미국	138
	제2절 영국	146
	제3절 독일	159
	제4절 프랑스	173
	제5절 일본	184
	제6절 중국	194

제4부 방송영상 플랫폼 이용 동향

제1장 일반 현황	제1절 미디어별 시청자 비율	206
	제2절 미디어별 시청시간	215
	제3절 방송채널/프로그램 유형별 시청자 비율	222
	제4절 스마트 미디어 이용행태 조사	229
제2장 시청률 분석	제1절 연도별 방송영상 플랫폼 시청률 변화	234
	제2절 연도별 채널 시청률 변화	245
	제3절 2011년 인기 프로그램 분석	252

제5부 방송영상프로그램 트렌드

제1장 드라마	제1절 2010~2011년 상반기 드라마 동향	258
	제2절 2010~2011년 상반기 드라마 특성	259
	제3절 드라마 제작환경의 변화와 향후 전망	269
제2장 예능/오락	제1절 2010~2011년 상반기 예능/오락 동향	271
	제2절 2010~2011년 상반기 예능/오락 특성	273
	제3절 예능/오락 프로그램 전성시대의 문제	279



2011 방송영상산업백서

제 5 부 방송영상프로그램 트렌드

제3장 교양 및 다큐멘터리	제1절 다큐멘터리의 대형화, 국제화 282 제2절 최고 화제작 <아마존의 눈물> 283 제3절 드라마타이즈(dramatize) 다큐멘터리: 다큐멘터리의 연성화(軟性化) 285 제4절 TV 밖으로 나간 다큐멘터리 286 제5절 다큐멘터리의 신흥 명가, EBS의 약진 287 제6절 다큐멘터리의 탈정치화 289 제7절 새로운 가능성, 강연 프로그램 289 제8절 결론과 제언 290
제4장 뉴스 및 시사	제1절 뉴스 및 시사 프로그램 일반현황 292 제2절 2010~2011년 상반기 뉴스 및 시사 프로그램 주요 이슈 294 제3절 2012년 이후 전망 296

제 6 부 방송영상산업 법제도 동향

제1장 방송일반	제1절 지상파 재전송 문제 308 제2절 시청점유율 관련 시행령 개정 310 제3절 종합편성·보도전문편성채널에 참여할 수 있는 주체의 범위 확대관련 시행령 개정 311
제2장 광고	제1절 방송광고판매제도의 변화 가능성 314 제2절 간접광고와 가상광고의 구체적인 기준 정립을 위한 시행령 개정 317 제3절 협찬고지 관련 규정의 개정 319
제3장 뉴미디어	제1절 스마트TV 등 새로운 미디어 등장과 입법·정책 전망 321 제2절 무선 인터넷 내용 규제를 위한 법제도 개선 323

제 7 부 방송영상산업 지원 동향

제1장 제작기반 강화	제1절 방송영상콘텐츠 제작지원 사업	326
	제2절 재제작(Post-Production) 지원 사업	328
	제3절 창작기반구축 지원 사업	331
	제4절 포맷제작 지원	333
제2장 인프라 지원	제1절 방송회관 제작센터	336
	제2절 디지털매직스페이스(DMS)	337
	제3절 디지털방송콘텐츠 지원센터	338
	제4절 HD 드라마타운 조성	339
	제5절 3D 입체영상 제작인프라 구축	340
제3장 해외유통 강화		342
제4장 전문인력 양성		347
부 록	I. 개정 방송법	356
	II. 주요 기관 및 단체 현황	382
	III. 2010년 해외 주요 방송영상견본시 현황	385
	IV. 방송영상독립제작사 모집단 리스트	390
	V. 주요 방송사업자 소셜 네트워킹 사이트 (Social Networking Site) 운영 현황	396



2011 방송영상산업백서

(표) 목차 번호 중 첫번째 숫자는 '부', 두번째 숫자는 '장', 세번째 숫자는 '순서'를 의미함

제1부 국내 방송영상산업 주요 이슈

제1장 선정과정과 결과

제2장 주요 이슈와 향후 전망

- 표 1-2-1 선정된 종합편성 및 보도전문 채널 법인 현황
- 표 1-2-2 종합편성채널의 주요 개국 프로그램
- 표 1-2-3 지상파방송과 종합편성채널의 규제 비교
- 표 1-2-4 스마트 콘텐츠의 특성
- 표 1-2-5 국내 N-스크린 서비스 현황
- 표 1-2-6 방송통신위원회의 의무재전송 범위 확대 방안
- 표 1-2-7 2010~2011년 리얼리티 서바이벌 프로그램 현황
- 표 1-2-8 디지털방송과 아날로그방송 비교
- 표 1-2-9 지상파방송 디지털 전환 추진체계 및 주요 역할
- 표 1-2-10 2010년도 시범사업의 직접수신세대 지원내용
- 표 1-2-11 시범지역별 아날로그방송 종료일시
- 표 1-2-12 해외 지상파방송 디지털 전환 일정
- 표 1-2-13 가상광고 준수 규정
- 표 1-2-14 방송광고의 유형

- 표 2-2-8 종사자 규모별 사업체 수
- 표 2-2-9 사업형태별 매출 현황
- 표 2-2-10 사업체 규모별 총 매출액 비중
- 표 2-2-11 종사자 규모별 매출 현황
- 표 2-2-12 2008~2010년 방송영상독립제작사 매출액 구성내역
- 표 2-2-13 방송영상독립제작사 지역별 매출 현황
- 표 2-2-14 방송영상독립제작사 수출 및 수입액 현황
- 표 2-2-15 방송영상독립제작사 해외수출 방식
- 표 2-2-16 방송영상독립제작사 해외진출 형태
- 표 2-2-17 방송영상독립제작사 고용형태별 종사자 현황
- 표 2-2-18 방송영상독립제작사 성별/고용형태별 종사자 현황
- 표 2-2-19 사업체 규모별(매출액 기준) 종사자 및 사업체 수
- 표 2-2-20 사업체 규모별(개별 종사자 수 기준) 총 종사자 비중
- 표 2-2-21 지역별 종사자 현황
- 표 2-2-22 성별 종사자 현황
- 표 2-2-23 직무별 종사자 현황
- 표 2-2-24 학력별 종사자 현황
- 표 2-2-25 연령별 종사자 현황
- 표 2-2-26 방송영상독립제작사 시설 현황
- 표 2-2-27 방송영상독립제작사 장비 보유 및 임대 현황
- 표 2-2-28 방송영상독립제작사 HD 전환률 및 투자액 현황
- 표 2-2-29 방송영상독립제작사 장르별 연간 프로그램 제작 현황 (2010년)
- 표 2-2-30 방송영상독립제작사 납품처별 프로그램 제작 현황
- 표 2-2-31 방송영상독립제작사 제작 건수 및 콘텐츠 제작관련 총 비용
- 표 2-2-32 방송영상독립제작사 콘텐츠 제작관련 비용 구분

제2부 국내 방송영상산업 동향

제1장 일반 현황

- 표 2-1-1 최근 3년 간 5개 방송산업 방송사업수의 추이
- 표 2-1-2 방송광고시장 규모
- 표 2-1-3 방송영상산업 사업자 현황(2002~2010년)
- 표 2-1-4 방송영상산업 종사자 현황(2003~2010년)
- 표 2-1-5 2010년 지상파방송 미국 방송영상콘텐츠 수입 비중
- 표 2-1-6 2010년 방송채널사용사업자 미국 방송영상콘텐츠 수입 비중
- 표 2-1-7 2011년 상반기 방송콘텐츠 수출입 현황

제2장 방송영상독립제작사 현황

- 표 2-2-1 유효모집단 선정 및 최종 표본 수
- 표 2-2-2 방송영상독립제작사 조사개요
- 표 2-2-3 2010년 기준 방송영상독립제작사 조사 설문지 구성
- 표 2-2-4 2011년 방송영상독립제작사 실태조사 과정
- 표 2-2-5 2008~2010년 방송영상독립제작사 총괄 현황
- 표 2-2-6 2008~2010년 방송영상독립제작사 총괄 현황(계속)
- 표 2-2-7 매출액 규모별 사업체 수

제3부 세계 방송영상산업 동향

제1장 일반 동향

- 표 3-1-1 세계 방송영상산업 규모(2009~2015년)
- 표 3-1-2 세계 방송영상산업 지역별 규모(2009~2015년)
- 표 3-1-3 세계 방송영상산업 지역별 규모 세부 현황
- 표 3-1-4 세계 주요 국가의 2010년 방송영상산업 규모

제2장 주요 국가의 현황/이슈/전망

- 표 3-2-1 미국 방송영상산업 시장규모(2009~2015년)
- 표 3-2-2 미국 유료방송 시장 (2010년 3분기~2011년 1분기)
- 표 3-2-3 미국 브로드밴드 시장(2010년 3분기~2011년 1분기)

- 표 3-2-4 방송사업자 구분
- 표 3-2-5 영국의 방송산업 시장규모(2009~2015년)
- 표 3-2-6 디지털 완전 전환(2012년 12월) 이후 멀티플렉스 채널 변화
- 표 3-2-7 독일의 방송채널현황
- 표 3-2-8 독일 주요 방송채널의 시청점유율 현황(1996~2010년)
- 표 3-2-9 연도별 방송광고 매출액 추이
- 표 3-2-10 지역별 방송시청시간의 변화
- 표 3-2-11 지역별 방송채널 선호도
- 표 3-2-12 독일 주요 방송의 장르별 일일 편성 비율
- 표 3-2-13 독일인들의 주문형 영상콘텐츠 이용 현황
- 표 3-2-14 프랑스 디지털 방송 수신 가구 수 변화
- 표 3-2-15 프랑스 방송시장 규모
- 표 3-2-16 프랑스 TV 채널의 총매출(2009년)
- 표 3-2-17 주요 지상파채널의 매출(2009년)
- 표 3-2-18 방송채널의 광고 매출(2009년)
- 표 3-2-19 프랑스 무료 지상파 디지털 방송채널
- 표 3-2-20 유료 지상파 디지털 방송채널과 플랫폼 사업자
- 표 3-2-21 프랑스 지상파 디지털 전환 진행상황
- 표 3-2-22 방송서비스 가입자 수
- 표 3-2-23 NHK 수신계약 추이
- 표 3-2-24 전국네트워크와 키국(key station)
- 표 3-2-25 민방TV사업자 도쿄 키국 5사의 영업수입 추이
- 표 3-2-26 케이블방송 시설 수 및 방송사업자 수
- 표 3-2-27 케이블방송 가입자 수 추이
- 표 3-2-28 케이블방송사업자의 방송사업 관련 수익
- 표 3-2-29 특별위성방송 및 일반위성방송사업자수 추이
- 표 3-2-30 BS방송과 CS방송 시장규모
- 표 3-2-31 민간방송사업자 위성방송 유료계약건수 추이
- 표 3-2-32 원세그방송 대응 휴대전화 국내 누적 출하대수
- 표 3-2-33 2011년 1-6월 지역별 전국 방송광고 매출
- 표 3-2-34 주요 IPTV 사업자 현황
- 표 3-2-35 지역별 케이블 네트워크 통합 상황

제4부 방송영상 플랫폼 이용 동향

제1장 일반 현황

- 표 4-1-1 2010년 미디어별 시청자 비율 총괄표
- 표 4-1-2 성별, 연령대별 지상파방송 시청시간
- 표 4-1-3 지역별 지상파방송 시청시간
- 표 4-1-4 성별, 연령대별 케이블방송 시청시간
- 표 4-1-5 성별, 연령대별 위성방송 시청시간
- 표 4-1-6 성별, 연령대별 IPTV 시청시간

- 표 4-1-7 성별, 연령대별 DMB 시청시간
- 표 4-1-8 성별, 연령대별 자주 이용하는 IPTV 서비스
- 표 4-1-9 스마트 미디어 이용시간
- 표 4-1-10 스마트폰 이용자와 일반폰 이용자의 미디어 이용시간

제2장 시청률 분석

- 표 4-2-1 연도별 하루 평균 시청시간
- 표 4-2-2 KBS1 가구 및 개인 시청률
- 표 4-2-3 연령대별 KBS1 개인 시청률
- 표 4-2-4 KBS2 가구 및 개인 시청률
- 표 4-2-5 연령대별 KBS2 개인 시청률
- 표 4-2-6 MBC 가구 및 개인 시청률
- 표 4-2-7 연령대별 MBC 개인 시청률
- 표 4-2-8 SBS 가구 및 개인 시청률
- 표 4-2-9 연령대별 SBS 개인 시청률
- 표 4-2-10 유료채널 가구 및 개인 시청률
- 표 4-2-11 연령대별 SBS 개인 시청률
- 표 4-2-12 2011년 지상파채널 Top 20 프로그램 가구 시청률
- 표 4-2-13 2011년 지상파채널 Top 20 프로그램 개인 시청률
- 표 4-2-14 2011년 유료채널 Top 20 프로그램 가구 시청률
- 표 4-2-15 2011년 유료채널 Top 20 프로그램 개인 시청률

제5부 방송영상프로그램 트렌드

제1장 드라마

제2장 예능/오락

제3장 교양 및 다큐멘터리

제4장 뉴스 및 시사

- 표 5-4-1 2011년 현재 방송 중인 뉴스 프로그램
- 표 5-4-2 2011년 현재 방송 중인 시사보도 및 시사토론 프로그램

제6부 방송영상산업 법제도 동향

제1장 방송일반

제2장 광고

- 표 6-2-1 정당별 미디어법 법안의 항목별 비교

제3장 뉴미디어



2011 방송영상산업백서

제7부 방송영상산업 지원 동향

제1장 제작기반 강화

- 표 7-1-1 지상파 채널에 편성된 2010년 지원 단막극 목록
- 표 7-1-2 2010년 방송영상콘텐츠 제작지원(미니시리즈 부문) 성과
- 표 7-1-3 지원현황
- 표 7-1-4 협약체결작품
- 표 7-1-5 2010년 방송대본 DB 구축 현황
- 표 7-1-6 2010년 방송대본 DB 구축내역
- 표 7-1-7 대학생방송장작콘텐츠 제작지원 현황
- 표 7-1-8 제작지원 완성작
- 표 7-1-9 2011년 방송영상콘텐츠 포맷제작지원 선정작품

제2장 인프라 지원

- 표 7-2-1 방송회관 제작센터 주요시설
- 표 7-2-2 연도별 사업추진 내역
- 표 7-2-3 향후 추진계획
- 표 7-2-4 디지털매직스페이스 제작센터 주요시설
- 표 7-2-5 세부 시설 내역
- 표 7-2-6 주요시설 구성 내역
- 표 7-2-7 3D 입체영상 제작인프라 구축 사업의 구체적 사업 내용

제3장 해외유통 강화

- 표 7-3-1 2001~2011년 BCWW 행사결과 및 주요 실적
- 표 7-3-2 2010년 국제방송영상경연본시 참가지원 실적
- 표 7-3-3 2011년 국제방송영상경연본시 참가지원 실적

제4장 전문인력 양성

- 표 7-4-1 2010년 방송엔터테인먼트 채용박람회 사업내용 및 취업실적
- 표 7-4-2 3D 입체 콘텐츠 전문인력 양성 사업내용

(그림) 목차 번호 중 첫번째 숫자는 '부', 두번째 숫자는 '장', 세번째 숫자는 '순서'를 의미함

제1부 국내 방송영상산업 주요 이슈

제1장 선정과정과 결과

제2장 주요 이슈와 향후 전망

- 그림 1-2-1 국내 총광고비 및 GDP대비 광고비 비율
- 그림 1-2-2 광고시장 최근 추이 및 방송통신위원회 향후 목표치
- 그림 1-2-3 Mnet의 <슈퍼스타 K2>
- 그림 1-2-4 지상파방송 디지털 전환 로드맵
- 그림 1-2-5 디지털 전환 시범사업 지역
- 그림 1-2-6 전국 디지털수신기 보급률
- 그림 1-2-7 방송사 디지털화 현황 및 연도별 추진목표
- 그림 1-2-8 디지털 전환 인지도
- 그림 1-2-9 우리나라 최초의 가상광고, 삼성전자 하우젠 에어컨
- 그림 1-2-10 가상광고가 들어간 스포츠 프로그램의 자막고지 예
- 그림 1-2-11 스포츠 프로그램에서의 다양한 가상광고 사례

제2부 국내 방송영상산업 동향

제1장 일반 현황

- 그림 2-1-1 최근 3년 간 지상파방송 방송사업수의 추이
- 그림 2-1-2 최근 3년 간 케이블방송 방송사업수의 추이
- 그림 2-1-3 최근 3년 간 위성방송 방송사업수의 추이
- 그림 2-1-4 최근 3년 간 DMB 방송사업수의 추이
- 그림 2-1-5 2009~2010년 간 IPTV 방송사업수의 추이
- 그림 2-1-6 지상파방송 2010년 수출 내역
- 그림 2-1-7 방송채널사용사업자 2010년 수출 내역
- 그림 2-1-8 2010년 지상파방송 장르별 수출입 편수
- 그림 2-1-9 2010년 방송채널사용사업자 장르별 수출입 편수

제2장 방송영상독립제작사 현황

- 그림 2-2-1 사업형태별 매출 현황
- 그림 2-2-2 사업체 규모별 전체 매출액 비중
- 그림 2-2-3 종사자 규모별 매출 현황
- 그림 2-2-4 2008~2010년 방송영상독립제작사 매출액 구성내역
- 그림 2-2-5 방송영상독립제작사 지역별 매출 현황
- 그림 2-2-6 방송영상독립제작사 수출 및 수입액 현황
- 그림 2-2-7 방송영상독립제작사 해외수출 방식
- 그림 2-2-8 방송영상독립제작사 해외진출 형태

- 그림 2-2-9 연도별 고용형태별 종사자 현황
- 그림 2-2-10 연도별 성별 고용형태별 종사자 현황
- 그림 2-2-11 사업체 규모별(매출액 기준) 연도별 종사자 현황
- 그림 2-2-12 사업체 규모별(개별 종사자 수 기준) 연도별 종사자 현황
- 그림 2-2-13 지역별 종사자 현황
- 그림 2-2-14 연도별 성별 종사자현황
- 그림 2-2-15 연도별 직무별 종사자 현황
- 그림 2-2-16 연도별/학력별 종사자 현황
- 그림 2-2-17 연령별 종사자 현황
- 그림 2-2-18 방송영상독립제작사 시설 현황
- 그림 2-2-19 방송영상독립제작사 장비 보유 및 임대 현황
- 그림 2-2-20 방송영상독립제작사 HD 전환 투자액 현황
- 그림 2-2-21 방송영상독립제작사 납품처별 프로그램 제작 현황

제3부 세계 방송영상산업 동향

제1장 일반 동향

- 그림 3-1-1 세계 방송영상산업 규모(2009~2015년)
- 그림 3-1-2 세계 방송영상산업 지역별 규모
- 그림 3-1-3 세계 주요 국가의 2010년 방송영상산업 규모

제2장 주요 국가의 현황/이슈/전망

- 그림 3-2-1 영국 커뮤니케이션 서비스 10년의 마일스톤 (2000~2011년)
- 그림 3-2-2 2010년 TV 방송영상산업 서비스별 수익현황
- 그림 3-2-3 2010년 TV 방송영상산업 영역별 수익현황
- 그림 3-2-4 멀티채널 수신기구 내 PSB 포트폴리오 채널 시청 점유율
- 그림 3-2-5 PPL을 의미하는 '파마크'
- 그림 3-2-6 독일의 방송 수신 유형별 점유율(2010년 기준)
- 그림 3-2-7 독일 TV방송의 전체 매출액 추이
- 그림 3-2-8 독일인들의 주문형 영상콘텐츠 이용 현황
- 그림 3-2-9 주문형비디오 이용률과 매출액
- 그림 3-2-10 독일의 웹TV 방송사 현황
- 그림 3-2-11 민간방송산업의 시장규모 추이(매출액 기준)
- 그림 3-2-12 NHK 사업수입 추이
- 그림 3-2-13 NHK 수신료 수입 추이
- 그림 3-2-14 지상파방송 방송사업자의 광고수입 추이
- 그림 3-2-15 IPTV 가입 세대수 추이
- 그림 3-2-16 중국 TV 방송산업 총 매출 및 성장률 추이



2011 방송영상산업백서

- 그림 3-2-17 성, 자치구, 직할시 TV 방송산업 매출 성장률 상위10위
- 그림 3-2-18 중국 케이블 디지털TV 전체 변화 상황
- 그림 3-2-19 중국 케이블 디지털TV 네트워크 통합 현황

제4부 방송영상 플랫폼 이용 동향

제1장 일반 현황

- 그림 4-1-1 지상파방송 시청자 비율 변화(성별, 연령별)
- 그림 4-1-2 2005·2010년 지상파방송 시간대별 시청자 비율
- 그림 4-1-3 2005·2010년 케이블방송 시청자 비율 변화(성별, 연령별)
- 그림 4-1-4 케이블방송 시간대별 시청자 비율
- 그림 4-1-5 2005·2010년 위성방송 시청자 비율(성별, 연령별)
- 그림 4-1-6 위성방송 시간대별 시청자 비율
- 그림 4-1-7 2010년 IPTV 시청자 비율(성별, 연령별)
- 그림 4-1-8 2010년 IPTV 시간대별 시청자 비율
- 그림 4-1-9 DMB 시청자 비율(성별, 연령별)
- 그림 4-1-10 지상파방송 시청시간 변화(성별, 연령별)
- 그림 4-1-11 지역별 지상파방송 시청시간 변화
- 그림 4-1-12 케이블방송 시청시간 변화
- 그림 4-1-13 위성방송 시청시간 변화
- 그림 4-1-14 IPTV 시청시간
- 그림 4-1-15 DMB 시청시간
- 그림 4-1-16 지상파방송 프로그램 유형별 시청정도
- 그림 4-1-17 케이블방송/위성방송 채널 시청정도
- 그림 4-1-18 IPTV 실시간 방송채널별 시청자 비율
- 그림 4-1-19 IPTV VOD 서비스 유형별 시청자 비율
- 그림 4-1-20 지상파 DMB 프로그램 유형별 시청자 비율
- 그림 4-1-21 위성 DMB 프로그램 유형별 시청자 비율
- 그림 4-1-22 DMB 서비스 시청 장소
- 그림 4-1-23 지상파 DMB와 위성DMB의 시청 장소
- 그림 4-1-24 스마트폰과 일반폰 이용자의 주요 기능별 이용빈도
- 그림 4-1-25 태블릿PC 주요 기능별 이용빈도와 만족도
- 그림 4-1-26 스마트TV 이용자의 주요 기능별 이용빈도와 만족도

제2장 시청률 분석

- 그림 4-2-1 연도별 방송영상 플랫폼 가구 및 개인 시청률 변화
- 그림 4-2-2 연령별 개인 시청률 변화
- 그림 4-2-3 연도별 TV 시청시간 변화

- 그림 4-2-4 월별 가구 시청률 변화
- 그림 4-2-5 연령대별 시청률 변화
- 그림 4-2-6 주중 가구 시청률 변화
- 그림 4-2-7 주중 개인 시청률 변화
- 그림 4-2-8 10대~60대 주중 시간대별 시청률 변화
- 그림 4-2-9 주말 시간대별 가구 시청률 변화
- 그림 4-2-10 주말 시간대별 개인 시청률 변화
- 그림 4-2-11 10대~60대 주말 시간대별 시청률 변화
- 그림 4-2-12 방송영상 플랫폼별 가구 시청률
- 그림 4-2-13 지상파채널과 유료채널의 연간 가구 시청률 비교
- 그림 4-2-14 지상파채널과 유료채널의 연간 개인 시청률 비교

제5부 방송영상프로그램 트렌드

제1장 드라마

- 그림 5-1-1 KBS1 <웃어라 동해야>와 KBS2 <수상한 3형제>
- 그림 5-1-2 KBS2 <추노>와 SBS <제중원>
- 그림 5-1-3 KBS2 <제빵왕 김탁구>와 MBC <로열패밀리>

제2장 예능/오락

- 그림 5-2-1 MBC <라디오스타>와 <무한도전>
- 그림 5-2-2 Mnet <슈퍼스타 K>와 MBC <나는 가수다>
- 그림 5-2-3 KBS2 <해피선데이> 두 코너 <1박 2일>과 <남자의 자격>
- 그림 5-2-4 KBS2 <개그콘서트>

제3장 교양 및 다큐멘터리

- 그림 5-3-1 MBC <아마존의 눈물>과 <아프리카의 눈물>
- 그림 5-3-2 SBS <최후의 툰드라>와 KBS1 <동아시아 생명 대탐사-아무르>
- 그림 5-3-3 EBS <한반도의 매머드>와 <신들의 땅-양곡코르>
- 그림 5-3-4 EBS <다큐프라임>과 <지식채널e>

제1부 국내 방송영상산업 주요 이슈

[제1장 선정과정과 결과]

- 제1절 선정과정
- 제2절 선정결과

[제2장 주요 이슈와 향후 전망]

- 제1절 종합편성 및 보도전문채널 출범
- 제2절 민영 미디어랩 도입
- 제3절 KBS 수신료 인상
- 제4절 새로운 뉴미디어 플랫폼의 확산
- 제5절 지상파-케이블 프로그램 재전송 논란
- 제6절 리얼리티 서바이벌 프로그램 인기
- 제7절 지상파방송 디지털 전환
- 제8절 가상/간접광고 허용

