

2016년도 미디어다양성 조사 연구

연구수행기관: 정보통신정책연구원

참여연구진

성 욱 제 (정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구위원)

정 은 진 (정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구위원)

강 준 석 (정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구위원)

김 남 두 (정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구위원)

이 주 영 (정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구위원)

진전은영(정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구위원)

이 연구 보고서는 2016년도 「방송통신위원회 방송통신발전기금」을 지원받아 제작된 것으로 방송통신위원회의 공식의견과 다를 수 있습니다.

목 차

Contents

요약문	1
I. 서론	19
1. 연구배경 및 목적	19
2. 연구내용 및 구성	23
II. 미디어 다양성의 중요성과 해외 조사 사례	27
1. 미디어 다양성의 중요성	27
2. 다양성 조사 해외 사례	29
III. 미디어 다양성 조사의 구조	41
1. 미디어다양성 조사 항목	41
2. 지표 세부내용	42
IV. 미디어 다양성 조사결과	49
1. 플랫폼 지표	49
2. 채널 지표	66
3. 프로그램 지표	82

V. 결론	167
1. 결론	167
2. 시사점	170

[부록]

별첨 1. 2016년 1월~9월 편성 드라마 제작사 리스트	175
별첨 2. 2016년 1월~9월 편성 애니메이션 제작사 리스트	180
별첨 3. 코딩 지침서	188
별첨 4. 등장인물 분석결과(채널별)	198
참고문헌	223

표 목차

Table Contents

〈표 I-1〉 미디어 다양성 지표 개발(2×4 매트릭스)	20
〈표 I-2〉 미디어 다양성 조사의 구조	22
〈표 II-1〉 EU MPM의 기본영역 위협요소	30
〈표 II-2〉 EU MPM의 시장다원성 위협요소	31
〈표 II-3〉 EU MPM의 정치적 독립 위협요소	31
〈표 II-4〉 EU MPM의 사회적 통합 위협요소	31
〈표 II-5〉 CSA 다양성 바로미터의 분석 기준	33
〈표 III-1〉 2016년 미디어다양성 조사 항목	41
〈표 IV-1〉 독립적인 플랫폼의 개수 비율	49
〈표 IV-2〉 독립적인 플랫폼의 가입자 비율	51
〈표 IV-3〉 종합유선방송사업자(SO)의 가입자 현황	52
〈표 IV-4〉 CJ헬로비전의 티어별 채널 구성	53
〈표 IV-5〉 현대HCN의 티어별 채널 구성	54
〈표 IV-6〉 티브로드의 티어별 채널 구성	55
〈표 IV-7〉 딜라이브의 티어별 구성	56
〈표 IV-8〉 CMB의 티어별 채널 구성	57
〈표 IV-9〉 SKB의 티어별 채널 구성	58
〈표 IV-10〉 LGU+의 티어별 채널 구성	60
〈표 IV-11〉 KT의 티어별 채널 구성	61
〈표 IV-12〉 스카이라이프의 티어별 채널 구성	63
〈표 IV-13〉 지역 플랫폼의 개수 비율	65

〈표IV-14〉 지역 플랫폼의 가입자 비율	65
〈표IV-15〉 독립적인 채널의 개수 비율	66
〈표IV-16〉 독립적인 채널의 시청 비율	71
〈표IV-17〉 테마 채널의 개수 비율	77
〈표IV-18〉 테마 채널의 시청 비율	79
〈표IV-19〉 시사보도 채널의 개수 비율	80
〈표IV-20〉 시사보도 채널의 시청 비율	80
〈표IV-21〉 공공·공익 채널의 개수 비율	81
〈표IV-22〉 공공·공익 채널의 시청 비율	81
〈표IV-23〉 분석대상 드라마 리스트(채널별)	83
〈표IV-24〉 전체 드라마 제작사의 프로그램 개수 비율	86
〈표IV-25〉 전체 드라마 제작사의 시청률 총합 비율	90
〈표IV-26〉 전체 드라마 제작사의 편당 시청률 비율	93
〈표IV-27〉 지상파 드라마 제작사의 프로그램 개수 비율	96
〈표IV-28〉 지상파 드라마 제작사의 시청률 총합 비율	99
〈표IV-29〉 지상파 드라마 제작사의 편당 시청률 비율	101
〈표IV-30〉 PP 드라마 제작사의 프로그램 개수 비율	104
〈표IV-31〉 PP 드라마 제작사의 시청률 총합 비율	105
〈표IV-32〉 PP 드라마 제작사의 편당 시청률 비율	106
〈표IV-33〉 전체/지상파/PP 독립적인 제작사의 집중도 지수(HHI) 비교	108
〈표IV-34〉 애니메이션 전문채널의 평균 시청률	109

〈표IV-35〉 전체 애니메이션 제작사의 프로그램 개수 비율	109
〈표IV-36〉 전체 애니메이션 제작사의 시청 비율	113
〈표IV-37〉 지상파 애니메이션 제작사의 프로그램 개수 비율	118
〈표IV-38〉 지상파 애니메이션 제작사의 시청 비율	120
〈표IV-39〉 PP 애니메이션 제작사의 프로그램 개수 비율	124
〈표IV-40〉 PP 애니메이션 제작사의 시청 비율	126
〈표IV-41〉 전체/지상파/PP 독립적인 제작사의 집중도 지수(HHI) 비교	129
〈표IV-42〉 전체 채널의 프로그램 편성 장르와 시청 비율	131
〈표IV-43〉 지상파채널의 프로그램 편성 장르와 시청 비율	132
〈표IV-44〉 중편채널의 프로그램 편성 장르와 시청 비율	134
〈표IV-45〉 전체/지상파/중편 장르 프로그램의 집중도 지수(HHI) 비교	135
〈표IV-46〉 프로그램 등장인물의 비율 분석대상 드라마	135
〈표IV-47〉 전체 분석대상 등장인물 개요	138
〈표IV-48〉 전체 등장인물, 주인공 성별 분석	139
〈표IV-49〉 전체 등장인물, 주인공 연령 분석	140
〈표IV-50〉 전체 등장인물, 주인공 직업 분석	141
〈표IV-51〉 실제 직업별 비율(2016년)	141
〈표IV-52〉 전체 등장인물, 주인공 출신지역 분석	142
〈표IV-53〉 전체 등장인물, 주인공 인종 분석	143
〈표IV-54〉 전체 등장인물, 주인공 언어 분석	144
〈표IV-55〉 전체 등장인물, 주인공 종교 분석	145

〈표IV-56〉 전체 등장인물, 주인공 장애 및 질환 분석	146
〈표IV-57〉 지상과 등장인물, 주인공 성별 분석	147
〈표IV-58〉 지상과 등장인물, 주인공 연령 분석	148
〈표IV-59〉 지상과 등장인물, 주인공 직업 분석	149
〈표IV-60〉 지상과 등장인물, 주인공 출신지역 분석	150
〈표IV-61〉 지상과 등장인물, 주인공 인종 분석	151
〈표IV-62〉 지상과 등장인물, 주인공 언어 분석	151
〈표IV-63〉 지상과 등장인물, 주인공 종교 분석	152
〈표IV-64〉 지상과 등장인물, 주인공 장애 및 질환 분석	153
〈표IV-65〉 PP 등장인물, 주인공 성별 분석	155
〈표IV-66〉 PP 등장인물, 주인공 연령 분석	156
〈표IV-67〉 PP 등장인물, 주인공 직업 분석	157
〈표IV-68〉 PP 등장인물, 주인공 출신지역 분석	158
〈표IV-69〉 PP 등장인물, 주인공 인종 분석	158
〈표IV-70〉 PP 등장인물, 주인공 언어 분석	159
〈표IV-71〉 PP 등장인물, 주인공 종교 분석	159
〈표IV-72〉 PP 등장인물, 주인공 장애 및 질환 분석	160
〈표IV-73〉 프로그램 등장인물 다양성 인식조사 개요	161
〈표IV-74〉 등장인물 다양성에 대한 종합적인 인식 조사결과	163

그림 목차

Figure Contents

〈그림IV-1〉 2016년 드라마 등장인물 다양성에 대한 종합적인 인식	162
〈그림IV-2〉 드라마 등장인물 다양성에 대한 인식(속성별)	164

2016년 미디어다양성 조사 연구

요약문

1. 연구배경 및 목적

- 기존 연구에서 제시한 조사항목에 따라 실제 데이터를 수집, 분석하고, 연구 방법론이나 연구 결과에 대한 사업자 또는 전문가 의견수렴을 통해 조사 항목의 타당성 및 신뢰도를 제고하는 것을 목적으로 함
 - ※ 미디어다양성 조사 지표 개발(2014), 미디어다양성 조사 시범 적용(2015)

2. 미디어 다양성 정책의 중요성

- 미디어 다양성은 민주주의의 유지를 위해 필수불가결하며, “시민들이 다양한 정보 소스/목소리에 접근할 수 있도록 하는(하나의 지배적인 의견형성력의 영향으로부터 벗어나서 의견을 형성할 수 있도록 하는) 모든 조치”를 의미함 (Commission of the European Communities, 2013, p.13). CMPF(2012, p.22) 역시 미디어다양성을 1) 미디어 공급의 다양성(diversity, variety, plurality) 즉, 자유롭고, 독립적이고, 자율적인 미디어 소스에 의해 제공되며, 2) 한 사회의 시민들을 모두 반영하는 재현으로 정의

3. 모니터링 해외 사례

1) EC(유럽집행부) MPM(미디어다양성모니터링)

- '09년, MPM 지표(안) 개발, '14년-'15년 시범조사('14년 9개국, '15년 19개국)
 - '14년 시범조사를 위해 기존 MPM2009 대폭 개정*
 - * 기본(4개 위험), 시장 다원성(3개 위험), 정치적 독립(6개 위험), 사회적 통합(6개 위험)영역으로 간소화
- '16년, 30개국(회원 28개국+후보 2개국) 정식조사

2) 다양성 바로미터 (Barometre de la diversite – vague 2015)

- 2006년 3월31일 <기획 균등>에 관한 법률에 따라, 프랑스 방송위원회(CSA)의 임무 신설됨. 이를 위해, 2009년부터 ‘다양성 바로미터’를 조사, 수행하고 있으며, 조사 분야는 화면에 등장하는 인물(엑스트라* 포함)의 ‘출신’(인종), 성, 직업, 장애, 나이 등 측정

* 2005년 11월 <교외/외곽>(banlieus)에서의 충돌로 인한 우려

4. 2016년도 미디어다양성모니터링 조사항목

- 미디어 범위*(플랫폼, 채널, 프로그램), 접근방식(공급, 이용), 다양성 영역(구조, 내용)을 조합, 아래의 그림과 같이 총 10개 지표(공급과 이용 측면으로 다시 세분화하면 20개)로 구성

다양성 미디어		구조적 차원		내용적 차원	
		소유 주체	형식	정치적 영역	사회문화적 영역
플랫폼 (6개)	공급	독립적인 플랫폼	티어의 채널 구성	-	지역 플랫폼
	이용				
채널 (8개)	공급	독립적인 채널	테마 채널	시사/보도 채널	공공/공익/복지 채널
	이용				
프로그램 (8개)	공급	독립적인 프로그램	장르 프로그램	-	프로그램 내 등장인물
	이용				

5. 모니터링 조사 결과

1) 플랫폼 지표

(1) 독립적인 플랫폼

● 공급측면

- 총 94개* 플랫폼 중 가장 많은 플랫폼을 가지고 있는 사업자는 CJ헬로비전 (23개, 24.5%)이며, 티브로드(22개, 23.4%), C&M(17개, 18.1%)의 순. 상위 3개 사업자의 비중은 66.0% 수준. 전체 플랫폼의 집중도는 1677.2(집중되어 있는 상태) 수준

* SO 90개, 위성 1개, IPTV 3개

● 이용 측면 (디지털 가입자 기준)

- 전체 가입자(23,504,047) 중 가장 많은 가입자를 가지고 있는 사업자는 KT*(8,344,309, 35.5%), Sk브로드밴드(3,474,236, 14.8%), LG유플러스 (2,631,584, 11.2%)의 순. 상위 3개 사업자의 비중은 61.5% 수준. 전체 플랫폼의 집중도는 1887.1(집중되어 있는 상태) 수준

(2) 티어의 채널구성

● 공급 측면

- (MSO 기준) 19분류 기준의 집중도를 살펴보면, 전체적으로 집중도는 낮은 상태. 특히, CMB의 채널구성 집중도가 가장 낮은 수준 (다만, 2개 티어 제공)
- (IPTV 기준) 19분류 기준의 집중도를 살펴보면, 전체적으로 집중도는 낮은 상태. 특히, SKB의 채널구성 집중도가 가장 낮은 수준

● 이용측면

- (자료) 티어별 가입자 내역 없음 (향후 사업자로부터 자료 제출 필요)

(3) 지역 플랫폼

● 공급측면

- 지역 플랫폼의 개수 비율로 따지면, 95.7%에 달함

● 이용측면

- 지역 플랫폼의 가입자 비율은 38.5%(9,053,918) 수준

2) 채널 지표

(1) 독립적인 채널

● 공급측면

- CJ가 16개 채널로 가장 많은 채널을 보유하고 있으며, 그 비율은 6.9% 수준, KT스카이라이프(14개), 티브로드(10개) 順. 상위 3개 사업자의 비율도 17.3%에 불과
- 전체적인 집중도 역시 199.2 수준으로, 전혀 집중되어 있지 않은 상태

● 이용측면

- KBS가 가장 높은 시청률 합(9.7)을 기록하고 있으며, 그 비율*은 15.9% 수준, MBC, SBS, 지역민방의 순
- * 연간 평균 시청률의 총합은 61.1 기준
- 집중도는 638.5 수준으로, 집중되어 있지 않은 상태

(2) 테마 채널

● 공급측면

- 19개 분류* 기준 집중도는 647.5(집중되어 있지 않은 상태) 수준이며, 드라마 채널의 비율이 가장 높음(20개, 8.7%). 상위 3개 테마의 비율은 25.1%

에 불과

- 4개 분류 기준 집중도는 3894.4(매우 집중되어 있는 상태) 수준이며, 오락 채널의 비율이 가장 높음(56.3%)

● 이용측면

- 19개 분류 시청* 비율 기준 집중도는 6275.6(매우 집중되어 있는 상태) 수준이며, 여전히 종합편성 채널의 시청 비율이 압도적으로 높음(48.24, 78.9%)

* 연간 평균 시청률의 총합은 61.1 기준

- 종합편성 채널의 시청 비율이 워낙 높아, 4개 분류 시청 비율 기준으로 해도, 집중도는 크게 차이가 나지 않음. 6483.7(매우 집중되어 있는 상태) 수준

(3) 시사/보도 채널

● 공급측면

- 시사보도 채널의 개수는 20개(8.7%)
* 종합편성 18개 채널 + 보도전문 채널 2개

● 이용측면

- 시사보도 채널의 시청비율은 80.9%(49.4) 수준
* 종합편성(48.2)+보도전문(1.2)=49.4

☞ 공급 개수에 비해 시청비율은 매우 높음

(4) 공공/공익/복지 채널

● 공급측면

- 공공/공익/복지 채널의 개수는 13개(5.6%)
* 공공채널 3개, 공익채널 9개, 장애인복지채널 1개

● 이용측면

- 공공/공익/복지 채널의 시청비율은 0.19(0.3%)
- ☞ 공급 개수에 비해 시청비율은 매우 낮음

3) 프로그램 지표

(1) 독립적인 프로그램(드라마, 애니메이션)의 비율과 시청비율

가) 드라마

① 분석 개요

- 기간 : 2016년 1월 ~ 9월
- 대상 : 자체/외주 제작 드라마를 편성하는 주요 채널 -지상파(KBS1, KBS2, SBS, MBC), 종편(JTBC)*, PP(tvN, OCN)- 에서 방영된 드라마

② 전체 채널 기준

● 공급 측면

- 총 71개*의 제작사가 94개(공동제작 중복 카운트 시 129개)의 프로그램을 제작, HHI는 271.0에 불과, 전혀 집중되어 있지 않은 상태라고 할 수 있음
- 총 129개 프로그램 중 KBS*가 11개 프로그램을 제작, 가장 많은 프로그램을 제작하고 있으나, 그 비율은 8.5% 수준
- * KBS제주와 계열사인 KBS미디어 포함
- CJ E&M 계열사인 tvN과 스튜디오드래곤이 총 9개의 프로그램(7.0%)*을 제작, MBC와 SBS보다 더 많은 수의 프로그램을 제작, 공급하고 있음
- * 지상파 2편, PP 7편

● 이용 측면 (시청률 총합 기준)

- 프로그램의 시청률 총합을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 644.7 수준으로, 공급 측면의 HHI보다는 증가하였으나, 여전히 집중 되어 있지 않은 상태
- 프로그램 제작 편수가 가장 많은 KBS가 시청률의 합에서도 가장 높은 비율(19.2%)을 차지하고 있음
- 공급 편수에서는 2위를 차지했던 CJ E&M의 시청률 총합의 비율은 1.3%에 불과

● 이용 측면 (편당 시청률 기준)

- 프로그램의 편당 시청률을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 216.2 수준으로, 공급측면의 HHI보다도 낮은 수준이며, 전혀 집중 되어 있지 않은 상태
- <내딸금사월>을 제작한 지담과 <태양의 후예>를 제작한 New가 시청률의 합에서 높은 비율을 차지하고 있음
- 공급 편수에서는 2위를 차지했던 CJ E&M의 시청률 총합의 비율은 0.9%에 불과

나) 애니메이션

① 분석 개요

- 기간 : 2016년 1월 ~ 9월
- 대상 : 지상파(KBS1, KBS2, SBS, MBC, EBS), 종편(JTBC, MBN, TV조선, 채널A), 애니전문채널(투니버스, 챔프)에서 편성/방영된 국산 애니메이션
- 제외 : (1) 순수해외제작물 (ex. 피터래빗), (2) 프로그램정보미제공, VOD 미제공 등 자료출처 불분명

② 전체 채널 기준

● 공급 측면

- 총 91개(해외제작사 포함)의 제작사가 95개(공동제작 중복카운트 161개)의 프로그램을 제작, HHI는 271.2 수준으로, 전혀 집중되어 있지 않은 상태
- 지상파인 EBS가 가장 많은 개수(16개, 9.9%)를 제작하고 있으며, KBS가 11개(6.8%)로 그 다음으로 많은 개수 제작. 영실업(8개, 5.0%), CJ E&M(7개, 4.3%), 아이코닉스(5개, 3.1%)의 순. 상위 3개 제작사의 비율은 21.7% 수준

● 이용 측면

- 프로그램의 시청률 총합을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 655.1 수준으로, 공급 측면의 HHI보다는 증가하였으나, 여전히 집중 되어 있지 않은 상태
- 프로그램 제작 편수가 많은 EBS가 시청률의 합에서도 가장 높은 비율(824.2, 17.9%)을 차지하고 있음. 상위 3개 제작사의 비율은 36.9% 수준
* 꼬마버스타요, 뽀로로 등을 제작한 아이코닉스의 경우, 제작편수(5편)에 비해 시청률의 합이 높음

(2) 장르 프로그램의 비율과 시청비율

① 분석 개요

- 기간 : 2016년 1월 ~ 9월 (샘플링)*
* 올림픽 개최(8월)를 제외하기 위해, 홀수 달(1월, 3월, 5월, 7월, 9월) 한 주(월-일)가 온전히 이루어지는 첫 주
- 대상 : 지상파(4개)와 종편PP(4개)의 프로그램(에피소드 회차 기준)* 편성 개수 (총 6841개)
* 재방송 포함

② 전체 채널(지상파 + 종편 채널) 기준 (n=6841)

● 공급 측면

- 뉴스(24.7%), 다큐멘터리(17.0%), 정보버라이어티(16.9%), 토론/대담/토크쇼(13.4%) 순. 상위 3개 장르의 편성비율은 58.6% 차지. 집중도(HHI)는 1490 (집중되어 있는 상태) 수준

* 퀴즈/게임, 영화, 강의/강좌, 코미디 등의 개수가 상대적으로 적음(각 1% 미만)

● 이용 측면

- 뉴스(26.1%), 드라마(22.9%), 정보버라이어티(13.8%) 순. 상위 3개 장르의 시청비율은 62.8% 수준. 드라마의 경우, 공급 편수에 비해 상대적으로 높은 시청비율을 나타내고 있음. 집중도는 공급 측면의 집중도보다 높은 1652 (집중되어 있는 상태) 수준

☞ 공급측면 집중도(1490)와 이용측면 집중도(1652) 차이는 162 정도

(3) 프로그램 등장인물의 비율

① 분석 개요

- 기간 : 2016년 1월 ~ 9월
- 분석대상 : 지상파와 종편, tvn, ocn 저녁시간 드라마*
 - * 프로그램 기준 총 43개, 총 편성회수 607회 중 샘플링을 통해 115편 선정
 - * 20회 이상의 드라마, 사극 제외
- 가중치 부여 방식 : (1) 분석기간 중 5회 이하 편성된 드라마의 경우, 1회 분석(첫 회), (2) 분석기간 중 5회 이상 10회 이하 편성된 드라마의 경우, 2회 분석(첫회, 마지막회), (3) 분석기간 중 10회 이상 편성된 드라마의 경우, 3회 분석
- 분석방식 : 프로그램 내 등장하는 모든 인물 정보 코딩 (성, 연령, 장애, 인종/국적, 지역, 종교, 직업, 언어)
 - * 주연, 조연, 엑스트라를 구분했으나, 분석 시 값에 대한 가중치는 부여하지 않음

* 개별 에피소드(회차) 중심으로 등장인물 코딩 (다른 회차에 등장하는 경우, 모두 중복 카운트)

- 분석 대상 드라마의 등장인물(얼굴 인식 가능)은 총 3831명으로, 주인공은 389명(10.1%), 조연은 1006명(26.3%), 엑스트라는 2436명(63.6%)

② 전체 채널 기준

- 전체 n=3831 (주인공 389, 조연 1006, 엑스트라 2436)

● 등장인물의 성별

- (전체 등장인물 기준) 전체적으로 남성(2385명, 62.3%)이 여성(1446명, 37.7%)보다 더 많이 등장하고 있음
- (주인공 기준) 등장 비율의 남녀 간 차이는 대폭 감소하나, 여전히 남성(209명, 53.7%)이 여성(180명, 46.3%)보다 더 많이 주인공으로 등장하고 있음
- (실제와의 비교) 하지만, 2015년 통계청 인구총조사에 따르면, 여성(2,488만, 50.1%)이 남성(2,482만, 49.9%)보다 더 많음

● 등장인물의 연령

- (전체 등장인물 기준)* 전체적으로 30-40대(2016명, 52.6%)가 가장 많이 등장하며, 10-20대(1018명, 26.6%), 50-60대(553명, 14.4%), 10세 미만(111명, 2.9%), 70대 이상(62명, 1.6%)의 순
* 연령미상 71명(1.9%) 포함
- (주인공 기준) 30-40대(216명, 55.5%)가 가장 높은 비중을 차지하나, 전체 등장인물 기준과 별다른 차이를 보이지 않음. 다만, 10-20대(149명, 38.3%)의 경우, 전체 등장인물 기준 비중(26.6%)에 비해 대폭 증가(반면, 50-60대와 10세 미만은 대폭 감소)
- (실제와의 비교) 2015년 통계청 인구총조사에 따르면, 우리나라 총 인구

(49,705,663명) 중 실제로 3-40대(15,877,485명,31.9%)가 가장 많고, 5-60대(12,885,887명, 25.9%), 1-20대(12,002,737명,24.1%), 10세 미만(4,488,457명,9.0%), 70대 이상(4,451,207명,9.0%)의 순. 3-40대가 실제보다 과다, 5-60대 이상이 과소 재현됨

● 등장인물의 직업

- (전체 등장인물 기준)* 전체적으로 전문가(1191명, 31.1%)가 가장 많이 등장하며, 서비스/판매종사자(472명, 12.1%), 사무종사자(404명, 10.5%), 관리자(293명, 7.6%), 단순노무종사자(94명, 2.5%), 군인(52명, 1.4%), 블루칼라(49명, 1.3%), 실업자(22명, 0.6%) 순

* 직업미상(571명 14.9%)과 15세 미만/비경제활동인구(학생 주부, 간담 등 693명 18.1%) 포함

- (주인공 기준) 전문가(164명, 42.2%), 사무종사자(47명, 12.1%), 관리자(46명, 11.8%), 서비스/판매종사자(33명, 8.5%), 군인(12명, 3.1%), 단순노무종사자(3명, 0.8%), 실업자(4명, 1.0%), 블루칼라(3명, 0.8%) 순

- (실제와의 비교) 하지만, 2016년 12월* 직군별 인구비율은 블루칼라(12.9%)가 가장 높으며 서비스/판매종사자(11.8%), 전문가(10.7%), 사무종사자(9.0%), 단순노무종사자(6.8%), 관리자(0.6%)의 순으로, 전문가가 실제보다 많이 등장(over-representation)된다고 할 수 있음

* 실업자(86만명, 1.7%)와 15세 미만 또는 비경제활동인구(2,3442만명, 46.4%) 포함. 단, 군인, 전투경찰, 공익근무요원, 형이 확정된 교도소 수감자 등은 제외(경제활동인구조사 기준)

● 등장인물의 출신지역

- (전체 등장인물 기준) 전체 등장인물(3831명) 대부분(3656명, 95.4%)의 출신지역을 명확하게 알기 어려움. 출신지역을 명확하게 알 수 있는 경우, 경상도(56명), 전라도(31명), 미국(21명), 중국(13명), 태국(12명), 일본(10명), 북한(5명) 순

- (주인공 기준) 주인공(389명) 대부분(363명, 93.3%)의 출신지역을 명확하

게 알기 어려움. 출신지역을 명확하게 알 수 있는 경우, 미국(9명), 경상도(4명), 중국과 태국(각 3명) 순

● 등장인물의 인종

- 등장인물 대부분(3804명, 99.3%)이 황인종이며, 백인은 23명(0.6%) 등장. 주인공의 경우, 모두 황인종

● 등장인물의 언어

- (전체 등장인물 기준)* 언어를 확인할 수 있는 등장인물(3785명)의 언어는 대부분(33633명, 95.4%)이 표준어 사용. 표준어가 아닌 경우, 경상도사투리(60명, 1.6%)가 가장 많이 사용되었으며, 전라도사투리(31명, 0.8%), 영어(20명, 0.5%), 일본어(10명, 0.3%)순으로 사용되었음

* 언어 미상(46명) 포함

- (주인공 기준) 주인공의 경우, 대부분(380명, 97.7%)이 표준어를 사용하고 있으며, 표준어가 아닌 경우, 경상도사투리(3명), 일본어(2명), 전라도사투리(1명) 순으로 사용

● 등장인물의 종교

- (전체 등장인물 기준) 등장인물 대부분(3823, 99.8%) 종교 미상. 종교를 확인할 수 있는 등장인물은 천주교 및 불교(각 4명)
- (주인공 기준) 주인공의 경우, 대부분(384명, 98.7%)이 종교 미상이며, 종교를 확인할 수 있는 경우, 천주교(3명), 불교(2명)의 순

● 등장인물의 장애여부

- (전체 등장인물 기준) 등장인물 대부분(3768명, 98.4%)이 장애 없음. 장애를 확인할 수 있는 등장인물 총 28명(0.7%) 중 정신장애(9명, 0.2%), 지체장애(6명, 0.2%), 시각장애, 심장장애(각4명, 0.1%), 중복장애(3명, 0.1%), 청각장애와 지적장애(각1명, 0.0%)순으로 높음

* 등장인물의 질환은 치매 또는 암 등 출현(총 35명, 0.9%)

- (주인공 기준) 주인공 대부분(358명,92.0%)은 장애 또는 질환*을 가지고 있지 않으며, 장애가 있는 경우(9명,2.3%)에는 정신장애(5명, 1.3%)가 가장 많았음

* 주인공의 질환은 유방암(6명, 1.5%), 치매 또는 알츠하이머(4명, 1.0%) 등이 있음

- (실제*와의 비교) 하지만, 우리나라 총 인구(49,705,663명)** 중 장애인의 추정비율은 5.5%에 달함(2,726,910명)

* 2014년 장애인실태조사(보건복지부)

** 2015년 인구 총 조사(통계청)

(4) 프로그램 등장인물의 다양성에 대한 인식조사

● 조사 개요

모집단	◦ 전국 만19세 이상 성인 남·여
표본수	◦ 700표본
조사방법	◦ 가구유선전화(Land line) RDD와 휴대전화 RDD를 병행한 Dual Frame

● 드라마 등장인물의 다양성에 대한 종합적 인식

- 올해 방송된 우리나라 TV 드라마에서 등장인물들이 전반적으로 얼마나 다양했다고 생각하는지 물은 결과, ‘다양하다’는 응답은 36.2%(대체로:28.3% + 매우:7.9%), ‘다양하지 않다’는 23.0%(전혀: 3.7% + 별로: 19.2%)로 나타남. 한편, ‘보통이다’는 응답은 40.8%로 상대적으로 높았음. ‘전혀 다양하지 않다’를 1점, ‘매우 다양하다’를 5점으로 환산했을 때, 평균 3.17점

● 속성(또는 기준)별 드라마 등장인물의 다양성에 대한 인식

- 드라마 등장인물의 각 속성별 다양성에 대한 평가는 ‘성별’(3.26점), ‘나이’(3.08점)에서 다양하다는 평가가 높았으며, 평균이 3점 이하인 항목으로

는 ‘직업’(2.89점), ‘사투리’(2.68점), ‘출신지역’(2.67점), ‘인종이나 국적’(2.34점), ‘종교’(2.22점), ‘신체나 정신 장애’(2.17점)으로 나타남

6. 결론

- 미디어 다양성 조사 결과를 살펴본 후 다음과 같은 결론 도출이 가능함
 - 플랫폼의 경우, 상품의 채널구성 다양성 정도에서 유의미한 차이가 드러나고 있다는 사실을 알 수 있음. 추후 지속적인 관찰이 필요한 항목이라고 할 수 있음. 다만, 소유주체별 플랫폼의 다양성 정도나 지역 플랫폼의 경우, 수치가 잘 변하지 않는데다가, 이미 경쟁상황평가 등에서 발표되는 수치와 별다른 차이가 없다는 점에서 지속적으로 조사할 필요가 있는가 하는 문제가 제기될 수 있음
 - 채널의 경우, 오락 분야의 채널 공급이 과다하다는 점(56.3%)이 두드러지나, 오락분야의 경우 그 범위가 넓어 오락으로 분류되는 채널의 수가 많을 수밖에 없어 보다 세부적인 검토가 필요한 부분임. 또한, 채널 공급분야에 대한 아직까지 합의된 분류 기준이 없는 상태이기 때문에, 추후 지속적인 사업자 의견수렴을 통해, 분류기준에 대한 어느 정도의 합의를 도출해야 할 필요가 있음
 - 프로그램의 경우, 대부분의 조사 항목이 유의미한 결과를 보여주고 있음. 특히, 프로그램의 형식(포맷 또는 장르)을 기준으로 살펴볼 때, 특정 형식(포맷)의 편성비율이 집중되어 있으며, 채널별로 그 차이가 명확하게 드러나고 있다는 점은 추후 다양한 논의를 가능케 하는 기본 데이터가 될 수 있음
 - 이외에도, 등장인물의 사회문화적 특성이 현실과 어느 정도 괴리가 있는지를 보여주는 것도 큰 의미가 있음. 특히 미디어가 가지는 의견 형성력(opinion performing power)을 염두에 둘 때 더욱 그러함. 이러한 측면에서 프로그램 내용분석은 본 연구의 핵심적인 부분이 될 수밖에 없음. 참고로, 지금까지의 미디어 다양성 정책의 궁극적인 목적 역시 프로그램의 내용이 보다 다양하기를 바랬다는 점을 감안하면 더욱 그러함

I. 서론

1. 연구배경 및 목적
2. 연구내용 및 구성

I. 서론

1. 연구배경 및 목적

가. 연구배경

- 「미디어 다양성 지표 개발 연구」(2014)
 - 우리나라의 경우, 미디어 다양성 개념 및 측정 방법 등에 대한 구체적인 내용이 규정되어 있지 않아, 미디어다양성의 개념을 명확히 하고 다양성 증진 관련 정책의 수립·시행에 활용할 필요가 있다는 사실이 지속적으로 문제 제기되어 왔음
 - 이에 따라, 미디어다양성위원회의 논의를 통해 '14년 정책연구과제(KISDI 수행)로 미디어 다양성 측정 지표(안) 마련 추진
 - 특히, 『제3기 방송통신위원회 비전 및 주요정책과제』는 미디어 다양성 증진을 위해 “방송사업자별로 미디어 다양성 정도를 측정할 수 있는 지표를 개발하고 조사 결과를 공표”하는 정책방향을 제시('14.8)
 - '14년 연구 결과는 '15년 1월 미디어다양성위원회 전체회의를 통해 보고한 바 있음
 - (연구결과) 미디어의 계위를 구분, 단말, 플랫폼, 채널, 프로그램의 다양성으로 구분하며, 다양성의 측정은 HHI(허쉬만-허핀달 지수) 등을 이용한 집중도로 판단하는 것을 핵심내용으로 제시
 - 지표의 구조를 단순 도식화하면 다음의 2x4 매트릭스와 같음

〈표 1-1〉 미디어 다양성 지표 개발(2×4 매트릭스)

접근방식 \ 미디어	단말	플랫폼	채널	프로그램
공급				
이용				

※ 단, 시장에서 충분히 공급되고 있으며, 이용 역시 다분히 집중되어 있지 않다고 판단되는 단말의 다양성은 다루지 않음

- (플랫폼 다양성 측정 기준) 공급측면 정보(플랫폼 사업자)와 이용측면 정보(지역, 거주형태, 소득수준 등 플랫폼별 가입자 특성) 사용
- (채널 다양성 측정 기준) 공급측면 정보(채널 사업자)와 이용측면 정보(성별, 연령, 지역, 직업 등 시청자 특성에 따른 채널별 시청률) 사용
- (프로그램 다양성 측정 기준) 공급측면 정보(편성 장르¹⁾, 제작주체²⁾, 등장인물³⁾, 내용⁴⁾와 이용측면 정보(성별, 연령, 지역, 직업 등 시청자 특성에 따른 프로그램별 시청률 등) 사용

● 『미디어 다양성 지표 시범적용 연구』(2015)

- '14년 연구를 통해 결정된 지표의 시범적용을 위해, '15년 정책연구과제(KISDI 수행)를 통해 지표의 적용 가능성 타진
- '15년 5월 언론학회를 통해 지표의 전체적인 구조에 대한 피드백을 받았으며, '15년 11월, 토론회(상공회의소)를 통해 시범적용 결과를 공표한 바 있음

1) 뉴스/매거진, 다큐멘터리, 토론/대담, 강의/강좌, 드라마, 영화, 애니메이션/인형극, 버라이어티쇼 (음악 버라이어티, 코미디 버라이어티, 토크 버라이어티, 정보 버라이어티), 중계 (스포츠 중계, 행사/공연 중계), 퀴즈/게임, 기타 (광고/캠페인 등)
 2) 제작사, 연출, 작가 등
 3) 성별, 연령, 직업 등
 4) 공정성, 객관성, 품질 등

- (개념) 미디어 다양성이란 “선택 가능한 미디어(단말, 플랫폼, 채널, 프로그램)의 수가 많고, 특정 미디어에 대한 이용이 집중되어 있지 않은 상태”로 정의
- (측정영역) 1) 미디어의 구조적 측면 (미디어의 외적인 측면에서 미디어의 소유(또는 지배) 주체 또는 형식이 얼마나 다양한가를 살펴보는 것), 2) 미디어의 내용적 차원 (미디어의 내적인 측면에서 미디어가 정치, 사회문화적으로 얼마나 다양한가를 살펴보는 것)
 - ※ 사회문화적 영역 : “한 사회의 문화 안에 존재하는 계급, 인종, 국적, 종교, 성차, 성적체성, 취향, 라이프 스타일의 다양성을 의미”
- (미디어 다양성 조사의 구조) 미디어 범위(플랫폼, 채널, 프로그램), 접근방식(공급, 이용), 다양성 영역(구조, 내용)을 조합, 아래의 표와 같이 총 20개의 지표 도출 가능
- 총 20개 항목 중 14개 항목(음영처리) 조사 (프로그램 다양성 측정의 경우, 한정된 예산과 시간으로 인해 2주 샘플링 조사)
 - * 사업자 자료 미제출 또는 예산 등의 이유로 나머지 항목은 미 실시
- 단, 채널의 내용적 차원 중 사회문화적 영역의 경우, 논리적으로는 어린이/노인, 장애, 종교, 지역 채널 등의 비율을 살펴봐야 하지만, 채널의 테마(공급분야)가 아닌, 대상(어린이/노인 등)을 코딩하는 것의 현실적인 어려움을 감안, 추후 조사에서 ‘공공/공익/복지 채널’ 등으로 대체할 것을 제안한 바 있음

〈표 1 -2〉 미디어 다양성 조사의 구조

다양성 미디어		구조적 차원		내용적 차원	
		소유 주체	형식	정치적 영역	사회문화적 영역
플랫폼 (6개)	공급	독립적인 플랫폼의 비율	티어의 채널 구성 비율	-	지역 플랫폼의 비율
	이용	독립적인 플랫폼의 가입자 점유율	티어별 가입자 점유율	-	지역 플랫폼의 가입자 점유율
채널 (8개)	공급	독립적인 채널의 비율	테마* 채널의 비율	시사/보도 채널 비율	어린이/노인, 장애, 종교, 지역 채널 비율
	이용	독립적인 채널의 시청점유율	테마 채널의 시청점유율	시사/보도 채널의 시청점유율	어린이/노인, 장애, 종교, 지역 채널 시청점유율
프로그램 (6개)	공급	독립적인 프로그램의 비율	장르** 프로그램의 비율	-	프로그램*** 내 등장인물 비율 (성, 연령, 장애, 인종/국적, 지역, 종교, 직업, 언어)
	이용	독립적인 프로그램의 시청점유율	장르 프로그램의 시청 점유율	-	시청자 인식조사

* 채널 테마 분류 : 정보(보도, 경제, 상품, 공공, 건강 등), 교양(교육, 다큐, 종교 등), 오락(드라마, 예능, 스포츠, 애니메이션, 영화, 음악, 게임 등)
 ** 프로그램 장르 분류 : 뉴스, 시사매거진, 정보 버라이어티, 다큐멘터리, 토론/대담/토크쇼, 강의/강좌, 드라마, 영화, 애니메이션, 음악쇼, 코미디, 예능, 스포츠 중계, 퀴즈/게임쇼 등
 *** 사회문화적 다양성 산출할 대상 프로그램 선정 (드라마 or 시청률 상위 프로그램)

나. 연구목적

- 이번 연구의 일차적인 목적은 ‘14년부터 ’15년에 걸쳐 확정된 미디어 다양성 연구를 위한 조사 항목에 따라 실제 데이터를 수집하고, 이를 분석하는 것에 있음
 - 나아가, 연구방법론이나 연구결과에 대한 사업자 또는 전문가의 의견수렴을 통해, 조사 항목의 타당성 및 신뢰성을 확보하고 향후 개선방안을 모색하는 것에 이차적인 목적을 두고 있음

2. 연구내용 및 구성

- 위에서 언급한 연구목적을 달성하기 위해, 본 연구는 서론, 이론적 논의, 조사구조, 조사결과, 결론 및 시사점 등으로 이루어짐
 - (서론) 이번 연구가 나오기까지의 개괄적인 배경과 연구목적을 설명
 - (이론적 논의) 미디어다양성이 왜 중요한지, 미디어다양성 정도를 측정하기 위해 어떤 영역을 조사/분석해야 하는지, 그리고 다른 나라에서도 이러한 사례가 있는지를 기술
 - (조사구조) 본 연구의 연구방법론에 해당하는 내용으로, 미디어의 계위(플랫폼, 채널, 프로그램)와 영역(구조/내용), 공급/이용 측면 등을 조합한 전체 기본 틀을 설명하고, 세부항목에 대한 보다 상세한 설명을 담고 있음
 - (조사결과) 크게 플랫폼 지표, 채널 지표, 프로그램 지표로 기술하며, 각 지표의 세부항목에 대한 분석을 담고 있음
 - (결론 및 시사점) 전체적인 조사결과를 간략하게 기술하는 정리로서의 결론을 담고 있으며, 시사점은 이번 연구를 통해 얻게 된 성과 또는 제한점, 향후 개선방향 등을 담고 있음

2016년 미디어다양성 조사 연구

Ⅱ. 미디어 다양성의 중요성과 해외 조사 사례

1. 미디어 다양성의 중요성
2. 다양성 조사 해외 사례

II. 미디어 다양성의 중요성과 해외 조사 사례

1. 미디어 다양성의 중요성

● 미디어 다양성 정책의 중요성

- 미디어 정책에서 다원성은 다양성(diversity), 정보의 복수성(plurality), 목소리의 다수성(multiplicity)과 혼용
- 1) 민주적 토의에 활용될 수 있는 소스를 넓게 제공하는 것(정치적 다양성) : 미디어에서 재현되는 정치적 의견이나 관점이 넓어야 민주주의에 유익하다는 것. 미디어에 한 목소리만 존재하고 선동의 힘을 가지고 있다면 민주주의는 위협받을 것
- 2) 각 그룹이 자신들의 문화와 가치를 미디어 콘텐츠에서 표현할 수 있다는 가능성(사회문화적 다양성) : 사회 내의 다양한 문화가 미디어 내에서 반영되어야 한다는 것
- 결국 사회구성원은 현 사회에 존재하는 다양한 관점(자신의 관점이 적절하게 반영된 관점 포함)에 노출되어야 한다는 것
- 미디어 다양성은 “시민들이 다양한 정보 소스/목소리에 접근할 수 있도록 하는(하나의 지배적인 의견형성력의 영향으로부터 벗어나서 의견을 형성할 수 있도록 하는) 모든 조치”를 의미함 (Commission of the European Communities, 2013, p.13)

- CMPF(2013, p.12) 역시 미디어다양성을 1) 미디어 공급의 다양성 (diversity, variety, plurality), - 자유롭고, 독립적이고, 자율적인 미디어 소스에 의해 제공되며, 2) 한 사회의 시민들을 모두 반영하는 재현으로 정의
- 콘텐츠 다양성을 핵심에 두고 있음. 이는 미디어 콘텐츠야말로 관점/의견/접근방식/포맷/소재 그 자체와 연관되어 있기 때문. 이 때 콘텐츠는 정치적인 것을 포함한 모든 종류의 콘텐츠를 의미함
- 이외에도, 프로그램/제작자/편집자/소유주의 다양성(variety)과 같은 소스 다양성(External pluralism 또는 Structural pluralism*)은 직접적으로 콘텐츠의 다양성을 보장할 수는 없지만, 밀접한 관계를 가지고 있음 (다양한 콘텐츠가 등장할 것이고, 정보의 흐름이 소수의 통제 하에 놓이게 되지 않을 것이라는 개연성의 증가)
 - * Structural pluralism (COE, 1999, para.3)
- 유통 플랫폼의 다양성 역시 이용자에게 직접적으로 콘텐츠를 전달할 수 있는 서비스가 다양하게 있어야 한다는 것을 의미함. 이 부분은 중요함에도 불구하고 잘 인식되지 못하는 부분 (European Institute for the media, 2004, p.9)

2. 다양성 조사 해외 사례

1) EC(유럽집행부) 「MPM(미디어다양성모니터링)」

(1) 지표 개발 경과사항

- '01년, EU 집행부(EC)는 아서 앤더슨(A. Anderson)에 유럽의 미디어시장에 대한 조사 연구 위탁
 - 연구 결과, 유럽 내에서 미디어 시장의 집중화 경향 발견
- '07년, Staff Working Document (SEC 2007 32)
 - 미디어의 집중이 미디어 다양성에 부정적이며, 이에 대한 EU 회원국 내 관련 현황 측정, 비교를 위한 지표 개발의 필요 제기
- '09년, MPM 지표(안) 개발
 - 위험수준을 판단하기 위해 MPM은 평가영역을 '6개 위험 영역(six risk domains)'으로 구분. 6개 영역별 세부 지표는 총 165개*
 - * 기본영역(11개), 미디어 소유 및 지배의 다원성(21개), 미디어 유형 및 장르/포맷의 다원성(37개), 정치적 다원성(28개), 문화적 다원성(43개), 지리적 다원성(25개)
- '11년, 미디어 다양성과 자유를 위한 전문가 그룹 (High Level Group of Experts on media pluralism and freedom)
 - 구체적인 액션 플랜 제시하면서, 시범조사의 필요 제기
- '13년, EU 의회와 장관회의 (European parliament & Council of ministers) 결의

- EU 헌장(Charter) 내 ‘미디어 자유에 대한 기준 세팅’ 내용을 추가하고, 시범조사에 대한 예산 할당
- ‘14년~’15년 시범조사 (‘14년 9개국, ’15년 19개국)
 - ‘14년 시범조사를 위해 기존 MPM2009 대폭 개정
- ‘16년, 30개국(회원 28개국+후보 2개국) 정식조사

(2) 현행 MPM 조사의 구조

- ‘14년, ‘09년 개발된 지표의 대폭 수정
 - 기본(4개 위협), 문화적 다원성(3개 위협), 지리적 다원성(5개 위협), 소유 다원성(3개 위협), 정치적 다원성(5개 위협), 프로그램 타입 다원성(2개 위협)
 - 6개 영역, 22개 위협으로 단순화
- ‘15년, 기존 6개 영역을 크게 4개 영역으로 개편
 - 기본(4개 위협), 시장 다원성(3개 위협), 정치적 독립(6개 위협), 사회적 통합(6개 위협)
 - 4개 영역, 19개 위협으로 단순화

① 기본영역(Basic Domain)

〈표 II-1〉 EU MPM의 기본영역 위험요소

1. 표현의 자유 보호
2. 정보 권리(right of information)에 대한 보호
3. 언론인 윤리/보호
4. 규제기구 독립성

② 시장 다원성(Market plurality)

〈표 II-2〉 EU MPM의 시장다원성 위험요소

1. 미디어 소유의 투명성
2. 미디어 소유의 집중
3. 교차 미디어 소유의 집중

③ 정치적 독립(Political Independence)

〈표 II-3〉 EU MPM의 정치적 독립 위험요소

1. 미디어에서의 정치적 편향
2. 미디어 아울렛에 대한 통제의 정치화
3. 미디어 유통 네트워크에 대한 통제의 정치화
4. 정부 광고
5. PSM(공공미디어)의 거버넌스와 재원의 독립
6. 뉴스통신사의 독립

④ 사회적 통합(Social Inclusiveness)

〈표 II-4〉 EU MPM의 사회적 통합 위험요소

1. 서로 다른 사회/문화적 그룹, 지역민을 위한 미디어 액세스
2. 커뮤니티 미디어를 위한 미디어 플랫폼 가용성
3. 신체장애인(physically challenged people)을 위한 미디어 액세스
4. 미디어 시스템의 중앙화
5. PSM과 인터넷의 보편적 커버리지
6. 미디어 리터러시

(3) 절차 및 활용

- (로컬 네트워크 구축) CMPF*가 전체 연구의 총괄을 진행하며, 조사대상 국가의 실제 데이터를 수집, 분석할 전문가 선정

* 미디어다원성과 자유를 위한 센터(이탈리아 피렌체 소재 유럽대학교 내 연구소)

- (전문가와 이해관계자(Stake-holders) 그룹 검토) 지역 연구진에 의해 최종 수집, 분석되어진 데이터는 해당 국가의 전문가와 이해관계자 그룹에 의해 재검토되어짐
- (연구진 전체회의) 프로젝트 초기(4월)과 최종(11월) 검토회의 개최
 - 조사 항목에 대한 의견개진 및 조사결과 공유
- (결과 공표) CMPF 최종결과 종합 작성 후 조사결과 공표
- (활용) 「미디어다양성모니터링(MPM)」 보고서 자체는 조사 항목별 전체국가 및 개별국가의 결과(구체적 수치)만을 제시할 뿐, 수치가 가지는 의미나 이를 해결하기 위한 별도의 정책적 제언 등을 적지는 않음
 - * EU 집행부나 의회 역시 구체적인 정책 방향으로 활용하는 대신, 조사결과의 공표(public notice)를 통한 여론 환기 효과로 활용

2) 다양성 바로미터 (Barometre de la diversite – vague 2015)

(1) 배경

- 2006년 3월31일 <기회 균등>에 관한 법률은 CSA의 임무 추가
- “영상 커뮤니케이션 영역에서 사회통합(cohesion sociale)을 진작하고, 차별(discriminations)에 반대하는 데 기여할 것”
- “특히, 라디오, 텔레비전 편집자(채널)에서, 채널의 특성을 감안하되, 전체적인 편성이 프랑스 사회의 다양성을 잘 반영하고 있는 지를 감시할 것”
- 이를 위해, CSA는 2009년부터 ‘다양성 바로미터’를 조사, 수행하고 있으며, 주로 살펴보는 분야는 ‘출신’(인종)
 - * 2005년 11월 <교외/외곽>(banlieus)에서의 충돌로 인한 우려

(2) 방법

- 2012년 이후 매년 실시, 5개의 분석 기준

〈표 II-5〉 CSA 다양성 바로미터의 분석 기준

분석 기준	내용
인지되는 출신(인종) (origine percue)	백인, 흑인, 아랍계, 아시아계 등
성(性)	남성, 여성
사회직업적 카테고리	중산층 이상/이하, 무직, 기타(불법 포함)
장애(handicap)	예/ 아니요
나이(age)	20세 이하, 20-34세, 35-49세, 50-64세, 65세 이상

- 프로그램을 조사하여 화면에 등장하는 인물(엑스트라* 포함) 측정
 - * 엑스트라는 2015년부터 체크
- 사람별, 프로그램별 체크 : 한 사람은 한 번만 측정되며, 발언을 하거나, 최소 한번 이상 등장한 경우에 체크됨
 - * 단, 군중(membres des publics et des foules), 말은 하지만 누군지 알 수 없는 인물, 실제 인간과 다른 형상을 가지고 있는 인물(ex. 애니메이션)은 체크하지 않음
- 등장인물의 역할(긍정적, 부정적, 중립)*도 2013년부터 체크
 - * 뉴스/매거진의 경우, 타인(또는 사회)에게 긍정적인 역할(도움, 지원, 방어, 보호 등)을 했을 때 긍정적인 것으로, 위법 또는 타인(또는 사회)에게 부정적인 역할(상해, 공포, 압력 등)을 했을 때 부정적인 것으로 간주. 픽션의 경우, 선악의 기준으로 체크. 선을 행하는 인물(주인공 포함)은 긍정적으로, 악을 행하는 인물은 부정적으로 간주
- 가중치(coefficient)는 등장시간(5분 이상/이하), 지위(주인공*, 주요 인물*, 조연*, 엑스트라*)에 따라 부여
 - * 픽션의 경우, 반복해서 등장하는 중심인물을 의미하며, 뉴스/매거진의 경우, 앵커나 진행자를 의미함
 - * 픽션의 경우, RIS나 Urgences와 같은 시리즈물에 등장하는 이야기의 주요 인물(또

는 그룹)을 의미함. 다만, 한 에피소드 내에서 이들 중 하나가 다른 사람들에 비해 두드러질 때, 해당 에피소드의 주인공으로 간주될 수 있음. 뉴스/매거진의 경우, 뉴스의 주요 손님(인터뷰이), 패널, 전문가, 게임 참여자 등을 의미함

* 자주 나오지 않는 인물을 가리킴. 뉴스의 경우, 하나의 리포트 내에 나오는 인물을 가리킴. 하지만, 진행자가 있는 매거진의 경우, 리포트에 나오는 인물은 역할에 따라 주요 인물로 간주될 수 있음. 진행자가 없는 매거진이나 다큐멘터리의 경우, 역할에 따라 주인공, 주요 인물, 조연으로 간주 가능

* 화면에 등장하지만 발언하지 않는 인물

- '15년부터는 연 평균 시청점유율(part d'audience)을 반영한 가중치 도입하기로 결정(CSA)

● 조사 대상

- (채널) 총 17개 채널 : 디지털 지상파 16개 무료 채널 (TF1, France2, France3, France5, M6, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France4, BFMTV, i>Tele, D17, Gulli, FranceO) + Canal+
- (기간) 2015년 4월 20일~26일, 5월 18일~24일(2회) 17시~23시
 - * 17시 이후, 23시 이전 50% 이상 방영한 프로그램 전체
- (프로그램 유형) 뉴스/시사매거진, 픽션 (광고, 예고, 오락 제외), TF1, France2, France3, M6, Canal+, NT1, TMC, FranceO의 낮 뉴스 별도 포함, 총 1600여개 프로그램 (1100시간) : 700개 픽션(500 시간 이상), 500개 뉴스(약 350 시간), 350개 매거진/다큐멘터리(약 200시간)
- (등장인물) 총 43000 인물 (26000명은 발언, 17000명은 미발언-엑스트라)

(3) 조사결과

- 전년도와 비교할 때, 화면상의 출신(인종) 반영은 거의 변화 없음
 - 전체적으로 백인으로 보이는(percue) 인물이 86% 차지
 - 시간이 지남에도 변하지 않음. 심지어 2013년과 2014년 사이 소폭 증가 (84%→86%). 2015년 유지
 - ‘非백인’(14%)의 분포 : 흑인(6%), 아랍인(4%), 아시아인(2%), 기타(2%)
 - 프로그램 유형과 관계없이, 안정적인 상태로 비율 유지되고 있음
 - ‘非백인’의 비율은 ‘14년과 비교할 때 픽션과 뉴스 모두 소폭 증가 (픽션 16%→17%, 뉴스 11%→13%), 반면 매거진과 다큐멘터리에서는 지속적으로 감소 (13년 15%, 14년 12%, 15년 11%)

- 사회직업적인 카테고리별로 출신(인종)이 다르게 반영
 - 사회직업적인 카테고리별로 출신(인종)의 분포를 살펴보면, 중산층 이상(CSP+)에서 백인이 비율이 더 높음 (89%, 전체 86%)
 - 반대로, 중산층 이하(CSP-)에서 非백인의 비율은 더 높음 (17%, 전체 14%) 특히, 불법적이거나 유사한 직업군에서의 非백인 비율은 매우 높음 (37%, 전체 14%)
 - 백인과 非백인의 비율을 사회직업적인 카테고리별⁵⁾로 살펴보면, 백인은 상위군(CSP+)이 65%를 차지한 반면, 非백인은 54% 차지
 - 백인은 하위군(CSP-)이 18%를 차지한 반면, 非백인은 23% 차지
 - 백인은 무직이 16%, 非백인은 19%
 - 백인은 기타군이 1%, 非백인은 4%

5) 통계청(INSEE)에서 분류해 놓은 사회직업군(CSP : Categorie socio-professionnelle)을 마케팅 등에서 활용하기 위해, 상위/중산층 이상(CSP+), 하위/중산층 이하(CSP-) 등으로 구분. 참고로, CSP+는 기업임원, 관리직, 자영업자, 전문직 등이 포함

- 출신(인종)이 무엇이든 간에 여성의 반영비율이 낮음
 - 남성 인물 중 非백인으로 인지된 인물은 16%를 차지하는 반면, 여성 인물 중 非백인으로 인지된 인물은 13% 차지
 - 非백인 중에서도 남성과 여성의 비율은 불균형. 예를 들어, 非백인 남성은 대부분 아랍인(72%)이고, 非백인 여성 중 상당수는 아시아인(47%)

- 청소년과 노인의 낮은 반영 (sous-representation)
 - 통계청(INSEE)의 실제 인구 구성 자료와의 비교 가능
 - 실제 인구 구성상 25%를 차지하는 20세 미만의 청소년이 텔레비전에서는 8%에 불과. 65세 이상의 노인 역시 실제로는 18%를 차지하고 있지만 텔레비전에서는 6%에 불과
 - 반대로, 실제 인구의 20%를 차지하는 35-49세는 등장인물의 44%를 차지하고 있음 (과다반영)
 - 출신(인종)과 나이를 조합하면, 20세 이하의 청소년 등장인물 중 非백인이 실제보다 더 높은 비율(18%)을 차지하고 있는 반면, 65세 이상의 노인 등장인물 중 非백인은 실제보다 더 낮은 비율(4%) 차지
 - 출신(인종)별 등장인물을 연령대로 구분하면, 非백인의 경우 대부분 50세 이하(88%)였으며, 백인의 경우 대부분 35세 이상(74%)

- 백인 등장인물이 보다 중요한 역할 담당
 - 등장인물의 역할과 출신(인종)을 살펴보면, 역할이 덜 중요할수록 非백인이 맡고 있다는 사실을 알 수 있음.
 - 非백인의 경우, 주인공 역할은 9%만, 엑스트라 역할은 21% 차지
 - 출신(인종)별 등장인물을 역할로 구분하면, 非백인의 경우 4%만이 주인공 역할을 맡고 있음 (백인의 경우 8%)

- 역할별 출신(인종) 비율을 지난 연도와 비교하면, 주인공의 경우, 非백인이 차지하는 비율이 점차 줄고 있음 (13년 18%, 14년 16%, 15년 14%) 다른 역할에서는 별다른 차이 없음
- 非백인이 맡은 역할이 백인 역할에 비해 더 부정적으로 나타남
 - 전체 인물 중 96%가 중립적 역할 (긍정 3%, 부정 2%)
 - 긍정적 역할을 수행하는 인물 중 백인의 비율은 88%인데 반해, 非백인의 비율은 12%에 불과
 - 하지만, 부정적 역할을 수행하는 인물 중 백인의 비율은 71%, 非백인의 비율은 29% 차지
- 장애는 여전히 화면에 충분히 등장하지 않음
 - 장애를 가진 인물은 여전히 매우 적게 등장. 시청률에 따른 가중치를 적용할 경우, 전체 등장인물의 0.4%에 불과하며, 가중치를 적용하지 않을 경우에도, 0.7%에 불과 (14년 0.7%)
 - 실제 장애인의 비율은 텔레비전에 등장하는 것보다는 훨씬 높음
 - 전체 인구(6500만 명) 중 1200만 명이 장애를 가지고 있는 것으로 추정. 이 중 80%는 맹인이며, 150만 명은 시각장애자, 85만 명은 이동에 제한 (mobilité réduite)이 있는 것으로 추정
 - 통계청(INSEE) 자료에 의하면, 장애인의 구성은 다음과 같음 (운동 신경 장애 13.4%, 감각기관 장애 11.4%, 신체기관 장애 9.8%, 지적/정신적 장애 6.6%, 휠체어 이용 인구 2-3%)

Ⅲ. 미디어 다양성 조사의 구조

1. 미디어다양성 조사 항목
2. 지표 세부내용

Ⅲ. 미디어 다양성 조사의 구조

1. 미디어다양성 조사 항목

- 미디어 범위*(플랫폼, 채널, 프로그램), 접근방식(공급, 이용), 다양성 영역(구조, 내용)을 조합, 아래의 그림과 같이 총 10개 지표(공급과 이용 측면으로 다시 세분화하면 20개)로 구성

〈표Ⅲ-1〉 2016년 미디어다양성 조사 항목

미디어 \ 다양성		구조적 차원		내용적 차원	
		소유 주체	형식	정치적 영역	사회문화적 영역
플랫폼 (6개)	공급	독립적인 플랫폼	티어의 채널 구성	-	지역 플랫폼
	이용				
채널 (8개)	공급	독립적인 채널	테마 채널	시사/보도 채널	공공/공익/복지 채널
	이용				
프로그램 (8개)	공급	독립적인 프로그램	장르 프로그램	-	프로그램 내 등장인물
	이용				

2. 지표 세부내용

(1) 플랫폼 지표 (6개)

① 독립적인 플랫폼

● 공급측면

- 전체 플랫폼 개수 중 소유주체가 같은 플랫폼 개수 비율(HHI⁶⁾)
- (자료) ‘방송산업실태조사’ 기준 (SO 90개, IPTV 3개, 위성 1개)

● 이용측면

- 전체 플랫폼 가입자 중 소유 주체가 같은 플랫폼의 가입자 수 비율(HHI)
- (자료) ‘방송산업실태조사’ 기준

② 티어의 구성 비율

● 공급측면

- 플랫폼이 제공하는 티어별 채널(테마별)의 개수 비율(HHI)
- (자료) 사업자 협조 자료(2016년 9월 시점)*

* 2015년 12월 송출된 채널 기준 (시청률 산출 가능 PP 216개 + 지상파 15개, 총 231개 채널)

● 이용측면

- 전체 방송 플랫폼의 티어별 가입자 수 비율(HHI)

6) HHI는 허핀달-허쉬만지수(Herfindahl-Hirschman Index; HHI)로 시장집중도를 측정하는 경제 지표로, 이 지수는 개별 분석 대상이 시장 내 점유하는 비율을 제곱한 값을 합산한 값. 지수는 0-10,000값을 가지며, 지수가 낮을수록 기업 간 경쟁이 심한 시장을 의미

- (자료) 티어별 가입자 내역 없음 (향후 사업자로부터 자료 제출 필요)

③ 지역 플랫폼

● 공급측면

- 전체 방송 플랫폼 개수 중 지역 플랫폼 개수 비율(HHI)

- (자료) '방송산업실태조사' 기준 (SO 90개, IPTV 3개, 위성 1개)

● 이용측면

- 전체 방송 플랫폼 가입자 중 지역 플랫폼 가입자 수 비율(HHI)

- (자료) '방송산업실태조사' 기준

(2) 채널 지표 (8개)

① 독립적인 채널의 비율

● 공급측면

- 전체 방송 채널 개수 중 소유 주체가 같은 채널의 개수 비율(HHI)

- (자료) 2015년 12월 송출된 채널 기준 (시청률 산출가능 PP 216개 + 지상파 15개, 총 231개 채널)

● 이용측면

- 전체 방송 채널 시청률 중 소유 주체가 같은 채널의 시청률 비율(HHI)

- (자료) 2015년 12월 송출된 채널 기준 (시청률 산출가능 PP 216개 + 지상파 15개, 총 231개 채널) + 닐슨 연간 시청률

② 테마 채널의 비율

● 공급측면

- 전체 방송 채널 개수 중 테마 채널(기능별, 테마별)의 개수 비율(HHI)
- (자료) 2015년 12월 송출된 채널 기준 (시청률 산출가능 PP 216개 + 지상파 15개, 총 231개 채널)

● 이용측면

- 전체 방송 채널 시청률 중 테마 채널의 시청률 비율(HHI)
- (자료) 2015년 12월 송출된 채널 기준 (시청률 산출가능 PP 216개 + 지상파 15개, 총 231개 채널) + 닐슨 연간 시청률

③ 시사/보도 채널의 비율

● 공급측면

- 전체 방송 채널 개수 중 시사/보도 채널 개수 비율
- (자료) 2015년 12월 송출된 채널 기준 (시청률 산출가능 PP 216개 + 지상파 15개, 총 231개 채널)

● 이용측면

- 전체 방송 채널 시청률 중 시사/보도 채널의 시청률 비율
- (자료) 2015년 12월 송출된 채널 기준 (시청률 산출가능 PP 216개 + 지상파 15개, 총 231개 채널) + 닐슨 연간 시청률

④ 공공/공익/복지 채널의 비율

● 공급측면

- 전체 방송채널 개수 중 공공/공익/복지 채널 개수 비율
- (자료) 2015년 12월 기준 송출된 채널 기준 (시청률 산출가능 PP 216개 + 지상파 15개, 총 231개 채널)

● 이용측면

- 전체 방송채널 시청률 중 공공/공익/복지 채널 시청률 비율
- (자료) 2015년 12월 기준 송출된 채널 기준 (시청률 산출가능 PP 216개 + 지상파 15개, 총 231개 채널) + 닐슨 연간 시청률

(3) 프로그램 지표 (6개)

① 독립적인 프로그램의 비율

● 공급측면

- 전체 방송 프로그램 편성 중 제작 주체가 같은 프로그램의 편성 비율(HHI)
- (자료) 지상파, PP의 2016년 편성/방영된 드라마, 지상파(EBS 포함), PP의 2016년 7-22시에 편성/방영된 애니메이션

● 이용측면

- 전체 방송 프로그램의 시청률 중 제작 주체가 같은 프로그램의 시청률 비율(HHI)

- (자료) 지상파, PP의 2016년 편성/방영된 드라마, 지상파(EBS 포함), PP의 2016년 7-22시 편성/방영된 애니메이션 + 닐슨 연간 시청률

② 장르 프로그램의 비율

● 공급측면

- 전체 편성 중 장르 프로그램의 편성 비율(HHI)
- (자료) 지상파와 종편PP의 전체 프로그램 편성 개수 (총 6,841개)

● 이용측면

- 전체 시청률 중 장르 프로그램의 시청률 비율(HHI)
- (자료) 지상파와 종편PP의 전체 프로그램 편성 개수 + 닐슨 연간 시청률

③ 프로그램 내 등장인물의 비율 (성별, 연령, 지역, 종교, 직업, 언어, 장애, 인종/국적)

● 공급측면

- 전체 프로그램 내 등장인물 비율 (주연/주연급/조연 구분) (HHI)
- (자료) 지상파와 종편, tvn, ocn의 저녁 시간대 드라마*
* 20회 이상의 장편 드라마 및 사극 분석에서 제외

● 이용측면

- 시청자 대상 설문조사 (5점 척도)
- (자료) '2016년도 프로그램 다양성 시청자 인식조사' (미디어리서치 위탁)

2016년 미디어다양성 조사 연구

IV. 미디어 다양성 조사결과

1. 플랫폼 지표
2. 채널 지표
3. 프로그램 지표

IV. 미디어 다양성 조사결과

1. 플랫폼 지표

1) 독립적인 플랫폼⁷⁾

● 공급측면

- 총 94개* 플랫폼 중 가장 많은 플랫폼을 가지고 있는 사업자는 CJ헬로비전 (23개, 24.5%)이며, 티브로드(22개, 23.4%), C&M(17개, 18.1%)의 순. 상위 3개 사업자의 비중은 66.0% 수준. 전체 플랫폼의 집중도는 1677.2 (집중되어 있는 상태) 수준 (전년 대비 약간 상승)

* SO 90개, 위성 1개, IPTV 3개

- (2015년 조사) 총 96개 플랫폼 중 가장 많은 플랫폼을 가지고 있는 사업자는 티브로드 (23개, 24.0%)며, CJ헬로비전(22개, 22.9%), C&M(17개, 17.7%). 상위 3개 사업자의 비중은 64.6% 수준. 전체 플랫폼의 집중도는 1627.6 (집중되어 있는 상태) 수준

〈표Ⅳ-1〉 독립적인 플랫폼의 개수 비율

소유주체	개수	비율(%)	HHI
CJ헬로비전	23	24.5%	598.7
티브로드	22	23.4%	547.8
C&M*	17	18.1%	327.1

7) 2015년 말 기준으로 작성됨.

소유주체	개수	비율(%)	H#
CMB	10	10.6%	113.2
현대HCN	8	8.5%	72.4
KT	2	2.1%	4.5
SK브로드밴드	1	1.1%	1.1
LG유플러스	1	1.1%	1.1
한국케이블티브이푸른방송	1	1.1%	1.1
남인천방송	1	1.1%	1.1
한국케이블티브이광주방송	1	1.1%	1.1
JCN울산중앙방송	1	1.1%	1.1
아름방송네트워크	1	1.1%	1.1
씨씨에스충북방송	1	1.1%	1.1
금강방송	1	1.1%	1.1
하나방송	1	1.1%	1.1
서경방송	1	1.1%	1.1
한국케이블티브이제주방송	1	1.1%	1.1
총계	94	100.00	1677.2

자료: 2016년 방송산업 실태조사 보고서, 2015년 12월 기준으로 작성됨.

* '16년 4월, 딜라이브로 사명 변경

● 이용 측면 (디지털 가입자 기준)

- 전체 가입자(23,504,047) 중 가장 많은 가입자를 가지고 있는 사업자는 KT*(8,344,309, 35.5%), Sk브로드밴드(3,474,236, 14.8%), LG유플러스(2,631,584, 11.2%)의 순. 상위 3개 사업자의 비중은 61.5% 수준. 전체 플랫폼의 집중도는 1887.1 (매우 집중되어 있는 상태) 수준

* 전년 대비 가입자 감소는 OTS 중복 가입자 분산(KT와 KT스카이라이프의 가입자를 기준으로 각 사업자에 절반씩 배분)에 기인

- (2015년 조사) 전체 가입자(19,069,673) 중 가장 많은 가입자를 가지고 있는 사업자는 KT(9,149,276, 48.0%), Sk브로드밴드(2,095,751, 11.0%), CJ헬로비전(2,005,210, 10.5%)의 순. 상위 3개 사업자의 비중은 69.5% 수준.

전체 플랫폼의 집중도는 2740.6 (집중되어 있는 상태) 수준

〈표Ⅳ-2〉 독립적인 플랫폼의 가입자 비율

소유주체	유료가입자 수 (단자)	비율(%)	HHI
KT*	8,344,309	35.5%	1260.4
SK브로드밴드	3,474,236	14.8%	218.5
LG유플러스	2,631,584	11.2%	125.4
CJ헬로비전	2,551,359	10.9%	117.8
TBROAD	1,729,628	7.4%	54.2
C&M**	1,601,874	6.8%	46.4
CMB	1,416,454	6.0%	36.3
HCN	784,240	3.3%	11.1
개별 SO***	970,363	4.1%	17.0
총계	23,504,047	100.0%	1887.1

자료: 2016년 방송산업 실태조사 보고서, 이는 2015년 12월, 종합유선방송사업자, 위성방송, IPTV 가입자 수는 미래창조과학부 제2015-58호 '유료방송사업 가입자 수 검증에 관한 고시(2015.8.25)' 기준으로 작성됨

* KT스카이라이프 가입자(3,091,938 단자) + 올레케이티 가입자(5,252,371 단자)

** '16년 4월, 딜라이브로 사명 변경

*** 개별 SO의 가입자 수는 개별 SO 10개사의 총합

- (SO 기준) 디지털 가입자 기준 HHI는 1906.7 (매우 집중되어 있는 상태). 여전히 CJ 헬로비전이 가장 많은 가입자(28.2%)를 가지고 있음
 - * 전체 가입자 기준 HHI는 1934.5 (매우 집중되어 있는 상태)
- (2015년 조사) 디지털 가입자 기준 HHI 2315.6 (매우 집중되어 있는 상태). CJ헬로비전이 가장 많은 디지털 가입자(32.6%)를 가지고 있음

〈표Ⅳ-3〉 종합유선방송사업자(SO)의 가입자 현황

	전체 가입자	아날로그	디지털 가입자		디지털 가입자 비율(%)	HHI
			8VSB*	QAM**		
CJ헬로비전	3,823,156	1,271,797	5,559	2,545,800	28.2%	794.1
TBROAD	3,238,533	1,508,905	36,431	1,693,197	19.1%	364.9
C&M	1,964,312	362,438	0	1,601,874	17.7%	313.0
현대HCN	1,348,208	563,968	10,703	773,537	8.7%	75.0
CMB	1,506,369	89,915	1,239,785	176,669	15.6%	244.8
개별 SO	1,851,464	881,101	265,287	705,076	10.7%	114.9
총계	13,732,042	4,678,124	1,557,765	7,496,153	100.0%	1906.7

자료: 2016년 방송산업 실태조사 보고서. 종합유선방송 가입자를 아날로그, 8VSB, QAM 전송방식 기준으로 구분하여 작성됨.

* 8VSB(8레벨 잔류측파대, 8-level vestigial sideband)는 디지털 지상파방송에 이용되는 전송방식으로서 기존의 아날로그 케이블방송 가입자가 8VSB로 변경할 경우 별도의 디지털 셋톱박스 없이 고화질 디지털 방송 시청이 가능(양방향 서비스 이용불가). 2015년부터 2016년 방송산업 실태조사 보고서에서 아날로그와 분리하여 조사

** QAM(직교 진폭 변조, Quadrature Amplitude Modulation)은 디지털 케이블방송에 이용되는 전송방식으로서 셋톱박스를 통하여 방송 및 양방향 통신 등의 기능을 제공

2) 티어의 채널구성⁸⁾

(1) 공급 측면

● (MSO 기준) 19분류 기준의 집중도를 살펴보면, 전체적으로 집중도는 낮은 상태. 특히, CMB의 채널구성 집중도가 가장 낮은 수준 (다만, 2개 티어 제공)

- 딜라이브와 티브로드는 티어1의 집중도가 상대적으로 가장 높으며, CJ헬로비전은 티어4의 집중도가 가장 높음(유일하게 4개 티어 제공)
- 현대HCN과 CMB는 모든 티어의 집중도가 비슷한 수준

* CJ헬로비전(티어2 691.0 ~ 티어4 737.7), 현대HCN(티어1 690.1 ~ 티어3 695.5), 티브로드(티어2 660.0 ~ 티어1 716.0), 딜라이브(티어3 679.3 ~ 티어1 735.0)

8) 미디어다양성 조사 대상 채널 231개 기준, 2016년 9월에 제공된 플랫폼별 티어 상품 기준으로 작성됨. 조사대상에서 제외된 채널이 공급된 경우, 테마는 '미분류'로 표기

〈표Ⅳ-4〉 CJ헬로비전의 티어별 채널 구성

티어 분류	이코노미			베이직			스탠다드			프리미엄		
	개수	%	HNI	개수	%	HNI	개수	%	HNI	개수	%	HNI
종편	9	9.2%	84.3	9	5.4%	29.0	9	5.0%	25.0	9	4.4%	19.5
교육	6	6.1%	37.5	9	5.4%	29.0	9	5.0%	25.0	10	4.9%	24.0
종교	5	5.1%	26.0	6	3.6%	12.9	6	3.3%	11.1	9	4.4%	19.5
다큐	2	2.0%	4.2	4	2.4%	5.7	4	2.2%	4.9	4	2.0%	3.8
교양	13	13.3%	176.0	19	11.4%	129.4	19	10.6%	111.4	23	11.3%	127.1
애니	6	6.1%	37.5	13	7.8%	60.6	13	7.2%	52.2	13	6.4%	40.6
스포츠	5	5.1%	26.0	12	7.2%	51.6	12	6.7%	44.4	16	7.8%	61.5
영화	4	4.1%	16.7	7	4.2%	17.6	8	4.4%	19.8	8	3.9%	15.4
드라마	5	5.1%	26.0	17	10.2%	103.6	18	10.0%	100.0	19	9.3%	86.7
예능	7	7.1%	51.0	15	9.0%	80.7	15	8.3%	69.4	17	8.3%	69.4
음악	3	3.1%	9.4	5	3.0%	9.0	6	3.3%	11.1	6	2.9%	8.7
레저	4	4.1%	16.7	8	4.8%	22.9	9	5.0%	25.0	11	5.4%	29.1
리빙	5	5.1%	26.0	9	5.4%	29.0	10	5.6%	30.9	10	4.9%	24.0
기타 오락	2	2.0%	4.2	2	1.2%	1.4	2	1.1%	1.2	3	1.5%	2.2
오락	41	41.8%	1750.3	88	52.7%	2776.7	93	51.7%	2669.4	103	50.5%	2549.3
상품정보	7	7.1%	51.0	7	4.2%	17.6	7	3.9%	15.1	7	3.4%	11.8
보도전문	2	2.0%	4.2	2	1.2%	1.4	2	1.1%	1.2	2	1.0%	1.0
공공정보	4	4.1%	16.7	3	1.8%	3.2	4	2.2%	4.9	4	2.0%	3.8
경제정보	3	3.1%	9.4	8	4.8%	22.9	9	5.0%	25.0	12	5.9%	34.6
건강정보	0	0.0%	0.0	2	1.2%	1.4	2	1.1%	1.2	2	1.0%	1.0
기타정보	4	4.1%	16.7	7	4.2%	17.6	7	3.9%	15.1	9	4.4%	19.5
정보	20	20.4%	416.5	29	17.4%	301.6	31	17.2%	296.6	36	17.6%	311.4
미분류	15	15.3%	234.3	22	13.2%	173.5	28	15.6%	242.0	33	16.2%	261.7
합계(19)	98	100%	697.6	167	100%	691.0	180	100%	724.7	204	100%	737.7
합계(4)	98	100%	2661.4	167	100%	3410.3	180	100%	3344.4	204	100%	3268.9

자료: 2016년 9월 기준 사업자 제공. 유료 또는 선택형 채널 패키지 제외

〈표IV-5〉 현대HCN의 티어별 채널 구성

테마 분류	HD프라임			HD실버			HD골드		
	개수	%	HHE	개수	%	HHE	개수	%	HHE
종편	9	9.4%	87.9	9	5.3%	27.7	9	4.6%	21.1
교육	6	6.3%	39.1	7	4.1%	16.8	8	4.1%	16.7
종교	7	7.3%	53.2	7	4.1%	16.8	8	4.1%	16.7
다큐	2	2.1%	4.3	4	2.3%	5.5	4	2.0%	4.2
교양	15	15.6%	244.1	18	10.5%	110.8	20	10.2%	104.1
애니	6	6.3%	39.1	11	6.4%	41.4	13	6.6%	44.0
스포츠	3	3.1%	9.8	14	8.2%	67.0	16	8.2%	66.6
영화	2	2.1%	4.3	8	4.7%	21.9	10	5.1%	26.0
드라마	6	6.3%	39.1	18	10.5%	110.8	19	9.7%	94.0
예능	7	7.3%	53.2	17	9.9%	98.8	17	8.7%	75.2
음악	2	2.1%	4.3	4	2.3%	5.5	6	3.1%	9.4
레저	3	3.1%	9.8	4	2.3%	5.5	10	5.1%	26.0
리빙	1	1.0%	1.1	9	5.3%	27.7	9	4.6%	21.1
기타오락	2	2.1%	4.3	3	1.8%	3.1	3	1.5%	2.3
오락	32	33.3%	1111.1	88	51.5%	2648.3	103	52.6%	2761.6
상품정보	7	7.3%	53.2	7	4.1%	16.8	7	3.6%	12.8
보도전문	2	2.1%	4.3	2	1.2%	1.4	2	1.0%	1.0
공공정보	4	4.2%	17.4	4	2.3%	5.5	4	2.0%	4.2
경제정보	9	9.4%	87.9	11	6.4%	41.4	12	6.1%	37.5
건강정보	2	2.1%	4.3	2	1.2%	1.4	2	1.0%	1.0
기타정보	4	4.2%	17.4	9	5.3%	27.7	10	5.1%	26.0
정보	28	29.2%	850.7	35	20.5%	418.9	37	18.9%	356.4
미분류	12	12.5%	156.3	21	12.3%	150.8	27	13.8%	189.8
합계(19)	96	100.0%	690.1	171	100.0%	693.2	196	100.0%	695.5
합계(4)	96	100%	2450.1	171	100%	3356.6	196	100%	3432.9

자료: 2016년 9월 기준 사업자 제공

〈표Ⅳ-6〉 티브로드의 티어별 채널 구성

테마 분류	HD이코노미			HD베이직			HD프리미엄		
	개수	%	HHE	개수	%	HHE	개수	%	HHE
종합편성	9	9.8%	95.7	9	5.3%	28.4	9	4.7%	21.7
교육	6	6.5%	42.5	9	5.3%	28.4	10	5.2%	26.8
종교	5	5.4%	29.5	6	3.6%	12.6	7	3.6%	13.2
다큐	1	1.1%	1.2	3	1.8%	3.2	3	1.6%	2.4
교양	12	13.0%	170.1	18	10.7%	113.4	20	10.4%	107.4
애니	4	4.3%	18.9	12	7.1%	50.4	13	6.7%	45.4
스포츠	5	5.4%	29.5	15	8.9%	78.8	15	7.8%	60.4
영화	4	4.3%	18.9	10	5.9%	35.0	10	5.2%	26.8
드라마	10	10.9%	118.1	18	10.7%	113.4	19	9.8%	96.9
예능	11	12.0%	143.0	16	9.5%	89.6	16	8.3%	68.7
음악	3	3.3%	10.6	6	3.6%	12.6	6	3.1%	9.7
레저	2	2.2%	4.7	7	4.1%	17.2	11	5.7%	32.5
리빙	4	4.3%	18.9	9	5.3%	28.4	9	4.7%	21.7
기타오락	2	2.2%	4.7	2	1.2%	1.4	2	1.0%	1.1
오락	45	48.9%	2392.5	95	56.2%	3159.9	101	52.3%	2738.6
보도전문	7	7.6%	57.9	7	4.1%	17.2	7	3.6%	13.2
상품정보	2	2.2%	4.7	2	1.2%	1.4	2	1.0%	1.1
공공정보	2	2.2%	4.7	2	1.2%	1.4	4	2.1%	4.3
경제정보	3	3.3%	10.6	11	6.5%	42.4	14	7.3%	52.6
건강정보	1	1.1%	1.2	2	1.2%	1.4	2	1.0%	1.1
기타정보	2	2.2%	4.7	9	5.3%	28.4	13	6.7%	45.4
정보	17	18.5%	341.4	33	19.5%	381.3	42	21.8%	473.6
미분류	9	9.8%	95.7	14	8.3%	68.6	21	10.9%	118.4
합계(19)	92	100.0%	716.0	169	100.0%	660.0	193	100.0%	663.4
합계(4)	92	100%	3095.5	169	100%	3751.6	193	100%	3459.7

자료: 2016년 9월 기준 홈페이지 약관 참고, 유료, 오디오, 또는 UHD채널 패키지 제외

〈표Ⅳ-7〉 딜라이브의 티어별 구성

테마 분류	HD이코노미			HD패밀리			HD프리미엄		
	개수	%	HHI	개수	%	HHI	개수	%	HHI
종합편성	9	8.0%	64.6	9	5.9%	34.6	9	4.7%	22.0
교육	5	4.5%	19.9	5	3.3%	10.7	9	4.7%	22.0
종교	4	3.6%	12.8	6	3.9%	15.4	10	5.2%	27.1
다큐	2	1.8%	3.2	3	2.0%	3.8	3	1.6%	2.4
교양	11	9.8%	96.5	14	9.2%	83.7	22	11.5%	131.3
애니	6	5.4%	28.7	13	8.5%	72.2	13	6.8%	45.8
스포츠	7	6.3%	39.1	11	7.2%	51.7	13	6.8%	45.8
영화	4	3.6%	12.8	7	4.6%	20.9	10	5.2%	27.1
드라마	14	12.5%	156.3	18	11.8%	138.4	18	9.4%	87.9
예능	13	11.6%	134.7	16	10.5%	109.4	16	8.3%	69.4
음악	5	4.5%	19.9	5	3.3%	10.7	6	3.1%	9.8
레저	2	1.8%	3.2	6	3.9%	15.4	10	5.2%	27.1
리빙	5	4.5%	19.9	8	5.2%	27.3	8	4.2%	17.4
기타오락	2	1.8%	3.2	2	1.3%	1.7	3	1.6%	2.4
오락	58	51.8%	2681.8	86	56.2%	3159.5	97	50.5%	2552.4
보도전문	6	5.4%	28.7	6	3.9%	15.4	6	3.1%	9.8
상품정보	2	1.8%	3.2	2	1.3%	1.7	2	1.0%	1.1
공공정보	3	2.7%	7.2	3	2.0%	3.8	4	2.1%	4.3
경제정보	7	6.3%	39.1	10	6.5%	42.7	12	6.3%	39.1
건강정보	1	.9%	0.8	2	1.3%	1.7	3	1.6%	2.4
기타정보	2	1.8%	3.2	5	3.3%	10.7	11	5.7%	32.8
정보	21	18.8%	351.6	28	18.3%	334.9	38	19.8%	391.7
미분류	13	11.6%	134.7	16	10.5%	109.4	26	13.5%	183.4
합계(19)	112	100.0%	735.0	153	100.0%	697.6	192	100.0%	679.3
합계(4)	112	100%	3329.1	153	100%	3722.1	192	100%	3280.7

자료: 2016년 9월 기준 사업자 제공. SD, 오디오, 또는 유료채널 패키지 제외

〈표Ⅳ-8〉 CMB의 티어별 채널 구성

테마 분류	HD베이직			HD프리미엄		
	개수	%	HNI	개수	%	HNI
종합편성	8	5.7%	32.7	8	5.0%	25.0
교육	9	6.4%	41.3	9	5.6%	31.6
종교	6	4.3%	18.4	6	3.8%	14.1
다큐	4	2.9%	8.2	4	2.5%	6.3
교양	19	13.6%	184.2	19	11.9%	141.0
애니	11	7.9%	61.7	12	7.5%	56.3
스포츠	9	6.4%	41.3	15	9.4%	87.9
영화	8	5.7%	32.7	8	5.0%	25.0
드라마	17	12.1%	147.4	19	11.9%	141.0
예능	11	7.9%	61.7	14	8.8%	76.6
음악	4	2.9%	8.2	5	3.1%	9.8
레저	5	3.6%	12.8	6	3.8%	14.1
리빙	6	4.3%	18.4	8	5.0%	25.0
기타오락	1	.7%	0.5	2	1.3%	1.6
오락	72	51.4%	2644.9	89	55.6%	3094.1
보도전문	7	5.0%	25.0	7	4.4%	19.1
상품정보	2	1.4%	2.0	2	1.3%	1.6
공공정보	4	2.9%	8.2	4	2.5%	6.3
경제정보	9	6.4%	41.3	11	6.9%	47.3
건강정보	2	1.4%	2.0	2	1.3%	1.6
기타정보	4	2.9%	8.2	5	3.1%	9.8
정보	28	20.0%	400.0	31	19.4%	375.4
미분류	13	9.3%	86.2	13	8.1%	66.0
합계(19)	140	100.0%	658.2	160	100.0%	665.6
합계(4)	140	100%	3348.0	160	100%	3701.6

자료: 2016년 9월 기준 홈페이지 약관 참고, SD, 오디오, 또는 유료 패키지 제외

● (IPTV 기준) 19분류 기준의 집중도를 살펴보면, 전체적으로 집중도는 낮은 상태. 특히, SKB의 채널구성 집중도가 가장 낮은 수준

- SKB와 LGU+는 MSO와 유사한 수준이나 KT는 상대적으로 높음. 3사 모두 가장 높은 티어(SKB와 LGU+는 티어4, KT는 티어3)의 집중도가 가장 높음
- SKB와 KT는 티어1의 집중도가 상대적으로 가장 낮으며, LGU+는 티어3의 집중도가 가장 낮음

* SKB(티어1 685.3 ~ 티어4 750.8), LGU+(티어3 663.5 ~ 티어4 766.0), KT(티어1 817.3 ~ 티어3 947.3)

〈표Ⅳ-9〉 SKB의 티어별 채널 구성

테마 분류	Btv베이직			Btvnew스마트			Btv스마트플러스			Btv프리임		
	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH
종합	9	7.1%	51.0	9	5.5%	30.1	9	5.2%	26.8	9	4.6%	21.3
교육	10	7.9%	63.0	11	6.7%	45.0	11	6.3%	40.0	11	5.6%	31.8
종교	11	8.7%	76.2	11	6.7%	45.0	11	6.3%	40.0	11	5.6%	31.8
다큐	0	0.0%	0.0	2	1.2%	1.5	3	1.7%	3.0	4	2.1%	4.2
교양	21	16.7%	277.8	24	14.6%	214.2	25	14.4%	206.4	26	13.3%	177.8
애니	11	8.7%	76.2	12	7.3%	53.5	12	6.9%	47.6	13	6.7%	44.4
스포츠	11	8.7%	76.2	16	9.8%	95.2	17	9.8%	95.5	17	8.7%	76.0
영화	6	4.8%	22.7	7	4.3%	18.2	7	4.0%	16.2	11	5.6%	31.8
드라마	9	7.1%	51.0	13	7.9%	62.8	14	8.0%	64.7	18	9.2%	85.2
예능	9	7.1%	51.0	13	7.9%	62.8	14	8.0%	64.7	14	7.2%	51.5
음악	4	3.2%	10.1	5	3.0%	9.3	5	2.9%	8.3	6	3.1%	9.5
레저	4	3.2%	10.1	7	4.3%	18.2	7	4.0%	16.2	9	4.6%	21.3
리빙	5	4.0%	15.7	9	5.5%	30.1	9	5.2%	26.8	9	4.6%	21.3
기타오락	1	.8%	0.6	1	.6%	0.4	1	.6%	0.3	2	1.0%	1.1
오락	60	47.6%	2267.6	83	50.6%	2561.3	86	49.4%	2442.9	99	50.8%	2577.5

IV. 미디어 다양성 조사결과

테마 분류	Btv베이직			Btvnew스마트			Btv스마트플러스			Btv프라임		
	개 수	%	HH	개 수	%	HH	개 수	%	HH	개 수	%	HH
상품정보	7	5.6%	30.9	7	4.3%	18.2	7	4.0%	16.2	7	3.6%	12.9
보도전문	2	1.6%	2.5	2	1.2%	1.5	2	1.1%	1.3	2	1.0%	1.1
공공정보	3	2.4%	5.7	3	1.8%	3.3	3	1.7%	3.0	3	1.5%	2.4
경제정보	10	7.9%	63.0	10	6.1%	37.2	10	5.7%	33.0	10	5.1%	26.3
건강정보	2	1.6%	2.5	2	1.2%	1.5	2	1.1%	1.3	2	1.0%	1.1
기타정보	1	.8%	0.6	4	2.4%	5.9	4	2.3%	5.3	5	2.6%	6.6
정보	25	19.8%	393.7	28	17.1%	291.5	28	16.1%	259.0	29	14.9%	221.2
미분류	11	8.7%	76.2	20	12.2%	148.7	26	14.9%	223.3	32	16.4%	269.3
합계 (19)	126	100%	685.3	164	100%	688.6	174	100%	733.3	195	100%	750.8
합계 (4)	126	100%	3066.3	164	100%	3245.8	174	100%	3158.3	195	100%	3267.1

자료: 2016년 9월 기준 사업자 제공. 선택형 또는 유료 패키지 상품(프라임캐치온, UHD 등) 제외

〈표Ⅳ-10〉 LGU+의 티어별 채널 구성

테마 분류	HD라이트			tG			HD코노미			tG 14		
	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH
종편	9	8.8%	77.9	9	6.3%	40.2	9	6.2%	38.5	9	5.2%	27.4
교육	9	8.8%	77.9	11	7.7%	60.0	11	7.6%	57.6	11	6.4%	40.9
종교	5	4.9%	24.0	8	5.6%	31.7	8	5.5%	30.4	8	4.7%	21.6
다큐	0	0.0%	0.0	2	1.4%	2.0	2	1.4%	1.9	2	1.2%	1.4
교양	14	13.7%	188.4	21	14.8%	218.7	21	14.5%	209.8	21	12.2%	149.1
애니	6	5.9%	34.6	11	7.7%	60.0	11	7.6%	57.6	13	7.6%	57.1
스포 츠	8	7.8%	61.5	14	9.9%	97.2	14	9.7%	93.2	16	9.3%	86.5
영화	6	5.9%	34.6	7	4.9%	24.3	7	4.8%	23.3	9	5.2%	27.4
드라 마	6	5.9%	34.6	9	6.3%	40.2	9	6.2%	38.5	12	7.0%	48.7
예능	7	6.9%	47.1	10	7.0%	49.6	11	7.6%	57.6	11	6.4%	40.9
음악	5	4.9%	24.0	5	3.5%	12.4	6	4.1%	17.1	7	4.1%	16.6
레저	3	2.9%	8.7	6	4.2%	17.9	6	4.1%	17.1	7	4.1%	16.6
리빙	3	2.9%	8.7	4	2.8%	7.9	5	3.4%	11.9	6	3.5%	12.2
기타 오락	1	1.0%	1.0	1	.7%	0.5	1	.7%	0.5	1	.6%	0.3
오락	45	44.1%	1946.4	67	47.2%	2226.2	70	48.3%	2330.6	82	47.7%	2272.9
상품 정보	7	6.9%	47.1	7	4.9%	24.3	7	4.8%	23.3	7	4.1%	16.6
보도 전문	2	2.0%	3.8	2	1.4%	2.0	2	1.4%	1.9	2	1.2%	1.4
공공 정보	4	3.9%	15.4	4	2.8%	7.9	4	2.8%	7.6	4	2.3%	5.4

IV. 미디어 다양성 조사결과

테마 분류	HD라이트			tVG			HD코노미			tVG 14		
	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH
경제 정보	4	3.9%	15.4	9	6.3%	40.2	9	6.2%	38.5	9	5.2%	27.4
건강 정보	1	1.0%	1.0	2	1.4%	2.0	2	1.4%	1.9	2	1.2%	1.4
기타 정보	2	2.0%	3.8	4	2.8%	7.9	4	2.8%	7.6	6	3.5%	12.2
정보	20	19.6%	384.5	28	19.7%	388.8	28	19.3%	372.9	30	17.4%	304.2
미분 류	14	13.7%	188.4	17	12.0%	143.3	17	11.7%	137.5	30	17.4%	304.2
합계 (19)	102	100%	709.3	142	100%	671.5	145	100%	663.5	172	100%	766.0
합계 (4)	102	100%	2785.5	142	100%	3017.3	145	100%	3089.2	172	100%	3057.7

자료: 2016년 9월 기준 사업자 제공. 유료 패키지 상품(프라임캐치온, UHD 등) 제외

〈표IV-11〉 KT의 티어별 채널 구성

테마 분류	OTV10			OTV12			OTV15		
	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH
종편	9	5.1%	26.4	9	4.8%	23.4	9	4.5%	20.0
교육	10	5.7%	32.7	10	5.4%	28.9	12	6.0%	35.6
종교	8	4.6%	20.9	8	4.3%	18.5	8	4.0%	15.8
다큐	2	1.1%	1.3	3	1.6%	2.6	3	1.5%	2.2
교양	20	11.4%	130.6	21	11.3%	127.5	23	11.4%	130.9
애니	10	5.7%	32.7	12	6.5%	41.6	13	6.5%	41.8
스포츠	15	8.6%	73.5	16	8.6%	74.0	16	8.0%	63.4

2016년 미디어다양성 조사 연구

테마 분류	OTV10			OTV12			OTV15		
	개수	%	HHI	개수	%	HHI	개수	%	HHI
영화	8	4.6%	20.9	8	4.3%	18.5	9	4.5%	20.0
드라마	12	6.9%	47.0	14	7.5%	56.7	15	7.5%	55.7
예능	14	8.0%	64.0	14	7.5%	56.7	14	7.0%	48.5
음악	5	2.9%	8.2	7	3.8%	14.2	7	3.5%	12.1
레저	10	5.7%	32.7	10	5.4%	28.9	10	5.0%	24.8
리빙	6	3.4%	11.8	6	3.2%	10.4	6	3.0%	8.9
기타오락	3	1.7%	2.9	3	1.6%	2.6	3	1.5%	2.2
오락	83	47.4%	2249.5	90	48.4%	2341.3	93	46.3%	2140.8
상품정보	7	4.0%	16.0	7	3.8%	14.2	7	3.5%	12.1
보도전문	2	1.1%	1.3	2	1.1%	1.2	2	1.0%	1.0
공공정보	3	1.7%	2.9	3	1.6%	2.6	3	1.5%	2.2
경제정보	10	5.7%	32.7	10	5.4%	28.9	10	5.0%	24.8
건강정보	1	.6%	0.3	1	.5%	0.3	1	.5%	0.2
기타정보	6	3.4%	11.8	6	3.2%	10.4	6	3.0%	8.9
정보	29	16.6%	274.6	29	15.6%	243.1	29	14.4%	208.2
미분류	34	19.4%	377.5	37	19.9%	395.7	47	23.4%	546.8
합계(19)	175	100%	817.3	186	100%	830.2	201	100%	947.3
합계(4)	175	100%	3058.6	186	100%	3131.0	201	100%	3046.7

자료: 2016년 9월 기준 사업자 제공.

- (위성 기준) 19분류 기준의 집중도를 살펴보면, 전체적으로 집중도는 낮은 상태. 다만, MSO와 IPTV(KT제외)보다는 약간 높은 수준. 티어2*의 집중도가 가장 낮으며, 티어4의 집중도가 가장 높음

* 티어2 784.5 ~ 티어4 832.3

〈표Ⅳ-12〉 스카이라이프의 티어별 채널 구성

테마 7류	skyHD			sky ont+ hd			sky green			sky family		
	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH
종합	9	5.8%	33.3	9	5.5%	30.1	9	5.3%	27.7	9	5.1%	26.4
교육	6	3.8%	14.8	6	3.7%	13.4	6	3.5%	12.3	6	3.4%	11.8
종교	8	5.1%	26.3	8	4.9%	23.8	8	4.7%	21.9	8	4.6%	20.9
다큐	2	1.3%	1.6	2	1.2%	1.5	2	1.2%	1.4	2	1.1%	1.3
교양	16	10.3%	105.2	16	9.8%	95.2	16	9.4%	87.5	16	9.1%	83.6
애니	11	7.1%	49.7	12	7.3%	53.5	12	7.0%	49.2	12	6.9%	47.0
스포츠	14	9.0%	80.5	14	8.5%	72.9	14	8.2%	67.0	14	8.0%	64.0
영화	8	5.1%	26.3	9	5.5%	30.1	9	5.3%	27.7	9	5.1%	26.4
드라마	15	9.6%	92.5	16	9.8%	95.2	17	9.9%	98.8	17	9.7%	94.4
예능	12	7.7%	59.2	13	7.9%	62.8	13	7.6%	57.8	13	7.4%	55.2
음악	4	2.6%	6.6	4	2.4%	5.9	4	2.3%	5.5	5	2.9%	8.2
레저	5	3.2%	10.3	6	3.7%	13.4	6	3.5%	12.3	6	3.4%	11.8
리빙	7	4.5%	20.1	7	4.3%	18.2	8	4.7%	21.9	8	4.6%	20.9
기타 오락	3	1.9%	3.7	3	1.8%	3.3	3	1.8%	3.1	3	1.7%	2.9
오락	79	50.6%	2564.5	84	51.2%	2623.4	86	50.3%	2529.3	87	49.7%	2471.5
상품 정보	7	4.5%	20.1	7	4.3%	18.2	7	4.1%	16.8	7	4.0%	16.0
보도 전문	2	1.3%	1.6	2	1.2%	1.5	2	1.2%	1.4	2	1.1%	1.3

테마 7류	skyHD			sky ont+ hd			sky green			sky family		
	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH	개수	%	HH
공공 정보	4	2.6%	6.6	4	2.4%	5.9	4	2.3%	5.5	4	2.3%	5.2
경제 정보	9	5.8%	33.3	10	6.1%	37.2	10	5.8%	34.2	10	5.7%	32.7
건강 정보	0	0.0%	0.0	0	0.0%	0.0	1	.6%	0.3	1	.6%	0.3
기타 정보	3	1.9%	3.7	4	2.4%	5.9	5	2.9%	8.5	5	2.9%	8.2
정보	25	16.0%	256.8	27	16.5%	271.0	29	17.0%	287.6	29	16.6%	274.6
미분류	27	17.3%	299.6	28	17.1%	291.5	31	18.1%	328.6	34	19.4%	377.5
합계 (19)	156	100.0%	789.8	164	100.0%	784.5	171	100.0%	802.0	175	100.0%	832.3
합계 (4)	156	100%	3259.4	164	100%	3311.3	171	100%	3260.8	175	100%	3233.6

자료: 2016년 9월 기준 사업자 제공. 선택형 및 업소용 패키지 제외

(2) 이용측면

- (자료) 티어별 가입자 내역 없음 (향후 사업자로부터 자료 제출 필요)

3) 지역 플랫폼⁹⁾

● 공급측면

- 지역 플랫폼의 개수 비율로 따지면, 95.7%에 달함
 - * 전년과 마찬가지로, 전국 플랫폼은 IPTV(3개)와 위성(1개) 사업자 밖에 없음
- (2015년 조사) 지역 플랫폼의 비율(92개, 95.8%)

〈표Ⅳ-13〉 지역 플랫폼의 개수 비율

사업범위	개수	비율(%)
전국(IPTV, 위성)	4	4.3
지역(SO)	90	95.7
총계	94	100.0

● 이용측면

- 지역 플랫폼의 가입자 비율(9,053,918, 38.5%) 수준
 - * 전년 대비 증가
- (2015년 조사) 지역 플랫폼의 가입자 비율(6,150,172, 32.3%)

〈표Ⅳ-14〉 지역 플랫폼의 가입자 비율

사업범위	가입자(단자) 수	비율(%)
전국(IPTV, 위성)	14,450,129	61.5
지역(SO)	9,053,918	38.5
총계	23,504,047	100.0

자료: 2016년 방송산업 실태조사 보고서

9) 2015년 말 기준으로 작성됨.

2. 채널 지표¹⁰⁾

1) 독립적인 채널

● 공급측면

- CJ가 16개 채널로 가장 많은 채널을 보유하고 있으며, 그 비율은 6.9% 수준, KT스카이라이프(14개, 6.1%), 티브로드(10개, 4.3%) 順. 상위 3개 사업자의 비율도 17.3%에 불과
- 전체적인 집중도 역시 199.2 수준으로, 전혀 집중되어 있지 않은 상태
- (2015년 시범조사) 집중도는 225.21 (207개 기준, CJ가 19개로 가장 많은 채널 보유, 비율은 9.18%. 티브로드/KT스카이라이프 각 9개, 한국방송공사/에스비에스 각 8개 順)

〈표Ⅳ-15〉 독립적인 채널의 개수 비율

소유주체	개수	비율(%)	H네
씨제이(주)	16	6.9%	48.0
(주)케이티스카이라이프	14	6.1%	36.7
(주)티브로드	10	4.3%	18.7
(주)에스비에스	8	3.5%	12.0
한국방송공사	8	3.5%	12.0
(주)문화방송	7	3.0%	9.2
(주)딜라이브 (구 (주)씨앤엠)	6	2.6%	6.7
(주)현대홈쇼핑	6	2.6%	6.7
(주)케이엠에이치	5	2.2%	4.7
한국교육방송공사	5	2.2%	4.7
이한담	4	1.7%	3.0

10) 2015년 말 기준으로 작성됨. 조사대상 채널은 2015년 12월 기준 방송송출된 TV채널 총 231개임 (PP 채널 216개 + 지상파 채널 15개). Data 채널, 외국방송재송신채널은 분석대상에서 제외

IV. 미디어 다양성 조사결과

소유주체	개수	비율(%)	HHI
(주)에이클라엔터테인먼트	4	1.7%	3.0
중앙일보*	4	1.7%	3.0
대원미디어(주)	3	1.3%	1.7
하용운	3	1.3%	1.7
한전케이디엔(주)	3	1.3%	1.7
동아일보	2	0.9%	0.7
매일경제신문사	2	0.9%	0.7
박성훈	2	0.9%	0.7
월트디즈니컴퍼니코리아	2	0.9%	0.7
이지용	2	0.9%	0.7
조선일보	2	0.9%	0.7
(재)국제방송교류재단	1	0.4%	0.2
(재)불교방송	1	0.4%	0.2
(재)스마트교육재단	1	0.4%	0.2
(재)시민방송	1	0.4%	0.2
(재)씨비에스	1	0.4%	0.2
(재)온누리선교재단	1	0.4%	0.2
(재)원음방송	1	0.4%	0.2
(재)평화방송	1	0.4%	0.2
(재)한국기원	1	0.4%	0.2
(재)한국산업기술미디어문화재단	1	0.4%	0.2
(주)기독교복음방송	1	0.4%	0.2
(주)기독교텔레비전	1	0.4%	0.2
(주)뉴스토마토	1	0.4%	0.2
(주)대교	1	0.4%	0.2
(주)리빙티브이	1	0.4%	0.2
(주)머니투데이방송	1	0.4%	0.2
(주)메디코프	1	0.4%	0.2
(주)미디어엘리트	1	0.4%	0.2
(주)미디어오비에스	1	0.4%	0.2
(주)비엔엠닷컴	1	0.4%	0.2
(주)사회안전방송	1	0.4%	0.2

2016년 미디어다양성 조사 연구

소유주체	개수	비율(%)	HHI
(주)서울경제티브이	1	0.4%	0.2
(주)성균관유교방송	1	0.4%	0.2
(주)실버방송	1	0.4%	0.2
(주)실버아이	1	0.4%	0.2
(주)씨맥스커뮤니케이션즈	1	0.4%	0.2
(주)씨뮤직텔레비전	1	0.4%	0.2
(주)씨엔티브이	1	0.4%	0.2
(주)씨엠씨가족오락티브이	1	0.4%	0.2
(주)씨채널방송	1	0.4%	0.2
(주)아르떼	1	0.4%	0.2
(주)아이기스화진방송	1	0.4%	0.2
(주)아이넷방송	1	0.4%	0.2
(주)알토마토	1	0.4%	0.2
(주)알티엔네트웍스	1	0.4%	0.2
(주)애니플러스	1	0.4%	0.2
(주)에스엠बी	1	0.4%	0.2
(주)에스티엔	1	0.4%	0.2
(주)에프티엔한국외식산업방송	1	0.4%	0.2
(주)엠블라컴즈	1	0.4%	0.2
(주)엣지티브이	1	0.4%	0.2
(주)에당미디어	1	0.4%	0.2
(주)오씨비	1	0.4%	0.2
(주)오픈티브이	1	0.4%	0.2
(주)웨딩티브이	1	0.4%	0.2
(주)유로티브이	1	0.4%	0.2
(주)이데일리티브이	1	0.4%	0.2
(주)이피지	1	0.4%	0.2
(주)일자리방송	1	0.4%	0.2
(주)정철미디어	1	0.4%	0.2
(주)조은티브이	1	0.4%	0.2
(주)지자체티브이	1	0.4%	0.2
(주)채널더무비	1	0.4%	0.2

IV. 미디어 다양성 조사결과

소유주체	개수	비율(%)	HHI
(주)코빈커뮤니케이션즈	1	0.4%	0.2
(주)큐큐톡	1	0.4%	0.2
(주)타임투미디어	1	0.4%	0.2
(주)티오티비	1	0.4%	0.2
(주)플라리스방송	1	0.4%	0.2
(주)피에이치미디어	1	0.4%	0.2
(주)한국경제티브이	1	0.4%	0.2
(주)한국뉴스방송	1	0.4%	0.2
(주)한국뉴스채널	1	0.4%	0.2
(주)한국당구방송	1	0.4%	0.2
(주)한국승마방송	1	0.4%	0.2
(주)한국어린이방송	1	0.4%	0.2
(주)한국여론방송	1	0.4%	0.2
(주)한국청소년방송	1	0.4%	0.2
(주)햇터방송	1	0.4%	0.2
(주)환경티비	1	0.4%	0.2
(주)희망복지방송	1	0.4%	0.2
국방홍보원	1	0.4%	0.2
국회사무처	1	0.4%	0.2
뉴법률방송(주)	1	0.4%	0.2
동아방송예술대학교산학협력단	1	0.4%	0.2
디에스아이비미디어(주)	1	0.4%	0.2
불교텔레비전(주)	1	0.4%	0.2
상생방송(주)	1	0.4%	0.2
서울신문에스티비(주)	1	0.4%	0.2
서울특별시	1	0.4%	0.2
소상공인시장진흥공단	1	0.4%	0.2
시네온티브이(주)	1	0.4%	0.2
씨포유미디어(주)	1	0.4%	0.2
엔씨에스미디어(주)	1	0.4%	0.2
엔지씨코리아(주)	1	0.4%	0.2
오비에스경인티브이(주)	1	0.4%	0.2

2016년 미디어다양성 조사 연구

소유주체	개수	비율(%)	HHI
(주)KNN	1	0.4%	0.2
(주)공영홈쇼핑	1	0.4%	0.2
(주)광주방송	1	0.4%	0.2
(주)내외경제티브이	1	0.4%	0.2
(주)대구방송	1	0.4%	0.2
(주)대전방송	1	0.4%	0.2
(주)동아티브이	1	0.4%	0.2
(주)롯데홈쇼핑(주)우리홈쇼핑)	1	0.4%	0.2
주식회사이벤트티엔엠	1	0.4%	0.2
(주)아이비미디어넷	1	0.4%	0.2
(주)엔에스쇼핑	1	0.4%	0.2
(주)연합뉴스티브이	1	0.4%	0.2
(주)울산방송	1	0.4%	0.2
(주)전주방송	1	0.4%	0.2
(주)제주방송	1	0.4%	0.2
(주)지에스홈쇼핑	1	0.4%	0.2
(주)지원(G1)	1	0.4%	0.2
(주)청주방송	1	0.4%	0.2
(주)케이블티브이비오디	1	0.4%	0.2
(주)홈앤쇼핑	1	0.4%	0.2
카앤스포츠티브이(주)	1	0.4%	0.2
쿠키미디어(주)	1	0.4%	0.2
터너애니메이션네트웍스코리아(주)	1	0.4%	0.2
터너코리아(유)	1	0.4%	0.2
한국방송통신대학교	1	0.4%	0.2
한국산업인력공단	1	0.4%	0.2
한국소비자티브이(주)	1	0.4%	0.2
한국정책방송원	1	0.4%	0.2
합계 (135)**	231	100.0	199.2

* 현재 중앙미디어네트워크의 jcontentree

** 채널 1개를 운영하는 소유주체 113개의 전체 대비 비중은 48.9%

● 이용측면

- 한국방송공사가 가장 높은 시청률 합(9.7)을 기록하고 있으며, 그 비율*은 15.9% 수준, 문화방송(5.3, 8.6%), 에스비에스(4.5, 7.4%), 지역민방의 순
- * 연간 평균 시청률의 총합은 61.1 기준
- CJ의 경우, 일부 지역민방보다도 높은 시청률 합(2.5, 4.2%)을 기록하고 있으며, 매일경제, 동아일보, 조선일보, 중앙일보의 順
- 집중도는 638.5 수준으로, 집중되어 있지 않은 상태
- (2015년 시범조사) 집중도는 632.9 (207개 채널, 연간 시청률 합 69.5 기준, KBS가 가장 높은 시청률 합을 기록하고 있으며, 그 비율은 15.3% 수준. MBC, SBS의 순)
- * 지상파를 제외하면 CJ가 가장 높은 시청률(2.3)을 기록, 3.3% 비중 차지 (매일경제, 조선일보, 중앙일보 순)

〈표Ⅳ-16〉 독립적인 채널의 시청 비율

소유주체	연 평균 시청률 합	비율(%)	HHI
한국방송공사	9.7	15.9%	253.0
(주)문화방송	5.3	8.6%	74.5
(주)에스비에스	4.5	7.4%	54.2
(주)전주방송	3.5	5.8%	33.6
(주)대구방송	3.2	5.2%	26.9
(주)KNN	3.1	5.1%	26.4
(주)청주방송	3.0	4.9%	23.7
(주)대전방송	2.9	4.7%	22.1
(주)울산방송	2.9	4.7%	21.9
(주)지원(G1)	2.9	4.7%	21.7
(주)광주방송	2.7	4.5%	20.0

2016년 미디어다양성 조사 연구

소유주체	연 평균 시청률 합	비율(%)	HH
씨제이(주)	2.5	4.2%	17.2
(주)제주방송	2.3	3.8%	14.7
매일경제신문사	1.6	2.6%	7.0
동아일보	1.4	2.2%	5.1
조선일보	1.3	2.2%	4.7
중앙일보*	1.1	1.8%	3.4
(주)티브로드	0.9	1.5%	2.2
한국교육방송공사	0.8	1.3%	1.7
한전케이디엔(주)	0.6	1.0%	1.1
(주)딜라이브 (구 (주)씨앤엠)	0.6	1.0%	1.0
(주)연합뉴스티브이	0.6	1.0%	1.0
오비에스경인티브이(주)	0.4	0.6%	0.3
(주)케이티스카이라이프	0.3	0.6%	0.3
(주)현대홈쇼핑	0.3	0.5%	0.3
(주)에이클라엔터테인먼트	0.2	0.3%	0.1
(재)한국기원	0.1	0.2%	0.1
이한담	0.1	0.2%	0.0
(주)한국경제티브이	0.1	0.2%	0.0
(주)케이엠에이치	0.1	0.2%	0.0
(주)씨엔티브이	0.1	0.2%	0.0
(주)아이넷방송	0.1	0.2%	0.0
(주)롯데홈쇼핑(주)우리홈쇼핑)	0.1	0.1%	0.0
(주)지에스홈쇼핑	0.1	0.1%	0.0
하용운	0.1	0.1%	0.0
(주)홈쇼핑	0.1	0.1%	0.0
터너코리아(유)	0.1	0.1%	0.0

IV. 미디어 다양성 조사결과

소유주체	연 평균 시청률 합	비율(%)	HHI
월트디즈니컴퍼니코리아	0.1	0.1%	0.0
(주)케이블티브이오디	0.1	0.1%	0.0
(주)엔에스쇼핑	0.1	0.1%	0.0
박성훈	0.1	0.1%	0.0
대원미디어(주)	0.1	0.1%	0.0
엔지씨코리아(주)	0.1	0.1%	0.0
(재)씨비에스	0.1	0.1%	0.0
(주)기독교텔레비전	0.1	0.1%	0.0
(주)대교	0.0	0.1%	0.0
불교텔레비전(주)	0.0	0.1%	0.0
(주)엠티비	0.0	0.1%	0.0
(주)씨엠씨가족오락티브이	0.0	0.1%	0.0
한국정책방송원	0.0	0.1%	0.0
주식회사이벤트티엔엠	0.0	0.1%	0.0
(주)햇터방송	0.0	0.1%	0.0
(재)평화방송	0.0	0.1%	0.0
국회사무처	0.0	0.0%	0.0
(주)타임투미디어	0.0	0.0%	0.0
(주)뉴스토마토	0.0	0.0%	0.0
(주)한국낚시채널	0.0	0.0%	0.0
한국방송통신대학교	0.0	0.0%	0.0
(주)머니투데이방송	0.0	0.0%	0.0
엔씨에스미디어(주)	0.0	0.0%	0.0
서울신문에스티비(주)	0.0	0.0%	0.0
(주)희망복지방송	0.0	0.0%	0.0
(주)채널더무비	0.0	0.0%	0.0

소유주체	연 평균 시청률 합	비율(%)	HHI
(주)공영홈쇼핑	0.0	0.0%	0.0
(주)아이비미디어넷	0.0	0.0%	0.0
이지용	0.0	0.0%	0.0
시네온티브이(주)	0.0	0.0%	0.0
(주)이피지	0.0	0.0%	0.0
(주)애니플러스	0.0	0.0%	0.0
(주)조은티브이	0.0	0.0%	0.0
(주)씨맥스커뮤니케이션즈	0.0	0.0%	0.0
(재)불교방송	0.0	0.0%	0.0
(주)리빙티브이	0.0	0.0%	0.0
디에스아이비미디어(주)	0.0	0.0%	0.0
(주)유로티브이	0.0	0.0%	0.0
상생방송(주)	0.0	0.0%	0.0
(주)이데일리티브이	0.0	0.0%	0.0
(주)서울경제티브이	0.0	0.0%	0.0
(주)미디어오비에스	0.0	0.0%	0.0
(주)예당미디어	0.0	0.0%	0.0
(재)국제방송교류재단	0.0	0.0%	0.0
(주)동아티브이	0.0	0.0%	0.0
(주)아르떼	0.0	0.0%	0.0
(주)한국낙시방송	0.0	0.0%	0.0
국방홍보원	0.0	0.0%	0.0
(재)온누리선교재단	0.0	0.0%	0.0
(주)실버방송	0.0	0.0%	0.0
(주)씨채널방송	0.0	0.0%	0.0
(주)티오티비	0.0	0.0%	0.0

IV. 미디어 다양성 조사결과

소유주체	연 평균 시청률 합	비율(%)	HHI
(주)기독교복음방송	0.0	0.0%	0.0
한국산업인력공단	0.0	0.0%	0.0
(주)에스엠브이	0.0	0.0%	0.0
씨포유미디어(주)	0.0	0.0%	0.0
소상공인시장진흥공단	0.0	0.0%	0.0
(주)폴라리스방송	0.0	0.0%	0.0
(주)정철미디어	0.0	0.0%	0.0
(주)실버아이	0.0	0.0%	0.0
쿠키미디어(주)	0.0	0.0%	0.0
(주)오씨비	0.0	0.0%	0.0
(주)코빈커뮤니케이션즈	0.0	0.0%	0.0
(재)원음방송	0.0	0.0%	0.0
카엔스포츠티브이(주)	0.0	0.0%	0.0
(주)메디코프	0.0	0.0%	0.0
(주)미디어엘리트	0.0	0.0%	0.0
(재)시민방송	0.0	0.0%	0.0
터너애니메이션네트웍스코리아(주)	0.0	0.0%	0.0
(주)알토마토	0.0	0.0%	0.0
(주)사회안전방송	0.0	0.0%	0.0
(주)일자리방송	0.0	0.0%	0.0
(주)아이기스화진방송	0.0	0.0%	0.0
(재)한국산업기술미디어문화재단	0.0	0.0%	0.0
서울특별시	0.0	0.0%	0.0
한국소비자티브이(주)	0.0	0.0%	0.0
뉴법률방송(주)	0.0	0.0%	0.0
(주)환경티비	0.0	0.0%	0.0

2016년 미디어다양성 조사 연구

소유주체	연 평균 시청률 합	비율(%)	HH
(주)큐큐톡	0.0	0.0%	0.0
(주)한국어린이방송	0.0	0.0%	0.0
(주)오픈티비	0.0	0.0%	0.0
(주)한국청소년방송	0.0	0.0%	0.0
(주)피에이치미디어	0.0	0.0%	0.0
(주)에프티엔한국외식산업방송	0.0	0.0%	0.0
(주)한국승마방송	0.0	0.0%	0.0
(주)내외경제티브이	0.0	0.0%	0.0
(주)성균관유교방송	0.0	0.0%	0.0
(주)한국여론방송	0.0	0.0%	0.0
(주)비엔엠닷컴	0.0	0.0%	0.0
(주)에스티엔	0.0	0.0%	0.0
(주)엠블라컴즈	0.0	0.0%	0.0
(주)지자체티브이	0.0	0.0%	0.0
(재)스마트교육재단	0.0	0.0%	0.0
(주)씨뮤직텔레비전	0.0	0.0%	0.0
(주)알티엔네트웍스	0.0	0.0%	0.0
(주)웨딩티브이	0.0	0.0%	0.0
(주)한국당구방송	0.0	0.0%	0.0
동아방송예술대학교산학협력단	0.0	0.0%	0.0
합계 (135)**	61.1	100.0%	638.5

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 2015년 연평균 시청률. 지상파의 시청률은 하루 24시간(2시-1:59), 가구단위, 13개 지역 기준으로 산출하며, PP의 시청률은 하루 24시간(2시-1:59), 가구단위, 전국 기준으로 산출

* 현재 중앙미디어네트워크의 jcontentree

** 시청률 합이 1%가 되지 않는 소유주체 118개의 전체 대비 비중은 11.7%

2) 테마 채널

● 공급측면

- 19개 분류* 기준 집중도는 647.5(집중되어 있지 않은 상태) 수준이며, 드라마 채널의 비율이 가장 높음(20개, 8.7%). 상위 3개 테마의 비율은 25.1%에 불과

*레저, 리빙/뷰티/음식을 구분, 신설하고, 게임은 스포츠로 포함 (18개 → 19개)

- 4개 분류 기준 집중도는 3894.4(매우 집중되어 있는 상태) 수준이며, 오락 채널의 비율이 가장 높음(56.3%)
- (2015년 시범조사) 18개 분류 기준 집중도는 734.4(집중되어 있지 않은 상태) 수준이며, 드라마 채널의 비율이 가장 높음(21개, 10.1%). 4개 분류 기준 집중도는 3683.8 (매우 집중되어 있는 상태) 수준이며, 오락 채널의 비율이 가장 높음(53.62%)

〈표Ⅳ-17〉 테마 채널의 개수 비율

테마 분류		개수	비율(%)	HHI
종합편성	01.종합편성	18	7.8%	60.7
	소계	18	7.8%	60.7
교양	02.교육	16	6.9%	48.0
	03.종교	12	5.2%	27.0
	04.다큐멘터리	6	2.6%	6.7
	소계	34	14.7%	216.6
	05.애니메이션	14	6.1%	36.7
오락	06.스포츠	19	8.2%	67.7
	07.영화	18	7.8%	60.7
	08.드라마	20	8.7%	75.0
	09.예능	19	8.2%	67.7
	10.음악	7	3.0%	9.2
	11.레저	13	5.6%	31.7
	소계	106	45.3%	677.7

테마 분류		개수	비율(%)	HHI
	12.리빙뷰티음식	14	6.1%	36.7
	13.기타오락	7	3.0%	9.2
	소계	130	56.3%	3167.1
정보	14.상품정보	7	3.0%	9.2
	15.보도전문	2	0.9%	0.7
	16.공공정보	4	1.7%	3.0
	17.경제정보	16	6.9%	48.0
	18.건강정보	3	1.3%	1.7
	19.기타정보	16	6.9%	48.0
	소계	49	21.2%	450.0
19개 분류 합계		231	100.0%	647.5
4개 분류 합계		231	100.0%	3894.4

● 이용측면

- 19개 분류 시청* 비율 기준 집중도는 6275.6(매우 집중되어 있는 상태) 수준이며, 여전히 종합편성 채널의 시청 비율이 압도적으로 높음(48.24, 78.9%)에도 불구하고, 전년보다는 전체적으로 집중의 정도가 감소

* 연간 평균 시청률의 총합은 61.12 기준

- 종합편성 채널의 시청 비율이 워낙 높아, 4개 분류 시청 비율 기준으로 해도, 집중도는 크게 차이가 나지 않음. 6483.7(매우 집중되어 있는 상태) 수준

- (2015년 시범조사) 18개 분류 기준 집중도는 6857.9(매우 집중되어 있는 상태) 수준이며, 종합편성 채널의 시청 비율이 압도적으로 높음(57.4, 82.6%). 4개 분류 기준으로 집중도를 살펴봐도, 종합편성 채널의 비율이 너무 높아, 집중도는 6986.9 (매우 집중되어 있는 상태) 수준

* 연간 평균 시청률의 총합은 69.5 기준

〈표IV-18〉 테마 채널의 시청 비율

	테마 분류	연 평균 시청률 합	비율(%)	H네
종합편성	01.종합편성	48.2	78.9%	6229.2
	소계	48.2	77.1%	6229.2
교양	02.교육	0.8	1.4%	1.8
	03.종교	0.2	0.3%	0.1
	04.다큐멘터리	0.3	0.4%	0.2
	소계	1.3	2.1%	4.6
오락	05.애니메이션	0.7	1.1%	1.2
	06.스포츠	1.5	2.4%	5.7
	07.영화	1.2	2.0%	3.9
	08.드라마	2.6	4.2%	17.4
	09.예능	1.7	2.7%	7.6
	10.음악	0.3	0.5%	0.2
	11.레저	0.2	0.4%	0.1
	12.리빙뷰티음식	0.3	0.5%	0.2
	13.기타오락	1.1	1.7%	3.0
	소계	9.4	15.4%	237.5
정보	14.상품정보	0.5	0.8%	0.7
	15.보도전문	1.2	2.0%	3.9
	16.공공정보	0.1	0.1%	0.0
	17.경제정보	0.2	0.4%	0.2
	18.건강정보	0.0	0.0%	0.0
	19.기타정보	0.1	0.1%	0.0
	소계	2.1	3.5%	12.4
19개 분류 합계		61.1	100%	6275.6
4개 분류 합계		61.1	100%	6483.7

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 2015년 연평균 시청률. 지상파의 시청률은 하루 24시간(2시-1:59), 가구단위, 13개 지역 기준으로 산출하며, PP의 시청률은 하루 24시간(2시-1:59), 가구단위, 전국 기준으로 산출

3) 시사/보도 채널

● 공급측면

- 시사보도 채널의 개수(20개, 8.7%)는 전년과 동일
* 종합편성 18개 채널 + 보도전문 채널 2개

〈표Ⅳ-19〉 시사보도 채널의 개수 비율

	개수	비율(%)
시사/보도 채널	20	8.7%
非 시사/보도 채널	211	91.3%
총계	231	100.0%

● 이용측면

- 시사보도 채널의 시청비율*(49.4, 80.9%)은 전년* 대비 감소
* 종합편성(48.2)+보도전문(1.2)=49.4
* 2015년 시청비율(58.5, 84.2%)

〈표Ⅳ-20〉 시사보도 채널의 시청 비율

	연 평균 시청률의 합	비율(%)
시사/보도 채널	49.4	80.9%
非 시사/보도 채널	11.7	19.1%
총계	61.1	100.0%

- 시사/보도 채널의 경우, 공급 개수(8.7%)에 비해 시청비율(80.9%)은 매우 높음. 하지만, 전년에 비해 시청 비중의 집중 정도는 감소

4) 공공/공익/복지 채널

● 공급측면

- 공공/공익/복지 채널의 개수(13개, 5.6%)는 전년과 동일
* 공공채널 3개, 공익채널 9개, 장애인복지채널 1개

〈표Ⅳ-21〉 공공·공익 채널의 개수 비율

		개수	비율(%)
공공/공익/복지채널		13	5.6%
	공공채널	3	1.3%
	공익채널 (과학문화진흥)	3	1.3%
	공익채널 (교육지원)	3	1.3%
	공익채널 (사회복지)	3	1.3%
	장애인복지채널	1	0.4%
그 외		218	94.4%
총계		231	100.0

● 이용측면

- 공공/공익/복지 채널의 시청비율(0.19, 0.3%)은 전년* 대비 감소

* 2015년 시청비율(0.25, 0.4%)

〈표Ⅳ-22〉 공공·공익 채널의 시청 비율

		연 평균 시청률의 합	비율(%)
공공/공익/복지채널		0.2	0.3
	공공채널	0.14%	8.20%
	공익채널 (과학문화진흥)	0.04%	2.40%
	공익채널 (교육지원)	0.08%	4.63%
	공익채널 (사회복지)	0.02%	1.19%
	장애인복지채널	0.03%	5.14%
그 외		60.9	99.7
총계		61.1	100.0

- 공공/공익/복지 채널의 경우, 공급 개수(5.6%)에 비해 시청비율(0.3%)은 매우 낮음

3. 프로그램 지표¹¹⁾

1) 독립적인 프로그램(드라마, 애니메이션)의 비율과 시청비율

가) 드라마

● 분석 개요

- 기간 : 2016년 1월 ~ 9월
- 대상 : 자체/외주 제작 드라마를 편성하는 지상파·종편·CJ계열 채널*에서 방영된 드라마
 - * KBS1, KBS2, SBS, MBC, JTBC, tvN, OCN
 - * 종편 중 채널A, MBN, TV조선은 분석기간 중 드라마를 편성하지 않음
 - * 제외: (1) 재방송: 초방 아닌 경우, (2) 번외: 본편이 아닌 번외물 (ex. 또만나요 ‘태양의 후예’ 스페셜, ‘응답하라 1988’ 미리보기, ‘시그널’ 더비기닝 등), (3) 구매편성: 자체편성이 아니라, 타방송사(ex. MBC플러스, OCN)에서 먼저 방영했던 경우. 단, 웹 드라마(ex. ‘시크릿메시지’)를 처음으로 방송에서 방영된 경우는 분석대상에 포함, (4) 해외제작물 (ex. 서울드라마어워즈기념해외드라마결작선), (5) 프로그램 정보 미제공, VOD 미제공 등 자료출처 불분명
- 드라마 제작사는 엔딩 크레딧을 기준으로 작성했으며, 문화산업전문회사¹²⁾ 제외

11) 2016년 1월-9월에 편성된 프로그램 기준으로 작성됨.

12) 문화산업전문회사(SPC, Special Purpose Company)란 “회사의 자산을 문화산업의 특정 사업에 운영하고 그 수익을 투자자·사원·주주에게 배분하는 회사”를 의미한다. 2006년 문화체육관광부가 콘텐츠 산업의 투자활성화를 목적으로 도입하고 법인세 면제 혜택을 제공하고 있다. 문전사는 직원이 없는 페이퍼 컴퍼니이기 때문에 직접 드라마를 제작할 수 없다 (유건식·문상현, 2014).

〈표Ⅳ-23〉 분석대상 드라마 리스트(채널별)

방송사	드라마	편수	평균시청률
KBS1	대하드라마(장영실)	24	11.8
	반짝반짝작은별	2	0.4
	이중섭탄생다큐드라마(중섭)	2	3.0
	일일연속극(별난가족)	111	21.7
	일일연속극(우리집꿀단지)	85	27.0
KBS2	KBS2TV청춘3부작드라마(페이지터너)	3	4.5
	KBS드라마스페셜(빨간선생님)	1	2.6
	TV소설(내마음의꽃비)	128	9.8
	TV소설(별이되어빛나리)	40	12.5
	TV소설(저하늘에태양이)	16	6.6
	공사창립특별기획(태양의후예)	16	31.8
	수목드라마(공항가는길)	4	8.3
	수목드라마(마스터국수의신)	40	15.1
	월화드라마(구르미그린달빛)	12	17.9
	월화드라마(동네변호사조들호)	20	14.7
	월화드라마(무림학교)	16	3.6
	월화드라마(백희가돌아왔다)	4	10.9
	월화드라마(베이비시터)	4	3.6
	월화드라마(뷰티풀마인드)	14	4.2
	월화드라마(오마이비너스)	6	28.1
	일일드라마(다잘될거야)	21	17.3
	일일드라마(여자의비밀)	134	32.2
	일일드라마(천상의약속)	102	18.4
	주말연속극(부탁해요엄마)	14	36.1
	주말연속극(아이가다섯)	54	29.2
	주말연속극(월계수양복점신사들)	10	25.8
	특별기획드라마(장사의신객주2015)	14	10.8
	특별기획드라마(함부로애뜻하게)	40	20.7
MBC	MBC아침드라마(내일도승리)	86	13.6
	MBC아침드라마(좋은사람)	102	10.4
	마이리틀베이비	16	1.7
	설특집극(풍당풍당LOVE)	1	4.7

방송사	드라마	편수	평균시청률
	수목미니시리즈(W)	16	12.8
	수목미니시리즈(굿바이미스터블랙)	20	7.3
	수목미니시리즈(달콤살벌패밀리)	4	4.9
	수목미니시리즈(쇼핑왕루이)	4	7.3
	수목미니시리즈(운빨로맨스)	16	9.1
	수목미니시리즈(한번더해피엔딩)	16	6.0
	월화특별기획(몬스터)	50	10.5
	월화특별기획(캐리어를 끄는 여자)	2	8.8
	월화특별기획(화려한유혹)	25	13.3
	일일연속극(다시시작해)	91	8.0
	일일연속극(최고의연인)	97	9.4
	일일특별기획(아름다운당신)	174	28.3
	일일특별기획(워킹맘육아대디)	190	20.7
	주말드라마(가화만사성)	51	17.4
	주말드라마(불어라미풍아)	20	26.5
	주말드라마(엄마)	16	22.7
	주말특별기획(결혼계약)	16	22.5
	주말특별기획(내딸금사월)	17	35.0
	창사특별기획(옥중화)	39	21.0
	SBS	UHD드라마(미스터리신입생)	2
UHD특집드라마(나청림의원납치사건)		2	3.0
드라마스페셜(돌아와요아저씨)		32	10.2
드라마스페셜(딴따라)		36	18.8
드라마스페셜(리멤버아들의전쟁)		14	20.1
드라마스페셜(윌티드)		32	14.6
설날특집UHD드라마(영주)		4	9.3
신년특집UHD드라마(떡)		2	6.1
아침연속극(사랑이오네요)		68	10.0
아침일일연속극(내사위의여자)		120	10.8
월화드라마(닥터스)		20	21.3
월화드라마(달의연인보보경심려)		44	31.5
월화드라마(대박)		48	20.7
일일드라마(당신은선물)		148	14.8

IV. 미디어 다양성 조사결과

방송사	드라마	편수	평균시청률
	일일드라마(마녀의성)	109	10.3
	주말드라마(그래그런거야)	54	10.7
	주말드라마(우리갑순이)	20	16.2
	주말특별기획(끝에서두번째사랑)	39	29.8
	주말특별기획(미녀공심이)	20	14.8
	주말특별기획(애인있어요)	17	7.7
	창사특별기획(육룡이나르샤)	24	18.2
	특별기획(미세스캡2)	20	10.6
JTBC	금토드라마(오늘만사는로맨스판타스틱)	9	2.3
	금토드라마(옥씨남정기)	32	5.0
	금토드라마(청춘시대여대생밀착동거담)	24	2.7
	마담앙트완	32	1.5
	조선청춘설화(마녀보감)	60	7.8
tvN	굿와이프	16	5.1
	기억	16	3.0
	더케이투	16	1.3
	디어마이프렌즈	32	10.5
	불금불토스페셜(신데렐라와네명의기사)	45	9.0
	시그널	16	9.4
	월화드라마(또오해영)	36	14.4
	월화드라마(싸우자귀신아)	32	7.3
	월화드라마(치즈인더트랩)	48	18.5
	월화드라마(혼술남녀)	8	3.4
	응답하라1988	4	18.1
	일촉즉발협상극피리부는사나이	16	2.2
OCN	동네의영웅	1	1.1
	뱀파이어탐정	12	0.9
	세금징수사기팀38사기동대	32	7.5
	시크릿메세지	12	0.7
합계(94편)		3380	1195.1

자료: AGB Nielson이 제공하는 분석기간 중 채널별 프로그램 편성표 참고. 단, 초방편성 프로그램에 한정(재방, 구매편성 제외)

(1) 전체 채널 기준

● 공급 측면

- 총 71*개의 제작사가 94개(공동제작 중복 카운트 시 129개)의 프로그램을 제작, HHI는 271.0에 불과, 전혀 집중되어 있지 않은 상태라고 할 수 있음
 * KBS한국방송, KBS미디어, KBS제주는 KBS로 합산, MBC, MBCC&I는 MBC로 합산, SBS, SBSPlus는 SBS로 합산, CJ E&M, 스튜디오드래곤, tvN는 CJ E&M으로 합산 하였음
- 총 129개 프로그램 중 KBS*가 11개 프로그램을 제작, 가장 많은 프로그램을 제작하고 있으나, 그 비율은 8.5% 수준
 * KBS제주와 계열사인 KBS미디어 포함
- CJ E&M 계열사인 tvN과 스튜디오드래곤이 총 9개의 프로그램(7.0%)*을 제작, MBC와 SBS보다 더 많은 수의 프로그램을 제작, 공급하고 있음
 * 지상파채널 드라마 2편, PP채널 드라마 7편

〈표Ⅳ-24〉 전체 드라마 제작사의 프로그램 개수 비율

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
KBS (KBS한국방송, KBS제주, KBS미디어)	11	8.5%	72.7
CJ E&M (CJE&M, 스튜디오드래곤, tvN)	9	7.0%	48.7
MBC (MBC, MBCC&I)	6	4.7%	21.6
SBS (SBS, SBSPlus)	5	3.9%	15.0
JTBC(Dramahouse)	4	3.1%	9.6
팬엔터테인먼트	4	3.1%	9.6
DK	3	2.3%	5.4

IV. 미디어 다양성 조사결과

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
DREAMe&m	3	2.3%	5.4
GnG프로덕션	3	2.3%	5.4
HE&M	3	2.3%	5.4
SM Culture&Contents	3	2.3%	5.4
삼화네트웍스	3	2.3%	5.4
에이스토리	3	2.3%	5.4
초록뱀미디어	3	2.3%	5.4
GT엔터테인먼트	2	1.6%	2.4
HB엔터테인먼트	2	1.6%	2.4
iHQ	2	1.6%	2.4
김종학프로덕션	2	1.6%	2.4
래몽래인	2	1.6%	2.4
소금빛미디어	2	1.6%	2.4
이김Production&Company	2	1.6%	2.4
재미난프로젝트	2	1.6%	2.4
후너스엔터테인먼트	2	1.6%	2.4
Amuse	1	0.8%	0.6
APOLLOPICTURES	1	0.8%	0.6
BaramiBunda	1	0.8%	0.6
CONTENTK	1	0.8%	0.6
DreamTentertainment	1	0.8%	0.6
FIBPictures	1	0.8%	0.6
FNCENTERTAINMENT	1	0.8%	0.6
H BROTHERS	1	0.8%	0.6
JPE&M	1	0.8%	0.6
JSpictures	1	0.8%	0.6
KROSSPICTURES	1	0.8%	0.6

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
KZGALAXYKOREA	1	0.8%	0.6
made aisa XD	1	0.8%	0.6
MASS	1	0.8%	0.6
MEDIAPARK	1	0.8%	0.6
MEDIANART	1	0.8%	0.6
MI	1	0.8%	0.6
NEW	1	0.8%	0.6
P	1	0.8%	0.6
S PEACE	1	0.8%	0.6
STARJENTERTAINMENT	1	0.8%	0.6
STORYPLANT	1	0.8%	0.6
TAEWONENTERTAINMENT	1	0.8%	0.6
TheStoryworks	1	0.8%	0.6
THEUNICORN	1	0.8%	0.6
UNIVERSAL	1	0.8%	0.6
wellmadeyedang	1	0.8%	0.6
YGentertainment	1	0.8%	0.6
그룹에이트	1	0.8%	0.6
네오	1	0.8%	0.6
로고스필름(주)	1	0.8%	0.6
몽작소	1	0.8%	0.6
베르디미디어	1	0.8%	0.6
뿌리깊은나무들 (주)REDWOODS	1	0.8%	0.6
스케치미디어	1	0.8%	0.6
신영이엔씨	1	0.8%	0.6
아이윌미디어	1	0.8%	0.6

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
앨앤홀딩스	1	0.8%	0.6
에이치픽처스	1	0.8%	0.6
에이트웍스	1	0.8%	0.6
이관희프로덕션	1	0.8%	0.6
이매진아시아	1	0.8%	0.6
(주)더케이엔터테인먼트	1	0.8%	0.6
(주)라이너스픽처스	1	0.8%	0.6
(주)메이퀸픽처스	1	0.8%	0.6
주식회사엔젤리크	1	0.8%	0.6
(주)차디오스텍	1	0.8%	0.6
지담	1	0.8%	0.6
합계*	129	100%	271.0

자료: AGB Nielson이 제공하는 분석기간 중 채널별 프로그램 편성표 및 프로그램 앤딩크레딧 참고
 단, 초방편성 프로그램에 한정(재방, 구매편성 제외)

* 제작 드라마 개수가 1개인 제작사 48개의 비중은 38.4%

● 이용 측면

- (시청률 총합 기준) 프로그램의 시청률 총합을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 644.7 수준으로, 공급 측면의 HHI보다는 증가하였으나, 여전히 집중 되어 있지 않은 상태
- 프로그램 제작 편수가 가장 많은 KBS가 시청률의 합에서도 가장 높은 비율(19.2%)을 차지하고 있음
- 공급 편수에서는 2위를 차지했던 CJ E&M의 시청률 총합의 비율은 1.3%에 불과

〈표Ⅳ-25〉 전체 드라마 제작사의 시청률 종합 비율

제작사명	시청률 종합	비율 %	HHI
KBS (KBS한국방송, KBS제주, KBS미디어)	7595.5	19.2%	370.1
MBC (MBC, MBCC&I)	3091.6	7.8%	61.3
DK	2194.1	5.6%	30.9
팬엔터테인먼트	1956.6	5.0%	24.6
네오	1881.5	4.8%	22.7
SBS (SBS, SBSPlus)	1868.5	4.7%	22.4
에이스토리	1748.4	4.4%	19.6
GnG프로덕션	1606.9	4.1%	16.6
HE&M	1248.9	3.2%	10.0
스케치미디어	1230.8	3.1%	9.7
래몽래인	1176.8	3.0%	8.9
DreamTentertainment	1079.5	2.7%	7.5
김종학프로덕션	899.1	2.3%	5.2
STORYPLANT	886.7	2.2%	5.0
삼화네트웍스	825.2	2.1%	4.4
후너스엔터테인먼트	761.4	1.9%	3.7
DREAMe&m	715.6	1.8%	3.3
이김Production&Company	673.7	1.7%	2.9
지담	594.5	1.5%	2.3
NEW	508.8	1.3%	1.7
CJ E&M (CJE&M, 스튜디오드래곤, tvN)	505.4	1.3%	1.6
SMCulture&Contents	504.1	1.3%	1.6

IV. 미디어 다양성 조사결과

제작사명	시청률 총합	비율 %	HHI
뿌리깊은나무들(주)REDWOODS	437.5	1.1%	1.2
초록뱀미디어	415.5	1.1%	1.1
이관희프로덕션	363.2	0.9%	0.8
소금빛미디어	341.3	0.9%	0.7
(주)메이퀸픽처스	333.4	0.8%	0.7
TheStoryworks	295.2	0.7%	0.6
재미난프로젝트	286.2	0.7%	0.5
로고스필름(주)	280.9	0.7%	0.5
(주)더케이엔터테인먼트	247.9	0.6%	0.4
iHQ	220.6	0.6%	0.3
GTENTERTAINMENT	170.4	0.4%	0.2
wellmadeyedang	169.5	0.4%	0.2
베르디미디어	151.2	0.4%	0.1
H BROTHERS	145.8	0.4%	0.1
(주)차디오스텍	132.3	0.3%	0.1
아이월미디어	130.2	0.3%	0.1
(주)라이너스픽처스	128.9	0.3%	0.1
주식회사엔젤리크	128.9	0.3%	0.1
DRAMAHOUSE	119.4	0.3%	0.1
이매진아시아	116.7	0.3%	0.1
KROSSPICTURES	98.7	0.3%	0.1
P	98.7	0.3%	0.1
에이트웍스	98.7	0.3%	0.1
BaramiBunda	86.6	0.2%	0.0
UNIVERSAL	86.6	0.2%	0.0
YGentertainment	86.6	0.2%	0.0
신영이엔씨	81.6	0.2%	0.0

2016년 미디어다양성 조사 연구

제작사명	시청률 총합	비율 %	HHI
HBENTERTAINMENT	66.1	0.2%	0.0
THEUNICORN	58.5	0.1%	0.0
그룹에이트	58.5	0.1%	0.0
JSpictures	57.3	0.1%	0.0
APOLLOPICTURES	51.7	0.1%	0.0
MEDIANART	51.7	0.1%	0.0
MI	48.7	0.1%	0.0
KZGALAXYKOREA	45.2	0.1%	0.0
made aisa XD	45.2	0.1%	0.0
FNCENTERTAINMENT	43.4	0.1%	0.0
CONTENTK	35.7	0.1%	0.0
S PEACE	27.9	0.1%	0.0
TAEWONENTERTAINMENT	19.5	0.0%	0.0
몽작소	18.7	0.0%	0.0
앨앤홀딩스	14.2	0.0%	0.0
에이치픽처스	10.7	0.0%	0.0
FIBPictures	9.3	0.0%	0.0
JPE&M	9.3	0.0%	0.0
STARJENTERTAINMENT	1.1	0.0%	0.0
MEDIAPARK	0.9	0.0%	0.0
Amuse	0.9	0.0%	0.0
MASS	0.9	0.0%	0.0
합계*	39482.4	100%	644.7

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률의 총합. 지상파 프로그램의 시청률은 가구단위, 수도권 기준으로 산출하며, PP 프로그램의 시청률은 유료방송가구단위, 전국 기준으로 산출
 * 시청률의 총합의 비율이 1%가 되지 않는 제작사는 총 47개

- (편당 시청률 기준) 프로그램의 편당 시청률을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 216.2 수준으로, 공급측면의 HHI보다도 낮은 수준이며, 전혀 집중되어 있지 않은 상태
- <내딸금사월>을 제작한 지담과 <태양의 후예>를 제작한 New가 시청률의 합에서 높은 비율을 차지하고 있음
- 공급 편수에서는 2위를 차지했던 CJ E&M의 시청률 총합의 비율은 0.9%에 불과

〈표Ⅳ-26〉 전체 드라마 제작사의 편당 시청률 비율

제작사명	편당 시청률	비율 %	HHI
지담	35.0	5.3%	28.2
NEW	31.8	4.8%	23.3
이관희프로덕션	22.7	3.4%	11.9
에이스토리	22.1	3.4%	11.3
로고스필름(주)	20.1	3.0%	9.3
네오	18.4	2.8%	7.8
김종학프로덕션	18.3	2.8%	7.8
뿌리깊은나무들(주)REDWOODS	18.2	2.8%	7.7
KBS (KBS한국방송, KBS제주, KBS미디어)	17.5	2.6%	7.0
STORYPLANT	17.4	2.6%	7.0
DreamTentertainment	16.1	2.4%	6.0
TheStoryworks	14.8	2.2%	5.0
스케치미디어	14.1	2.1%	4.6
팬엔터테인먼트	13.7	2.1%	4.3
(주)메이퀸픽처스	13.3	2.0%	4.1
(주)차디오스텍	13.2	2.0%	4.0
GnG프로덕션	13.0	2.0%	3.9
DK	12.8	1.9%	3.7
FNCENTERTAINMENT	10.9	1.6%	2.7

2016년 미디어다양성 조사 연구

제작사명	편당 시청률	비율 %	HHI
소금빛미디어	10.3	1.6%	2.5
(주)더케이엔터테인먼트	10.3	1.6%	2.5
HE&M	10.3	1.6%	2.5
MBC (MBC, MBCC&i)	10.3	1.6%	2.4
SM Culture&Contents	10.1	1.5%	2.3
(주)라이너스픽처스	9.9	1.5%	2.3
주식회사엔젤리크	9.9	1.5%	2.3
이김Production&Company	9.6	1.5%	2.1
iHQ	9.6	1.5%	2.1
래몽라인	9.6	1.5%	2.1
초록뱀미디어	9.4	1.4%	2.1
wellmadeyedang	9.4	1.4%	2.0
몽작소	9.4	1.4%	2.0
SBS (SBS, SBSPlus)	9.3	1.4%	2.0
삼화네트웍스	9.2	1.4%	1.9
H BROTHERS	9.1	1.4%	1.9
후너스엔터테인먼트	9.1	1.4%	1.9
재미난프로젝트	8.4	1.3%	1.6
BaramiBunda	7.9	1.2%	1.4
UNIVERSAL	7.9	1.2%	1.4
YGentertainment	7.9	1.2%	1.4
아이월미디어	7.7	1.2%	1.4
베르디미디어	7.6	1.1%	1.3
이매진아시아	7.3	1.1%	1.2
DREAMe&m	6.8	1.0%	1.0
GTENTERTAINMENT	6.3	1.0%	0.9
KROSSPICTURES	6.2	0.9%	0.9
P	6.2	0.9%	0.9

IV. 미디어 다양성 조사결과

제작사명	편당 시청률	비율 %	HHI
에이트웍스	6.2	0.9%	0.9
CJE&M (CJE&M, 스튜디오드래곤, tvN)	5.8	0.9%	0.8
신영이엔씨	5.1	0.8%	0.6
TAEWONENTERTAINMENT	4.9	0.7%	0.5
FIBPictures	4.6	0.7%	0.5
JPE&M	4.6	0.7%	0.5
THEUNICORN	3.7	0.6%	0.3
그룹에이트	3.7	0.6%	0.3
JSpictures	3.6	0.5%	0.3
앨앤홀딩스	3.6	0.5%	0.3
Mi	3.0	0.5%	0.2
KZGALAXYKOREA	3.0	0.5%	0.2
made aisa XD	3.0	0.5%	0.2
APOLLOPICTURES	2.6	0.4%	0.2
MEDIANART	2.6	0.4%	0.2
CONTENTK	2.2	0.3%	0.1
HBENTERTAINMENT	2.1	0.3%	0.1
DRAMAHOUSE	1.9	0.3%	0.1
S PEACE	1.7	0.3%	0.1
STARJENTERTAINMENT	1.1	0.2%	0.0
에이치픽처스	0.9	0.1%	0.0
MEDIAPARK	0.4	0.1%	0.0
Amuse	0.2	0.0%	0.0
MASS	0.2	0.0%	0.0
합계	659.0	100%	216.2

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률의 평균값. 단, 지상파 프로그램의 시청률은 가구단위, 수도권 기준으로 산출하며, PP 프로그램의 시청률은 유료방송가구단위, 전국 기준으로 산출

* 연 평균 시청률이 10%가 되지 않는 제작사는 총 47개

(2) 지상파 채널 기준

● 공급 측면

- 총 54개의 제작사가 73개(공동제작 중복 카운트 시 93개)의 프로그램을 제작, HHI는 350.3 수준으로, 집중되어 있지 않은 상태라고 할 수 있음
- 총 93개의 프로그램 중 KBS*가 11개 프로그램을 제작, 가장 많은 프로그램을 제작하고 있으나, 그 비율은 11.8% 수준
 - * KBS제주와 계열사인 KBS미디어 포함
- 지상파3사를 제외하고는 팬엔터테인먼트가 가장 많은 프로그램(4개)을 제작하고 있으며, DK와 HE&M이 3편을 제작하고 있음

〈표Ⅳ-27〉 지상파 드라마 제작사의 프로그램 개수 비율

제작사	프로그램 개수*	비율%	HHI
KBS (KBS한국방송, KBS제주, KBS미디어)	11	11.8%	139.9
MBC (MBC, MBCC&I)	6	6.5%	41.6
SBS (SBS, SBSPlus)	5	5.4%	28.9
팬엔터테인먼트	4	4.3%	18.5
DK	3	3.2%	10.4
HE&M	3	3.2%	10.4
CJE&M(스튜디오드래곤)	2	2.2%	4.6
DREAMe&m	2	2.2%	4.6
GnG프로덕션	2	2.2%	4.6
iHQ	2	2.2%	4.6
SMCulture&Contents	2	2.2%	4.6
김종학프로덕션	2	2.2%	4.6

Ⅳ. 미디어 다양성 조사결과

제작사	프로그램 개수*	비율%	HHI
래몽래인	2	2.2%	4.6
삼화네트웍스	2	2.2%	4.6
소금빛미디어	2	2.2%	4.6
이김Production&Company	2	2.2%	4.6
재미난프로젝트	2	2.2%	4.6
초록뱀미디어	2	2.2%	4.6
후너스엔터테인먼트	2	2.2%	4.6
BaramiBunda	1	1.1%	1.2
DreamTentertainment	1	1.1%	1.2
FIBPictures	1	1.1%	1.2
FNCENTERTAINMENT	1	1.1%	1.2
GTENTERTAINMENT	1	1.1%	1.2
H BROTHERS	1	1.1%	1.2
JPE&M	1	1.1%	1.2
JSpictures	1	1.1%	1.2
MDEIAPARK	1	1.1%	1.2
NEW	1	1.1%	1.2
S PEACE	1	1.1%	1.2
STORYPLANT	1	1.1%	1.2
TAEWONENTERTAINMENT	1	1.1%	1.2
TheStoryworks	1	1.1%	1.2
UNIVERSAL	1	1.1%	1.2
wellmadeyedang	1	1.1%	1.2
YGentertainment	1	1.1%	1.2
네오	1	1.1%	1.2
로고스필름(주)	1	1.1%	1.2
몽작소	1	1.1%	1.2
베르디미디어	1	1.1%	1.2
뿌리깊은나무들(주)REDWOODS	1	1.1%	1.2
스케치미디어	1	1.1%	1.2
신영이엔씨	1	1.1%	1.2

제작사	프로그램 개수*	비율%	HHI
아이윌미디어	1	1.1%	1.2
엘앤홀딩스	1	1.1%	1.2
에이스토리	1	1.1%	1.2
이관희프로덕션	1	1.1%	1.2
이매진아시아	1	1.1%	1.2
(주)더케이엔터테인먼트	1	1.1%	1.2
(주)라이너스픽처스	1	1.1%	1.2
(주)메이퀸픽처스	1	1.1%	1.2
주식회사엔젤리크	1	1.1%	1.2
(주)차디오스텍	1	1.1%	1.2
지담	1	1.1%	1.2
합계	93	100%	350.3

자료: AGB Nielson이 제공하는 분석기간 중 채널별 프로그램 편성표 및 프로그램 앤딩크레딧 참고
단, 초방편성 프로그램에 한정(재방, 구매편성 제외)

● 이용 측면

- (시청률 총합 기준) 프로그램의 시청률 총합을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 701.6 수준으로, 공급 측면의 HHI보다는 증가하였으나, 여전히 집중 되어 있지 않은 상태
- 프로그램 제작 편수가 가장 많은 KBS가 시청률의 합에서도 가장 높은 비율(20.2%)을 차지하고 있음

* <MBC일일드라마(워킹맘 육아대디)>와 <KBS2일일드라마(여자의 비밀)>를 제작하는 DK의 경우, 제작편수에 비해 시청률의 합이 높음

〈표Ⅳ-28〉 지상파 드라마 제작사의 시청률 종합 비율

제작사	시청률 합*	비율%	HHI
KBS (KBS한국방송, KBS제주, KBS미디어)	7595.5	20.2%	407.6
MBC (MBC, MBCC&I)	3091.6	8.2%	67.5
DK	2194.1	5.8%	34.0
팬엔터테인먼트	1956.6	5.2%	27.0
네오	1881.5	5.0%	25.0
SBS(SBS, SBSPlus)	1868.5	5.0%	24.7
GnG프로덕션	1595.0	4.2%	18.0
에이스토리	1577.2	4.2%	17.6
HE&M	1248.9	3.3%	11.0
스케치미디어	1230.8	3.3%	10.7
래몽라인	1176.8	3.1%	9.8
DreamTentertainment	1079.5	2.9%	8.2
김종학프로덕션	899.1	2.4%	5.7
STORYPLANT	886.7	2.4%	5.6
삼화네트웍스	785.6	2.1%	4.4
후너스엔터테인먼트	761.4	2.0%	4.1
DREAMe&m	699.4	1.9%	3.5
이김Production&Company	673.7	1.8%	3.2
지담	594.5	1.6%	2.5
NEW	508.8	1.4%	1.8
SM Culture&Contents	444.1	1.2%	1.4
뿌리깊은나무들(주)REDWOODS	437.5	1.2%	1.4
이관희프로덕션	363.2	1.0%	0.9
소금빛미디어	341.3	0.9%	0.8
(주)메이퀸픽처스	333.4	0.9%	0.8
TheStoryworks	295.2	0.8%	0.6
재미난프로젝트	286.2	0.8%	0.6
초록뱀미디어	285.7	0.8%	0.6
로고스필름(주)	280.9	0.7%	0.6

2016년 미디어다양성 조사 연구

제작사	시청률 합*	비율%	HHI
(주)더케이엔터테인먼트	247.9	0.7%	0.4
iHQ	220.6	0.6%	0.3
wellmadeyedang	169.5	0.5%	0.2
베르디미디어	151.2	0.4%	0.2
H BROTHERS	145.8	0.4%	0.2
(주)차디오스텍	132.3	0.4%	0.1
아이윌미디어	130.2	0.3%	0.1
(주)라이너스픽처스	128.9	0.3%	0.1
주식회사엔젤리크	128.9	0.3%	0.1
이매진아시아	116.7	0.3%	0.1
BaramiBunda	86.6	0.2%	0.1
GTENTERTAINMENT	86.6	0.2%	0.1
UNIVERSAL	86.6	0.2%	0.1
YGentertainment	86.6	0.2%	0.1
신영이엔씨	81.6	0.2%	0.0
JSpictures	57.3	0.2%	0.0
CJE&M(스튜디오드래곤)	50.8	0.1%	0.0
FNCENTERTAINMENT	43.4	0.1%	0.0
S PEACE	27.9	0.1%	0.0
TAEWONENTERTAINMENT	19.5	0.1%	0.0
몽작소	18.7	0.0%	0.0
앨앤홀딩스	14.2	0.0%	0.0
FIBPictures	9.3	0.0%	0.0
JPE&M	9.3	0.0%	0.0
MEDIAPARK	0.9	0.0%	0.0
합계	37623.8	100.0%	701.6

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률의 총합. 시청률은 가구단위, 수도권 기준으로 산출

- (편당 시청률 기준) 프로그램의 편당 시청률을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 247.0 수준으로, 공급측면의 HHI보다도 낮은 수준이며, 전혀 집중되어 있지 않은 상태
- <내딸금사월>을 제작한 지담과 태양의 후예를 제작한 New가 시청률의 합에서 높은 비율을 차지하고 있음

〈표Ⅳ-29〉 지담과 드라마 제작사의 편당 시청률 비율

제작사명	편당 시청률*	비율 %	HHI
지담	35.0	5.6%	30.8
NEW	31.8	5.0%	25.5
에이스토리	29.2	4.6%	21.5
이관희프로덕션	22.7	3.6%	13.0
로고스필름(주)	20.1	3.2%	10.1
네오	18.4	2.9%	8.6
김종학프로덕션	18.3	2.9%	8.5
뿌리깊은나무들(주)REDWOODS	18.2	2.9%	8.4
KBS (KBS한국방송, KBS제주, KBS미디어)	17.5	2.8%	7.7
STORYPLANT	17.4	2.8%	7.6
DreamTentertainment	16.1	2.6%	6.5
GnG프로덕션	14.8	2.3%	5.5
TheStoryworks	14.8	2.3%	5.5
스케치미디어	14.1	2.2%	5.0
팬엔터테인먼트	13.7	2.2%	4.7
(주)메이퀸픽처스	13.3	2.1%	4.5
(주)차디오스텍	13.2	2.1%	4.4
SMCulture&Contents	13.1	2.1%	4.3

2016년 미디어다양성 조사 연구

제작사명	편당 시청률*	비율 %	HHI
DK	12.8	2.0%	4.1
초록뱀미디어	11.0	1.7%	3.0
FNCENTERTAINMENT	10.9	1.7%	3.0
삼화네트웍스	10.6	1.7%	2.8
소금빛미디어	10.3	1.6%	2.7
(주)더케이엔터테인먼트	10.3	1.6%	2.7
HE&M	10.3	1.6%	2.7
MBC(MBC, MBCC&I)	10.3	1.6%	2.7
(주)라이너스픽처스	9.9	1.6%	2.5
주식회사엔젤리크	9.9	1.6%	2.5
이김Production&Company	9.6	1.5%	2.3
iHQ	9.6	1.5%	2.3
래몽래인	9.6	1.5%	2.3
wellmadeyedang	9.4	1.5%	2.2
몽작소	9.4	1.5%	2.2
SBS(SBS, SBSplus)	9.3	1.5%	2.2
H BROTHERS	9.1	1.4%	2.1
후너스엔터테인먼트	9.1	1.4%	2.1
CJE&M(스튜디오드래곤)	8.5	1.3%	1.8
재미난프로젝트	8.4	1.3%	1.8
BaramiBunda	7.9	1.2%	1.6
GTENTERTAINMENT	7.9	1.2%	1.6
UNIVERSAL	7.9	1.2%	1.6
YGentertainment	7.9	1.2%	1.6
아이윌미디어	7.7	1.2%	1.5

IV. 미디어 다양성 조사결과

제작사명	편당 시청률*	비율 %	HHI
베르디미디어	7.6	1.2%	1.4
DREAME&m	7.4	1.2%	1.4
이매진아시아	7.3	1.2%	1.3
신영이엔씨	5.1	0.8%	0.7
TAEWONENTERTAINMENT	4.9	0.8%	0.6
FIBPictures	4.6	0.7%	0.5
JPE&M	4.6	0.7%	0.5
JSpictures	3.6	0.6%	0.3
앨앤홀딩스	3.6	0.6%	0.3
S PEACE	1.7	0.3%	0.1
MDEIAPARK	0.4	0.1%	0.0
합계	630.0	100%	247.0

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률의 평균값. 시청률은 가구단위, 수도권 기준으로 산출

(3) PP 채널의 기준

● 공급 측면

- 총 25개의 제작사가 21개*(공동제작 중복 카운트 시 36개)의 프로그램을 제작, HHI는 725.3 수준으로, 집중되어 있지 않은 상태라고 할 수 있음
- 총 36개의 프로그램 중 CJ E&M*이 7개 프로그램을 제작, 가장 많은 프로그램을 제작하고 있으며, 그 비율은 19.4% 수준

* CJ E&M, 스튜디오드래곤, tvN 포함

〈표Ⅳ-30〉 PP 드라마 제작사의 프로그램 개수 비율

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
CJE&M (CJE&M, 스튜디오드래곤, tvN)	7	19.4%	378.1
JTBC(DRAMAHOUSE)	4	11.1%	123.5
에이스토리	2	5.6%	30.9
HBENTERTAINMENT	2	5.6%	30.9
초록뱀미디어	1	2.8%	7.7
KROSSPICTURES	1	2.8%	7.7
P	1	2.8%	7.7
에이트웍스	1	2.8%	7.7
GTENTERTAINMENT	1	2.8%	7.7
SMCulture&Contents	1	2.8%	7.7
THEUNICORN	1	2.8%	7.7
그룹에이트	1	2.8%	7.7
M1	1	2.8%	7.7
KZGALAXYKOREA	1	2.8%	7.7
made aisa XD	1	2.8%	7.7
APOLLOPICTURES	1	2.8%	7.7
MEDIANART	1	2.8%	7.7
삼화네트웍스	1	2.8%	7.7
CONTENTK	1	2.8%	7.7
DREAMe&m	1	2.8%	7.7
STARJENTERTAINMENT	1	2.8%	7.7
에이치픽처스	1	2.8%	7.7
GnG프로덕션	1	2.8%	7.7
Amuse	1	2.8%	7.7
MASS	1	2.8%	7.7
합계	36	100%	725.3

자료: AGB Nielson이 제공하는 분석기간 중 채널별 프로그램 편성표 및 프로그램 앤딩크레딧 참고
단, 초방편성 프로그램에 한정(재방, 구매편성 제외)

● 이용 측면

- (시청률 총합 기준) 프로그램의 시청률 총합을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 967.4 수준으로, 공급 측면의 HHI보다는 증가하였으나, 여전히 집중 되어 있지 않은 상태

- 프로그램 제작 편수가 많은 CJ E&M*이 시청률의 합에서도 가장 높은 비율(24.5%)을 차지하고 있음

* CJ E&M, 스튜디오드래곤, tvN 포함

* JTBC 방영 <오늘만 사는 로맨스>와 tvN 방영 <시그널>을 제작한 에이스토리의 경우, 제작편수(2편)에 비해 시청률의 합이 높음

〈표Ⅳ-31〉 PP 드라마 제작사의 시청률 총합 비율

제작사	시청률 합	비율%	HHI
CJE&M (CJE&M, 스튜디오드래곤, tvN)	455.5	24.5%	600.6
에이스토리	171.2	9.2%	84.9
초록뱀미디어	129.8	7.0%	48.8
JTBC(DRAMAHOUSE)	119.4	6.4%	41.3
KROSSPICTURES	98.7	5.3%	28.2
P	98.7	5.3%	28.2
에이트웍스	98.7	5.3%	28.2
GTENTERTAINMENT	83.8	4.5%	20.3
HBENTERTAINMENT	66.1	3.6%	12.6
SMCulture&Contents	60.0	3.2%	10.4
THEUNICORN	58.5	3.1%	9.9
그룹에이트	58.5	3.1%	9.9
APOLLOPICTURES	51.7	2.8%	7.7
MEDIANART	51.7	2.8%	7.7
MI	48.7	2.6%	6.9
KZGALAXYKOREA	45.2	2.4%	5.9
made aisa XD	45.2	2.4%	5.9
삼화네트웍스	39.7	2.1%	4.6

제작사	시청률 합	비율%	HHI
CONTENTK	35.7	1.9%	3.7
DREAMe&m	16.2	0.9%	0.8
GnG프로덕션	11.9	0.6%	0.4
에이치픽처스	10.7	0.6%	0.3
STARJENTERTAINMENT	1.1	0.1%	0.0
Amuse	0.9	0.0%	0.0
MASS	0.9	0.0%	0.0
합계	18587	100%	967.4

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률의 총합. 시청률은 유료방송가구단위, 전국 기준으로 산출

- (편당 시청률 기준) 편당 시청률을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 561.5 수준으로, 공급 측면의 HHI보다 낮은 수준이며, 전혀 집중되어 있지 않은 상태
- <또오해영>을 제작한 초록뱀미디어가 가장 높은 비율(8.8%)을 차지하고 있음

〈표Ⅳ-32〉 PP 드라마 제작사의 편당 시청률 비율

제작사	편당 시청률	비율%	HHI
초록뱀미디어	7.2	8.8%	77.5
에이스토리	6.8	8.4%	69.9
KROSSPICTURES	6.2	7.5%	56.7
P	6.2	7.5%	56.7
에이트웍스	6.2	7.5%	56.7
CJE&M (CJE&M, 스튜디오드래곤, tN)	5.6	6.8%	46.0
GTENTERTAINMENT	5.2	6.4%	40.9
SMCulture&Contents	3.8	4.6%	21.0
THEUNICORN	3.7	4.5%	20.0
그룹에이트	3.7	4.5%	20.0

제작사	편당 시청률	비율%	HHI
M	3.0	3.7%	13.8
KZGALAXYKOREA	3.0	3.7%	13.5
made aisa XD	3.0	3.7%	13.5
APOLLOPICTURES	2.6	3.2%	10.0
MEDIANART	2.6	3.2%	10.0
삼화네트웍스	2.5	3.0%	9.2
CONTENTK	2.2	2.7%	7.4
HBENTERTAINMENT	2.1	2.6%	6.8
JTBC(DRAMAHOUSE)	1.9	2.3%	5.2
DREAMe&m	1.4	1.6%	2.7
STARJENTERTAINMENT	1.1	1.3%	1.8
에이치픽처스	0.9	1.1%	1.2
GnG프로덕션	0.7	0.9%	0.8
Amuse	0.2	0.3%	0.1
MASS	0.2	0.3%	0.1
합계	81.9	100.0%	561.5

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률의 평균. 시청률은 유료방송가구단위, 전국 기준으로 산출

(4) 집중도 지수(HHI) 비교

● 전체/지상파/PP 기준

- 전체를 기준으로 할 때의 집중도가 가장 낮으며, 지상파 채널에 비해 PP의 독립적인 제작사 집중도가 더 높음. 인하우스 제작사(또는 계열사)에 대한 의존도가 더 높음
- 전반적으로 공급측면보다 이용측면(시청률 총합 기준)의 집중도가 더 높음. 이는 공급되는 프로그램들 간에 시청률의 차이가 있음을 의미함
- 또한, 이러한 차이는 상대적으로 지상파에서 더욱 심하게 나타남. 이는 PP에 비해 지상파에서 제공하는 프로그램 간 시청률의 차이가 더욱 크다는

사실을 반증함 (다만, 절대적인 수치는 PP가 더 큼)

- 다만, 이러한 설명은 시청률 총합을 기준으로 할 때의 이용 측면에 대한 설명으로, 편당 시청률을 기준으로 했을 때는 그렇지 않음에 유의할 필요가 있음

〈표Ⅳ-33〉 전체/지상파/PP 독립적인 제작사의 집중도 지수(HH) 비교

		전체	지상파	PP
공급	프로그램 개수	271.0	350.3	725.3
이용	시청률 총합	644.7	701.6	967.4
	편당 시청률	216.2	247.0	561.5

나) 애니메이션

● 분석 개요

- 기간 : 2016년 1월 ~ 9월
- 대상 : 지상파(KBS1, KBS2, SBS, MBC, EBS), 종편(JTBC, MBN, TV조선, 채널A), 애니전문 PP채널(투니버스, 챔프)에서 편성/방영된 국산 애니메이션
- * (1) 재방송도 합산하여 계산, (2) 같은 프로그램의 시리즈물(터닝메카드1, 2)은 제작 주체가 동일하다는 가정 하에 합산하여 계산
- * 프로그램 시청률 합산은 7시~22시 사이(어린이 프로그램 시청시간대 적용)
- * 〈MBC 만화미당〉(총 166회)의 경우, 각 타이틀의 편성 일자를 알기 어려워 만화미당의 총 시청률을 각 타이틀(6개)의 편성 회수로 나눈 평균치를 활용
- 애니메이션 전문채널 선정: 분석기간 중 유료방송가구/전체 플랫폼 평균 시청률 상위 2개 채널 선정(투니버스, 챔프)

〈표Ⅳ-34〉 애니메이션 전문채널의 평균 시청률

채널	투니버스	챔프	카툰 네트워크	어린이T V	JET 재능TV	애니 맥스	디즈니 채널
시청률 평균	0.17	0.06	0.05	0.05	0.05	0.04	0.04

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 2016년 1~9월 채널 평균 시청률 참고, 시청률은 유료방송가구 단위, 전국 기준으로 산출

- 제외 : (1) 순수해외제작물 (ex. 피터래빗), (2) 프로그램정보 미제공, VOD 미제공 등 자료출처 불분명

(1) 전체 채널 기준

● 공급 측면

- 총 91개(해외제작사 포함)**의 제작사가 95개(공동제작 중복카운트 161개)의 프로그램을 제작, HHI는 271.2 수준으로, 전혀 집중되어 있지 않은 상태

* 중국, 말레이시아, 일본, 프랑스, 이탈리아, 영국 제작사 포함 총 14개

** KBS한국방송과 KBSN은 KBS로 합산, CJ E&M, 투니버스는 CJ E&M으로 합산, 부즈와 부즈클럽은 부즈로 합산하였음

- 지상파인 EBS가 가장 많은 개수(16개, 9.9%)를 제작하고 있으며, KBS가 11개(6.8%)로 그 다음으로 많은 개수 제작. 영실업(8개, 5.0%), CJ E&M(7개, 4.3%), 아이코닉스(5개, 3.1%)의 순. 상위 3개 제작사의 비율은 21.7% 수준

〈표Ⅳ-35〉 전체 애니메이션 제작사의 프로그램 개수 비율

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
EBS	16	9.9%	98.8
KBS (KBSN, KBS한국방송)	11	6.8%	46.7

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
영실업	8	5.0%	24.7
CJE&M (CJE&M, 투니버스)	7	4.3%	18.9
아이코닉스	5	3.1%	9.6
지앤지엔터테인먼트	4	2.5%	6.2
레트로봇	3	1.9%	3.5
삼지애니메이션	3	1.9%	3.5
올리브스튜디오	3	1.9%	3.5
캐릭터플랜	3	1.9%	3.5
투바엔터테인먼트	3	1.9%	3.5
퍼니플렉스	3	1.9%	3.5
dps	2	1.2%	1.5
대원미디어	2	1.2%	1.5
마로스튜디오	2	1.2%	1.5
부즈(부즈, 부즈클럽)	2	1.2%	1.5
비앤비웍스	2	1.2%	1.5
손오공	2	1.2%	1.5
스튜디오더블유바바	2	1.2%	1.5
스튜디오반달	2	1.2%	1.5
스튜디오버튼	2	1.2%	1.5
아빠셋	2	1.2%	1.5
일렉트릭서커스	2	1.2%	1.5
초이락컨텐츠팩토리	2	1.2%	1.5
하이원엔터테인먼트	2	1.2%	1.5
CFC(중국)	1	0.6%	0.4
ENPOP	1	0.6%	0.4
F5	1	0.6%	0.4
GiggleGarge(말레이시아)	1	0.6%	0.4
GMC	1	0.6%	0.4
HEEWON	1	0.6%	0.4
HONGDANGMOO	1	0.6%	0.4
INPKOREA	1	0.6%	0.4

IV. 미디어 다양성 조사결과

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
JM애니메이션	1	0.6%	0.4
KODANSHA(일본)	1	0.6%	0.4
Kth	1	0.6%	0.4
LOCO	1	0.6%	0.4
MBC	1	0.6%	0.4
Millimages(프랑스)	1	0.6%	0.4
NHCMEDIA	1	0.6%	0.4
Pjsystem	1	0.6%	0.4
QYEdutainment(중국)	1	0.6%	0.4
SOUL	1	0.6%	0.4
STUDIOGALE	1	0.6%	0.4
TAKTOON	1	0.6%	0.4
TIANPENG(중국)	1	0.6%	0.4
WILLPICTURES	1	0.6%	0.4
XYZDigital(중국)	1	0.6%	0.4
그래피직스	1	0.6%	0.4
대교어린이TV	1	0.6%	0.4
도에이애니메이션(일본)	1	0.6%	0.4
동우A&E	1	0.6%	0.4
디자인에그	1	0.6%	0.4
링동코리아	1	0.6%	0.4
매직영상	1	0.6%	0.4
메소드애니메이션(프랑스)	1	0.6%	0.4
몬도TV(이탈리아)	1	0.6%	0.4
문스쿱(프랑스)	1	0.6%	0.4
북이십일	1	0.6%	0.4
빅스크리에이티브스튜디오	1	0.6%	0.4
삼영애니메이션	1	0.6%	0.4
새한프로덕션	1	0.6%	0.4
선데이토즈	1	0.6%	0.4
선우엔터테인먼트	1	0.6%	0.4
스튜디오애니멀	1	0.6%	0.4

2016년 미디어다양성 조사 연구

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
시너지미디어	1	0.6%	0.4
시노드	1	0.6%	0.4
신동헌프로덕션	1	0.6%	0.4
아이스크림스튜디오	1	0.6%	0.4
아툰즈	1	0.6%	0.4
애니작	1	0.6%	0.4
에이콤프로덕션	1	0.6%	0.4
연두세상	1	0.6%	0.4
오로라월드	1	0.6%	0.4
오콘	1	0.6%	0.4
이노스토리	1	0.6%	0.4
자그툰(프랑스)	1	0.6%	0.4
조디악(영국)	1	0.6%	0.4
채널봄	1	0.6%	0.4
케이프로덕션	1	0.6%	0.4
코안스튜디오	1	0.6%	0.4
크레이지버드스튜디오	1	0.6%	0.4
타츠코노프로덕션(일본)	1	0.6%	0.4
테드월드	1	0.6%	0.4
토이미디어	1	0.6%	0.4
포브디지털	1	0.6%	0.4
프리윌컴퍼니	1	0.6%	0.4
플라잉피그	1	0.6%	0.4
한솔수북	1	0.6%	0.4
한호흥업	1	0.6%	0.4
형설앤	1	0.6%	0.4
합계	161	100%	271.2

자료: AGB Nielson이 제공하는 분석기간 중 채널별 프로그램 편성표 및 프로그램 앤딩크래딧 참고
 * 1편 제작한 제작사 66개의 비중은 41.0%

- 국내제작사로만 분석의 범위를 좁히면, 총 77개의 제작사가 147개(공동제작 중복 카운트)의 프로그램을 제작, HHI는 318.4 수준*으로 약간 증가
* 여전히 전혀 집중되지 않은 상태

● 이용 측면

- 프로그램의 시청률 총합을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 655.1 수준으로, 공급 측면의 HHI보다는 증가하였으나, 여전히 집중 되어 있지 않은 상태
- 프로그램 제작 편수가 많은 EBS가 시청률의 합에서도 가장 높은 비율(824.2, 17.9%)을 차지하고 있음. 상위 3개 제작사의 비율은 36.9% 수준
* <꼬마버스타요>, <뽀로로> 등을 제작한 아이코닉스의 경우, 제작편수(5편)에 비해 시청률의 합이 높음

〈표Ⅳ-36〉 전체 애니메이션 제작사의 시청 비율

제작사명	시청률 총합	비율 %	HHI
EBS	824.2	17.9%	319.5
KBS(KBSN, KBS한국방송)	490.9	10.6%	113.4
아이코닉스	389.3	8.4%	71.3
SOUL	281.4	6.1%	37.2
CJE&M(CJE&M, 투니버스)	241.1	5.2%	27.3
오콘	217.3	4.7%	22.2
MBC	139.9	3.0%	9.2
STUDIOGALE	139.9	3.0%	9.2
초이락컨텐츠팩토리	94.9	2.1%	4.2
삼지애니메이션	92.0	2.0%	4.0
일렉트릭서커스	83.9	1.8%	3.3
프리윌컴퍼니	81.6	1.8%	3.1
스튜디오더블유바바	79.4	1.7%	3.0
아이스크림스튜디오	74.2	1.6%	2.6

2016년 미디어다양성 조사 연구

제작사명	시청률 총합	비율 %	HHI
아빠셋	72.9	1.6%	2.5
도에이애니메이션(일본)	70.7	1.5%	2.4
메소드애니메이션(프랑스)	70.7	1.5%	2.4
자그툰(프랑스)	70.7	1.5%	2.4
아툰즈	65.1	1.4%	2.0
퍼니플렉스	54.9	1.2%	1.4
코안스튜디오	53.6	1.2%	1.4
손오공	49.9	1.1%	1.2
HEEWON	42.5	0.9%	0.8
스튜디오애니멀	42.0	0.9%	0.8
토이미디어	39.6	0.9%	0.7
지앤지엔터테인먼트	35.6	0.8%	0.6
올리브스튜디오	35.4	0.8%	0.6
부즈(부즈, 부즈클럽)	33.3	0.7%	0.5
dps	32.5	0.7%	0.5
케이프로덕션	30.6	0.7%	0.4
QYEdutainment(중국)	28.2	0.6%	0.4
몬도TV(이탈리아)	28.2	0.6%	0.4
오로라월드	28.2	0.6%	0.4
TIANPENG(중국)	28.2	0.6%	0.4
테드월드	28.2	0.6%	0.4
Kth	27.5	0.6%	0.4
애니작	25.3	0.5%	0.3
영실업	24.3	0.5%	0.3
하이원엔터테인먼트	23.7	0.5%	0.3
GiggleGarge(말레이시아)	18.3	0.4%	0.2
크레이지버드스튜디오	18.3	0.4%	0.2
조디악(영국)	18.3	0.4%	0.2

IV. 미디어 다양성 조사결과

제작사명	시청률 총합	비율 %	HHI
LOCO	17.9	0.4%	0.2
연두세상	17.6	0.4%	0.1
투바엔터테인먼트	17.1	0.4%	0.1
비엔비웍스	14.4	0.3%	0.1
INPKOREA	14.3	0.3%	0.1
WILLPICTURES	14.3	0.3%	0.1
XYZDigital(중국)	14.3	0.3%	0.1
새한프로덕션	14.0	0.3%	0.1
형설앤	14.0	0.3%	0.1
대교어린이TV	11.4	0.2%	0.1
Pjssystem	10.4	0.2%	0.1
스튜디오버튼	9.8	0.2%	0.0
TAKTOON	9.7	0.2%	0.0
대원미디어	9.7	0.2%	0.0
KODANSHA(일본)	9.4	0.2%	0.0
마로스튜디오	8.9	0.2%	0.0
북이십일	7.8	0.2%	0.0
레트로봇	6.4	0.1%	0.0
그래피직스	6.1	0.1%	0.0
GIMC	5.0	0.1%	0.0
한솔수북	5.0	0.1%	0.0
매직영상	4.8	0.1%	0.0
Millimages(프랑스)	4.3	0.1%	0.0
시너지미디어	4.3	0.1%	0.0
채널봄	4.1	0.1%	0.0
NHCMEDIA	4.0	0.1%	0.0
플라잉피그	3.3	0.1%	0.0
캐릭터플랜	3.2	0.1%	0.0

2016년 미디어다양성 조사 연구

제작사명	시청률 총합	비율 %	HHI
HONGDANGMOO	2.2	0.0%	0.0
F5	1.7	0.0%	0.0
문스큘(프랑스)	1.7	0.0%	0.0
삼영애니메이션	1.6	0.0%	0.0
신동헌프로덕션	1.6	0.0%	0.0
에이콤프로덕션	1.6	0.0%	0.0
한호흥업	1.6	0.0%	0.0
시노드	1.4	0.0%	0.0
선데이토즈	1.2	0.0%	0.0
ENPOP	1.1	0.0%	0.0
이노스토리	1.1	0.0%	0.0
선우엔터테인먼트	0.7	0.0%	0.0
스튜디오반달	0.6	0.0%	0.0
포브디지털	0.4	0.0%	0.0
JM애니메이션	0.2	0.0%	0.0
링동코리아	0.2	0.0%	0.0
CFC(중국)	0.0	0.0%	0.0
빅스크리에이티브스튜디오	0.0	0.0%	0.0
디자인에그	0.0	0.0%	0.0
동우A&E	0.0	0.0%	0.0
타츠코노프로덕션(일본)	0.0	0.0%	0.0
합계	4611.2	100.0%	655.1

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률의 총합 지상파 프로그램의 시청률은 가구단위, 수도권 기준으로 산출하며, PP 프로그램의 시청률은 유료방송가구단위, 전국 기준으로 산출

* 시청률 총합의 전체대비 비율이 1%가 되지 않는 제작사는 68개

- 국내제작사로만 분석의 범위를 좁히면, 프로그램의 시청률 총합은 4248.0으로 감소, HHI는 761.6 수준*으로 약간 증가
 - * 여전히 전혀 집중되지 않은 상태

(2) 지상파 채널 기준

● 공급 측면

- 총 68개의 제작사가 119개(공동제작 중복 카운트) 프로그램을 제작, HHI는 368.6(집중되어 있지 않은 상태) 수준
- 총 119개의 프로그램 중 EBS가 16개 프로그램을 제작, 가장 많은 프로그램을 제작하고 있으며, 그 비율은 13.4% 수준
- 지상파(EBS, KBS)를 제외하면, 아이코닉스가 5편(4.2%)으로 가장 많은 프로그램 제작

〈표Ⅳ-37〉 지상파 애니메이션 제작사의 프로그램 개수 비율

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
EBS	16	13.4%	180.8
KBS(KBSN, KBS한국방송)	10	8.4%	70.6
아이코닉스	5	4.2%	17.7
영실업	3	2.5%	6.4
지앤지엔터테인먼트	3	2.5%	6.4
투바엔터테인먼트	3	2.5%	6.4
퍼니플렉스	3	2.5%	6.4
CJE&M(CJE&M)	2	1.7%	2.8
dps	2	1.7%	2.8
대원미디어	2	1.7%	2.8
마로스튜디오	2	1.7%	2.8
비엔비웍스	2	1.7%	2.8
삼지애니메이션	2	1.7%	2.8
손오공	2	1.7%	2.8
스튜디오더블유바바	2	1.7%	2.8
스튜디오버튼	2	1.7%	2.8
아빠셋	2	1.7%	2.8
올리브스튜디오	2	1.7%	2.8
일렉트릭서커스	2	1.7%	2.8
초이락컨텐츠팩토리	2	1.7%	2.8
캐릭터플랜	2	1.7%	2.8
하이원엔터테인먼트	2	1.7%	2.8
ENPOP	1	0.8%	0.7
F5	1	0.8%	0.7
GiggleGarge(말레이시아)	1	0.8%	0.7
GIMC	1	0.8%	0.7
HEEWON	1	0.8%	0.7
HONGDANGMOO	1	0.8%	0.7
INPKOREA	1	0.8%	0.7
KODANSHA(일본)	1	0.8%	0.7
Kth	1	0.8%	0.7

IV. 미디어 다양성 조사결과

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
LOCO	1	0.8%	0.7
MBC	1	0.8%	0.7
Millimages(프랑스)	1	0.8%	0.7
NHCMEDIA	1	0.8%	0.7
Pjsystem	1	0.8%	0.7
QYEdutainment(중국)	1	0.8%	0.7
SOUL	1	0.8%	0.7
STUDIOGALE	1	0.8%	0.7
TAKTOON	1	0.8%	0.7
TIANPENG(중국)	1	0.8%	0.7
WILLPICTURES	1	0.8%	0.7
XYZDigital(중국)	1	0.8%	0.7
그래피직스	1	0.8%	0.7
대교어린이TV	1	0.8%	0.7
도에이애니메이션(일본)	1	0.8%	0.7
메소드애니메이션(프랑스)	1	0.8%	0.7
문도TV(이탈리아)	1	0.8%	0.7
문스콧(프랑스)	1	0.8%	0.7
부즈	1	0.8%	0.7
스튜디오반달	1	0.8%	0.7
시너지미디어	1	0.8%	0.7
아이스크림스튜디오	1	0.8%	0.7
애니작	1	0.8%	0.7
연두세상	1	0.8%	0.7
오로라월드	1	0.8%	0.7
오콘	1	0.8%	0.7
이노스토리	1	0.8%	0.7
자그툰(프랑스)	1	0.8%	0.7
조디악(영국)	1	0.8%	0.7
채널봄	1	0.8%	0.7
케이프로덕션	1	0.8%	0.7
코안스튜디오	1	0.8%	0.7

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
크레이지버드스튜디오	1	0.8%	0.7
테드월드	1	0.8%	0.7
토이미디어	1	0.8%	0.7
프리일컴퍼니	1	0.8%	0.7
한솔수북	1	0.8%	0.7
합계	119	100%	368.6

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편성표 및 프로그램 앤딩크레딧 참고

* 분석기간 중 제작 애니메이션이 1편인 제작사 46개의 비중은 32.5%

- 국내제작사로만 분석의 범위를 좁히면, 총 56개의 제작사가 107개(공동제작 중복 카운트)의 프로그램을 제작, HHI는 445.5 수준*으로 약간 증가

* 여전히 전혀 집중되지 않은 상태

● 이용 측면

- 프로그램의 시청률 총합을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 805.0 수준으로, 공급 측면의 HHI보다는 증가하였으나, 여전히 집중 되어 있지 않은 상태

- 프로그램 제작 편수가 많은 EBS가 시청률의 합에서도 가장 높은 비율 (20.9%)을 차지하고 있음

* <별별가족>을 제작한 SOUL의 경우, 제작편수(1편) 대비 높은 시청률의 합을 기록

〈표Ⅳ-38〉 지상파 애니메이션 제작사의 시청 비율

제작사	시청률 합	비율%	HHI
EBS	820.6	20.9%	438.7
KBS(KBS한국방송, KBSN)	421.8	10.8%	115.9
아이코닉스	383.3	9.8%	95.7
SOUL	281.4	7.2%	51.6
오콘	217.3	5.5%	30.8

Ⅳ. 미디어 다양성 조사결과

제작사	시청률 합	비율%	HHI
MBC	139.9	3.6%	12.7
STUDIOGALE	139.9	3.6%	12.7
삼지애니메이션	84.7	2.2%	4.7
일렉트릭서커스	83.9	2.1%	4.6
프리윌컴퍼니	81.3	2.1%	4.3
초이락컨텐츠팩토리	75.9	1.9%	3.8
아이스크림스튜디오	72.4	1.8%	3.4
도에이애니메이션(일본)	70.7	1.8%	3.3
메소드애니메이션(프랑스)	70.7	1.8%	3.3
자그툰(프랑스)	70.7	1.8%	3.3
스튜디오더블유바바	60.4	1.5%	2.4
퍼니플렉스	53.9	1.4%	1.9
코안스튜디오	52.5	1.3%	1.8
토이미디어	39.6	1.0%	1.0
올리브스튜디오	35.2	0.9%	0.8
dps	32.5	0.8%	0.7
QYEdutainment(중국)	28.2	0.7%	0.5
몬도TV(이탈리아)	28.2	0.7%	0.5
오로라월드	28.2	0.7%	0.5
TIANPENG(중국)	28.0	0.7%	0.5
테드월드	28.0	0.7%	0.5
Kih	27.5	0.7%	0.5
애니작	25.3	0.7%	0.4
부즈(부즈클럽)	25.2	0.6%	0.4
지앤지엔터테인먼트	24.8	0.6%	0.4
하이원엔터테인먼트	23.7	0.6%	0.4
케이프로덕션	23.4	0.6%	0.4

2016년 미디어다양성 조사 연구

제작사	시청률 합	비율%	HHI
CJE&M	19.3	0.5%	0.2
조디악(영국)	18.3	0.5%	0.2
LOCO	17.9	0.5%	0.2
연두세상	17.6	0.5%	0.2
손오공	17.6	0.5%	0.2
GiggleGarge(말레이시아)	17.1	0.4%	0.2
크레이지버드스튜디오	17.1	0.4%	0.2
아빠셋	16.1	0.4%	0.2
비앤비웍스	14.4	0.4%	0.1
INPKOREA	14.3	0.4%	0.1
WLLPICTURES	14.3	0.4%	0.1
XYZDigital(중국)	14.3	0.4%	0.1
대교어린이TV	11.4	0.3%	0.1
영실업	10.5	0.3%	0.1
Psystem	10.4	0.3%	0.1
HEEWON	10.2	0.3%	0.1
스튜디오버튼	9.8	0.3%	0.1
TAKTOON	9.7	0.3%	0.1
대원미디어	9.6	0.3%	0.1
KODANSHA(일본)	9.3	0.2%	0.1
마로스튜디오	8.9	0.2%	0.1
투바엔터테인먼트	7.0	0.2%	0.0
그래피직스	6.1	0.2%	0.0
GIMC	5.0	0.1%	0.0
한솔수북	5.0	0.1%	0.0
Millimages(프랑스)	4.3	0.1%	0.0
시너지미디어	4.3	0.1%	0.0

제작사	시청률 합	비율%	HHI
채널북	4.1	0.1%	0.0
NHCMEDIA	4.0	0.1%	0.0
캐릭터플랜	3.1	0.1%	0.0
HONGDANGMOO	2.2	0.1%	0.0
F5	1.7	0.0%	0.0
문스컵(프랑스)	1.7	0.0%	0.0
이노스토리	1.1	0.0%	0.0
ENPOP	0.8	0.0%	0.0
스튜디오반달	0.5	0.0%	0.0
합계*	3918.3	100.0%	805.0

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률의 총합. 프로그램의 시청률은 가구단위, 수도권 기준으로 산출

* 시청률 총합의 전체 합계대비 비율이 1%가 되지 않는 제작사 49개의 비중은 17.80%

- 국내제작사로만 분석의 범위를 좁히면, 프로그램의 시청률 총합은 3556.5로 감소, HHI는 962.6 수준*으로 약간 증가

* 여전히 전혀 집중되지 않은 상태

(3) PP 채널 기준

● 공급 측면

- 총 54개의 제작사가 73개(공동제작 중복 카운트)의 프로그램을 제작, HHI는 289.0 (집중되어 있지 않은 상태) 수준
- 총 73개의 프로그램 중 CJ E&M과 영실업이 각 6개 프로그램을 제작, 가장 많은 프로그램을 제작하고 있으며, 그 비율은 각 8.2% 수준. 상위 3개 사업자의 비율은 20.5%에 불과

〈표Ⅳ-39〉 PP 애니메이션 제작사의 프로그램 개수 비율

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
CJE&M	6	8.2%	67.6
영실업	6	8.2%	67.6
EBS	3	4.1%	16.9
레트로봇	3	4.1%	16.9
KBS	2	2.7%	7.5
삼지애니메이션	2	2.7%	7.5
아빠셋	2	2.7%	7.5
지앤지엔터테인먼트	2	2.7%	7.5
투바엔터테인먼트	2	2.7%	7.5
CFC(중국)	1	1.4%	1.9
ENPOP	1	1.4%	1.9
GiggleGarge(말레이시아)	1	1.4%	1.9
HEEWON	1	1.4%	1.9
JM애니메이션	1	1.4%	1.9
KODANSHA(일본)	1	1.4%	1.9
LOCO	1	1.4%	1.9
TIANPENG(중국)	1	1.4%	1.9
대원미디어	1	1.4%	1.9
동우A&E	1	1.4%	1.9
디자인에그	1	1.4%	1.9
링동코리아	1	1.4%	1.9
매직영상	1	1.4%	1.9
부즈	1	1.4%	1.9
북이십일	1	1.4%	1.9
비앤비웍스	1	1.4%	1.9
빅스크리에이티브스튜디오	1	1.4%	1.9
삼영애니메이션	1	1.4%	1.9
새한프로덕션	1	1.4%	1.9
선데이토즈	1	1.4%	1.9
선우엔터테인먼트	1	1.4%	1.9
손오공	1	1.4%	1.9

IV. 미디어 다양성 조사결과

제작사	프로그램 개수	비율%	HHI
스튜디오더블유바바	1	1.4%	1.9
스튜디오반달	1	1.4%	1.9
스튜디오애니멀	1	1.4%	1.9
시노드	1	1.4%	1.9
신동헌프로덕션	1	1.4%	1.9
아이스크림스튜디오	1	1.4%	1.9
아이코닉스	1	1.4%	1.9
아툰즈	1	1.4%	1.9
에이콤프로덕션	1	1.4%	1.9
올리브스튜디오	1	1.4%	1.9
초이락컨텐츠팩토리	1	1.4%	1.9
캐릭터플랜	1	1.4%	1.9
케이프로덕션	1	1.4%	1.9
코안스튜디오	1	1.4%	1.9
크레이지버드스튜디오	1	1.4%	1.9
타츠코노프로덕션(일본)	1	1.4%	1.9
테드월드	1	1.4%	1.9
퍼니플렉스	1	1.4%	1.9
포브디지털	1	1.4%	1.9
프리월컴퍼니	1	1.4%	1.9
플라이피그	1	1.4%	1.9
한호흥업	1	1.4%	1.9
형설앤	1	1.4%	1.9
합계	73	100%	289.0

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편성표 및 프로그램 앤딩크레딧 참고

* 분석기간 중 1편 제작한 제작사 45개의 비중은 61.6%

- 국내제작사로만 분석의 범위를 좁히면, 총 49개의 제작사가 68개(공동제작 중복 카운트)의 프로그램을 제작, HHI는 324.4 수준*으로 약간 증가 (큰 차이 없음)

* 여전히 전혀 집중되지 않은 상태

● 이용 측면

- 프로그램의 시청률 총합을 기준으로, 각 제작사가 차지하는 비율로 계산한 HHI는 1399.3(집중되어 있는 상태) 수준으로, 공급 측면의 HHI 대비 급증
- <지파이터스>, <와치카> 등을 제작, 가장 많은 프로그램을 제작한 CJ E&M이 시청률의 합에서도 가장 높은 비율(32.0%) 차지

* 프로그램 제작 편수가 6편(8.2%)인 영실업의 시청률 총합은 13.8로 상대적으로 낮음(2.0%)

〈표Ⅳ-40〉 PP 애니메이션 제작사의 시청 비율

제작사	시청률 합	비율%	HHI
CJE&M	221.8	32.0%	1024.4
KBS	69.1	10.0%	99.5
아툰즈	65.1	9.4%	88.2
아빠셋	56.9	8.2%	67.4
스튜디오애니멀	42.0	6.1%	36.8
HEEWON	32.3	4.7%	21.8
손오공	32.3	4.7%	21.8
스튜디오더블유바바	19.0	2.7%	7.5
초이락컨텐츠팩토리	19.0	2.7%	7.5
새한프로덕션	14.0	2.0%	4.1
형설앤	14.0	2.0%	4.1
영실업	13.8	2.0%	4.0
지앤지엔터테인먼트	10.8	1.6%	2.5
투바엔터테인먼트	10.1	1.5%	2.1
부즈	8.0	1.2%	1.3
복이십일	7.8	1.1%	1.3
삼지애니메이션	7.3	1.0%	1.1
케이프로덕션	7.1	1.0%	1.1
레트로봇	6.4	0.9%	0.9

IV. 미디어 다양성 조사결과

제작사	시청률 합	비율%	HHI
아이코닉스	6.0	0.9%	0.7
매직영상	4.8	0.7%	0.5
EBS	3.6	0.5%	0.3
플라잉피그	3.3	0.5%	0.2
아이스크림스튜디오	1.8	0.3%	0.1
삼영애니메이션	1.6	0.2%	0.1
신동헌프로덕션	1.6	0.2%	0.1
에이콤프로덕션	1.6	0.2%	0.1
한호흥업	1.6	0.2%	0.1
시노드	1.4	0.2%	0.0
선데이토즈	1.2	0.2%	0.0
GiggleGarge(말레이시아)	1.2	0.2%	0.0
크레이지버드스튜디오	1.2	0.2%	0.0
코안스튜디오	1.1	0.2%	0.0
퍼니플렉스	1.0	0.1%	0.0
선우엔터테인먼트	0.7	0.1%	0.0
포브디지털	0.4	0.1%	0.0
ENPOP	0.3	0.0%	0.0
프리월컴퍼니	0.3	0.0%	0.0
올리브스튜디오	0.2	0.0%	0.0
JM애니메이션	0.2	0.0%	0.0
TIANPENG(중국)	0.2	0.0%	0.0
테드월드	0.2	0.0%	0.0
링동코리아	0.2	0.0%	0.0
스튜디오반달	0.1	0.0%	0.0
KODANSHA(일본)	0.1	0.0%	0.0
대원미디어	0.1	0.0%	0.0
CFC(중국)	0.0	0.0%	0.0

제작사	시청률 합	비율%	HHI
빅스크리에이티브스튜디오	0.0	0.0%	0.0
캐릭터플랜	0.0	0.0%	0.0
비앤비웍스	0.0	0.0%	0.0
디자인에그	0.0	0.0%	0.0
동우A&E	0.0	0.0%	0.0
타츠코노프로덕션(일본)	0.0	0.0%	0.0
LOCO	0.0	0.0%	0.0
합계	692.9	100.0%	1399.3

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률의 총합 참고, 프로그램의 시청률은 유료방송가구단위, 전국 기준으로 산출

- 국내제작사로만 분석의 범위를 좁히면, 프로그램의 시청률 총합은 691.4로 약간 감소, HHI는 1405.2 수준*으로 약간 증가 (큰 차이 없음)

* 집중되어 있는 상태

(4) 집중도 지수(HHI) 비교

● 전체/지상파/PP 기준

- 차이가 크지는 않지만, PP 채널과 비교할 때, 공급과 이용측면 모두 지상파의 집중도가 더 높음 (하지만, 전혀 집중되어 있지 않은 상태)
- 전반적으로 공급측면보다 이용측면(시청률 총합 기준)의 집중도가 더 높음. 이는 공급되는 프로그램들 간에 시청률의 차이가 있음을 의미함
- 또한, 이러한 차이는 상대적으로 PP에서 더욱 심하게 나타남. 이는 지상파에 비해 PP에서 제공하는 프로그램 간 시청률의 차이가 더욱 크다는 사실을 반증함 (다만, 절대적인 수치는 지상파가 더 큼)

〈표Ⅳ-41〉 전체/지상파/PP 독립적인 제작사의 집중도 지수(HHI) 비교

구분*	전체 (91개/161편)	지상파 (68개/119편)	PP (54개/73편)
공급	271.2	368.6	289.0
이용	655.1	805.0	691.4

* 공급측면 프로그램 편수 비율 기준, 이용측면 시청률 총합 비율 기준

2) 장르 프로그램의 비율과 시청비율

● 분석 개요

- 기간 : 2016년 1월 ~ 9월 (샘플링)*
 - * 올림픽 개최(8월)를 제외하기 위해, 홀수 달(1월, 3월, 5월, 7월, 9월)의 첫 번째 일주일(월요일-일요일이 온전히 이루어지는 첫 주)로 샘플 선정
- 대상 : 지상파(4개)와 종편PP(4개)의 프로그램(에피소드 회차 기준)* 편성 개수 (총 6841개)
 - * 재방송 포함
- 장르 구분 : 뉴스, 시사매거진, 정보버라이어티, 다큐멘터리, 토론/대담/토크쇼, 강의/강좌, 드라마, 영화, 애니메이션, 어린이교육, 음악쇼, 코미디, 예능버라이어티, 스포츠중계, 퀴즈/게임, 기타 등 총 16개로 구분¹³⁾

장르 구분	
01	뉴스
02	시사매거진
03	정보버라이어티
04	다큐멘터리
05	토론/대담/토크쇼

13) 이러한 구분 방식은 기존의 구분방식이 장르/포맷, 주제(종교, 취미 등), 대상(어린이, 여성, 노인 등) 등의 기준이 혼재되어, 분류기준의 상호배타성을 충족시키지 못했다고 판단, 포맷(프로그램의 제작/진행 방식)만을 기준으로 구분하려고 노력했다. 자세한 설명은 부록의 코딩 지침서 참조

장르 구분	
06	강의/강좌
07	드라마
08	영화
09	9-1. 애니메이션
	9-2. 어린이 교육
10	음악쇼
11	코미디
12	예능 버라이어티
13	스포츠 중계
14	퀴즈/게임
15	기타

가) 전체 채널(지상파 + 종편 채널) 기준 (n=6841)

● 공급 측면

- 뉴스(24.7%), 다큐멘터리(17.0%), 정보버라이어티(16.9%), 토론/대담/토크쇼(13.4%) 순. 상위 3개 장르의 편성비율은 58.6% 차지. 집중도(HHI)는 1490(집중되어 있는 상태) 수준

* 퀴즈/게임, 영화, 강의/강좌, 코미디 등의 개수가 상대적으로 적음(각 1% 미만)

● 이용 측면

- 뉴스(26.1%), 드라마(22.9%), 정보버라이어티(13.8%) 순. 상위 3개 장르의 시청비율은 62.8% 수준. 드라마의 경우, 공급 편수에 비해 상대적으로 높은 시청비율을 나타내고 있음. 집중도는 공급 측면의 집중도보다 높은 1652(집중되어 있는 상태) 수준

☞ 공급측면 집중도(1490)와 이용측면 집중도(1652) 차이는 162 정도

〈표Ⅳ-42〉 전체 채널의 프로그램 편성 장르와 시청 비율

포맷	개수	비율(%)	HHI	시청률 합	비율(%)	HHI
뉴스	1690	24.7%	610.3	5376.6	26.1%	682.7
다큐멘터리	1163	17.0%	289.0	1984.7	9.6%	93.0
정보버라이어티	1158	16.9%	286.5	2837.1	13.8%	190.1
토론/대담/토크쇼	920	13.4%	180.9	2031.8	9.9%	97.5
드라마	535	7.8%	61.2	4709.3	22.9%	523.7
예능버라이어티	405	5.9%	35.0	1377.6	6.7%	44.8
시사매거진	180	2.6%	6.9	637.9	3.1%	9.6
음악쇼	166	2.4%	5.9	473.7	2.3%	5.3
애니메이션	163	2.4%	5.7	116.0	0.6%	0.3
스포츠중계	120	1.8%	3.1	185.6	0.9%	0.8
어린이교육	93	1.4%	1.8	37.5	0.2%	0.0
퀴즈/게임	39	0.6%	0.3	180.3	0.9%	0.8
영화	34	0.5%	0.2	122.7	0.6%	0.4
강의/강좌	27	0.4%	0.2	30.5	0.1%	0.0
코미디	23	0.3%	0.1	108.2	0.5%	0.3
기타	125	1.8%	3.3	368.2	1.8%	3.2
합계	6841	100.0%	1490.5	20577.8	100.0%	1652.5

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률, 지상파 프로그램의 시청률은 가구단위, 수도권 기준으로 산출, PP 프로그램의 시청률은 유료방송가구단위, 전국 기준으로 산출
 * 시청률 합은 프로그램 시청률의 합계

나) 지상파 채널 기준 (n=3884)

● 공급 측면

- 뉴스(25.9%), 정보버라이어티(18.8%), 다큐멘터리(14.3%), 드라마(12.4%) 장르의 편성이 많은 것으로 나타남. 상위 3개 장르의 편성비율은 59.0% 차지

* 영화, 퀴즈/게임, 강의/강좌, 코미디 등의 개수가 상대적으로 적음(각 1% 미만)

- 전체적인 집중도(HHI)는 1476(집중되어 있는 상태) 수준으로, 지상파와 종편을 모두 포함한 전체 채널의 집중도와 유사한 수준

● 이용 측면

- 드라마의 시청비율(28.2%)이 가장 높았으며, 뉴스(25.0%), 정보버라이어티(14.3%) 순으로 나타남. 상위 3개 장르의 비율은 67.6% 수준이며, 드라마와 예능버라이어티가 공급편수에 비해 높은 시청비율을 나타내고 있음
- 전체적인 집중도는 공급 측면의 집중도보다 높은 1796 수준(매우 집중된 상태에 가까움)
- ☞ 공급 측면의 집중도(1476)와 이용 측면의 집중도(1796)를 비교하면, 320 정도의 차이를 나타냄

〈표Ⅳ-43〉 지상파채널의 프로그램 편성 장르와 시청 비율

장르	개수	비율(%)	HHI	시청률 합	비율(%)	HHI
뉴스	1006	25.9%	670.9	4133.3	25.0%	627.5
정보버라이어티	730	18.8%	353.3	2364.4	14.3%	205.3
다큐멘터리	557	14.3%	205.7	1423.1	8.6%	74.4
드라마	481	12.4%	153.4	4658.1	28.2%	797.0
토론/대담/토크쇼	196	5.0%	25.5	798.5	4.8%	23.4
예능버라이어티	184	4.7%	22.4	1104.2	6.7%	44.8
애니메이션	121	3.1%	9.7	111.5	0.7%	0.5
음악쇼	114	2.9%	8.6	417.2	2.5%	6.4
스포츠중계	108	2.8%	7.7	155.1	0.9%	0.9
시사매거진	94	2.4%	5.9	504.4	3.1%	9.3
어린이교육	79	2.0%	4.1	35.8	0.2%	0.0
영화	33	0.8%	0.7	122.3	0.7%	0.5
퀴즈/게임	30	0.8%	0.6	174.7	1.1%	1.1

장르	개수	비율(%)	HHI	시청률 합	비율(%)	HHI
강의/강좌	27	0.7%	0.5	30.5	0.2%	0.0
코미디	22	0.6%	0.3	106.0	0.6%	0.4
기타	102	2.6%	6.9	361.2	2.2%	4.8
합계	3884	100.0%	1476.1	16500.3	100.0%	1796.4

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률. 프로그램의 시청률은 가구단위, 수도권 기준으로 산출

* 시청률 합은 프로그램 시청률의 합계

다) 종편 채널 기준 (n=2957)

● 공급 측면

- 토론/대담/토크쇼(24.5%), 뉴스(23.1%), 다큐멘터리(20.5%), 정보버라이어티(14.5%) 장르의 편성이 많은 것으로 나타남. 상위 4개 장르의 편성 비율은 82.6%에 달함
 - * 어린이교육, 스포츠중계, 퀴즈/게임, 영화, 코미디 등의 개수가 상대적으로 적음(각 1% 미만)
- 전반적인 집중도(HHI)는 1838(매우 집중) 수준으로, 전체 채널의 집중도(1490)보다 매우 높은 수준

● 이용 측면

- 뉴스의 시청비율(30.5%)이 가장 높았으며, 토론/대담/토크쇼(30.2%), 다큐멘터리(13.8%) 순으로 나타남. 상위 3개 장르의 비율은 74.5% 수준으로, 뉴스와 토론/대담/토크쇼 집중도가 매우 높음
- 전체적인 집중도는 공급 측면의 집중도보다 높은 2229 수준(매우 집중)
 - ☞ 공급 측면의 집중도(1838)와 이용 측면의 집중도(2229)를 비교하면, 391 정도의 차이를 나타냄

〈표Ⅳ-44〉 종편채널의 프로그램 편성 장르와 시청 비율

장르	개수	비율(%)	HHI	시청률 합	비율(%)	HHI
토론/대담/토크쇼	724	24.5%	599.5	1233.3	30.2%	914.9
뉴스	684	23.1%	535.1	1243.3	30.5%	929.8
다큐멘터리	606	20.5%	420.0	561.6	13.8%	189.7
정보버라이어티	428	14.5%	209.5	472.7	11.6%	134.4
예능버라이어티	221	7.5%	55.9	273.4	6.7%	45.0
시사매거진	86	2.9%	8.5	133.4	3.3%	10.7
드라마	54	1.8%	3.3	51.2	1.3%	1.6
음악쇼	52	1.8%	3.1	56.6	1.4%	1.9
애니메이션	42	1.4%	2.0	4.5	0.1%	0.0
어린이교육	14	0.5%	0.2	1.6	0.0%	0.0
스포츠중계	12	0.4%	0.2	30.5	0.7%	0.6
퀴즈/게임	9	0.3%	0.1	5.6	0.1%	0.0
영화	1	0.0%	0.0	0.5	0.0%	0.0
코미디	1	0.0%	0.0	2.2	0.1%	0.0
강의/강좌	0	0.0%	0.0	0	0.0%	0.0
기타	23	0.78%	0.6	48.4	4.6	20.9
합계	2957	100.00%	1837.9	4077.5	100.0%	2228.6

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편당 시청률. 프로그램의 시청률은 유료방송가구단위, 전국 기준으로 산출

* 시청률 합은 프로그램 시청률의 합계

라) 집중도 지수(HHI) 비교

- 공급측면에서 종편채널의 프로그램 편성 장르 집중도가 지상파에 비해 더 높음
- 이용측면 역시 종편채널의 집중도가 지상파보다 더 높음
- 전체적으로 공급측면보다 이용측면의 집중도가 더 높음

〈표Ⅳ-45〉 전체/지상파/중편 장르 프로그램의 집중도 지수(HHI) 비교

	전체	지상파	중편
공급	1490.5	1476.1	1837.9
이용	1652.5	1796.4	2228.6

3) 프로그램 등장인물의 비율

● 분석 개요

- 기간 : 2016년 1월 ~ 9월
- 분석대상 : 지상파와 중편, tvN, OCN 저녁시간 드라마*
 - * 프로그램 기준 총 43개, 총 편성회수 607회 중 샘플링을 통해 115편 선정
 - * 20회 이상의 장편 드라마 및 사극 분석에서 제외
- 가중치 부여 방식 : (1) 분석기간 중 5회 이하 편성된 드라마의 경우, 1회 분석 (첫 회), (2) 분석기간 중 5회 이상 10회 이하 편성된 드라마의 경우, 2회 분석 (첫회, 마지막회), (3) 분석기간 중 10회 이상 편성된 드라마의 경우, 3회 분석

〈표Ⅳ-46〉 프로그램 등장인물의 비율 분석대상 드라마

방송사	프로그램	분석기간중 편성일수(일)	샘플링 대상	채널별 분석
KBS1	반짝반짝작은별	1	1	1
KBS2	KBS2TV청춘3부작드라마(페이지터너)	3	1	21
	공사창립특별기획(태양의후예)	16	3	
	수목드라마(마스터국수의신)	20	3	
	월화드라마(동네변호사조들호)	20	3	
	월화드라마(무림학교)	16	3	
	월화드라마(백희가돌아왔다)	4	1	

방송사	프로그램	분석기간중 편성일수(일)	샘플링 대상	채널별 분석
	월화드라마(베이비시터)	4	1	
	월화드라마(뷰티풀마인드)	14	3	
	특별기획드라마(함부로애뜻하게)	20	3	
MBC	마이리틀베이비	16	3	18
	수목미니시리즈(굿바이미스터블랙)	20	3	
	수목미니시리즈(한번더해피엔딩)	16	3	
	주말특별기획(결혼계약)	16	3	
	수목미니시리즈(W)	16	3	
	수목미니시리즈(운빨로맨스)	16	3	
SBS	드라마스페셜(돌아와요아저씨)	16	3	28
	드라마스페셜(딴따라)	18	3	
	드라마스페셜(리멤버아들의전쟁)	14	3	
	특별기획(미세스캡2)	20	3	
	UHD드라마(미스터리신입생)	2	1	
	드라마스페셜(윌터드)	16	3	
	드라마스페셜(질투의화신)	12	3	
	월화드라마(닥터스)	20	3	
	주말특별기획(끝에서두번째사랑)	13	3	
	주말특별기획(미녀공심이)*	20	3	
JTBC	금토드라마(옥씨남정기)	16	3	11
	마담앙트완	16	3	
	금토드라마(오늘만사는로맨스판타스틱)	9	2	
	금토드라마(청춘시대여대생밀착동거담)	12	3	
tvN	기억	16	3	26
	시그널	16	3	
	월화드라마(또오해영)	18	3	

IV. 미디어 다양성 조사결과

방송사	프로그램	분석기간중 편성일수(일)	샘플링 대상	채널별 분석
	월화드라마(치즈인더트랩)	16	3	
	일촉즉발협상극피리부는사나이	16	3	
	굿와이프	16	3	
	디어마이프렌즈	16	3	
	불금불토스페셜(신데렐라와네명의기사)	15	3	
	월화드라마(혼술남녀)	8	2	
OCN	동네의영웅	16	3	10
	뱀파이어탐정	12	3	
	시크릿메세지	4	1	
	세금징수사기팀38사기동대	16	3	
총계	43편	607	115	115

자료: AGB Nielsen에서 제공하는 프로그램 편성표 참고 단, 초방 드라마에 한정(재방, 구매편성 제외)

- 분석방식 : 프로그램 내 등장하는 모든 인물 정보 코딩 (성, 연령, 장애, 인종/국적, 지역, 종교, 직업, 언어)
 - * 주연, 조연, 엑스트라를 구분했으나, 분석 시 값에 대한 가중치는 부여하지 않음
 - * 개별 에피소드(회차) 중심으로 등장인물 코딩 (다른 회차에 등장하는 경우, 모두 중복 카운트)
- 분석 대상 드라마의 등장인물(얼굴 인식 가능)은 총 3831명으로, 주인공은 389명(10.1%), 조연은 1006명(26.3%), 엑스트라는 2436명(63.6%)

〈표Ⅳ-47〉 전체 분석대상 등장인물 개요

	분석대상			출연비중		
	에피소드(편수)	등장인물(명)		주인공	조연	엑스트라
전체	115	3831	인원(명)	389	1006	2436
			비율	10.1%	26.3%	63.6%
KBS1	1	26	인원(명)	3	4	19
			비율	11.5%	15.4%	73.1%
KBS2	21	564	인원(명)	66	172	326
			비율	11.7%	30.5%	57.8%
SBS	28	1038	인원(명)	114	298	626
			비율	11.0%	28.7%	60.3%
MBC	18	611	인원(명)	58	187	366
			비율	9.5%	30.6%	59.9%
JTBC	11	326	인원(명)	31	60	235
			비율	9.5%	18.4%	72.1%
tvN	26	898	인원(명)	92	225	581
			비율	10.2%	25.1%	64.7%
OCN	10	368	인원(명)	25	60	283
			비율	6.8%	16.3%	76.9%

가) 전체 채널 기준

- 전체 n=3831 (주인공 389, 조연 1006, 엑스트라 2436)

● 등장인물의 성별

- (전체 등장인물 기준) 전체적으로 남성(2385명, 62.3%)이 여성(1446명, 37.7%)보다 더 많이 등장하고 있음
- (주인공 기준) 등장 비율의 남녀 간 차이는 대폭 감소하나, 여전히 남성(209명, 53.7%)이 여성(180명, 46.3%)보다 더 많이 주인공으로 등장하고 있음

- (실제와의 비교) 하지만, 2015년 통계청 인구총조사에 따르면, 여성(2,488만, 50.1%)이 남성(2,482만, 49.9%)보다 더 많음

〈표Ⅳ-48〉 전체 등장인물, 주인공 성별 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.남	209	53.7%	657	65.3%	1519	62.4%	2385	62.3%
02.여	180	46.3%	349	34.7%	917	37.6%	1446	37.7%

● 등장인물의 연령

- (전체 등장인물 기준)* 전체적으로 30-40대(2016명, 52.6%)가 가장 많이 등장하며, 10-20대(1018명, 26.6%), 50-60대(553명, 14.4%), 10세 미만(111명, 2.9%), 70대 이상(62명, 1.6%)의 순

* 연령미상 71명(1.9%) 포함

- (주인공 기준) 30-40대(216명, 55.5%)가 가장 높은 비중을 차지하나, 전체 등장인물 기준과 별다른 차이를 보이지 않음. 다만, 10-20대(149명, 38.3%)의 경우, 전체 등장인물 기준 비중(26.6%)에 비해 대폭 증가(반면, 50-60대와 10세 미만은 대폭 감소)
- (실제와의 비교) 2015년 통계청 인구총조사에 따르면, 우리나라 총 인구(49,705,663명) 중 실제로 30-40대(15,877,485명,31.9%)가 가장 많고, 50-60대(12,885,887명, 25.9%), 10-20대(12,002,737명,24.1%), 10세 미만(4,488,457명, 9.0%), 70대 이상(4,451,207명,9.0%)의 순. 30-40대가 실제보다 과다, 50-60대 이상이 과소 재현됨

〈표Ⅳ-49〉 전체 등장인물, 주인공 연령 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.10세 미만	1	0.3%	26	2.6%	84	3.4%	111	2.9%
02.10-20대	149	38.3%	296	29.4%	573	23.5%	1018	26.6%
03.30-40대	216	55.5%	450	44.7%	1350	55.4%	2016	52.6%
04.50-60대	11	2.8%	209	20.8%	333	13.7%	553	14.4%
05.70대 이상	12	3.1%	22	2.2%	28	1.1%	62	1.6%
99.연령 미상	0	0.0%	3	0.3%	68	2.8%	71	1.9%

● 등장인물의 직업

- (전체 등장인물 기준)* 전체적으로 전문가(1191명, 31.1%)가 가장 많이 등장하며, 서비스/판매종사자(472명, 12.1%), 사무종사자(404명, 10.5%), 관리자(293명, 7.6%), 단순노무종사자(94명, 2.5%), 군인(52명, 1.4%), 블루칼라(49명, 1.3%), 실업자(22명, 0.6%) 순

* 직업미상(571명, 14.9%)과 15세 미만/비경제활동인구(학생, 주부, 건달 등 693명, 18.1%) 포함

- (주인공 기준) 전문가(164명, 42.2%), 사무종사자(47명, 12.1%), 관리자(46명, 11.8%), 서비스/판매종사자(33명, 8.5%), 군인(12명, 3.1%), 단순노무종사자(3명, 0.8%), 실업자(4명, 1.0%), 블루칼라(3명, 0.8%) 순

- (실제와의 비교) 하지만, 2016년 12월* 직군별 인구비율은 블루칼라(12.9%)가 가장 높으며 서비스/판매종사자(11.8%), 전문가(10.7%), 사무종사자(9.0%), 단순노무종사자(6.8%), 관리자(0.6%)의 순으로, 전문가가 실제보다 많이 등장(over-representation)된다고 할 수 있음

* 실업자(86만명, 1.7%)와 15세 미만 또는 비경제활동인구(2,344만명, 46.4%) 포함. 단, 군인, 전투경찰, 공익근무요원, 형이 확정된 교도소 수감자 등은 제외(경제활동인구조사 기준)

〈표Ⅳ-50〉 전체 등장인물, 주인공 직업 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.관리자	46	11.8%	137	13.6%	110	4.5%	293	7.6%
02.전문가	164	42.2%	329	32.7%	698	28.7%	1191	31.1%
03.사무종사자	47	12.1%	75	7.5%	282	11.6%	404	10.5%
04.서비스/ 판매 종사자	33	8.5%	120	11.9%	309	12.7%	462	12.1%
05.블루칼라*	3	0.8%	6	0.6%	40	1.6%	49	1.3%
06.단순노무종사자	3	0.8%	23	2.3%	68	2.8%	94	2.5%
07.군인	12	3.1%	18	1.8%	22	0.9%	52	1.4%
08.실업자	4	1.0%	13	1.3%	5	0.2%	22	0.6%
09.15세 미만 또는 비경제활동인구	64	16.5%	223	22.2%	406	16.7%	693	18.1%
99.직업 미상	13	3.3%	62	6.2%	496	20.4%	571	14.9%

* 농림어업숙련종사자, 기능원 및 관련 기능조사자, 장치, 기계조작 및 조립 종사자 포함

〈표Ⅳ-51〉 실제 직업별 비율(2016년)

(단위: 천명, %)

	2016.12	
	명	비율
전체*	50,477	100.0
관리자	323	0.6
전문가	5,412	10.7
사무종사자	4,527	9.0
서비스/판매종사자	5,968	11.8
블루칼라	6,506	12.9
단순노무종사자	3,433	6.8
실업자	867	1.7
15세미만 또는 비경제활동인구	23,442	46.4

* 전체인구 중 군인, 전투경찰, 공익근무요원, 형이 확정된 교도소 수감자 등은 제외됨 (경제활동인구조사 기준)

자료: 경제활동인구조사(통계청), 주민등록 인구통계(행정자치부)

● 등장인물의 출신지역

- (전체 등장인물 기준) 전체 등장인물(3831명) 대부분(3656명, 95.4%)의 출신지역을 명확하게 알기 어려움. 출신지역을 명확하게 알 수 있는 경우, 경상도(56명), 전라도(31명), 미국(21명), 중국(13명), 태국(12명), 일본(10명), 북한(5명) 순
- (주인공 기준) 주인공(389명) 대부분(363명, 93.3%)의 출신지역을 명확하게 알기 어려움. 출신지역을 명확하게 알 수 있는 경우, 미국(9명), 경상도(4명), 중국과 태국(각 3명) 순

〈표Ⅳ-52〉 전체 등장인물, 주인공 출신지역 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국(강원도)	0	0.0%	2	0.2%	0	0.0%	2	0.1%
01.한국(경상도)	4	1.0%	33	3.3%	19	0.8%	56	1.5%
01.한국(대구)	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
01.한국(전라도)	1	0.3%	6	0.6%	24	1.0%	31	0.8%
01.한국(제주도)	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%
01.한국(지역미상시골)	3	0.8%	0	0.0%	6	0.2%	9	0.2%
02.북한	0	0.0%	3	0.3%	2	0.1%	5	0.1%
03.아시아-베트남	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
03.아시아-일본	2	0.5%	2	0.2%	6	0.2%	10	0.3%
03.아시아-중국	3	0.8%	0	0.0%	10	0.4%	13	0.3%
03.아시아-태국	3	0.8%	3	0.3%	6	0.2%	12	0.3%
03.아시아-홍콩	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
04.유럽-독일	0	0.0%	2	0.2%	0	0.0%	2	0.1%
04.유럽-러시아	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
04.유럽-영국	0	0.0%	2	0.2%	0	0.0%	2	0.1%
04.유럽-우크라이나	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
04.유럽-이탈리아	0	0.0%	1	0.1%	0	0.0%	1	0.0%

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
05.아프리카-가나	0	0.0%	2	0.2%	0	0.0%	2	0.1%
06.북아메리카-미국	9	2.3%	9	0.9%	3	0.1%	21	0.5%
06.북아메리카-캐나다	0	0.0%	2	0.2%	1	0.0%	3	0.1%
99.출신지역 미상	363	93.3%	939	93.3%	2354	96.6%	3656	95.4%

● 등장인물의 인종

- 등장인물 대부분(3804명, 99.3%)이 황인종이며, 백인은 23명(0.6%) 등장. 주인공의 경우, 모두 황인종

〈표Ⅳ-53〉 전체 등장인물, 주인공 인종 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.황인종	389	100.0%	999	99.3%	2416	99.2%	3804	99.3%
02.백인종	0	0.0%	5	0.5%	18	0.7%	23	0.6%
03.흑인종	0	0.0%	2	0.2%	2	0.1%	4	0.1%

● 등장인물의 언어

- (전체 등장인물 기준)* 언어를 확인할 수 있는 등장인물(3785명)의 언어는 대부분(33633명, 95.4%)이 표준어 사용. 표준어가 아닌 경우, 경상도사투리(60명, 1.6%)가 가장 많이 사용되었으며, 전라도사투리(31명, 0.8%), 영어(20명, 0.5%), 일본어(10명, 0.3%)순으로 사용되었음

* 언어 미상(46명) 포함

- (주인공 기준) 주인공의 경우, 대부분(380명, 97.7%)이 표준어를 사용하고 있으며, 표준어가 아닌 경우, 경상도사투리(3명), 일본어(2명), 전라도사투리(1명) 순으로 사용

〈표Ⅳ-54〉 전체 등장인물, 주인공 언어 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국어(표준어)	380	97.7%	955	94.9%	2298	94.3%	3633	94.8%
02.한국어(강원도사투리)	0	0.0%	2	0.2%	0	0.0%	2	0.1%
02.한국어(경상도사투리)	3	0.8%	34	3.4%	23	0.9%	60	1.6%
02.한국어(전라도사투리)	0	0.0%	0	0.0%	4	0.2%	4	0.1%
02.한국어(연변사투리)	1	0.3%	5	0.5%	25	1.0%	31	0.8%
02.한국어(지역미상사투리)	0	0.0%	2	0.2%	0	0.0%	2	0.1%
02.한국어(평안도사투리)	0	0.0%	0	0.0%	2	0.1%	2	0.1%
03.아시아-일본어	2	0.5%	2	0.2%	6	0.2%	10	0.3%
03.아시아-중국어	0	0.0%	1	0.1%	7	0.3%	8	0.2%
03.아시아-태국어	0	0.0%	1	0.1%	6	0.2%	7	0.2%
04.유럽-러시아어	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
05.영어	0	0.0%	0	0.0%	20	0.8%	20	0.5%
98.다국어	2	0.5%	3	0.3%	0	0.0%	5	0.1%
99.언어 미상	1	0.3%	1	0.1%	44	1.8%	46	1.2%

● 등장인물의 종교

- (전체 등장인물 기준) 등장인물 대부분(3823, 99.8%) 종교 미상. 종교를 확인할 수 있는 등장인물은 천주교 및 불교(각 4명)
- (주인공 기준) 주인공의 경우, 대부분(384명, 98.7%)이 종교 미상이며, 종교를 확인할 수 있는 경우, 천주교(3명), 불교(2명)의 순

〈표Ⅳ-55〉 전체 등장인물, 주인공 종교 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.불교	2	0.5%	2	0.2%	0	0.0%	4	0.1%
02.기독교	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
03.천주교	3	0.8%	0	0.0%	1	0.1%	4	0.1%
99.종교 미상	384	98.7%	1004	99.8%	2435	99.9%	3823	99.8%

● 등장인물의 장애여부

- (전체 등장인물 기준) 등장인물 대부분(3768명, 98.4%)이 장애 없음. 장애를 확인할 수 있는 등장인물 총 28명(0.7%) 중 정신장애(9명, 0.2%), 지체장애(6명, 0.2%), 시각장애, 심장장애(각4명, 0.1%), 중복장애(3명, 0.1%), 청각장애와 지적장애(각1명, 0.0%)순으로 높음

* 등장인물의 질환은 치매 또는 암 등 출현(총 35명, 0.9%)

- (주인공 기준) 주인공 대부분(358명,92.0%)은 장애 또는 질환*을 가지고 있지 않으며, 장애가 있는 경우(9명,2.3%)에는 정신장애(5명, 1.3%)가 가장 많았음

* 주인공의 질환은 유방암(6명, 1.5%), 치매 또는 알츠하이머(4명, 1.0%) 등이 있음

- (실제*와의 비교) 하지만, 우리나라 총 인구(49,705,663명)** 중 장애인의 추정비율은 5.5%에 달함(2,726,910명)

* 2014년 장애인실태조사(보건복지부)

** 2015년 인구 총 조사(통계청)

〈표Ⅳ-56〉 전체 등장인물, 주인공 장애 및 질환 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.지체장애	0	0.0%	4	0.4%	2	0.1%	6	0.2%
03.시각장애	1	0.3%	0	0.0%	3	0.1%	4	0.1%
04.청각장애	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
06.지적장애	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
08.정신장애	5	1.3%	2	0.2%	2	0.1%	9	0.2%
10.심장장애	3	0.8%	0	0.0%	1	0.0%	4	0.1%
16.중복장애	0	0.0%	0	0.0%	3	0.1%	3	0.1%
96.질환(부상 및 불치 병 등 구체적인 병명 없음)	4	1.0%	4	0.4%	0	0.0%	8	0.2%
96.질환(혈관질환 등 구체적 병명 있음)	3	0.8%	0	0.0%	1	0.0%	4	0.1%
97.치매 또는 알츠하이머	4	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	0.1%
98.암-간암	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%
98.암-갑상선암	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
98.암-뇌수막종	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
98.암-뇌종양	3	0.8%	0	0.0%	1	0.0%	4	0.1%
98.암-불특정	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%
98.암-위암	0	0.0%	0	0.0%	2	0.1%	2	0.1%
98.암-유방암	6	1.5%	0	0.0%	2	0.1%	8	0.2%
98.암-폐암	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%
99.장애 없음	358	92.0%	996	99.0%	2414	99.1%	3768	98.4%

나) 지상파 채널의 등장인물 기준

- 전체 n=2239 (주인공 241, 조연 661, 엑스트라 1337)

● 등장인물의 성별

- (전체 등장인물 기준) 전체적으로 남성(1383명, 61.8%)이 여성(856명, 38.2%)보다 더 많이 등장. 남성 비율이 가장 높은 채널은 KBS2(378명,67.0%), KBS1(16명,61.5%), SBS(627명,60.4%), MBC(362명,59.2%)의 순으로 나타남.
- (주인공 기준) 등장 비율의 남녀 간 차이는 대폭 감소하나, 여전히 남성(135명, 56.0%)이 여성(106명, 44.0%)보다 더 많이 주인공으로 등장하고 있음. 채널별로 KBS1(2명,66.7%), SBS(65명,57.0%), MBC (32명,55.2%), KBS2 (36명,54.5%) 순으로 남성 비율이 높음
- (실제와의 비교) 하지만, 2015년 통계청 인구총조사에 따르면, 여성(2,488만, 50.1%)이 남성(2,482만, 49.9%)보다 더 많음

〈표Ⅳ-57〉 지상파 등장인물, 주인공 성별 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.남	135	56.0%	427	64.6%	821	61.4%	1383	61.8%
02.여	106	44.0%	234	35.4%	516	38.6%	856	38.2%

● 등장인물의 연령

- (전체 등장인물 기준)* 전체적으로 30-40대(1193명, 53.3%)가 가장 많이 등장하며, 10-20대(588명, 26.3%), 50-60대 이상(345명,15.4%), 70대 이상(20명,0.9%), 10세 미만(75명,3.3%)의 순. 30-40대 비율이 가장 높은 채널은 MBC(348명,57.0%)이며, SBS(565명,54.4%), KBS1(13명, 50.0%), KBS2(267

명,47.3%)의 순

* 연령미상 18명(0.8%) 포함

- (주인공 기준) 30-40대(143명, 59.3%)와 10-20대(96명, 39.8%)의 비중이 더욱 커짐 (50-60대 이상 0.8%, 10세 미만 및 70대 이상 등장하지 않음)
- (실제와의 비교) 2015년 통계청 인구총조사에 따르면, 우리나라 총 인구(49,705,663명) 중 실제로 30-40대(15,877,485명,31.9%)가 가장 많고, 50-60대 이상(12,885,887명, 25.9%), 10-20대(12,002,737명, 24.1%), 10세 미만(4,488,457명, 9.0%), 70대 이상(4,451,207명, 9.0%)의 순. 다만, 30-40대가 실제보다 과다, 50-60대 이상이 과소 재현됨

〈표Ⅳ-58〉 지상파 등장인물, 주인공 연령 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.10세 미만	0	0.0%	19	2.9%	56	4.2%	75	3.3%
02.10-20대	96	39.8%	177	26.8%	315	23.6%	588	26.3%
03.30-40대	143	59.3%	285	43.1%	765	57.2%	1193	53.3%
04.50-60대	2	0.8%	168	25.4%	175	13.1%	345	15.4%
05.70대 이상	0	0.0%	9	1.4%	11	0.8%	20	0.9%
99.연령 미상	0	0.0%	3	0.5%	15	1.1%	18	0.8%

● 등장인물의 직업

- (전체 등장인물 기준)* 전체적으로 전문가(817명,36.5%)가 가장 많이 등장하며, 사무종사자(220명,9.8%), 서비스 판매종사자(210명,9.4%), 관리자(194명,8.7%), 단순노무종사자(61명,2.7%), 군인(51명,2.3%), 블루칼라(32명, 1.4%), 실업자(7명,0.3%) 순

* 직업미상(319명,14.2%)과 15세 미만/비경제활동인구(학생, 주부, 건달 등 328명,14.6%) 포함

- 채널별 전문가 비율은 KBS1(13명,50.0%), KBS2(225명,39.9%), SBS(387명,37.3%), MBC(192명,31.4%) 순으로 높음
 - (주인공 기준) 전문가(119명,49.4%), 관리자(40명,16.6%), 사무종사자(31명,12.9%), 군인(12명,5%), 서비스/판매 종사자(9명,3.7%), 단순노무종사자(1명,0.4%) 순. 15세 미만 또는 비경제활동인구(24명,10%)는 있었으나 블루칼라 및 실업자는 없음.
 - (실제와의 비교) 하지만, 2016년 12월* 직군별 인구비율은 블루칼라(12.9%)가 가장 높으며 서비스/판매종사자(11.8%), 전문가(10.7%), 사무종사자(9.0%), 단순노무종사자(6.8%), 관리자(0.6%)의 순으로, 전문가가 실제보다 많이 등장(over-representation)된다고 할 수 있음
- * 실업자(86만명, 1.7%)와 15세 미만 또는 비경제활동인구(2,344만명, 46.4%) 포함. 단, 군인, 전투경찰, 공익근무요원, 형이 확정된 교도소 수감자 등은 제외(경제활동 인구조사 기준)

〈표Ⅳ-59〉 지상파 등장인물, 주인공 직업 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.관리자	40	16.6%	101	15.3%	53	4.0%	194	8.7%
02.전문가	119	49.4%	235	35.6%	463	34.6%	817	36.5%
03.사무종사자	31	12.9%	44	6.7%	145	10.8%	220	9.8%
04.서비스/판매 종사자	9	3.7%	67	10.1%	134	10.0%	210	9.4%
05.블루칼라	0	0.0%	5	0.8%	27	2.0%	32	1.4%
06.단순노무종사자	1	0.4%	18	2.7%	42	3.1%	61	2.7%
07.군인	12	5.0%	18	2.7%	21	1.6%	51	2.3%
08.실업자	0	0.0%	3	0.5%	4	0.3%	7	0.3%
09.15세 미만 또는 비경제활동인구	24	10.0%	129	19.5%	175	13.1%	328	14.6%
99.직업 미상	5	2.1%	41	6.2%	273	20.4%	319	14.2%

● 등장인물의 출신지역

- (전체 등장인물 기준) 전체 등장인물(2239명) 대부분(2089명, 93.3%)의 출신지역을 명확하게 알기 어려움. 출신지역을 명확하게 알 수 있는 경우, 경상도(47명), 전라도(29명), 미국(17명), 중국(13명), 태국(12명), 북한(5명) 순
- (주인공 기준) 주인공(241명) 대부분(218명, 90.5%)의 출신지역을 명확하게 알기 어려움. 출신지역을 명확하게 알 수 있는 경우, 미국(9명), 경상도(4명), 중국(3명), 태국(3명) 순

〈표Ⅳ-60〉 지상파 등장인물, 주인공 출신지역 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국(강원도)	0	0.0%	2	0.3%	0	0.0%	2	0.1%
01.한국(경상도)	4	1.7%	30	4.5%	13	1.0%	47	2.1%
01.한국(대구)	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
01.한국(전라도)	1	0.4%	6	0.9%	22	1.6%	29	1.3%
01.한국(지역미상 시골)	3	1.2%	0	0.0%	6	0.4%	9	0.4%
02.북한	0	0.0%	3	0.5%	2	0.1%	5	0.2%
03.아시아-베트남	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
03.아시아-일본	0	0.0%	0	0.0%	2	0.1%	2	0.1%
03.아시아-중국	3	1.2%	0	0.0%	10	0.7%	13	0.6%
03.아시아-태국	3	1.2%	3	0.5%	6	0.4%	12	0.5%
04.유럽-독일	0	0.0%	2	0.3%	0	0.0%	2	0.1%
04.유럽-러시아	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
04.유럽-영국	0	0.0%	2	0.3%	0	0.0%	2	0.1%
04.유럽-우크라이나	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
04.유럽-이탈리아	0	0.0%	1	0.2%	0	0.0%	1	0.0%
05.아프리카-가나	0	0.0%	2	0.3%	0	0.0%	2	0.1%
06.북아메리카-미국	9	3.7%	6	0.9%	2	0.1%	17	0.8%
06.북아메리카-캐나다	0	0.0%	2	0.3%	1	0.1%	3	0.1%
99.출신지역 미상	218	90.5%	602	91.1%	1269	94.9%	2089	93.3%

● 등장인물의 인종

- 등장인물 대부분(2218명,99.1%)이 황인종이며, 백인은 17명(0.8%) 등장. 주인공의 경우, 모두 황인종

〈표Ⅳ-61〉 지상파 등장인물, 주인공 인종 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.황인종	241	100.0%	654	98.9%	1323	99.0%	2218	99.1%
02.백인종	0	0.0%	5	0.8%	12	0.9%	17	0.8%
03.흑인종	0	0.0%	2	0.3%	2	0.1%	4	0.2%

● 등장인물의 언어

- (전체 등장인물 기준)* 언어를 확인할 수 있는 등장인물의 언어는 대부분 (2115명,94.5%)이 표준어 사용. 그 다음으로는 경상도사투리(49명,2.2%), 전라도 사투리(29명,1.2%), 영어(11명,0.5%), 다국어(5명,0.2%), 태국어(7명,0.3%), 연변사투리(4명,0.2%), 강원도사투리, 평안도사투리, 일본어(각 2명,0.1%), 러시아어(1명,0%) 순
 - (주인공 기준) 주인공의 경우, 대부분(235명,97.5%)이 표준어 사용. 경상도사투리 3명(1.2%), 전라도사투리(1명,0.4%), 다국어(2명,0.8%) 사용
- * 언어 미상(8명,0.4%) 포함

〈표Ⅳ-62〉 지상파 등장인물, 주인공 언어 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국어(표준어)	235	97.5%	617	93.3%	1263	94.5%	2115	94.5%
02.한국어(강원도 사투리)	0	0.0%	2	.3%	0	0.0%	2	0.1%
02.한국어(경상도 사투리)	3	1.2%	31	4.7%	15	1.1%	49	2.2%

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
02.한국어(연변 사투리)	0	0.0%	0	0.0%	4	0.3%	4	0.2%
02.한국어(전라도 사투리)	1	0.4%	5	0.7%	23	1.6%	29	1.2%
02.한국어(지역미상 사투리)	0	0.0%	2	0.3%	0	0.0%	2	0.1%
02.한국어(평안도 사투리)	0	0.0%	0	0.0%	2	0.1%	2	0.1%
03.아시아-일본어	0	0.0%	0	0.0%	2	0.1%	2	0.1%
03.아시아-중국어	0	0.0%	0	0.0%	2	0.1%	2	0.1%
03.아시아-태국어	0	0.0%	1	0.2%	6	0.4%	7	0.3%
04.유럽-러시아어	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
05.영어	0	0.0%	0	0.0%	11	0.8%	11	0.5%
98.다국어	2	0.8%	3	0.5%	0	0.0%	5	0.2%
99.언어 미상	0	0.0%	0	0.0%	8	0.6%	8	0.4%

● 등장인물의 종교

- 등장인물 대부분(2234명,99.8%) 종교 미상. 종교를 확인할 수 있는 등장인물은 불교 4명(0.2%)와 천주교 1명(0.0%)에 불과. 주인공은 불교 2명(0.8%), 천주교 1명(0.4%)를 제외하고 모두 종교미상(238명, 98.8%)

〈표Ⅳ-63〉 지상파 등장인물, 주인공 종교 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.불교	2	0.8%	2	0.3%	0	0.0%	4	0.2%
03.천주교	1	0.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%
99.종교 미상	238	98.8%	659	99.7%	1337	100.0%	2234	99.8%

● 등장인물의 장애여부

- (전체 등장인물 기준) 등장인물 대부분이 장애 또는 질환* 없음(2202명, 98.3%). 장애를 확인할 수 있는 등장인물(13명,0.4%)의 장애유형은 시각장

애(4명, 0.2%), 정신장애(3명, 0.1%), 지체장애(2명, 0.1%), 청각장애, 지적장애, 심장장애, 중복장애(각1명, 0.0%) 순으로 높게 출현

* 등장인물의 질환은 불치병(3명,0.1%), 부상(2명,0.1%)와 같이 구체적인 병명이 없는 경우도 있으며, 구체적 병명이 있는 경우, 유방암(4명,0.2%), 뇌종양(4명,0.2%), 담석(3명,0.1%), 위암(2명,0.1%), 뇌수막종, 폐암, 자이언트 애뉴리즘(각1명,0%) 순으로 출현

- (주인공 기준) 대부분(224명,92.9%)이 장애 또는 질환*이 없으며, 장애가 있는 경우, 정신장애(3명,1.2%)와 시각장애(1명,0.4%) 총 4명(1.6%)에 불과

* 주인공의 질환은 불치병, 담석, 뇌종양(각3명,1.2%), 유방암(2명,0.8%), 부상, 폐암(각1명,0.4%) 순으로 나타남

- (실제*와의 비교) 하지만, 우리나라 총 인구(49,705,663명)** 중 장애인의 추정비율은 5.5%에 달함(2,726,910명)

* 2014년 장애인실태조사(보건복지부)

** 2015년 인구 총 조사(통계청)

〈표IV-64〉 지상파 등장인물, 주인공 장애 및 질환 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.지체장애	0	0.0%	2	0.3%	0	0.0%	2	0.1%
03.시각장애	1	0.4%	0	0.0%	3	0.2%	4	0.2%
04.청각장애	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
06.지적장애	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
08.정신장애	3	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.1%
10.심장장애	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
16.중복장애	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
96.질환(부상)	1	0.4%	1	0.2%	0	0.0%	2	0.1%
96.질환(불치병)	3	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.1%
96.질환(장기이식필요)	0	0.0%	3	0.5%	0	0.0%	3	0.1%

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
96.질환(담석)	3	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.1%
96.질환(자이언트 애뉴리즘-혈관질환)	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
98.암-뇌수막종	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.0%
98.암-뇌종양	3	1.2%	0	0.0%	1	0.1%	4	0.2%
98.암-위암	0	0.0%	0	0.0%	2	0.1%	2	0.1%
98.암-유방암	2	0.8%	0	0.0%	2	0.1%	4	0.2%
98.암-폐암	1	0.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%
99.장애 없음	224	92.9%	655	99.1%	1323	99.0%	2202	98.3%

다) PP 채널의 등장인물 기준

- 전체 n=1592 (주인공 148, 조연 345, 엑스트라 1099)

● 등장인물의 성별

- (전체 등장인물 기준) 전체적으로 남성(1002명, 62.9%)이 여성(590명, 37.1%)보다 더 많이 등장. 남성 비율이 가장 높은 채널은 OCN(249명,67.7%), tvN(575명, 62.8%), JTBC(189명,58.0%)의 순으로 나타남
- (주인공 기준) 여성과 남성이 동일하게 등장함(각 74명,50.0%). 주인공의 여성 비율이 더 높은 채널은 JTBC(24명,77.4%)이었으며, 남성 비율이 더 높은 채널은 tvN(50명,54.3%), OCN(17명,68.0%)
- (실제와의 비교) 2015년 통계청 인구총조사에 따르면, 여성(2,488만, 50.1%)이 남성(2,482만, 49.9%)보다 더 많음

〈표Ⅳ-65〉 PP 등장인물, 주인공 성별 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.남	74	50.0%	230	66.7%	698	63.5%	1002	62.9%
02.여	74	50.0%	115	33.3%	401	36.5%	590	37.1%

● 등장인물의 연령

- (전체 등장인물 기준)* PP 전체적으로 30-40대(823명,51.7%)가 가장 많이 등장. 그 다음으로 10-20대(430명,27.0%), 50-60대(208명,13.1%), 70대 이상(42명,2.6%), 10세 미만(36명,2.3%) 순. 30-40대 비율이 가장 높은 채널은 OCN(199명,54.1%), tvN(478명, 53.2%), JTBC(146명,44.8%)의 순
* 연령미상 53명(3.3%) 포함
- (주인공 기준) 30-40대(74명, 49.3%)와 10-20대(53명,35.8%)의 비중이 가장 높음. 그러나 70대 이상(12명,8.1%), 50-60대 이상(9명,6.1%), 10세 미만(1명,0.7%)도 일부 등장.
- (실제와의 비교) 2015년 통계청 인구총조사에 따르면, 우리나라 총 인구(49,705,663명) 중 실제로 30-40대(15,877,485명,31.9%)가 가장 많고, 50-60대 이상(12,885,887명, 25.9%), 10-20대(12,002,737명,24.1%), 10세 미만(4,488,457명,9.0%), 70대 이상(4,451,207명,9.0%)의 순. 다만, 30-40대가 실제보다 과다, 50-60대 이상이 과소 재현됨

〈표Ⅳ-66〉 PP 등장인물, 주인공 연령 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.10세 미만	1	0.7%	7	2.0%	28	2.5%	36	2.3%
02.10-20대	53	35.8%	119	34.5%	258	23.5%	430	27.0%
03.30-40대	73	49.3%	165	47.8%	585	53.2%	823	51.7%
04.50-60대	9	6.1%	41	11.9%	158	14.4%	208	13.1%
05.70대 이상	12	8.1%	13	3.8%	17	1.5%	42	2.6%
99.연령 미상	0	0.0%	0	0.0%	53	4.8%	53	3.3%

● 등장인물의 직업

- (전체 등장인물 기준)* 전체적으로 전문가(374명, 23.5%)의 비율이 가장 높으며, 서비스/판매 종사자(252명, 15.8%), 사무종사자(184명, 11.6%), 관리자(99명, 6.2%), 단순노무종사자(33명, 2.1%), 블루칼라(17명, 1.1%), 실업자(15명, 0.9%), 군인(1명, 0.1%) 순으로 등장.

* 직업미상(252명, 15.8%)과 15세 미만/비경제활동인구(학생, 주부, 건달 등 365명, 22.9%) 포함

- JTBC(60명,18.4%), tvN(259명,28.8%)는 전문가 비율이 가장 높으며, OCN은 서비스/판매종사자의 비율이 가장 높음(81명,22.0%)

- (주인공 기준)* 여전히 전문가(45명,30.4%)의 비율이 가장 높으며, 서비스/판매 종사자(24명,16.2%), 사무종사자(16명,10.8%), 관리자(6명,4.1%), 실업자(4명,2.7%), 블루칼라(3명,2.0%), 단순노무종사자(2명,1.4%) 순이며 군인은 없음

* 직업 미상(8명,5.4%), 15세 미만 또는 비경제활동인구(40명,27.0%) 포함

- (실제와의 비교) 하지만, 2016년 12월* 직군별 인구비율은 블루칼라(12.9%)가 가장 높으며 서비스/판매종사자(11.8%), 전문가(10.7%), 사무

종사자(9.0%), 단순노무종사자(6.8%), 관리자(0.6%)의 순으로, 전문가가 실제보다 많이 등장(over-representation)된다고 할 수 있음

* 실업자(86만명, 1.7%)와 15세 미만 또는 비경제활동인구(2,3442만명, 46.4%) 포함. 단, 군인, 전투경찰, 공익근무요원, 형이 확정된 교도소 수감자 등은 제외(경제활동 인구조사 기준)

〈표Ⅳ-67〉 PP 등장인물, 주인공 직업 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.관리자	6	4.1%	36	10.4%	57	5.2%	99	6.2%
02.전문가	45	30.4%	94	27.2%	235	21.4%	374	23.5%
03.사무종사자	16	10.8%	31	9.0%	137	12.5%	184	11.6%
04.서비스/판매 종사자	24	16.2%	53	15.4%	175	15.9%	252	15.8%
05.블루칼라	3	2.0%	1	0.3%	13	1.2%	17	1.1%
06.단순노무종사자	2	1.4%	5	1.4%	26	2.4%	33	2.1%
07.군인	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.1%
08.실업자	4	2.7%	10	2.9%	1	0.1%	15	0.9%
09.15세 미만 또는 비경제활동인구	40	27.0%	94	27.2%	231	21.0%	365	22.9%
99.직업 미상	8	5.4%	21	6.1%	223	20.3%	252	15.8%

● 등장인물의 출신지역

- 등장인물 대부분(1567명,98.4%)은 출신지역을 명확하게 알기 어려움. 출신 지역을 명확하게 알 수 있는 경우, 경상도(9명,0.6%), 일본(8명,0.5%), 미국(4명,0.3%), 전라도(2명,0.1%), 제주도 와 홍콩(각 1명,0.1%) 순.

〈표Ⅳ-68〉 PP 등장인물, 주인공 출신지역 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국(경상도)	0	0.0%	3	0.9%	6	0.5%	9	0.6%
01.한국(전라도)	0	0.0%	0	0.0%	2	0.2%	2	0.1%
01.한국(제주도)	1	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%
03.아시아-일본	2	1.4%	2	0.6%	4	0.4%	8	0.5%
03.아시아-홍콩	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.1%
06.북아메리카-미국	0	0.0%	3	0.9%	1	0.1%	4	0.3%
99.출신지역 미상	145	98.0%	337	97.7%	1085	98.7%	1567	98.4%

● 등장인물의 인종

- 등장인물 대부분(1586명,99.6%)이 황인종이며, 백인 6명(0.4%) 등장했으며 흑인은 등장하지 않음. 주인공의 경우, 모두 황인종

〈표Ⅳ-69〉 PP 등장인물, 주인공 인종 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.황인종	148	100.0%	345	100.0%	1093	99.5%	1586	99.6%
02.백인종	0	0.0%	0	0.0%	6	0.5%	6	0.4%

● 등장인물의 언어

- (전체 등장인물 기준)* 언어를 확인할 수 있는 등장인물의 언어는 대부분 (1518명,95.4%)이 표준어 사용. 나머지 언어는 경상도사투리(11명,0.7%), 영어(9명,0.6%), 일본어(8명,0.5%), 중국어(7명,0.4%), 전라도사투리(2명,0.1%)순. 주인공 대부분(145명,98.0%)이 표준어 사용하고 일본어를 2명 (1.4%)이 사용

* 언어 미상(38명,2.4%)포함

〈표Ⅳ-70〉 PP 등장인물, 주인공 언어 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국어(표준어)	145	98.0%	338	98.0%	1035	94.2%	1518	95.4%
02.한국어(경상도사투리)	0	0.0%	3	0.9%	8	0.7%	11	0.7%
02.한국어(전라도사투리)	0	0.0%	0	0.0%	2	0.2%	2	0.1%
03.아시아-일본어	2	1.4%	2	0.6%	4	0.4%	8	0.5%
03.아시아-중국어	0	0.0%	1	0.3%	5	0.5%	6	0.4%
05.영어	0	0.0%	0	0.0%	9	0.8%	9	0.6%
99.언어 미상	1	0.7%	1	0.3%	36	3.3%	38	2.4%

● 등장인물의 종교

- 등장인물 대부분(1589명,99.8%) 종교 미상. 종교를 확인할 수 있는 등장인물은 천주교 3명(0.2%)에 불과. 주인공 또한 대부분 종교 미상(146명,98.6%)이며 천주교 2명(1.4%)

〈표Ⅳ-71〉 PP 등장인물, 주인공 종교 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
03.천주교	2	1.4%	0	0.0%	1	0.1%	3	0.2%
99.종교 미상	146	98.6%	345	100.0%	1098	99.9%	1589	99.8%

● 등장인물의 장애여부

- (전체 등장인물 기준) 등장인물 대부분이 장애 또는 질환* 없음(1566명, 98.4%). 장애를 확인할 수 있는 등장인물(15명, 0.9%) 중 정신장애(6명,0.4%)가 가장 많으며, 지체장애(4명, 0.3%), 심장장애(3명,0.2%), 중복장

애(2명, 0.1%)가 있음

* 등장인물의 질환은 유방암(4명, 0.3%), 치매 또는 알츠하이머(4명, 0.3%), 간암, 갑상선암(각 1명, 0.1%)이 나타남

- (주인공 기준) 주인공도 대부분 장애 또는 질환*이 없었음(134명, 90.5%). 장애를 확인할 수 있는 등장인물(5명, 3.4%) 중 심장장애가 3명(2.0%), 정신장애가 2명(1.4%) 출현

* 주인공의 질환은 유방암(4명, 2.7%), 치매 또는 알츠하이머(4명, 2.7%), 간암(1명, 0.7%) 순으로 출현

- (실제*와의 비교) 하지만, 우리나라 총 인구(49,705,663명)** 중 장애인의 추정비율은 5.5%에 달함(2,726,910명)

* 2014년 장애인실태조사(보건복지부)

** 2015년 인구 총 조사(통계청)

〈표Ⅳ-72〉 PP 등장인물, 주인공 장애 및 질환 분석

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.지체장애	0	0.0%	2	0.6%	2	0.2%	4	0.3%
08.정신장애	2	1.4%	2	0.6%	2	0.2%	6	0.4%
10.심장장애	3	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.2%
16.중복장애	0	0.0%	0	0.0%	2	0.2%	2	0.1%
97.치매 또는 알츠하이머	4	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	4	0.3%
98.암-간암	1	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%
98.암-갑상선암	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.1%
98.암-불특정	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%	1	0.1%
98.암-유방암	4	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	4	0.3%
99.장애 없음	134	90.5%	341	98.8%	1091	99.3%	1566	98.4%

4) 프로그램 등장인물의 다양성에 대한 인식조사

● 조사 개요

〈표Ⅳ-73〉 프로그램 등장인물 다양성 인식조사 개요

모집단	◦ 전국 만19세 이상 성인 남·여
표본추출방법	◦ 성별*연령별*시도별 비례할당 및 체계적 추출법 (Proportionate Quota & Systematic Sampling)
표본수	◦ 700표본
조사방법	◦ 가구유선전화(Land line) RDD와 휴대전화 RDD를 병행한 Dual Frame
조사도구	◦ 구조화된 질문지(Structured Questionnaire)
표본오차	◦ ±3.7%p (95%신뢰수준)
조사일시	◦ 11월 23일(수) ~ 25일(금)
조사기관	◦ (주)밀워드브라운미디어리서치

● 조사 내용

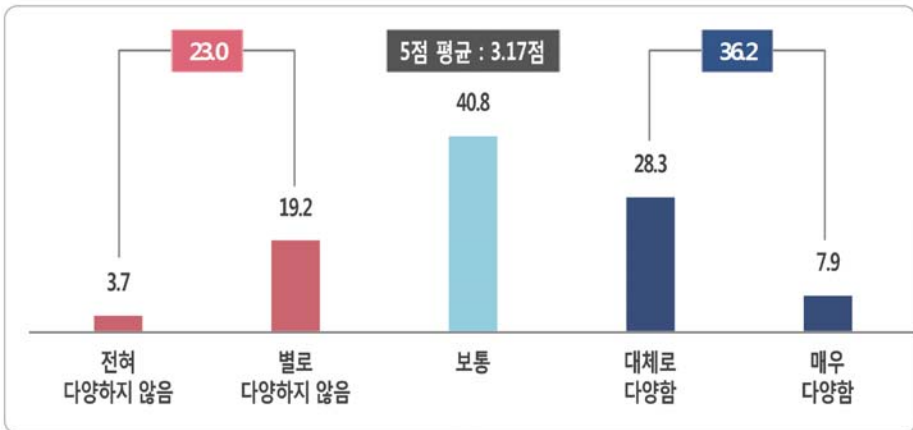
- TV 드라마 등장인물 다양성
- 드라마 등장인물 다양성_성별
- 드라마 등장인물 다양성_나이

- 드라마 등장인물 다양성_직업
- 드라마 등장인물 다양성_출신지역
- 드라마 등장인물 다양성_사투리
- 드라마 등장인물 다양성_신체나 정신 장애
- 드라마 등장인물 다양성_인종이나 국적
- 드라마 등장인물 다양성_종교
- 올해 방송된 TV 드라마 중 등장인물이 가장 다양했던 드라마
- 평소 1주일 드라마 시청 빈도
- 하루 평균 드라마 시청 시간

가) 드라마 등장인물의 다양성에 대한 종합적 인식

- “귀하께서는 올해 방송된 우리나라 TV 드라마에서 등장인물들이 전반적으로 얼마나 다양했다고 보십니까? 등장인물들의 성, 연령, 출신지역, 직업, 장애, 인종, 종교 등을 종합적으로 고려해 말씀해주세요.”

〈그림Ⅳ-1〉 2016년 드라마 등장인물 다양성에 대한 종합적인 인식



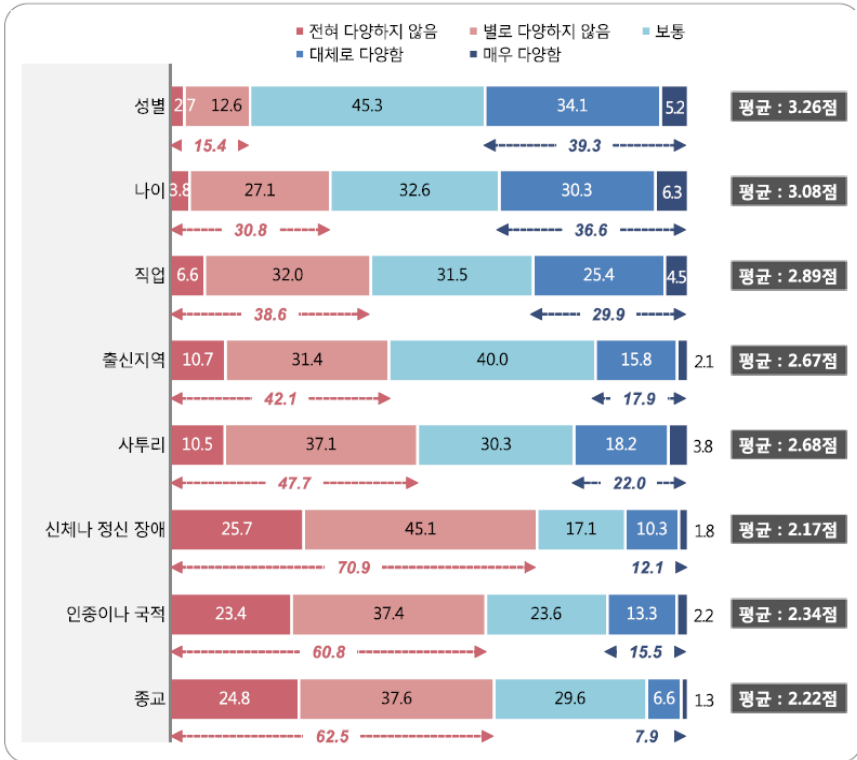
- 올해 방송된 우리나라 TV 드라마에서 등장인물들이 전반적으로 얼마나 다양했다고 생각하는지 설문한 결과, ‘다양하다’는 응답은 36.2%(대체로:28.3% + 매우:7.9%), ‘다양하지 않다’는 23.0%(전혀: 3.7% + 별로: 19.2%)로 나타남. 한편, ‘보통이다’는 응답은 40.8%로 상대적으로 높았음.
- ‘전혀 다양하지 않다’를 1점, ‘매우 다양하다’를 5점으로 환산했을 때, 평균은 3.17점으로 올해 방송된 TV 드라마 등장인물들의 다양성이 보통이라는 의견에 가까운 것으로 나타남.

〈표Ⅳ-74〉 등장인물 다양성에 대한 종합적인 인식 조사결과

구 분		다양하지 않음	보통	다양함	평균(점)
전체		23.0	40.8	36.2	3.17
성별	남자	24.4	39.5	36.0	3.16
	여자	21.6	42.2	36.3	3.19
연령	19~29세	20.9	37.8	41.3	3.24
	30대	23.7	44.8	31.5	3.13
	40대	25.3	33.6	41.1	3.18
	50대	25.5	39.3	35.1	3.18
	60세 이상	19.9	47.8	32.3	3.14
시청 빈도	1~2일	23.3	38.9	37.9	3.20
	3~4일	23.6	37.8	38.6	3.17
	5~6일	26.8	40.6	32.6	3.11
	7일(매일)	16.3	50.6	33.1	3.21
	전혀 안본다	33.5	36.3	30.2	2.97
시청 시간	30분 미만	33.8	20.2	46.1	3.12
	30분~1시간 미만	24.1	40.3	35.5	3.16
	1시간~1시간 30분 미만	21.0	41.6	37.4	3.21
	1시간 30분~2시간 미만	26.6	47.5	25.9	2.73
	2시간 이상	21.1	44.7	34.2	3.20

나) 속성(또는 기준)별 드라마 등장인물의 다양성에 대한 인식

〈그림Ⅳ-2〉 드라마 등장인물 다양성에 대한 인식(속성별)



- 드라마 등장인물의 각 속성별 다양성에 대한 평가는 ‘성별’(3.26점), ‘나이’(3.08점)에서 다양하다는 평가가 높았으며,
- 평균이 3점 이하인 항목으로는
 - ‘직업’(2.89점), ‘사투리’(2.68점), ‘출신지역’(2.67점), ‘인종이나 국적’(2.34점), ‘종교’(2.22점), ‘신체나 정신 장애’(2.17점)으로 나타남

V. 결론

1. 결론
2. 시사점

V. 결론

1. 결론

- 미디어 다양성 조사 항목의 구성은 크게 플랫폼, 채널, 프로그램의 다양성을 구조적 측면과 내용적 측면에서 살펴보는 것을 의미하며, 모든 항목은 공급과 이용측면을 함께 살펴보고 있음
 - 주요 조사결과는 다음과 같음

가) 플랫폼 지표

- (독립적(소유주체별) 플랫폼* 비율) 공급측면 HHI가 1,677로 집중, 이용측면인 가입자(디지털) 비율은 1,887로 역시 집중된 상태임
 - * 총 94개 플랫폼(SO 90개, 위성 1개, IPTV 3개)
- (티어의 채널구성 비율, 공급 측면) 4분류(중편, 교양, 오락, 정보) : HHI 2,000-3,000대로 매우 집중, 19분류(4분류 중 교양, 오락, 정보를 세부 분류) : 600-900대로 비집중
- (지역플랫폼) 공급측면인 지역 플랫폼(SO) 개수 비율은 95.7%며, 이용측면인 SO의 가입자 비율은 38.5%로 나타남

나) 채널 지표

- (독립적 채널 비율) 공급측면의 HHI는 199.2, 소유주체별 채널의 시청률

비율을 나타내는 이용측면의 HHI는 638.5으로 나타남

- (테마 채널 비율) 4분류(종편, 교양, 오락, 정보) 시 공급측면 HHI는 3,894, 이용측면은 6,254, 19개 분류 시 공급 647, 이용 5,999로 나타남
- (시사보도채널 비율) 공급 개수(총20개) 비율은 8.7%, 동 채널의 시청비율은 79.5%로 나타났으며 시사보도채널이 지역지상파, 종편· 보도 채널이라는 점에서 높은 시청비율이 나타났음
- (공공공익·복지 채널 비율) 공급 개수(총 13개) 비율은 5.6%였으며, 시청비율은 0.3%로 해당 채널들의 시청률이 매우 낮았음

다) 프로그램 지표

- (독립적 프로그램) 드라마와 애니메이션 모두 공급 측면에서 전혀 집중되어 있지 않음(드라마와 애니메이션 모두 HHI = 271), 이용측면에서도 드라마와 애니메이션 모두 전혀 집중되어 있지 않음(드라마 HHI = 645, 애니메이션 HHI = 655). 다만 채널별로 집중도를 살펴보면 차이는 있음
- (장르별 프로그램) 공급 측면에서의 집중도는 1,490 수준으로 약간 집중되어 있는 것으로 나타나며, 이용측면의 집중도는 1,652 수준으로 집중되어 있는 것으로 나타남. 이 역시 채널별로 집중도 차이가 큼
- (등장인물 분석) 실제 인구통계보다 노년층 과소, 30~40대 및 10~20대가 과다 출연하고 있으며, 전문가는 현실 보다 많이, 노동계층(블루칼라)은 적게 나와 인구통계학적 사실과 괴리를 보여주고 있었음
- (인식도 조사) 성별, 나이, 직업 등 속성에 대한 TV드라마의 다양성에 대한 인식도 조사 결과, 성별(3.26), 나이(3.08) 등은 보통 이상, 직업(2.89), '사투리'(2.68점), '출신지역'(2.67점), '인종이나 국적'(2.34점), '종교'(2.22점), '신체나 정신 장애'(2.17점) 등에 대해서는 보통 이하로 인식

● 미디어 다양성 조사 결과를 살펴본 후 다음과 같은 결론 도출이 가능함

- 플랫폼의 경우, 상품의 채널구성 다양성 정도에서 유의미한 차이가 드러나고 있다는 사실을 알 수 있음. 추후 지속적인 관찰이 필요한 항목이라고 할 수 있음. 다만, 소유주체별 플랫폼의 다양성 정도나 지역 플랫폼의 경우, 수치가 잘 변하지 않는데다가, 이미 경쟁상황평가 등에서 발표되는 수치와 별다른 차이가 없다는 점에서 지속적으로 조사할 필요가 있는가 하는 문제가 제기될 수 있음
- 채널의 경우, 오락 분야의 채널 공급이 과다하다는 점(56.3%)이 두드러지나, 오락분야의 경우 그 범위가 넓어 오락으로 분류되는 채널의 수가 많을 수밖에 없어 보다 세부적인 검토가 필요한 부분임. 또한, 채널 공급분야에 대한 아직까지 합의된 분류 기준이 없는 상태이기 때문에, 추후 지속적인 사업자 의견수렴을 통해, 분류기준에 대한 어느 정도의 합의를 도출해야 할 필요가 있음
- 프로그램의 경우, 대부분의 조사 항목이 유의미한 결과를 보여주고 있음. 특히, 프로그램의 형식(포맷 또는 장르)을 기준으로 살펴볼 때, 특정 형식(포맷)의 편성비율이 집중되어 있으며, 채널별로 그 차이가 명확하게 드러나고 있다는 점은 추후 다양한 논의를 가능케 하는 기본 데이터가 될 수 있음
- 이외에도, 등장인물의 사회문화적 특성이 현실과 어느 정도 괴리가 있는지를 보여주는 것도 큰 의미가 있음. 특히 미디어가 가지는 의견 형성력(opinion performing power)을 염두에 둘 때 더욱 그러함. 이러한 측면에서 프로그램 내용분석은 본 연구의 핵심적인 부분이 될 수밖에 없음. 참고로, 지금까지의 미디어 다양성 정책의 궁극적인 목적 역시 프로그램의 내용이 보다 다양하기를 바랬다는 점¹⁴⁾을 감안하면 더욱 그러함

14) 물론, 직접적으로 프로그램의 내용 다양성을 위한 정책은 거의 없었다고 할 수 있으며, 대부분 구조(소유, 제작주체, 장르 등)를 통한 미디어 다양성 정책이 추진되었음. 하지만, 이는 구조가 내용에까지 영향을 미칠 것이라는 기본가정(assumption) 하에서 이루어진 것이라고 할 수 있음

2. 시사점

● 기대성과 및 활용방안

- 미디어 다양성 조사 결과를 공표함으로써, 공급자와 이용자 모두에게 유의한 정보가 제공될 수 있음. 정보가 제공되는 것만으로도 공표(public notice)를 통한 동료압력(peer pressure) 또는 여론 환기가 가능할 것
- 지속적인 미디어 다양성 조사를 통한 시계열 자료 수집/분석이 가능해 질 것이며 이는 결국 추후 조사 방식의 개선과 보완에 이용될 수 있음
- 유럽의 「미디어다양성모니터링(MPM)」을 포함한 다양성 조사결과의 소개 또는 미디어 다양성 증진 정책의 성과를 공유하는 국제세미나 등의 개최 필요. 이를 통해 국내 미디어 다양성 정책의 방향 또는 다양성 조사방식의 개선 등 미디어 다양성 증진을 위한 국제협력 체계 구축

* 참석자(안) : EC(유럽집행부), CMPF(MPM총괄), CSA(다양성 바로미터), ERC(포르투갈내용분석) 등

● 제한점 및 개선방안

- (조사 항목 조정) 별도조사로 파악이 가능하거나 조사결과가 특별한 변화가 없는 항목은 삭제하고, 드라마 외 보도 프로그램의 등장인물 분석 등을 추가할 필요가 있음. 예를 들어, 소유주체별 플랫폼 비율, 지역플랫폼 비율 등은 삭제하고, 보도프로그램의 등장인물 비율 및 시청자 인식조사 등은 추가하는 것을 검토해 볼 필요가 있음. 등장인물 외 내용(텍스트) 분석 등의 기법을 활용하는 것도 가능할 것
- (항목 내 심화) 편성(포맷) 다양성 조사 항목 중 특정 프로그램(ex. 무한도전과 같은 시청률 상위 프로그램)의 중복 편성 비율 조사 또는 포맷 내 세부 포맷(ex. 드라마 - 사극, 판타지, 로맨스 등)에 대한 조사 등을 추가하는 것도 검토 가능

- (사업자 의견수렴 강화) 채널의 공급분야, 편성 포맷(장르) 등의 분류 시 사업자 의견수렴을 강화, 전체적인 분석의 신뢰도 제고 필요
- (내용분석 방법론 심화) 등장인물의 사회문화적, 정치적 특성과 같이 계량화 가능한 방법 외에도, 등장인물을 다루는 방식(긍정 vs 부정 등)이나 의견 분석과 같은 질적/정성적 방법론 추가 모색 필요. 다만, 이 경우 연구자의 조작적 정의가 다소 주관적일 수 있다는 우려가 있어 신중한 접근 필요
- (이론적 배경 제시) 재현 다양성(representative diversity)의 중요성, 미디어의 효과(배양cultivation 이론 등)에 대한 보다 면밀한 이론적 배경에 대한 보다 상세한 설명 필요
- (특정 주제 분석) 여성, 비만, 다문화 측면 등 조사 해당년도의 사회적 관심이 높은 1개 주제를 선정하여 등장인물 비율 분석 실시
- (집중도 측정지표 개선 검토) 일반산업에서 사용하는 HHI지수를 미디어다양성 조사에도 적용하는 것이 타당한지 여부와 관련, CR, 심슨의 D, 로렌츠 곡선 등 대안 검토지수 가능여부 검토. 하지만, 본질적으로 집중도 또는 다양성을 측정하는 대부분의 지표가 한 사업자의 시장 점유율을 기본으로 하고 있다는 점에서 측정 지표는 모두 유사한 속성을 가지고 있음
- (조사기간 연장) 연도별 조사결과의 변화를 명확하게 파악할 수 있도록 등장인물 비율 분석의 조사기간을 현행 9개월에서 1년으로 연장
- (시청자 인식조사 확대) 미디어다양성에 대한 이용측면을 심층적으로 조사하기 위해 시청자 인식조사 규모와 조사 항목을 확대(현행 700명 -> 1000명)할 필요가 있음. 조사 항목의 경우도, 현재 종합적 다양성 및 항목별(연령, 직업 등) 다양성 조사 외에 채널별, 개별 프로그램별 다양성 등 조사 항목 추가 검토 필요

[부록] 코딩지침서

- 별첨 1. 2016년 1월~9월 편성 드라마 제작사 리스트
- 별첨 2. 2016년 1월~9월 편성 애니메이션 제작사 리스트
- 별첨 3. 코딩 지침서
- 별첨 4. 등장인물 분석결과(채널별)

별첨 1. 2016년 1월~9월 편성 드라마 제작사 리스트

제작사	드라마	편성편수	
Amuse	시크릿메세지	4	
APOLLOPICTURES	조선청춘설화(마녀보감)	20	
BaramiBunda	월화드라마(달의연인인보보경심려)	11	
CJ E&M	CJ E&M	시크릿메세지	4
	STUDIODRAGON	굿와이프	16
		디어마이프렌즈	16
		세금징수사기팀38사기동대	16
		수목드라마(공항가는길)	4
		월화드라마(또오해영)	18
		월화특별기획(캐리어를끄는여자)	2
	TVN	월화드라마(혼술남녀)	8
		응답하라1988<본>	4
CONTENTK	일촉즉발협상극피리부는사나이	16	
DK	일일드라마(여자의비밀)	67	
	일일특별기획(워킹맘육아대디)	95	
	주말드라마(불어라미풍아)	10	
JTBC(Dramahouse)	금토드라마(옥씨남정기)	16	
	금토드라마(청춘시대여대생밀착동거담)	12	
	마담앙트완	16	
	조선청춘설화(마녀보감)	20	
DREAMe&m	금토드라마(청춘시대여대생밀착동거담)	12	
	수목드라마(마스터국수의신)	20	
	일일드라마(당신은선물)	74	
DreamTentertainment	일일드라마(여자의비밀)	67	
FIBPictures	설날특집UHD드라마(영주)	2	
FNCENTERTAINMENT	월화드라마(백희가돌아왔다)	4	
GnG프로덕션	마담앙트완	16	
	일일드라마(다잘될거야)	21	
	일일특별기획(아름다운당신)	87	

제작사		드라마	편성편수
GTENTERTAINMENT		디어마이프렌즈	16
		월화드라마(달의연인인보보경심려)	11
HBENTERTAINMENT		더케이투	16
		불금볼토스페셜(신데렐라와네명의기사)	15
HBROTHERS		수목미니시리즈(운빨로맨스)	16
HE&M		월화드라마(대박)	24
		월화드라마(오마이비너스)	2
		일일특별기획(워킹맘육아대디)	95
iHQ		KBS2TV청춘3부작드라마(페이지터너)	3
		특별기획드라마(함부로애뜻하게)	20
JPE&M		설날특집UHD드라마(영주)	2
JSpictures		월화드라마(무림학교)	16
KBS	KBS한국방송	KBS드라마스페셜(빨간선생님)	1
		TV소설(내마음의꽃비)	128
		TV소설(별이되어빛나리)	40
		TV소설(저하늘에태양이)	16
		대하드라마(장영실)	24
		일일연속극(별난가족)	111
	KBS미디어	일일연속극(우리집꿀단지)	85
		월화드라마(구르미그린달빛)	12
		월화드라마(오마이비너스)	2
	KBS제주	주말연속극(부탁해요엄마)	14
KROSSPICTURES		이중섭탄생다큐드라마(중섭)	2
KZGALAXYKOREA		월화드라마(치즈인더트랩)	16
made aisa XD		불금볼토스페셜(신데렐라와네명의기사)	15
MASS		불금볼토스페셜(신데렐라와네명의기사)	15
MASS		시크릿메세지	4
MBC	MBC C&I	MBC아침드라마(내일도승리)	86
		MBC아침드라마(좋은사람)	102
		설특집극(풍당풍당LOVE)	1

제작사		드라마	편성편수
	MBC	수목미니시리즈(쇼핑왕루이)	4
		수목미니시리즈(한번더해피엔딩)	16
		일일연속극(다시시작해)	91
MEDIAPARK		반짝반짝작은별	2
MEDIANART		조선청춘설화(마녀보감)	20
M		기억	16
NEW		공사창립특별기획(태양의후예)	16
P		월화드라마(치즈인더트랩)	16
SBS	SBS	UHD드라마(미스터리신입생)	2
		UHD특집드라마(나청렴의원납치사건)	2
		신년특집UHD드라마(떡)	2
	SBSplus	아침일일연속극(내사위의여자)	120
		일일드라마(당신은선물)	74
SMCulture&Contents		세금징수사기팀38사기동대	16
		월화드라마(동네변호사조들호)	20
		특별기획드라마(장사의신객주2015)	14
S · PEACE		마이리틀베이비	16
STARJENTERTAINMENT		동네의영웅	1
STORYPLANT		주말드라마(가화만사성)	51
TAEWONENTERTAINMENT		수목미니시리즈(달콤살벌패밀리)	4
TheStoryworks		주말특별기획(미녀공심이)	20
THEUNICORN		월화드라마(싸우자귀신아)	16
UNIVERSAL		월화드라마(달의연인노보보경심려)	11
wellmadeyedang		드라마스페셜(딴따라)	18
YGentertainment		월화드라마(달의연인노보보경심려)	11
그룹에이트		월화드라마(싸우자귀신아)	16
김종학프로덕션		주말드라마(우리갑순이)	10
		창사특별기획(옥중화)	39

제작사	드라마	편성편수
네오	일일드라마(천상의약속)	102
래몽래인	월화드라마(뷰티풀마인드)	14
	일일드라마(마녀의성)	109
로고스필름(주)	드라마스페셜(리멤버아들의전쟁)	14
몽작소	월화드라마(오마이비너스)	2
베르디미디어	수목드라마(마스터국수의신)	20
뿌리깊은나무들(주)REDWOODS	창사특별기획(육룡이나르샤)	24
삼화네트웍스	금토드라마(육씨남정기)	16
	주말드라마(그래그런거야)	54
	특별기획드라마(함부로애듯하게)	20
소금빛미디어	주말특별기획(끝에서두번째사랑)	13
	특별기획(미세스캡2)	20
스케치미디어	일일특별기획(아름다운당신)	87
신영이엔씨	드라마스페셜(돌아와요아저씨)	16
아이월미디어	주말특별기획(애인있어요)	17
앨앤홀딩스	월화드라마(베이비시터)	4
에이스토리	금토드라마(오늘만사는로맨스판타스틱)	9
	시그널	16
	주말연속극(아이가다섯)	54
에이치픽처스	뱀파이어탐정	12
에이트웍스	월화드라마(치즈인더트랩)	16
이관희프로덕션	주말드라마(엄마)	16
이김Production&Company	수목미니시리즈(굿바이미스터블랙)	20
	월화특별기획(몬스터)	50
이매진아시아	드라마스페셜(원티드)	16
재미난프로젝트	드라마스페셜(딴따라)	18
	드라마스페셜(원티드)	16

제작사	드라마	편성편수
(주)더케이엔터테인먼트	월화드라마(대박)	24
(주)라이너스픽처스	주말특별기획(끝에서두번째사랑)	13
(주)메이퀸픽처스	월화특별기획(화려한유혹)	25
주식회사엔젤리크	주말특별기획(끝에서두번째사랑)	13
(주)차디오스텍	주말드라마(불어라미풍아)	10
지담	주말특별기획(내딸금사월)	17
초록밤미디어	수목미니시리즈(W)	16
	월화드라마(또오해영)	18
	주말드라마(우리갑순이)	10
팬엔터테인먼트	월화드라마(닥터스)	20
	일일연속극(최고의연인)	97
	주말연속극(월계수양복점신사들)	10
	주말특별기획(결혼계약)	16
후너스엔터테인먼트	드라마스페셜(돌아와요아저씨)	16
	아침연속극(사랑이오네요)	68
총합계 (71개/77개)	129편	3380

별첨 2. 2016년 1월~9월 편성 애니메이션 제작사 리스트

제작주체		프로그램(방영채널)	편성편수(7-22시)
CJE&M	CJ E&M	농지마정신줄(Tooniverse)	199
		로봇트레인(Tooniverse)	225
		신비아파트(Tooniverse)	98
		지파이터스(EBS)	60
		파워배틀와치카(Champ)	13
		파워배틀와치카(Tooniverse)	53
		파파독(KBS2)	13
		파파독(Tooniverse)	167
	투니버스	안녕자두야(Tooniverse)	265
dps		구름빵(KBS1)	6
		두리둥실몽계공항(KBS1)	2
		두리둥실몽계공항(KBS2)	20
EBS		강철소방대파이어로보(EBS)	14
		그림을그려요(EBS)	25
		꼬마버스타요(EBS)	188
		두다다쿵(EBS)	98
		두다다쿵(Tooniverse)	58
		로보카폴리(EBS)	274
		로보카폴리(Tooniverse)	61
		붕구야말해줘(EBS)	79
		부릉부릉브루미즈(EBS)	49
		뽀롱뽀롱뽀로로(EBS)	317
		안전교육캠페인출동파이어로보(EBS)	7
		용감한소방차레이(EBS)	17
		우당탕탕아이쿠(EBS)	16
		주사위요정큐비쥬(EBS)	72
		지파이터스(EBS)	60
		최고다호기심딱지(EBS)	46

제작주체		프로그램(방영채널)	편성편수(7-22시)
		코코몽(EBS)	26
		코코코다코(Champ)	26
		코코코다코(EBS)	144
ENPOP		영풍발랄콩순이와친구들(Champ)	32
		영풍발랄콩순이와친구들(KBS2)	4
F5		빠빠에친구(EBS)	3
GIMC		구름빵(KBS1)	6
HEEWON		터닝메카드(Champ)	89
		터닝메카드(KBS2)	24
		터닝메카드(Tooniverse)	129
HONGDANGMOO		어린이날특집애니메이션(KBS1)	1
INPKOREA		지파이터스(EBS)	60
JM애니메이션		꼬마기차추추(Tooniverse)	9
KBS	KBSN	로보텍스(KBS2)	32
	KBS한국방송	갤럭시키즈(KBS1)	13
		검정고무신(Champ)	143
		검정고무신(Tooniverse)	44
		두리둥실몽계공항(KBS1)	25
		두리둥실몽계공항(KBS2)	20
		로보텍스(KBS2)	32
		별별가족(KBS1)	116
		어린이날특집애니메이션(KBS1)	1
		좀비덤(KBS1)	19
		터닝메카드(KBS2)	24
		파파독(KBS2)	13
		파파독(Tooniverse)	167
		후토스잃어버린숲(KBS2)	92
Kth		두리둥실몽계공항(KBS1)	25
		두리둥실몽계공항(KBS2)	20
LOCO		생일왕국의프린세스프링(Champ)	3
		생일왕국의프린세스프링(KBS1)	24

제작주체	프로그램(방영채널)	편성편수(7-22시)	
MBC	텔레몬스터(MBC)	126	
NHCMEDIA	안녕괴발개발(KBS2)	13	
Psystem	모두모두쇼(MBC)	23	
SOUL	별별가족(KBS1)	116	
STUDIOGALE	텔레몬스터(MBC)	126	
TAKTOON	갤럭시키즈(KBS1)	13	
WILLPICTURES	지파이터스(EBS)	60	
그래피직스	허풍선이과학쇼(EBS)	33	
대교어린이TV	내꺼야폴록(MBC)	33	
대원미디어	곤(Champ)	23	
	곤(EBS)	29	
	뚜바뚜바눈보리(EBS)	2	
동우A&E	프리즘스톤(Champ)	1	
디자인에그	토닥토닥꼬모(Champ)	6	
레트로봇	또봇(Champ)	66	
	바이클론즈(Champ)	3	
	바이클론즈(Tooniverse)	1	
	애슬론또봇(Champ)	50	
	애슬론또봇(Tooniverse)	25	
링동코리아	치치랜드(Tooniverse)	8	
마로스튜디오	우당탕탕아이쿠(EBS)	16	
	으랏차차아이쿠(EBS)	25	
매직영상	바다의금동이(JTBC)	52	
부즈	부즈	짜장소녀뿌까(Champ)	108
		짜장소녀뿌까(Tooniverse)	25
	부즈클럽	캐니멀(EBS)	68
북이십일	마법천자문(JTBC)	53	
	마법천자문(Tooniverse)	21	
비앤비웍스	꼬마어사냥도령(KBS2)	4	
	아빠어릴적엔(Champ)	6	
	아빠어릴적엔(MBC)	26	
빅스크리에이티브스튜디오	뛰뛰빵빵구조대2(Tooniverse)	5	

제작주체	프로그램(방영채널)	편성편수(7-22시)
삼영애니메이션	아기공룡둘리(Champ)	12
	아기공룡둘리(Tooniverse)	15
	레이디버그(EBS)	112
	최강전사미니특공대(Champ)	21
	최강전사미니특공대(EBS)	76
	최강전사미니특공대(Tooniverse)	10
	파워배틀와치카(Champ)	13
	파워배틀와치카(Tooniverse)	53
삼지애니메이션	레이디버그(EBS)	112
	최강전사미니특공대(EBS)	76
	파워배틀와치카(Tooniverse)	53
	파워배틀와치카(Champ)	13
	최강전사미니특공대(Tooniverse)	10
	최강전사미니특공대(Champ)	21
새한프로덕션	검정고무신(Champ)	143
	검정고무신(Tooniverse)	44
선데이토즈	애니팡프렌즈(Tooniverse)	10
선우엔터테인먼트	쿵푸공룡수호대(JTBC)	10
손오공	소피루비(EBS)	14
	터닝메카드(Champ)	89
	터닝메카드(KBS2)	24
	터닝메카드(Tooniverse)	129
스튜디오더블유바바	어린이날특집애니메이션(KBS1)	1
	헬로카봇(Champ)	74
	헬로카봇(Champ)	74
	헬로카봇(KBS1)	33
	헬로카봇(Tooniverse)	70
스튜디오반달	꼬마돌 도도(MBC)	1
	달그락달그락꼬마돌도도(Champ)	26
스튜디오버튼	강철소방대파이어로보(EBS)	14
	안전교육캠페인출동파이어로보(EBS)	7
스튜디오애니멀	농지마정신줄(Tooniverse)	199

제작주체	프로그램(방영채널)	편성편수(7-22시)
시너지미디어	미앤마이로봇(EBS)	28
시노드	와라편의점(Tooniverse)	37
신동헌프로덕션	아기공룡둘리(Champ)	12
	아기공룡둘리(Tooniverse)	15
아빠셋	로보텍스(KBS2)	32
	로보텍스(Tooniverse)	19
	파파독(KBS2)	13
	파파독(Tooniverse)	167
아이스크림스튜디오	두다다쿵(EBS)	98
	두다다쿵(Tooniverse)	58
아이코닉스	꼬마버스타요(EBS)	188
	미술탐험대(EBS)	27
	뽀롱뽀롱뽀로로(EBS)	317
	타요의쌍쌍극장(EBS)	74
	플라워링하트(EBS)	57
	플라워링하트(Tooniverse)	40
아툰즈	안녕자두야(Tooniverse)	265
애니작	좀비덤(KBS1)	19
에이콤프로덕션	아기공룡둘리(Champ)	12
	아기공룡둘리(Tooniverse)	15
연두세상	용감한소방차레이(EBS)	17
영실업	강철소방대파이어로보(EBS)	14
	또봇(Champ)	66
	바이클론즈(Champ)	3
	바이클론즈(Tooniverse)	1
	안전교육캠페인출동파이어로보(EBS)	7
	애슬론또봇(Champ)	50
	애슬론또봇(Tooniverse)	25
	영풍발랄콩순이와친구들(Champ)	32
	영풍발랄콩순이와친구들(KBS2)	4
	치렁치렁시크릿쥬쥬(Champ)	11
	파워배틀와치카(Champ)	13

제작주체	프로그램(방영채널)	편성편수(7-22시)
	파워배틀와치카(Tooniverse)	53
오로라월드	주사위요정큐비쥬(EBS)	72
오콘	뽀롱뽀롱뽀로로(EBS)	317
올리브스튜디오	동화나라포인포(Tooniverse)	15
	코코몽(EBS)	26
	코코몽3(EBS)	80
이노스토리	SBS애니갤러리(SBS)	2
일렉트릭서커스	정글에서살아남기마루의어드벤처(EBS)	117
	지파이터스(EBS)	60
지앤지엔터테인먼트	깨미탐험대(MBC)	18
	마법천자문(JTBC)	53
	마법천자문(Tooniverse)	21
	파워배틀와치카(MBC)	13
	프리파라(Champ)	96
	프리파라(MBC)	24
채널봄	책갈피요정 또보(MBC)	9
초이락컨텐츠팩토리	용감한소방차레이(EBS)	17
	헬로카봇(Champ)	74
	헬로카봇(Champ)	74
	헬로카봇(KBS1)	33
	헬로카봇(Tooniverse)	70
캐릭터플랜	빠빠에친구(EBS)	3
	출동케이캡(Champ)	1
	한국사시간여행(EBS)	8
케이프로덕션	타스의풀이풀이사자성어(JTBC)	83
	타스의풀이풀이사자성어(MBC)	52
코안스튜디오	이압스페이스정글(EBS)	141
	이압스페이스정글(JTBC)	13
크레이지버드스튜디오	놀이터구조대뽀잉(EBS)	28
	놀이터구조대뽀잉(Tooniverse)	50
테드월드	캡슐보이(KBS1)	18
	캡슐보이(Tooniverse)	3

제작주체	프로그램(방영채널)	편성편수(7-22시)
토이미디어	곰디와친구들(EBS)	86
투바엔터테인먼트	다이노코어(SBS)	3
	다이노코어(Tooniverse)	24
	라바(Champ)	177
	라바(SBS)	3
	오스카의오아시스(EBS)	16
퍼니플렉스	시계마을티키톱(EBS)	66
	엄마까투리(EBS)	5
	출동슈퍼윙스(EBS)	81
	출동슈퍼윙스(Tooniverse)	56
포브디지탈	풍선코끼리발루뽀(Tooniverse)	26
프리월컴퍼니	코코코다코(Champ)	26
	코코코다코(EBS)	144
플라이피그	으라차차라차차(JTBC)	39
하이원엔터테인먼트	시계마을티키톱(EBS)	66
	잭과팡(EBS)	30
한솔수북	구름빵(KBS1)	6
한호흥업	아기공룡둘리(Champ)	12
	아기공룡둘리(Tooniverse)	15
형설앤	검정고무신(Champ)	143
	검정고무신(Tooniverse)	44
CFC(중국)	뛰뛰빵빵구조대2(Tooniverse)	5
GiggleGarge(말레이시아)	놀이터구조대뽀잉(EBS)	28
	놀이터구조대뽀잉(Tooniverse)	50
KODANSHA(일본)	곤(Champ)	23
	곤(EBS)	29
Millimages(프랑스)	미앤마이로봇(EBS)	28
QYEdutainment(중국)	주사위요정큐비쥬(EBS)	72
TIANPENG(중국)	캡슐보이(KBS1)	18
	캡슐보이(Tooniverse)	3
XYZDigital(중국)	지파이터스(EBS)	60
도에이애니메이션(일본)	레이디버그(EBS)	112

제작주체	프로그램(방영채널)	편성편수(7-22시)
메소드애니메이션(프랑스)	레이디버그(EBS)	112
몬도TV(이탈리아)	주사위요정큐비쥬(EBS)	72
문스쿱(프랑스)	빠삐에친구(EBS)	3
자그툰(프랑스)	레이디버그(EBS)	112
조디악(영국)	시계마을티키톱(EBS)	66
타츠코노프로덕션(일본)	프리즘스톤(Champ)	1
93개(국내79개)	174개(중복제외)	11550편(중복포함)

별첨 3. 코딩 지침서

1. 채널 테마

	대분류 (기능/역할)	소분류 (주제/장르)	비고
1	종합	종합편성	KBS1, KBS2, OBS, SBS, 지역민방, MBC, MBN, JTBC, TV조선, 채널A
2	교양 (Cultivate)	교육	EBS 등 어린이 교육전문 채널
3		종교	종교 전문채널(CCM 전문채널 포함)
4		다큐멘터리	다큐멘터리 전문채널
5	오락 (Entertain)	애니메이션	애니메이션 전문채널
6		스포츠	게임, 스포츠 전문채널
7		영화	영화 전문채널
8		드라마	드라마 전문채널(국내외)
9		예능	예능 전문채널
10		음악	음악 전문채널(가요, 클래식 등)
11		레저	아웃도어 레저, 낚시 및 여행 전문채널
12		리빙뷰티음식	리빙, 뷰티, 음식 등 여성 전문채널
13		기타오락	반려동물, 휴식, 독서 등 기타 취미 채널, 종합오락 1개(tvN) 포함
14		정보 (Inform)	상품정보
15	보도전문		보도전문 채널(2개)
16	공공정보		공공기관의 공공/공익적 성격의 채널(ex. 아리랑TV, 국방방송, 국회방송)
17	경제정보		부동산, 증권, 경제전문, 고용정보
18	건강정보		건강정보 전문 채널
19	기타정보		육아, 웨딩, 노인, 복지 등 특수관심사 정보 채널

2. 프로그램 장르

	구분
01	뉴스
02	시사매거진
03	정보버라이어티
04	다큐멘터리
05	토론/대담/토크쇼
06	강의/강좌
07	드라마
08	영화
09	9-1. 애니메이션
	9-2. 어린이 교육
10	음악쇼
11	코미디
12	예능 버라이어티
13	스포츠 중계
14	퀴즈/게임
15	기타

A. 뉴스 (01)

	세부	비고
011	스트레이트 뉴스	KBS뉴스라인, 9시뉴스, MBC5이브닝뉴스, TV조선뉴스쇼판 등
012	유사 스트레이트 뉴스	시사진단, 시사스페셜, 김광일의신통방통
013	테마 뉴스	연예가중계, 연예기X파일, 한밤의TV연예, 남북의창, 통일전망대, 월드리포트 KBS오늘의경제, 경제매거진M, 아침의창매일경제, 스포츠야, T타임, JTBC기상특보
014	지역 뉴스	6시내고향, 네트워크뉴스3488오늘, 네트워크현장고향이보인다, KBS네트워크특선아름다운충북아름다운사람들, 낭만별곡갈데까지가보자, 어부의만찬

- 단신 뉴스, 스트레이트 뉴스, 종합 뉴스 등 현안에 대한 취재뉴스 프로그램
- 앵커(스튜디오 진행 MC)와 리포터의 발화 (사실+종합 해설 전달) 중심 포맷으로 제한
- 종편의 종이신문 브리핑 뉴스포맷 포함
- 전문가 패널이 리포터로서 리포팅하는 것 포함
- 종편의 토크쇼, 토론 형식 제외
- 시사 뉴스, 연예 뉴스, 농촌/지역 뉴스, 경제 뉴스, 스포츠 뉴스 포괄
- 특히, 지역소개하는 취재를 뉴스에 포함

B. 시사매거진 (02)

	세부	비고
021	탐사보도	뉴스스토리, 추적60분, SBS스페셜, 시사기획창, 리얼스토리눈, PD수첩, 취재파일K, 그것이알고싶다,
022	심층시사	궁금한이야기Y, 현장르포특종세상, 이슈본색, 시사인사이드
023	소비자고발	똑똑한소비자리포트, 먹거리 X파일

- 저널리즘 기반의 탐사보도 프로그램
- 심층시사 + 뉴스매거진
- 스튜디오물 + 취재물 연계

C. 정보 버라이어티 (03)

	세부	비고
031	생활정보/기타정보 취재중심	가애란의알약톡톡2, 생활의발견, 생생정보, 천기누설, 나의머니파트너옆집의CEO들, 자산컨설팅황금나침반, 한국인의밥상, 잘먹고잘사는법식사하셨어요, TV동물농장, TV주치의닥터지바고,
032	아침 뉴스	아침마당, 모닝와이드, 생방송오늘아침
033	다큐 혹은 탐사보도 표방	생활의달인, 신대동여지도, 세상에 이런 일이, VJ특공대, 서민갑부
034	기획 요소 포함	도전K스타트업2016, 이웃사이다, 통일준비생활백서잘살아보세

- 형식적으로 뉴스가 아니면서 정보전달을 위해 다양한 포맷을 차용
- 강연, 뉴스, 토론/대답/토크쇼, 다큐멘터리 등 특정 포맷유형으로 구분되는 경우 제외
- 주로 인포테인먼트 포맷, 생활정보 프로그램

D. 다큐멘터리 (04)

	세부	비고
041	휴먼다큐	인간극장, 나는자연인이다, 다큐공감, 다큐3일, 리얼다큐(숨), 소나무, 현장스케치그들이사는세상
042	주제다큐	NEW코리아헌터, JTBC스페셜다큐(지구상에서가장위험한도로), MBC다큐프라임, KBS대기획넥스트휴먼, 리우올림픽특집숫자의게임, 물은생명이다, 문화산책, 차이나는도올
043	사건재연다큐	서프라이즈, 충격실화극, 기막힌이야기실제상황, 비밀은없다이것은실화다

- 기획/시리즈/개별 다큐멘터리 포함
- 순수다큐멘터리
- 재연드라마와 해설 포함

E. 토론/대답/토크쇼 (05)

	세부	비고
051	인터뷰	MBN토요포커스, TV회고록올림
052	예능 토론/대답/토크쇼	궁금한스타쇼호박씨, 김제동의톡투유걱정말아요그대, 밀착토크풍문으로들었쇼, 해피투게더, 국경없는청년회비정상회담, 힐링캠프, 세바퀴, 비타민, 안녕하세요, 황금어장라디오스타
053	정보 토론/대답/토크쇼	내몸사용설명서, 역사저널그날, 링의품격식톡라테라피, 내몸플러스, 과학특집사이언스톡톡, 고수의비법황금알
054	시사 토론/대답/토크쇼	4시사건반장, 강적들, MBC100분토론, 생방송심야토론, 썰전, 장성민의시사뱅크, 직언직설, 쾌도난마

F. 강의/강좌 (06)

ex) 강연100

G. 드라마 (07)

H. 영화 (08)

- 영화 소개 프로그램도 포함

I. 애니메이션/어린이 교육 (9)

J. 음악쇼 (10)

- 음악 예능 포함

- 공연 실황 중계 포함

예) 가요무대, 전국노래자랑, 유희열의스케치북, 백인백곡끝까지간다, 헬로콘서트좋은날

K. 코미디 (11)

예) 개그콘서트, 웃음을 찾는 사람들

L. 예능 버라이어티 (12)

- 리얼 버라이어티, 경연, 게임... 등등 다양한 형식들이 포함됨

- 다른 포맷유형으로 분류되지 않을 경우 포함

예) 1박2일, 무한도전, 마이리틀텔레비전, 이웃집찰스, 냉장고를부탁해, 나혼자산다, 런닝 맨, 이웃집찰스, 능력자들

M. 스포츠 중계 (13)

- 메이저리그 포함, 바둑왕전 등

N. 퀴즈/게임 (14)

예) 도전골든벨, 1대100, 우리말겨루기, TV쇼진품명품 등

O. 기타 (15)

- 시청자칼럼, 복권, 캠페인, 국회인사청문회 중계방송

3. 프로그램 내 등장인물 분석

A. 출연비중

- ‘01. 주인공’, ‘02. 조연’, ‘03. 엑스트라’로 분류
 - ※ ‘주인공’의 아역 등장인물은 ‘조연’으로 한다. (‘주인공’의 아역으로 ‘주인공’과 동일한 배우가 등장할 경우에도 ‘조연’으로 한다.)
 - ※ 등장인물의 이름은 극중 이름을 기준으로 하고 배우의 실제 이름은 괄호 안에 적는다.
 - ※ 스토리상 기능이 없는 행인과 군중은 분석에서 제외

B. 성별

- ‘01. 남자’, ‘02. 여자’로 분류
- 성별 미상은 최종 지표분석 시 해당 등장인물 제거

C. 연령

- 홈페이지 및 포털 사이트 참고
- 외향적으로 드러나는 단서를 이용해 판단

	구분
01	10세 미만
02	10-20대
03	30-40대
04	50-60대
05	70대 이상
99	연령 미상

D. 직업

- 등장인물의 현재 직업을 기준으로 코딩
- 등장인물의 직업은 ‘한국표준직업분류’의 직종-분류 검색 서비스 (<https://kssc.kostat.go.kr>)를 이용해 분류
 - ※ 등장인물의 직업을 명확히 알 수 없는 경우 ‘99. 직업 미상’으로 한다.

구분		한국표준직업분류 (KSCO, 2007년 제 6차 개정안)	예시
01	관리자	[대분류1] 관리자	고위관리자(CEO, 재벌 포함), 국회의원, 1-3급 고위공무원, 장/차관 등
02	전문가	[대분류2] 전문가 및 관련 종사자	4-5급 공무원 의사, 간호사, 변호사, 연구원 과학자, 교수 등
03	사무종사자	[대분류3] 사무 종사자	하위직 공무원 포함
04	서비스/판매 종사자	[대분류4] 서비스 종사자, [대분류5] 판매 종사자	일반경찰관 등 포함
05	블루칼라	[대분류6] 농림어업 숙련 종사자, [대분류7] 기능원 및 관련 기능 종사자, [대분류8] 장치, 기계조작 및 조립 종사자	전문가 블루칼라는 제외
06	단순노무종사자	[대분류9] 단순노무 종사자	가사도우미, 아르바이트 포함
07	군인	[대분류9] A.군인	의무 복무중인 군인은 제외하고, 직업군인인 부사관과 장교를 포괄
08	실업자	-	구직 중 백수 포함
09	15세 미만 또는 비경제활동인구	-	어린이, 학생 포함. 구직 중이지 않은 무직 또는 건달 등 비경제활동인구 포함
99	직업 미상		

E. 출신지역

- 홈페이지 및 포탈 사이트에 명시된 출신지역 및 국적
- 스토리 상 명시된 출신지역 및 국적
- 해외 출신의 경우, 국가명 코딩. 지명을 알 수 없는 경우 “불특정 해외”로 코딩
 - ※ 위의 세 가지 사항으로 등장인물의 출신지역/국적을 알 수 없는 경우 ‘99. 출신지역 미상’으로 한다.

	구분	상세구분*
01	한국	서울
		경상도
		강원도
		제주도
		전라도
		대구
		지역미상
02	북한	
03	아시아	일본
		베트남
		중국
		태국
		홍콩
04	유럽	독일
		러시아
		영국
		이탈리아
		우크라이나
05	아프리카	가나
06	북아메리카	미국
		캐나다
99	출신지역 미상	

* 구분명 우측에 괄호 안에 표기(ex. '한국(경상도)')

F. 종교

- 홈페이지 및 포털 사이트에 명시되었거나 스토리 상 명시되거나 유추 가능한 종교

※ 위의 두 가지 사항으로 등장인물의 종교를 알 수 없는 경우 '99. 종교 미상' 으로 한다.

G. 언어 : 표면적으로 인식 가능한 등장인물이 사용하는 언어

- 한국어의 경우 표준어 또는 지방 사투리로 구분
- 외국어는 언어를 알 수 없는 경우 “불특정 외국어”로 코딩
 - ※ 대사가 없거나 등장인물이 사용하는 언어를 명확히 인식할 수 없는 경우 ‘99. 언어 미상’으로 한다.

	구분	상세구분*
01	한국어	표준어
02		경상도 사투리
		강원도 사투리
		연변 사투리
		전라도 사투리
		지역미상 사투리
03	아시아	일본어
		중국어
		태국어
04	유럽	러시아어
05	영어	
98	다국어	
99	언어미상	

* 구분명 우측에 괄호 안에 표기(ex. ‘한국어(표준어)’)

H. 인종 : 표면적으로 인식 가능한 등장인물의 인종

- ‘01. 황인종’, ‘02. 백인종’, ‘03. 흑인종’, ‘99. 인종미상’으로 분류
 - ※ 얼굴 인식이 불가능한 등장인물에 경우에는 드라마 배경 및 맥락상 ‘황인’으로 간주한다.

I. 장애여부 : 표면적으로 인식 가능한 등장인물의 장애

- 장애가 있을 경우 법정장애 15개 유형과 중복장애 1개로 분류
- 질환(치매, 암 등)이 있을 경우, 해당 내용을 텍스트로 표기
- 장애 또는 질환이 전혀 없을 경우, ‘99. 장애 또는 질환 없음’으로 작성

	구분
01	지체장애
02	뇌병변장애
03	시각장애
04	청각장애
05	언어장애
06	지적장애
07	자폐성장애
08	정신장애
09	신장장애
10	심장장애
11	호흡기장애
12	간장애
13	안면장애
14	장루·요루장애
15	간질장애
16	중복장애

별첨 4. 등장인물 분석결과(채널별)

① KBS1

- 전체 n=26 (주인공 3, 조연 4, 엑스트라 19)

○ 등장인물의 성별

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.남	2	66.7%	4	100.0%	10	52.6%	16	61.5%
02.여	1	33.3%	0	0.0%	9	47.4%	10	38.5%

○ 등장인물의 연령

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.10세 미만	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%	1	3.8%
02.10-20대	2	66.7%	0	0.0%	7	36.8%	9	34.6%
03.30-40대	1	33.3%	3	75.0%	9	47.4%	13	50.0%
04.50-60대	0	0.0%	1	25.0%	2	10.5%	3	11.5%
05.70대 이상	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
99.연령 미상	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

○ 등장인물의 직업

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.관리자	0	0.0%	2	50.0%	1	5.3%	3	11.5%
02.전문가	2	66.7%	2	50.0%	9	47.4%	13	50.0%
03.사무종사자	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
04.서비스/판매 종사자	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%	1	3.8%
05.블루칼라	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
06.단순노무종사자	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%	1	3.8%
07.군인	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
08.실업자	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
09.15세 미만 또는 비경제 활동인구	1	33.3%	0	0.0%	4	21.1%	5	19.2%
99.직업 미상	0	0.0%	0	0.0%	3	15.8%	3	11.5%

○ 등장인물의 출신지역

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국(경상도)	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.8%
03.아시아-베트남	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%	1	3.8%
99.출신지역 미상	2	66.7%	4	100.0%	18	94.7%	24	92.3%

○ 등장인물의 언어

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국어(표준어)	3	100.0%	4	100.0%	19	100.0%	26	100.0%

○ 등장인물의 인종

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.황인종	3	100.0%	4	100.0%	19	100.0%	26	100.0%
02.백인종	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
03.흑인종	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

○ 등장인물의 종교

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
99.종교 미상	3	100.0%	4	100.0%	19	100.0%	26	100.0%

○ 등장인물의 장애

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.지체장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
03.시각장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
04.청각장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
06.지적장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
08.정신장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
10.심장장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
16.중복장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
96.질환(구체적병명없음)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
96.질환(구체적병명있음)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
98.암	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
99.장애 없음	3	100.0%	4	100.0%	19	100.0%	26	100.0%

② KBS2

- 전체 n=564 (주인공 66, 조연 172, 엑스트라 326)

○ 등장인물의 성별

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
전체	66	11.7%	172	30.5%	326	57.8%	564	100.0%
01.남	36	54.5%	113	65.7%	229	70.2%	378	65.7%
02.여	30	45.5%	59	34.3%	97	29.8%	186	34.3%

○ 등장인물의 연령

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.10세 미만	0	0.0%	0	0.0%	10	3.1%	10	2.2%
02.10-20대	34	51.5%	60	34.9%	97	29.8%	191	34.1%
03.30-40대	32	48.5%	72	41.9%	163	50.0%	267	47.3%
04.50-60대	0	0.0%	39	22.7%	43	13.2%	82	14.5%
05.70대 이상	0	0.0%	1	0.6%	7	2.1%	8	1.4%
99.연령 미상	0	0.0%	0	0.0%	6	1.8%	6	1.1%

○ 등장인물의 직업

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.관리자	5	7.6%	25	14.5%	17	5.2%	47	8.3%
02.전문가	33	50.0%	69	40.1%	123	37.7%	225	39.9%
03.사무종사자	0	0.0%	1	0.6%	9	2.8%	10	1.8%
04.서비스/판매 종사자	3	4.5%	17	9.9%	31	9.5%	51	9.0%
05.블루칼라	0	0.0%	4	2.3%	10	3.1%	14	2.5%
06.단순노무종사자	0	0.0%	4	2.3%	13	4.0%	17	3.0%
07.군인	9	13.6%	13	7.6%	17	5.2%	39	6.9%
08.실업자	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
09.15세 미만 또는 비경 제활동인구	15	22.7%	26	15.1%	46	14.1%	87	15.4%
99.직업 미상	1	1.5%	13	7.6%	60	18.4%	74	13.1%

○ 등장인물의 출신지역

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국(경상도)	0	0.0%	18	10.5%	6	1.8%	24	4.0%
01.한국(전라도)	1	1.5%	6	3.5%	22	6.7%	29	4.9%
01.한국(지역미상 시골)	3	4.5%	0	0.0%	6	1.8%	9	1.5%
02.북한	0	0.0%	0	0.0%	2	.6%	2	0.0%
03.아시아-중국	3	4.5%	0	0.0%	5	1.5%	8	0.0%
03.아시아-태국	0	0.0%	3	1.7%	0	0.0%	3	1.3%
04.유럽-독일	0	0.0%	2	1.2%	0	0.0%	2	0.5%
04.유럽-러시아	0	0.0%	0	0.0%	1	.3%	1	0.3%
04.유럽-영국	0	0.0%	2	1.2%	0	0.0%	2	0.2%
05.아프리카-가나	0	0.0%	2	1.2%	0	0.0%	2	0.0%
06.북아메리카-미국	0	0.0%	1	0.6%	0	0.0%	1	0.3%
06.북아메리카-캐나다	0	0.0%	0	0.0%	1	.3%	1	0.2%
99.출신지역 미상	59	89.4%	138	80.2%	283	86.8%	480	0.2%

○ 등장인물의 언어

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국어(표준어)	65	98.5%	145	84.3%	287	88.0%	497	88.1%
02.한국어(경상도 사투리)	0	0.0%	19	11.0%	6	1.8%	25	4.4%
02.한국어(전라도 사투리)	1	1.5%	5	2.9%	23	7.1%	29	5.1%
02.한국어(지역 미상 사투리)	0	0.0%	2	1.2%	0	0.0%	2	0.4%
02.한국어(평안도 사투리)	0	0.0%	0	0.0%	2	.6%	2	0.4%
03.아시아-태국어	0	0.0%	1	0.6%	0	0.0%	1	0.2%
04.유럽-러시아어	0	0.0%	0	0.0%	1	.3%	1	0.2%
05.영어	0	0.0%	0	0.0%	3	.9%	3	0.5%
99.언어 미상	0	0.0%	0	0.0%	4	1.2%	4	0.7%

○ 등장인물의 인종

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.황인종	68	100.0%	168	96.6%	348	98.6%	584	98.2%
02.백인종	0	0.0%	4	2.3%	3	0.8%	7	1.2%
03.흑인종	0	0.0%	2	1.1%	2	0.6%	4	0.7%

○ 등장인물의 종교

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.불교	2	2.9%	2	1.1%	0	0.0%	4	0.7%
03.천주교	1	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
99.종교 미상	65	95.6%	172	98.9%	353	100.0%	590	99.2%

○ 등장인물의 장애

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.지체장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
03.시각장애	3	4.4%	0	0.0%	5	1.4%	8	1.3%
04.청각장애	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.2%
06.지적장애	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.2%
08.정신장애	3	4.4%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.5%
10.심장장애	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.2%
16.중복장애	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.2%
96.질환(부상)	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.2%
96.질환(불치병)	3	4.4%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.5%
96.질환(자이언트 애뉴리즘 (혈관질환))	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.2%
98.암-폐암	1	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
99.장애 없음	58	85.3%	174	100.0%	342	96.9%	574	96.5%

③ MBC

- 전체 n=611 (주인공 58, 조연 187, 엑스트라 366)

○ 등장인물의 성별

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
전체	58	100.0%	187	100.0%	366	100.0%	611	100.0%
01.남	32	55.2%	111	59.4%	219	59.8%	362	59.2%
02.여	26	44.8%	76	40.6%	147	40.2%	249	40.8%

○ 등장인물의 연령

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.10세 미만	0	0.0%	11	5.9%	31	8.5%	42	6.9%
02.10-20대	16	27.6%	47	25.1%	55	15.0%	118	19.3%
03.30-40대	40	69.0%	83	44.4%	225	61.5%	348	57.0%
04.50-60대	2	3.4%	43	23.0%	52	14.2%	97	15.9%
05.70대 이상	0	0.0%	2	1.1%	0	0.0%	2	0.3%
99.연령 미상	0	0.0%	1	0.5%	3	0.8%	4	0.7%

○ 등장인물의 직업

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.관리자	14	24.1%	27	14.4%	6	1.6%	47	7.7%
02.전문가	28	48.3%	45	24.1%	119	32.5%	192	31.4%
03.사무종사자	6	10.3%	9	4.8%	21	5.7%	36	5.9%
04.서비스/판매 종사자	6	10.3%	28	15.0%	47	12.8%	81	13.3%

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
05.블루칼라	0	0.0%	0	0.0%	2	0.5%	2	0.3%
06.단순노무종사자	0	0.0%	11	5.9%	19	5.2%	30	4.9%
07.군인	3	5.2%	5	2.7%	4	1.1%	12	2.0%
08.실업자	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
09.15세 미만 또는 비경제활동인구	0	0.0%	49	26.2%	63	17.2%	112	18.3%
99.직업 미상	1	1.7%	13	7.0%	85	23.2%	99	16.2%

○ 등장인물의 출신지역

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국(경상도)	0	0.0%	2	1.1%	0	0.0%	2	0.3%
03.아시아-중국	0	0.0%	0	0.0%	2	0.5%	2	0.3%
03.아시아-태국	3	5.2%	0	0.0%	5	1.4%	8	1.3%
04.유럽-우크라이나	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.2%
06.북아메리카-미국	6	10.3%	1	0.5%	1	0.3%	8	1.3%
99.출신지역 미상	49	84.5%	184	98.4%	357	97.5%	590	96.6%

○ 등장인물의 언어

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국어(표준어)	57	98.3%	184	98.4%	358	97.8%	599	98.0%
02.한국어(경상도 사투리)	0	0.0%	2	1.1%	0	0.0%	2	0.3%
02.한국어(연변 사투리)	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.2%
03.아시아-태국어	0	0.0%	0	0.0%	5	1.4%	5	0.8%
05.영어	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.2%
98.다국어	1	1.7%	1	.5%	0	0.0%	2	0.3%
99.언어 미상	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.2%

○ 등장인물의 인종

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.황인종	58	100.0%	187	100.0%	364	99.5%	609	99.7%
02.백인종	0	0.0%	0	0.0%	2	0.5%	2	0.3%
03.흑인종	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

○ 등장인물의 종교

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
99.종교 미상	58	100.0%	187	100.0%	366	100.0%	611	100.0%

○ 등장인물의 장애

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.지체장애	0	0.0%	2	1.1%	0	0.0%	2	0.3%
96.질환(구체적병명없음 -장기이식필요)	0	0.0%	3	1.6%	0	0.0%	3	0.5%
98.암-뇌종양	3	5.2%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.5%
99.장애 없음	55	94.8%	182	97.3%	366	100.0%	603	98.7%

④ SBS

- 전체 n=1038 (주인공 114, 조연 298, 엑스트라 626)

○ 등장인물의 성별

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
전체	114	11.0%	298	28.7%	626	60.3%	1038	100.0%
01.남	65	57.0%	199	66.8%	363	58.0%	627	60.4%
02.여	49	43.0%	99	33.2%	263	42.0%	411	39.6%

○ 등장인물의 연령

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.10세 미만	0	0.0%	8	2.7%	14	2.2%	22	2.1%
02.10-20대	44	38.6%	70	23.5%	156	24.9%	270	26.0%
03.30-40대	70	61.4%	127	42.6%	368	58.8%	565	54.4%
04.50-60대	0	0.0%	85	28.5%	78	12.5%	163	15.7%
05.70대 이상	0	0.0%	6	2.0%	4	0.6%	10	1.0%
99.연령 미상	0	0.0%	2	0.7%	6	1.0%	8	0.8%

○ 등장인물의 직업

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.관리자	21	18.4%	47	15.8%	29	4.6%	97	9.3%
02.전문가	56	49.1%	119	39.9%	212	33.9%	387	37.3%
03.사무종사자	25	21.9%	34	11.4%	115	18.4%	174	16.8%
04.서비스/판매 종사자	0	0.0%	22	7.4%	55	8.8%	77	7.4%

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
05.블루칼라	0	0.0%	1	0.3%	15	2.4%	16	1.5%
06.단순노무종사자	1	0.9%	3	1.0%	9	1.4%	13	1.3%
07.군인	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
08.실업자	0	0.0%	3	1.0%	4	0.6%	7	0.7%
09.15세 미만 또는 비경 제활동인구	8	7.0%	54	18.1%	62	9.9%	124	11.9%
99.직업 미상	3	2.6%	15	5.0%	125	20.0%	143	13.8%

○ 등장인물의 출신지역

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국(강원도)	0	0.0%	2	0.7%	0	0.0%	2	0.2%
01.한국(경상도)	3	2.6%	10	3.4%	7	1.1%	20	1.9%
01.한국(대구)	0	0.0%	0	0.0%	1	.2%	1	0.1%
02.북한	0	0.0%	3	1.0%	0	0.0%	3	0.3%
03.아시아-일본	0	0.0%	0	0.0%	2	.3%	2	0.2%
03.아시아-중국	0	0.0%	0	0.0%	3	.5%	3	0.3%
03.아시아-태국	0	0.0%	0	0.0%	1	.2%	1	0.1%
04.유럽-이탈리아	0	0.0%	1	0.3%	0	0.0%	1	0.1%
06.북아메리카-미국	3	2.6%	4	1.3%	1	.2%	8	0.8%
06.북아메리카-캐나다	0	0.0%	2	0.7%	0	0.0%	2	0.2%
99.출신지역 미상	108	94.7%	276	92.6%	611	97.6%	995	95.9%

○ 등장인물의 언어

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국어(표준어)	110	96.5%	284	95.3%	599	95.7%	993	95.7%
02.한국어(강원도 사투리)	0	0.0%	2	0.7%	0	0.0%	2	0.2%
02.한국어(경상도 사투리)	3	2.6%	10	3.4%	9	1.4%	22	2.1%
02.한국어(연변 사투리)	0	0.0%	0	0.0%	3	0.5%	3	0.3%
03.아시아-일본어	0	0.0%	0	0.0%	2	0.3%	2	0.2%
03.아시아-중국어	0	0.0%	0	0.0%	2	0.3%	2	0.2%
03.아시아-태국어	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%	1	0.1%
05.영어	0	0.0%	0	0.0%	7	1.1%	7	0.7%
98.다국어	1	0.9%	2	0.7%	0	0.0%	3	0.3%
99.언어 미상	0	0.0%	0	0.0%	3	0.5%	3	0.3%

○ 등장인물의 인종

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.황인종	114	100.0%	297	99.7%	619	98.9%	1030	99.2%
02.백인종	0	0.0%	1	0.3%	7	1.1%	8	0.8%

○ 등장인물의 종교

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
99.종교 미상	114	100.0%	298	100.0%	626	100.0%	1038	100.0%

○ 등장인물의 장애

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.지체장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
03.시각장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
04.청각장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
06.지적장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
08.정신장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
10.심장장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
16.중복장애	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
96.질환(구체적병명없음-부상)	1	0.9%	1	0.3%	0	0.0%	2	0.2%
96.질환(구체적병명없음-불치병)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
96.질환(구체적병명없음-장기이식필요)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
96.질환(구체적병명있음-담석)	3	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.3%
96.질환(구체적병명있음-자이언트 애뉴리즘(혈관질환))	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
98.암-뇌수막종	0	0.0%	0	0.0%	1	.2%	1	0.1%
98.암-뇌종양	0	0.0%	0	0.0%	1	.2%	1	0.1%
98.암-위암	0	0.0%	0	0.0%	2	.3%	2	0.2%
98.암-유방암	2	1.8%	0	0.0%	2	.3%	4	0.4%
98.암-폐암	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
99.장애 없음	108	94.7%	297	99.7%	620	99.0%	1025	98.7%

⑤ JTBC

- 전체 n=326 (주인공 31, 조연 60, 엑스트라 235)

○ 등장인물의 성별

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.남	7	22.6%	49	81.7%	133	56.6%	189	58.0%
02.여	24	77.4%	11	18.3%	102	43.4%	137	42.0%

○ 등장인물의 연령

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.10세 미만	0	0.0%	4	6.7%	10	4.3%	14	4.3%
02.10-20대	16	51.6%	23	38.3%	84	35.7%	123	37.7%
03.30-40대	15	48.4%	22	36.7%	109	46.4%	146	44.8%
04.50-60대	0	0.0%	5	8.3%	24	10.2%	29	8.9%
05.70대 이상	0	0.0%	6	10.0%	5	2.1%	11	3.4%
99.연령 미상	0	0.0%	0	0.0%	3	1.3%	3	0.9%

○ 등장인물의 직업

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.관리자	0	0.0%	12	20.0%	17	7.2%	29	8.9%
02.전문가	10	32.3%	7	11.7%	43	18.3%	60	18.4%
03.사무종사자	5	16.1%	15	25.0%	32	13.6%	52	16.0%
04.서비스/판매 종사자	0	0.0%	2	3.3%	27	11.5%	29	8.9%
05.블루칼라	0	0.0%	0	0.0%	5	2.1%	5	1.5%

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
06.단순노무종사자	0	0.0%	3	5.0%	7	3.0%	10	3.1%
07.군인	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
08.실업자	0	0.0%	3	5.0%	0	0.0%	3	0.9%
09.15세 미만 또는 비경제 활동인구	16	51.6%	18	30.0%	71	30.2%	105	32.2%
99.직업 미상	0	0.0%	0	0.0%	33	14.0%	33	10.1%

○ 등장인물의 출신지역

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국(경상도)	0	0.0%	0	0.0%	3	1.3%	3	0.9%
99.출신지역 미상	31	100.0%	60	100.0%	232	98.7%	323	99.1%

○ 등장인물의 언어

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국어(표준어)	31	100.0%	60	100.0%	225	95.7%	316	96.9%
02.한국어(경상도 사투리)	0	0.0%	0	0.0%	3	1.3%	3	0.9%
03.아시아-중국어	0	0.0%	0	0.0%	4	1.7%	4	1.2%
05.영어	0	0.0%	0	0.0%	3	1.3%	3	0.9%
99.언어 미상	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

○ 등장인물의 인종

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.황인종	31	100.0%	60	100.0%	232	98.7%	323	99.1%
02.백인종	0	0.0%	0	0.0%	3	1.3%	3	0.9%

○ 등장인물의 종교

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
99.종교 미상	31	100.0%	60	100.0%	235	100.0%	326	100.0%

○ 등장인물의 장애

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
08.정신장애	2	6.5%	0	0.0%	2	.9%	4	1.2%
98.암-감상선암	0	0.0%	0	0.0%	1	.4%	1	0.3%
98.암-불특정	0	0.0%	0	0.0%	1	.4%	1	0.3%
98.암-유방암	2	6.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.6%
99.장애 없음	27	87.1%	60	100.0%	231	98.3%	318	97.5%

⑥ tvN

- 전체 n=898(주인공 92, 조연 225, 엑스트라 581)

○ 등장인물의 성별

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.남	50	54.3%	149	66.2%	365	62.8%	564	62.8%
02.여	42	45.7%	76	33.8%	216	37.2%	334	37.2%

○ 등장인물의 연령

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.10세 미만	1	1.1%	3	1.3%	15	2.6%	19	2.1%
02.10-20대	28	30.4%	72	32.0%	124	21.3%	224	24.9%
03.30-40대	42	45.7%	113	50.2%	323	55.6%	478	53.2%
04.50-60대	9	9.8%	30	13.3%	87	15.0%	126	14.0%
05.70대 이상	12	13.0%	7	3.1%	11	1.9%	30	3.3%
99.연령 미상	0	0.0%	0	0.0%	21	3.6%	21	2.3%

○ 등장인물의 직업

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.관리자	6	6.5%	20	8.9%	16	2.8%	42	4.7%
02.전문가	30	32.6%	70	31.1%	159	27.4%	259	28.8%
03.사무종사자	5	5.4%	14	6.2%	58	10.0%	77	8.6%
04.서비스/판매 종사자	18	19.6%	37	16.4%	87	15.0%	142	15.8%
05.블루칼라	3	3.3%	1	0.4%	2	0.3%	6	0.7%

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
06.단순노무종사자	2	2.2%	2	0.9%	19	3.3%	23	2.6%
07.군인	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%	1	0.1%
08.실업자	2	2.2%	6	2.7%	1	0.2%	9	1.0%
09.15세 미만 또는 비경제활동인구	24	26.1%	60	26.7%	102	17.6%	186	20.7%
99.직업 미상	2	2.2%	15	6.7%	136	23.4%	153	17.0%

○ 등장인물의 출신지역

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국(경상도)	0	0.0%	3	1.3%	0	0.0%	3	0.3%
01.한국(전라도)	0	0.0%	0	0.0%	2	0.3%	2	0.2%
01.한국(제주도)	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%
99.출신지역 미상	91	98.9%	222	98.7%	579	99.7%	892	99.3%

○ 등장인물의 언어

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국어(표준어)	91	98.9%	220	97.8%	548	94.3%	859	95.7%
02.한국어(경상도 사투리)	0	0.0%	3	1.3%	0	0.0%	3	0.3%
02.한국어(전라도 사투리)	0	0.0%	0	0.0%	2	0.3%	2	0.2%
03.아시아-중국어	0	0.0%	1	0.4%	1	0.2%	2	0.2%
05.영어	0	0.0%	0	0.0%	4	0.7%	4	0.4%
99.언어 미상	1	1.1%	1	0.4%	26	4.5%	28	3.1%

○ 등장인물의 인종

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.황인종	92	100.0%	225	100.0%	578	99.5%	895	99.7%
02.백인종	0	0.0%	0	0.0%	3	0.5%	3	0.3%

○ 등장인물의 종교

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
03.천주교	2	2.2%	0	0.0%	1	0.2%	3	0.3%
99.종교 미상	90	97.8%	225	100.0%	580	99.8%	895	99.7%

○ 등장인물의 장애

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.지체장애	0	0.0%	2	0.9%	2	0.3%	4	0.4%
16.중복장애	0	0.0%	0	0.0%	2	0.3%	2	0.2%
97.치매 또는 알츠하이머	4	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	4	0.4%
98.암-간암	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%
98.암-유방암	2	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.2%
99.장애 없음	85	92.4%	223	99.1%	577	99.3%	885	98.6%

⑦ OCN

- 전체 n=368 (주인공 25, 조연 60, 엑스트라 283)

○ 등장인물의 성별

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.남	17	68.0%	32	53.3%	200	70.7%	249	67.7%
02.여	8	32.0%	28	46.7%	83	29.3%	119	32.3%

○ 등장인물의 연령

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.10세 미만	0	0.0%	0	0.0%	3	1.1%	3	0.8%
02.10-20대	9	36.0%	24	40.0%	50	17.7%	83	22.6%
03.30-40대	16	64.0%	30	50.0%	153	54.1%	199	54.1%
04.50-60대	0	0.0%	6	10.0%	47	16.6%	53	14.4%
05.70대 이상	0	0.0%	0	0.0%	1	0.4%	1	0.3%
99.연령 미상	0	0.0%	0	0.0%	29	10.2%	29	7.9%

○ 등장인물의 직업

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.관리자	0	0.0%	4	6.7%	24	8.5%	28	7.6%
02.전문가	5	20.0%	17	28.3%	33	11.7%	55	14.9%
03.사무종사자	6	24.0%	2	3.3%	47	16.6%	55	14.9%
04.서비스/판매 종사자	6	24.0%	14	23.3%	61	21.6%	81	22.0%
05.블루칼라	0	0.0%	0	0.0%	6	2.1%	6	1.6%

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
06.단순노무종사자	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
07.군인	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
08.실업자	2	8.0%	1	1.7%	0	0.0%	3	0.8%
09.15세 미만 또는 비경 제활동인구	0	0.0%	16	26.7%	58	20.5%	74	20.1%
99.직업 미상	6	24.0%	6	10.0%	54	19.1%	66	17.9%

○ 등장인물의 출신지역

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국(경상도)	0	0.0%	0	0.0%	3	1.1%	3	0.8%
03.아시아-일본	2	8.0%	2	3.3%	4	1.4%	8	2.2%
03.아시아-홍콩	0	0.0%	0	0.0%	1	0.4%	1	0.3%
06.북아메리카-미국	0	0.0%	3	5.0%	1	0.4%	4	1.1%
99.출신지역 미상	23	92.0%	55	91.7%	274	96.8%	352	95.7%

○ 등장인물의 언어

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.한국어(표준어)	23	92.0%	58	96.7%	262	92.6%	343	93.2%
02.한국어(경상도 사투리)	0	0.0%	0	0.0%	5	1.8%	5	1.4%
03.아시아-일본어	2	8.0%	2	3.3%	4	1.4%	8	2.2%
05.영어	0	0.0%	0	0.0%	2	0.7%	2	0.5%
99.언어 미상	0	0.0%	0	0.0%	10	3.5%	10	2.7%

○ 등장인물의 인종

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
01.황인종	25	100.0%	60	100.0%	283	100.0%	368	100.0%

○ 등장인물의 종교

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
99.종교 미상	25	100.0%	60	100.0%	283	100.0%	368	100.0%

○ 등장인물의 장애

	가중치							
	01.주인공		02.조연		03.엑스트라		전체	
	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %	빈도	비율 %
08.정신장애	0	0.0%	2	3.3%	0	0.0%	2	0.5%
10.심장장애	3	12.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.8%
99.장애 없음	22	88.0%	58	96.7%	283	100.0%	363	98.6%

참고문헌

참 고 문 헌

〈해외문헌〉

- CMPF(2013). *European Union Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom*. Available at:
<http://cmpf.eui.eu/publications/policyreport.aspx>
- CMPF(2015). *Monitoring media pluralism in Europe - Testing and Implementation of the Media pluralism monitor 2014*.
- Commission of the European Communities(2013), *A free and pluralistic media to sustain European democracy*. Available at:
http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/hlg/hlg_final_report.pdf
- Council of Europe(1999). *Recommendation No. R (99) 1 on Measures to Promote Media Pluralism (and Explanatory Memorandum)*. Available at:
<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=399303&Site=CM&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75>
- Council of Europe(2008). *Methodology for Monitoring Media Concentration and Media Content Diversity*, Brussels.
- Conseil supérieur de l'audiovisuel(2015). *Les résultats de la vague 2015 du baromètre de la diversité à la télévision*. Available at:
<http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-observatoires/L-observatoire-de-la-diversite/Les-resultats-de-la-vague-2015-du-barometre-de-la-diversite-a-la-television>

European Institute for the Media(2004), *Final Report of the study on : 'The information of the citizen in the EU: Obligations for the media and the Institutions concerning the citizen's right to by fully and objectively informed'*, Dusseldorf: Paris.

〈국내문헌〉

- 성욱제(2012), “국내 미디어다양성 연구에 대한 메타분석 - 미디어다양성에 대한 개념 및 접근방식을 중심으로”. 《방송통신연구》, 2012년 여름호, 101-139.
- 성욱제·이종원·이수연(2014), 「미디어 다양성 지표 개발 연구」. 방송통신위원회.
- 성욱제·정은진·김남두·이미라(2015), 「미디어 다양성 지표 시범 적용」. 방송통신위원회.
- 유건식·문상현(2014), “방송드라마 제작방식으로서 문화산업전문회사에 대한 연구”. 《한국콘텐츠학회논문지》, 14(2), 172-180.

책임연구원

성 옥 제 (wookjei@kisdi.re.kr)

- Univ. Paris II 정보커뮤니케이션 박사
- 현 정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구위원

공동연구원

강 준 석 (jskang@kisdi.re.kr)

- Indiana Univ. 텔레커뮤니케이션 박사
- 현 정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구위원

김 남 두 (namdoo@kisdi.re.kr)

- Univ. of Texas -Austin 저널리즘 박사
- 현 정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구위원

보조연구원

정 은 진 (jean@kisdi.re.kr)

- 연세대 커뮤니케이션대학원 언론학 석사
- 현 정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구원

이 주 영 (lgy319@kisdi.re.kr)

- 성균관대 언론학 석사
- 현 정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구원

진전은영 (jje@kisdi.re.kr)

- 서강대학교 커뮤니케이션학 석사
- 현 정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구원

2016년도 미디어다양성 조사 연구

발행일 · 2016년 12월

펴낸이 · 곽 성 문

펴낸곳 · 한국방송광고진흥공사 광고산업진흥국

서울시 중구 세종대로 124 한국프레스센터 18층

전화 02 - 731 - 7161

FAX 02 - 720 - 0435

홈페이지 [http : //www.kobaco.co.kr](http://www.kobaco.co.kr)

편집 · 디자인 · 전우용사촌(주)
