

타일지수와 이동지표를 활용한 미디어 시장구조 분석

전국종합일간지 시장을 중심으로

오정호 세종대학교 신문방송학과 교수*

본고는 기존의 미디어산업 분석에서 사용된 정태적 집중지표가 일부 유형에 한정되어 있다는 것에 주목하고 새로운 정태적 집중지표의 활용 가능성을 탐색하였다. 특히, 산업 내의 불평등 구조를 포착하는 타일지수는 미디어 산업의 정태적 분석에 있어서 유용하게 사용될 수 있다. 동태적 경쟁을 포착하는 여러 유형의 이동지표도 미디어 산업을 동태적 시각에서 분석하는 데에 있어서 다양한 정보를 제공한다. 타일지수와 이동지표들을 활용하여 2001년에서 2015년까지 전국종합일간지 시장구조를 분석한 결과는 다음과 같다. 시장규모 변화 추세를 보면 매출액 규모는 감소했다. 반면에 자산 규모는 U자형의 추세를 보였는데, 이는 자기자본비율의 증가에 기인한다. 또한 발행부수 및 유료부수 규모도 감소했다(2010~2014년). 자산 기준으로 보면 시장집중도 뿐만 아니라 조중동 그룹과 기타 그룹 간 불균등도가 이명박 정부에서 가장 높았다. 매출액 기준으로 보면 시장집중도는 노무현 정부에서 가장 낮았으며 그룹 간 불균등도는 박근혜 정부 초기에서 가장 높았다. 전반적으로 신문사들의 자산과 매출액은 각각 평균으로 수렴하려는 이동성을 보였다. 그리고 자산에 비해 매출액으로, 매출액에 비해 발행부수로 시장점유율을 측정할 경우에 동태적 경쟁의 정도는 약하게 나타났다.

KEYWORDS 시장구조, 타일지수, 시장점유율 총변동량, 상대적 위치 변동성, 전국종합일간지 신문

* jhoo@sejong.ac.kr

1. 서론

민주주의는 언론의 자유를 전제로 한다. 언론의 자유는 언론의 다양성에 기반을 두고 언론의 다양성은 언론 시장의 공정한 경쟁에 기반을 둔다. 언론시장의 경쟁은 해당 시장의 구조적 특성에 기반을 두고 있다. 시장구조는 공급자 집중도, 진입장벽 등을 포괄하는 개념이다. 언론 규제 또는 신문산업 규제는 진입장벽의 높이를 결정짓고, 진입장벽과 공급자 집중도는 상호 간에 영향을 주고받으므로 규제와 시장구조는 밀접한 관련성을 지닌다. 공급자 집중도는 흔히 시장집중도로 일컬어지고 있으며 경쟁에 대한 장애물로 인식되고 있다. 따라서 시장집중도는 경쟁의 대리변수로 자주 사용된다.

모든 산업의 분석에 있어서 시장구조의 분석은 핵심적인 사항이다. 시장구조는 직접적으로 기업의 전략을 포함한 기업의 광범위한 행위에 영향을 주고 기업과 산업의 성과에도 영향을 미친다. 또한 미디어산업과 같은 규제산업의 특성이 강한 경우에는 정부의 규제 또는 제도적 요인이 시장구조에 미치는 영향력이 크다. 정책적 측면에서 시장구조의 측정은 해당산업에 대한 반독점 정책 또는 경쟁정책의 방향 설정과 실행 과정에 있어서 중요하게 활용되고 있다. 또한 학문적 측면에서 시장집중도 연구는 경제학적 연구, 특히 산업조직론에 기반을 둔 연구에서 주요 연구주제로 자리 잡고 있다.

1990년대에 이르기까지 국내 신문산업에 대한 자료는 불완전하고 왜곡된 측면이 있었고(김남석, 2001) 세분화된 신문시장의 획정이 명확하게 이루어지지 않아서 국내 신문산업의 구조 분석 연구는 미흡하게 진행되어왔다. 2000년대 이후에 자료의 제약 조건이 완화되면서 신문산업을 비롯한 미디어 산업의 분석에 있어서 시장구조의 분석은 자리를 잡아가고 있다. 그러나 미디어시장의 구조 분석에 있어서 측정 및 분석 도구가 제한적으로 사용되고 있다. 본 연구는 시장구조를 측정하고 분석할 수 있는 다양한 수단들을 살펴보고 그 활용의 범위를 넓히고자 하는 시도에서 출발하였다.

산업구조의 측정과 반독점정책의 실행에 있어서 상위기업집중률과 허핀달 지수가 가장 많이 사용되고 있다. 기존의 미디어 산업 분석 연구와 미디어 정책도 이 두 가지 지표의 활용에 머무르고 있는 실정이다. 이 지표들은 한 시점의 시장집중도를 포착하는 정태적 집중지표의 일종이다. 그러나 이러한 집중지표가 복잡한 미디어 생태계의 모든 상황에서 경쟁의 정도를 적절하게 반영하는 우월한 지표라고 단언하기는 어렵다. 따라서 일부 정태적 집중지표들로 포착하기 어려운 시장구조의 특성이 다른 유형의 정태적 집중지표를 통해서 포착될 수 있는가를 탐색할 필요가 있다. 이러한 시도를 위해서는 어떠한 종류의 정태적 집중지표가 있으며 그들의 장단점을 파악하는 작업이 선행되어야 한다.

정태적 집중지표는 시장구조의 정태적 특성을 파악하는 것이다. 즉 정태적 집중지표는 경쟁의 정도를 사진처럼 한 시점에서의 정지상태로 보는 것이다. 이러한 정태적 집중지표로는 어떤 산업 내에서 퇴출 기업들이 진입 기업들에 의해 교체되는 정도, 잔류기업들이 산업 내에서 위치가 변화하는 정도, 작은 기업이 큰 기업보다 더 빠르게 성장하는가의 여부 등 동태적 경쟁의 특성을 포착할 수 없다. 이러한 동태적 경쟁의 과정을 이해하려면 이동지표를 활용해야 한다. 이동지표는 경쟁의 정도를 동영상처럼 연속적인 과정으로 보는 것이다. 즉, 정태적 집중지표의 한계를 극복하기 위해서는 이동지표의 활용이 필요하다. 이러한 작업을 위해서는 어떠한 종류의 동태적 집중지표가 있으며 그 특성은 무엇인지 파악하는 작업이 선행되어야 한다.

본고는 기존문헌 연구를 통해 정태적 집중지표와 동태적 집중지표에는 각각 어떠한 유형들이 있으며 그 특성은 무엇인가를 살펴보고자 한다. 특히 미디어산업의 구조 측정에 있어서 유용하게 활용될 수 있는 지표들을 위주로 살펴보고 전국종합일간지 시장집중도를 분석하고자 한다. 본고의 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 전국종합일간지 시장규모의 변화추세는 매출액, 자산, 발행부수, 유료부수의 측면에서 어떠한 특성을 보이는가? 둘째, 산업분석에서 사용되지 않았던 정태적 집중지표인 타일지수를 통해 살펴본 전국종합일간지 시장구조는 어떠한 특성을 지니고 있는가? 셋째, 다양한 유형의 동태적 이동지표를 통해 살펴본 전국종합일간지 시장구조는 어떠한 특성을 지니고 있는가? 결론에서는 기존에 잘 활용되지 않았던 집중지표와 이동지표가 미디어산업의 구조분석에 있어서 새로운 유용성을 제공하는지를 밝혀보고 그에 따른 학문적·정책적 함의를 도출해보고자 한다.

2. 국내 신문산업에 대한 기존 연구

김남석(2001)은 국내에서 이루어진 신문산업 분석을 정치경제학적 접근, 시장분석론적 접근, 시민사회론적 접근, 자유주의론적 접근의 네 가지로 구분하였다. 이 중에서 정치경제학적 접근과 시장분석론적 접근은 신문산업의 구조를 이해하는 데에 유용한 정보를 제공한다. 그러나 이 두 가지 접근을 사용한 기존 연구에서도 전국종합일간지 시장구조에 초점을 둔 경우는 찾아보기 힘들다. 따라서 전반적으로 신문산업의 구조를 이해하는 데에 있어서 유용한 기존 문헌들을 중심으로 살펴보고자 한다.

1) 신문산업의 경제적 특성

신문산업의 경제적 특성으로는 사상 간의 경쟁과 시장경쟁이라는 두 가지 차원의 경쟁을 내포한다는 점, 양면시장의 특성, 규모의 경제성이 큰 점, 내용 차별화에 따른 독점적 경쟁, 지리적 시장의 영향이 큰 점 등을 들 수 있다(임영호, 1993). 사상 간의 경쟁이라는 특성은 신문산업의 고유한 특성이며 광범위한 사회정치적 함의를 내포하는 외부효과를 낳는다. 규모의 경제성은 시장집중도를 높이는 산업적 특성이다. 내용차별화는 시장의 범위를 결정짓는 요인이면서 경쟁의 정도를 낮추는 요인으로 작용한다. 신문산업의 다른 특성으로는 제조업에 비해서 생산유발과 고용유발의 효과는 크지만 부가가치의 창출은 약한 것을 들 수 있다(이상기, 2011).

2) 신문산업의 집중도

신문산업의 집중도에 초점을 맞추어 본격적으로 분석한 연구는 없으나, 다소 관련된 연구들은 있다. 예를 들면, 김현중(2006)은 국내 신문시장이 일반제조업과 비교하여 시장의 집중도가 높지 않기 때문에 시장경쟁의 효율성이 저하되는 심각한 과점구조가 아니라고 주장했다. 김재홍, 신희철, 그리고 김지훈(2008)은 신문시장에서의 경품제공을 가격차별화로 설정하고 경쟁제한성을 분석하였는데, 신문시장의 획정과 관련하여 광의의 시장범위를 주장했으며 국내 신문시장은 집중되지 않은 시장에 해당한다고 설명했다. 반면에 이인욱(2013)은 한국 언론·방송 시장의 과점화 현상이 미디어 공공성을 훼손할 수 있다고 주장한다. 특히 종합편성채널의 출범으로 인한 보수 이념의 확대와 여론의 과점화 폐해를 경고하고 있다.

3) 신문산업의 변화

신문산업의 구조적 변화를 살펴보면, 제1공화국 시기에는 정파적 성격의 신문이 많았으며 일부의 언론사만 신문사업 수익을 확보했다. 제2공화국 시기에는 신문발행이 허가제에서 등록제로 변경되면서 군소신문이 난립했다. 제3공화국 시기에는 중앙지 시장에서 신규진입으로 경쟁이 강화되고 지방지 시장에서는 동일 지역에 2~4개 신문이 경쟁하였다. 제4공화국 시기에는 신문 발행 및 판매 단계에서의 담합으로 인해 경쟁이 약화되고 중앙지의 지역시장 잠식이 이루어졌다. 제5공화국 시기에는 6개의 전국종합일간지가 대부분의 구독 시장을 점유하였고 지역지는 1지역 1개사를 유지하면서 지역광고를 독점했다. 제6공화국 시기에는 대량 시장진입으로 경쟁이 격화되었고 상품차별화도 심화되었다(김남석, 1995).

언론정책의 변화를 살펴보면, 참여정부는 조중동을 겨냥하여 시장지배적 사업자로

규정하면서 거대신문을 견제하고 중소언론사, 지역언론사, 인터넷신문 등을 보호 육성하는 데에 초점을 두었다. 반면에 이명박 정부는 거대신문사에 대한 견제장치를 제거하고 신문 시장을 시장에 맡기게 될 것이므로 신문시장 집중도는 가속화되고 여론의 다양성은 감소될 것이라고 예견된 바 있다(김진두, 2008). 이 예측은 현실로 드러났다.

4) 신문산업의 구조적 문제

국내 신문산업의 구조적 문제를 진단한 연구들은 다소 존재한다. 1990년대 신문산업의 집중문제를 조명한 김승수(2002)는 소유 집중의 문제로는 재벌의 신문사 소유, 신문사의 재벌화, 그리고 정부의 언론매체 소유를 제기했다. 보급망 집중의 문제로는 조중동의 과도한 보급망 집중률을 제기했다. 시장 집중의 문제로는 조중동의 높은 시장점유율에 따른 여론 독과점의 폐해가 제기했다. 또한 신문산업에 내재된 족벌 소유, 소유와 경영 및 편집의 일체화, 매체복합소유, 그리고 비관련 다각화가 언론권력을 창출하고 여론시장을 왜곡한다고 설명하였다.

국내 지역신문의 구조적 문제로는 여러 가지가 거론되고 있다. 우선 협소한 지역시장을 들 수 있다(임영호, 1993). 둘째, 미흡한 규모의 경제를 들 수 있다. 규모의 경제를 살리지 못하는 것은 설비투자의 비중과 유통비용이 크고 경쟁적 통신사가 없다는 것에 기인한다(임영호, 1993). 셋째, 전국지와 지역지 간 불균형이 심각하다(장호순, 2009). 넷째, 대부분의 지역지는 영세하고 적자가 누적되고 있다. 이들이 생존할 수 있는 것은 소유주가 다른 기업을 소유하면서 적자를 보전하거나 언론과 연계된 정치권력을 통해서 보상받기 때문이다(장호순, 2009). 다섯째, 지역지는 생활정보지에게 지역광고를 선점당하고 있으며 정부광고와 각종 보조금에 의존하고 있어서 감시견의 역할은 못하고 있다(장호순, 2009).

5) 신문산업의 기타 이슈

김관규와 김충식(2011)에 의하면, 국내 뉴스통신사인 연합뉴스는 신문과 방송 외에도 무료신문과 포털 등에 뉴스를 공급하고 있는 반면 일본 뉴스통신사인 교도통신은 무료신문과 포털 등에는 뉴스를 제공하지 않고 있다. 이로 인해 국내에서는 포털이나 무료신문 등이 뉴스플랫폼으로 존립하고 신문구독자가 급감하고 있는 반면 일본에서는 뉴스통신사의 한정적 뉴스서비스가 신문산업의 급격한 쇠락을 지연시키고 있다. 이러한 연구는 뉴스의 거래단계별 시장(뉴스의 도매시장과 소매시장)에서 참여자의 행위가 시장구조에 영향을 미치고 있다는 사례를 제시하고 있다는 측면에서도 의미가 있다.

전국지와 지역지의 병존을 위한 개선방안으로 장호순(2009)은 두 가지를 제안하였

다. 하나는 지역거점 전국지 모델이다. 지역거점 전국지란 지역에서 발행되지만 전국적으로 유통되는 신문을 말한다. 다른 하나는 신문기업의 계열화다. 전국 및 지역 뉴스를 다루는 지역거점 일간지와 지역뉴스만을 세일하게 다루는 지역주간지의 계열화를 통해 결합상품 전략을 구사하고 동시배달을 통해 비용절감을 이룰 수 있다는 것이다.

3. 시장집중의 정태적 분석: 집중지표

1) 집중지표의 여러 유형

한 시점에서 시장집중도를 측정하는 집중지표는 대체로 $\sum_{i=1}^n s_i w_i$ 형태를 지닌다(Bikker & Haff, 2002). 여기서 s_i 는 기업 i 의 시장점유율이고 w_i 는 기업 i 의 시장점유율에 부착되는 가중치이며 n 은 기업의 수를 나타낸다. 집중지표는 <표 1>에 나타난 바와 같이 다양한데, 이 중에서 상위기업집중률과 허핀달 지수가 주로 사용된다.

상위기업집중률(K-firm concentration ratio: CR_k)은 계산하기 용이하지만 k 값의 결정이 자의적이다. 허핀달 지수(Herfindahl-Hirschman index: HHI)는 과점 시장에서 경미한 기업의 진입에도 지수가 민감하게 반응한다(Bikker & Haff, 2002). 홀-타이드만 지수(Hall-Tideman Index: HTI)는 기업의 수를 강조한다(Hall & Tideman, 1967). 포괄집중지수(Comprehensive Concentration Index: CCI)는 최상위 기업의 지배력을 강조한다(Xu, 2005). 해너-케이 지수(Hannah and Kay Index: HKI)는 α 의 값에 따라 지수 값이 달라지고 α 의 선택에 대한 기준이 모호하다(Curry & George, 1983). 지니계수(Gini coefficient)는 소득분배의 불균등도를 측정하기 위해 고안되었으나 시장집중도의 측정에도 사용되는데, 시장 내 기업규모의 불균등도를 나타내지만 기업의 수는 고려하지 않는다. 지니계수는 상대적 집중지표에 해당하고 나머지 지수들은 절대적 집중지표에 해당한다. 상대적 집중지표는 작은 기업들의 수 및 시장점유율을 큰 기업들의 수 및 시장점유율과 비교한다. 반면에 절대적 집중지표는 전체 기업 수보다는 유의한 규모를 가진 기업 수에 더 영향을 받는

표 1. 집중지표의 종류

지표	CR_k	HHI	HTI	CCI	HKI	Gini
정의	$\sum_{i=1}^k s_i$	$\sum_{i=1}^n s_i^2$	$(2 \sum_{i=1}^n i s_i - 1)^{-1}$	$s_1 + \sum_{i=2}^n s_i^2 (2 - s_i)$	$\left(\sum_{i=1}^n s_i^\alpha \right)^{1/(1-\alpha)}$	수식 다양
범위	(0, 1]	(1/n, 1]	(0, 1]	(0, 1]	(1/s ₁ , n]	(0, 1]

다(Curry & George, 1983).

2) 일반화된 엔트로피 지수의 특성: 타일지수를 중심으로

(1) 샤논 엔트로피 지수

엔트로피(entropy)는 열역학에서 고안된 개념으로 무질서의 정도를 의미하는데, 여러 학문 분야에서 다양한 의미로 사용되고 있다. 정보이론에서 엔트로피는 확률변수의 불확실성을 의미하는데, 샤논(Shannon, 1948)은 엔트로피를 다음과 같이 정의했다. $H = -\sum p_i \log p_i$ 여기서 p_i 는 사건 i 가 일어날 확률을 나타낸다.

호로위츠와 호로위츠(Horowitz & Horowitz, 1968)는 엔트로피를 시장점유율에 대한 기업의 불확실성을 측정하는 수단으로 간주하여 시장집중도를 나타내는 지수로 사용했다. 이러한 엔트로피 지수에는 기업의 수와 기업의 상대적 크기가 시장점유율에 대한 기업의 불확실성에 영향을 미친다는 전제가 내포되어 있다. 산업조직론 분야에서 시장집중도를 나타내는 엔트로피 지수(Entropy index: E)는 다음과 같다. $E = -\sum_{i=1}^n s_i \log_2 s_i$ 이러한 엔트로피지수에서 로그의 밑수(base)를 2로 사용하는 대신에 자연로그를 사용하면 다음과 같은 엔트로피지수가 정의된다. $E = -\sum_{i=1}^n s_i \ln s_i = \sum_{i=1}^n s_i \ln(1/s_i)$ 이렇게 정의된 지수를 본고는 엔트로피지수로 명명하기 보다는 '샤논 엔트로피지수'로 명명하고자 한다. 이는 '일반화된 엔트로피지수'와 구분하기 위한 것이다. 샤논 엔트로피지수는 개별기업의 시장점유율에 대한 가중치를 $\ln(1/s_i)$ 로 정한 것이다. 즉, 기업의 시장점유율이 높아질수록 샤논 엔트로피지수가 시장점유율에 부여하는 가중치의 절대값은 감소한다. 샤논 엔트로피지수는 독점의 경우에는 0의 값을 가지고 모든 기업이 균등한 시장점유율을 갖고 있는 경우에는 $\ln(n)$ 의 값을 갖는다. 이러한 범위는 대부분의 집중지수가 0과 1의 사이의 값을 갖는 것과 차이점이 있다. 이러한 문제를 보완하기 위해 상대적 샤논 엔트로피 지수(relative entropy index: RE)가 사용되는데 다음과 같다. $RE = \frac{E}{\ln(n)}$ 여기서 $\ln(n)$ 은 샤논 엔트로피지수의 최대값을 의미한다. 상대적 샤논엔트로피 지수는 0과 1 사이의 값을 갖으며 경쟁이 잠재적 최대수준에 접근하는 정도를 측정한다(Horowitz & Horowitz, 1968).

(2) 일반화된 엔트로피지수와 타일지수

소득 분포를 다루는 사회과학에서 엔트로피는 완전한 평등으로부터의 이탈을 나타내는 의미를 지니게 된다. 불평등을 나타내는 일반화된 엔트로피지수(Generalized Entropy Index: GE)는 다음과 같이 정의된다(Bellu & Liberati, 2006a).

$$GE(\alpha) = \frac{1}{n(\alpha^2 - \alpha)} \sum_{i=1}^n \left[\left(\frac{y_i}{y} \right)^\alpha - 1 \right]$$

여기서 y_i 는 소득불평등을 다루는 분야에서는 개인 i 의 소득이나 부를 나타내는데, 시장집중을 다루는 분야에서는 기업 i 의 매출액이나 자산을 나타내는 데에 사용될 수 있다. 양수를 취하는 α 는 소득 분포의 특정 부분에 대한 지수의 민감도를 반영한다. 즉, 지수에서 α 가 큰 값이면 소득분포에서 상위 소득 부분에서 일어나는 상황에 더욱 민감해지는 반면 α 가 작은 값이면 소득분포에서 하위 소득 부분에서 일어나는 상황에 더욱 민감해지게 된다(Bellu & Liberati, 2006a). 시장집중도를 측정하는 경우에도 동일한 논리가 적용된다.

일반화된 엔트로피 지수는 α 값에 따라서 다양한 형태를 가진다. $\alpha=1$ 이면 일반화된 엔트로피지수는 다음과 같이 된다. $GE(\alpha = 1) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left(\frac{y_i}{y} \right) \ln \left(\frac{y_i}{y} \right)$ 이런 지수는 타일(Theil, 1967)에 의해 제안되어 타일지수(Theil index)로 일컬어진다. 즉, 타일지수는 일반화된 엔트로피지수의 특수한 경우에 해당한다(Bellu & Liberati, 2006b). 타일지수는 경제적 불평등을 측정하는 지표로 사용되지만 본고에서는 시장집중도를 측정하는 지표로 사용하고자 한다. 타일지수는 0과 $\ln(n)$ 사이의 값을 가진다. 타일지수가 0이면 시장집중도가 최저라는 것을 의미하고 타일지수가 $\ln(n)$ 이면 기업 수가 주어진 경우에 시장집중도가 최대라는 것을 의미한다. 이는 샤논 엔트로피지수가 완전균등의 경쟁상태일 경우에 $\ln(n)$ 의 값을 갖고 독점의 경우에 0의 값을 갖는 것과 대비된다. 타일지수는 다음과 같이 표현될 수 있다. 즉, 타일지수 = 샤논 엔트로피지수의 최대값 - 샤논 엔트로피 지수.

(3) 일반화된 엔트로피지수의 분해

일반화된 엔트로피 지수에 속하는 모든 종류의 지수는 그룹 내 요소와 그룹 간 요소로 완전한 분해(perfect decomposition)가 이룬다. 모집단을 하위 그룹들로 분류한 후 그룹 내 불균등도와 그룹 간 불균등도로 분해하면 전체 불균등도(또는 시장집중도)에 대한 그룹 간 불균등도의 기여 정도를 확인함으로써 전체 불균등도가 주로 어떤 요소들에 기인한 것인가를 알 수 있다. 모집단이 m 개의 하위그룹으로 이루어진 경우에 일반화된 엔트로피 지수의 분해는 다음과 같은 형태로 나타난다(Bellu & Liberati, 2006b).

$$GE(\alpha) = \sum_{k=1}^m \left(\frac{\bar{y}_k}{\bar{y}} \right)^\alpha \left(\frac{n_k}{n} \right)^{1-\alpha} GE(\alpha)_k + \frac{1}{(\alpha^2 - \alpha)} \left[\sum_{k=1}^m \frac{n_k}{n} \left(\frac{\bar{y}_k}{\bar{y}} \right)^\alpha - 1 \right]$$

여기서 첫 번째 항은 그룹 내 차이를 나타내는 요소이고 두 번째 항은 그룹 간 차이를

나타내는 요소이다. 첫 번째 항에서 (\bar{y}_k/\bar{y}) 는 그룹 k에서의 y의 상대적 평균을 나타내고 (n_k/n) 는 모집단에서 그룹 k가 차지하는 기업 수의 비중을 나타내며 $GE(\alpha)_k$ 는 그룹 k의 일반화된 엔트로피지수를 나타낸다. 첫째 항은 각 그룹의 일반화된 엔트로피 지수의 가중 평균을 의미한다. 둘째 항은 실제 y값이 각 그룹의 평균 y값에 의해 대체되어 계산된 일반화된 엔트로피 지수를 의미한다(Bellu & Liberati, 2006b).

일반화된 엔트로피 지수의 장점은 한 시장 내의 기업들이 차별화된 하위그룹으로 구분되면, 이 지수는 그룹 내 엔트로피와 그룹 간 엔트로피로 분해될 수 있다는 점이다(Xu, 2005). 하위 그룹을 대상으로 도출된 엔트로피지수들의 가중 합계는 모집단을 대상으로 한 엔트로피 지수로 복원된다. 이러한 분해는 다른 집중지수에서는 가능하지 않다(Barthwal, 2000). 타일지수의 완벽한 분해성을 적절히 활용한다면 신문시장을 비롯한 미디어 산업의 구조 분석에 유용한 정보를 얻을 수 있을 것이다.

4. 시장집중의 동태적 분석: 이동지표

1) 시장점유율 총변동량

특정 산업에서의 시장점유율 총변동량(overall market change: TURN)은 다음과 같은 공식으로 측정된다(Baldwin & Gorecki, 1994).

$$TURN = TURNE + TURNC$$

$$TURNE = (EN + EX)/2$$

$$TURNC = (CNGN + CNLS)$$

여기서 EN은 분석기간 중에 진입한 기업들의 시장점유율 합계를 나타내고 분석기간 종료시점 기준으로 측정된다. EX는 분석기간 중에 퇴출된 기업들의 시장점유율 합계를 나타내고 분석기간 시작시점 기준으로 측정된다. CNGN은 분석기간에 잔류된 기업들의 시장점유율 증가분을 나타낸다. CNLS는 분석기간에 잔류된 기업들의 시장점유율 감소분을 나타내며 절대값으로 측정된다.

이동지표의 일종인 시장점유율 총변동량(TURN)은 진입 및 퇴출 기업들의 시장점유율 합계(TURNE)와 잔류기업들의 시장점유율 변동분(TURNC)으로 이루어진다. 시장점유율 총변동량은 0에서 1 사이의 값을 가지며 1에 가까울수록 기업 간에 시장점유율이 이전되는 정도가 높다는 것을 나타낸다(Baldwin & Gorecki, 1994). 진입 및 퇴출 기업들의

시장점유율 합계는 진입 및 퇴출 장벽의 영향을 받으므로 실현된 잠재적 경쟁의 정도를 나타내는 반면 잔류기업들의 시장점유율 변동은 유효경쟁의 정도를 나타내는 것으로 해석되기도 한다(황인학·김정하, 2005). 진입 및 퇴출 기업의 시장점유율 합계는 기업 간 교체성(turnover)을 나타내고 잔류기업의 시장점유율 변동은 기업 간 이동성(mobility)을 나타낸다.

시장점유율 총변동량에 대한 실증연구로는 캐나다 제조업 부문의 166개 산업을 1970년부터 1979년까지 분석한 연구(Baldwin & Gorecki, 1994)를 들 수 있다. 이 연구에 따르면, 시장점유율(매출액 기준) 총변동량의 평균값은 0.36, 최소값은 0.06, 최대값은 0.72로 나타났다. 국내 제조업의 21개 세부산업을 1991년부터 1995년까지 분석한 연구(황인학·김정하, 2005)에 따르면, 시장점유율(매출액 기준) 총변동량의 평균값은 0.226으로 나타났다.

2) 상대적 위치 변동성: 상관계수

정태적 시장집중도가 동일한 시장에서도 기업 간 시장 내 위치의 변동이 작은 경우가 큰 경우보다 시장집중도의 폐해에 노출될 가능성이 높아진다. 잔류기업의 시장 내에서의 위치 변화를 포착하는 '상대적 위치 변동성'은 상관계수와 회귀계수에 의해 측정된다. 상관계수와 회귀계수는 잔류기업의 시장 내 위치 변화를 상이한 각도에서 측정한 것이다.

총괄집중의 위험성과 연계하여 국가경제 내에서의 대기업 간 상대적 위치 변동성은 순위상관계수와 피어슨상관계수로 측정된 바 있다(Collins & Preston, 1961). 시장집중의 위험성과 연계하여 특정 산업 내에서의 기업 간 상대적 위치 변동성도 순위상관계수와 피어슨상관계수로 측정할 수 있다. 분석 시작연도의 기업규모 순위와 분석 종료연도의 기업 규모 순위가 같다면 두 시점의 순위상관계수는 1이다. 순위상관계수의 값이 1에 가까울수록 각 기업은 시장 내 자신의 위치를 안정적으로 유지한 것으로 볼 수 있다. 역으로 순위상관계수의 값이 1에서 멀어질수록 기업 간 상대적 위치 변동성은 높아진다. 순위 변수가 아니라 시장점유율 변수를 사용한 피어슨 상관계수의 경우도 값이 1에 가까울수록 각 기업은 시장 내에서 상대적 위치를 안정적으로 유지하는 것으로 본다.

상관계수를 활용하여 상대적 위치 변동성을 실증적으로 분석한 연구를 살펴보면 다음과 같다. 콜린스와 프레스턴(Collins & Preston, 1961)은 미국의 100대 기업을 대상으로 기업들의 이동성을 조사하였다. 1909년부터 1958년까지의 기간을 5개 구간으로 구분하여 조사한 결과 순위상관계수가 점차 증가하여 1929~35년 기간에는 0.89로 최고점을 기록한 후 완만하게 감소하여 1948~58년 기간에는 0.79로 나타났다. 피어슨 상관계수로 측정

한 결과도 유사한 변화를 보이는 것으로 나타났다. 스톤브레이커(Stonebraker, 1979)도 미국의 100대 기업을 대상으로 1909년에서 1976년까지의 기간을 6개 구간으로 구분하여 조사한 결과 순위상관계수는 증가하여 1929~35년 기간에는 0.89로 정점을 찍은 후 감소하여 1967~76년 기간에는 0.80을 기록한 것으로 나타났다.

최정표(2004)는 국내 30대 재벌들을 대상으로 1986년부터 2002년까지 상대적 위치 변동성을 순위상관계수와 피어슨 상관계수를 통해 조사하였다. 분석결과에 따르면 금융 위기를 전후로 재벌의 상대적 위치에 큰 변화가 있었다.

황인학·김정하(2005)는 국내 제조업 부문의 21개 산업을 1991년부터 1995년까지 분석한 결과, 피어슨 상관계수 값이 0.9 이하로 나타난 산업의 수는 2개로 나타났다.¹⁾ 세 가지 연구(Collins & Preston, 1961; Stonebraker, 1979; 최정표, 2004)는 국민 경제를 기준으로 한 총괄집중과 연계하여 상대적 위치 변동성을 조사한 반면 황인학·김정하(2005)는 특정 산업을 기준으로 한 시장집중과 연계하여 상대적 위치 변동성을 조사한 것이다.

3) 상대적 위치 변동성: 회귀계수

머멜스타인(Mermelstein, 1969)은 잔류기업들을 대상으로 단순회귀모형에서 종속변수를 분석기간 중 종료 시점의 시장점유율로 설정하고 독립변수를 분석기간 중 시작시점의 시장점유율로 설정한 후에 회귀계수의 값으로 잔류기업 간 시장점유율의 이전을 분석했다. 회귀계수의 값이 1이면 기업들의 시장점유율에 변화가 없다는 것을 의미한다. 회귀계수의 값이 1보다 크면 큰 기업이 작은 기업보다 더 성장한 것을 의미하고 1보다 작으면 작은 기업이 큰 기업보다 더 성장한 것을 나타낸다. 따라서 회귀계수의 값이 1보다 작을수록 동태적 경쟁의 정도는 커진다.

회귀계수를 활용하여 상대적 위치 변동성을 분석한 연구를 살펴보면 다음과 같다. 머멜스타인(Mermelstein, 1969)은 미국의 100대 기업을 대상으로 자산의 점유율을 기준으로 1909~64년 기간을 6개 구간으로 구분하여 분석한 결과 회귀계수의 값이 1948~58년 기간에는 1보다 컸으나 그 외의 기간은 1보다 작았다. 스톤브레이커(Stonebraker, 1979)는 미국의 100대 기업을 대상으로 자산 점유율을 기준으로 1909~76년 기간을 6개 구간으로 구분하여 조사한 결과 회귀계수의 값이 1948~58년과 1958~67년 기간에는 1보다 컸

1) 안정적인 산업의 조건으로 볼드윈과 고레츠키(Baldwin & Gorecki, 1994)는 10년의 분석기간에서 상관계수의 값이 0.9에서 1.0 사이에 속해야 하는 것으로 규정했다. 그러나 이러한 기준을 참고하려면 분석기간이 10년보다 짧은 경우에는 상관계수의 범위를 좁혀야 한다.

으나 그 외의 기간은 1보다 낮게 나타났다.

최정표(2004)는 국가경제 내의 재벌들을 분석단위로 하여 재벌들의 상대적 위상 변화를 분석하였다. 분석결과를 보면 1986~90년, 1990~94년, 1994~98년 기간에는 큰 재벌이 더 성장하는 추세를 보인 반면 금융위기 이후인 1998~2002년 기간에는 작은 재벌들이 더 성장하는 추세를 보였다.

볼드윈과 고레츠키(Baldwin & Gorecki, 1994)는 캐나다 제조업의 166개 산업을 1970년부터 1979년까지 분석한 결과 회귀계수의 값이 0.90에서 1.09 사이에 위치한 산업의 수가 33개이고 그 범위를 벗어난 산업의 수가 133개로 나타났다. 그들은 10년의 분석기간에서 회귀계수의 값이 0.9에서 1.1 사이에 속하면 시장점유율이 안정적인 산업으로 분류했다.

황인학·김정하(2005)는 국내 제조업의 21개 산업을 1991년부터 1995년까지 분석한 결과, 회귀계수 값이 0.9에서 1.1 사이에 위치한 산업의 수는 모두 12개 산업으로 나타났다. 실증연구 중에서 일부 연구(Mermelstein, 1969; Stonebraker, 1979; 최정표, 2004)는 총괄집중과 연계하여 상대적 위치 변동성을 조사한 반면 다른 연구(Baldwin & Gorecki, 1994; 황인학·김정하, 2005)는 시장집중과 연계하여 상대적 위치 변동성을 조사하였다.

5. 시장점유율 측정 기준과 자료의 출처

헌법재판소는 2006년 6월 신문법의 제17조인 시장지배적 사업자의 추정요건(1개 일간신문사의 시장점유율 30%, 3개 일간신문사의 시장점유율 60% 이상인 자를 시장지배적 사업자로 추정)에 대해서 위헌 결정을 선고했다.²⁾ 신문법 제17조의 위헌 여부를 판단하는 데에 사용된 세 가지 사항(발행부수라는 단일의 기준, 시장의 동질성, 지배력 남용의 위험) 중에서 첫째 사항은 시장점유율 측정기준과 관련하여 중요한 단서를 제공한다. 헌법재판소는 발행부수라는 단일 기준을 문제 삼으면서 “신문의 시장점유율은 발행부수뿐만 아니라 신문매출액, 구독자수, 광고매출액 등 다양한 요인을 함께 고려하여 평가하여야” 한다고 판결했다(헌재, 2006. 6. 29). 즉, 시장점유율 측정 기준으로 발행부수, 신문매출액, 구독자

2) 신문시장의 독과점은 여론의 왜곡을 초래할 수 있어 일반 상품시장의 독과점보다 사회에 미치는 폐해가 훨씬 심각하므로 시장지배적 사업자로 추정하는 시장점유율을 일반 상품보다 하향 조정한 것이 신문의 자유를 침해하거나 신문사업자를 차별한 것으로 볼 수 없다는 일부 재판관들의 합헌 견해도 존재한다(헌법재판소, 2006. 6. 29).

수, 광고매출액을 명시한 것이다. 이 외에도 자산, 총매출액, 유료부수 등을 고려해 볼 수 있다.

시장점유율 측정 기준에 따라 시장집중도가 크게 달라질 수 있으므로 시장점유율 측정 기준에 대한 평가는 중요한 이슈이다. 총매출액은 시장점유율 측정기준으로 가장 보편적으로 사용되고 있다. 신문매출액(지대수입과 광고매출액의 합계)은 단일품목 시장에 초점을 맞추는 경우에 적절하지만 다각화의 정도가 높은 신문사의 시장력은 과소평가된다. 광고 매출액은 광고시장이라는 단면시장만을 반영하는 단점이 있다. 자산은 비교적 자주 사용되지만 부채비율이 높은 기업은 시장력이 과대평가된다. 발행부수는 구독시장과 광고시장의 양면시장을 반영하지만 발행부수 대비 유료부수 비중이 작은 신문사는 시장력이 과대평가된다. 유료부수와 구독자수는 발행부수와 거의 동일한 특성을 가지고 있으나 발행부수를 대체하기에는 미흡하다.³⁾ 이러한 측정 기준 중에서 총매출액, 자산, 발행부수, 유료부수는 자료수집이 용이한 편이고 나머지 기준들은 일관된 자료를 입수하기가 어렵다. 논리적 측면과 자료수집의 용이성을 함께 고려하면 적절한 시장점유율 측정기준은 총매출, 신문매출, 발행부수, 자산을 들 수 있다.

매출액, 신문매출액, 자산총계, 부채, 자본의 측정변수는 금융감독원 전자공시시스템에 공시한 전국종합일간 신문사의 재무제표, 사업보고서, 감사보고서를 자료의 출처로 사용하였다. 일부 신문사의 경우 신문매출액에 대한 정보를 제공하지 않고 있다. 발행부수와 유료부수는 한국ABC협회가 발표한 부수공사 자료를 사용하였다. 금융감독원에 공시된 전국종합일간 신문사는 모두 11개사인데, 이들 신문사의 재무제표는 2001년부터 이용이 가능하다. 따라서 분석기간은 2001년부터 2015년까지이다. 신문 산업은 정부 규제의 영향을 크게 받으므로 전체 분석기간을 정권에 따라 구분하면 정권별 규제의 영향도 추정해 볼 수 있는 장점이 있다. 2001년부터 2015년까지의 기간은 2001~2003년(김대중 정부 말기), 2003~2008년(노무현 정부 시기), 2008~2013년(이명박 정부 시기), 2013~2015년(박근혜 정부 초기)으로 구분하고자 한다. 본고는 시장구조의 분석에 있어서 발행부수 및 유료부수의 경우에는 전국종합일간 I과 II를 모두 분석했으며, 그 외의 경우에는 전국종합일간 I만을 분석하였다.

3) 상관계수를 측정된 결과 총매출액 또는 신문매출액과의 관련성은 발행부수, 유료부수, 자산의 순서로 높게 나타나서 발행부수가 유료부수에 비해 양면시장 특성을 더 잘 반영하는 변수로 판단된다.

6. 전국종합일간신문의 현황과 시장 획정

2009년에 개정된 「신문 등의 진흥에 관한 법률」에 따르면, 신문은 일반일간신문, 특수일간신문, 일반주간신문, 특수주간신문으로 구분된다(제2조 제2항). 일간신문은 ‘전국종합일간’ ‘지역종합일간’ ‘경제일간’ ‘스포츠일간’ ‘외국어일간’ ‘기타전문일간’ ‘무료일간’으로 구분할 수 있다. ‘전국종합일간’은 I과 II로 구분되는데 기간 조건(10년 이상 안정적으로 발행된 신문)과 규모 조건(금감원 공시 기준)을 만족시키면 ‘전국종합일간 I’로 분류되고 그렇지 않으면 ‘전국종합일간 II’로 분류된다(한국언론진흥재단, 2014a).

1) 전국종합일간 I

2014년 신문산업의 전체 매출액은 종이신문 매출액 3조 558억 원(87.4%)과 인터넷신문 매출액 4,421억 원(12.6%)을 합산하여 3조 4,979억 원으로 나타났다. 신문 유형별 매출액은 전국종합일간 I이 1조 4,154억 원(41.0%), 경제일간 6,661억 원(19.0%), 지역종합일간 4,200억 원(12.0%) 등의 순서로 나타났다(한국언론진흥재단, 2015a).

1920년에 설립된 동아일보, 1947년에 설립된 조선일보, 그리고 1965년에 설립된 중앙일보는 보수성향의 논조를 갖고 있으며 사주 개인 및 사주 일가가 가지는 지분이 높고 종합편성채널을 소유하고 있다는 공통성을 갖고 있다. 이런 특성은 국내 여론시장의 다양성을 낮추는 주요 요인으로 작용하고 있다.

1954년에 설립된 한국일보는 2002년부터 누적되어 온 적자로 인해 2009년부터 자본잠식 상태를 보이고 있다. 2013년 9월에 법원으로부터 회생절차개시결정을 받았으며 2015년 1월 29일 회생절차 종결결정을 받았다. 2015년 1월 기준으로 동화기업 및 특수관계인이 지분을 100% 소유하고 있다. 1991년에 창간호를 발행한 현대문화신문은 1995년에 특수 일간지에서 종합일간지로 변경되었다. 1998년에 현대그룹에서 분리되었으며 1999년에는 문화일보로 변경하였다. 서울신문의 전신은 1904년에 창간한 대한매일신보이다. 서울신문은 공기관 및 공공정책 기사를 제공하는 행정·자치 뉴스면을 운영하면서 다른 일간지와 차별화된 콘텐츠 전략을 구사하고 있다. 문화일보와 서울신문의 경우 우리사주조합의 지분비율이 높다는 공통성이 있다. 그러나 문화일보는 언론문화재단의 지분 비중이 높은 반면 서울신문은 정부의 지분 비중이 높다는 차이점을 보인다. 1988년에 설립된 세계일보의 최대주주는 (재)세계기독교통일신령협회유지재단이고 1987년에 설립된 국민일보는 (재)국민문화재단이 지분을 100% 소유하고 있다. 세계일보와 국민일보는 각각 통일교, 순복음교회와 관련된 종교재단의 소유라는 공통점이 있다. 1946년에 설립한 경향신문은

표 2. 전국종합일간지의 소유구조

신문사	주주명과 지분율(%) (2014년 12월말 또는 2015년 6월말 기준)
조선일보	방상훈(30.0)
동아일보	인촌기념회(24.1) 김재호(22.2) 자기주식(15.3) 기타(38.4)
중앙일보	홍석현(29.8) 중앙미디어네트워크(32.9) 홍석준 외 3인(0.8) (유)중앙미디어네트워크(32.9) 씨제이올리브영(주)(17.6) 소액주주(15.5)
한국일보	동화기업(주)(60.0) 동화엠파크(주)(40.0)
문화일보	우리사주조합(38.7) (재)문우언론재단(30.6) (재)동양언론재단(30.6)
서울신문	우리사주조합(30.6) 기획재정부(33.3) 포스코(21.2) KBS(8.8)
세계일보	(재)세계기독교통일신령협회유지재단(40.7) (재)세계평화통일가정연합선교회(22.1) 기타(37.2)
국민일보	(재)국민문화재단(100.0)
경향신문	우리사주조합(28.80) 중소기업중앙회(1.9) 소액주주(11.1)
한겨레신문	우리사주조합(24.5) 기타(소액주주)(75.5)
내일신문	장명국(6.7) 최영희(5.6) 소액주주(64.5)

출처: 금융감독원 전자공시시스템. 재구성.

1999년 1월에 한화그룹으로부터 분리되었다. 한겨레신문은 1988년에 창간기금을 모으고 창간호를 발행했으며 1989년에는 발전기금을 모았다. 재벌로부터 독립한 경향신문과 국민모금에 의해 배태된 한겨레신문은 우리사주조합의 지분 비중이 높다는 공통성을 갖고 있다. 이러한 소유구조의 특성이 진보적 성향의 논조를 유지하고 있는 것과 무관하지 않다. 1993년에 소액주주 모금으로 설립된 (주)주간내일신문은 2000년에 (주)내일신문으로 상호를 변경하면서 주간지 중심에서 일간지 중심으로 전환했다. 무차입 경영과 판매영업을 중시하고 이윤분배제도를 만든 내일신문은 소액주주의 비중이 높다는 특징을 갖고 있다.

김승수(1996)는 1990년대 국내의 10개 전국종합일간지의 소유구조를 재벌 자본(중앙일보, 문화일보, 경향신문), 언론자본(동아일보, 조선일보, 한국일보), 국가독점자본(서울신문), 종교자본(국민일보, 세계일보), 국민자본(한겨레신문)으로 분류한 바 있다. 그러나 현재의 상황을 보면 삼성·현대·한화의 재벌 자본으로 각각 분류된 중앙일보, 문화일보, 경향신문은 재벌의 지분이 정리된 상태인 반면 언론자본으로 분류된 한국일보는 대기업 자본의 통제 하에 들어가게 되었다.

표 3. 전국종합일간 II

신문	창간연도	본사소재지	2010년 기준		2014년 기준	
			발행부수	유료부수	발행부수	유료부수
대한투데이	2006	안산	3,905	581	850	286
서울매일	2006	서울			5,907	1,157
서울일보	2001	서울	6,569	2,853	10,916	3,002
선경일보	2006	서울	2,225	308	2,000	1,111
시민일보	2001	서울	8,381	3,740	15,000	3,699
신아일보	2003	서울	10,611	4,713	13,546	4,891
아시아일보	2001	서울	5,128	1,974	5,208	1,619
우리일보	2003	인천	5,500	1,340	4,034	720
일간투데이	2003	서울			7,000	2,007
전국매일신문	1997	성남	16,137	9,779	14,196	5,268
매일일보	2004	서울			6,614	1,026
아시아투데이	2005	서울	11,930	5,057	20,550	10,027
시대일보	1990	부천	10,870	4,095	13,208	3,292

2) 전국종합일간 II

한국언론진흥재단(2014b)은 경향매일, 대한투데이, 서울매일, 서울일보, 선경일보, 시민일보, 신아일보, 아시아일보, 우리일보, 일간투데이, 그리고 전국매일신문을 전국종합일간 II로 분류하고 있다. 이 중에서 경향매일은 2013년 부수공사 자료에서 휴간으로 나타났다. 반면에 한국ABC협회의 부수 공사 자료(2014년)는 매일일보, 아시아투데이, 시대일보 등을 종합일간신문으로 분류하고 있다. 두 기관에서 분류하는 신문의 유형이 불일치하는 경우도 있다. 본고는 한국언론진흥재단과 한국ABC협회의 분류를 참고하고 신문사들의 홈페이지와 관련 기사를 참고하여 <표 3>을 작성했다.

전국종합일간 II에는 제호가 변경된 신문들이 적지 않다. 2006년에 창간된 서울매일 신문은 새한일보에 의해 2014년 1월에 인수되면서 서울매일로 제호가 변경되었다. 2003년에 창간된 신아매일도 신아일보를 인수합병하면서 제호를 변경하고 2005년부터 신아일보를 발행하기 시작했는데, 언론통폐합에 따라서 경향신문에 흡수 통합되어 1980년에 종간된 신아일보와는 무관하다. 1997년에 창간된 한성일보는 제호를 1999년에는 전국매일로 변경하고 2010년에는 전국매일신문으로 변경했다. 2004년에 창간된 주간신문 시사서

표 4. 발행부수 대비 유료부수 비율의 평균차이

연도	평균		표준편차		t값	p-값(양측)
	전국종합일간 I	전국종합일간 II	전국종합일간 I	전국종합일간 II		
2010	.736 (n=11)	.365 (n=10)	.049	.146	7.65	.000
2011	.702 (n=11)	.370 (n=10)	.058	.145	6.22	.000
2012	.722 (n=11)	.411 (n=11)	.048	.164	6.05	.000
2013	.736 (n=11)	.345 (n=13)	.062	.147	8.72	.000
2014	.767 (n=11)	.309 (n=13)	.057	.116	11.88	.000

올은 2012년에 종합일간지로 전환하였고 2013년에는 제호를 매일일보로 변경했다. 1990년에 창간된 경기도민신문은 제호를 몇 번 변경한 후에 2000년에 시대일보로 제호를 다시 변경했는데, 1924년에 최남선이 창간한 시대일보와는 무관하다.

3) 전국종합일간 I과 II의 비교

전국종합일간 I과 II의 유료부수 비중에 차이가 있는지 독립표본 t-검정을 실시한 결과 <표 4>와 같이 5개 연도에 걸쳐서 두 그룹 간 차이는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 즉, 상대적으로 그룹 I은 판매전략이 유료 구독자에 중심을 두는 반면 그룹 II는 무료 배포를 통해 최소한의 규모의 경제성을 유지하고자 하는 데에 중심을 둔다. 그룹 I은 유료부수의 비중이 감소하다가 증가하는 추세를 보이는 반면 그룹 II는 그 비중이 증가하다가 감소하는 추세를 보이고 있다. 두 그룹 간 차이는 2010년 약 37% 포인트에서 격차가 줄었다가 다시 확대되어 2014년에는 약 46% 포인트의 큰 격차를 보이게 되었다.

4) 시장 획정

특수일간신문과 일반일간신문은 신문 내용에서 크게 차이가 나므로 별도의 시장으로 보는 것이 적절하다. 또한 전국종합일간신문은 지역종합일간신문과 지리적 시장이 다르므로 별도의 시장으로 보는 것이 적절하다. 무료신문은 전국종합일간신문과 달리 지대수입이 없고 광고수입만 있으므로 전국종합일간신문이 가지고 있는 양면시장의 특성을 결여하고 있다. 따라서 별도의 시장으로 분류하는 것이 적절하다. 온라인신문과 종이신문은 대체재 뿐만 아니라 보완재의 성격도 갖고 있으며 종이신문사의 수입 일부가 온라인 뉴스서비스에서 나오므로 두 시장을 동일한 시장으로 획정하기 어려운 측면이 있다. 따라서 본고는

전국종합일간신문의 관련시장을 전국종합일간 I과 II를 포함하는 시장으로 본다. 전국종합일간 II는 I에 비해 매출액, 자산, 발행부수 등의 측면에서 현격하게 규모가 작으므로 시장규모의 측정에서 전국종합일간 II의 포함 여부는 분석결과에 큰 차이를 초래하지 않는 반면 집중지표나 이동지표의 측정에는 유의한 차이를 초래할 수 있다.

7. 분석결과

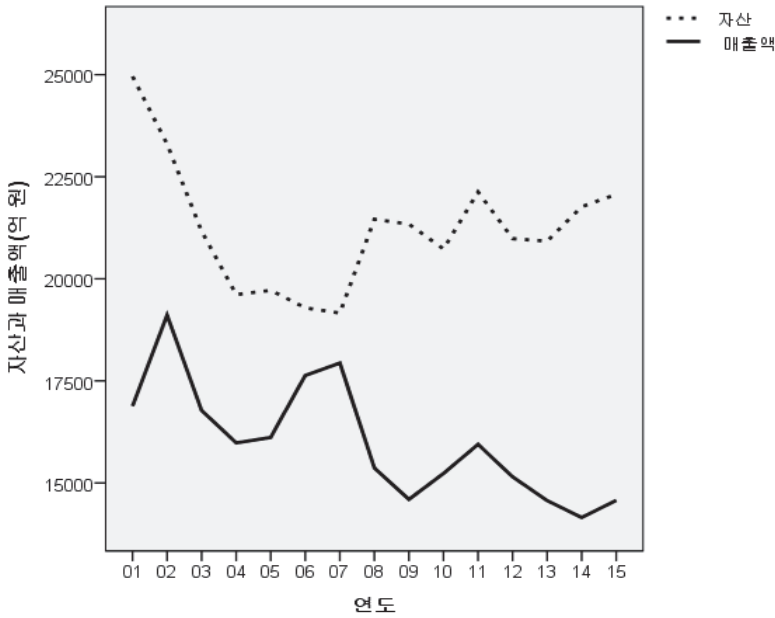
1) 시장규모의 변화 추세

〈그림 1〉을 보면 자산 규모는 감소추세를 보이다가 2007년 이후에 증가추세를 보이고 있어서 대체로 U자형의 추세를 보이고 있다. 자산 규모가 2007년까지 감소추세를 보였는데, 이는 자본의 증가보다 부채의 감소가 더 컸던 것에 기인한다. 2001년에는 평균적으로 부채 비율이 400%를 초과하였으나 2014년에는 200% 미만으로 나타났다. 2007년 이후 자산 규모가 증가추세를 보인 것은 대체로 자본의 증가에 기인한다. 따라서 전반적으로 자기자본 비율은 증가 추세를 보이고 있다. 이러한 자기자본비율의 증가는 IMF 외환위기, 미국발 금융위기, 유럽발 재정위기 등 세계적으로 경제위기의 빈도가 늘어나는 추세와 국내적으로는 저성장률이 고착화되는 추세에 대한 반응으로 볼 수 있다. 대체로 광고주는 광고지출을 불경기에는 투자보다는 쉽게 줄일 수 있는 비용으로 인식하기 때문에 광고의존도가 높은 신문사는 경제위기와 불경기에 취약하므로 자기자본비율이 약한 신문사는 퇴출되기 쉽다.

매출액으로 측정한 전국종합일간 I 시장규모는 분석기간 중 2002년에 최고 수준인 1조 9110억 원을 기록한 후 감소추세를 보이고 있다. 매출액 규모는 노무현 정부 시기에 회복하는 양상을 보였으나 2007년 이후에 감소추세를 보이고 있다.

시장규모의 결정요인으로는 수요 요인, 공급 요인, 제도적 요인, 기업 내부 요인으로 대별할 수 있다. 수요 요인은 수요의 대체성을 반영하는 것으로 구독자 시장에 영향을 미치는 수요 변화와 광고주 시장에 영향을 미치는 수요 변화로 구분할 수 있다. 구독자 시장에 영향을 미치는 수요 변화의 예로는 총미디어 이용시간 대비 뉴스 이용시간의 비중이 2013년 30.5%에서 2015년 26.6%로 감소한 것을 들 수 있다(한국언론진흥재단, 2015b). 종이신문과 대체관계에 있는 미디어가 급증하면서 미디어 사용시간은 다양한 서비스로 분산되고 있다. 이런 추세는 전국종합일간신문의 시장규모에 부정적으로 작용한다. 또한 종이신문 선호층의 고령화 추세도 시장규모에 부정적으로 영향을 미친다. 광고주 시장에 영향을 미치는 수요 변화의 예로는 경기변동에 따른 광고지출의 변화를 들 수 있다. 광고지

그림 1. 전국종합일간 시장규모의 변화 추세: 자산과 매출액 기준



출의 변동은 경제성장률의 변동에 비해 훨씬 크다. 즉 경기호황기에는 경제성장률보다 훨씬 큰 광고지출 증가율을 보이는 반면 불황기에는 아주 큰 폭의 광고지출 감소율을 보인다. 경제위기의 빈도 증가와 국내경제의 저성장 고착화는 광고시장에 부정적인 영향력을 발휘하면서 시장규모의 축소를 초래한다. 특히 2008년 금융위기는 시장규모의 급격한 감소를 초래했다.

공급 요인은 공급의 대체성을 반영하는 것으로 새로운 뉴스매체의 진입과 새로운 경쟁 플랫폼의 진입으로 구분할 수 있다. 새로운 뉴스매체의 진입으로는 포털뉴스, 무료일간신문, 모바일뉴스, 종합편성채널을 들 수 있다. 2000년대 초반부터 각광을 받기 시작한 포털뉴스는 뉴스이용의 주요 경로이다. 포털 뉴스 이용률은 2011년 55.4%에서 2015년 69.4%로 상승했다(한국언론진흥재단, 2015b). 무료신문은 2002년 5월에 창간한 <메트로>를 시작으로 2003년에는 <데일리포커스>와 <굿모닝>이 창간되면서 붐을 이루었다. 무료신문 매출액은 2008년에 1111억 원(9개사 합계)으로 정점을 기록한 후 2009년부터 시작된 스마트폰의 확산으로 인해 출퇴근 시간대의 무료신문 이용이 줄어들면서 2014년에 61억 원(2개사 합계)을 기록했다(한국언론진흥재단, 2010, 2015a). 모바일뉴스는 2009년에 애플사가 아이폰을 국내시장에 출시한 후 지속적으로 이용이 증가하고 있다. 이동형 단

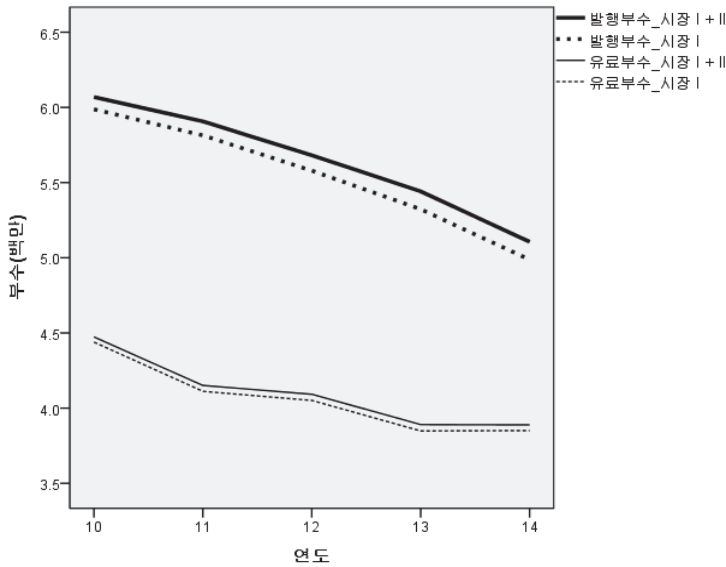
말기를 이용한 인터넷 이용률은 2010년 31.3%에서 2015년 73.5%로 증가했고 동일한 기간에 이동형 인터넷을 이용한 뉴스 이용률도 증가했다(한국언론진흥재단, 2015b). 2011년 12월에 개국한 종합편성채널 4개는 각각 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 매일경제신문 등 4개 언론사가 대주주로 참여하였는데, 2014년에 방송사업매출액(4개사 합계)은 약 4017억 원으로 증가 추세에 있다(미래창조과학부·방송통신위원회, 2015). 종합편성채널 뉴스 이용률도 2012년 28.1%에서 2015년 61.6%로 상승 추세에 있다(한국언론진흥재단, 2015b). 이와 같이 다양한 뉴스매체의 진입은 시장규모에 부정적으로 작용한다. 무료일간신문과 모바일뉴스의 대체성으로 인해 이제 무료일간신문이 전국종합일간지 시장규모에 미치는 영향력은 소멸되어가고 있다. 이 외에도 뉴스통신사와 전국종합일간신문사의 관계가 거래관계에서 부분적 경쟁관계로 변화하고 뉴스통신사의 수가 증가하는 현상도 시장규모에는 부정적으로 작용할 수 있다. 새로운 경쟁 플랫폼의 진입으로는 2002년 3월에 개국한 일반위성방송, 2005년 5월에 본방송을 시작한 위성 DMB(수익성 악화로 2012년 퇴출), 2006년 3월에 본방송을 시작한 지상파 DMB, 2008년 12월에 출범한 IPTV 등을 들 수 있다. 종이신문은 새로운 플랫폼과 이용자 시장에서 한정된 이용시간을 두고 경쟁 관계에 있으며 광고주 시장에서도 경쟁관계에 있다. 따라서 경쟁플랫폼의 도입과 성장은 시장규모에 부정적으로 작용한다.

제도적 요인의 예로는 언론진흥기금(구 신문발전기금)과 같이 신문사에 대한 지원정책을 들 수 있는데 이는 시장규모에 긍정적으로 영향을 미칠 수 있다. 기업 내부 요인의 예로는 신문사의 다각화를 들 수 있는데, 신문사의 다각화 정도가 높을수록 시장규모가 커진다. 전반적으로 신문사들의 다각화 정도는 완만하게 증가하는 것으로 판단된다.

〈그림 2〉를 보면 발행부수 기준으로 전국종합일간 I의 시장규모는 2010년 약 599만 부에서 2014년 약 499만 부로 감소했다. 전국종합일간 II를 포함하면 발행부수는 2010년 약 607만 부에서 2014년 약 511만 부로 감소했다. 유료부수 기준으로 전국종합일간 I의 시장규모는 동일한 기간에 약 444만 부에서 약 385만 부로 감소했으며, 전국종합일간 II를 포함하면 447만 부에서 약 388만 부로 감소했다. 유료부수에 비해 발행부수가 감소 비율이 더 크다. 2014년 기준으로 발행부수와 유료부수 측면에서 전국종합일간신문 시장에서 차지하는 전국종합일간 II의 비중은 각각 약 2.3%와 약 1%를 차지한다.

산업의 생명주기설에 따르면 산업은 도입기, 성장기, 성숙기, 쇠퇴기의 과정을 겪게 되는데, 전국종합일간신문 산업은 쇠퇴기의 단계에 접어들었다. 그 근거로는 시장규모의 축소를 들 수 있다. 쇠퇴기의 경쟁은 주로 가격 경쟁 또는 비용인하 경쟁을 특징으로 하는데 신문산업에서는 주로 비용인하를 통해 경쟁이 이루어지고 비용인하는 주로 종사자의

그림 2. 전국종합일간 I 과 II 시장규모의 변화 추세: 발행부수와 유료부수 기준



규모 감소와 임금 인하를 통해 이루어지고 있다. 또한 신문사가 인터넷뉴스시장에서는 포털 사업자에게 플랫폼의 역할을 빼앗기고 있어서 이용자와 광고주 간 상호작용에 의한 네트워크 외부효과를 신문사의 수익원으로 내부화시키지 못하고 있다.

2) 타일지수의 변화 추세와 분해

전국종합일간 I 시장의 집중도 변화 추세를 파악하기 위해서 허핀달지수, 홀-타이드만 지수, 포괄집중지수, 샤논 엔트로피 지수, 지니계수, 타일지수를 사용하여 측정하였다. 특정 연도에서의 각 지수의 절대적 수치는 다르게 나타나지만 연도별 변화 추세는 유사하게 나타났다. 본고에서는 타일지수에 대한 분석결과에 집중하기로 한다.

연구대상의 전체집단을 몇 개의 하위집단으로 구분할 경우 지수의 분해는 하위그룹 내 차이를 나타내는 부분, 하위그룹 간 차이를 나타내는 부분, 그리고 잔여 부분으로 구성된다. 지니계수는 잔여 부분이 0이 되지 않는 경우가 존재하는 반면 타일지수는 잔여 부분이 언제나 0이 되므로 완전한 분해성이라는 특성을 갖는다. 모집단이 m개의 하위그룹으로 이루어진 경우에 타일지수(T)의 분해는 다음과 같다.

표 5. 타일지수의 추세: 전국종합일간

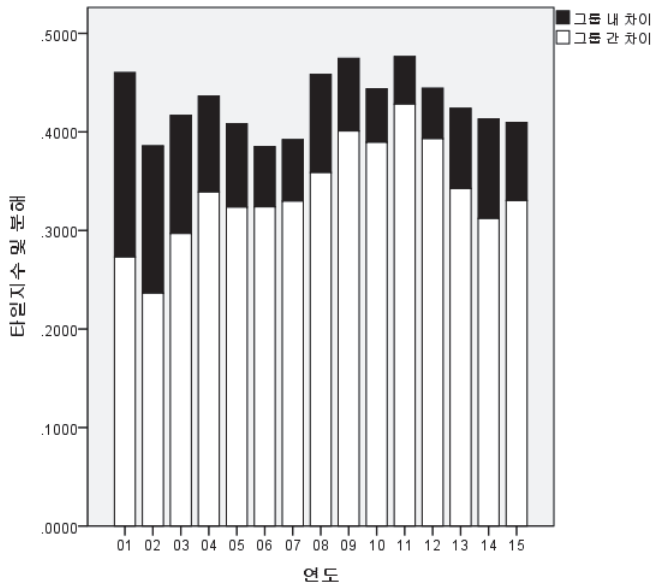
연도	자산 기준			매출액 기준			발행부수 기준		
	타일 지수	지수의 분해(%)		타일 지수	지수의 분해(%)		타일 지수	지수의 분해(%)	
		그룹 내 차이	그룹 간 차이		그룹 내 차이	그룹 간 차이		그룹 내 차이	그룹 간 차이
2001	.4604	40.68	59.32	.3957	26.43	73.57			
2002	.3859	38.71	61.29	.4162	19.27	80.73			
2003	.4168	28.77	71.23	.4098	9.79	90.21			
2004	.4364	22.30	77.70	.3347	7.11	92.89			
2005	.4083	20.74	79.26	.3059	10.00	90.00			
2006	.3850	15.87	84.13	.2912	32.93	67.07			
2007	.3922	15.94	84.06	.2670	28.24	71.76			
2008	.4584	21.73	78.27	.2836	10.47	89.53			
2009	.4747	15.55	84.45	.2890	12.49	87.51			
2010	.4437	12.24	87.76	.3203	5.99	94.01	.4905	8.13	91.87
2011	.4766	10.13	89.87	.3440	5.20	94.80	.5077	7.50	92.50
2012	.4444	11.52	88.48	.3133	5.08	94.92	.5090	7.86	92.14
2013	.4240	19.20	80.80	.3063	4.70	95.30	.5130	8.97	91.03
2014	.4131	24.43	75.57	.3223	4.78	95.22	.4987	9.06	90.90
2015	.4096	19.36	80.64	.3204	4.90	95.10			

$$T = \sum_{k=1}^m \left(\frac{n_k}{n} \frac{y_k}{y} \right) T_k + \sum_{k=1}^m \frac{n_k}{n} \left(\frac{y_k}{y} \right) \ln \left(\frac{y_k}{y} \right)$$

위의 식에서 첫째 항은 각 그룹의 타일지수를 가중평균한 값인데, 가중평균에서 사용된 가중치는 y의 합계에서 그룹 k가 차지하는 점유율을 나타낸다. 첫째 항은 분해의 구성요소 중에서 그룹 내 차이를 나타낸다. 둘째 항은 개별 기업의 실제 y값 대신에 개별 기업이 속한 그룹의 그룹별 평균 y값을 사용하여 계산된다. 둘째 항은 분해의 구성요소 중에서 그룹 간 차이를 나타낸다(Bellu & Liberati, 2006b). 본고는 조중동 그룹 대 기타 그룹으로 구분했으므로 m을 2로 설정하고 y는 자산, 매출액, 발행부수로 설정하여 타일지수를 분해했다.⁴⁾

4) 연구대상이 그룹 A와 그룹 B로 구분되면 타일지수를 분해하는 방법은 다음과 같다. 그룹 A의 타일지수 기여분(그룹 A의 그룹 내 차이)은 그룹 A만을 대상으로 타일지수를 계산한 후에 이 타일지수에 대해 그룹 A의 시장점

그림 3. 타일지수의 연도별 변화 및 분해: 자산 기준

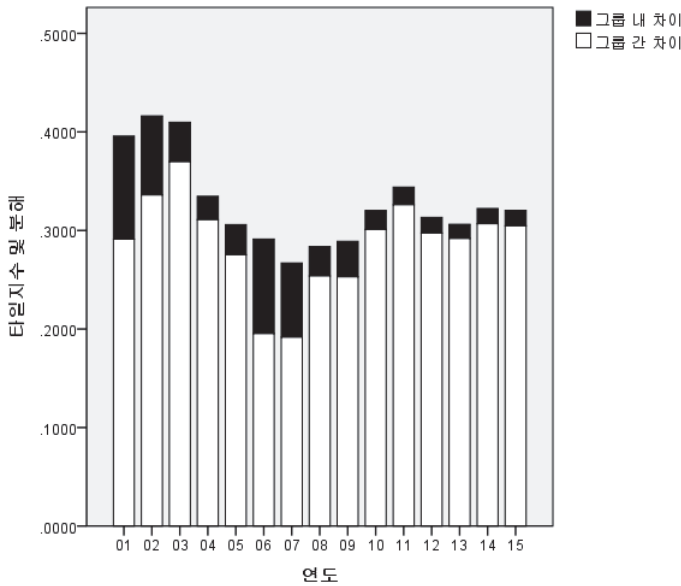


〈표 5〉를 보면 자산 기준 타일지수는 2001년에 .4604를 나타내고 그 후에 낮은 수준에서 등락을 보이다가 2006년에 .3850으로 가장 낮은 수준을 보이고 있다. 2008년부터 급등하면서 2011년에 .4766으로 가장 높은 수치를 보이다가 감소 추세를 보이고 있다.

〈그림 3〉에 나타난 바와 같이 자산 기준 시장집중도는 등락을 거듭하고 있다. 2001년에 자산 기준 타일지수에 기여하는 요인을 분해하면 그룹 내 불균등도(조중등 그룹 내 자산규모의 불균등도와 기타 그룹 내 자산규모의 불균등도의 합계로 구성됨)는 40.68%의 기여도를 보이고 그룹 간 불균등도는 59.32%의 기여도를 보이고 있다. 즉, 자산 기준 타일지수는 2001년의 경우 .4604로 나타났는데, 이 지수는 그룹 내 불균등도를 나타내는 타일지수인 .1873과 그룹 간 불균등도를 나타내는 타일지수인 .2731으로 분해할 수 있다. 자산 기준 시장집중도에 미치는 그룹 간 불균등도의 기여도가 2011년에 89.9%로 최고조에 이르다가 그 후 완만한 감소하고 있다.

유율을 곱하여 도출한다. 그룹 B의 타일지수 기여분도 그룹 B만을 대상으로 계산한 타일지수에 그룹 B의 시장 점유율을 곱하여 도출한다. 그룹 A의 그룹 내 차이와 그룹 B의 그룹 내 차이를 합하면 그룹 내 타일지수 기여분이 계산된다. 그룹 간 타일지수 기여분은 개별 기업의 실제 값 대신에 그 기업이 속한 그룹의 평균값을 대입하여 계산된 타일지수이다. 그룹 내 타일지수 기여분과 그룹간 타일지수 기여분을 합하면 원래의 타일지수(전체 기업들을 대상으로 한 타일지수)가 된다.

그림 4. 타일지수의 연도별 변화 및 분해: 매출액 기준



〈그림 4〉에 나타난 바와 같이 매출액 기준 타일지수는 2001년에 .3957을 기록하고 비슷한 수준에서 머물러 있다가 감소추세를 보이면서 2007년에는 .2670으로 가장 낮은 수준을 보였다. 그 후에 등락을 거듭하며 완만한 증가추세를 보이고 있다. 즉, 매출액 기준 시장집중도는 노무현 정부 시기에 급격한 감소를 이루고 이명박 정부 이후에는 완만한 증가와 정체를 보이고 있다. 2001년에 매출액 기준 타일지수에 기여하는 요인을 분해하면 그룹 내 불균등도의 기여도는 26.4%이고 그룹 간 불균등도의 기여도는 73.6%이다. 매출액 기준 시장집중도에 미치는 그룹 간 불균등도의 기여도가 2006년에는 67.1%로 최저 수준을 보이다가 2008년에 급등한 후 2010년 이후에는 지속적으로 94% 이상의 아주 높은 기여도를 유지하고 있다. 이는 매출액의 분포 측면에서 조중동 그룹과 기타 그룹의 양극화가 2008년 이후에 다시 심화되었음을 의미한다.

시장규모뿐만 아니라 시장집중도의 결정요인도 수요 요인, 공급 요인, 제도적 요인, 기업 내부 요인으로 대별할 수 있다. 수요 요인 중에서 구독자 시장에 영향을 미치는 모바일 뉴스 수요의 증가나 광고주 시장에 영향을 미치는 국내 경제성장률의 저하로 인한 시장규모의 축소가 각각의 신문사들에게 차별적으로 영향을 미친다면 시장집중도의 변화를 초래한다. 예를 들면 다각화 또는 디지털 모바일 전략이 미흡한 신문사의 경우는 상대적으로 매출액이 더 감소할 수 있어서 시장집중도의 증감을 초래한다.

공급 요인의 예로는 종합편성채널 도입이 조중동 그룹의 범위의 경제성을 높이고 매출 증가 또는 비용 절감을 초래할 수 있는데, 이는 시장집중도의 증가로 이어진다.

제도적 요인의 예로는 신문고시를 들 수 있다. 신문고시는 신문사의 행위 규제를 통해 신문시장 집중도에 영향을 미쳤을 것으로 추정되는데, 신문고시의 존재 유무, 신문고시의 내용, 신문고시를 실행하고자 하는 정부의 의지 등을 살펴보는 것이 필요하다.⁵⁾ 첫째, 신문고시의 존재 유무에 따른 영향력을 살펴보면, 신문고시가 폐지된 이후 경품제공 위반 사례는 증가했고 강제투입 건수도 대폭 증가했다(정연구, 2001). 이는 신문고시의 존재가 불공정거래 행위를 줄이는 데에 기여했다고 볼 수 있는 현상이다. 경품제공이 신문사의 자본 동원력과 관련성이 있다면 신문고시의 존재는 시장집중도를 줄이는 데에 기여한 것이다. 둘째, 신문고시의 내용에 따른 영향력을 보면, 2001년 신문고시의 부활은 신문협회의 자율적 규제를 근간으로 이루어졌는데 규제의 실효성이 약했다. 이에 따라 2003년 5월에 신문고시를 개정하여 신문협회의 자율적 규제 조항을 폐지하여 공정위가 직접 규제하기 시작했다. 이는 규제의 내용이 중요하다는 것을 반증한다. 셋째, 신문고시의 실행 의지도 중요하다. 제도가 있어도 정부의 실행 의지가 없으면 제도의 실효성은 사라진다. 노무현 정부에 비해 이명박 정부는 신문고시 위반 단속에 의지를 보이지 않았다. 예를 들면, 중징계에 해당하는 과징금 부과는 노무현 정부 후기에는 39.6%에 달했으나 이명박 정부 초기에는 2.5%에 불과했고 2010년부터는 과징금 부과 사례가 없었다. 또한 노무현 정부 후기에는 315건의 직권인지조사를 실시해 213건(67.6%)에 대해 과징금을 부과했으나 이명박 정부 시기에는 직권인지조사가 전혀 이루어지지 않았다. 그리고 신문고시 위반 신고에 대한 포상금도 이명박 정부 들어서 급격하게 감소했다(민주언론시민연합, 2010. 10. 4; 김한식, 2014. 10. 20).⁶⁾

5) 신문고시는 1997년부터 제정되어 운영되었으나 1999년 1월에 폐지되었다. 2001년 7월에 신문고시가 부활되었으나 신문협회가 신문고시에 따른 자율규제안을 만들어 시행했다. 그러나 실효성이 약해서 2003년 5월에 신문고시를 개정하여 신문협회의 자율적 규제 단서 조항을 폐지한 후 공정위가 직접 규제하기 시작했다(김영수, 2004). 2012년 8월 20일에 개정된 신문고시에서 금지하고 있는 행위는 무가지 및 경품류의 과다 제공, 부당한 고객유인행위, 거래상 지위남용 행위, 차별적 취급행위, 거래강제 행위, 신문판매업자에 대한 배타조건부 거래 행위, 거래거절 행위, 시장지배적 지위의 남용 등을 포함한다.

6) 정부의 실행 의지에 따라 동일한 제도가 상이한 효과를 초래하는 다른 예를 들자면 언론진흥기금을 들 수 있다. 노무현 정부에서 신문법은 시장점유율이 높은 신문을 신문발전기금 지원대상에서 제외하는 내용을 담고 있어서 신문발전기금은 시장집중도를 낮추는 요인으로 작용했다. 반면에 신문발전기금이 이명박 정부에서 언론진흥기금으로 변화하면서 시장집중도를 높이는 요인으로 작용하기도 했다. 예를 들면, 2010년 이후부터 2013년 9월까지 언론진흥기금 지원액 중 조중동에 대한 지원액은 74억 원으로, 지역신문 53개사에 대한 지원액 45억 원보다 많은 것으로 드러났다(배재정, 2013. 10. 21).

그림 5. 타일지수의 연도별 변화 및 분해: 발행부수 기준

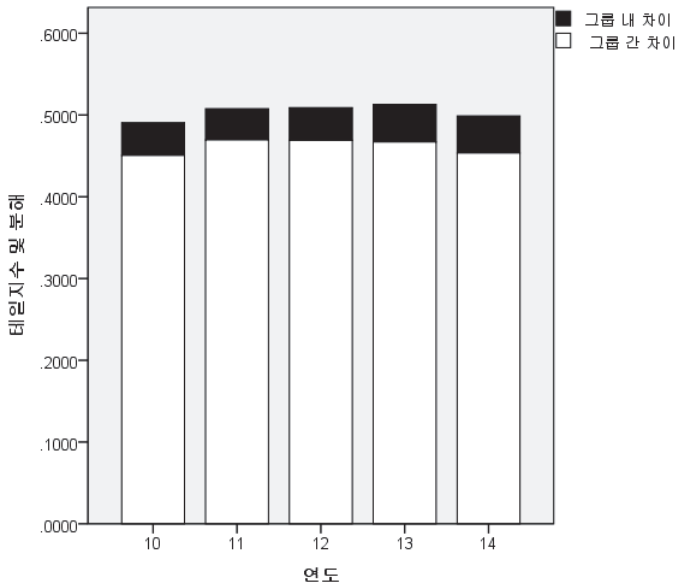


표 6. 타일지수의 추세: 발행부수 기준 (전국종합일간II를 포함하는 경우)

연도	타일지수	타일지수의 분해			
		조중동 그룹 내 차이	기타 그룹 내 차이	전국종합일간II 그룹 내 차이	그룹 간 차이
2010	1,0624	.0104 (0.98%)	.0290 (2.73%)	.0017 (0.16%)	1,0214 (96.14%)
2011	1,0699	.0119 (1.11%)	.0256 (2.39%)	.0031 (0.29%)	1,0293 (96.21%)
2012	1,1068	.0164 (1.48%)	.0228 (2.06%)	.0042 (0.38%)	1,0634 (96.08%)
2013	1,1774	.0256 (2.17%)	.0194 (1.65%)	.0042 (0.36%)	1,1282 (95.82%)
2014	1,1575	.0251 (2.17%)	.0191 (1.65%)	.0048 (0.41%)	1,1086 (95.78%)

기업 내부 요인의 예로는 신문사의 분양수입을 들 수 있다. 한국일보의 경우 2001년에서 2004년까지 분양수입이 매출액에 다소 기여했으며 세계일보는 2004년부터 2007년까지 분양수입의 비중이 아주 높았다. 경향신문은 2008년부터 분양수입이 다소 발생했고 중앙일보는 2010년에서 2011년까지 분양수입의 비중이 컸다. 이러한 현상은 노무현 정부 시기에 시장집중도를 낮추고 그 이후에 시장집중도를 높이는 데에 다소 영향을 미쳤을 것이다.

〈그림 5〉을 보면 2010~2014년 기간에 발행부수 기준 타일지수는 자산과 매출액 기준에 비해 높지만 변동성은 약하다. 즉 자산 또는 매출액 측면에 비해 발행부수 측면에서

시장집중도가 더욱 심하고 고착되어 있다. 매출액 기준과 비교하면 그룹 간 불균등도의 비중이 작지만 자산 기준과 비교하면 그룹 간 불균등도의 비중이 큰 것으로 나타났다.

발행부수 기준의 타일지수는 두 개의 그룹으로 구분하여 분해할 수도 있으며 <표 6>에 나타난 바와 같이 세 개의 그룹으로 구분하여 분해할 수도 있다. 2010년의 타일지수 1.0624는 조중동 그룹 내 차이를 나타내는 0.0104(0.98%) 기타 그룹 내 차이를 나타내는 0.0290(2.73%), 전국종합일간 II 그룹 내 차이를 나타내는 0.0017(0.16%), 그리고 세 그룹 간 차이를 나타내는 1.02141(96.14%)의 네 가지 요소로 구성되어 있다. 그룹 내 차이와 그룹 간 차이가 타일지수에 기여하는 비중을 보면, 전국종합일간 I + II 시장의 경우가 전국종합일간 I 시장에 비해 그룹 간 차이가 시장집중도에 기여하는 정도가 높다.

3) 이동지표의 변화 추세

(1) 시장점유율 총변동량(TURN)

신문사 간 교체성 및 이동성을 반영하는 ‘시장점유율 총변동량’은 진입 및 퇴출 신문사들의 시장점유율 합계와 잔류 신문사들의 시장점유율 변동분으로 구성된다. 전체 분석기간인 2001년에서 2015년까지 전국종합일간 I 시장에 진입하거나 퇴출된 신문사가 없다. 따라서 분석기간 중에 계속 영업 중인 신문사들의 시장점유율 변동분의 절대치 합계를 측정하게 되면 그 수치가 바로 시장점유율 총변동량이 된다. 즉, 전체분석기간에서 전국종합일간 I의 시장점유율 총변동량은 교체성이 아니라 이동성에 의해 전적으로 결정되었다.

<표 7>에서 자산 기준으로 살펴보면 노무현 정부 시기의 시장점유율 총변동량은 0.3075이고 이명박 정부 시기의 시장점유율 총변동량은 0.3026으로 서로 비슷하다. 이 두 정부의 기간에 일어난 시장점유율 총변동량에 비하면 전체 분석기간(2001~2015년)에 일어난 시장점유율 총변동량은 높은 것으로 보이지 않는다. 이는 시장점유율 총변동량이 일

표 7. 전국종합일간 I의 시장점유율 총변동량 변화 추세

분석기간	시장점유율 총변동량: 자산 기준	시장점유율 총변동량: 매출액 기준
김대중 정부 말기: 2001~2003년	.1044	.1364
노무현 정부 시기: 2003~2008년	.3075	.1803
이명박 정부 시기: 2008~2013년	.3026	.0978
박근혜 정부 초기: 2013~2015년	.1120	.0388
전체분석기간: 2001~2015년	.3870	.2193

방적인 방향으로 흐르는 것이 아니라 다소 반전을 통해 상쇄된다는 것을 의미한다.

매출액 기준으로 살펴보면 노무현 정부 시기의 시장점유율 총변동량은 0.1803이고 이명박 정부 시기의 시장점유율 총변동량은 0.0978로 나타나서 큰 차이를 보인다. 즉, 매출액 측면에서 보면 노무현 정부 기간이 이명박 정부 기간에 비해 동태적 경쟁의 정도가 높았다.

정부 시기별로 보면 자산 기준의 시장점유율 총변동량은 큰 변화를 보이지 않는 반면에 매출액 기준의 시장점유율 총변동량은 큰 변화를 보인다. 전체분석기간으로 보면 자산 기준의 시장점유율 총변동량에 비해 매출액 기준의 시장점유율 총변동량은 낮다.

전국종합일간 I을 대상으로 발행부수 기준의 시장점유율 총변동량을 측정해 본 결과 2010~2014년 기간에 0.1000으로 나타나서 발행부수 측면에서도 동태적 경쟁의 정도가 낮은 것으로 나타났다. 매출액과 발행부수 기준의 시장점유율 총변동량은 다른 연구결과와 비교해도 낮은 수준으로 평가된다. 예를 들면, 10년 단위의 분석기간에서 시장점유율 총변동량의 평균값이 0.36으로 나타난 연구결과(Baldwin & Gorecki, 1994)나 5년 단위의 분석기간에서 시장점유율 총변동량의 평균값은 0.23으로 나타난 연구결과(황인학·김정하, 2005)와 비교해 보면 전국종합일간 I의 시장점유율 총변동량은 다른 산업과 비해 낮다.

(2) 상대적 위치 변동성: 상관계수

신문사 규모를 기준으로 분석기간의 시작연도 시장점유율과 종료연도 시장점유율을 연결하는 상관계수의 값이 1에 가까울수록 시장 내 신문사의 상대적 위치는 안정적이다. 시장규모 순위를 연결하는 순위상관계수의 분석결과도 동일한 논리를 따른다. 본고에서는 순위상관계수를 이용한 분석결과는 생략하고 시장점유율의 상관계수에 초점을 맞추고자 한다.

〈표 8〉에서 상관계수는 모두 유의확률이 0.001 이하로 나타났다(단측 검정). 분석기간이 길수록 자산 기준과 매출액 기준의 상관계수 값이 떨어지는 것으로 나타난다. 자산

표 8. 상대적 위치 변동성의 추세: 상관계수 값의 변화

연도(분석기간)	상관계수: 자산기준	상관계수: 매출액 기준
김대중 정부 말기: 2001~2003년	.979	.971
노무현 정부 시기: 2003~2008년	.892	.989
이명박 정부 시기: 2008~2013년	.900	.989
박근혜 정부 초기: 2013~2015년	.981	.998
전체분석기간: 2001~2015년	.837	.926

기준으로 보면 노무현 정부 시기와 이명박 정부 시기에 전국종합일간 I의 상대적 위치 변동성이 서로 유사한 수준을 보이는 반면 매출액 기준으로 보면 정권별 시기에 관계없이 상관계수가 모두 0.97 이상으로 나타나서 상대적 위치 변동성이 매우 낮다.

발행부수 기준의 상관계수는 2010~2014년의 분석기간에서 0.991로 나타났다. 따라서 매출액과 발행부수 기준의 상대적 위치 변동성은 자산 기준과 비교하면 약한 것으로 평가된다. 또한 매출액과 발행부수 기준의 상대적 위치 변동성은 다른 산업과 비교해도 약한 것으로 평가된다. 예를 들면, 5년 단위의 분석기간에서 상대적 위치 변동성의 평균값이 0.969로 나타난 연구결과(황인화·김정하, 2005)와 비교해보면 전국종합일간 I의 상대적 위치 변동성은 다른 산업과 비해 약하다.

3) 상대적 위치 변동성: 회귀계수

종속변수를 분석기간 중 종료연도 신문사의 시장점유율로 설정하고 독립변수를 시작연도 신문사의 시장점유율로 설정한 후에 회귀계수 값을 기준으로 신문사 간 상대적 위치 변동성을 분석했다. 회귀계수가 1보다 크면 큰 기업이 더 성장한 것이고 1보다 작으면 작은 기업이 더 성장한 것이므로 회귀계수가 1보다 작을수록 동태적 경쟁의 정도는 크다.

〈표 9〉에서 회귀계수는 모두 유의확률이 0.001 이하로 나타났다(단측 검정). 자산 기준으로 보면 노무현 정부 기간에는 b값이 1에 가깝고 다른 기간에는 1보다 작은 것으로 나타났다. 이는 노무현 정부 시기를 제외한 다른 기간에는 자산규모가 큰 신문사는 자산 기준 시장점유율이 축소되고 자산규모가 작은 신문사는 자산 기준 시장점유율이 확대되었다는 것을 의미한다. 전체분석기간의 추정모형을 보면 b값이 0.858로 나타나고 있어서 각 신문사의 자산규모가 평균으로 수렴하는 쪽으로 이동했다는 것을 의미한다.

매출액 기준으로 보면 노무현 정부 시기에서는 b값이 0.827로 나타난 반면 다른 시기

표 9. 상대적 위치 변동성의 추세: 회귀계수 값의 변화

분석기간	점유율 추정 모형(자산)		점유율 추정 모형(매출액)	
	b값	$\overline{R^2}$	b값	$\overline{R^2}$
김대중 정부 말기: 2001~2003년	0.952	.955	1.025	.936
노무현 정부 시기: 2003~2008년	1.004	.772	0.827	.975
이명박 정부 시기: 2008~2013년	0.841	.789	1.034	.976
박근혜 정부 초기: 2013~2015년	0.983	.958	1.019	.996
전체분석기간: 2001~2015년	0.858	.667	0.872	.841

에서는 1보다 큰 것으로 나타났다. 이는 노무현 정부 시기 외에는 매출액 점유율 경쟁에 있어서 부익부 빈익빈 현상이 일어났다는 것을 의미한다. 전체분석기간의 추정모형을 보면 b값이 0.872로 나타나고 있다. 이는 2001년에 매출액 기준 시장점유율이 낮은 신문사들이 2015년에는 시장점유율을 확대하였다는 것을 의미하는데, 이러한 현상은 노무현 정부 시기의 영향력이 크게 발휘되었기 때문에 나타난 것이다.

발행부수 기준으로 살펴보면 2010~2014년의 분석기간에서 b값이 1.028로 나타나서 발행부수 측면에서 이명박 정부 후기와 박근혜 정부 초기에 걸쳐서 양극화 현상이 심화되었다. 전국종합일간 I 시장은 자산, 매출액, 발행부수의 측면으로 초점을 변화시키면서 바라보면 동태적 경쟁은 약해지는 패턴을 보이고 있다.

7. 결론

2001~2015년 기간에서 전국종합일간신문의 시장규모 변화 추세는 다음과 같다. 첫째, 매출액 규모는 감소추세를 보인 반면 자산 규모는 U자형의 추세를 보이고 있다. 둘째, 발행부수 및 유료부수 규모는 감소했다(2010~2014년). 셋째, 부채비율은 감소하고 자기자본 비율은 증가하여 신문사 재무구조의 안전성과 건전성이 개선되었다. 종합적으로 보면, 자산보다는 매출액으로, 매출액보다는 부수로 시장규모를 측정할수록 시장규모의 감소 추세가 명확해진다. 즉, 신문사 다각화의 영향을 작게 받는 변수로 시장규모를 측정할수록 시장규모의 동태적 변동성이 줄어들고 일관된 감소 추세를 보인다.

자산 측면에서 시장집중 추세의 특징은 다음과 같다. 첫째, 시장집중도는 이명박 정부에서 가장 높았다. 둘째, 조중동 그룹과 기타 그룹의 그룹 간 불균등도는 이명박 정부에서 가장 높았다. 셋째, 신문사들의 자산이 평균으로 수렴하려는 이동성을 보였다.

매출액 측면에서 시장집중 추세의 특징은 다음과 같다. 첫째, 시장집중도는 노무현 정부에서 가장 낮았다. 둘째, 그룹 간 불균등도는 박근혜 정부 초기에서 가장 높았다. 셋째, 신문사들의 매출액이 평균으로 수렴하려는 이동성을 보였다.

종합적으로 보면, 자산에 비해 매출액으로, 매출액에 비해 부수로 측정기준을 설정할 경우에 전국종합일간 신문시장의 동태적 경쟁의 정도는 더 약하게 나타났다. 즉, 다각화의 영향을 작게 받는 변수로 시장집중도를 측정할수록 전국종합일간지 시장의 동태적 경쟁의 정도는 약화되는 것으로 나타났다.

본고는 다양한 정태적 집중지표의 활용가능성을 탐색해 본 결과 미디어 산업의 구조

분석에서 타일지수의 유용성을 가늠해 볼 수 있었다. 특히 타일지수가 지닌 분해성의 특성을 살려서 국내 전국종합일간지 시장 내에 존재하는 불평등구조 또는 시장집중의 숨겨진 내부구조를 살펴볼 수 있었다. 즉, 전국종합일간지 시장을 조중동 그룹과 기타 그룹으로 구분할 경우 그룹 내 불평등에 비해 그룹 간 불평등이 더욱 심각한 것으로 나타났다. 또한 다각화의 영향을 작게 받는 변수로 타일지수를 측정할수록 그룹 간 불평등은 더욱 심화되는 것으로 나타났다. 시계열 차원에서도 그룹 간 불평등은 심화되는 추세를 보이고 있다.

지니계수는 가장 자주 사용되는 불평등 지수이지만 완전한 분해성을 지니고 있지 않다. 반면에 타일지수는 지니계수에 비해 인지도가 낮은 불평등 지수이지만 완전한 분해성을 지닌다. 지니계수는 시장집중도의 측정에 자주 사용되는 반면 타일지수는 시장집중도 연구에서 사용된 경우를 찾기 어렵다. 이는 아마도 타일지수가 지니계수보다 늦게 만들어진 측면과 시장집중도의 연구에서 분해성의 유용성을 인지하지 못한 측면에 기인한다고 본다. 지니계수와는 달리 타일지수는 완벽한 분해성을 통해 특정 미디어 산업이 몇 개의 하위그룹으로 이루어진 경우에 각각의 하위 그룹이 해당 미디어 산업의 불평등 또는 시장집중도에 기여하는 정도를 구분하여 측정할 수 있다. 이러한 분해성은 미디어 산업을 비롯한 여러 산업의 구조분석에서 유용하게 사용될 수 있을 것으로 보인다.

실증분석을 통해 특정 미디어 시장의 전반적인 집중도를 파악하는 것만으로는 미디어 규제 실효성을 담보하기 어렵다. 왜냐하면 미디어 산업에 대한 규제 또는 정책은 미디어산업을 구성하고 있는 여러 그룹에 대해 차별화된 효과를 초래할 수 있기 때문이다. 따라서 시장집중도를 특정 미디어산업을 구성하고 있는 여러 그룹에 따라 분해하여 그룹별 특성을 파악한다면 미디어 소유규제 또는 집중규제가 초래할 수 있는 역기능을 방지하고 순기능을 살리는 데에 있어서 유용한 단서를 제공할 수 있다.

시장점유율의 총변동량을 유효경쟁의 정도를 반영하는 지표로 파악하여, 정권별 비교분석을 하자면 이명박 정부에 비해 노무현 정부에서 전국종합일간지 시장의 유효경쟁이 높았다. 산업별 비교분석을 하자면 다른 산업에 비해 전국종합일간지 시장의 유효경쟁이 낮은 편이다. 이와 같이 이동지표는 유효경쟁의 정도를 측정하는 도구로 유용하게 활용될 수 있다.

이동지표는 과정으로서의 경쟁을 측정하는 분석도구이다. 어떤 산업에서 정태적 시장집중도가 과도하지 않더라도 그 산업에서 시장점유율 총변동량과 상대적 위치변동성이 감소하고 있다면 과정으로서의 경쟁은 감소하고 있는 것이다. 따라서 경쟁의 정도를 보다 입체적으로 파악하려면 정태적 집중지표와 이동지표를 함께 사용해야 한다. 두 종류의 지표를 보완적으로 사용하게 되면 정태적 시장집중이 초래하는 위험성이 가중될 것인지 판

단하기가 용이해진다.

일반 산업에서 시장집중도의 증가는 시장지배력 남용의 개연성을 높이지만, 신문산업에서 시장집중도의 증가는 시장지배력 남용뿐만 아니라 여론지배력 남용의 개연성을 높게 된다. 이러한 폐해를 방지하기 위해서 신문시장의 과도한 집중을 규제하는 것은 필수적이다. 그러나 규제의 실효성을 높이기 위해서는 기존에 사용된 정태적 집중지표의 제한적 활용에서 벗어나 시장규모의 변화 추세, 정태적 집중지표의 폭넓은 활용, 동태적 이동지표의 보완적 활용 등을 통해 시장구조를 진단하는 것이 필요하다.

전체 분석기간을 동일한 간격으로 구분하는 것이 지표 값의 변화를 동일한 시간적 기준으로 비교하게 된다는 측면에서 바람직하다. 그러나 본고는 정권기간에 따른 분석기간의 설정으로 인해 분석기간의 간격이 동일하지 않게 되었다. 이는 분석결과의 해석에 있어서 주의를 요한다.

소수의 대규모기업집단 또는 재벌의 경제력집중과 연계하여 여러 세분화된 미디어산업의 시장집중도를 분석하게 되면 보다 입체적으로 대규모기업집단 또는 재벌의 미디어산업 내에서의 위치와 시장지배력을 파악하게 된다. 국가경제에서의 경제력집중과 미디어시장에서의 시장지배력의 연관성을 분석하는 작업도 중요한 추후 연구과제로 판단된다.

신문을 포함하여 여러 미디어에 대한 시장집중의 접근방법과 측정이 다양해지면 관련 연구도 보다 활성화될 것이다. 관련 연구로는 시장집중도의 결정요인에 대한 연구를 들 수 있다. 결정요인을 수요 요인, 공급 요인, 제도적 요인, 기업의 내부 요인으로 구분 한 후에 미디어 산업별로 각 요인에 해당하는 변수들과 통제변수들을 선정하면 시장집중에 이르는 다양한 경로를 파악할 수 있을 것이다.

또 다른 관련연구로는 시장집중과 다른 변수와의 연관성 또는 시장집중의 효과를 다루는 연구를 들 수 있다. 본고는 시장집중과 언론자유의 연관성을 탐색적 차원에서 살펴본 결과 추후 연구에서 활용될 수 있는 단서를 찾아냈다. 언론자유지수는 두 가지 종류가 존재한다. 국경 없는 기자회의 언론자유지수(Press Freedom Index)는 연도별 자료를 이용한 상관관계분석에 적절하지 않지만⁷⁾ 프리덤하우스의 언론자유(Freedom of the Press)는

7) 국경 없는 기자회는 매년 각국의 언론인과 네티즌이 향유하는 자유의 정도를 측정하여 언론 자유의 정도를 평가한다. 설문 내용은 미디어 규제와 관련한 법률적 측면, 미디어의 독립성, 정보의 자유로운 유통, 언론인과 네티즌에 대한 폭력 등을 포함한다. 여기서 언론자유지수가 낮을수록 언론의 자유가 높다는 것을 의미한다. 한국의 경우 2006년에 7.75점(31위)을 기록했고 2015년에 28.58점(70위)을 기록했다(Reporters Without Borders, 2016). 언론자유지수는 국가별 순위 비교는 가능하지만 일부 연도에 100점을 넘거나 음수가 있어서 상관관계분석은 적용하기 곤란하다.

적절하다.⁸⁾ 언론자유를 구성하는 세 가지 요인들 중에서 ‘경제적 환경’과 시장집중의 상관관계가 통계적으로 유의한 것으로 밝혀졌다. 즉, 시장집중이 높을수록 언론자유를 구성하는 경제적 환경은 열악해지는 것으로 나타났다.⁹⁾

8) 비정부기구인 프리덤하우스는 매년 각국에서 언론이 향유하는 편집의 독립성과 자유의 정도를 측정하여 발표하고 있다. 설문 항목들은 세 개의 유형으로 구분되는데, 법적 환경, 보도에 미치는 정치적 영향력을 다루는 정치적 환경, 뉴스와 정보의 접근에 영향을 미치는 경제적 환경의 세 가지 요소로 구성되어 있는데, 점수가 낮을수록 언론의 자유가 높은 것을 의미한다. 한국은 2001~2009년에 언론자유에 속하는 29~30점을 기록하고, 2009년부터는 부분적 언론 자유에 속하는 31~33점을 기록했다(Freedom House, 2016).

9) 15개 연도의 자료를 이용하여 HHI, 타일지수, 언론자유지수(총점), 법적 환경, 정치적 환경, 경제적 환경의 상관관계를 분석한 결과, HHI(매출액 기준)와 경제적 환경의 상관계수는 0.466 ($p = 0.046$), 타일지수(매출액 기준)와 경제적 환경의 상관계수는 0.643($p = .007$)로 나타났다. 타일지수가 HHI에 비해 언론자유를 구성하는 경제적 환경과 더욱 밀접한 관련성을 보였다.

참고 문헌

- 김관규·김충식 (2011). 디지털 미디어 융합환경에서의 뉴스통신사 구조 변화: 한국의 연합뉴스와 일본의 교도통신 비교연구. <사회과학연구>, 18권 2호, 5-35.
- 김남석 (1995). 해방 후 한국신문산업의 역사적 변화: 산업조건과 시장구조의 분석을 중심으로. <한국사회와 언론>, 6호, 109-140.
- 김남석 (2001). 80년대 후반 신문산업의 구조변화에 영향을 미친 사회경제적 요인들의 구조변수화를 위한 연구. <한국언론학보>, 45권 2호, 5-61.
- 김승수 (1996). 한국 신문산업의 집중과 정책적 대안에 대한 연구. <한국언론학보>, 39호, 180-224.
- 김승수 (2002). 신문소유에 대한 비판적 연구. <한국언론학보>, 46권 2호, 122-149.
- 김영수 (2004). 자율규제와 규제권한 확대간의 갈등 및 해결방안에 관한 연구: 신문고시제도 사례를 중심으로. <지방정부연구>, 8권 4호, 355-379.
- 김재홍·신힘철·김지훈 (2008). 신문시장 경품제공의 경쟁제한성 분석. <규제연구>, 17권 1호, 3-38.
- 김진두 (2008). 신자유주의 언론정책과 신문 산업 전망. <한국출판학연구>, 34권 1호, 129-150.
- 김한식 (2014. 10. 20). 강기정 "공정위 포상금지급 10건중 9건은 신문고시위반". <뉴스 1>. URL: <http://news1.kr/articles/?1911946>
- 김현중 (2006). 신문시장 규제에 대한 경제학적 분석. <규제연구>, 15권 1호, 27-54.
- 미래창조과학부·방송통신위원회 (2015). <2015년 방송산업 실태조사 보고서>. 과천: 미래창조과학부·방송통신위원회.
- 민주언론시민연합 (2010. 10. 4). 공정위, 이명박 정부 들어 불법경품 단속에 손 놓아. URL: <http://blog.daum.net/ccdm1984/17045384>
- 배재정 (2013. 10. 21). 언론진흥기금 지원액 조중동 74억, 53개 지역신문 45억. 국감보도자료.
- 이상기 (2011). 신문산업의 경제적 파급효과 분석: 산업연관표 분석을 중심으로. <언론학연구>, 15권 1호, 165-200.
- 이인욱 (2013). 한국 언론·방송 시장의 과점화 현상에 대한 연구. <한국거버넌스학회보>, 20권 2호, 73-95.
- 임영호 (1993). 신문산업의 독과점화와 언론법의 경제학. <언론과 사회>, 창간호, 138-162.
- 장호순 (2009). <신문시장 구조 개편을 통한 신문산업 활성화 방안: 지역거점 전국지 모델과 전국지/지역지의 계열화를 통한 신문시장 구조개선 방안>. 한국언론학회 세미나 발표논문.
- 정연구 (2001). 불공정 거래로 인한 여론의 다양성 파괴 막는 조치. <저널리즘 비평>, 32권, 32-39.
- 최정표 (2004). 재벌에 의한 경제력집중의 정태 및 동태적 분석. <산업조직연구>, 12집 4호, 63-88.
- 한국언론진흥재단 (2010). <2010 신문산업실태조사>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 한국언론진흥재단 (2014a). <2014 신문산업 실태조사>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 한국언론진흥재단 (2014b). <2014 & 2015 전국언론인명록>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 한국언론진흥재단 (2015a). <2015 신문산업실태조사>. 서울: 한국언론진흥재단.

- 한국언론진흥재단 (2015b). <2015 언론수용자 의식조사>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 헌법재판소 선고 2005헌마165·314·555·807, 2006헌가3 (2006. 6. 29).
- 황인학·김정하 (2005). 시장지배력 척도로서 집중도와 이동지표의 상호보완성. <산업조직연구>, 13집 4호, 105-129.
- Baldwin, J. R., & Gorecki, P. K. (1994). Concentration and mobility statistics in Canada's manufacturing sector. *Journal of Industrial Economics*, 41(1), 93-103.
- Barthwal, R. R. (2000). *Industrial economics: An introductory textbook*. New Delhi: New Age International.
- Bellu, L. G., & Liberati, P. (2006a). Describing income inequality: Theil index and Entropy class indexes. Retrieved from http://www.fao.org/docs/up/easypol/445/theil_index_051en.pdf
- Bellu, L. G., & Liberati, P. (2006b). Policy impacts on inequality: Decomposition of income inequality by subgroups. Retrieved from http://www.fao.org/docs/up/easypol/444/dcmpsng-inqulty_sbgrp_052en.pdf
- Bikker, J. A., & Haff, K. (2002). Measures of competition and concentration in the banking industry: A review of the literature. *Economic & Financial Modelling*, 9, 53-98.
- Collins, N. R., & Preston, L. E. (1961). The size structure of the largest industrial firms, 1909-1958. *American Economic Review*, 51, 986-1011.
- Curry, B., & George, K. D. (1983). Industrial concentration: A survey. *Journal of Industrial Economics*, 31(3), 203-225.
- Freedom House(2016). About freedom of the press. Retrieved from <https://freedomhouse.org/report-types/freedom-press>
- Hall, M., & Tideman, N. (1967). Measures of concentration. *Journal of the American Statistical Association*, 62, 162-168.
- Horowitz, A., & Horowitz, I. (1968). Entropy, Markov processes and competition in the brewing industry. *Journal of Industrial Economics*, 16(3), 196-211.
- Mermelstein, D. (1969). Large industrial corporations and asset shares. *American Economic Review*, 59, 531-541.
- Reporters Without Borders (2016). Reporters without borders for freedom of information. Retrieved from https://rsf.org/en/ranking_table
- Shannon, C. E. (1948). A mathematical theory of communication. *Bell System Technical Journal*, 27, 379-423, 623-656.
- Stonebraker, R. J. (1979). Turnover and mobility among the 100 largest firms: An update. *American Economic Review*, 69(5), 968-973.
- Theil, H. (1967). *Economics and information theory*. Amsterdam: North Holland.
- Xu, J. (2005). *Market research handbook: Measurement, approach and practice*. Lincoln, NE: iUniverse Books.

A Trend Analysis of Market Structure in the Korean Daily Newspaper Industry

Jeongho Oh

Professor, Department of Communication Arts, Sejong University

This study investigates changes of market structure from 2001 to 2015 in the Korean daily newspaper industry using concentration and mobility measures. The main empirical results are as follows. First, the industry's total asset shows a U-shaped trend, despite the downward trend of the industry's total sales revenue. Second, the market concentration, measured in terms of assets, shows the trend of an inverted-U shape. The relatively small firms, measured in terms of assets, have on average gained in market share while the relatively large firm have lost. Third, market concentration, measured in terms of sales revenues, shows a U-shaped trend. the relatively small firms, measured in terms of sales revenues, have on average gained in market share while the relatively large firm have lost. My central argument has been that it is desirable to supplement traditional concentration measures with mobility statistics and trend analyses in investigating and regulating market structure.

KEYWORDS Market Structure, Theil Index, Overall Market Change, Changes in Rank and Size-Order, National Daily Newspaper