

# 대중음악 소비자들의 이용패턴 변화에 대한 연구

오한승  
 동아방송예술대학 영상음악계열  
 ohs@dima.ac.kr

## The Study on the Trend of Pop-Music Consumers' Behavior

Hanseng Oh  
 Dept of Applied Music, Dong-A Institute of Media and Arts

### 요 약

대중음악산업에서 이용매체의 변화는 음악 소비자들의 이용패턴의 변화로 나타나며, 여기에 TV 등 매크컴의 복합적인 영향이 음악 소비자들의 선호도에 추가적인 영향을 미친다. 본 논문에서는 소유에서 소비로 이미 빠르게 진화하고 있는 국내 음악 소비자들의 이용패턴을 살펴보고 앞으로의 추세를 살펴 보고자 하였다.

### 1. 서론

최근 한국가요가 미국 빌보드 차트에서 높은 순위에 랭크되고, 동아시아와 일본, 유럽 등에서 신드롬을 일으키는 등 전 세계적으로 각광을 받고 있다. 아시아를 넘어 전 세계로 한류 네트워크를 형성하고 있는데, K-Pop이 새로운 한류의 기폭제가 되면서 음악 산업 부문 수출액도 큰 폭으로 증가하고 있으며 한류관광객도 급증하는 등 음악 한류의 파급효과는 매우 크다고 볼 수 있다. 이러한 상황 속에서 음악 소비자들의 이용 패턴을 파악하고 향후 음악 산업의 전망을 예측해 보는 것이 필요하다고 판단되며, 본 논문에서는 현재까지의 음악 소비자들의 이용패턴을 살펴보고 앞으로의 변화 추이를 가늠해 보고자 한다. 본 연구를 위해 통계자료는 한국콘텐츠진흥원이 매년 조사, 발표하는 '음악산업백서'를 토대로 하였으며, 2006년부터 2011년까지의 자료를 중심으로 살펴보았다(2009년은 조사 내용 없음).

### 2. 대중음악 소비자들의 이용 실태

#### 2.1 음악 소비자 실태조사 표본설계

- ① 목표 모집단(Target Population)  
 : 만 10세~59세 전 국민

#### ② 조사 모집단(Survey Population)

: 목표 모집단 중 음악콘텐츠 구입 및 이용경험자

- ③ 표본 추출 : 서울/경기, 강원, 대전, 광주, 대구, 부산 등 7개 지역별 및 남, 여 등 2개 성별, 만 10대~50대까지 5개 연령으로 총 1,000~1,500명 조사

### 2.2 대중음악 이용 실태

#### 2.2.1 주요 음악감상 장르

[표 1] 주요 음악감상 장르 (단위 %)

구분	국내 대중가요	미국(유럽) 팝음악	일본 팝음악	기타
2006년 (N=1,300명)	85.5	8.0		6.5
2007년 (N=1,000명)	84.7	6.1	1.5	7.7
2008년 (N=1,500명)	84.6	8.0	0.4	7.0
2010년 (N=1,200명)	81.7	9.3	1.1	8.9
2011년 (N=1,226명)	95.5	3.4	0.4	0.7

위의 [표 1]을 살펴보면 국내 대중가요를 감상한다는 비율이 2010년까지는 미세하게 감소하다가 2011년부터는 95.5%로 13.8%가 급증하였다. 또한 이 영향으로 미국과 일본을 포함한 외국음악 및 기타장르(클래식, Jazz, 월드뮤직 등)가 급격히 감소한 추세를 보이고 있다. 이미 외국음악보다 국내 대중가요를 선호하는 음악 소비자들이 많은 한국의 배타적인 음악 선호도 성향이 더 심화 되었다는 점이 주목할 점이라고 볼 수 있다.

### 2.2.2 국내 대중가요 부문 주 감상 장르

[표 2] 국내 대중가요 주 감상 장르 (단위 %)

구분	발라드	댄스	트로트	랩/힙합	R&B	락/메탈	기타
2006년 (N=1,300명)	53.3	16.2	17.1	7.0	3.2	1.9	1.3
2007년 (N=1,000명)	51.3	18.0	19.7	6.1	2.9	1.9	0.1
2008년 (N=1,500명)	50.7	23.9	13.9	6.0	3.4	1.7	0.4
2010년 (N=1,200명)	52.8	26.8	5.8	8.3	4.5	1.7	0.1
2011년 (N=1,226명)	44.1	30.8	8.1	5.4	3.1	3.6	4.9

위의 [표 2]를 살펴보면 기타장르가 4.9%로 증가한 부분에 있어서는 통계적으로 처음으로 2011년부터 OST, 일렉트로닉/일렉트로니카 장르, 재즈, 인디 등으로 세분화하여 통계를냄으로써 그동안 통계수치에 잡히지 않았던 장르들이 포함되었다는 점이다. 그동안 통계로 계속 조사해온 기존 장르에 있어서 주목할 부분은 트로트 장르가 2010년에 5.8%로 떨어진 이후 2011년에도 계속 낮은 수치로 유지되고 있는 부분과, 댄스음악 장르가 지속적인 선호도 상승으로 2011년에 30%대를 넘어섰다는 점이다. 이에 따라 국내 가요의 최고 선호도를 유지해온 발라드 장르가 처음으로 40%대로 떨어졌다는 점이 주목할 만한 점이라고 볼 수 있다.

### 2.2.3 음악 감상시 주 이용 매체

[표 3] 음악 감상시 주 이용 매체 (복수응답, 단위 %)

구분	TV	MP3 플레이어	컴퓨터/노트북/태블릿 PC	일반 휴대폰	스마트폰	CD/DVD	카세트 테이프	기타
2006년 (N=1,300명)	26.4	23.6	15.8	5.3	-	12.2	-	0.9
2007년 (N=1,000명)	26.4	28.3	13.6	3.5	-	11.9	-	0.4
2008년 (N=1,500명)	25.3	31.2	16.4	3.5	-	6.8	2.3	1.1
2010년 (N=1,200명)	41.3	57.8	46.4	18.2	-	15.3	4.3	2.5
2011년 (N=1,226명)	59.7	36.2	34.4	6.0	28.2	16.7	2.5	1.0

위의 [표 3]를 살펴보면 대중들이 음악 감상 시 사용하는 주 매체에 대해 매우 흥미로운 점을 볼 수 있다. 복수응답이라는 점을 감안하더라도 2011년에 TV의 비중이 59.7%까지 상승한 것은 다소 의외의 결과라고도 볼 수 있는데, 디지털 TV의 보급으로 인해 대중들이 기존의 라디오와 함께 디지털 TV의 장르별 음악채널을 많이 사용하게 되었기 때문이라고 볼 수 있다. 한편 기존의 음악매체인 MP3 플레이어가 20%이상 급감하고 그 대신 스마트폰이 28.2%로 새로운 음악 감상 매체로 급부상한 점이 눈에 띄는 점이다. 스마트폰 사용자들은 기존 일반 휴대폰 및 PC/노트북 사용자들의 선호도 감소분을 그대로 떠안으며 4G 이동통신망의 보급과 더불어 앞으로 더 많은 상승을 할 것으로 예측된다. 아직도 16%대의 선호도를 보이는 CD매체는 소장가치가 있는 음악을 구매하여 소유하고자 하는 욕구가 아직도 꽤 남아있음을 보여주는 중요한 의미를 지니고 있다.

### 2.3 디지털 음원 이용실태

#### 2.3.1 온라인 음악파일 다운로드

[표 4] 온라인 음악파일 다운로드 경험 (단위 %)

구분	있다	없다
2006년 (N=1,300명)	51.7	48.3
2007년 (N=1,000명)	56.4	43.6
2008년 (N=1,500명)	60.7	39.3
2010년 (N=1,200명)	71.9	28.1
2011년 (N=1,226명)	50.1	49.9

위의 [표 4]을 살펴보면 2006년 이래 계속 상승해

오던 디지털 음원 다운로드 경험이 2011년에 20%이상 급감하였는데, 이는 다음의 조사결과와 연관이 있는 것으로 보인다.

[표 5] 온라인 음악유료사이트 이용방식 (복수응답, 단위 %)

구분	DRM-Free 다운로드	스트리밍	DRM 다운로드
2008년 (N=666명)	79.5	10.7	23.1
2010년 (N=634명)	86.2	17.4	16.4
2011년 (N=460명)	59.8	70.2	22.5

DRM(Digital Rights Management)는 ‘디지털 콘텐츠의 저작권을 보호하기 위한 기술 및 서비스’로서 디지털 음원을 사용하는 기기와 기간을 제한하여 콘텐츠가 불법적으로 유통되는 것을 방지하는 기술이다. 따라서 DRM-free인 디지털 음원을 다운로드한다는 것은 그 곡을 완전히 자신이 소유한다는 의미가 있는 것이다.

위의 [표 5]을 살펴보면 2008년부터 2010년까지 상승해 오던 DRM-free 다운로드 비율이 2011년에 들어와 59.8%로 감소한 반면 스트리밍 서비스를 이용하는 사용자의 비율은 17.4%에서 70.2%로 극적인 상승세를 나타냈다. 이는 스마트폰의 보급이 늘어나면서 음악을 다운로드 받아 자신들의 기기에 저장하기 보다는 멜론, 벅스, 도시락 등 음악전문사이트에 상시 접속하여 듣고 싶은 음악을 아무 때나 들을 수 있는 ‘클라우드 컴퓨팅(Cloud Computing)’의 개념이 음악 소비자들에게 확산되고 있는 것이라고 추측할 수 있다. 여기에 음악전문 사이트들의 저렴한 ‘무제한 스트리밍’ 상품(멜론의 경우 월 3000원)이 확산되면서 음원제작자 및 저작권자들이 이에 대해 분배 효율을 높여 줄 것을 주장하기 시작하여 이에 따른 갈등이 예상되고 있다.

### 3. 결론

위의 통계들을 살펴보았을 때 주목할 만한 점은 2006년부터 2010년까지의 변화보다 유독 2011년의 통계 수치에서 크게 변화된 양상을 보여주는 수치가 많았는데 그 이유를 고찰해 보면 다음과 같다.

첫째로 K-Pop이 일본 및 범 아시아권을 벗어나 선진국인 프랑스, 영국 중심의 유럽과, 미국과 남미, 호주 등 전 세계로 확산되고, 이를 앞 다퉈 마스크

에서 보도함으로 인해 많은 한국 대중들이 자부심을 느끼게 되고 한국음악 선호도가 더 가속화되었으리라는 것이다.

다음으로는 국내 대중가요의 질적 향상이다. 대표적인 대형기획사인 SM기획은 10년 전부터 미국 및 유럽 작곡가들과의 네트워크를 활성화하여 한국 댄스음악의 세계화에 먼저 앞장서 왔으며 영어가사 및 제목이 적절히 조화를 이룬 한글 가사로 전 세계인들이 거부감 없이 한국 대중가요를 즐길 수 있도록 하였다. 이를 뒤따른 다른 중소 엔터테인먼트 회사들도 외국 작곡가들에게 곡을 받아 발표하는 경향이 생기면서 우리나라 작곡가들에게도 무한경쟁의 자극제 역할을 하면서 국내 작곡가들의 질적 향상을 가져오게 되었다.

셋째로는 케이블TV에서 시작된 오디션 프로그램이 공중파 TV의 ‘나는 가수다’, ‘불후의 명곡’과 같은 기성가수의 서바이벌 프로그램 및 신인 오디션 서바이벌로 확대 편성됨으로써 국내 실력과 가수들의 재조명 및 새로운 편곡을 통한 오래된 명곡들의 재발견이 이루어짐으로써 국내 가요에 대한 젊은 세대들의 관심 및 선호도가 가속화 된 것이 2011년에 통계수치의 주목할 만한 변화요인이라고 볼 수 있다.

또한 DRM-free 다운로드보다 스트리밍 서비스가 급증하는 디지털 음악소비자들의 이용실태와 음악 저작권에 있어서 너무나 낮게 책정되어 있는 스트리밍 분배 효율에 대한 논란이 다시 쟁점화되고 있는 상황을 주시할 필요가 있다. 디지털 환경에서의 음악 이용매체의 급격한 변화에 쫓아가지 못하고 있는 저작권 배분 및 법 개정에 대한 대책이 시급하다.

### 참고문헌

- [1] 한국콘텐츠진흥원, “2007 음악산업백서”, 한국콘텐츠진흥원, pp. 244-295, 2월, 2008.
- [2] 한국콘텐츠진흥원, “2008 음악산업백서”, 한국콘텐츠진흥원, pp. 224-275, 3월, 2009.
- [3] 한국콘텐츠진흥원, “2009 음악산업백서”, 한국콘텐츠진흥원, pp. 230-362, 1월, 2010.
- [4] 한국콘텐츠진흥원, “2010 음악산업백서”, 한국콘텐츠진흥원, pp. 254-330, 2월, 2011.
- [5] 한국콘텐츠진흥원, “2011 음악산업백서”, 한국콘텐츠진흥원, pp. 254-326, 2월, 2012.