

디지털 음악 시장을 통해 본 한국 대중가요 선호경향에 관한 연구

정지윤¹ · 김명준^{1*}¹이화여자대학교 융합콘텐츠학과

A Study on the Trend of Korean Pop Music Preference Through Digital Music Market

Ji-Yun Chung¹ · Myoung-Jun Kim^{1*}¹Department of Content Convergence, Ewha Womans University, Seoul 03760, Korea

[요 약]

최근 국내 대중가요 시장은 디지털 음원을 중심으로 규모가 증가하고 있다. 2012년~2016년도의 연간 음원차트 100위권의 곡을 디지털 음원과 악보를 통해 분석한 결과 연평균 BPM은 5년간 총 11.26 하락하였다. 매년 음악 스타일은 다양화 되었고, 특히 힙합의 비중이 2012년 8.5%에서 2015년 17.8%까지 2배가량 높아졌다. 댄스음악과 발라드의 선호비율은 높았으나, 둘의 관계는 반비례 형태이다. 가수 구성은 여성솔로와 남성그룹의 비율이 반비례하였다. 특히 곡의 빠르기와 장단조의 관계는 느린 템포 곡은 장조의 비율이 81.42%였고, 빠른 템포 곡은 단조가 53.85%를 차지하였다. TV드라마 OST의 경우 가수 구성에서 솔로 가수의 곡을 선호하였으며, 음악스타일은 팝이 80%를 차지하였으며, 발라드가 20%를 차지하였다.

[Abstract]

Recently the domestic popular song market has been growing mainly in digital sound sources. As a result of analyzing the top 100 music charts from 2012 to 2016 through digital sound sources and musical scores, the average annual BPM has fallen by 11.26 over five years. Every year, The style of music has diversified every year, and the proportion of Hip-hop has doubled from 8.5% in 2012 to 17.8% in 2015. Dance music and ballads have a high preference rate, but the relationship is inversely proportional. Singer composition was inversely proportional to the ratio of female solo to male group. Especially, the relationship between BPM and the Major/Minor key is that 81.42% for slow tempo songs is Major key and 53.85% for fast tempo songs is minor key. In the case of TV drama OST, the solo singer's music was preferred, the music style was 80% pop and 20% ballad.

색인어 : 대중음악, 음원차트, 디지털 음원, 스트리밍 서비스, 디지털 음악

Key word : Popular Music, Music Chart, Digital Sound Resource, Streaming Service, Digital Music

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2017.18.6.1025>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 26 September 2017; Revised 13 October 2017

Accepted 25 October 2017

*Corresponding Author; Myoung-Jun Kim

Tel: +82-02-3277-3347

E-mail: mjkim@ewha.ac.kr

I. 서론

최근 국내 대중음악은 K-Pop을 통해서 해외에서도 인기가 많아짐에 따라 국내 음악산업의 규모는 점점 더 커지고 있다. 이러한 가운데 국내 대중가요의 주요 소비는 오프라인 음반시장에서 디지털 음원시장으로 이동하였다. 또한 음악을 소비하는 주된 방법은 다운로드에서 스트리밍 서비스로 이동함에 따라 사용자들은 음악을 소유하기 보다는 접속하는 시대로 접어들었다[1]. 2016년 음악산업백서 실태조사에 따르면 음악을 청취하는 전체 사용자 중 71.1%는 음악전문사이트를 통해 음악을 청취하며, 현재 스트리밍 서비스만 이용하거나 스트리밍과 다운로드 모두 이용하는 사용자는 66.6%로 나타났다[2].

기존의 논문에서 대중음악을 공학적인 면으로 측정하고 분석했다면, 본 논문에서는 음악적인 관점에서 장/단조의 분석과 디지털로 측정된 BPM(Beat Per Minute)의 의미관계를 발견함으로써 기존 연구와 다른 결과를 제시하기 때문에 학술적으로 큰 의미를 둘 수 있다.

본 논문은 국내 음악 이용자들이 선호하는 대중가요의 이용 방법과 디지털 음악시장의 변화 요인을 조사하였으며, 현재 이용자들이 디지털 음악시장에서 선호하는 2012년부터 2016년도에 음악차트 대중가요의 음악적 선호경향을 분석하여, 국내 이용자들의 대중음악의 음악적 스타일 및 패턴을 알아보고자 한다.

II. 디지털 음악시장의 동향

국내 디지털 음악시장은 2004년에 음반시장의 규모를 추월하였으며, 2015년에는 디지털 음악시장의 규모가 음반시장에 비해 38배에 도달한 것으로 나타났다[3]. IFPI에 따르면 세계에서 스마트폰을 이용해 음악을 청취하는 비율이 55%이고, 이 중 스트리밍 서비스를 이용하여 음악을 청취하는 비율이 50%로 나타났다[4]. 국내 음악 산업의 2015년도 매출액은 2014년도에 비해 8.0% 증가하며, 약 4조 9751억 9천 6백만 원에 이른다[2]. 이러한 동향을 통해 국내 음악 산업은 디지털 음악시장의 성장이 기대되며, 이중 모바일 음악시장으로 커질 가능성이 크다.

2-1. 스마트폰을 통한 음악 감상

2016년 음악산업백서에 따르면 설문 참여자 전체 사용자 중 71.3%의 응답자가 음악 감상 시 스마트폰을 통해 음악을 감상한다고 하였다[2]. 이는 음악 감상의 개인화가 이루어졌기 때문에 개인별로 다양한 음악을 들을 수 있으며, 다운로드 시간이 줄었기 때문에 더욱 다양한 음악을 들을 수 있는 기회가 증가하였고, 음악 전문 사이트에서는 실시간 청취 데이터를 통해 개인에 맞는 음악추천시스템 서비스가 가능한 환경이 제공되었다고 볼 수 있다.

2-2. 초고속 인터넷으로 모바일 환경 변화

미래창조과학부에 따르면 4G LTE 서비스의 보편화 등의 인터넷 환경변화는 초고속 음원 다운로드 및 음원 스트리밍이 가능한 환경을 만들었다. 지난 2013년 12월 4G가 2,849만명, 3G가 1,849만 명이었으나, 2016년 12월에는 4G가 4,631만명 3G가 1,144만 명으로 4G가입자가 크게 늘고, 3G 가입자는 줄어들었다. 또한 4G 스마트폰 가입자 트래픽이 2,256MB에서 5,885MB로 늘어났다[5]. 김진호는 초고속 인터넷으로의 모바일 환경변화는 스트리밍 음원 및 동영상과 SNS 서비스의 비증확대에 기여했다고 주장했다[6].

2-3. 이동통신 요금상품과 음원서비스의 결합

국내 음원 스트리밍 서비스의 확산에는 통신사와 음악전문사이트의 제휴가 있다[7]. SK텔레콤은 멜론의 스트리밍 서비스를 사용 시, 데이터를 무료로 제공하는 ‘데이터 프리 결합상품’을 출시했다. KT와 LG유플러스는 지니와 제휴하여 유료 음원 스트리밍 제휴 상품을 판매중이다. 이동통신 요금제에 음원 스트리밍 서비스를 포함시켜 유료 서비스를 이용할 수 있는 플랫폼은 국내 소비자의 스트리밍 서비스 확산에 중요한 요인으로 작용하였다[8]. 벅스는 NHN 엔터테인먼트의 페이코와 제휴하여 멤버십 서비스를 진행하고 있다.[9] 이러한 현상은 이동통신 요금상품 혹은 결제시스템의 간소화를 통해 음원서비스를 쉽게 접근하고 소비할 수 있도록 촉진하는 요소가 되었다.

2-4. 관련 연구

박선민에 따르면 2000년대 대중가요의 소비양상은 소유에서 공유형태로 변화하고, SNS를 통한 관계지향적 문화와 재미를 중요시 하며, 디지털 음악시장은 디지털 싱글앨범과 1분 미리듣기 서비스의 영향으로 음악형식의 전위가 일어나고 있다[10]. 이로 인해 박병규는 대중가요의 변화로 연주시작부터 후렴구까지의 평균 도달시간이 짧아졌다고 주장하였다[11]. 이러한 원인으로는 2000년대 K-pop의 인기가 시작되면서 아이돌가수의 음악이 양적으로 성장함에 따라 새로운 음악적 다양성이 나타났다[12]. 또한 새로운 온라인 플랫폼으로의 유통으로 유튜브, 페이스북 등의 SNS와 음악을 생산하고 공유하며, 유기적인 관계를 갖게 되었으며 음악의 다양성과 빠른 변화가 일어났다[13]. 이로 인해 디지털 음원 소비로 인한 빠른 변화는 인해 대중가요의 음악적인 분석을 통한 접근이 필요하다.

III. 대중가요 선호경향 분석

3-1. 조사대상 및 연구방법

국내 대중가요 조사 대상은 국내 6개 주요 음악서비스 사업자와 이동통신사의 온라인 매출 데이터를 집계한 가온차트의 데이터를 분석하였다. 조사 범위는 최근 2012년도부터 2016년도까지의 디지털차트 연간 100위권 내의 총 460곡을 선정하였

다. 각 곡의 발매연도, 발매 월, 가수 구성 및 음악스타일을 빅스 뮤직의 음원을 검색하여 수집하였다. 또한 장/단조 분석과 BPM 데이터는 음원 청취와 더불어 악보바다 사이트를 통해 곡마다 악보의 조성 및 BPM을 분석하였다.

3-2. 대중가요의 연도별 통계

1) 연도별 곡의 빠르기 구성

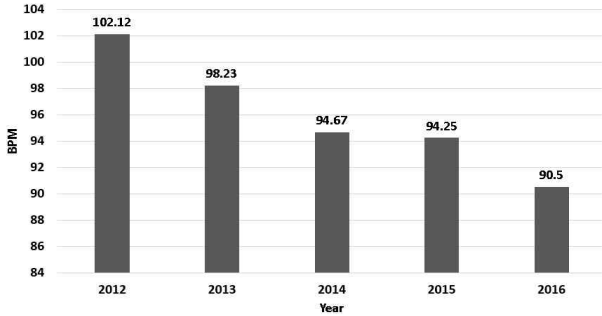


그림 1. 연도별 BPM 평균
Fig. 1. BPM Average per Year

2012년부터 2016년까지 디지털 음원차트 100위권 내의 곡의 빠르기를 분석하였다. 각 연도별 템포의 평균 구성은 Fig 1 과 같다.

2012년부터 2016년까지 전체 곡의 BPM은 매년 하락하였다. 2012년 곡 평균은 102.12이였으나, 2013년에는 전체적인 곡의 빠르기가 3.89가 느려졌다. 2014년에는 94.67로 전년도에 비해 3.56으로 하락하였으며, 2015년 빠르기는 94.25로 2014년도와 큰 변화가 없었다. 2016년은 90.50의 빠르기로 2015년도에 비해 3.75 하락하였으며, 총 5년간 11.62가 하락하였다. 이를 통해 최근 5년간 인기 대중가요는 대체적으로 곡이 느려지는 성향을

보였다.

2) 연도별 음악스타일 구성

2012년도부터 2016년도의 연도별 음악 스타일은 크게 8가지로 댄스, 발라드, R&B, 힙합, 포크, 인디음악, 기타로 나누었으며, 이 그래프는 Fig 2.와 같다.

2012년도는 5가지로 음악스타일이 구분되었으나, 2016년에는 총 8가지의 음악스타일로 늘어나면서 음악종류가 다양해졌다. 전체적으로 힙합음악은 점점 비중이 늘어나고 있다. 댄스음악과 발라드의 합은 비율의 변화가 크지 않으나, 두 음악스타일은 서로 반비례 성향을 보인다.

2012년도는 댄스음악이 38.3%로 가장 많았으며, 이어서 발라드 28.7%, R&B가 9.6%, 힙합음악과 팝음악이 8.5%, 포크음악이 6.4%를 차지하였다. 2013년은 댄스음악보다 발라드음악이 8.1% 많이 차지하고 있다. 전년도에 비해 댄스음악은 30.3%로 8% 감소하였으나, 반면 발라드는 38.4%로 전년도 9.7% 증가하였다. 2013년도에는 R&B음악이 3.5%하락하였으며, 이에 비해 팝음악이 13.1%로 4.6% 증가하였다. 그리고 포크음악이 6.4%에서 3.0%로 감소하였으며, 기타장르가 1.0% 새로 등장하였다. 2014년도는 발라드 음악이 전체 음원의 38.1%를 차지하여 가장 많은 비율을 차지하였으며, 댄스음악이 38.1%를 26.8%로 하락하였다. 힙합음악은 14.4%로 2013년도에 비해 6.3% 증가하고, 기타음악이 3.1% 증가하였다. 2015년도에는 댄스음악이 32.2%로 가장 많은 비중을 차지하였고, 발라드 곡은 26.7%로 2014년도에 비해 11.4%로 비중이 하락하였다. R&B는 2014년 7.2%에서 2015년 3.3%로 지난해에 비해 54.1%로 하락하였다. 그에 비해 힙합음악은 17.8%로 전년도에 비해 3.4% 증가하였다. 팝 음악은 18.9%로 2015년도 수치는 2012년도에 비해 두 배 이상 증가하였다.

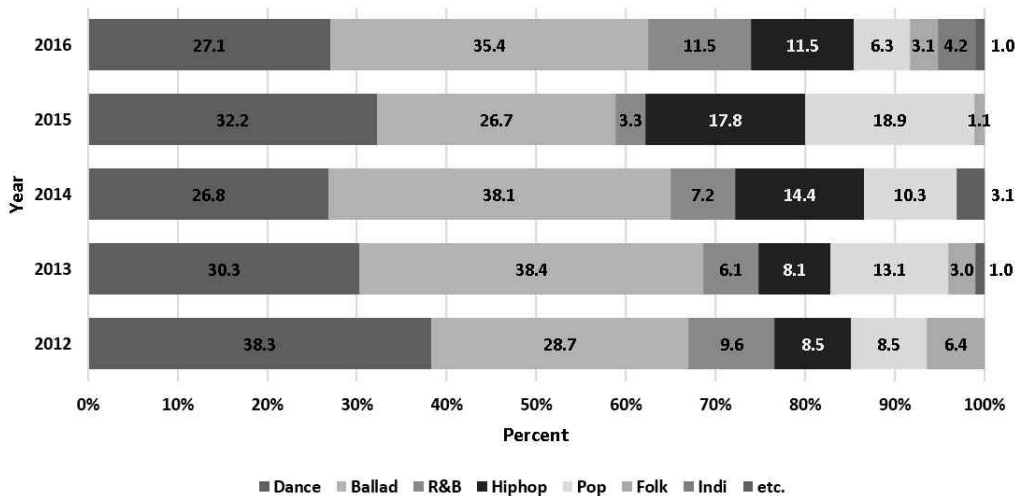


그림 2. 연도별 음악 스타일
Fig. 2. Music Style per Year

2016년은 다른 해보다 많은 장르가 등장하였다. 2016년은 발라드가 35.4%이고, 댄스음악이 27.1%로 댄스음악의 비중이 감소하고, 발라드가 더 많은 비중을 차지하였다. R&B와 힙합 음악은 둘 다 11.5%를 차지하였으며, 전년도에 세 번째로 많은 음악 스타일 비중을 차지했던 팝음악은 6.3%로 전년도에 비해 비중이 1/3로 줄었다. 포크음악, 인디음악, 기타음악 등이 각각 3.1%, 4.2%, 1.0%로 소수이지만 인기차트에 꾸준히 나타나고 있다.

3) 연도별 가수 구성 변화

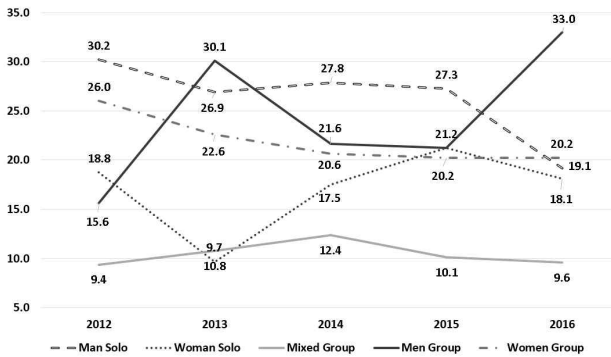


그림 3. 연도별 가수그룹 비율
Fig. 3. Percentage of Singers Group per Years

2012년도부터 2016년도까지 가수들의 구성은 크게 5가지로 나누었으며, 남성솔로, 여성솔로, 남/녀 혼성그룹, 남성그룹, 여성그룹으로 나타내었고 이에 대한 수치는 Fig 3과 같다.

2012년도 가수의 구성은 크게 남성솔로 및 남성그룹의 강세가 나타났다. 2012년 남성솔로의 가수비중은 30.2%였으며, 남성그룹의 비율은 26.0%였다. 그리고 여성솔로와 여성그룹은 각각 18.8%, 15.6%로 나타나, 남성가수들보다 적은 비중을 차지하였다. 그리고 혼성그룹의 경우 9.4%로 가장 낮은 비중을 나타냈다.

2013년 여성그룹은 전체에서 30.1%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 전년도에 비해 2배가량 상승하였다. 남성솔로는 26.9%, 남성그룹은 26.0%에서 22.6%로 다소 감소하였으며, 여성솔로는 지난해 18.8%에서 9.7%로 절반가량 감소하였다. 그리고 혼성그룹은 10.8%로 1.4% 상승하였다.

2014년 남성솔로가 27.8%로 가장 많은 음원이 상위권에 속했으며, 남성그룹이 21.6%를 차지하였고, 근소한 차이로 여성그룹이 20.6%를 나타내었으며, 여성 솔로곡은 전년도에 비해 2배 상승하여 17.5%를 차지하였다. 그리고 혼성그룹은 12.4%로 소폭 상승하였다. 2014년도는 가수들의 비중이 가장 비슷하게 몰려있는 것을 그래프에서 확인할 수 있다.

2015년은 남성솔로가 27.3%로 전년도와 비슷한 비율을 나타냈으며, 남성그룹과 여성솔로는 21.2%로 같은 비율을 보였다. 여성그룹의 비율은 20.2%로 전년도와 비슷한 비율이었으며, 혼성그룹은 10.1%로 전년도에 비해 2.3% 하락하였다.

2016년은 남성그룹의 비중이 10.8% 상승하여 33.1%를 나타냈다. 남성솔로는 남성그룹과 반대로 19.1%로 8.2% 하락하였다. 여성그룹은 비율의 변화가 없었으며, 여성솔로는 18.1%로 3.1% 하락하였다. 혼성그룹은 9.6%로 전년도와 비슷한 비율을 유지하였다.

전체적으로 여성솔로와 남성그룹의 비율이 명확하게 반비례하여 진행하고 있다. 2013년도 여성솔로가 큰 폭으로 줄어든 반면, 남성솔로가 큰 폭으로 늘어났다. 또한 2015년도까지는 남성솔로가 강세였으나, 2016년도부터 반비례하여 남성그룹의 비율이 상승하고, 남성솔로가 하락하는 현상이 나타났다. 이와 더불어 남성솔로와 여성그룹은 비슷한 방향성을 가지며 비교적 높은 비율을 차지하고 있다.

4) 곡의 빠르기와 장단조의 관계

Hevner, Crowder에 따르면 동일한 악곡을 장·단조로 각각 편곡하여 정서반응을 들려주면 장조음악은 밝고 즐거운 정서적 반응을 나타내며, 느린 템포를 가진 음악은 우울하고 차분한 정서적 반응이 나타난다고 주장했다[14, 15]. Kellaris & Rice, 김수나, 이소정은 템포가 빨라질수록 긍정적인 반응을 나타내고, 느려질수록 부정적인 정서를 나타낸다고 주장하였다[16, 17, 18].

대중가요에 빠르기와 장·단조의 관계가 적용되는 지 확인하기 위하여 디지털 음원 차트에서 곡의 음악의 빠르기와 장·단조를 분석하여 이용자가 선호하는 곡의 경향을 알아보고자 하였다.

본 연구대상을 크게 느린 템포, 중간 템포, 빠른 템포로 나누었다. Metronome에 나타난 빠르기말을 기준으로 느린 템포는 최저 BPM 46~ 87까지 구분하였고, 중간 템포는 BPM 88~120, 빠른템포는 121이상으로 구분하였다. 또한 각 곡의 조성을 장조와 단조로 구분하여, 이에 대한 관계를 분석하였다. 이에 대한 그래프는 Fig 4와 같다.

느린 템포의 가요는 장조가 81.42%로 나타났으며, 단조는 15.67로 분석되어 장조가 약 5배 높은 수치로 압도적으로 높은 비율을 차지했다. 중간템포의 경우 장조는 61.84%이고, 단조는 38.16%로 장조가 23.68% 더 비율이 높았다. 빠른 템포는 단조가 더 높은 비율을 차지하였다. 장조는 46.15%이고, 단조는 53.85%를 나타냈다.

사회적 통념상 단조는 슬픈 감정을 나타낸다고 생각하기 때문에 느린 노래에서 단조의 곡을 많이 접할 것이라고 생각하나, 실제로는 느린 템포의 가요에서 장조의 비율이 높았고, 빠른 템포의 가요는 밝고 신날 것이라는 생각이 있으나, 단조의 비율이 더 높았다.

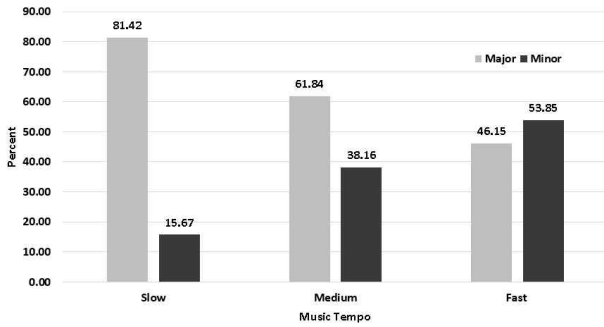


그림 4. 곡의 템포와 장/단조의 관계
Fig. 4. Song's Tempo and Major-Minor Relationship

3-3. TV드라마 OST 음악 분석

2012년부터 2016년까지 가온차트 연간 100위권 곡 중 OST는 460곡 중 54곡으로 전체의 11.9%를 차지한다. 음악전문사이트에서 음원을 발표하는 것이 아니라 드라마 혹은 영화 등의 배경음악으로 사용되었다.

1) 곡의 빠르기 및 장·단조 구성

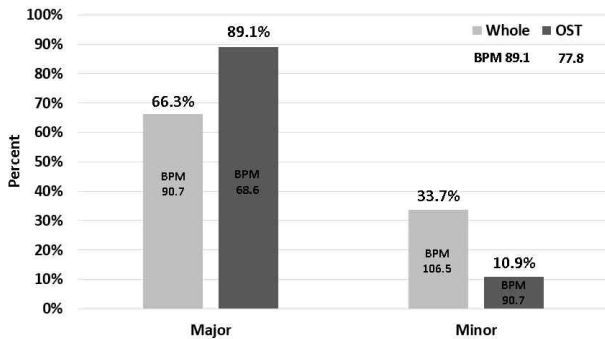


그림 5. 전체곡과 OST의 장/단조 비율
Fig. 5. Percentage of Major/Minor in Whole and OST

전체 곡의 BPM 평균값은 96.1로 OST 평균 BPM은 77.9이다. 두 곡을 비교하면 OST 빠르기 평균이 18.2 더 느리게 나타난다. 전체 곡의 장·단조 비율과 OST곡의 장·단조 비율은 Fig 5과 같이 나타낼 수 있다.

전체 곡에서 장조는 66.3%를 차지하지만, 단조의 경우 전체 곡은 33.7%의 비율을 차지한다. OST는 장조의 비율이 89.1%이며, 단조의 비율이 10.9%로 매우 낮다.

곡의 빠르기가 전체 곡보다 낮았으며, 장조의 비율이 단조의 비율보다 4배가량 높은 것으로 볼 때, 3-2-4 장에 나타난 느린 곡에서 장조의 비율이 높은 것이 OST에서도 적용되었다고 볼 수 있다.

2) 가수 구성

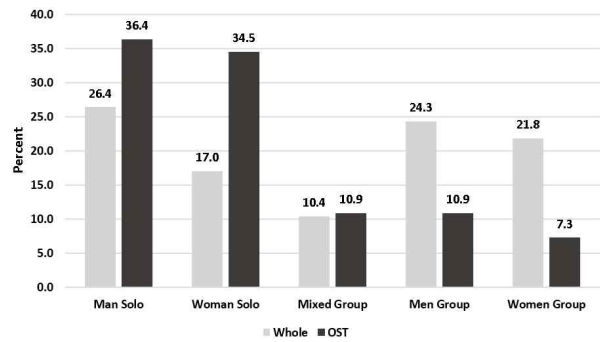


그림 6. 전체 곡과 OST의 가수 구성 비교
Fig. 6. Singer Group Comparison of Whole and OST

곡에 대한 가수 구성은 남성솔로, 남성그룹, 혼성그룹, 여성솔로, 여성그룹이며 총 5가지로 나누었다. 이에 따른 전체 곡의 가수 구성과 OST곡의 가수 구성 비율은 Fig.6과 같다.

OST곡에서는 남성솔로와 여성솔로의 구성이 높게 나타났다. 남성 솔로는 전체 곡은 26.4%를 차지하며, OST에서는 36.4%의 비율을 차지하였다. 그리고 여성 솔로는 전체 곡에서 17.0%를 차지하지만, OST에서는 34.5%로 구성되어 두 배 이상 여성 솔로 곡이 많았다. 혼성 그룹은 전체 곡에서 10.4%이고, OST에서 10.9%로 비슷한 비율을 나타냈다.

남성 그룹과 여성 그룹은 전체 곡에서 각각 24.3%, 21.8%로 비교적 높은 구성을 보였으나, OST 곡에서는 각각 10.9%, 7.3%로 비교적 적은 비율을 차지하였다.

그러므로 OST곡은 대체적으로 솔로가수의 곡을 선호하며, 전체 곡은 남성솔로, 남성그룹, 여성그룹의 가수 구성을 선호하는 것으로 나타났다.

4) 음악 스타일 분석

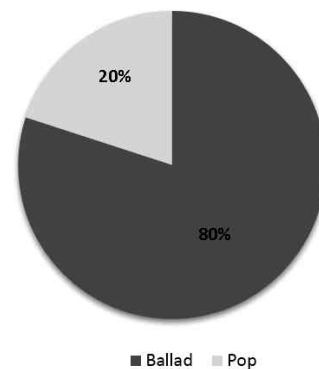


그림 7. OST의 음악 스타일
Fig. 7. OST Music Style

음악 스타일은 음악차트에 나타난 스타일을 기준으로 분석하였으며, OST 음악스타일의 결과는 Fig 7과 같다.

OST의 음악 스타일은 8가지의 스타일로 분석하였으나, 크게 2가지 음악스타일로 확연히 구분되었다. OST 곡에서 발라드 곡이 80% 차지하였고, 팝 음악은 20%를 차지하여 발라드 곡을 매우 선호하는 것으로 보인다.

IV. 결 론

최근 디지털 음악시장은 스마트폰 보급과 초고속 인터넷의 보급으로 인하여 더욱 더 확장되었고, 이동통신 요금상품의 확대에 음악전문사이트의 스트리밍 서비스 및 다운로드 서비스 등을 쉽게 이용할 수 있는 환경이 갖춰졌다.

국내 이용자들이 선호하는 대중가요의 음악적 선호경향을 알아보기 위해 2012년~2016년까지 디지털 음원 차트인 가온차트에 나타난 연간 100위권 내의 음악을 460곡을 분석하였다.

대중가요는 매년 BPM이 매년 하락하는 형태를 나타냈다. 연도별로 음악 스타일은 대체적으로 댄스음악과 발라드가 많은 비율을 차지하는데 2012년도에는 댄스음악이 강세였다가 2016년도가 되면서 발라드가 강세가 되며, 음악의 스타일이 2016년도에는 R&B, 힙합음악 스타일의 음악 비율이 늘어났으며, 음악의 스타일 종류도 증가하였다. 2000년대 초반에는 다운로드를 통해 구입을 통해서 적은 수의 곡을 여러번 들었던 환경이었으나, 현재는 스마트폰을 통해 무제한으로 들을 수 있는 스트리밍 서비스의 확대가 사용자의 이동성을 높이고, 음악 선택의 영역을 개인화, 다양화 되었다고 볼 수 있다.

연도별로 가수의 구성 중 남성솔로와 여성 그룹의 비중은 점점 줄어들고, 혼성그룹은 10% 내외에서 큰 변화를 보이지 않았다. 그러나 여성솔로와 남성 그룹의 비율은 반비례 양상을 보이며, 2013년도와 2016년도에는 남성 그룹이 크게 비율이 높아졌고, 여성 솔로는 큰 폭으로 줄었다. 이 부분은 차트에 진입한 곡들의 가수 비율의 변화 요인도 추후 지속적인 연구가 필요하다.

곡의 빠르기를 느린 템포, 중간 템포, 빠른 템포로 나누고, 곡의 조성을 장단조로 구분한 결과 느린 템포의 곡은 장조가 더 강세였으며, 빠른 템포의 곡은 단조의 비율이 훨씬 높았다. 기존의 연구 및 사회적인 관점에서는 슬픈 노래는 느린 템포의 단조, 기쁜 노래는 빠른 템포의 장조를 예상하였으나, 분석 결과 반대의 결과가 나왔다. 그러므로 향후 청취자의 빠르기와 장단조에 대한 선호경향에 대한 심화연구가 필요하다.

드라마나 영화에 발표된 OST곡은 전체 11.9%인 55곡을 차지했으며, OST 음악이 일반 가요보다 장조의 비율이 훨씬 높았다. OST를 부른 가수의 비중은 일반 가요와 달리 남성솔로, 여성솔로의 비율이 남성그룹, 여성그룹의 비율보다 훨씬 높았다. 또한 OST의 음악 스타일은 크게 2가지 스타일로 발라드 80%와 팝음악 20%로 선호음악이 명확하게 나뉘는 것을 볼 수 있었다. OST 음악은 드라마 제작에 맞는 배경음악 또는 주제곡으로 선정되는 곡이기 때문에 음악 스타일의 한계가 생겼다고 본다.

향후 국내 대중음악은 국내 이용자뿐만 아니라 전 세계의 디지털 음원시장 이용자의 한국 대중가요의 선호도와 선호 요인

등을 음악적으로 분석하여 전 세계 이용자들의 대중음악이 되기 위한 음악연구로 확대가 필요하다.

참고문헌

- [1] D. Y. Lee, E. Y. Yang, "From the Music of Ownership to the Music of Access; Transformation of K-Pop Standard in Online Digital Music Market," *Global Culture Contents Society*, No.27, pp.63-81, April, 2017.
- [2] Korea Creative Content Agency, Korea Creative Content Agency Industry Promotion Policy: Seoul, 2016 Music Industry White Paper, 2016.
- [3] Y. G. Ha, "Distribution and profit structure analysis of the world digital music market," *KOCCA Focus*, Seoul, Vol. 2012-16 No. 64, pp.1-30, January 2012
- [4] IFPI, "Music Consumer Insight Report 2016," Ipsos Connect, September 2016
- [5] Seoul Economy Daily. Download to Streaming changing content consumption pattern, February 2017 [Internet] Available: <http://www.sedaily.com/NewsView/10C3SHGUZA>.
- [6] J. H. Kim, "Digital music market and music streaming service trend," *Information and Communication Broadcasting Policy*, Vol. 27 No.1, pp. 1-7, January 2015.
- [7] C. H. Han, "Popular Music Degenerated into Item of Mobile Company," *Popular Music* Vol.7, pp.36-74, April 2011
- [8] Chosun Biz, kakao "Loan takeover for one year, net addition of melon subscriber 500,000" [Internet]. Available: http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2017/05/11/2017051101101.html.
- [9] Aju Economy, In the era of the 4th industrial revolution Evolutionary music market Melon, Bugs, Genie [Internet]. Available: <http://www.ajunews.com/view/20170528010757647>.
- [10] S. M. Park, "Changes in Popular Music according to the Acceptance of Digital Media," *The Journal of Humanities and Social science*, Vol 7, No.6, pp.807-824. 2016.

- [11] B. K. Park, "The Changes of Korean Pop Music through Digital Music Industry," *Journal of Digital Contents Society* Vol.13, No.2, pp177-187. June 2012.
- [12] K. D. Kim, "The Study for Idol Music as New Korean Wave and Ecosystem Equilibrium of Korean Popular Music Market 2000-2014," *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.15, No.6, pp.157-167. June 2015.
- [13] M. C. Jung, J.H. Oh, "New Trends in Popular Music Studies," *Journal of the Science and Practice of Music*, Vol.36, pp.165-197, Oct 2016.
- [14] Kate Hevner, "Experiemental Studies of the Elements of Expression in Music," *The American Journal of Psychology*, vol. 48, No. 2, pp.268, 1936.
- [15] R. G. Crowder, "Perception of the Major/Minor Distinction: Historical and Theoretical Foundation." *Psychomusicology*. Vol. 4. No. 1-2, pp.10-12, 1984.
- [16] J. J. Kellaris, R. C. Rice "The Influence of Tempo, Loudness, and Gender of Listener on Response to Music," *Psychology & Marketing*, Vol. 10, No.1, pp. 15-29, 1993.
- [17] S. N. Kim, "A Study on Analysis of Intelligent Video Surveillance Systems for Societal Security," *The Journal of Digital Contents Society*, Vol. 17, No. 4, pp. 273-278, June 2016.
- [18] S. J. Lee, A Study on the Musical Emotional Reaction Focused on Major and Minor, M.A. dissertation, Ewha Womans University: Seoul, 2001.



정지윤(Ji-Yun Chung)

2011년 : 이화여자대학교 대학원 디지털미디어학부 (디지털미디어석사)
2016년 : 이화여자대학교 대학원 융합콘텐츠학과 (공학박사 수료-미디어공학)

2011년~2013년: 한국문화예술교육진흥원 사원

2016년: 경민대학교 교양학부 강사

2015년~현 재: 이화여자대학교 융합콘텐츠학과 크리에이티브컴퓨팅랩 연구원

※관심분야 : 미디어 교육(e-learning), 디지털 음원, 디지털 사운드, 어플리케이션 개발 등



김명준(Myoung-Jun Kim)

1991년 : 한국과학기술원 (전산학 석사)

1996년 : 한국과학기술원 (전산학 박사)

1996년~1997년: University of Washington Visiting scholar

1997년~2000년: 한국전자통신연구원 선임연구원

2001년~현 재: 이화여자대학교 융합콘텐츠학과 교수

※관심분야 : 컴퓨터그래픽스, 영상처리, 클라우드 컴퓨팅, 어플리케이션 개발 등