문화로 생동하는 대한민국

2009 년 7 월 첫째주

음악산업 주간동향 리포트

한국콘텐츠진흥원

What's Happening in Music Industry? [2009년 7월 첫째주]

7월 첫째주 음악산업 HOT 동향

- 한국 아이돌 그룹, 동시다발적으로 아시아 강타 - 일본의 빅뱅, 태국의 2PM, 대만의 슈퍼주니어
- 커피와 음반 구입을 한 번에 하는 음악유통의 혁신 - 한국 스타벅스에서 음반 판매 시작
- 페이스북, 게임과 연결시킨 새로운 음악 추천 시스템 개발

콘텐츠 목차

1. 소비자 동향
1-1. 2009년 6월 3주차 음원 판매 현황
1-2. 2009년 상반기 노래방 인기 차트 집계

2. 산업 동향
2-1. TV버라이어티쇼와 음악의 만남
2-2. 아시아 각국에서 한국 男아이돌 그룹 열풍
2-3. 연예인 행사 섭외 대행사이트 '뽕필닷컴' 오픈
2-4. 제 6회 자라섬 국제 재즈 페스티벌 개최
2-5. (주)와이즈피어, SM엔터테인먼트와 온라인 음원계약 체결
2-6. 한국 스타벅스, 유니버설 뮤직 코리아 음반 판매 시작

3. 기술 동향
3-1. 파일공유가 가능한 새로운 웹브라우저 '오페라 유나이트' 탄생
3-2. 팬과 직접 소통하기 위한 스타의 단문 블로그 이용 증가
3-3. 페이스북, 게임과 연결시킨 새로운 음악 추천 시스템 개발

4. 정책 동향
4-1. 공정위, 연예인 계약 표준 약관 시행
4-2. 방송통신위원회, 모바일 콘텐츠 수익배분 가이드라인 마련
4-3. 대검찰청, 저작권법 위반 혐의 청소년 7,839명 각하 처분

5. 해외 동향
5-1. 중국 정부, 인터넷 검열 심화 : 구글 및 음반 검열 실시
5-2. 프랑스 음반유통단체 SPPF, 유튜브에 180억 소송
※ 관련 기사 및 자료 목록

1 소비자 동향

1-1. 2009년 6월 3주차 음원 판매 현황

	멜론(06.14~06.20)		도시락(06.15~06.21)		벅스(06.11~06.17)		엠넷 (06.15~06.21)	
순위	전주比 변동	곡명 - 아티스트	전주比 변동	곡명 - 아티스트	전주比 변동	곡명 - 아티스트	전주比 변동	곡명 - 아티스트
1	↑11	외톨이 - 아웃사이더	↑15	잘가요 내 사랑 - 에이트	진입	잘가요 내 사랑 - 에이트	—	외톨이 - 아웃사이더
2	↓1	Fire - 2NE1	↑8	외톨이 - 아웃사이더	↓1	큰일이다 - V.O.S	↑ 10	잘가요 내 사랑 - 에이트
3	↑1	큰일이다-V.O.S	진입	Hot Issue - 4 minute	진입	눈물이 주룩주룩 - 박정현	—	줄리엣 - 샤이니
4	↑47	잘가요 내 사랑 - 에이트	↓2	큰일이다 - V.O.S	—	1초에 한 방울 - 케이윌	진입	Hot Issue - 4 minute
5	↓3	Again＆Again - 2PM	↓4	Fire - 2NE1	진입	커플 - 김용준	↑12	니가 밉다 - 2PM
6	↓3	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	↑42	커플 - 김용준	↓1	외톨이 - 아웃사이더	↓4	큰일이다 - V.O.S
7	↓2	너라고 - 슈퍼주니어	↓4	1초에 한 방울 - 케이윌	↓4	넌센스 - 코요태	↑ 43	커플 - 김용준
8	↑87	커플 - 김용준	↓4	줄리엣 - 샤이니	↓2	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	↓3	Fire - 2NE1
9	↑1	줄리엣 - 샤이니	↓4	너라고 - 슈퍼주니어	↓2	Fire - 2NE1	↓ 5	너라고 - 슈퍼주니어
10	↓4	My Man - 다비치	↓4	지지리 - 베이지	↓8	이뻐요 - 윤건,이효리	↓ 2	1초에 한 방울 - 케이윌
11	↓4	눈물이 뚝뚝 - 케이윌	↓4	Again＆Again - 2PM	↓1	줄리엣 - 샤이니	↓ 5	Again＆Again - 2PM
12	↓4	사랑해 - SG Wannabe	↓4	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	진입	울고싶어 우는 사람이 있겠어 - 에이트	↑11	피에로의 눈물 - 아웃사이더
13	↓4	Lollipop - 빅뱅,2NE1	↓4	똑같은 맘 - 카라	↓5	너라고 - 슈퍼주니어	↓4	여성시대 - 씨야,다비치,티아라
14	↓1	Boo - 아이유	진입	결혼해줄래 - 이승기	RE	니가 밉다 - 2PM	진입	결혼해줄래 - 이승기
15	↓4	Diva - 애프터스쿨	↑46	니가 밉다 - 2PM	↑84	Oh - 언터쳐블	↓8	똑같은 맘 - 카라
16	↓1	기억과 추억 - 김태우	진입	마스카라 - 브랜뉴데이	↓7	Wizard Of OZ - 클래지콰이	↓ 6	넌센스 - 코요태
17	↓3	내 사랑 울보 - SG Wannabe	↓5	넌센스 - 코요태	↑71	외톨박이 -TheOne	↓6	울어 - V.O.S
18	↑47	넌센스 - 코요태	↑9	Oh - 언터쳐블	↓5	Again＆Again - 2PM	↓ 5	기억과 추억 - 김태우
19	—	흔들려 - 채연	↓8	이뻐요 - 윤건,이효리	↓4	흔들려 -채연	↓ 4	흔들려 -채연
20	↓2	심장이 없어 - 에이트	↓7	기억과 추억 - 김태우	진입	Hey,Mr - 드림걸스	↓ 6	사랑해 - SGWannabe

(멜론, 도시락, 벅스, 엠넷의 '09.6月 3주차 스트리밍 기준)

○ 상반기 아이돌 그룹의 차트 지배 경향에서 벗어난 상위권 순위 경향
- 에이트의 '잘가요 내사랑'은 도시락 1위(전주비 15위 상승), 벅스 1위(진입), 엠넷 2위(10위 상승), 멜론 4위(47위 상승)를 차지하며 상승 기류
- 아웃사이더의 '외톨이' 또한 멜론 1위(전주비 11위 상승), 도시락 2위(8위 상승), 엠넷 1위 등 차지하며 돌풍 지속
- 이외에도 V.O.S, 케이윌, 박정현 등 비 아이돌 가수의 차트 상위권 점령 지속
- 그러나 첫 싱글 'Hot Issue'로 데뷔한 4 minute가 도시락 3위, 엠넷 4위로 진입하는 등 두각을 나타내고 있고 7/1일 전후로 2NE1과 소녀시대의 앨범이 발매될 예정으로 (소녀시대의 신곡 음원은 22일 발매) 이후 걸 그룹의 차트 돌풍이 예상됨

○ SG Wannabe 김용준의 '커플'이 각 차트 순위 급상승하며 10위권내 진입
- 멜론 전주대비 87위 상승한 8위, 도시락 42위 상승 6위, 엠넷 43위 상승 7위, 벅스 5위 진입
- 김용준은 현재 여자친구인 황정음과 함께 MBC 버라이어티쇼 '일요일 일요일 밤에 - 우리 결혼했어요'에 출연중으로 '커플'은 황정음과 함께 부른 곡
- 예능에서의 이미지를 그대로 반영하여 곡 선정, 발매하여 별도의 프로모션이나 홍보 활동 없이 예능 프로그램 출연 자체가 홍보 수단
- 이전에도 '우리 결혼했어요'에 삽입되거나 등장했던 곡 대부분이 인기를 모음 (김동률의 아이처럼, 하찌와TJ의 남쪽 끝섬, 크라운제이(feat.서인영)의 Too Much)
- 최근 드라마와 예능 프로그램을 통해 인기 절정인 이승기가 6/18일 발매한 '결혼해줄래'도 별다른 방송 활동 없이 차트 상위권 진입 (도시락 14위, 엠넷 14위)
- 공중파 방송의 음원 및 아티스트 노출이 음원 판매에 미치는 영향력을 확인할 수 있음

1-2. 2009년 상반기 노래연습장 인기 차트 집계

○ 노래 반주기 업체 금영, 2009년 1월초부터 6월15일까지 전국의 금영 인터넷 반주기 및 필통(feelTONG) 반주기 이용 실적 조사 발표

○ 2009년 상반기 애창곡 1위는 이은미의 '애인있어요'(2007년 발매)
- 이 외에도 빅마마의 '체념'(9위), 소찬휘의 '티얼스'(20위), 버즈의 '가시'(27위), 박상철의 '무조건'(15위), 서주희의 '당돌한 여자'(24위), 이적의 '다행이다'(29위) 등이 발매일 경과에도 불구하고 꾸준히 불리우며 인기

○ 2009년 상반기 최대 인기곡이었던 소녀시대의 '지(Gee)'가 2위를 차지
- 빅뱅의 '붉은 노을'(6위), 원더걸스의 '노바디'(12위), 슈퍼주니어의 '쏘리쏘리'(17위), 카라의 '프리티걸'(26위) 등 아이돌그룹의 최근 발매곡이 30위권 내 등장

○ 차트 인기곡이 노래연습장에서도 역시 강세이지만 지속적으로 불리는 스테디셀러는 시장 내 현황과 상관없이 그 인기가 지속됨

- 지속적인 노래연습장 인기곡은 발라드(R&B)와 트로트 곡이 대부분
- 부르기 쉽고 가사가 감상적이거나 감정적인 곡, 또는 가창력을 보일 수 있는 곡

[2009년 상반기 금영노래방 애창곡 순위]

순위	곡명	가수명	순위	곡명	가수명	순위	곡명	가수명
1	애인있어요	이은미	11	눈물이 뚝뚝	K.will	21	날봐,귀순	대성
2	지(Gee)	소녀시대	12	노바디	원더걸스	22	토요일밤에	손담비
3	총맞은 것처럼	백지영	13	하루하루	빅뱅	23	내 사람	환희
4	8282(팔이팔이)	다비치	14	들리나요	태연	24	당돌한여자	서주경
5	슈퍼맨	노라조	15	무조건	박상철	25	황진이	박상철
6	붉은노을	빅뱅	16	심장이 없어	에이트	26	프리티걸	카라
7	이젠 남이야	김경록	17	쏘리쏘리	슈퍼주니어	27	가시	버즈
8	내머리가나빠서	SS501	18	사랑..그놈	Bobby kim	28	다행이다	이적
9	체념	빅마마	19	비와 당신	럼블피쉬	29	우연히	우연이
10	사고쳤어요	다비치	20	티얼스(tears)	소찬휘	30	오랜만이야	임창정

2 산업 동향

2-1. TV버라이어티쇼와 음악의 만남

○ MBC '무한도전'(토 18:30 방송), '올림픽대로 가요제' 개최(6/18, 서울 반포 한강시민공원)
- '무한도전' 출연진이 톱 가수들과 듀엣으로 창작곡을 발표하는 가요제 프로그램
- 유재석과 타이거JK, 윤미래, 박명수와 제시카(소녀시대), 정준하와 애프터스쿨, 정형돈과 에픽하이, 노홍철과 노브레인, 전진과 이정현, 길과 YB윤도현 밴드
- 여름을 겨냥한 빠른 템포의 댄스곡 위주로 참가했으며, 'Gee', 'U-Go-Girl' 등을 작곡한 E-Tribe도 참여
- 특히 박명수와 소녀시대의 제시카가 함께 부른 '냉면'은 방송 전임에도 불구하고 이미 인터넷에서 화제
- '무한도전'은 2007년 비슷한 컨셉의 '강변북로가요제'를 개최하고 이후 음원을 발매하여 큰 인기를 모은바 있으며, 이 외에도 송년 특집으로 캐럴을 부르거나 밴드 연주를 하는 등 음악 관련 소재를 지속적으로 시도

○ MBC '일요일 일요일 밤에'(일 17:20 방송), 새로운 코너 '오빠밴드' 첫 선(6/21일)
- 신동엽을 주축으로 탁재훈, 유영석, 김구라, 서인영, 슈퍼주니어의 성민, 록밴드 트랙스의 기타리스트 김정모 등 총 7명으로 구성된 록밴드
- 첫방송에서 샌드페블즈의 '나 어떡해'와 송골매의 '어쩌다 마주친 그대'를 연습하여 MBC FM4U '현영의 뮤직파티'에서 첫 공연

- 향후 시청자의 사연을 받아 곡을 만들고 공연 진행, 음반을 발매하고 전국투어 콘서트, 록 페스티벌 참가 등을 계획

○ 예능프로그램에 삽입되었던 곡이 인기를 끈 사례는 다수로 특히 무한도전의 경우 '강변북로 가요제', '크리스마스 캐롤' 등의 음원 발매로 상당한 수익을 거두기도 했음
- 현재 음악프로그램에 비해 시청률이 절대적으로 높은 예능 프로그램에서 음악을 접목함으로써 시청자 접근 용이
- '오빠 밴드'의 경우 음악이 창작되는 과정을 버라이어티 소재로 다루면서 창작자에 대한 시청자의 공감대를 형성할 수 있을 것으로 기대
- 단, 예능 프로그램이 가지는 한계인 '재미 추구'를 음악의 진정성을 훼손하지 않으면서도 어떤 면으로 보완, 지원할 것인지 고민 필요

2-2. 아시아 각국에서 한국 아이돌 그룹 열풍

○ 빅뱅, 일본 데뷔 싱글 '마이 헤븐(My Heaven)'발매 (6/24, 아시아 6개국※ 동시 발매)
- '마이헤븐은 빅뱅의 리더이자 팀 내 프로듀서인 지드래곤과 일본의 실력파 아티스트 다이시댄스가 공동 작곡한 곡으로 국내에서는 2008년 '천국'이라는 제목으로 발매된 바 있음
- 발매 당일, 오리콘의 데일리 싱글 차트 4위 기록
- 빅뱅의 일본 유통사인 유니버설뮤직 재팬은 공격적인 마케팅으로 지원
  · 도쿄 시내 중심가 대형전광판에 첫 싱글 '마이 헤븐' 뮤직비디오 노출
  · 타워레코드, HMV 등 대형 음반 매장에 빅뱅 스페셜 코너 마련
- 후지TV의 '와랏데 이이토모※'(6/26일) 출연 등 프로모션 활동을 하며 및 7/8일 일본 내 두 번째 싱글 '가라가라GO'를 발표하고 도쿄 요요기 국립공원의 야외음악당에서 쇼케이스 개최 예정

○ 슈퍼주니어, 대만 최대 음악시상식 '금곡장 시상식※'에 특별 초청(6/27일, 대만 타이페이 아레나)
- 슈퍼주니어는 금번 시상식에 해외 가수로는 유일하게 초청되어 축하공연 및 시상자로 참석할 예정이며 이는 2007년에 이어 두 번째 초청임
- 대만 현지에 발매된 3집 앨범이 음악차트 1위를 차지하는 등 인기를 얻고 있으며 중국, 태국 등 아시아 전역에서의 높은 인기를 인정받은 것임

○ 2PM, 'Again & Again'으로 태국 채널 V 아시안 차트 1위 차지
- 태국 MTV차트에서 1위(2009.4월 '10점만점에 10점'으로, 2009.6월 둘째주에는 'Again & Again') 및 태국 채널V아시안 차트 1위(2009.6월 셋째주, 'Again & Again') 차지
- 앨범이 미발매 되었음에도 불구하고 거둔 성과로, 6월말 본격적으로 태국에서 정규 앨범을 발매하고 프로모션 예정

※ 6개국 : 일본, 한국, 홍콩, 대만, 필리핀, 싱가포르, 말레이시아
※ '와랏데 이이토모'(웃어서 좋은 친구) : 인기그룹 스마프의 멤버 초난강이 고정출연하는 후지TV의 버라이어티 프로그램으로 '신화', '세븐' 등이 출연한 바 있음
※ '금곡장 시상식'(Golden Melody Awards) : 2009년에 20주년을 맞이하는 중화권 최고 권위의 음악시상식으로 중국, 홍콩, 대만 등 중화권 인기스타들을 초청해 시상식과 함께 공연을 펼치는 대규모 음악축제임. 2009년 금곡장 시상식은 동풍위성TV(東風衛視)를 통해 대만은 물론 중국, 말레이시아, 싱가포르, 뉴질랜드, 호주, 필리핀 등 아시아 지역에 생방송 예정

2-3. 연예인 행사 섭외 대행사이트 '뽕필닷컴' 오픈 (6/18일, 서울 프라자 호텔 오픈식)

○ '뽕필닷컴'(www.bbongpil.com)'
- 국내 최초, 소비자가 유명 성인가수나 사회자와 직접 계약할 수 있도록 연결해주는 사이트(시스템)
- 소비자가 웹상에서 희망하는 연예인을 지정하여, 섭외 가능 여부와 출연료 등 조율
- 법적 분쟁에 휘말리지 않도록 표준계약서도 제공
- 예능프로그램 PD출신 지성P&C 홍순창 대표가 본인의 인적 네트워크를 이용, 오픈
- 이익금 20%는 공익사업 `일자리 씨앗(50대 이상 중장년이 스스로 자립할 수 있도록 돕는 프로젝트)`을 위해 기부될 예정

○ 향후 연예인 섭외 절차가 용이해지고 출연료 또한 합리적인 선에서 결정될 수 있을지 주목

2-4. 제 6회 자라섬 국제 재즈 페스티벌 개최 (10/15~18, 경기도 가평 자라섬)

○ 10/15일~18일(총 4일간), 경기도 가평군 자라섬 및 가평군 일대 총 8개의 무대에서 개최
- 2004년 1회 페스티벌을 시작하여, 지난 5년간 총 누적관객 수 약 45만 명, 참여한 아티스트 1,133명(209팀)인 아시아 대표 재즈페스티벌로 성장
- <일본-중국-말레이시아-홍콩-인도네시아>등의 음악페스티벌과의 파트너십 구축
- 이탈리아의 트럼펫거장 엔리코 라바, 유럽 재즈 피아니스트 야론 허만, 크리스 포터, 베이시스트 아비샤이 코헨, 집시밴드 치코 &더 집시즈(Chico &the Gypsies), 포르투갈의 보컬리스트 마리아 조앙, 디디브릿지워터, 박제천·미연 듀오 등의 라인업 공개

○ 금번 페스티벌 기간 동안 국제 재즈 콩쿠르 개최 예정
- 재즈와 여타 다양한 장르의 음악 인재 발굴 프로젝트
- 우승시 상금 1000만원과 2010년 7회 자라섬 페스티벌의 메인 스테이지 오프닝 공연기회

2-5. (주)와이즈피어, SM엔터테인먼트와 온라인 음원계약 체결

○ 온라인 음악전문사이트 몽키3(www.monkey3.co.kr)의 (주)와이즈피어와 SM엔터테인먼트 온라인 음원 공급 계약체결
- 이에 따라 몽키3는 보아, 동방신기, 슈퍼주니어, 소녀시대, 샤이니 등 SM엔터테인먼트 소속 아티스트들의 인기곡과 최신곡, 뮤직비디오 등의 컨텐츠를 6/17일부터 공개
- (주)와이즈피어는 2009년 초까지 엠넷미디어, 로엔엔터테인먼트, 네오위즈벅스, KT뮤직 등과 음원 사용 계약을 체결하였고 이번 SM엔터테인먼트와 계약체결로 국내 음악직배사들과 100% 음원 계약 완료함에 따라 국내 최대 음악 컨텐츠 보유

○ 이미 멜론, 엠넷, 벅스 등 강력한 경쟁자가 존재하는 음원 서비스 시장에서 몽키3가 어떤 차별화된 서비스를 통해 성과를 낼 수 있을 것인지 주시

2-6. 한국 스타벅스, 유니버설 뮤직 코리아 음반 판매 시작

○ 한국 스타벅스, 유니버설뮤직코리아와 제휴하여 국내 최초 커피 전문점 내 음반 판매 서비스 시작
- 6/19일, 스타벅스 강남대로점 매장 내에 청음기와 매대를 설치하고 다이애나 크롤(Diana Krall), 멜로디 가르도트(Melody Gardot) 등 아티스트의 앨범을 매장 내에서 청취, 구매할 수 있도록 하여, 판매 시작 3일 만에 100여장 이상 판매
- 본격적인 서비스는 2009.7월부터 전국 스타벅스 매장에서 시작될 예정

○ 2008.9월 정부의 서비스 산업 선진화 방안의 일환으로 커피전문점을 포함한 식음료 매장에서 음반 판매를 허용하는 안이 결정, 관련 법규인 식품위생법 시행규칙이 올 4월 3일 개정되어 판매 가능해진 것

○ 스타벅스는 이미 해외에서 'Hear Music' 등의 레이블 소유 및 매장내 키오스크 설치를 통한 음반 판매 등 음악마케팅으로 차별화된 브랜드를 구축한바 있으며 한국 스타벅스의 경우도 커피판매 이외의 새로운 수익 창출 경로를 확보하게 되었음. 스타벅스 사례를 계기로 음반 판매 경로의 다각화에 일조할 것으로 예상됨.

3 기술 동향

3-1. 파일공유가 가능한 새로운 웹브라우저 '오페라 유나이트' 탄생

○ 노르웨이의 웹브라우저 업체 Opera社, 새로운 브라우저 오페라 유나이트(Opera Unite) 공개
- 오페라 유나이트는 모든 컴퓨터를 클라이언트와 서버로 전환시켜 제 3의 서버 없이 웹을 통해 직접 다른 컴퓨터와 연결하며 콘텐츠 제공
- 자신의 PC를 서버처럼 사용하여 파일과 사진을 공유하고 채팅도 가능한 브라우저 서비스
- 다른 웹서비스와 달리 데이터가 외부서버에 저장되지 않고 기기에서 기기로 이동함

○ 음악 플레이리스트도 쉽게 공유하는 기능 제공
- 음악 및 사진, 미디어 파일 공유 및 채팅 기능을 제공하며 음악의 경우 MP3나 플레이리스트가 담긴 폴더를 오페라 유나이트의 다이렉트 링크로 만들어 모든 웹브라우저에서 접근하여 음악재생 가능
- 파일 공유 서비스는 콘텐츠가 있는 폴더의 직접 링크를 생성하는 방식으로, 해당 링크를 친구에게 주면 별도의 웹 서비스를 거치지 않고 파일 공유
- 콘텐츠 배포 사용자는 PC가 켜져 있고 오페라 브라우저를 실행시켜야 하나 콘텐츠에 액세스하는 사용자는 로그인도 필요 없고 오페라 대신 다른 브라우저를 사용해도 가능함.
- 오페라 웹 브라우저는 마이크로소프트(MS) 인터넷 익스플로러(IE)와 모질라재단 파이어폭스에 이은 전 세계 3위로 사용자수는 전 세계적으로 4천만명 수준
- 개인사용자의 영향력을 확대하는 기반이 될 것으로 예상되나 사이버 범죄자들의 악성 바이러스 배포를 용이하게 해주는 등의 역기능도 나타나고 있고 콘텐츠 저작권 문제발생이 예상됨

3-2. 팬과 직접 소통하기 위한 스타의 단문 블로그 이용 증가

○ 최근 피겨 스케이트 선수 김연아를 비롯한 유명인의 트위터(Twitter)를 통한 실시간 소통 유행
- 140자의 단문 블로그라 일컬어지는 트위터를 비롯한 실시간 문자 중계 서비스는 보아, 원더걸스 등 해외 진출 가수들이 주로 이용, 팬들과의 소통 주도
- 실시간 댓글교환을 통한 진화된 쌍방향 의사 소통 방식
- 디지털 환경의 변화는 연예계 홍보 방식의 변화 초래
  → 기존의 '웹 2.0'을 대표하는 블로그는 각 기업의 새로운 마케팅 수단으로 각광, 스타와 팬들 역시 커뮤니케이션을 바탕으로 의사소통하고 있으며 트위터로 대변되는 웹3.0은 홈페이지를 통해 팬들과 소통하거나 팬들로 하여금 적극적인 참여를 유도

○ 현재 미국인들의 20%가 트위터 사용, 국내 대중화는 미지수
- 미국 내 트위터는 아이폰, 블랙베리 등 모바일 애플리케이션을 통해 원활하게 이루어지고 있으며 회사원 및 학생이 회의나 수업 중 트위터를 이용하기 위한 핸드폰 사용 빈도 증가

○ 실시간 소통이라는 맥락은 앞으로 SNS사이트의 기능을 더욱 강화
- 2006.4월 CNN은 웹 3.0은 애플리케이션을 기반으로 한 가상 현실이라고 정의, 보도
- 국내에서 트위터가 인기를 얻는 현상만을 가지고는 웹 3.0이 도래했다고 볼 수는 없음

※ 웹 3.0(Web 3.0) : 월드 와이드 웹이 앞으로 어떻게 될 것인지를 서술할 때 쓰이는 용어 웹 2.0 이후 월드 와이드 웹의 혁명의 다음 단계 (출처-위키피디아)

3-3. 페이스북, 게임과 연결시킨 새로운 음악 추천 시스템 개발

[그림] Facebook의 'Herd It' 화면

○ 음악추천시스템을 활용한 페이스북의 음악 게임 'Herd It'
- 미국 샌디에고 캘리포티아 대학(UCSD)에서 개발하고 페이스북이 선보인 음악 디스커버리 게임(Music Discovery Game)은 음악 추천과 자동화된 검색 기능을 특징으로 함
- 게임에 기계 학습 방식을 적용하여 음악에 대한 자동화된 분석을 바탕으로 음악을 제공하는 시스템임
- 음악파일 검색 시, 작가나 음악 제목만이 아닌 다양한 장르, 악기, '로맨틱'이나 '으스스한'과 같은 기술적인 단어를 사용하여 검색이 가능하도록 지원
- 매우 많은 분량의 음악들을 분석하고 사용자에게 다양한 유형의 음악 라이브러리로부터 추천기능을 제공
- 사용자가 직접 음악에 태그를 부여하게 되고 태그를 통하여 그룹화된 음악파일 간에 공통된 특징들을 추출하며 음악 패턴을 분석하기 위하여 통계적 분석기법이 적용됨

○ 판도라(Pandora) 등의 유사 추천시스템

서비스명	아이튠스 'Genius'	Last Fm	Pandora
추천방식	사용자가 뮤직플레이리스트를 생성하고 다른 사용자와 비교하여 적합한 음악 추천	collaborative filtering에 의한 추천방식으로 유저의 이용통계에 기반한 추천방식	뮤직게놈프로젝트 연구진들이 수작업으로 400개의 음악 속성값을 기준으로 분류한 음악 DB 자료를 통해 추천
단점	정교한 음악 메타 DB형성이 아니므로 추천에 한계 있음	인기곡 위주 취중될 수 있음	수작업으로 인적 자원이 지속적으로 필요함

- 대표적인 음악추천기능을 제공하는 인터넷 라디오서비스인 판도라의 경우 음악 전문 연구진들에 의해 400개의 속성 값을 기준으로 음악을 분류 및 분석하여 DB화하였고 이용자가 곡 및 아티스트를 입력하면 유사한 곡을 재생시키는 방식
- 아이튠즈 Genius의 경우 사용자가 뮤직 플레이 리스트를 생성하고 다른 사용자 리스트와 비교하여 적합한 음악을 추천하여 제공
- 이외에도 다양한 유형의 음악에 특화된 소셜 네트워킹 사이트들이 자신들의 친구들이 듣거나 추천하는 음악들을 중심으로 추천 기능을 제공

○ 음악 추천 시스템의 가능성과 한계점
- 포레스트 리서치(Forrest Research)사에 의하면 음악 검색과 추천에 있어서 더욱 많은 자동화된 검색 방법들이 개발되어, 주문형 음악이 더욱 대중화되고, 사용자들이 새로운 음악을 검색하는데 있어서 지원할 수 있게 될 것이라고 함
- 음악추천 시스템의 근간이 되는 음악에 있어서 유사성이라는 것은 개인적 요소와 다양한 변수적 요소들이 결합되어 나타나는 것으로, 예를 들면 특정 메탈음악이 누군가에는 클래식 음악처럼 보일 수도 있지만, 다른 누군가에게는 완전히 헤비메탈로 비추어질 수 있어 한계가 있음.

※ 포레스트 리서치(Forrest Research) : 미국의 대표적인 인터넷 관련 리서치 회사

4 정책 동향

4-1. 공정위, 연예인 계약 표준 약관 시행 (6월말)

○ 공정거래위워회, 6월 내 연예인 계약 체결 시 적용되는 표준약관을 위원회 심의를 거쳐 최종 확정 후 시행 예정
- 전속 기간 7년 이내로 한정 (기획사와 정식 계약을 맺기 전에 구두로 계약한 기간(교육기간)도 계약기간에 포함 유도)
- 소속 연예인과 수익 배분 시 기획사가 과도한 연예활동 비용을 청구하지 못함
- 전속 계약 해지 시 기획사가 계약금의 2배 이상을 위약금으로 물리지 못하며, 전속계약 기간이 3년 남은 상태에서 계약을 해지할 경우 남은 계약기간에 연예인이 벌어들이는 수익의 15%를 이전 소속사에 지급하는 방식으로 위약금 규정 변경
- 기연예인의 사생활을 과도하게 침해하거나 홍보행사 무상 출연 조항 포함 불가
- 전속 계약기간에 연예인이 생산한 콘텐츠에 대해 저작권은 창작자에게, 이용권은 소속사에 귀속
  · 예를 들어 가수의 창작곡에 대한 소유권은 창작자인 가수에게 귀속, 기획사는 이용권만
- 연예인과 기획사 간 분쟁발생 시 대한상사중재원에서 조정

○ 표준 약관 마련을 위해 공정거래위원회는 2009년초부터 연예매니지먼트협회, 연예제작자협회, 방송영화공연예술인 노동조합, 가수협회 등 이해관계자들과 연예인 표준약관 제정을 위한 간담회 개최
- 2008년 하반기 10대 연예기획사에 소속된 연예인 354명의 전속계약을 전수 조사하고, 2009.4월에도 업계 순위 11~30위에 속하는 연예기획사에 속한 연예인 230명의 전속계약서를 조사하여 불공정한 조항에 대한 시정조치

○ 이후 표준 약관이 정착되면 기획사의 행보에도 변화가 생길 것으로 예상
- 현재 대부분의 대형기획사 (특히 아이돌 그룹)는 교육기간을 포함 10년 계약이 일반적
- 향후 단기간에 스타성을 발휘해 성과를 낼 수 있는 신인 발굴에 집중

※ 전속계약 7년 제한 규정은 美 캘리포니아주법 상 배우 전속계약 기간과 동일
- 일명 '드하빌랜드법'이라고 불리는 캘리포니아주 노동법 조항 2855는 연예인처럼 개인적인 서비스(personal service)를 제공하는 고용계약은 7년을 넘지 못하도록 규정. 특히 2855조항은 레코딩 아티스트를 제외한 모든 연예인은 7년 뒤에 고용계약을 끝낼 권리가 있다고 규정. 이 조항의 예외인 음반계의 경우 캘리포니아주법은 지난 87년 수정된 노동법 조항 2855를 통해 가수가 7년 뒤에 소속 음반사를 바꿀 수는 있지만 음반사는 가수가 계약상 제작하기로 약속한 음반을 7년 사이에 만들지 않을 경우 그에 대한 손해배상.

4-2. 방송통신위원회, 모바일 콘텐츠 수익배분 가이드라인 마련

○ 방송통신위원회, '이동통신사와 CP 간 모바일 콘텐츠 정보이용료 수익배분 가이드라인'을 확정(6/19일), 7/1일부터 적용

- 게임, 음악 등 모바일 콘텐츠 제작자(CP)와 이동통신사업자간의 수익배분율을 현 70:30 수준에서 85:15로 변경

○ 이통사와 CP가 각자의 기여분에 대해 정당한 보상을 받는 것을 원칙으로 하되 콘텐츠 유통을 위한 설비는 이통사가, 콘텐츠 제작을 위한 설비는 CP가 책임지도록 조정

- 이통사가 콘텐츠 유통 설비 제공을 이유로 비용을 CP에 전가하던 행위는 금지, 이통사가 실제 지원한 콘텐츠 제작비에 대한 정보이용료 수익은 배분 가능
- 이통사가 정보이용료 청구액의 10% 정도를 미납, 또는 체납분으로 선(先) 공제하던 관행을 금지, 공제율은 전체 요금의 평균 미납, 체납률인 5%를 넘을 수 없음

○ 이번 가이드라인으로 연간 6,000억원(2008년 기준)에 이르는 정보이용료 매출의 85%를 3,000여개의 CP가 수납할 것으로 전망

- 방통위, CP의 수익성 악화가 모바일콘텐츠 산업의 성장정체로 이어지는 악순환이 예상되어 이통사와 CP간 공정하고 투명한 거래환경 조성을 위한 가이드 라인 마련
- 이후, 정부와 업계가 참여하는 `모바일 콘텐츠 산업발전 협의회'를 구성, 가이드라인의 준수 여부를 모니터링하는 한편 중요사항에 대해서는 전기통신사업법 개정을 통해 금지행위 규정을 도입할 방침

4-3. 대검찰청, 저작권법 위반 혐의 청소년 7,839명 각하 처분 (6/22일)

○ 대검찰청 형사부(김진태 검사장)은 2009.3~5월 사이 영화·음악파일 등을 인터넷에 올려 저작권법위반 혐의로 고소된 19세 미만 청소년 1만620명 대상 판결 발표

- 고소된 1만620명 가운데 70% 이상인 7,839명이 추가 조사 없이 각하, 나머지 청소년들도 벌금형 약식기소, 기소유예, 공소권없음 등으로 선처
- 저작권법위반 혐의로 입건된 청소년은 2006년 611명, 2007년 2,832명, 2008년 2만 3,470명으로 해마다 증가하고 있음

4-4. 디지털 저작권 표준화 및 이용활성화 콘퍼런스 (6/26일, 삼성동 코엑스)

○ 주관 : 문화체육관광부 및 저작권 위원회

○ 주제 : '저작권 권리관리정보 및 기술적 보호조치 표준화 방안'

- 저작권 권리관리정보 표준화 연구 : 분야별 메타데이터와 이용내역 정보·사용 계약정보 등의 표준화를 위한 방안과 저작권 산업 분야의 ICN 식별체계 운영정책, UCI와 연계 운영방안

- 기술적보호조치 표준화 : 폐쇄적 DRM이 가지고 있는 비호환성 문제 및 디지털방송 콘텐츠의 불법유통으로 인한 문제점 해소를 위한 표준화 연구와 '지상파 디지털 방송콘텐츠의 저작권보호를 위한 기술적 보호조치 표준화 연구' 논의 예정

○ 디지털 저작권 산업 분야의 신기술 동향과 국내외 표준 활동 및 신규 사업 모델 개발로 인한 저작권 비지니스 창출 등에 기여하기 위한 '디지털저작권표준화 포럼' 창립총회도 함께 진행예정

5 해외 동향

5-1. 중국 정부, 인터넷 검열 심화 : 구글 및 음반 검열 실시

○ 중국 정부의 인터넷 검열이 심화되고 있는 가운데 미국의 검색 사이트 구글(Google)도 검열 대상으로 지목

- 중국 인터넷 불법 정보 보고센터는 구글이 링크를 통해 음란물을 제공하는데 기여하고 있다고 비난 (6/18일)

○ 중국 정부, 인터넷 및 불법 콘텐츠로 인한 중독 심화 우려에 따른 제재라고 발표

- 전 세계적으로 인터넷 이용자 수가 가장 많은 나라로 인터넷 음란물 중독자 수도 상당
- 중독자 치유를 위한 사회적 비용이 점차 증가하고 있는 추세로 2004년 베이징 설립된 인터넷 중독 센터에서 이후 3,000여 명 치료

○ 그러나, 중국의 구글 공격에 대한 실질적인 이유는 Baidu의 성장 때문으로 추정

- 중국은 현재 공산주의 국가 체제를 유지하고 있어 중국에 자리 잡고 있는 자유경제체제의 외국 기업들과 정부 간 충돌이 불가피
- 구글의 검색 엔진을 통해 다량의 음란물 및 정보를 쉽게 접근할 수 있는 점 또한 문제
- 중국 인터넷 검색 사이트 내에서 구글의 라이벌인 Baidu의 성장을 도와주기 위한 의도

○ 또한 중국 정부는 저속 음반에 대한 대대적인 단속

- 중국 반(半)관영 통신사인 중궈신원(中國新聞)은 2009.4월 중순부터 전국적으로 대규모 저속 음반 단속을 실시해 지금까지 저속 불법 음반 600여만 건을 압수하고 저속음반을 불법으로 출판, 복제한 10개 음반제작업체를 형사 처벌했으며 100여건을 고발했다고 보도 (6/18일)
- 불법 음란물 척결 처리반과 출판물을 총괄하고 있는 신문출판총서는 저속음반에 대한 8가지 기준을 제시하고 지속적인 단속 실시 공표

· 성행위, 성심리를 묘사하고 성기 표현 등으로 청소년들에게 불건전 의식을 키우는 내용, 직접 성지식, 성기교를 가르치고 과학적인 가치를 상실한 내용, 나체 형상이 반복적으로 나타나는 내용, 성기를 직접 드러내거나 몸의 일부로 성기를 가리며 성 암시 또는 성희롱을 표현한 내용, 성기를 드러내지 않았지만 일부만 가리거나 기술처리하고 성 암시 또는 성희롱을 표현한 내용

· 위 내용이 포함된 뮤직비디오나 영화, 노래 등은 모두 단속 대상임
: 아직까지 한국음반이 단속 대상으로 지목되지 않았으나, 노출이 많거나 위 사항에 해당될 수 있는 곡, 뮤직비디오의 경우 주의를 필요로 함

※ Baidu(www.baidu.com) : '네이버', '다음'과 같은 중국 내 검색 사이트로 디자인 및 검색 엔진 시스템이 구글과 거의 흡사

[중국 검색 사이트 Baidu 메인화면]

5-2. 프랑스 음반유통단체 SPPF, 유튜브(www.youtube.com)에 180억 소송 (6/19일)

○ 현재 유튜브에 저작자 동의 없이 무단게재된 100여 개의 뮤직비디오에 대한 소송
- SPPF는 2008년 영상을 모두 삭제 했으나 다시 게재되었다고 주장하고 있으며, 유튜브는 SPPF가 콘텐트 ID 계획에 사인(저작권 침해 방지)을 하지 않았기 때문에 발생한 일이라고 항변

○ SPPF는 2008년 12월, P2P 소프트웨어 공급업체들에도 저작권 침해 관련 소송을 제기
- 뷰즈(Vuze), 라임와이어(Limewire), 모르페우스(Morpheus), 셰어아자(Shareaza)와 같은 P2P 소프트웨어 공급 업체들에 대해 대규모 저작권 침해를 촉발시켰다는 혐의로 소송을 제기
- 프랑스 법원이 프랑스법에 준거하여 해외 업체를 고소할 수 있다고 판결
- 우리나라에서도 방송 i3사가 웹하드 및 P2P 인터넷 서비스 업체에 '저작권 침해 행위 중지 요구서 발송'(2009/05/28일)

○ 소송이 아닌 창작자와 온라인 유통 간의 상호 협력을 통해 저작권 보호 시스템을 구축할 필요가 있음
- DRM 등 기존 콘텐츠 보호 방식은 이용자들에게 접근을 제한하여 유통 흐름을 저해하기도 하였음
- 음악 시장 확대와 상호 호혜적 유통 구조를 위한 협력 필요

별첨 관련 기사 및 자료

1-1. 2009년 6월 3주차 음원 판매 현황

엠넷 www.mnet.com

멜론 www.melon.com

도시락 www.dosrak.com

벅스 www.bugs.co.kr

2-1. TV버라이어티쇼와 음악의 만남

스타뉴스, 09/06/22, 무한도전', 톱가수들과 '올림픽대로 가요제'
Osen, 09/06/21, 일밤-오빠밴드', 오합지졸 캐릭터놀이 신선..시청자반응 "기대 이상"
매일경제, 09/06/23, `일밤-오빠밴드` "자작곡으로 전국투어 하겠다"
아시아경제, 09/06/21, 오빠밴드', 음악+버라이어티 두마리 토끼 잡을까

2-2. 아시아 각국에서 한국 男아이돌 그룹 열풍

아시아경제, 09/06/24, 빅뱅, 日 싱글 '마이 헤븐'으로 정식 진출
Osen, 09/06/24, 빅뱅, 오늘 日 메이저 데뷔 싱글 '亞 6개국 동시 발매'
스포츠조선, 09/06/24, 빅뱅, 싱글앨범 발표 후 본격적인 일본활동
뉴스엔, 09/06/24, 빅뱅 日 활동 파격지원 '유니버설 재팬 주력 아티스트 선정'
머니투데이, 09/06/24, 빅뱅 日 데뷔음반, 발매 당일 오리콘 TOP5 진입
마이데일리, 09/06/24, 日 진출' 빅뱅, 발매 동시에 오리콘 4위 진입
조선일보, 09/06/23, 슈퍼주니어, 〈대만 금곡장 시상식〉 러브콜!
스타뉴스, 09/06/23, 슈주, 대만 최대 음악시상식 해외가수 유일 초청
매일경제, 09/06/23, 슈퍼주니어, 대만 금곡장 초청 해외가수 `유일`
이데일리, 09/06/19, 2PM, 태국에서 인기 상종가...차트 정상 휩쓸어

2-3. 연예인 행사 섭외 대행사이트 '뽕필닷컴' 오픈

매일경제, 09/06/18, 장윤정 심수봉 현철…내가 직접 섭외한다

2-4. 제 6회 자라섬 국제 재즈 페스티벌 개최

아츠뉴스, 09/06/24,아시아의 대표 재즈페스티벌, 제 6회 자라섬국제재즈페스티벌이 주목된다.
뉴시스, 09/06/21, 자라섬 국제 재즈 페스티벌, 10월 개막,
헤럴드경제, 09/06/21, 제6회 자라섬재즈페스티벌 10월15일~18일 열린다

2-5. (주)와이즈피어, SM엔터테인먼트와 온라인 음원계약 체결
스포츠조선, 09/06/19, (주)와이즈피어-SM엔터테인먼트, 온라인 음원계약 체결

2-6. 한국 스타벅스, 유니버설 뮤직 코리아 음반 판매 시작
뉴스엔, 09/06/22, 스타벅스에서도 음반 산다' 국내최초 커피전문점 판매돌입
헤럴드경제, 09/06/22, 스타벅스에서도 음반 살 수 있네

3-1. 파일공유가 가능한 새로운 웹브라우저 '오페라 유나이트' 탄생
ZDNET, 09/06/17, 오페라 "웹브라우저로 파일공유도 가능"
IDG, 09/06/17, 오페라 유나이트, "브라우저만으로 콘텐츠 배포 서버 구현"
IDG, 09/06/22, 오페라 유나이트, "봇마스터의 조력자?"

3-2. 팬과 직접 소통하기 위한 스타의 단문 블로그 이용 증
CNN, 06/11/24, Web3.0 Is Coming
라디오코리아 닷컴, 09/06/22, 美스마트폰 대중화..'에티켓' 문제 야기
케이모바일, 09/06/23, 큐브리드, 파란 SNS에 채택
ET뉴스, 09/06/22, 국내 '한줄 블로그' 인기 밑줄 쫙~
디지털 타임스, 09/06/21, `트위터` 국내서도 돌풍 일으킬까
아이티뉴스, 09/06/16, "김연아도 한다는 '트위터'가 뭐기에"

3-3. 페이스북, 게임과 연결시킨 새로운 음악 추천 시스템 개발
Technology Review, 09/06/18,Getting Computers Into the Groove
Science Daily, 09/05/21, From A Queen Song To A Better Music Search Engine

4-1. 공정위, 연예인 계약 표준 약관 시행
연합뉴스, 09/06/24, 연예인 전속계약 7년은 미국법?
경향신문, 09/06/23, 연예인 전속계약 기간 7년 못넘긴다
노컷뉴스, 09/06/23, "연예인 전속계약 7년 넘지 못한다"
연합뉴스, 09/06/23, 연예인 전속계약 7년 넘지 못한다
서울신문, 09/06/23, 공정위 '연예인 7년 계약' 제한…대형기획사 '비상'

4-2. 방송통신위원회, 모바일 콘텐츠 수익배분 가이드라인 마련
연합뉴스, 2009/06/21, 모바일콘텐츠 제작자 몫 늘어난다,
국민일보,2009/06/21, 모바일 콘텐츠 제작자 몫 커진다… 이통사와 수익 배분 85대 15로

아시아경제, 09/06/21, 정보이용료 매출 'CP 몫' 70% → 85%

4-3. 대검찰청, 저작권법 위반 혐의 청소년 7,839명 각하 처분
법률신문, 09/06/24, 저작권법 위반 혐의 청소년 7,839명 구제

4-4. 디지털 저작권 표준화 및 이용활성화 콘퍼런스
전자신문, 09/06/25, 저작권委, `디지털저작권표준화 콘퍼런스` 개최

5-1. 중국 정부, 인터넷 검열 심화 : 구글 및 음반 검열 실시
TIME, 09/06/22, Chinese Government Attacks Google Over Internet Porn
TECHTREE, 09/06/22, China gets Google Suggest Disabled
Searchengineland, 09/06/17, China, Censorship & Google Redux
Bloomberg, 09/06/22, U.S. Formally Protests China's Web-Filter Requirement
TIME, 09/01/28, Inside China's Fight Against Internet Addiction
문화일보, 09/06/19, 中, 인터넷 이어 '음란 음반' 단속

5-2. 프랑스 음반유통단체 SPPF, 유튜브(www.youtube.com)에 180억 소송
09/06/19, Paidcontent, French Indie Collecting Society Sues YouTube
09/06/19, Rollingstone, Minnesota Mom Hit With $1.92 Million Fine For Illegal File Sharing
YTN, 09/04/01, '불법 동영상 방치' 프리챌 대표 등 기소
뉴스와이어, 09/05/28, 방송 i 3사, 저작권 보호 위해 79개 웹하드/P2P 업체에 '저작권 침해 행위 중지 요구서' 발송

본 자료는 한국콘텐츠진흥원 위콘(www.wecon.kr) 홈페이지에서 보실 수 있습니다.
한국콘텐츠진흥원 대중문화팀
책임 김도윤(TEL 02-3153-1286 , doyun.kim@kocca.kr)