

제2회 ARKO 청년 소논문 공모전 장려상 수상작



인디음악의 현주소에 대한 다각적 분석과 발전 방향에 대한 연구

이장원, 이정우

한국문화예술위원회

목 차

제 1 장 서론	
1. 들어가기 전에	
가. 인디음악의 정의	
나. 인디음악의 주요 활동 영역	
다. 인디음악에 주목해야하는 이유	
2. 연구의 목적과 의의	
가. 연구의 목적	
나. 연구의 의의	
제 2 장 본론	
1. 인디음악의 실태	
2. 원인 분석	
가. 외재적 원인	
1) 상권 변화 양상 및 그 영향	
2) 온라인 음원 시장의 수익 배분 구조	
3) 인디음악에 대한 대중의 인식	
나. 내재적 원인 - 낮은 진입 장벽	
3. 대안 모색	
가. 외부 사례 Case Study	
1) 정책적 차원	
2) 기업적 차원	
나. 서바이벌 오디션 프로그램의 분석	
1) 서바이벌 오디션 프로그램 분석	
2) 인디음악에의 적용	
다. 디지털 음원 시장의 개선 방안	
1) 유통구조의 전환 - iTunes의 예를 중심으로	
2) Youtube 채널과 음악가의 개인 웹사이트의 연동	
라. 대중 인식의 개선	
제 3 장 결론	
참 고 문 헌	

표 목 차

- <표 1> 홍대입구역 승, 하차 인구 수치 및 2호선, 지하철 전체에서 차지하는 비율 ·
<표 2> 주요 서비스별 음원 수익 분배 비율('SK Telecom'의 사례)

그림 목차

[그림 1] 설문조사 원본	
[그림 2] 설문조사 결과	

I. 서론

1. 들어가기 전에

가. 인디음악의 정의

인디음악이란 무엇일까? 인디음악을 보다 정확히 정의하기 위해서는 먼저 그 어원을 살펴보는 것이 도움이 된다. ‘인디’는 ‘독립적인’이라는 뜻의 영어단어 ‘Independent’에서 유래되었다. 한마디로 인디음악은 독립적인 성향을 지닌 음악이라고 할 수 있다. 하지만 어떤 대상에 대하여 독립적인지가 중요하다. 인디음악이란, 대형기획사나 거대 자본에 종속되지 않은 독립적인 음악가 또는 밴드가 자신이 원하는 것을 표현한 음악을 말한다.¹⁾ 따라서 인디음악은 하나의 장르로 범주화되기보다는 독립적인 자본, 유통구조를 통해 생산된 모든 음악을 뜻한다.

이처럼, 인디음악은 대형기획사와 거대자본과 거대 자본에 종속되지 않기 때문에 대중성과 상업성만을 최우선 과제로 삼지 않는다. 오히려 인디음악은 본질적으로 개인이 추구하고자 하는 것을 표현하는 독립적인 음악이다. 인디음악은 시장의 요구에 부응하기보다 개인의 음악적 개성을 표출하는 데 더 중점을 둔다.

거대 자본과의 독립성, 개인의 음악적 성향의 추구하고 같은 인디의 특성은 오해를 불러 일으키기도 한다. 인디음악이 첫째, 대중매체에 배타적이며 둘째, 이해 불가능하여 대중과 유리된 음악이라는 것이다. 첫 번째 오해와 관련해서는 ‘인디’음악과 ‘언더그라운드’ 음악의 차이를 이해해야 한다. ‘인디’음악은 독립적인 자본, 유통체계를 가지는 음악을 뜻한다. 한편 ‘언더그라운드’음악은 80년대 주류 가요와 대중매체에 대립하고 예술적 표현을 통해 저항의 정서를 표출하는 음악을 뜻한다.²⁾ 따라서 인디음악 중에서 대중매체에 배타적인 음악이 있을 수 있으나, 인디음악 그 자체가 배타적이라는 시선은 옳지 못하다. 두 번째 오해는 인디음악의 정의를 제대로 이해할 때 풀 수 있다. 인디음악은 독립적인 자본, 유통구조를 통해 생산된 음악이다. 즉, 인디음악 내에는 여러 성향의 음악들이 존재하므로, 대중의 취향과도 잘 맞아 떨어지는 음악 또한 다수 존재한다. 다만 화젯거리를 만들고 싶어 하는 언론이 특이한 음악을 소개하였고 자본이 부족한 인디음악의 특성상 대중성을 떨만한 곡들이 홍보되기 어려웠기 때문에 그러한 인식이 생겨났던 것이다.

나. 인디음악의 주요 활동 영역

대한민국의 인디음악 역사는 1994년부터 시작되었다고 할 수 있다. 1994년 홍익대학교 입구(이하 홍대)에 라이브 클럽 ‘드럭(현 DGBD)’이 생기면서 인디음악의 대부라고도 할 수

1) 네이버 백과사전

2) 임진모, <도란도란 문화놀이터>, 2012.06.22., <http://culturenori.tistory.com/1930>

있는 ‘크라잉넛’을 비롯한 여러 인디 밴드들이 출현하게 되었다. 그 후 ‘재머스’, ‘롤링스톤스’ 등의 여러 라이브 클럽들이 문을 열었고, 그에 따라 인디 밴드의 수가 증가하였다. 홍대와 함께 연세대학교 앞의 신촌 거리 또한 청년 문화의 중심지로 인디음악이 성장할 수 있는 기반이 되었다.

하지만 한국에 점차 클럽 문화가 정착되며 홍대 앞과 신촌 거리는 라이브클럽이 아닌 춤추고 노는 클럽, 즉 나이트클럽의 중심지로 변모하였다. 유동인구가 점차 늘어감에 따라 프랜차이즈 커피숍과 식당 등 자본을 바탕으로 한 상업 활동이 늘어가기 시작하였고, 이는 곧 임대료의 상승을 초래하였다. 그리고 이를 견뎌내지 못한 인디음악가들은 현재 합정동, 상수동, 연희동, 연남동 등 ‘범홍대권’으로 기반을 옮기고 있다.³⁾

다. 인디음악에 주목해야하는 이유

인디 뮤지션들은 독립적으로 활동하면서 음악적 개성을 마음껏 표출한다. 그리고 인디 음악은 대중음악과 달라지려 하며, 대중음악을 벗어난 대안음악으로 부상하기 위해 항상 노력한다. 그러므로 인디음악은 음악 소비자에게, 대중문화의 획일성을 벗어나 더욱 다양한 음악을 향유할 수 있게 해 준다.

여기서 다양함이라 함은 단순히 이 음악도 듣고 저 음악도 듣는다는 의미가 아니다. 역사적으로 볼 때 기존의 대중음악이 가진 통속성을 탈피한 음악이 새로운 대세로 등극해 왔다. 획일화된 음악은 정체된 음악이고, 결국 쇠퇴할 수밖에 없기 때문이다. 대표적인 예로 60년대에 기존의 음색을 벗어나 서양의 음색을 도입·융합한 신중현이 있다.⁴⁾ 다양성은 곧 가능성을 의미한다. 인디음악은 현재의 음악이 다양하고 새로운 방향으로 발전할 가능성을 제시한다는 점에 그 의의가 있다.

2. 연구의 목적과 의의

가. 연구의 목적

본 연구는 크게 세 가지 목적을 갖고 있다. 첫째, 인디음악가들의 실태를 다양한 자료와 인터뷰를 통하여 파악하고자 한다. 둘째, 실태에서 살펴본 문제점들의 원인을 다각도에서 살펴보고자 한다. 상권 변화 양상과 그 영향을 분석하고 온라인 음원 시장의 수익 배분 구조를 조사함으로써 외적, 경제적 원인들을 살펴볼 것이고, 인디음악에 대한 설문조사를 실시하여 대중의 인식 측면에서도 접근할 것이다. 또한 낮은 진입 장벽과 관련한 내적 원인도 분석하고자 한다. 셋째, 이렇게 얻어진 정보들을 바탕으로 인디음악의 부흥과 발전을 위한 사회적, 정책적 대안을 마련하고자 한다. 이를 위해 우선 외국 사례들을 분석하고 서바이벌 오디션 프로그램의

3) Loc. cit.

4) 조일동, 《취향의 공동체로서의 한국 인디음악의 사회화과정 -한 인디 기타리스트의 생애사를 중심으로-》, <청소년문화포럼>, Vol. 15, No.0, 서울: 한국청소년문화연구소, p. 155, 2007

적용 가능성을 탐구할 것이다. 또한 디지털 음원 시장의 개선 방향을 모색하고 대중 인식의 개선을 위한 방안을 제시할 것이다.

나. 연구의 의의

이러한 연구는 크게 세 가지의 가치를 지니고 있다. 첫째, 다양한 음악적 개성의 표출이 가능한 토대를 마련하여 대한민국이 획일적인 음악 문화로부터 벗어날 수 있는 구체적인 방안을 제시할 것이다. 둘째, 실질적인 사회적, 정책적 대안이 마련된다면 인디 뮤지션들의 삶의 질의 개선을 도모할 수 있을 것이다. 그리고 이는 곧 생계 문제로 음악을 포기하려 하는 잠재적 인재들의 활동을 가능케 하여 한국 음악의 발전을 이끌어낼 수 있을 것이다. 셋째, 인디 음악의 부흥을 위한 체계적 모델이 제시된다면 미술, 연극, 영화 등 다른 예술 분야에도 적용하여 대한민국의 문화적 발전을 위한 초석을 마련할 수 있을 것이다.

II. 본론

1. 인디음악의 실태

먼저 청년 유니온이 실시한 ‘청년 뮤지션 생활환경 실태조사’를 통해 현재 인디음악가들의 경제적 상황과 음악활동에 있어서의 어려움을 알 수 있다. 이 조사는 2009년 ‘달빛요정 만루홈런’의 이진원 씨의 죽음, 2010년 초의 ‘월드디제이페스티벌’의 노개런티 횡포, 문화부의 ‘문화예술인 실태조사’의 실효성 부족으로 인해 2011년 말 청년뮤지션들을 대상으로 실시되었다.

처음으로 집계된 인디음악가들의 경제 현황은, 인디음악가들 중 월수입 100만원 미만인 60%이며 그 중 고정수입은 69만원, 수입 중 음악활동으로 인한 수입 비율 10% 미만이 48%로 나타났다. 또한 응답자 중 65%가 음악이 주업이나, 그 중 68% 이상이 생계유지를 위해 강습이나 파트타임 등 불안정한 별도의 경제생활을 하고 있음을 알 수 있다. 음악과 노동을 병행하며 대부분 15~30시간 이상의 장시간 노동을 하고 있는 것이다. 이를 통해 인디음악가들은 음악활동에 의한 수입은 매우 적기 때문에 경제생활을 영위할 수 없어 별도의 경제 활동이 필요하고 그 결과 대부분이 장시간 노동을 하고 있음을 파악할 수 있다. 음악활동과 현실생활과의 괴리가 매우 큰 것이다.

음악활동을 하면서 가장 어려운 점으로는 33%가 경제적 어려움을, 25%가 열악한 음악환경을 들었다. 그리고 음악활동을 하면서 가장 불공정하다고 느끼는 점으로는 36%는 편향적인 음악시장, 19%는 지나치게 적은 출연료, 18%는 편향적인 미디어 환경을 들었다. 홍대 앞에서 활동하는 팀만 500-600팀이 되는데 이들이 실질적으로 활동할 수 있는 라이브 클럽은 20개 남짓이고 이런 클럽에서 출연료도 제대로 받지 못하고 있다고 한다. 즉 인디밴드들은 경제적 문제뿐만 아니라 소수 유명 기획사와 특정 장르의 음악에만 관심을 갖는 편향적인 음악

시장과 미디어 환경의 문제점까지 직면하고 있다.⁵⁾

다음으로 인디음반과 음원의 판매 실황이다. 음악사이트 멜론, 벅스, 엠넷 등을 보면 인디음악이라는 장르가 존재하고, 장르별 사이트를 보면 많은 인디음반과 음원들이 존재한다. 그러나 한국음반협회가 지정한 음악 차트인 가온차트에 의하면 인디음반은 2012년 4월, 5월 페퍼톤스의 음반을 제외하고는 2010년부터 100위 안에 하나도 존재하지 않음을 알 수 있다. 디지털 종합차트도 보면 2010년과 2011년 결산 순위 200위 안에는 인디음원이 없고 2012년이 되어서야 버벌진트, 어반자카파, 스탠딩에그, 페퍼톤스, 옥상달빛의 음원들이 등장하는 것을 확인할 수 있다. 즉 인디음악가들은 음반이나 음원을 제작하기도 어렵지만 제작한다 하더라도 관심도 잘 받지 못하고 큰 수익을 얻지 못함을 알 수 있다.

마지막으로 ‘반반무마니’와 ‘송진섭밴드’를 인터뷰한 결과를 통해 인디밴드의 실황을 파악해보고자 한다. 두 인디밴드의 뮤지션들은 공통적으로 인디밴드의 문제점으로 경제적 어려움을 들었다. 수익을 얻기 위해서는 인지도가 높아야 하는데 인지도는 공연 횟수, 홍보, 그리고 싸이월드 클럽의 활용도 등에 의해 높아질 수 있다. 그러나 사람들이 많이 찾는 홍대 클럽에서 공연을 하기에는 클럽 대관비가 너무 많이 들기 때문에 공연을 하더라도 손익분기점을 넘기지 못하는 경우가 대부분이다. 일반 대중들에게까지 인지도를 높이려면 대중매체에 노출되는 것이 중요하다는 점 또한 두 분이 공통적으로 지적한 사항이었다. 많은 인디밴드들은 인지도를 높이기 위해서 대중매체에 노출되는 것을 꺼려하지 않으며, 그러한 기회를 찾기 위해 열심히 노력하고 있다는 의견을 들을 수 있었다.

금전적 문제의 다른 면은 밴드들이 적은 수익이라도 얻기 위해 길거리 공연을 하고 관객에게 돈을 받는 행위인 버스킹(busking)을 할 때 외국과 달리 공연을 관람하고 돈을 지불하는 문화가 아직 정착되지 않았다는 것이었다. 실제로 홍대나 신촌에서 공연을 할 때 인디밴드의 실력만 좋으면 많은 사람들이 모여든다고 한다. 그러나 공연을 관람한 후 박수갈채만을 보낼 뿐 대가를 지불하지 않고 자리를 떠나기 때문에 인디밴드들의 수입원이 부족하다는 것이 두 밴드의 입장이었다. 또한 이들은 금전적 문제는 대중의 인식 때문이기도 하지만 인디밴드 자체의 문제점도 어느 정도 있다고 인정했다. 인디밴드가 실력이 정말 좋다면 홍대에서 공연을 할 수 있고 어느 정도 마니아층을 모을 수 있으며 이러한 마니아층의 수요로 창작 활동을 이어갈 수 있다는 것이다. 하지만 현재는 과거에 비해서 인디밴드들의 공연스타일이 비슷해지면서 음악의 개성이 부족해져가고 있으며, 이러한 인디밴드 과포화 상태에서는 인디밴드들 역시 연주 실력과 독창적인 작곡 능력 등 총체적인 실력을 향상시키기 위해 더욱 노력해야 한다고 두 밴드는 지적했다.

대중들이 인디음악을 잘 듣지 않는 이유에 대해서는 대중들이 대중음악의 단순함과 강렬함에 익숙해져 있기 때문이라는 답변을 들을 수 있었다. 현재 대중음악은 ‘황금코드’라 불리는 획일적 코드 진행에서 벗어나지 못하고 있는데 대중들은 이러한 음악에만 익숙해져 있다는 것이다. 이런 대중들에게 인디음악을 알리기 위해 탐밴드와 같은 텔레비전 프로그램에 출연하는 것에 대해서 이들은 긍정적으로 생각했다.

정책적 지원에서 가장 필요한 부분으로는 역시 금전적 지원을 들었다. 그리고 현재도 지하철이나 한강 등지에 인디밴드들의 공연을 위한 장소가 제공되긴 하지만 미흡하므로 공식적인 장소가 제공되는 것도 매우 필요하다는 입장이었다.

5) 아침햇살송, <2/10 뮤지션 실태조사 보고서 및 기자회견>, <<청년유니온>>, 2012.06.22., <http://m.cafe.daum.net/alabor/75zU/254?listURI=%2Falabor%2F75zU%3FnoticeYn%3D>

2. 원인 분석

가. 외재적 원인

1) 상권 변화 양상 및 그 영향

인디음악의 터전으로 자리하던 홍대는 ‘자유로운 음악의 산실’이라는 이미지를 업고 갈수록 많은 사람들의 발길을 끌기 시작했다.

< 표 1 >: 홍대입구역 승, 하차 인구 수치 및 2호선, 지하철 전체에서 차지하는 비율⁶⁾

년도	홍대입구	2호선전체	홍대입구/ 2호선 전체	지하철 전체(1~8호선)	홍대입구/ 지하철 전체
2006	34,538,244	1,066,215,533	0.0324	3,296,485,262	0.0105
2007	35,717,916	1,078,671,962	0.0331	3,295,645,872	0.0108
2008	38,161,719	1,111,060,949	0.0343	3,339,046,932	0.0114
2009	39,435,939	1,121,283,252	0.0352	3,345,667,478	0.0118
2010	41,445,981	1,116,056,638	0.0371	3,409,621,847	0.0122
2011	45,201,897	1,136,841,348	0.0398	3,483,812,341	0.0130

자료: 서울메트로

위 표에서 알 수 있듯이 홍대입구역의 유동인구는 절대 수치상으로도 상대적 비율로도 지난 6년 동안 지속적으로 증가했다. 이는 라이브 카페나 거리 공연 뮤지션들에게 늘어난 수요에 따른 수익의 일시적 상승을 가져다주었지만, 동시에 홍대를 경제적으로 매력적인 입지로 만들었다. '장재인'이나 '십센치' 등이 무명시절 공연했던 <살롱바다비>의 월세가 6년 사이 3배나 오르는 등⁷⁾ 지대는 지속적으로 상승하였고, 라이브 카페들은 인디음악가들로부터 받는 대관료를 높여야만 했으며, 그럼에도 지대를 감당하지 못한 경우 대형 프랜차이즈 업체에 밀려 문을 닫아야 했다. 인디음악가들은 대관료 상승으로 인해 비용 부담에 따른 경제적 어려움이 커졌으며, 라이브 카페 수 감소로 공연 장소마저 갈수록 부족해지는 상황에 놓인 것이다.

2) 디지털 음원 시장의 수익 배분 구조

디지털 음원 시장의 규모가 확대되고 반대로 오프라인 CD 음원 시장의 규모는 작아지는 현 상황을 볼 때, 온라인 음원 시장의 수익 배분 구조를 파악하는 것은 인디음악의 현주소

6) 서울메트로, 2012.06.27., http://team.mohw.go.kr/blss/_data/htmlView.jsp?menu_cd=B_02_06_01_01_04, 서울도시철도공사, 2012.06.27., <http://www.smrt.co.kr/main/publish/view.jsp?menuID=001007003008001>

7) 이동철, <월수입 69만원...웃고 있어도 눈물이 난다>, 2012.06.27., http://www.ohmynews.com/NWS_Web/view/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0001700015

를 분석하는 데 큰 도움을 줄 것이다. 본 논문에서는 대한민국의 대표적 통신사인 'SK Telecom'의 주요 서비스별 음원 수익 분배율을 살펴보았다. SK Telecom을 비롯한 통신사들은 컬러링과 벨소리 등 음원 관련 상품을 다룰 뿐 아니라, Melon, 도시락, 벅스 뮤직 등의 음원제공사와 직/간접적으로 연관되어 있기 때문에 이들 통신사를 살펴보는 것은 유의미한 연구 결과를 도출하는 데 도움을 줄 것이라고 판단하였다. SK Telecom의 음원 수익 분배율은 다음과 같이 정리해볼 수 있다.

< 표 2 >: 주요 서비스별 음원 수익 분배 비율('SK Telecom'의 사례) 8)

서비스		구분	SKT	Website	ASP	기술사용료	Contents Provider	음원료
모바일	컬러링	WAP	32.55		10.00		18.95	38.50
		WEB	12.55	20.00	10.00		18.95	38.50
	MOD		28.60		10.00	7.00	25.45	38.95
멜론			31.00				20.00	49.00

주: (용어 참고)

WAP(Wireless Application Protocol): 무선 통신 응용규약. 모바일(WIFI제외)을 통해 인터넷 콘텐츠를 제공받는 방식

ASP(Active Server Page): 모바일 가입자를 받아 적절한 음원 서비스를 제공하는 기술

Contents Provider: 음원콘텐츠를 웹이나 무선으로 송출하는 콘텐츠 공급기능 (대리중계업체)

MOD(Magneto Optical Disc): 광자기디스크. 고음질로 음원을 들을 수 있는 서비스

자료: 이동연, <인디음악의 대안적 시장 형성을 위하여>, 《한국 인디음악의 미래는 있는가?: 자생적인 음악시장을 만들기 위한 대안 찾기》, 문화연대, p.8, 2011

위의 표에서 알 수 있듯, 소비자가 상품 구입에 지불하는 비용을 100이라고 한다면 음원의 경우 49, 그 외의 모바일 서비스의 경우 39 정도가 실질적인 음원료로 지불됨을 알 수 있다. 여기서 '음원료'가 또다시 음원제작사, 저작권자, 실연자의 수익과 대리 수수료 등으로 분할됨을 감안한다면, 음악의 실제 창작자에게는 그보다 더 적은 수익만이 돌아가게 된다. 예를 들어 한 음원제공사에서 한 곡당 500원에 곡을 다운로드 할 수 있는 서비스를 제공한다고 하자. 이 때 앞서 언급한 음원제작사, 저작권자, 그리고 실연자들은 그들을 대표할 수 있는 협회에 수익의 징수를 위임하게 된다. 저작권자를 대변하는 음악저작권협회에서는 곡당 45원 혹은 매출액의 9%를, 실연자를 대변하는 예술실연자단체연합회에서는 매출액의 곡당 20원 혹은 매출액의 5%를, 그리고 음반제작사를 대변하는 음원제작자협회에서는 곡당 200원 혹은 매출액의 40%에 해당하는 수익을 징수한다.9) 여기서 추가적인 수수료가 발생함을 감안하면 결과적으로 인디음악가를 포함한 음악 창작자들에게는 500원짜리 곡 당 약 40원에 해당하는 수익이 발생한다고 볼 수 있다.

그렇다면 이렇게 동일한 상황에 놓인 인디음악가들과 대형 기획사에 소속된 아티스트들과의 차이점은 무엇일까? 첫째, 대다수의 인디음악가들과 달리 대형 기획사에 소속된 아티스트는 방송 출연과 광고, 대형 콘서트 등 다양한 수익창출 수단이 존재한다. 둘째, 같은 SK 계

8) 이동연, <인디음악의 대안적 시장 형성을 위하여>, 《한국 인디음악의 미래는 있는가?: 자생적인 음악시장을 만들기 위한 대안 찾기》, 문화연대, p. 8, 2011

9) DRM인사이드, <디지털콘텐츠 유통경로에 따른 합리적 수익배분 조사>, 《정책연구 06-03》, 한국소프트웨어진흥원, p. 67, 2006

열사에 속한 엔터테인먼트와 Melon의 관계와 같이 이들 대형 기획사는 음원제공사나 유통사와 관련이 깊은 경우가 많으며, 따라서 이들 회사와의 연동 가능성이 높다고 할 수 있다.

위와 같이 디지털 음원 시장에서의 수익 배분 구조, 그리고 그러한 구조 속에서 인디 음악가들과 대형 기획사 소속의 음악가들이 갖는 차이점을 살펴보았을 때, 현 상황에는 많은 문제점이 존재하며 이에 대한 개선 방향의 제시가 필요하다고 할 수 있다. 이에 관한 내용은 대중들의 인식 등 다른 부분의 중점적 내용을 참고하여 ‘대안의 제시’ 부분에서 자세히 다루고자 한다.

3) 인디음악에 대한 대중의 인식

인디음악에 대한 대중의 인식과 인지도 파악을 위해, 본 연구에서는 인디음악의 주요 소비자인 대학생 76명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 총 13문항으로 구성하였으며, 인디음악에 대한 대중의 인식을 알아봄과 동시에 해결방안 모색에 필요한 정보들을 얻는 것을 목적으로 하였다. 문항들은 크게 인디음악에 관련된 경험들, 인디음악에 대한 선호도, 그리고 인디음악에의 접근성에 관한 것들로 이루어졌다.

[그림 1] 설문조사 원본

인디음악을, 대형기획사나 거대 자본에 소속되지 않은 음악가 또는 밴드가 자신이 원하는 것을 독립적으로 표현한 음악으로 정의할 때, 인디음악가 혹은 밴드의 거리 공연을 본 적이 있는가?*

- 있다
- 없다

없다'를 선택했을 경우 그 이유는?

- 접할 기회가 없어서
- 인디 음악가나 밴드에 흥미 혹은 관심이 없어서
- 음악적 취향이 거리 공연 음악과 맞지 않아서
- 목적지로 이동하는 도중 시간이 부족해서

있다'를 선택했을 경우, 그 장소는? (가장 많이 점한 장소는?) *

- 지하철
- 흥대와 인사들 등의 거리
- 금천
- 기타

있다'를 선택했을 경우, 대가를 지불한 적이 있는가? *

- 지불한 적이 있다.
- 지불한 적이 없다.

지불한 적이 있다'를 선택했을 경우, 평균적으로 얼마를 지불하였는가?

- 1천원 미만
- 1천원~3천원
- 3천원~5천원
- 5천원~1만원
- 1만원 이상

지불한 적이 없다'를 선택했을 경우, 그 이유는?

- 공연의 질이 마음에 들지 않아서
- 주위 사람들이 지불하지 않아서
- 어떻게 지불해야 하는지 몰라서
- 지불할 필요성을 느끼지 못해서

지불한 적이 없다'를 선택했을 경우, 위의 문제점이 해결되었을 때 공연에 대한 대가로 얼마까지 지불할 의향이 있는가?

- 1천원 미만
- 1천원~3천원
- 3천원~5천원
- 5천원~1만원
- 1만원 이상

인디 음악을 즐겨 듣는가? (단, 10cm과 장기하와 얼굴들 등 소수의 큰 영향력을 갖는 인디음악가 및 밴드는 제외- 밑의 질문들에도 동일하게 적용) *

1 2 3 4 5 6 7

매우 그렇지 않다 매우 그렇다

당신이 생각하는 인디음악과 일반 대중 사이의 거리감은? *

1 2 3 4 5 6 7

매우 친밀하다 거리감이 매우 크다

인디 음악의 음악적 성격이 대중과 보다 더 가까워져야 한다고 생각하는가? *

1 2 3 4 5 6 7

매우 그렇지 않다 매우 그렇다

인디 음악에 대한 접근성(클럽 공연 등)이 얼마나 확보되었다고 생각하는가? *

1 2 3 4 5 6 7

전혀 확보되지 않았다. 매우 충분히 확보되었다.

인디 음악을 주로 접하게 되는 통로는? *

- 거리 혹은 클럽 공연
- 앨범 CD 구입
- 디지털 음원(멜론, 스테이지, 빅스뮤직 등의 상품) 구입
- Youtube 등의 무료 대체
- 불법 다운로드

인디 뮤지션들이 오디션을 거쳐 경합하는 탐밴드 혹은 나가수 형식의 프로그램이 방영된다면 시청할 의향이 있는가? *

1 2 3 4 5 6 7

매우 그렇지 않다 매우 그렇다

주: 대학생들이 접근하기 쉽도록 인터넷상에서 Google Docs라는 프로그램을 이용하여 진행하였다.
빨간색 '*'는 필수항목을 의미한다.

[그림 2]: 설문조사 결과

인디음악을, 대형 기획사나 거대 자본에 소속되지 않은 음악가 또는 밴드가 자신이 원하는 것을 독립적으로 표현한 음악으로 정의할 때, 인디 음악가 혹은 밴드의 거리 공연을 본 적이 있는가?	있다(를 선택했을 경우, 그 장소는? (가장 많이 접한 장소는?))	있다(를 선택했을 경우, 대가를 지불한 적이 있는가?)	지불한 적이 있다. (를 선택했을 경우, 평균적으로 얼마를 지불하였는가?)	지불한 적이 없다. (를 선택했을 경우, 그 이유는?)	지불한 적이 있다. (를 선택했을 경우, 위의 문제점이 해결되었을 때 공연에 대한 대가로 얼마까지 지불할 의향이 있는가?)	있다(를 선택했을 경우 그 이유는?)	인디 음악을 즐겨 듣는가? (단, 10cm과 장기화와 얼굴 들 등 소수의 큰 영향력을 갖는 인디 음악가 및 밴드는 제외-일의 질문에서도 동일하게 적용)	당신이 생각하는 인디음악과 일반 대중 사이의 거리감은?	인디음악의 음악적 성격이 대중과 보다 더 가까워져야 한다고 생각하는가?	인디음악의 음악적 성격이 대중과 보다 더 가까워져야 한다고 생각하는가?	인디음악을 주로 접하게 되는 통로는?	인디 음악에 대한 접근성(유통 경로)이 얼마나 확보되었다고 생각하는가?	인디 뮤지션들이 오디션을 거쳐 경쟁하는 알앤디 혹은 나가수 형식의 프로그램이 방영된다면 시청률 의향에 있는가?
없다						접할 기회가 없어서	6	5	3	매체	Youtube 등의 무료	3	3
없다						접할 기회가 없어서	1	4	3	연	거리 혹은 클럽 공연	4	6
있다	지하철	지불한 적이 없다.	1천원~3천원				1	5	4	연	거리 혹은 클럽 공연	4	6
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		지불할 필요성을 느끼지 못해서	5천원~1만원		1	5	2	연	Youtube 등의 무료	4	2
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원		2	6	4	매체	Youtube 등의 무료	3	5
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		주위 사람들이 지불하지 않아서	3천원~5천원		2	4	4	연	거리 혹은 클럽 공연	5	6
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		주위 사람들이 지불하지 않아서	1천원~3천원		1	5	5	연	거리 혹은 클럽 공연	4	4
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		어떻게 지불해야 하는지 몰라서	1천원~3천원		4	3	5	연	디지털 음원(앨범, 음러뮤직, 벵스뮤직 등의 상품) 구입	3	6
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	1만원 이상				7	3	7	직 등의 상품) 구입	거리 혹은 클럽 공연	4	7
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		지불할 필요성을 느끼지 못해서	3천원~5천원		2	6	4	연		5	5
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		주위 사람들이 지불하지 않아서	5천원~1만원		5	5	3	불법 다운로드	디지털 음원(앨범, 음러뮤직, 벵스뮤직 등의 상품) 구입	3	6
있다	기타	지불한 적이 없다.		주위 사람들이 지불하지 않아서	5천원~1만원		3	5	3	직 등의 상품) 구입	거리 혹은 클럽 공연	4	7
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 있다.	5천원~1만원				2	5	2	연		2	6
있다	기타	지불한 적이 없다.		주위 사람들이 지불하지 않아서	1천원 미만		1	6	6	연	거리 혹은 클럽 공연	6	3
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원		3	4	2	매체	Youtube 등의 무료	5	5
있다	지하철	지불한 적이 없다.		어떻게 지불해야 하는지 몰라서	1천원~3천원		4	3	5	매체	Youtube 등의 무료	3	5
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		어떻게 지불해야 하는지 몰라서	3천원~5천원		5	7	2	매체	불법 다운로드	3	6
없다						접할 기회가 없어서	6	5	1	연	디지털 음원(앨범, 음러뮤직, 벵스뮤직 등의 상품) 구입	3	4
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		어떻게 지불해야 하는지 몰라서	5천원~1만원		4	5	1	연	거리 혹은 클럽 공연	3	7
없다						접할 기회가 없어서	5	4	4	연		2	4
있다	공원	지불한 적이 없다.		지불할 필요성을 느끼지 못해서	5천원~1만원		2	3	5	연	거리 혹은 클럽 공연	5	6
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	1천원 미만	지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원		3	5	5	연	거리 혹은 클럽 공연	2	6
인디음악을, 대형 기획사나 거대 자본에 소속되지 않은 음악가 또는 밴드가 자신이 원하는 것을 독립적으로 표현한 음악으로 정의할 때, 인디 음악가 혹은 밴드의 거리 공연을 본 적이 있는가?	있다(를 선택했을 경우, 그 장소는? (가장 많이 접한 장소는?))	있다(를 선택했을 경우, 대가를 지불한 적이 있는가?)	지불한 적이 있다. (를 선택했을 경우, 평균적으로 얼마를 지불하였는가?)	지불한 적이 없다. (를 선택했을 경우, 그 이유는?)	지불한 적이 있다. (를 선택했을 경우, 위의 문제점이 해결되었을 때 공연에 대한 대가로 얼마까지 지불할 의향이 있는가?)	있다(를 선택했을 경우 그 이유는?)	인디 음악을 즐겨 듣는가? (단, 10cm과 장기화와 얼굴 들 등 소수의 큰 영향력을 갖는 인디 음악가 및 밴드는 제외-일의 질문에서도 동일하게 적용)	당신이 생각하는 인디음악과 일반 대중 사이의 거리감은?	인디음악의 음악적 성격이 대중과 보다 더 가까워져야 한다고 생각하는가?	인디음악의 음악적 성격이 대중과 보다 더 가까워져야 한다고 생각하는가?	인디음악을 주로 접하게 되는 통로는?	인디 음악에 대한 접근성(유통 경로)이 얼마나 확보되었다고 생각하는가?	인디 뮤지션들이 오디션을 거쳐 경쟁하는 알앤디 혹은 나가수 형식의 프로그램이 방영된다면 시청률 의향에 있는가?
있다	지하철	지불한 적이 없다.	1천원 미만	공연의 질이 마음에 들지 않아서	1천원~3천원		6	5	5	매체	디지털 음원(앨범, 음러뮤직, 벵스뮤직 등의 상품) 구입	3	6
있다	지하철	지불한 적이 없다.		공연의 질이 마음에 들지 않아서	1천원~3천원		5	5	3	연	거리 혹은 클럽 공연	3	6
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		주위 사람들이 지불하지 않아서	5천원~1만원		2	3	3	연	거리 혹은 클럽 공연	5	2
있다	지하철	지불한 적이 없다.		지불할 필요성을 느끼지 못해서	3천원~5천원		7	3	3	직 등의 상품) 구입	디지털 음원(앨범, 음러뮤직, 벵스뮤직 등의 상품) 구입	5	7
없다						인디 음악가나 밴드에 흥미 혹은 관심이 없어서	3	4	5	매체	디지털 음원(앨범, 음러뮤직, 벵스뮤직 등의 상품) 구입	5	7
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		지불할 필요성을 느끼지 못해서	1만원 이상		3	2	7	직 등의 상품) 구입	Youtube 등의 무료	3	6
없다						접할 기회가 없어서	2	4	3	매체		5	2
있다	공원	지불한 적이 없다.		지불할 필요성을 느끼지 못해서	3천원~5천원		6	3	6	직 등의 상품) 구입	디지털 음원(앨범, 음러뮤직, 벵스뮤직 등의 상품) 구입	2	6
없다						인디 음악가나 밴드에 흥미 혹은 관심이 없어서	3	3	2	매체	CD 구입	3	1
있다	지하철	지불한 적이 있다.	1만원 이상				6	4	5	매체	Youtube 등의 무료	3	5
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.		어떻게 지불해야 하는지 몰라서	3천원~5천원		1	7	7	매체		3	7
있다	지하철	지불한 적이 없다.		지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원		4	6	2	매체	Youtube 등의 무료	3	2
있다	지하철	지불한 적이 없다.		주위 사람들이 지불하지 않아서	1천원~3천원		7	4	1	매체	디지털 음원(앨범, 음러뮤직, 벵스뮤직 등의 상품) 구입	4	5
있다	중대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	1천원 미만				7	3	6	연	거리 혹은 클럽 공연	3	7
없다						접할 기회가 없어서	2	5	5	매체	디지털 음원(앨범, 음러뮤직, 벵스뮤직 등의 상품) 구입	3	6
있다	공원	지불한 적이 없다.		지불할 필요성을 느끼지 못해서	5천원~1만원		2	4	1	매체	Youtube 등의 무료	4	5
없다						인디 음악가나 밴드에 흥미 혹은 관심이 없어서	1	2	5	매체		4	3
있다	기타	지불한 적이 없다.		어떻게 지불해야 하는지 몰라서	3천원~5천원		2	5	6	매체	Youtube 등의 무료	2	6
없다						인디 음악가나 밴드에 흥미 혹은 관심이 없어서	2	6	2	매체	불법 다운로드	3	2
없다						접할 기회가 없어서	5	5	3	매체	디지털 음원(앨범, 음러뮤직, 벵스뮤직 등의 상품) 구입	2	6
있다	기타	지불한 적이 있다.	5천원~1만원				4	5	4	매체	불법 다운로드	3	2

인디음악을, 대형 기획사나 기대 자본에 소속되지 않은 음악가 또는 밴드가 자신이 원하는 것을 독립적으로 표현할 음악으로 정의할 때, 인디 음악가 혹은 밴드의 거리 공연을 본 적이 있는가?	있다(를 선택했을 경우, 그 장소는? (가장 많이 접한 장소는?))	있다(를 선택했을 경우, 가장 많이 접한 장소는?)	지불한 적이 있다(를 선택했을 경우, 평균적으로 얼마 지불하였는가?)	지불한 적이 없다(를 선택했을 경우, 그 이유는?)	지불한 적이 없다(를 선택했을 경우, 평균적으로 얼마 지불하였는가?)	지불한 적이 없다(를 선택했을 경우, 그 이유는?)	지불한 적이 없다(를 선택했을 경우, 평균적으로 얼마 지불하였는가?)	지불한 적이 없다(를 선택했을 경우, 그 이유는?)	인디 음악을 즐겨 듣는가? (예, 10cm과 장기하와 얼굴 등 소수의 큰 영향력을 갖는 인디 음악가 및 밴드는 제외, 일의 질문에도 동일하게 적용)	당신이 생각하는 인디음악과 일반 대중 사이의 거리 같은?	인디음악의 음악적 성격이 대중과 보다 더 가까워져야 한다고 생각하는가?	인디음악의 음악적 성격이 대중과 보다 더 가까워져야 한다고 생각하는가?	인디음악에 대한 접근성(공연 비용)이 얼마나 확보되었다고 생각하는가?	인디 뮤지션들이 오디오션을 거쳐 결합하는 앨범드 혹은 나가수 형식의 프로그램이 방영된다면 시청할 의향이 있는가?
있다	총대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	어떻게 지불해야 하는지 몰라서 지불할 필요성을 느끼지 못해서	3천원~5천원					6	2		6	5	3
있다	지하철	지불한 적이 없다.	지불할 필요성을 느끼지 못해서	3천원~5천원					7	5		6	4	6
있다	총대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	5천원~1만원	주위 사람들이 지불하지 않아서	1천원~3천원				6	5		7	2	6
있다	총대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	5천원~1만원	주위 사람들이 지불하지 않아서	1천원~3천원				1	6		5	4	4
있다	총대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	5천원~1만원	어떻게 지불해야 하는지 몰라서	3천원~5천원				3	5		3	5	5
있다	총대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	5천원~1만원	주위 사람들이 지불하지 않아서	1천원~3천원				3	5		4	3	6
있다	총대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	1만원 이상	지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원				7	1		6	7	1
있다	지하철	지불한 적이 없다.	1만원 이상	지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원				4	5		2	5	6
있다	지하철	지불한 적이 없다.	1만원 이상	지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원				1	7		1	4	5
있다	지하철	지불한 적이 없다.	1만원 이상	지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원				1	5		3	3	5
있다	공원	지불한 적이 없다.	어떻게 지불해야 하는지 몰라서	3천원~5천원					3	5		2	5	6
있다	기타	지불한 적이 없다.	주위 사람들이 지불하지 않아서	1천원 미만					1	6		5	3	3
있다	지하철	지불한 적이 없다.	1천원~3천원	접할 기회가 없어서	5	5	5	5	5	5		4	3	4
없다				인디 음악가나 밴드에 흥미 혹은 관심이 없어서	1	6	4	1	1	6		4	5	5
있다	지하철	지불한 적이 없다.	지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원					2	5		2	4	6
있다	기타	지불한 적이 없다.	1천원~3천원	지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원				5	5		3	2	6
있다	총대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원					5	3		3	5	6
있다	공원	지불한 적이 없다.	지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원					3	5		6	3	7
있다	총대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	주위 사람들이 지불하지 않아서	1천원~3천원					5	6		2	5	3
없다				접할 기회가 없어서	5	5	5	5	5	5		5	5	6
없다				접할 기회가 없어서	2	5	2	2	2	5		2	6	4
있다	인디음악을, 대형 기획사나 기대 자본에 소속되지 않은 음악가 또는 밴드가 자신이 원하는 것을 독립적으로 표현할 음악으로 정의할 때, 인디 음악가 혹은 밴드의 거리 공연을 본 적이 있는가?	있다(를 선택했을 경우, 그 장소는? (가장 많이 접한 장소는?))	있다(를 선택했을 경우, 가장 많이 접한 장소는?)	지불한 적이 있다(를 선택했을 경우, 평균적으로 얼마 지불하였는가?)	지불한 적이 없다(를 선택했을 경우, 그 이유는?)	지불한 적이 없다(를 선택했을 경우, 평균적으로 얼마 지불하였는가?)	지불한 적이 없다(를 선택했을 경우, 그 이유는?)	지불한 적이 없다(를 선택했을 경우, 평균적으로 얼마 지불하였는가?)	인디 음악을 즐겨 듣는가? (예, 10cm과 장기하와 얼굴 등 소수의 큰 영향력을 갖는 인디 음악가 및 밴드는 제외, 일의 질문에도 동일하게 적용)	당신이 생각하는 인디음악과 일반 대중 사이의 거리 같은?	인디음악의 음악적 성격이 대중과 보다 더 가까워져야 한다고 생각하는가?	인디음악의 음악적 성격이 대중과 보다 더 가까워져야 한다고 생각하는가?	인디음악에 대한 접근성(공연 비용)이 얼마나 확보되었다고 생각하는가?	인디 뮤지션들이 오디오션을 거쳐 결합하는 앨범드 혹은 나가수 형식의 프로그램이 방영된다면 시청할 의향이 있는가?
있다	기타	지불한 적이 없다.	1천원~3천원	지불할 필요성을 느끼지 못해서					4	5		2	2	1
없다				접할 기회가 없어서	1	5	5	5	1	5		5	2	5
없다				인디 음악가나 밴드에 흥미 혹은 관심이 없어서	2	4	2	2	2	4		5	3	3
있다	총대와 인사동 등의 거리	지불한 적이 없다.	지불할 필요성을 느끼지 못해서	1천원~3천원					6	3		3	4	1
있다	기타	지불한 적이 있다.	1천원 미만	공원의 길이 마음에 들지 않아서	1천원~3천원				2	6		7	1	2
있다	기타	지불한 적이 있다.	3천원~5천원						5	3		1	3	4
있다	기타	지불한 적이 있다.	1만원 이상						7	5		1	3	7
없다				접할 기회가 없어서	2	6	2	2	2	6		6	2	2

3.51351351351351 4.56756756756757 3.9054054054054 3.60810810810811 4.74324324324324

먼저 인디음악에 관련된 경험을 묻는 문항들에서는 거리 공연에 중점을 두었다. 앞서 제시한 인디음악가들과의 인터뷰에서 알 수 있듯이, 대다수의 인디뮤지션들에게 거리공연은 대중들에게 자신을 알릴 수 있는 가장 보편적인 수단이라고 할 수 있기 때문이다. 인디 뮤지션들의 거리 공연을 관람한 경험의 여부를 묻는 질문에서, 23%가 그러한 경험이 없다고 답했고 그 중 71%가 접할 기회가 없음을, 그리고 29%가 인디음악에 자신의 관심이 부족함을 그 이유로 들었다. 그러한 경험이 있다고 답한 67%의 설문조사자의 경우 25%가 지하철, 48%가 홍대와 인사동 등지의 거리, 11%가 공원, 그리고 16%가 기타 장소에서 인디음악을 접했다고 밝혔다.

다음으로, 거리공연을 관람한 적이 있다는 응답자들을 대상으로 금전적 비용의 지불 여부를 물었을 때, 21%의 응답자만이 비용을 지불한 적이 있다고 답하였고 79%의 응답자가

그러한 경험이 없다고 밝혔다. 그 이유로는 43%가 필요성을 느끼지 않아서, 27%가 주위 사람들이 지불하지 않아서, 20%가 지불 방법을 몰라서, 그리고 10%가 공연의 질이 마음에 들지 않아서라고 답하였다.

인디음악을 주로 접하는 통로를 묻는 문항에서는 31%가 디지털 음원을, 29%가 거리 혹은 클럽공연을, 28%가 Youtube 등의 무료매체를, 11%가 불법다운로드를, 그리고 1%가 CD 앨범의 구매를 선택하였다.

마지막으로 1~7까지의 범위를 주고 질문에 대한 자신의 의견이 해당하는 지점을 선택 하길 요구하는 문항들의 경우, 먼저 7점을 ‘매우 즐겨듣는다’로 설정한 “인디음악을 즐겨듣는가” 문항에서는 평균 3.51점의 결과를 얻었다. 다음으로 7점을 ‘거리감이 매우 크다’로 설정한 “당신이 생각하는 인디음악과 대중 사이의 거리감은?” 문항의 경우 평균 4.58의 결과를 얻을 수 있었다. 다음으로 7점을 ‘매우 잘 확보되었다.’로 설정한 “인디음악에 대한 접근성이 얼마나 확보되었다고 생각하는가?” 문항에서는 평균 3.61점의 결과를 얻었다. 마지막으로 7을 ‘시청할 의향이 매우 있다’라고 설정한 “인디 뮤지션들이 오디션을 거쳐 경합하는 프로그램이 방영되면 시청할 의향이 있는가?” 문항에서는 평균 4.74점의 결과를 얻을 수 있었다.

이상의 설문조사를 바탕으로 추론할 수 있는 점들을 요약하자면 다음과 같다. 먼저 다수의 사람들은 인디뮤지션들의 거리공연을 접한 경험이 있으며 홍대와 인사동 등지의 거리와 지하철에서의 경험 비중이 특히 높음을 알 수 있다. 또한 경험이 없는 사람들의 경우, 관심 부족 보다는 기회의 부족을 더 많이 이유로 들었다. 거리공연에 대한 금전적 비용 지불 여부의 경우, 다수의 사람들이 비용을 지불한 경험이 없지만, 그 중 10%만이 공연 질의 부족 때문이며 나머지는 인디음악과 거리공연에 대한 인식에 의한 것임을 알 수 있었다. 인디음악을 접하는 방법의 경우 디지털 음원, 거리 공연, Youtube 등의 매체가 큰 비중을 차지하는 반면 CD 음반의 경우 1%의 비중만을 차지함을 알 수 있었다. 마지막으로 많은 사람들이 인디음악과의 거리감을 크게 느끼고 있지만 동시에 TV 프로그램을 통해 노출될 경우 시청할 의향이 있으며, 인디음악에 대한 선호도와 접근성은 비교적 낮게 평가하고 있음을 알 수 있었다.

나. 내재적 원인 - 낮은 진입 장벽

인디음악은 다른 음악 장르에 비해 진입 장벽이 낮다. 클래식이나 국악보다 인디음악의 진입 장벽이 낮은 이유는 클래식과 국악은 관객이 지불하는 금액보다 국가의 세금으로 운영되는 부분이 크기 때문이다. 클래식이나 국악이 정부로부터 지원받는 비중이 더 높다는 근거 중 하나로 예술행사에 지원된 국고의 액수를 들 수 있다. 2011년에 클래식 음악 관련 행사 중 국고 지원을 받은 행사의 수는 9개, 지원받은 금액은 13억 5천만 원이다. 국고 지원을 받은 국악 행사는 14개 있었으며, 총 11억 8천만 원을 지원받았다. 반면에 국고 지원을 받은 인디음악 행사는 2개(서울 프린지 페스티벌, 인천 펜타포트 음악축제)였으며, 총 1억 5천만 원을 지원 받았다.¹⁰⁾ 인디음악 예술행사가 클래식 음악이나 국악 행사에 비해 그 수가 큰 차이를 보이지 않는다는 점에서, 이는 결국 클래식 음악과 국악이 국고 지원을 비교적 많이 받는다는 사실을 보여준다. 결과적으로 당사자가 자유롭게 음악 활동을 하고 수익을 얻는 인디음악 뮤지션들과는 달리, 클래식과 국악 뮤지션들은 국가 또는 지자체의 직접적인 영향 하에 있다. 국가

10) 예술경영지원센터, 《2011 문예진흥기금지원 예술행사 평가-공연예술행사 평가보고서》, pp. 31~32, 2012

는 예산 절약을 위해 최소한의, 정말로 실력 있는 뮤지션만을 유지하려 하므로 클래식과 국악의 진입 장벽은 인디음악에 비해 높다고 할 수 있다.

인디음악은 대중음악에 비해서도 진입 장벽이 낮다. 대중음악 가수가 되려면 먼저 기획사 오디션을 봐야 하고, 이후 연습생이 되어 혹독한 훈련을 해야 한다. 가수 지망생 수에 비해 가수가 되는 사람의 수는 매우 적기 때문에 모든 과정의 경쟁률이 매우 높다. 그러므로 어떻게든 가수가 되려는 지망생들은 오디션 프로그램에라도 도전해보지만, 이 또한 수천에서 수만 명 중 한 명을 뽑다보니 어렵기는 마찬가지이다. 반면 인디음악은 접근이 쉽다. 한창 인디음악이 부각되던 90년대 후반의 경우, 고등학생 밴드라도 오디션을 통과하면 바로 무대에서 공연할 수 있었다.¹¹⁾ 지금도 마음이 맞는 사람끼리 모여서 언제든지 시작할 수 있는 것이 인디밴드이다. 따라서 인디음악은 대중음악보다 진입 장벽이 낮다고 할 수 있다.

결과적으로 인디음악은 진입 장벽이 낮기에 많은 뮤지션들이 참여할 수 있으며 이에 따라 개성 있고 독립적인 인디적 특징이 강화되었다. 그러나 한편으로는, 진입 장벽이 낮다는 특징으로 인해 인디음악은 다른 음악 장르에 비해 상대적으로 전문성이 부족하다는 단점도 가지게 되었다. 또한 앞서 제시하였듯 인디 뮤지션 중에는 인디음악만으로 먹고살지 못해서 다른 일을 병행하는 사람도 적지 않은데 이는 그들의 전문성이 한 층 더 떨어지게끔 하는 결과를 낳았다고 볼 수 있다. 대중음악 가수 중에서 노래와 연기 또는 예능을 병행하는 가수들이 두 분야 모두에서 최상의 실력을 발휘하지 못하는 것과 크게 다르지 않다.

이러한 문제를 해결하려면, 인디음악의 음악적 수준을 제고할 필요가 있다. 그러기 위해서는 정부의 금전적, 비금전적 지원이 필요하다. 인디 뮤지션 및 밴드 전체를 위한 정책적 지원도 필요하지만, 실력에 근거한 차등적 지원 또한 필요하다고 할 수 있다. 구체적으로 어떠한 정책적 노력이 필요한지는 뒤에서 자세히 다룰 것이다.

3. 대안 모색

지금까지의 원인 분석을 통해 살펴본 현행 인디음악의 문제점을 정리하면 다음의 5가지로 요약해볼 수 있다. 첫째, 공연 장소가 부족하고 비용이 많이 든다. 둘째, 디지털 음원 시장의 수익 분배를 살펴보았을 때, 음원 판매로 추가적인 창작을 위한 경제적 이득을 얻기 힘들다. 셋째, 인디음악과 인디음악가들에 대한 대중의 인식에 인디음악 발전에 저해요소로 작용할 수 있는 부분들이 존재한다. 넷째, 인디음악에 대한 대중의 접근성이 충분히 확보되지 못하였다. 다섯째, 진정으로 실력과 열정이 있는 인디음악가들에게 그에 상응하는 기회를 줄 수 있는 시스템이 미흡하다. 아래에 제시된 각각의 해결책들은 최소한 하나 이상의 문제점에 대한 해결책을 제시하고 있으며, 전체적으로 보았을 때에는 위에서 제기한 모든 문제점에 대한 해답을 다양한 방향에서 제시하고 있다.

가. 외부 사례 Case Study

11) 조일동, <취향의 공동체로서의 한국 인디음악인의 사회화과정 - 한 인디 기타리스트의 생애사를 중심으로>, 《청소년문화포럼》, Vol. 15, No.0, 한국청소년문화연구소, p. 155, 2007

케이스 스터디는 크게 정책적 차원과 기업적 차원의 두 가지 방향에서 이루어질 것이다. 영국의 런던과 케임브리지, 오스트리아의 잘츠부르크, 미국의 뉴욕, 시카고 등 여러 도시에서 인디음악의 주된 장인 거리 공연에 관한 규제 및 지원이 이루어지고 있으며, 정책적 차원의 접근에서는 이들 중 대표적으로 뉴욕의 Music Under New York(MUNY) 프로그램과 잘츠부르크 시의 정책을 다룰 것이다. 또한, 기업적 차원의 접근에서는 영국의 음악공유사이트 www.last.fm에서 진행하는 Artist Royalty Program을 다룰 것이다.

1) 정책적 차원

뉴욕 지하철(New York Metropolitan Transportation Authority)의 Arts for Transit Office가 진행하는 Music Under New York(MUNY) 프로그램을 통해 350명이 넘는 거리 공연 아티스트들은 약 25 곳에서 연간 7,000회가 넘는 공연을 한다.¹²⁾ 이들은 공연을 그저 취미로만 여기는 아마추어가 아니라, 정식 오디션을 거쳐 선별된 프로이다. 매년 봄 열리는 오디션에서 MUNY 프로그램에 참여하고자 하는 거리 공연 아티스트들은 전문가, 프로 아티스트, 음악계 인사, 문화 기관 관계자 등으로 이루어진 패널에 의한 심사를 거쳐야 한다.¹³⁾ 지하철 이용객들은 클래식 바이올리니스트, 케이준 첼리스트, 재즈 앙상블, 블루스 아티스트, 라틴 기타리스트¹⁴⁾ 등 다양하고 개성 있는 인디음악가들의 수준 높은 공연을 즐길 수 있으며, 음악가들은 다량의 유동인구가 통과하는 교통의 결절점에서 공연함으로써 높은 소득을 올릴 수 있다. 어떤 공연을 관람하더라도 일정 수준 이상의 음악적 완성도를 보장받을 수 있으므로 관객 호응도와 참여도가 높으며, 외부 관광객들에게는 거리의 명소로서 알려져 관광객 유치라는 부차적 효과도 나타난다. 심사를 통한 선별과 그에 따른 높은 질적 수준 유지는 높은 관객 만족도와 향상된 음악가 소득으로 이어지는 것이다.

모차르트의 출생지로 유명한 잘츠부르크 시 역시 심사를 통해 거리 공연 아티스트들을 선별한다. 나아가 잘츠부르크 시는 거리 공연장 확보에 연 264,560,000 유로의 예산을 책정하는 등 각종 경제적 지원을 제공한다.¹⁵⁾ 거리 음악가들은 큰 경제적 고충 없이 공연할 수 있으며, 잘츠부르크 시의 거리에서 즐길 수 있는 수준급 음악은 잘츠부르크를 대표하는 명물로 자리 잡아 관광객을 유치하고 있다.

Music Under New York(MUNY) 프로그램과 잘츠부르크 시에 관한 케이스 스터디에서는 인디음악가들이 직면한 문제에 대한 본질적인 해결방안을 엿볼 수 있다. 본 논문에서 앞서 분석했던 것과 같이, 인디음악가들의 어려움은 주로 경제적인 것이다. 음악가들은 음악만으로는 정상적인 생활을 영위하지 못하고, 생계를 유지하기 위해 두 가지 직업을 동시에 갖는 경우가 많다. MUNY 프로그램과 잘츠부르크 시의 정책은 모두 이러한 경제적인 문제에 대한 나름대로의 해답이다.

우선 MUNY 프로그램과 잘츠부르크 시의 정책에서는 정부와 음악가들 각각의 이해관

12) <http://www.mta.info/mta/aft/muny/>

13) <http://www.mta.info/mta/aft/muny/auditions.html>

14) <http://www.mta.info/mta/aft/muny/musicians.html>

15) Yohann Floch, *Street Artists in Europe*, Brussels: European Parliament Policy Department Structural and Cohesion Policies, p.182, 2007

계의 접점을 찾는 것이 무엇보다 중요하다는 것을 알 수 있다. 정부 정책의 가장 중요한 목적은 시민들의 삶의 질 향상이므로 정부는 이러한 목적에 합치하는 정책을 수립하고자 한다. 그런데, 정부의 활동은 언제까지나 예산에 의해 제한되어 있으므로, 인디음악의 부흥이 아무리 음악적으로 중요한 의의를 가진다고 해도 무차별적인 지원은 현실적으로 가능하지 않고 정책적 우선순위도 될 수 없다. 따라서 MUNY 프로그램과 잘츠부르크 시는 제한적인 예산과 인디음악에 대한 지원 사이의 타협점으로서 ‘실력에 근거한 선별’을 표방한다. ‘선별에 의한 제한적인 지원은 비주류를 다시 주류와 비주류로 나누는 것이 아닌가’라는 비판이 제기될 수 있지만, 이는 현실을 직시하지 못하는 말장난에 불과하다. 정부는 실력에 상관없이 모두를 지원할 수 있는 초거대 예산을 가진 기부단체가 아니기 때문이다. 제한적인 지원이 불가피한 이상 지원 대상을 선별하는 가장 합리적인 기준은 음악적 실력이 될 수밖에 없고, 이때 그 방식을 MUNY 프로그램과 잘츠부르크 시에서와 같이 전문가, 음악가 등 전문성을 가진 패널에 의한 심사로 하여 절차적 타당성만 부여할 수 있다면 이는 최선의 방법인 것이다.

역시 제한된 예산을 가진 대한민국 지자체, 그 중에서도 특히 인디음악 공연 및 향유가 집중되어 있는 서울시로서는 ‘타당한 절차를 통한 실력주의 선별에 의한 선택적 지원’은 충분히 참조할 만한 견해이다. ‘타당한 절차를 통한 실력주의 선별’은 앞서 언급한 MUNY 프로그램과 잘츠부르크 시의 것과 별반 차이가 없을 것이다. 전문 음악비평가, 다양한 장르의 전, 현직 인디 뮤지션 등 인디음악에 관해 전문성을 가진 패널을 구성해서 정책적 지원을 요청하는 인디음악가들을 실력에 따라 선별하여 상위 어느 정도에게 지원을 하는 방식이다. 이때 ‘선택적 지원’은 모두 경제적인 문제와 직결되지만 구체적으로 금전적 지원과 공연 장소 제공의 두 가지 형식으로 이루어질 수 있다. 금전적 지원은 인디음악가들의 활동에 가장 우선적으로 필요한 것이며, 공연 장소 제공은 인디음악과 대중 간의 거리를 좁혀주는 한편, 인디음악가들의 수익원을 개발하는 의미를 가진다. 이러한 두 가지 형식의 지원을 대한민국 현실에 맞춰 어떤 방식으로 적용할 수 있을지가 관건이다.

우선 금전적 지원의 경우 고려해야 할 사항은 금액, 지원 방식, 지원금 사용 제한 등이 있다. 즉, 얼마나 지원을 하는 것이 적절한지, 어떤 방식으로 지원을 할지, 어디까지 지원할지를 판단해야 한다. 이를 위해 지금은 중단되었지만 과거 노무현 정부 시절 한국콘텐츠진흥원에서 시행됐던 ‘인디 레이블 육성지원 사업’ 공고를 참조할 만하다.

한국문화콘텐츠진흥원에서는 국내 음악산업의 창작활성화 및 경쟁력 강화를 위한 2007년도 인디레이블 육성지원사업을 다음과 같이 공고하오니 많은 관심과 참여바랍니다.

1. 사업목적

- 음악콘텐츠 창작 저변 확대 및 장르 다양화를 위하여 비제도권 음악과 특수 장르 음악의 육성을 위한 우수 인디레이블 제작지원
- 다양한 음악 장르에 대한 매니아층 형성을 통한 창작자 자생기반 조성
- 음반 제작의 부담 경감 및 성공 가능성 있는 아티스트의 음반제작 기회를 제공함으로써 신인 아티스트의 등용문 제공

2. 지원내용

- 쏠 장르의 음반 제작지원(댄스, 발라드 장르 제외)

ex) 인디락, 동요, 국악, 크로스오버, 힙합, R&B 등

3. 신청자격

- 국내 개인사업자 및 법인사업자 중 음반 기획 및 제작 등으로 등록된 사업자
- 최근 2년 동안 앨범 제작 및 공연 등 관련 사업을 전개한 레이블
- 2만장 이상 판매한 단일 음반 또는 아티스트를 보유한 기획·제작사 제외

4. 지원규모

- 1개 프로젝트 당 10,000천원 내외 지원
- 총 15개 내외 프로젝트 지원
- 위의 지원 편수는 부문별 응모작품의 수량 및 선정작 수에 따라 조정될 수 있음

5. 선정 및 지원절차

- 선정절차
 - 산업계, 학계, 평론가 등 음악관련 전문가로 구성된 평가위원회에서 내부평가 규정에 따라 1차 서류 심사, 2차 Artist 실연 촬영 영상물 심사 진행
 - 심사위원들이 평가표에 지원과제별로 부여한 점수를 합하여 순위에 의한 선정과제 확정
- 지원절차 : 선정된 작품에 대해 2회 분할 지급
 - 1차 지원금 : 협약 체결시 확정된 제작지원금의 60% 지급
 - 2차 지원금 : 결과물 및 결과보고서 심사 후 통과시에 한하여 잔액 40% 지급
 - 지원금은 순수 제작비 용도로만 사용 가능

※ 지원금 사용가능 내역

- 인건비 : 작곡료, 작사료, 실연료, 편곡료, 엔지니어, 디자인비 등 (내부 인건비 제외)
- 외부시설 사용료 : 스튜디오, 영상편집실, 기타장비 사용료 등 (기자재 구입 및 프레스링 비 제외)
- 제작금 사용의 허위 사실이 드러날 경우 지원금 전액 반환

6. 심사 기준

- 1차 서류심사 기준
 - 기획서 심사 : 사업이해도, 실현가능성, 기획서 독창성
 - 제작사 심사 : CEO 역량, 제작사 실적, 설립연수 및 운영기간, 경영상태
 - 제작물 심사 : 마케팅 계획의 우수성, 아티스트 경쟁력, 제작참여자의 역량 및 인력의 전문성, 제작예산의 합리성
- 2차 Artist 실연 촬영 영상물 심사
 - 아티스트 심사 : 표현력, 가창력 (연주력), 음정 및 박자, 아티스트 성공가능성, 매너, 수상실적
 - 음악평가 : 독창성, 완성도, 성공가능성

<한국콘텐츠진흥원 2007 인디레이블육성지원사업 공고 1~6>16)

공고에는 금액(1개 프로젝트 당 1천만 원), 금액 지급 방식(협약 체결 시 확정된 제작 지원금의 60% 지급, 결과물 및 결과보고서 통과 시에 한하여 잔액 40% 지급), 금액 사용 제한(인건비 및 외부시설 사용료 등 순수 제작비 용도로만 사용 가능)이 모두 명시되어 있다. 당시 인디음악의 발전에 도움이 되었다는 평가를 받는 정책인 만큼 금액, 금액 지급 방식, 금액 사용 제한 관련 기준들은 그 체계성과 합리성에 있어서 벤치마킹할 만하다. 특히 과정에서 일부, 결과 완성 후 나머지를 지급하며 그 지원 금액을 순수 제작비 용도로만 사용 가능하게 제한한 것은 인디음악가들로 하여금 지원금을 불필요한 데에 쓰는 것을 막는 좋은 방법이다. 다만 인디 레이블 육성지원 사업의 방식은 선별과 지원이라는 본 논문의 입장과 유사하나 극소수의 인디음악가들에게만 그 혜택이 주어졌다는 점에서 보다 많은 인디음악가들을 포괄할 수 있는 보완적인 대책도 필요해 보인다. 인디 레이블 육성지원 사업이 ‘앨범 제작’에 초점을 맞추고 있다면, 앨범 제작을 할 정도로 출중한 실력을 갖추지는 못했으나 공연을 하며 실력을 연마하는 인디음악가들에게도 지원이 주어지도록 ‘공연 지원’에 초점을 맞춘 정책을 병행해야 한다는 것이다. ‘공연 지원’이 필요로 하는 것은 1천만 원의 거금이 아니라 음악 활동만으로도 생계를 유지할 수 있는 선의 금액이며, 이는 아래와 같이 추산할 수 있다.

$$\text{공연 지원금} = \text{최저생계비} + \text{음악활동비용} - \text{공연수익} = 553,354\text{원} + (\text{음악활동비용} - \text{공연수익})$$

이때 음악활동비용은 순수하게 음악활동을 하는 데에 필요한 비용으로 어떤 음악을 하느냐에 따라 달라지는 것이며, 공연수익은 거리공연 또는 라이브 공연을 통해 얻은 수익을 의미한다. 공연수익이 최저생계비와 음악활동비용의 합보다 많다면 공연 지원금의 혜택을 더 이상 받지 못한다. 공연수익이 최저생계비와 음악활동비용의 합에 미달하는 인디음악가들 전원은 아니더라도 그중 실력에 따라 일부를 선별하여 공연 지원금을 지급하자는 것이 정책의 요지이다.

결론적으로, 금전적인 지원은 인디음악가들 중 탁월한 극소수에게는 앨범 제작 지원을, 앨범 제작 지원에는 포함되지 못했지만 실력 있는 인디음악가들에게는 공연 지원을 하는 방식의 이중적 지원이 가장 적합해 보인다. 이를 통해 다수의 인디음악가들에게 음악에만 매진할 수 있는 여건을 마련하는 한편, 그 중에서도 실력이 뛰어난 인디음악가들이 앨범을 통해 그들의 음악을 대중에게 선보일 수 있는 장을 마련할 수 있다. 아예 새로운 체계의 앨범 제작 지원 방안까지 창안 할 수도 있지만, 인디 레이블 육성지원 사업이 합리적인 체계를 통해 나름대로의 성과를 거두었으며, 중단된 이유가 성과의 부족이 아니라 예산 삭감과 여러 문제점이 있는 것으로 지적되는 예술인복지법의 시행 때문인 만큼 기존의 정책이 재개되는 것이 보다 바람직해 보인다. 한 가지 차이가 있다면 지원 금액은 그대로 1천만 원이 아니라 구체적인 물가 변동 등을 고려하여 다시 매겨야 한다는 점일 것이다.

한편, 공연 장소 제공의 형태의 지원을 고려할 때, 인디밴드와의 인터뷰와 설문조사로 미루어 보면 대중들의 인디밴드에 대한 접근성이 떨어짐을 알 수 있다. 이는 대중들이 인디밴드의 음악을 접할 기회가 적다는 뜻으로, 제대로 된 공연 장소를 제공하는 것이 중요하다는 것

16) 조동춘, “2007 인디레이블육성지원사업 공고”, 콘텐츠산업정보포털, 2012.07.15.,

<http://culturenori.tistory.com/1930>http://www.kocca.kr/notice/support/view.do?category=&intc_no=1071304003&naviForm.pageno=17&naviForm.pagesize=20&naviForm.termsize=10&search=&search_key=

을 의미한다. 인디밴드가 공연할 수 있는 장소로는 지하철, 길거리, 공원, 그리고 클럽 등이 있는데, 먼저 클럽에서 공연하기 위해서는 많은 대관료가 들기 때문에 인지도가 매우 높지 않은 이상 이 방식을 택하기 어렵다. 그렇다면 지하철과 길거리, 공원 등의 장소는 어떨까? 서울시에서는 서울 메트로의 ‘지하철 예술인 인증제’ 도입, 한강의 ‘한강거리예술가’ 사업, 그리고 청계천의 ‘청계천거리예술가’ 선정 등 거리예술가를 위한 다양한 정책적 지원을 마련해오고 있다. 하지만 이러한 제도들은 모든 예술가를 대상으로 하는 것이기 때문에 인디뮤지션들이 갖는 실질적 기회는 그리 많지 않다고 할 수 있다. 따라서 인디밴드들을 포용하기 위해서는 그들에 초점을 둔 길거리 공연을 활성화시켜야 한다. 인디밴드들이 길거리 공연을 하기 위해 선택하는 장소에는 홍대, 명동, 신촌 등등이 있는데, 정식으로 길거리 공연을 하기 위해서는 상인연합회의 허가와 구청의 인가가 필요하며 소음 기준을 충족시켜야 한다. 이렇게 길거리에서 합법적으로 공연하기 위한 절차가 복잡하기 때문에 대부분의 인디밴드들은 공연 중 적발되면 철수하는 방식을 선호하므로 우선 그러한 행정적 절차를 간소화할 필요가 있다.

여기서 고려해야할 또 다른 문제점은 홍대 등 특정한 곳에만 인디밴드의 공연이 집중된다는 것이다. 이 경우 인디밴드 간의 경쟁으로 인한 불화가 발생하고 밤늦게까지 공연이 이어질 경우 주변 상인들의 불만이 커지는 상황이 발생할 수 있다. 주변에서 쉽게 찾아볼 수 있는 공원 등지에 무대를 설치하고 음악가들이 공연하게 하는 것이 이에 대한 좋은 대안이 될 수 있다. 거리 공연과 달리 별도의 복잡한 절차를 거치지 않고 공연할 수 있게끔 한다면 인디밴드들은 더욱 간편하게 활동할 수 있을 것이다. 행정적 절차를 간소화하는 한편 기존의 공공 공연 장소를 제공하는 데에 그치지 않고 다양한 무대를 새로 개발하며 인디음악과 대중 사이의 거리를 줄일 수 있을 것이라 예상된다.

2) 기업적 차원

www.last.fm는 영국의 무료 음악공유사이트이자 인터넷 라디오이다. www.last.fm에서 진행되는 Artist Royalty Program은 음악가들이 프로그램에 지원한 후 음악을 업로드하고, 사이트 이용자들이 해당 음악을 임의 재생 또는 선택을 통해 듣게 된다면 음악가에게 로열티가 지불되는 형식으로 되어있다. 회사의 수입은 라디오 광고수입을 바탕으로 하며, 음악가에게는 일반 라디오 방송의 경우 총 광고수입에 전체 방송 대비 자신 음악의 분량을 곱한 값의 10%가, 고급 맞춤 방송의 경우 자신의 음악이 1번 재생될 때마다 0.0005달러가 지급된다.¹⁷⁾ 프로그램 시작으로부터 1년째 되는 시점에 이미 85,000명의 개인 음악가와 음반사가 음악을 업로드 했으며, 2년째까지 450,000개의 트랙이 업로드 되었다.¹⁸⁾ www.last.fm은 소비자들의 취향을 분석하여 그에 맞는 곡들을 찾아주는 곡 추천 시스템을 구축하였고, 이때 추천되는 곡들 중 상당수는 인디음악가들의 것이다. 특기할만한 사실은, 곡 청취횟수 상위권 랭킹에 유명하지 않은 인디음악가와 음반사의 곡들이 상당수 포함되어 있다는 것이다.¹⁹⁾ www.last.fm은 소비자들과 음악가들이 직접적으로 만날 수 있는 창을 만듦으로써 소비자들에게는 개인적 취향에 맞는 음악을 폭넓게 접할 수 있는 기회를, 인디음악가들에게는 자신들의 음악을 통해 정당하게 수익을 얻는 새로운 방법을 제공하였다.

17) <http://musicmanager.last.fm/help/faq?category=Artist+Royalty+Program>

18) <http://mashable.com/2008/07/09/lastfm-artist-royalty-program/>

19) <http://blog.last.fm/2008/11/07/artist-royalty-program-slight-return>

이 사이트의 특징으로는 소비자와 음악가들이 직접 만날 수 있는, 새로운 플랫폼을 구축했다는 것이다. 우리나라에서도 최근 소비자와 음악가를 바로 연결하는 곳이 생겨났다. 바로 현대카드 뮤직이다. (music.hyundaicard.com) 현대카드 뮤직은 ‘음원 프리마켓’ 서비스를 제공하는데, 이는 음악가가 원하는 가격으로 자유롭게 음원을 내놓으면 소비자들이 마음대로 음악을 사 갈 수 있는 서비스이다. 현재 대형 음원제공사의 상품은, DRM 상품을 포함하여 음악가들에게 불리하게 작용하는 경우가 대다수인데,²⁰⁾ 이와 달리 ‘음원 프리마켓’은 음악가들이 적정 정도의 수입을 받을 수 있는 여건을 제공한다. 뿐만 아니라 이 플랫폼에서 현대카드는 직접적으로 음원 판매로부터 수익을 챙기지 않는다. 전체 음원수입 중 한국음악저작권협회와 한국음악실연자연합회에 지불하는 돈과 서버 운영비를 제외한 80%를 그대로 음악가에게 돌려준다. 인디음악계의 호응도 좋아서, 정식 오픈한 지 한 달이 채 안 되었지만 이미 640개가 넘는 곡이 등록되었다.²¹⁾

현대카드에서는 음악가가 음원을 직접 배포할 수 있는 플랫폼을 제공하는 것 외에도, ‘인디지원 프로젝트’를 진행하고 있다. 이는 매달 인디밴드 5개 팀을 선발하여 공연 기회 제공이나 음반 제작지원 등으로써 밴드 인지도의 상승을 돕는 프로젝트이다. 이는 기업적 차원과 인디음악가들의 입장 모두에서 좋은 프로젝트이다. 기존 기업들과 달리 인디음악가들을 배려하는 체제의 구축은 환영할 일이다.

하지만 아직 나아가야 할 길도 남아 있다. 첫 번째 문제는, 인디음악가를 위한 환경이 아직까지는 온전하게 조성되지 않았다는 점이다. 음원 프리마켓 등 인디음악을 위한 플랫폼을 구축했으면, 다른 부분들도 인디음악가에게 초점을 맞추는 것이 바람직하다. 그러나 현대카드 뮤직 사이트에서 인디음악 감상과 지원 이벤트 외에는 인디음악에 집중한 부분이 별로 없다. 이를테면 탑100 차트에서 인디밴드는 거의 없으며, 내용 자체도 일반 차트 (예를 들어 엠넷 차트) 와 별반 다를 바가 없다.

또 다른 문제로, 이용자의 접근이 불편한 점이다. 현대카드 뮤직 사이트는 현재 인터넷 익스플로러를 제외한 브라우저(이를테면 크롬, 사파리, 파이어폭스 등)로는 접근할 수 없다. 이는 매킨토시 컴퓨터나 스마트폰으로 사이트를 접근하는 것을 불가능하게 한다. 현대카드 뮤직 측에서는 ‘조속히’ 시정하겠다고 했으나, 이 문제는 서비스 시작 2개월, 정식 오픈 1개월이 지난 시점에도 아직 해결되지 못하여 계속해서 불편을 야기하고 있다.

마지막으로, 현대카드 뮤직은 참여할 수 있는 회원을 현대카드 멤버로 제한한다는 점이다. 현재 현대카드의 회원 수는 약 950만명²²⁾, 단순히 계산해 보아도 전 국민의 1/5에 불과하다. 더군다나 인디음악에 관심이 많은 사람은 젊은 사람이 대부분인데, 아직 사회에 정착하지 못한 젊은 계층이 신용카드를 가지고 있을 확률은 더 낮기에, 실제 비율은 1/5보다도 낮을 것으로 추정할 수 있다. 이는 현대카드 뮤직에 접근하려는 사람들에게 방해 요소가 된다. 신용카드를 만드는 건, 인터넷 결제보다 훨씬 복잡하고 까다롭기 때문이다.

지금까지 현대카드 뮤직이 가진 문제를 알아보았다. 이제부터 case study를 바탕으로, 현대카드 뮤직이 나아가야 할 방향을 알아볼 것이다. 우선 현대카드 뮤직이 단순히 음원 프리마켓만 제공하는 수준에서 벗어나서, 인디음악가들과 소비자들이 소통할 수 있는 공간이 되어

20) <http://www.stopbargainmusic.com/>을 참고하라.

21) 2012년 6월 3일 현재 음원 프리마켓에는 644개의 곡이 등록되어 있다. (등록신청한 곡의 경우 정식 오픈할 무렵 이미 700개를 넘어갔다.)

22) <http://www.bloter.net/archives/109080>

야 한다. 그러기 위해서는 먼저 인디음악을 향한 커뮤니티가 마련되어야 하는데, 이 점에서 현대카드 뮤직 사이트가 인디음악에 더 초점을 맞추어야 한다. www.last.fm의 청취횟수 차트처럼, 인디음악이 돋보일 수 있는 독자적인 차트를 만들어야 한다. 더불어 인디음악가들이 직접 소비자들과 의견을 공유할 수 있는 포럼과 게시판을 사이트 내에 갖추면, 소비자들은 음악을 들으면서 즉시 음악가들과 교류할 수 있게 되어 더 편하고, 음악가와 소비자 사이의 소통도 원활해질 것이다.

기술적인 문제의 경우, 운영자 측에서 최대한 배려를 해 줘야 한다. 더군다나 현대카드 뮤직은 이제 시장에 새로 뛰어든 사업자에 불과한데, 이런 식으로 불편을 계속 해결하지 못하면 음악가와 소비자에게 나쁜 인상을 준다. 따라서 현대카드 뮤직 측에서는 이용자들의 큰 불편을 신속하게 판단하고 해결하기 위해, 피드백 게시판도 운영할 필요가 있다. www.last.fm의 경우 현재 Web Site Support 게시판을 운영하고 있으며, 이용자들이 설 새 없이 불만을 쏟아내고 관리자들이 끊임없이 해결하고 있다.

세 번째 문제의 해결을 위해서는, 기본적으로는 다른 결제수단으로도 음원을 구입할 수 있게 해야 한다. 특히 젊은 사람들이 많이 이용하는, 계좌이체나 현금카드 등을 사용할 수 있게 해야 한다. 다만 다른 결제수단을 허용하는 경우 현대카드 뮤직이 ‘현대카드’ 뮤직으로서 갖는 의미가 퇴색될 수 있다. 이러한 문제를 해결하기 위해, 현대카드 이용객들에게 혜택을 주는 것을 생각해 볼 수 있다. 가능한 혜택은 가격 할인 등 간단한 것부터 시작해서, 커뮤니티 활동을 하면 포인트를 약간 쌓아 주는 등 다양하다.

나. 서바이벌 오디션 프로그램의 분석

1) 서바이벌 오디션 프로그램 분석

서바이벌 오디션 프로그램의 성공 요인으로는 구조적, 심리적 요인을 들 수 있다. 첫째, 서바이벌 오디션 프로그램은 기본적으로 ‘리얼리티’ 구조를 띤다.²³⁾ M net에서 방영된 <슈퍼스타 K> 가 그 대표적 예다. 시청자들은 자신들과 별 다를 것이 없는 참가자가 그들의 진솔한 삶의 이야기를 하는 것을 본다. 인공적인 리얼리티가 아닌 진정한 리얼리티와 오디션 과정을 여과 없이 보여주는 구조는 미리 짜인 각본과 대본 없이도 일체감과 극적인 감동을 선사한다고 볼 수 있다. 둘째, 서바이벌 오디션 프로그램은 ‘경쟁’ 구도를 기본으로 한다.²⁴⁾ 매주 주어지는 과제와 평가를 통해 매주 탈락자가 발생하는 구조는 보는 이에게도 묘한 긴장감을 유발한다. 또한 경쟁에 반영되는 시청자 점수의 존재는 자신이 지지하는 참가자의 생존을 위해 프로그램에 더욱 적극적으로 참여하는 결과를 낳는다. 셋째, 서바이벌 오디션 프로그램은 깨끗한 한국 사회에 대한 갈증을 해소해준다.²⁵⁾ 한국 사회의 고질적인 문제로 지적되는 학연, 혈연, 지연 등의 외부적 요소가 아닌 참가자 본인의 실력으로만 승부하는 구조는 깨끗한 한국 사회에 대한 갈망을 충족시키는 심리적 요인으로 작용하기 때문이다. M net에서 방영된 <슈퍼스타 K>에서 허각과 준박은 여러 방면에서 상반된 성격을 지녔는데, 여러 외부적 요소에서 상대

23) 박신영, <서바이벌 오디션 프로그램에 대한 인식과 제3자 효과>, 《한국방송학보 25권 6호》, p. 295, 2011

24) Ibid, p. 296

25) 조인희, 손준혁, <오디션 프로그램이 사회 및 경제에 미치는 영향에 관한 연구 : 슈퍼스타 K를 중심으로>, 《한국엔터테인먼트산업학회논문지 제5권 3호》, p36, 2011

적 약자인 허각이 실력으로써 우승을 차지한 사실은 이를 단적으로 보여준다. 넷째, 서바이벌 오디션 프로그램은 심리적 보상감을 준다. 자신들과 다를 것이 없는 평범한 참가자들이 오디션 과정을 거치면서 스타로 거듭나는 모습을 보면서 자신이 이루지 못했던 꿈들을 성취하는 듯한 대리만족²⁶⁾을 겪게 된다.

2) 인디음악에의 적용

앞서 실시한 설문 조사에 의하면, “인디 뮤지션들이 오디션을 거쳐 경합하는 프로그램이 방영되면 시청할 의향이 있는가?”의 문항에서 평균 7점 만점에 4.74점의 결과를 얻었다. 이는 긍정적인 프로그램 제작 가능성을 확인한 것이다.

우선, 대자본에 소속되기를 거부하고 자신들만의 음악을 하려는 인디음악의 특성상 오디션 과정을 통해 우승자를 가리는 것은 인디음악의 정신을 해칠 수 있다. 따라서 <슈퍼스타 K>와 같은 오디션 프로그램 보다는 <나는 가수다>나 <Top 밴드>와 같은 서바이벌 경연 프로그램이 더욱 적합하다. 여기서 <나는 가수다>의 양식을 유지하되, 서바이벌 오디션 프로그램의 성공요인을 가미 시킬 필요가 있다. 인디 뮤지션을 위한 오디션 프로그램을 <나는 인디다>라고 가정한다면, 다음과 같은 적용 방안을 생각해볼 수 있다. 첫째, 서바이벌 오디션 프로그램의 ‘리얼리티’를 <나는 인디다>에 적용할 수 있다. 인디음악의 특성상 노래에 삶이 녹아 있는 경우가 많다. 창작배경에서부터 공연까지의 이야기를 탄탄하게 구성한다면 시청자들이 몰입할 수 있는 요인으로 작용할 수 있다. 또한 대중들에게 생소한 인디음악에 대해 시청자들이 이해할 수 있는 바탕이 될 수 있다. 둘째, <나는 가수다> 양식에서 시청자들이 참가자들에게 더욱 몰입할 수 있는 평가 구조로의 전환이 필요하다. 서바이벌 오디션 프로그램과 같이 심사위원 점수와 시청자 문자 투표 점수의 합산을 통해 시청자가 의사결정에 참여할 수 있는 통로를 만들어야 한다. 평가 과정에 참여하는 시청자는 수동적인 수용자가 아닌 주체적인 참여자가 되고 참가자들과의 일체감도 증가되므로, 프로그램에 더욱 몰입할 수 있기 때문이다. 셋째, 인디음악에 대한 잘못된 인식을 바로 잡는 데에도 그 목적이 있기 때문에 인디음악가들의 생활에 대한 이해를 증진시킬 방안도 필요하다. 경연에 참가하는 음악가들을 중심으로 그들의 삶과 어려움을 고찰해보는다면 인디음악에 대한 거리감을 없애는 데 도움이 될 것이다.

서바이벌 경연 프로그램이 장기적인 대책은 될 수 없다. 하지만 당장 인디음악가들에게 필요한 것은 대중의 인지도를 얻을 수 있는 통로다. 이 과정에서 거대 자본에 종속되거나 자신의 음악 개성을 잃는 음악가들이 생길 수 있는 점은 사실이다. 그러나 인디음악의 정신을 잃지 않고 올곧게 활동을 하는 음악가들도 분명 존재할 것이며, 이러한 음악가들이 탄생할수록 인디음악의 뿌리가 튼튼해질 것이다. 따라서 이러한 인지도를 쌓아나갈 새로운 통로가 마련된다면 인디음악은 장기적인 발전 가능성에 한걸음 더 다가갈 수 있을 것이다.

다. 디지털 음원 시장의 개선 방안

1) 유통구조의 전환 - iTunes의 예를 중심으로

26) Ibid, p. 36

앞서 살펴본 바와 같이, 인디 뮤지션들은 멜론 등의 음원 사이트에 음원을 제공하고 그 대가로 상당히 낮은 비율의 이윤만을 얻게 된다. 광고와 방송출연 등의 기회가 없고 자본이 부족한 이들에게 이는 창작 활동에 큰 부담이 될 수밖에 없다. 국내의 이러한 유통구조와 대조되는 예로는 미국 애플사의 아이튠즈스토어를 들 수 있는데, 아이튠즈의 사례를 살펴봄으로서 유통구조 전환 개선 방안에 대한 아이디어를 떠올릴 수 있다. 아이튠즈스토어란 애플사에서 개발한 미디어 플레이어인 아이튠즈와 연계된, 음원과 뮤직비디오 등의 미디어 상품을 구매할 수 있는 프로그램이다.²⁷⁾ 애플은 아이튠즈를 통한 음원 판매금액을 3:7로 나누고, 3에 해당하는 금액을 수취한 후 7에 해당하는 금액을 저작권자에 제공하는 방식을 택하고 있다. 이러한 방식은 국내외 음원 관계자들로부터 좋은 평가를 받고 있다. 멜론의 경우, 앞서 표에서 살펴본 듯 음원에 대해 31%의 수익을 가져가고 있다는 점에서는 애플사와 유사하지만, 나머지 69%에 해당하는 수익을 저작권자에 온전히 가져다주지 못한다는 데서 차이점을 보인다. 이는 음원 유통과정의 근본적 차이에 근거한다.

애플사의 경우, 아이튠즈스토어에 음원을 등록하는 데 두 가지 방식을 택하고 있다. 첫째 방식은 한국의 음원사들이 택하는, 기획사 혹은 협회 등 대표적 단체를 통한 등록과 동일하지만, 둘째 방식은 한국에서는 찾아볼 수 없는 것이다. 이 방식의 핵심은 'iTunes Connect'라는 프로그램인데, 이 프로그램을 통해 인디 뮤지션들은 개인이 직접 제작한 음원을 별도의 유통사나 기획사를 거치지 않고 바로 아이튠즈스토어에서 판매할 수 있다. 애플이 제시하는 소프트웨어와 하드웨어 조건이 존재하지만, 이는 512MB의 램, 20GB의 하드드라이브 디스크 여유공간, Mac OS 등 일반인들도 충분히 구비할 수 있는 사항들이다.²⁸⁾ 즉 애플과 멜론이 약 30% 정도의 이윤을 동일하게 가져가더라도 애플은 나머지 70%에 해당하는 이윤을 Content Provider, 유통업자, 대리업자 등이 가져가는 부분 없이 고스란히 저작권자에 지불할 수 있는 것이다.

이러한 방식을 멜론 등의 국내 음원회사들이 사업 진행에 적용한다면, 이는 인디음악가들과 디지털 음원회사 양 쪽에 모두 이득을 가져다줄 수 있다. 먼저 인디뮤지션들은, 자신들의 음원에 대한 대중의 접근성을 향상시킴과 동시에 수익의 증대를 기대할 수 있다. 즉, 앞에서 명시한 두 가지 중대한 문제 모두에 대한 개선을 기대할 수 있는 것이다. 인디 뮤지션들이 대리중계업자나 협회를 통하지 않고 자신들의 음원을 더 자유롭게 판매할 수 있게 되면, 시장의 규모는 점점 커지게 될 것이다. 또한 음원회사가 추가적으로 부담하는 비용이 없더라도 자신들이 갖는 이익은 증가하므로, 수익의 증대를 기대해볼 수 있을 것이다. 디지털 음원사의 경우는 어떨까? 디지털 음원사는 세 가지 방향에서 이득을 기대할 수 있다. 첫째, 최근 점차 커지고 있는 음원 시장의 기형적인 배분구조에 대한 불만을 잠재울 수 있을 것이다. 둘째, 인디음악 음원을 찾을 수 없었던 사람들이 음원사이트를 통해 음원을 구매하게 되면, 추가적인 이득을 기대할 수 있을 것이다. 마지막으로, 광고 관련 수익을 얻는 대신 음원 등록비를 면제해주는 현대카드와 국내 시장에 진출하려는 아이튠즈 등의 경쟁상대에 대항할 수 있는 시스템 구축에 도움이 될 것이다.

2) Youtube 채널과 음악가의 개인 웹사이트의 연동

27) 시사상식사전, pmg 지식엔진연구소

28) <http://itunesconnect.apple.com/WebObjects/iTunesConnect.woa/wo/2.0.0.9.7.3.1.1>.

Youtube는 세계적인 무료 동영상 공유 사이트로서, 많은 잠재적 뮤지션들이 자신들의 연주 혹은 노래 영상을 녹화하여 대중에게 선보이는 사이트이기도 하다. 유명한 아티스트의 곡을 재해석, 녹화한 영상을 업로드하여 유명세를 탄 후, 자신의 곡들을 차근차근 소개하여 인지도를 쌓아간 다음 개인 채널을 구축하여 팬을 확보한 외국 인디 아티스트의 사례가 많이 존재한다. 반면 우리나라의 경우, 이러한 세계적 사이트인 Youtube를 통한 인디뮤지션들의 인지도 확보 노력이 부족하다. 이를 잘 활용한다면 인디뮤지션들의 인지도를 높이는 데 큰 도움이 될 수 있다. 위의 예처럼 개인 채널을 구축하고 팬을 확보한 경우, 음원 발표시 어느 정도 이상의 호응과 수요를 예상할 수 있을 것이다. 그 경우 음반 발표 후 몇 곡의 수록곡만을 유튜브를 통해 무료로 공개하거나, 곡의 일부분을 공개하는 방식을 택한 후 아이튠즈 혹은 개인 웹사이트를 통하여 음원을 판매한다면 높아진 인지도를 바탕으로 추가적인 창작 활동에 필요한 이윤을 만들어내는 것 또한 가능할 것이다.

라. 대중 인식의 개선

인디음악가들의 주된 수입은 공연 도중에 이루어지는 버스킹을 통해 발생한다. 버스킹은 (통행인들에게 돈을 얻으며) 길거리에서 악기를 연주하거나 노래를 부르는 행위를 뜻한다.²⁹⁾ 앞서 실시한 반반무마니(Vanvanmumani)의 기타리스트 이xx씨는 인터뷰 과정에서 한국과 외국의 길거리 문화에 대한 차이를 지적하였다. 외국에서는 버스킹 문화가 활발하며, 청중들이 연주자와 함께 춤을 추는 등 적극적인 참여도 또한 높은 반면, 하지만 한국 사회에서는 버스킹 문화가 제대로 정착되지 않았으며 청중들도 둘러앉아 구경만 하는 소극적인 태도를 보인다 것이다. 이는 설문조사 결과에도 반영되어, 거리 공연을 관람한 적이 있다고 한 응답자의 1/5이 버스킹에 참여하지 않은 것으로 나타났다.

한국 사회에 거리 문화가 정착되지 않은 이유는 두 가지로 생각할 수 있다. 첫째, 버스킹이라는 문화 자체가 한국에는 생소한 것이다. 실제로 설문조사 결과 길거리 공연 유경험자 중 약 2/3가 필요성을 느끼지 못하여(43%) 혹은 지불 방식을 몰라서(20%) 버스킹에 참여하지 못하였다. 또한, 한국 사회에서 버스킹에 참여하는 행위가 음악을 향유한 것에 대한 정당한 대가 지급이라는 생각보다 일종의 적선 행위로 여기는 경향이 있기도 하다. 따라서 버스킹 행위가 음악 제공에 대한 정당한 보상 요구임을 알리려는 노력이 필요하지만, 캠페인 등의 진부한 방안은 오히려 버스킹에 관람료를 지불하는 것이 적선 행위와 같다는 인식을 고착시킬 우려가 있다. 따라서 학교, 지역사회 등에서 버스킹 행위를 직접 할 수 있는 기회를 만들어 주는 것이 더 좋은 대안이 될 수 있을 것이다. 학교의 동아리나, 지역사회 사업의 일환으로 길거리 공연을 위한 프로젝트를 장려하여, 그들이 직접 버스킹 행위를 체험할 기회를 주어야 한다. 이러한 체험을 통해 길거리 공연을 준비하는 이들의 고통을 이해할 수 있으므로, 올바른 버스킹 문화의 정착에 기여할 수 있을 것이다.

둘째, 타인의 시선을 많이 의식하는 사회적 분위기 또한 버스킹 문화의 정착을 방해한다. 실제로 설문조사 결과 길거리 공연 유경험자 중 1/4이상이 주위 사람들이 지불하지 않아서(27%) 비용을 지불한 적이 없다고 대답하였다. 즉, 대중들이 그러한 사회적 분위기를 극복

29) Oxford Advanced Learner's English-Korean Dictionary© Oxford University Press 2008

하고 버스킹 문화에 익숙해질 시간이 필요하다는 것이다. 다행히 최근 버스킹 동호회와 카페들이 생겨나고 있고, 한 오디션 프로그램에서 배출된 ‘버스커 버스커’라는 그룹에 의해 버스킹의 개념과 문화가 빠르게 전파되고 있다. 이러한 과정이 점차 더 진행되어 대중들의 버스킹에 대한 이해도가 증진되고 버스킹 행위가 증가한다면 사회적 분위기의 문제는 자연스럽게 해결될 것이다.

Ⅲ. 결론

지금까지의 논의를 종합하였을 때, 본 연구는 앞서 제시한 세 가지 연구 목적을 모두 충족시킨다고 할 수 있다. 먼저 인디음악의 실태 부분에서는 다음과 같은 점들을 얻어낼 수 있었다. 첫째, 인디음악가들은 경제적 어려움과 열악한 음악환경이라는 두 가지 큰 문제를 경험하고 있으며, 음반 판매 실황을 보았을 때 온라인과 오프라인 모두에서 고전하고 있다. 둘째, 두 인디음악가들과의 인터뷰에 의하면, 이 외에도 여러 다른 문제점들이 존재한다. 먼저 경제적 어려움을 해소하고 더 나은 음악 창작 환경을 영위하기 위해 가장 필요한 것은 인지도인데, 적은 비용으로 인지도를 높일 수 있는 방법이 현재로서는 매우 부족하다. 또한 거리공연 등 인디음악 및 문화를 대하는 대중의 인식과 태도가 아직까지 미성숙하다. 셋째, 인디음악가들의 수는 늘어가지만 그 개성은 점차 약해지고 있으며 총체적인 실력이 향상되고 있다고 보기 힘들다.

다음으로, ‘원인 및 영향 분석’에서는, 위에서 제기된 실황들에 대해서는 그 원인을 탐구하고, 내재적 원인 등 문제점으로 제기된 부분은 더 깊이 조사하였다. 우선 첫째 외재적 원인으로 상권 변화 양상 및 그 영향을 살펴보았다. 조사 결과 홍대입구역 등 인디음악의 중심지의 지대가 상승함에 따라 인디음악가들의 카페 및 클럽 대관료가 증가하였고, 수입이 감소한 카페와 클럽은 대형 프랜차이즈 업체에 자리를 내줘야 했음을 알 수 있었다. 이러한 현상이 진행됨에 따라 인디음악가들은 자신들의 음악을 알리고 수익을 얻을 공연 장소를 잃어갔던 것이다. 둘째로 디지털 음원 시장의 수익 배분 구조를 살펴봄으로서, 왜 인디음악가들이 디지털 음원을 발매해도 정당한 수익을 얻을 수 없는지 탐구하였다. 조사에 따르면 음악의 창작자들은 디지털 음원 판매수익의 10% 미만에 해당하는 금액만을 제공받음을 알 수 있었다. 마지막 외적 원인으로는 인디음악에 대한 대중의 인식을 설문조사를 통해 분석하였는데, 거리공연에 대한 비용 지불 의식의 부족, 인디음악과의 비교적 큰 거리감, 인디음악에 대한 비교적 많은 관심 등 인식에 관한 결과 외에도 해결방안 제시에 필요한 여러 데이터를 얻어낼 수 있었다.

‘내재적 원인’ 부분에서는 인터뷰를 통해 접하였던 인디음악계와 음악가들의 자체적 문제점을 더 깊게 탐구하였다. 그리고 국가적 지원의 부족, 자유로운 밴드의 결성, 직업의 병행 등의 이유로 인디음악에 대한 진입 장벽이 낮아지는 것을 내재적 문제점의 원인으로 지적할 수 있었다. 낮은 진입 장벽은 곧 전체적인 인디음악 질의 저하와 개성의 감소를 가져올 수 있는 중요한 문제점이기 때문에, 인디음악가들의 실력을 증진하고 그에 대한 보상을 지급할 수 있는 대안 마련의 필요성을 제기했다는 점에서 내재적 원인 분석은 그 의미를 갖는다고 할 수 있다.

이와 같은 실태 조사와 원인 분석을 토대로 본 연구에서는 현행 인디음악의 문제점을 공연 장소의 부족, 부적합한 음원 수익배분구조, 미성숙한 대중의 인식, 부족한 접근성, 인디음악 질과 개성의 정체 등 5가지 항목으로 크게 나누고 이를 해결할 수 있는 대안을 제시하였다. 첫째, 뉴욕 지하철의 MUNY 프로그램과 영국 음악 공유사이트 www.last.fm에서 진행되는 Artist Royalty Program을 분석하고 그 적용 가능성을 탐구하였다. 둘째, 서바이벌 오디션 프로그램을 다방면에서 조사하고 인디음악에의 적용가능성을 생각해보았다. 셋째, iTunes의 사례를 바탕으로 한 유통구조의 전환과 Youtube의 연동을 통한 인지도 향상 방안 등 디지털 음원 시장에서 인디음악가들의 수익 증진을 위한 방안을 모색하였다. 마지막으로 대중의 인식을 개선하기 위한 방안을 설문조사와 인터뷰 내역을 바탕으로 구상하였다.

참고문헌

네이버 백과사전

박신영, <서바이벌 오디션 프로그램에 대한 인식과 제3자 효과>, 《한국방송학보 25권 6호》, 2011

박장준, <“한국 예술인, 중세 유럽 광대보다 못하다”>, 《미디어오늘》, 2012.02.20, <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=100462>, 2012.06.24.

백영란, <DRM의 비즈니스 이슈와 상호운영성>, 《정보와 사회》, 한국소프트웨어진흥원 SW 정책연구센터, 2007

백인성 · 강수진, <월수입 69만원... 배고픈 음악가 ‘인디밴드’>, 《경향신문》, 2012.02.11., http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201202102124545&code=960100, 2012.06.22.

손예술, <‘인디밴드 메카’ 홍대 앞, 몸살 앓는 이유>, 《일간스포츠》 2011.11.06., http://isplus.live.joinmsn.com/news/article/article.asp?total_id=6600008&cloc=, 2012.6.25.

서울메트로, http://team.mohw.go.kr/blss/_data/htmlView.jsp?menu_cd=B_02_06_01_01_04, 2012.06.27.

서울메트로, <http://www.seoulmetro.co.kr/culture/page.action?mCode=B010010000&cidx=437>, 2012.06.27.

서울도시철도공사, <http://www.smrt.co.kr/main/publish/view.jsp?menuID=001007003008001>, 2012.06.27.

시사상식사전, pmg 지식엔진연구소

아침햇살송, <2/10 뮤지션 실태조사 보고서 및 기자회견>, <<청년유니온>>, 2011.11.22., <http://m.cafe.daum.net/alabor/75zU/254?listURI=%2Falabor%2F75zU%3FnoticeYn%3D>, 2012.06.22

이동연, <인디음악의 대안적 시장 형성을 위하여>, 《한국 인디음악의 미래는 있는가?: 자생적인 음악시장을 만들기 위한 대안 찾기》, 문화연대, 2011

이동철, <월수입 69만원...웃고 있어도 눈물이 난다, [인터뷰] '뮤지션 유니온' 추진하는 인디밴드 '더문' 보컬 정문식씨>, 《오마이뉴스》, 2012.02.22., http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0001700015,

2012.06.20.

임진모, <도란도란 문화놀이터>, 2011.07.18., <http://cultureori.tistory.com/1930>, 2012.06.22.

예술경영지원센터, 《2011 문예진흥기금지원 예술행사 평가-공연예술행사 평가보고서》, 2012

조동춘, “2007 인디레이블육성지원사업 공고”, 콘텐츠산업정보포털,

<http://cultureori.tistory.com/1930>http://www.kocca.kr/notice/support/view.do?category=&intc_o=1071304003&naviForm.pageno=17&naviForm.pagesize=20&naviForm.termsize=10&search=&earch_key=, 2012.07.15

조수경, <‘달빛요정만루홈런’ 죽음, 반복되지 않으려면...>, 《미디어오늘》, 2012.02.12., <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=100300>, 2012.06.22

조인희, 손준혁, <오디션 프로그램이 사회 및 경제에 미치는 영향에 관한 연구 : 슈퍼스타 K 를 중심으로, ≪한국엔터테인먼트산업학회논문지 제5권 3호≫, 2011

조일동, 『취향의 공동체로서의 한국 인디음악인의 사회화과정 -한 인디 기타리스트의 생애사를 중심으로-』, 「청소년문화포럼」, Vol. 15, No.0, 한국청소년문화연구소, 2007

최희승, 『“주류와 비주류의 불편한 동거” 인디밴드 <장기하와 얼굴들>의 대중화 과정 연구』, 「2010 추계학술대회 논문집」, 한국엔터테인먼트산업학회, 2010

한국문화재단, <http://www.sfac.or.kr/main.asp#1111151413>, 2012.07.02

DRM인사이드, <디지털콘텐츠 유통경로에 따른 합리적 수익배분 조사>, ≪정책연구 06-03≫, 한국소프트웨어진흥원, 2006

Floch, Yohann, *Street Artists in Europe*, Brussels: European Parliament Policy Department Structural and Cohesion Policies, 2007

Oxford Advanced Learner's English-Korean Dictionary© Oxford University Press 2008

<http://blog.last.fm/2008/11/07/artist-royalty-program-slight-return>, 2012.04.22.

<http://itunesconnect.apple.com/WebObjects/iTunesConnect.woa/wo/2.0.0.9.7.3.1.1.>, 2012.04.22.

<http://mashable.com/2008/07/09/lastfm-artist-royalty-program/>, 2012.04.22.

<http://musicmanager.last.fm/help/faq?category=Artist+Royalty+Program>, 2012.04.22.

<http://www.bloter.net/archives/109080>, 2012.06.02.

<http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=100300>, 2012.04.22.

<http://www.mta.info/mta/aft/muny/>, 2012.07.17.

<http://www.mta.info/mta/aft/muny/auditions.html>, 2012.07.17.

<http://www.mta.info/mta/aft/muny/musicians.html>, 2012.07.17.

<http://www.stopbargainmusic.com/>, 2012.07.15