

방탄소년단의 세계 음악시장 성공 요인에 대한 고찰 -2017-2021 가온음악차트 분석을 중심으로-

이광훈¹, 조승현^{2*}

¹천안오페라단, ²고려대학교 문화콘텐츠학과

A Study on the Specificity between BTS's Albums and Domestic Music Market Trends

-Based on 2017-2021 Gaon Music Chart Analysis-

Kwang-Hoon Lee¹, Seung-Hyun Cho^{2*}

¹Cheonan Opera Company

²Division of Cultural Contents, Korea University

요약 본 논문은 가온차트 분석을 통해 BTS의 세계 음악 시장에서의 성공 요인을 살펴보는데 그 목적이 있다. 한국의 문화 산업은 K-POP을 중심으로 하여 지속적으로 성장하고 있다. K-POP의 인기로 전 세계 음악 산업의 지도가 바뀌고 있으며, 특히 노래와 가사 중심의 곡에서 퍼포먼스와 댄스 중심으로 곡의 흐름이 변화되고 있다. 방탄소년단(BTS)이 이와 같은 거대한 흐름의 중심에 있고 K-POP의 지속 가능한 성장을 위해서는 BTS에 대한 성공 요인을 분석할 필요가 있다. 다만 아직까지 BTS에 대한 본격적인 연구가 충분히 이루어지지 않고 있으며, K-POP의 핵심이 되는 음악 자체에 대한 주요 요인 분석이 부족한 상황이다. 이에 필자는 BTS의 세계 시장 진출에 대해 음악 내적인 분석과 외적인 분석으로 나누어 연구를 진행해 나아갈 예정이며, 세계 음악 시장의 변화 요인에 대해 동시에 연구하고자 한다. 이를 통해 BTS가 음악 시장에서 성공할 수 있었던 원인을 파악하고 장기적인 K-POP의 발전 방향성에 대해서 도출해볼 것이다. 본 논문에서는 이에 대한 첫 단계로써, 국내 음악 시장 현황을 통한 내부 환경적 요인 도출을 중심으로 연구하였다.

Abstract This study aims to examine the factors contributing to the success of BTS music band in the global music market through Gaon Chart analysis. Meanwhile, the Korean cultural industry has been continuously growing, centering on K-POP. So, with the growing popularity of K-POP, the map of the music industry around the world is changing, and in particular, the kind of songs is changing from lyrics-oriented songs to songs with performances and dances. BTS music band (BTS) is at the center of such a change, and for the sustainable growth of K-POP, it is necessary to analyze the success factors of BTS. However, full-scale research on BTS has not been conducted yet, and major factor analysis performed so far on the music itself, which is the core of K-POP, is insufficient in the case of BTS. Accordingly, we plan to proceed with this necessary research by dividing the analysis of the effects of BTS entering the global market into internal and external analyses and studying the factors of the corresponding change in the global music market at the same time. Through these analyses, we will identify the cause of the success of BTS in the music market and derive the direction of K-POP development in the long term. In particular, in this article, as the first step toward the analyses, we focus on deriving internal environmental factors for the success of BTS through the current status of the South Korean music market.

Keywords : BTS, Industry, K-POP, Music, Performance, Song

이 논문 또는 저서는 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A5B5A07107050).

*Corresponding Author : Seung-Hyun Cho(Korea University)

email: meducho95@naver.com

Received July 27, 2022

Revised August 31, 2022

Accepted September 2, 2022

Published September 30, 2022

1. 서론

1.1 연구의 필요성 및 목적

한국 대중음악은 동남아시아 시장을 비롯한 전 세계 시장으로의 진출을 지속적으로 시도 중에 있으며, 대중음악 산업 전반에 걸친 발전이 이루어지고 있다. 실제로 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 발간한 2017 음악산업백서 자료에 의하면, 2016년 음악산업부문의 증가 자료는 다음과 같다.

Table 1. The Current Trends of Domestic Music Industry [1]

Field	Units	Rate of Increase
Companies	37,501 units	2.0%
Practician	78,393 persons	1.2%
Sales	5,308,204 million won	6.7%
Added-Value	1,913,102 million won	5.8%
Export	442,566 thousand dollar	16.2%
Import	13,668 thousand dollar	2.0%

또한 2011년과 비교했을 때 2012년의 북미지역 및 유럽지역의 수출입액 증가와 2016년까지의 자료를 비교해보면 사이의 북미시장 진출 전인 2011년 \$587,000에서 2012년 \$857,000로 \$270,000만큼 상승했고 2016년에는 \$2,105,000로 2011년에 비해 약 4배가량 증가한 것을 알 수 있다. 이처럼 전 세계적으로 대중음악시장이 크게 성장했으며 한국의 대중음악 또한 더욱 다양한 지역에서의 영향력을 확대했다는 사실을 인지할 수 있다. 게다가 2012년 이후 최근 2017년 방탄소년단(이하 BTS)이 북미시장에서 크게 인기를 얻음에 따라 이러한 시장 동향은 더욱 크게 증가하고 있다. 일반적으로 연습, 노력, 국내 팬덤, 언어 능력 등은 대부분의 아이돌 그룹 뿐만 아니라 국내·외의 모든 가수들이 그러하듯이 공통적인 성공 요인에 속한다. 그렇기 때문에 분명히 BTS의 미국 시장 진출 성공 요인은 다른 것에 더욱 집중되어 있다고 여겨진다. 특히 한국의 주요 3사 대기업이 아닌 마이너 기업의 성공, 아이돌 그룹의 미국 시장 진출이라는 크게 두 가지 성공 사례에서의 분류는 특히 BTS의 시장 진출과 성과를 돋보이게 하는 점이다. 이전에 많은 메이저 기획사는 미국으로의 진출을 시도했으나 큰 성과를 올리지 못한 채 국내 방송으로 복귀하거나 적자를 남겼다. 또한 성공 사례 중 3대 기획사중 하나로 인식되어 지는 YG의 싸이는 한국 대중음악의 미국 시장 인지도를

확장시켰지만 독특한 음악 색깔과 연륜, 독창성, 뮤직비디오 등이 기존 시장과의 차별성을 드러내기에 충분했다. 하지만 무엇보다도 싸이는 아이돌 그룹이 아니라 기존 기성세대의 해외 시장 진출이었다는 사실에서 BTS와는 큰 차이가 있다.

BTS의 미국음악시장진출과 성공이 지닌 의미는 다양하고 이를 분석하기 위해서 여러 분야에서 연구를 시작하고 있으며, 최근에는 BTS 관련 세미나도 개최되고 있다. 그러나 실제 여러 논문의 분석 내용을 비교해 본 결과는 다소 음악적 성공과는 거리가 먼 연구가 많았음을 알 수 있었다. 대부분이 경제, 경영학적인 분석 방법을 시도하여 BTS의 마케팅 전략이나 경제적 가치 등을 분석하고 판단했거나 혹은 음악외적인 요소 - 예를 들어 소셜미디어, 팬덤, 퍼포먼스 등 - 을 중심으로 분석하고 있다. 하지만 음악가이자 음악학자로서 BTS의 음악적 가치와 이에 대한 성공을 분석하는 선행연구가 부족하다는 것에 큰 아쉬움을 느꼈다. 그러므로 필자는 이번의 가온차트 분석 연구를 기점으로 BTS가 세계시장에서 성공할 수 있었던 음악적 원동력은 무엇인지, 과연 어떠한 점에서 다르기 때문에 그들의 음악이 이토록 단시간 안에 팬들의 사랑을 많이 받을 수 있었는지에 대해서 보다 깊이 연구해보았다.

1.2 연구의 내용 및 방법

당초의 연구 내용 및 방법에 있어서는 우선 한 편의 논문에서 모든 내용을 설명할 수 없었기에 여러 분석 내용을 바탕으로 BTS의 미국음악시장 성공 내용에 대한 분석을 순차적이고 체계적으로 실시하고자 했다. 필자는 BTS 음악시장 성공에 대한 총 연구에서 몇 가지 주제를 세우고 그 주제에 대한 검증을 바탕으로 BTS의 세계 시장 진출의 요인을 양적연구로 분석하고자 하였다. 연구 목적에서 언급했듯이 필자는 그룹 자체가 가지고 있는 음악을 중심으로 하여 과연 어떠한 점이 BTS의 성공을 이끌었는지에 대하여 분석을 시도하는 중에 있다. 이에 본 연구자는 BTS의 음악 내적인 요소와 외적인 요소로 나누어 BTS의 세계시장 성공요인을 다각적으로 분석 중이다. 이를 바탕으로 한 전체 연구의 흐름은 다음과 같다.

1. BTS의 세계시장 진출에 대한 음악 내적 차별요소 분석.
2. BTS의 세계시장 진출에 대한 음악 외적 차별요소 분석.

Table 2. 2017 Gaon chart dance/idol genre song analysis [2]

Division	Singer	Music	Date of Issue	Length	Rest (Overall chorus)	Rest (Converted each chorus by 16bar)	Average
1	BTS	Dope	15.04.29	4'00"	19%	19%	Total Beat 271 Total average 10.84 BTS Average 18.1 Max 34½ Min 0 Mid 17.25
		FIRE	16.05.02	3'23"	29%	29%	
		Blood Sweat&Tears	16.10.10.	3'37"	18½	18½	
		DNA	17.09.18	3'43"	15	30	
		Fake Love	18.05.28	4'02"	29	19½	
2	Twice	Cheer Up	16.04.25	3'28"	8½	8½	
		TT	16.10.24	3'33"	15½	15½	
		knock knock	17.02.20	3'15"	6	6	
		Signal	17.05.15	3'18"	5	5	
		Likey	17.10.30	3'27"	7½	15	
3	Red Velvet	Rookie	17.02.01.	3'17"	6	12	
		Red Flavor	17.07.09	3'11"	5½	11	
4	Mamamoo	Decalcomanie	16.11.07	3'36"	11	9%	
		Yes I am	17.06.22	3'31"	14½	14½	
5	BlackPink	Playing with Fire	16.11.01	3'17"	8%	17½	
		As if it's your last	17.06.22	3'33"	8½	8½	
6	BTOB	MOVIE	17.03.06	3'43"	2½	5	
		Missing you	17.10.16	3'56"	-	-	
7	Winner	Really Really	17.04.04	3'23"	3½	7	
8	EXO	Ko Ko Bop	17.07.18	3'10"	34½	34½	
9	I.O.I	Downpour	17.01.18	3'54"	-	-	
10	Wanna One	Beautiful	17.11.13	3'16"	-	-	
11	A-pink	Five	17.06.26	3'12"	5	7%	
12	Block B	Yesterday	18.05.29	2'48"	0	0	
13	BigBang	Fxxk it	16.12.13	3'51"	1%	3%	

3. 세계 POP음악 시장의 어떠한 변화 요인이 BTS의 해외 시장 진출을 이끌었는가.

4. 이러한 결과가 객관적으로 충분히 타당한가.

첫 번째로 BTS의 음악 내적 차별요소 분석에서는 앨범에 수록된 곡에 대한 악보를 바탕으로 코드진행, 멜로디, 리듬, 사용된 악기를 우선적으로 분석하여 자료화 시킬 예정이다. 그리고 이를 바탕으로 하여 한국과 빌보드 순위에 등재된 음악의 그것과 비교하여, BTS가 가진 공통점과 차이점을 드러낼 것이다.

두 번째로 음악 외적 차별 요소 분석에서는 마찬가지로 BTS의 앨범 수록 곡 중 빌보드에 올라간 곡을 주요 대상으로 하여 뮤직비디오, 퍼포먼스, 무대 등에 가진 특징을 분석하여 자료화 한 후에 한국과 빌보드 순위에 등재된 음악과 비교를 해볼 것이다. 첫 번째와 두 번째 연구는 <Analysis of BTS's entry into American pop

music industry and its success factors>에서 분석한 아래의 표를 바탕으로 내용과 연구를 추가하여 보다 다양한 방법을 통한 분석을 실시하였다.

세 번째로 음악 시장의 경향은 한국콘텐츠진흥원을 비롯한 기존의 데이터와 방대한 연구 자료 등을 조사 및 분석하여, 한국과 세계 POP 시장에 대한 음악 및 산업적 경향에 대해 파악하고자 한다.

2. 본론

2.1 국내 음악산업 현황

전 세계 음악시장은 최근 스트리밍 시장을 비롯한 온라인 및 디지털 마켓을 중심으로 발생하고 있다. 전자 기기의 발달로 최근에 이르러서는 대부분의 음악 감상 인구가 스마트폰으로 음악을 감상하는 한편 유튜브의 등장

Table 3. Means or services when listening to music, KOCCA, 2020 Music White Paper p.128 [3]

Division	Samples	Stream ing	Online Video Site	TV Program	Download Service	Radio	Physical Album	Offline	Digital Album	Etc
Total	(3,000)	63.2	60.3	39.3	30.5	28.7	11.5	10.8	7.1	0.4
Sex	Male	(1,521)	61.1	59.0	36.4	31.1	31.0	12.4	9.8	7.8
	Female	(1,479)	65.3	61.7	42.2	29.9	26.2	10.6	11.8	6.4
Age	10-14	(150)	71.3	68.0	38.7	31.3	14.7	7.3	10.0	3.3
	15-19	(180)	71.1	75.0	40.6	35.0	11.1	6.1	8.3	16.7
	20-24	(261)	77.0	72.4	40.6	32.2	16.1	10.3	16.9	12.3
	25-29	(390)	80.0	62.6	33.8	32.6	19.7	11.8	17.4	11.5
	30-39	(712)	69.2	56.0	35.1	30.5	27.4	9.1	9.6	5.6
	40-49	(732)	55.1	54.4	37.8	27.0	35.5	14.2	9.2	4.8
	50-59	(575)	43.8	59.5	49.0	31.1	42.4	14.3	8.2	4.5

과 활용의 증가로 인해서 영상과 함께 음악을 편하게 즐기는 경향이 우세하다. 한국콘텐츠진흥원의 2020년도 음악 산업백서 자료에 따르면, 코로나 19 이후 음악 이용의 전반적인 증가가 이루어졌다. 특히 오프라인 음악 공연 관람이 사회적 거리두기 등 방벽으로 인해 52.1%가량 크게 감소한 것과는 반대로 ‘음악 스트리밍 유료 이용’, ‘음악 관련 온라인 동영상 관람’, ‘전체적인 음악 감상’은 각각 22.5%, 36.5%, 36.2%로 크게 상승한 모습을 보이고 있다. 이와 더불어 음악 감상 시 이용수단 또는 서비스를 조사한 결과에서는 다음과 같은 결과를 보이고 있었다.

위의 표를 통해서 알 수 있듯이 연령을 불구하고 대부분의 대중들이 ‘음원 스트리밍’ 및 ‘온라인 동영상 사이트’를 음악 감상시 주요 이용수단으로 사용하고 있는 것을 확인할 수 있었다. 모바일 디바이스의 발달로 인해 이러한 환경이 크게 조성된 것으로 알 수 있었다. 특히 ‘온라인 동영상 사이트’의 경우 온라인 음악 서비스 이용 현황 결과 유튜브가 58.4%로 가장 높은 값을 보이고 있기 때문에 특히나 동영상과 함께 음악을 감상하는 문화가 정착된 것으로 보이고 있다.

이는 BTS의 음악적 차별성 요인에 있어서도 퍼포먼스가 강한 그룹이라는 평을 받고 있는 BTS이기 때문에 이러한 환경적 요인 및 음악을 수요하는 방법의 변화가 크게 작용했다고 보고 있다. 그렇다면 국내 대중들이 즐겨 듣는 장르에는 어떠한 경향이 보이는지 확인해보도록 하겠다. 즐겨 듣는 음악 장르는 한국콘텐츠진흥원에서 조사한 결과를 바탕으로 설명하고 이후 필자가 문체부 지정 공식 차트인 가온차트의 2017~2020 디지털 차트의 분석 결과를 바탕으로 한 결과를 설명하도록 하겠다. 우선 2017년부터 2020년까지의 가온차트 TOP 100까지의

곡과 장르는 다음과 같다. 본 차트는 가온차트 Digital Chart를 분석한 결과이며, 장르의 경우에는 음원사이트에 등록된 정보를 바탕으로 입력하였다. 또한 음원사이트 등에서 정확한 정보를 제공하고 있지 않은 경우에는 필자가 음악 분석을 통해 가장 가까운 장르를 표시하였다.

2.2 장르 경향 분석 결과

2.2.1 장르별 차트 구성

현재까지의 연구 진행도에서는 가온차트 TOP 100까지의 차트를 다루고 있지만 추후 연구의 심화 진행에 따라 TOP 200까지의 결과 값을 활용할 예정이다. 본 차트는 스트리밍, 다운로드, BGM 판매량에 가중치를 부여하여 집계된 결과이며, 더불어 ‘Melon’, ‘Youtube’, ‘Sony Music’, ‘Genie’ 등 59개의 음악 사이트들과 협약이 되어 있어 충분한 신뢰도를 가지고 있으므로, 대중들이 즐겨 듣는 음악 장르를 분석하는데 있어서 적합한 신뢰도를 가지고 있다고 판단된다[4]. 2017년의 선호음악부터 조사를 실시하는 이유는 2017년 방탄소년단이 처음으로 미국시장에 진출하여 유의미한 성공을 거둔 해이며, 2017년을 기점으로 하여 한국의 음악콘텐츠 시장의 해외 진출이 특히 활발해진 계기가 되었고 BTS도 마찬가지로 2017년을 기점으로 현재에 이르기까지 국내외로의 영향력이 크게 확장된 해이기 때문이다. 그렇기 때문에 2017년의 시장 현황 조사부터 진행하게 되었다. 그렇다면, 본격적으로 위의 조사 자료를 통해 분석한 디지털 시장에서의 사람들이 즐겨 듣는 장르를 분석결과를 보여주도록 하겠다. 곡에 대한 장르는 각각 ‘발라드’, ‘댄스’, ‘랩/힙합’, ‘R&B/Soul’, ‘록/메탈’, ‘포크/블루스’, ‘인디 음악’, ‘OST’, ‘성인가요’, ‘POP’의 10가지 장르로 구분되었다.

Table 4. Analysis of preferred genres according to the 2020 Digital Chart of Gaon Chart

Division	Number	Rate(%)
Ballard	35	29.7
Dance	20	16.9
Rap/Hiphop	12	10.2
R&B/Soul	4	3.4
Rock/Metal	7	5.9
Folk/Blues	2	1.7
Indie	8	6.8
OST	14	11.9
Adult Pop	2	1.7
Pop	14	11.9
Etc	0	0

*Based on 2020 Digital Chart of Gaon Chart

**Show multiple for multiple genres

 ***Rounded to second decimal place (error range $\pm 0.1\%$)

Table 5. Analysis of preferred genres according to the 2019 Digital Chart of Gaon Chart

Division	Number	Rate(%)
Ballard	48	39.7
Dance	13	10.7
Rap/Hiphop	11	9.7
R&B/Soul	7	5.8
Rock/Metal	10	8.3
Folk/Blues	2	1.7
Indie	11	9.1
OST	10	8.3
Adult Pop	0	0
Pop	8	6.6
Etc	1	0.8

*Based on 2019 Digital Chart of Gaon Chart

**Show multiple for multiple genres

 ***Rounded to second decimal place (error range $\pm 0.1\%$)

2020년의 조사 결과 ‘발라드’, ‘댄스’, ‘OST’, ‘POP’, ‘랩/힙합’, ‘인디’, ‘록/메탈’, ‘R&B/Soul’, ‘포크/블루스’, ‘성인가요’의 순서대로 즐겨듣는 음악임을 확인할 수 있었다. 물론 장르적 구분에서 다소 차이가 있지만 한국 콘텐츠진흥원의 결과는 ‘발라드’, ‘댄스’, ‘OST’, ‘R&B/Soul’, ‘랩/힙합’, ‘트로트’, ‘클래식’, ‘록/메탈’, ‘인디’, ‘재즈/퓨전재즈’, ‘일렉트로닉/EDM’, ‘기타’의 순위였다[5]. 둘 모두 결과에서 ‘발라드’와 ‘댄스’는 가장 인기있는 장르인 것은 분명한 결과였다. 인디 음악과 록/메탈의 인기가 높게 나타났으며, R&B/Soul 장르가 가온차트 분석결과 하위에 있음을 알 수 있었다. 그리고 한국 콘텐츠진흥원의 자료에서 명시되어 있듯이 발라드와 여타 하위 장르들의 응답 값이 최대 44.1%가량 차이나는 것과는 다르게 가온차트 분석 결과에 있어서는 상위 5개 장르에 상위 5개 장르 값이 크게 차이가 나지 않음을 보여주고 있다. 이는 2017년 자료까지 분석내용을 도출하였고 아래 표에서 설명할 예정이지만, 필자는 이번 연구에 더해, 각각 장르의 차트 순위 및 가온지수(스트리밍, 다운로드, BGM 판매량에 가중치를 부여하여 집계)에 대해서 가중분석을 다시 실시하여 실제 선호도 있는 장르를 분석해 나아가길 예정이다. 이는 단순히 대중들이 선호하는 장르를 분석한다는 개념을 넘어서 음악의 경향 변화 과정 및 추후 경향 예측에 크게 도움이 될 것으로 사려된다. 또한 방탄소년단의 성공 요인 분석과 더불어 음악 산업 및 시장 등 환경적 요인 분석에 있어서도 중요한 자료로써 활용될 것이다. 다음은 2019년 자료를 살펴보도록 하겠다.

2019년의 조사 결과 ‘발라드’, ‘댄스’, ‘랩/힙합’, ‘인디’, ‘록/메탈’, ‘OST’, ‘POP’, ‘R&B/Soul’, ‘포크/블루스’, ‘성인가요’의 순서대로 즐겨듣는 음악임을 확인할 수 있었다. 2020년의 결과와는 다르게 발라드에 대한 선호도가 컸으며, 이외의 장르들은 포크/블루스 장르를 제외하고 모두 비슷한 수준임을 알 수 있다. 특히 ‘댄스’ 장르가 2020년에 비해서는 약세였으며, ‘인디’와 ‘록/메탈’ 장르가 2019년에는 더 선호하는 음악이었다. 한국콘텐츠진흥원의 2019년 음악산업백서에서 조사한 ‘즐거듣는 음악장르’를 보면, ‘발라드’, ‘댄스’, ‘OST’, ‘R&B/Soul’, ‘랩/힙합’, ‘클래식’, ‘인디’, ‘록/메탈’, ‘트로트’, ‘재즈’, ‘일렉트로닉/EDM’, ‘기타’의 순서로 나타났다. 가온차트에서 보여지는 자료와는 2020년의 순위와는 차이가 있음을 확인할 수 있었다.

가온차트의 결과값으로는 ‘인디’ 장르와 ‘랩/힙합’이 동차로 강세를 보였으며, ‘록/메탈’도 콘진원의 자료와는 다르게 높은 수준임을 알 수 있었다. 특히 콘콘텐츠진흥원의 결과에서 ‘댄스’ 장르와 ‘R&B/Soul’ 그리고 ‘댄스’와 ‘랩/힙합’은 전체 응답률이 각각 24.8%와 30% 차이가 나고 있다. 하지만 가온차트 분석결과는 각각 4.9%와 1.6%로 적은 차이를 보이고 있다. 이렇게 차이를 보이고 있는 것에 가장 중요한 원인은 아무래도 응답 대상자들만 10세부터 만 59세 이하의 국민 중 최근 1년 음악 콘텐츠 이용 경험자로 인구 통계 자료의 지역, 성별 등의 비율에 따라 조사 메일을 발송하여 진행하였다는 것에 있다. 물론 설문조사를 통해 표본을 구성하고 이를 통해 결과 값을 도출하는 것과 충분히 중요하지만 현재 대중

음악에 있어서 장르를 구분 짓는 것이 어려워지고 있다. 이는 복합적인 장르의 등장으로 인한 것이다. 그래서 대부분 작곡가나 작사가의 의도에 따라서 음원 사이트 등록 시 장르를 구분 짓고 있다. 그러므로 일반 대중들이 장르를 직접적으로 구분하는 것에 한계가 있다. 일반적으로 아이돌 그룹 음악의 경우에는 '댄스' 장르로 생각하기 쉬우나 방탄소년단, 블랙핑크의 음악 등의 장르를 실질적으로 분석해보면, 'R&B/Soul'이나 '랩/힙합'이다. 이러한 점을 미루어 보았을 때, 한국콘텐츠진흥원에서의 결과와 가온차트의 실질 분석 결과 사이에는 차이가 발생할 수밖에 없다고 여겨진다. 이러한 장르적 이해가 더해진다면, 'R&B/Soul'과 '랩/힙합' 장르의 선호도 결과 값이 커질 것으로 예상하고 있다. 이는 추후 가중치 실증 분석 및 설문을 통해서 더욱 세부적인 결과를 통해서 도출해내고자 한다. 다음으로는 이어서 2018년의 자료를 살펴보도록 하겠다.

Table 6. Analysis of preferred genres according to the 2018 Digital Chart of Gaon Chart

Division	Number	Rate(%)
Ballard	32	29.7
Dance	27	24.5
Rap/Hiphop	15	13.6
R&B/Soul	10	9.1
Rock/Metal	3	2.7
Folk/Blues	3	2.7
Indie	9	8.2
OST	4	3.6
Adult Pop	0	0
Pop	6	5.5
Etc	1	0.9

*Based on 2018 Digital Chart of Gaon Chart

**Show multiple for multiple genres

***Rounded to second decimal place (error range $\pm 0.1\%$)

2018년의 조사 결과는 2020년과 2019년과는 다시 다른 양상을 보이고 있었다. '발라드', '댄스', '랩/힙합', 'R&B/Soul', '인디', 'POP', 'OST', '록/메탈', '포크/블루스', '기타', '성인가요'의 순서를 보이고 있었다. 2019년과는 다르게 'R&B/Soul'이 위로 올라왔으며, '록/메탈'은 하위로 보이고 있다. 한국콘텐츠진흥원의 결과에 따르면, '발라드', '댄스', 'OST', 'R&B/Soul', '랩/힙합', '클래식', '인디', '록/메탈', '트로트', '재즈', '기타'로 보이고 있다. 콘진원의 조사 결과 값과는 'OST' 부분이 특히 순위 부분에서 큰 차이를 보이고 있음을 알 수

있었다. 'OST'를 '발라드' 혹은 '댄스' 등과 마찬가지로 장르로 구분해야 하는가에 대한 문제는 분명히 존재한다. 필자도 장르를 구분 짓는 것에 있어서 'OST'를 추가하기도 하였지만 이는 콘텐츠진흥원의 결과에서 'OST'가 차지하고 있는 비중이 있기 때문에 확인을 하기 위해서 첨부한 자료 값이다. 필자는 조사 과정에 있어서 복수 장르에 있어서는 복수 표시를 진행하였기에 'OST'가 상대적으로 적은 값으로 표시되고 있다. 자체 분석 결과에 대해서는 '댄스' 부분이 2020년과 2019년과 다르게 비율이 매우 높아져 '발라드'와 비슷한 수준에 이르는 것으로 드러나고 있다. 또한 '랩/힙합' 분야도 인기를 끌었던 것으로 나타나고 있다.

Table 7. Analysis of preferred genres according to the 2017 Digital Chart of Gaon Chart

Division	Number	Rate(%)
Ballard	31	25.4
Dance	26	21.3
Rap/Hiphop	15	12.3
R&B/Soul	13	10.7
Rock/Metal	2	1.6
Folk/Blues	10	8.2
Indie	11	9.0
OST	10	8.2
Adult Pop	0	0
Pop	3	2.5
Etc	1	0.8

*Based on 2017 Digital Chart of Gaon Chart

**Show multiple for multiple genres

***Rounded to second decimal place (error range $\pm 0.1\%$)

2017년 조사 결과 '발라드', '댄스', '랩/힙합', 'R&B/Soul', '인디', '포크/블루스', 'OST', 'POP', '록/메탈', '성인가요', '기타'의 순서로 선호도가 있었다. 2017년의 결과는 'OST'를 제외하고 한국콘텐츠진흥원의 결과와 매우 유사한 것으로 드러났다. 특히 2017년과 2018년에 걸쳐서는 '발라드'와 '댄스' 장르의 비중이 유사하고 '랩/힙합'과 'R&B/Soul' 장르가 강세 했던 것으로 보여지고 있다. 또한 '록/메탈'의 경우에는 낮은 비중을 보이고 있고 이외 장르에 대해서도 비슷한 비중을 보이고 있는 것으로 보아 음악 수요에 있어서 TOP 100에 해당하는 음악장르의 다양성이 풍부한 시기로 사려된다. 그렇다면 이어서 2017년부터 2020년까지의 전 자료 값을 정리한 자료를 설명하도록 하겠다.

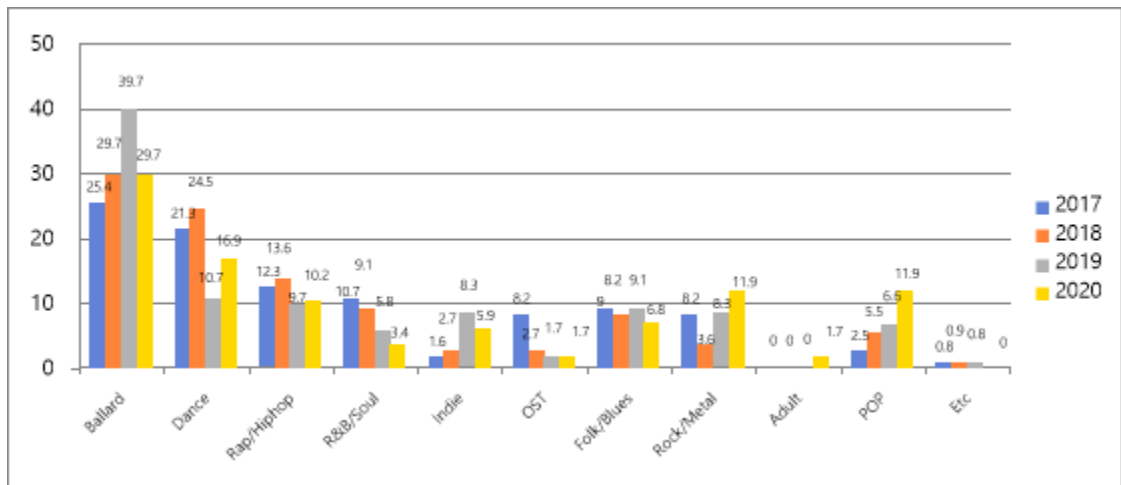


Fig. 1. 2017-2020 Digital Chart Top 100 Genre Status

2.2.2 전체 분석 결과

가온차트의 2017-2020 Digital Chart Top100에 있는 장르를 모두 분석한 결과는 위의 표와 같다.

첫 번째로 ‘발라드’ 장르는 2017년에서 2020년까지 모두 모든 장르 중에서 Top 100에 가장 많이 속해 있는 장르로 보여졌다. 특히 2019년에는 발라드다 전체 100곡 중 39.7%에 이르러 가장 인기가 많았음을 알 수 있다. 특히 2019년에는 이로 인해 발라드 외의 대부분의 장르가 비슷한 수준으로 이루어져 있음이 확인되었다. 또한 2017년이 가장 낮은 수준으로 보였으며, 2019년 이후 다시 2020년에는 29.7%로 이전의 수준으로 복귀한 것을 알 수 있다. 특히 2020년에는 특히 ‘발라드’/‘OST’장르가 가장 많은 해로 꼽히고 있다는 점이 특징적이다.

두 번째로 ‘댄스’는 2017년에서 2018년까지가 전성기로 볼 수 있다. 2017년과 2018년 모두 ‘발라드’와 약 5%가량의 곡 수가 차이를 보이며, 하위 다른 장르들과도 현저한 차이를 보이고 있음을 알 수 있었다. 하지만 2019년에 이르러서 급격하게 감소하였고 2020년에 이르러서 회복세를 보이고 있는 모습이다. 특히 2020년은 유재석, 비, 이효리로 이루어진 그룹과 환불원정대로 인해 댄스 장르가 크게 인기를 끌었으며, 이와 더불어 이전까지 ‘랩/힙합’ 혹은 ‘R&B/Soul’ 장르의 음악을 주로 선보이던 방탄소년단이 “Dynamite”와 “작은 것들을 위한 시”를 발매하면서 특히나 ‘댄스’ 장르가 차트 상위권을 차지하고 있음이 특징적으로 보여지고 있다. 이는 ‘댄스’ 장르가 반등을 보이는 2019년과 2020년에 발생한 것으

로 보여진다. 이것이 방탄소년단의 효과로 인한 반등인지 혹은 국내 및 해외 음악시장의 트렌드 변화를 읽고 등장한 방탄소년단의 곡인지에 대한 여부는 추후 추가적인 연구를 통해 밝힐 필요가 있을 것이다.

세 번째로 ‘랩/힙합’은 2017년에서 2018년에 이르기까지 상승하다가 2019년 4.5%p 하락하였으며, 2020년 다시 반등하기 시작한 모습을 보이고 있다. 2017년과 2018년은 고등래퍼 1 과 고등래퍼 2 그리고 쇼미더머니 6와 쇼미더머니 7이 동시에 방영되는 시점으로 ‘랩/힙합’ 장르에 대한 관심이 크게 증가하고 있을 시기였음이 원인으로 분석되고 있다. 또한 방탄소년단의 2017년과 2018년 Top100 순위에 있는 곡은 “FAKE LOVE”, “DNA”, “봄날”, “IDOL” 4곡으로 각각 2018년 7월, 2017년 9월, 2017년 2월, 2018년 8월에 각각 발매되었으며, 2017년 Top 100 순위에 있는 곡은 “봄날”, “DNA”, “피 땀 눈물”, “3곡으로 앨범 타이틀로 발매되었던 곡이 모두 ‘랩/힙합’장르의 곡이었음이 확인되었다. 2016년 그 이전의 자료들도 분석을 하고 해외 시장에 대한 전반적인 분석도 추후 필요하다. 그러나 방탄소년단은 ‘랩/힙합’

장르가 강세로 나가던 2017년 2018년의 전반적인 흐름에 맞춰서 곡의 장르가 나온 것으로 보여지고 있다.

네 번째로 ‘R&B/Soul’은 2017년부터 2020년까지 꾸준히 감소하고 있는 모습을 보이고 있다. 이는 ‘댄스’와 ‘발라드’ 장르의 강세와 이외 하위 장르들의 전반적인 상승으로 인한 감소로 보여진다. 특히 2020년에는 ‘OST’와 ‘POP’의 인기, 그리고 ‘댄스’ 장르의 반등으로

인해 이 감소가 더욱 두드러지게 나타나는 것으로 확인되었다.

다섯 번째로 ‘인디’ 장르는 한국콘텐츠진흥원의 선호도 조사에서와는 다르게 2017년부터 현재에 이르기까지 큰 변화 없이 꾸준히 인기가 지속되는 것으로 보여진다. 특히 Top100에 있어서 2019년에는 ‘랩/힙합’ 장르와 동률인 것을 확인할 수 있으며, ‘R&B/Soul’이나 ‘OST’ 장르에 비해서도 많은 곡을 보여주고 있다. 하지만 2020년에는 소량 감소한 것으로 나타난다. ‘인디’ 장르에서 현재 대중음악계의 가장 중요한 가수는 ‘볼빨간 사춘기’와 ‘멜로망스’, ‘잔나비’이다. 다양한 인디 음악 가수가 지속적으로 등장했지만 2019년 음원 사재기 논란으로 수많은 인디음악 가수들이 진위 여부를 떠나 해당 논란의 영향을 받았고 이러한 환경적 요인으로 인해서 2020년 인디음악 장르가 감소한 것으로 여겨진다.

여섯 번째로 ‘OST’ 장르의 경우에는 2018년의 급감과 2020년의 반등과 같이 변동이 지속적으로 있어왔다. 필자는 ‘OST’를 장르적으로 구분하는 것에 있어서는 문제의 소지가 있다고 필자는 생각하나, 한국콘텐츠진흥원의 분류 결과에 의해서 ‘OST’를 추가했다. ‘OST’는 일반적으로 텔레비드 드라마 혹은 영화의 등장과 함께 변동이 심할 수밖에 없고 음악적으로 흐름을 예측하기 어렵다고 판단하기 때문에 추가적으로 설명은 하지 않도록 하겠다.

일곱 번째로 ‘포크/블루스’ 장르의 경우에는 2017년 가장 높은 수준이며, 이후로 감소하여 비슷한 양상을 보인다. 이 장르의 경우에는 2017년부터 2020년까지 Top 100에 오른 총 17곡 중 13곡이 ‘볼빨간 사춘기’의 곡일 만큼 한국대중음악에서 독보적인 장르를 구축하고 있다. 그렇기 때문에 일반적인 가수들의 앨범 발매와는 크게 관련이 없으며, ‘볼빨간 사춘기’의 음반 발매와 활동, 그리고 음악의 성공 여부와 함께 그래프가 움직이는 것을 볼 수 있다. 특히 2017년의 경우에는 ‘악동뮤지션’, ‘신연희와 김루트’, ‘아이유’가 ‘포크/블루스’ 장르의 곡을 각 1곡씩 차트에 진입시켰기 때문에 특히 2017년의 장르적 선호도가 높았음을 알 수 있다.

여덟 번째로 ‘록/메탈’의 경우에는 2017년과 2018년에는 약세를 보이다가 2019년에 크게 성장했음을 알 수 있다. 특히 2019년에는 ‘장범준’의 앨범 발매와 ‘잔나비’의 앨범이 크게 활약하여 ‘록/메탈’ 장르의 비중이 높아짐을 보여주고 있다.

아홉 번째로 ‘성인가요’의 경우에는 2020년 트로트 열풍과 함께 다양한 음원 차트에 트로트가 올라갈 수 있

었으며, 이로 인해서 기존의 음원시장에 나타나지 않던 ‘트로트’장르가 등장하기 시작하였다.

열 번째로 ‘POP’장르는 2017년부터 지속적으로 국내 음악 차트에서 성장하고 있다. 이는 K-POP의 세계화와 더불어 해외의 음악들이 한국으로 들어오는 것도 보다 용이해졌으며, 국내와 해외 간의 음악적 차이가 줄어들고 있는 것으로도 해석할 수 있을 것이다. 이는 추후 해외 음악시장 분석을 통해 보다 정확하게 알아보도록 할 것이다.

3. 결론

방탄소년단의 해외 시장 진출 및 성공 요인에 대해서 분석하기 위해 한국음악시장의 경향에 대한 분석이 이루어져야만 K-POP 가수인 방탄소년단의 국내 음악 경향에 대해서도 파악할 수 있다고 판단되었기에 본 연구를 먼저 진행하였다. 이번 연구내용을 활용하여 2010년부터 2020년 간의 총 10년간의 음악적 경향을 분석해야 할 필요성이 있다고 생각이 되었다. 더불어 해외음악 시장에 대한 연구도 본 연구와 마찬가지로 진행할 예정이다. 그리하여 이번 연구를 통해서 국내외 음악시장의 흐름과 경향을 분석하고 방탄소년단의 곡에 대한 경향성 연구를 동시에 진행해 나아갈 예정이다.

현재까지의 연구 진행에 따르면, 아직까지 국내 시장에서는 장르의 경향과 방탄소년단의 음악이 가지고 있는 장르적 특징의 공통점을 객관적으로 드러내기에는 어려움이 있었다. 다만 방탄소년단과 국내 음악시장 간에서 드러나는 한 가지 특이점은 발견할 수 있었다. 그 특징은 국내 장르의 주요 스트림과 방탄소년단의 앨범 간의 공통점이 없다는 점에 있다. 분명히 국내 음악 시장에서 한 해 간의 트렌드와 100위 안에 선정되는 음악들 간의 공통점이 있기 마련이나, 방탄소년단의 음악은 특히 아이돌의 음악 중에서도 국내 100위 중 메인 스트림의 경향과는 다르다는 점이 바로 그 특징이다.

이 점으로 미루어 보았을 때, 방탄소년단의 곡 혹은 앨범은 국내 음악시장의 영향을 크게 받고 있지 않다는 점을 알 수 있었다. 더불어 방탄소년단 앨범 장르는 해당 앨범이 나온 차기년도에 전년도 방탄소년단 앨범의 장르가 주류가 되는 연도가 있었다는 점이다. 이는 빌보드 차트 및 국외 음악 장르 경향을 분석해 보면서 결론을 지을 수 있을 것이다. 다만 현재까지 미루어보았을 때, 첫 번째로 방탄소년단 곡의 장르가 국내 음악 시장의 메인 스

트림 변화에 영향을 끼치고 있다는 점이고 방탄소년단의 곡은 국내 음악의 주요 장르적 흐름의 영향을 받고 있지 않다는 것이다.

필자는 추후 국외 장르 경향 연구를 통해서 방탄소년단의 앨범과 곡에 대해 보다 본격적으로 연구를 진행해 볼 것이다. 그리고 이를 통해서 국내 음악이 해외 음악 시장으로 진출할 수 있는 분석 방법을 제시해보고자 한다.

References

- [1] Korea Creative Contents Agency, 2019 White Paper on Korean Music, 2018.03.28.
- [2] Seung-Hyun Cho, Hyung-Chun Kim, Analysis of BTS's entry into American pop music industry and its success factors, International Journal of Engineering & Technology, 2019.01.04.
- [3] Moon-Haeng Lee, Overseas market expansion strategy of Korean media companies: focused on SBS and CJ E&M, Korean Regional Communication Research Association, Vol.13 No.3, 2019.09.
- [4] Gaon Music Chart, Gaon Annual Digital Chart, <http://www.gaonchart.co.kr/>
- [5] Korea Creative Contents Agency, 2020 White Paper on Korean Music, 2020.12.31.

조 승 현(Seung-Hyun Cho)

[준회원]



- 2014년 2월 : 고려대학교 경제학과 (경제학학사)
- 2020년 1월 ~ 현재 : 한국실용음악교육협회 교육/연구위원
- 2021년 3월 ~ 현재 : 고려대학교 일반대학원 문화콘텐츠학 (석사재)
- 2021년 6월 ~ 현재 : 이모션웨이브(주) 셀장

<관심분야>

교육, 문화콘텐츠, 음악, K-POP

이 광 훈(Kwang-Hoon Lee)

[정회원]



- 2000년 3월 ~ 2005년 2월 : 추계예술대학교 피아노과 학사
- 2009년 10월 ~ 2011년 9월 : 독일 슈투트가르트 국립음대 피아노과 석사
- 2012년 10월 ~ 2016년 12월 : 불가리아 New Bulgarian University PhD박사
- 2017년 9월 ~ 현재 : 천안오페라단 피아니스트로 활동중

<관심분야>

교육, 문화콘텐츠, 음악, K-POP