

러시아 음악 산업 현황과 과제*

- 디지털 음원을 중심으로 -

권 기 배**
(중앙대학교)

김 세 일***
(중앙대학교)

◆ 국문초록

이 논문은 최근 디지털 음원 분야에서 주목할 만한 성장을 이루고 있는 러시아 음악시장의 현재적 상황과 그 배경에 대해 살펴보는 것을 목적으로 한다. 현재 세계 10위권의 시장 규모를 가진 러시아 음악 산업은, 스트리밍 접속을 통한 디지털 음원 시장을 중심으로 빠르게 성장하는 세계 음악 산업의 최근 흐름을 따르고 있다. 러시아의 음악 산업에서 디지털 음원의 성장 배경으로는 다운로드 및 스트리밍 음원 서비스 증가, 인터넷 발전으로 인하여 모바일을 이용한 디지털 음원 접속 회수의 증가, 정부의 저작권법 개정 등이 주요 원인으로 거론된다. 특히 스트리밍 음원 매출은 2020년에 디지털 음원 전체 매출의 85%이상 점유율을 예상할 만큼 폭발적인 성장이 기대된다.

스마트폰의 보급, 이로 인한 러시아 국민들의 라이프 스타일 변화, 즉 별도의 오디오 기기나 디지털 플레이어기 없어도 누구나 쉽게 디지털 음원에 접근하고 음악을 들을 수 있는 '연결/접속'의 편리함과 4차 산업혁명의 '빅데이터' 해석을 통한 음원소비자의 성향 분석 등이 이러한 변화를 전위에서 이끌고 있다. 또한 러시아 정부의 '저작권법' 개정과 더불어 불법 복제 음원물의 유통 근절에 대한 강력한 정책이 효과를 발휘하고 있다는 것도 디지털 음원의 가파른 상승을 이끄는 중요한 요소로 꼽힌다.

* 이 논문은 2012년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임. (NRF-2012S1A6A3A02033580)

** 중앙대학교 외국학연구소 HK연구교수, 제 1저자.

*** 중앙대학교 유럽문화학부 교수, 교신저자.

음악은 문화적 자산 가운데 가장 중요한 요소이면서, 디지털 경제의 전반적인 성장을 견인하는 효자 콘텐츠이다. 현재 러시아 음악 산업은 과거와 비교했을 때 안정적으로 지속 가능한 성장을 도모할 수 있는 환경이 구축되고 있으며, 여기에 다음과 같은 다섯 가지 개선안(저작권 보호에 대한 러시아인들의 의식 강화, 디지털 음원 산업에 빅데이터 활용, 디지털 음원 유통자들의 독과점 개선, 적절한 음원 수익 분배율 제시, 러시아 음악 산업에 대한 투자 활성화)이 효과적이고 생산적으로 잘 작동되면 세계 음악시장에서 러시아의 역할과 입지가 확장될 가능성은 매우 크다. 이럴 경우 러시아 음악 산업은 디지털 음원 시대에 단순히 적응하는 단계를 지나 4차 산업혁명의 수혜업종인 ‘스트리밍’에 접속하여 음악을 소비하는 패턴이 시장의 중심이 되는 세계 음악 산업을 선도적으로 이끌어 갈 것이다.

주제어 : 문화산업, 러시아 문화, 러시아 음악 산업, 디지털 음원, 스트리밍, 접속, 모바일

1. 들어가는 말

시대와 역사의 산물인 문화는 현대사회에 이르러 단순히 여가선용이나 인간다운 삶의 향유 차원에 그치지 않고, 점차 다양한 삶의 방식들과 긴밀히 결부되면서 문화 자체가 하나의 독자적인 산업이 되기 시작했다. 이러한 경향이 지속되면서 상상력과 창의력이 핵심인 21세기에는 국가발전의 원동력으로서 문화산업이 더욱 주목 받게 된다¹⁾. 현재 전 세계적으로 통용되고 있는 문화산업은 ‘문화상품의 개발, 제작, 생산, 유통, 소비등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업’을 의미한다.

미국에서는 문화산업을 엔터테인먼트산업으로, 영국에서는 개인의 창의성을 강조하면서 창조산업(creative industry)으로, 캐나다에서는 예술 산업(art industry)으로, 호주에서는 문화레저산업 등으로 각각 정의하고 있다. 또한 일본에서는 문화산업을 대중오락산업 또는 레저·엔터테인먼트산업

1) 이경준, 「음악 산업의 구조 변동에 따른 음악저작권 쟁점 연구」, 한국외국어대학교 석사 논문, 2014. 2쪽 참조.

이라는 개념으로 사용했으나 최근에는 엔터테인먼트·콘텐츠산업 또는 콘텐츠산업으로 변경하여 사용하고 있다.

우리나라의 경우, 2010년 6월 개정된 ‘콘텐츠 산업진흥법’에 따라 문화산업을 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업으로 정의하고 있다²⁾. 콘텐츠산업은 고성장, 고용창출, 고부가가치뿐만 아니라 국가브랜드를 향상시켜 국가경쟁력을 제고(提高)하는 가치를 창출하기 때문에 세계 각국에서는 콘텐츠산업을 적극 육성하고 있다.

콘텐츠산업(문화산업)의 구성 요소 중 젊은 세대가 가장 많이 접하는 음악 산업은 유형 혹은 무형 음원 매체의 판매 사업, 공연 및 이벤트 사업, 아티스트 매니지먼트 사업, 음악 출판사업 등 아티스트와 그 악곡을 중심으로 한 사업들을 총칭한다.³⁾ 또한 음악 산업은 유형물에 고정되어 판매되는 매체와 관련 있는 오프라인 음악 산업, 디지털 음원의 다운로드 및 스트리밍 등 무형물의 형태로 판매되는 디지털 음원 산업, 그리고 콘서트와 뮤지컬 등으로 나뉘는 음악 공연 산업 등으로 분류된다.

1887년 에밀 베를리너(Emile Berliner)에 의해 ‘그래머폰(gramophone)’이 발명되면서 음악은 하나의 콘텐츠 개념으로 발전해 급격히 산업화되었다. 음원의 녹음 및 재생이 가능해짐에 따라 음반이라는 매체가 탄생해 대중화되었고, 이후 음악의 악곡 스타일은 대중의 취향과 이를 담는 매체의 기술에 의해 끊임없이 변화하였다.⁴⁾ 이러한 음악 산업(시장)은 초기 LP시대를 거쳐 CD, 최근 온라인 디지털 음원 등 소리 저장기술 환경 및 소비패턴의 변화와 더불어 2천 년대 초반부터 시장규모가 감소하기 시작했다. 그러나 시장규모가 감소하기 시작한 것을 단순히 음악 산업의 지속적인 하향 추세로 단정하기는 어렵다. 왜냐하면 이러한 감소의 흐름은 전통적인 CD나 카세트테이프를 비롯한 물리적 유통 부분의 위축일 뿐이지 전체 음악 산업의 위기는 아니기 때문이다.

2) 『2016 해외콘텐츠 시장동향조사』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 6쪽.

3) 『2012 음악 산업 백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2013, 178쪽.

4) 이상훈, 신광철, 「제4차 산업시대 음악콘텐츠의 발전 방향성에 대한 연구」, 『글로벌별문화콘텐츠학회 학술대회』 2017년 6월, 179쪽.

실제로 20년간 지속된 음악시장 하락 추세 이후 2010년부터 음악시장의 감소경향이 다소 완화되기 시작했고, 최근 2년간(2015~2016년)은 세계 음악 산업 환경에 큰 변화 및 발전이 있었다. 2015년에는 마침내 세계 음악 산업 매출이 3% 성장하였고, 특히 디지털 음원을 중심으로 음악 소비자들의 확대되는 음원 수요를 확인할 수 있다. 그리고 대부분의 국가에서 온라인을 통한 다운로드와 스트리밍⁵⁾ 접속 수요가 중심이 된 디지털 음원 매출이 물리적 저장 매체인 CD와 같은 오프라인 매출을 능가하게 되었다.

디지털 음원시장으로의 진입은 소비자 입장에서는 음악을 즐기기에 위해 따로 시간을 내어 음반 판매점으로 가서 CD를 구입한다거나, 단 한국만을 위해 CD를 사야하는 비경제적 활동을 하지 않아도 되기 때문에 효과적이다. 그와 동시에 음원 다운로드 및 스트리밍을 통해 좋아하는 곡만 선택하여 즐길 수 있을 뿐만 아니라, 시간적·경제적 사정으로 힘들었던 다양한 음악을 쉽고 저렴하게 접할 수 있으므로 기호를 다양화 할 수 있어 음악경험을 확대하는데 큰 역할을 하고 있다⁶⁾. 특히 디지털 음원 시장의 스트리밍 및 음악 애플리케이션(application) 다운로드는 기존의 물리적 유통의 위축적인 경향을 빠르게 대체하면서 음악 산업의 효자 콘텐츠로 자리매김하고 있다.

현재 대부분의 국가에서 ‘언제 어디서나 사이버 공간에 접속하여 다양한 방식으로 의사소통을 가능하게 해주는 유비쿼터스(Ubiquitous)’⁷⁾시대가 되면서, 스트리밍 방식의 접속과 디지털 음원 다운로드는 모바일 기기, 특히 스마트폰의 빠른 보급에 의해 폭발적으로 성장하고 있다. 이러한 음악 소비 형태가 반영되면서 디지털 음원 매출이 세계 음악시장에서 차지하는 비중

5) 스트리밍 기술은 다운로드 행위 없이 실시간으로 음향, 영상 등의 파일을 재생해주는 기술을 말하며, 1995년 리얼 네트워크(Real Network)사가 개발한 리얼 오디오에서 처음으로 선보였다. 온라인 음악 스트리밍은 초기에 무료로 서비스를 시작하였고, 그 서비스를 제공하는 사업자 또한 중소기업이나 개인이 주를 이루었다. 그 때문에 저작권 문제에서 스트리밍 사업자들은 음악저작권의 권리자들 및 제작사와의 충돌이 불가피했고, 결국 그 과정에서 사라지거나 거대 통신사와 같은 대기업들에게 병합되게 된다. 이경준, 「음악 산업의 구조 변동에 따른 음악저작권 쟁점 연구」. 한국외국어대학교 석사 논문, 2014, 45쪽.

6) 이경준, 「음악 산업의 구조 변동에 따른 음악저작권 쟁점 연구」. 한국외국어대학교 석사 논문, 2014, 47쪽.

7) 김형섭, 김세일, 「신동복아 언어문화 연구(I): 반문화로서의 이모티콘과 인터넷 언어」, 『외국학 연구』, 31집, 2015, 392쪽.

이 22%(2015년 기준)까지 성장하였고, 러시아를 포함한 세계 대부분의 국가에서 디지털 음원시장의 중요성이 점차 높아지고 있다.

세계 10위권 규모의 음악시장인 러시아 음악 산업의 전체 매출은 한때 정체 상태를 넘어 소규모의 감소세를 보였다. 이 같은 원인은 우크라이나와의 분쟁에서 파생된 유럽의 대리 경제 제재, 유가하락 등의 경제위기에 기인하며, 그 결과 공연관람 및 음반 소비 등이 감소하였다. 그러나 러시아 전체 음악시장의 이러한 위축에도 불구하고 최근 스마트폰 중심의 디지털 기기 보급 확산으로 디지털 음원 소비가 급증하면서, 디지털 음원 매출액이 전체 음원 매출의 50% 이상의 점유율을 보이며 큰 폭의 상승세를 기록하고 있다.

본 연구에서는 상기한 러시아 음악 산업의 현황, 특히 가장 역동적으로 성장하고 있는 디지털 음원 - 특히 스트리밍을 통한 접속 형식으로 소비자가 향유하는 음원 - 의 발전 특징 및 러시아 음악시장의 과제를 분석하고자 한다.

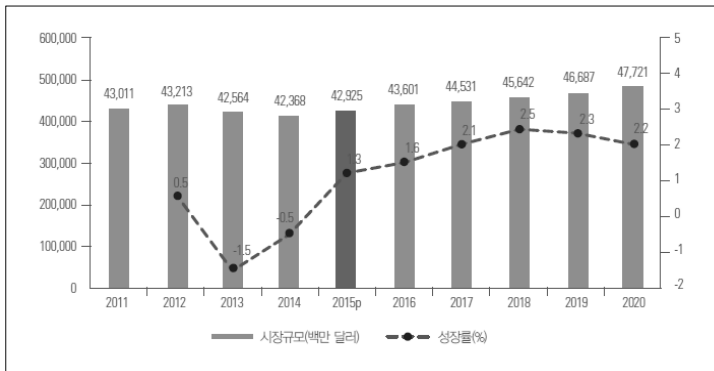
II. 러시아 음악 산업의 현황 및 과제

1. 세계 음악 산업의 변화와 러시아 음악 산업

음악은 문화산업과 창조산업의 아주 중요한 콘텐츠이다. 미국, 일본, 유럽 등 문화산업이 잘 발전되어 있는 나라에서는 음악 산업이 해마다 엄청난 매출 규모를 만들어 내고 있다. 음악 산업 관련 대표적 조사기관인 PWC⁸⁾의 보고서 <Global Entertainment and Media Outlook>에 의하면, 2015년 세계 음악시장은 음반 시장의 지속적인 하락에도 불구하고 디지털 음원, 특히 스트리밍 접속 시장의 성장으로 2014년 대비 1.3% 증가한 429억 2,500만 달러의 매출을 기록하였다.(<표 1> 세계 음악 시장 규모 및 성장률, 2011-2020 참고). 디지털 음원 시장의 성장에는 애플의 기여가 큰 역할을 하였다.

8) PWC는 영국 런던에 본사를 둔 다국적 회계컨설팅기업 프라이스 워터하우스 쿠퍼스이다. PWC의 경우 전 세계 다양한 국가의 공공기관, 협회, 규제기관, 시장조사 기관 등에서 발표하는 데이터를 수집하여 이를 바탕으로 개별 국가의 시장규모를 추정하는 방식을 취하고 있다.

애플이 아이튠즈⁹⁾를 통해 곡당 다운로드 유료서비스라는 새로운 비즈니스 모델을 선보임으로써 디지털 음악시장 규모가 빠른 속도로 성장하였기 때문이다. 또한 거대 음원 유통사들(애플뮤직(Apple Music), 유튜브레드(YouTubeRed), 스포티파이(Spotify))들의 선의의 경쟁을 통한 스트리밍 서비스 수익이 큰 폭으로 증가한 것도 전체 음악 시장에서 차지하는 디지털 음원의 지분 확대의 원인으로 꼽을 수 있다.



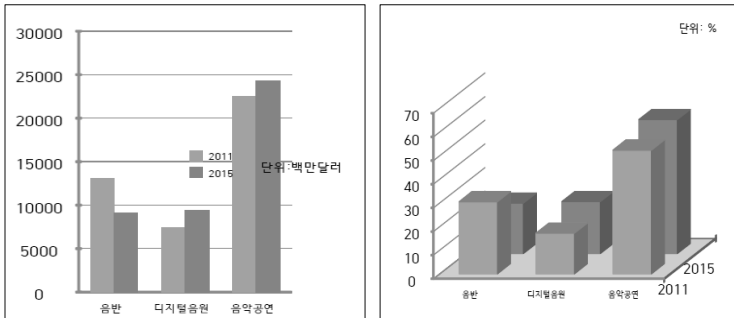
〈표 1〉 세계 음악 시장 규모 및 성장률, 2011~2020¹⁰⁾

세계 음악 산업을 구성하는 개별 콘텐츠(매체)를 살펴보면, 2011년 기준 세계 음악시장은 ‘공연음악’ 시장이 225억 천만 달러의 매출로 52.3%의 점유율을 보이며 가장 높은 비중을 차지했다. 이 분야는 2015년도에도 243억

9) 2003년 4월 28일 서비스를 시작한 애플사의 아이튠즈(iTunes Music store)는 주요 음반사의 20만곡을 가입료 없이 한곡당 99센트의 가격으로 무제한으로 CD굽기, 아이팟(iPod) MP3플레이에 저장, 다른 맥킨토시 PC로의 전송 등이 가능한 다운로드 음악 서비스를 시작하였다. 이는 음악 구매자들이 CD나 카세트테이프 등을 구입하여 이용하는 방식과 같은 최초판매원칙(The first sale doctrine)이 적용되는 것으로 지금까지 음반사들이 제공하는 것보다 훨씬 소비자 친화적인 서비스 방식이었다. 아이튠즈는 서비스가 개시된 이후 2달간 약 500만곡이 다운로드 되면서 합법적인 유료 다운로드 음악의 가능성을 성공적으로 음악 산업에 보여주기 시작한 것으로 평가 받는다. 유선실, 『미국 유료 온라인 음악시장의 경쟁 현황』, 『정보통신정책』 통권322호, 2003, 59쪽.

10) 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 361쪽.

3천 4백만 달러의 매출로 소폭의 상승세를 보이며 56.7%의 점유율을 기록하였다. 그리고 2011년 73억 8천백만 달러의 매출로 음악시장의 17.2%의 점유율을 차지했던 디지털 음원시장은 스트리밍 서비스 증가 등의 이유로 2015년에는 94억 4천백만 달러 규모로 기존 대비 약 5% 증가한 22%의 점유율을 기록했다. 그러나 2011년 세계 음악시장에서 30.5%(매출규모 131억 2천만 달러)의 비중을 보였던 오프라인 음반시장은 디지털 음원 시장의 강세라는 역풍을 맞아서 2015년에는 점유율이 약 9% 감소한 21.3%(매출규모 91억 5천만 달러)의 비중을 보였다. (<표 2> 세계 음악 시장 규모 및 점유율 (2011 VS 2015) 참고)



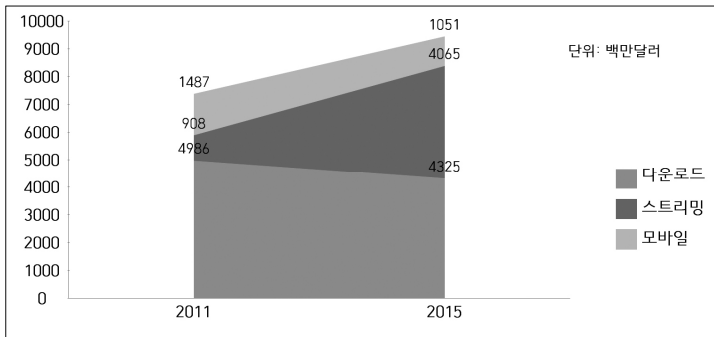
<표 2> 세계 음악 시장 규모 및 점유율 (2011 VS 2015)¹¹⁾

세계 음악시장에서 디지털 음원시장의 강세를 부분별로 살펴보면 최근 디지털 음원 구입자의 소비 성향을 분석할 수 있다. 일반적으로 디지털 음원의 매출은 음원 다운로드, 음원 스트리밍, 음원 모바일 등 3가지 형태로 발생된다. 최근의 세계 디지털 음원시장의 특징은 다운로드 음원 소비의 추세적인 하락과 스트리밍 부분에서의 급격한 성장이다. 이러한 경향은 모바일 기기 특히 스마트폰의 보급 확대 및 ‘소유’에서 ‘접속’으로 변화되는 소비 유형에서 비롯되었다.

세계 음악 산업의 ‘디지털 음원’ 부분을 좀 더 상세히 살펴보면, 2011년

11) 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 361쪽. 본 그래프는 ‘2016년 음악 산업 백서’의 수치자료를 필자가 재구성하여 작성한 것이다.

가장 많은 매출이 발생한 분야는 ‘다운로드’ 음원으로, 매출 49억 8천6백만 달러, 점유율 67.6%를 기록했다. 그러나 2015년도에는 42억 2천5백만 달러로 점유율 45.8%를 기록하면서 4년 전에 비해 22%나 감소하였다. 한편 2011년 전체 디지털 음원시장에서 12.3%의 점유율(매출 9억 8백만 달러)에 불과했던 ‘스트리밍’ 서비스 시장은 2015년에는 43.1%까지 점유율이 대폭 확대되었다. (<표 3> 세계 디지털 음원 부분별 규모 (2011 VS 2015) 참고)



<표 3> 세계 디지털 음원 부분별 규모 (2011 VS 2015)¹²⁾

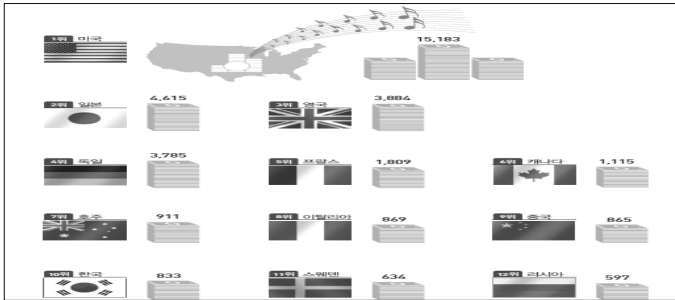
디지털 음원 분야의 성장이 이루어진 또 다른 원인으로는, 음악시장에 참여하는 생산자와 소비자 양측 모두의 노력을 들 수 있다. 예들 들면, 음반회사들은 소비자들에게 다양한 음원 선택 권리를 제공하기 위하여 디지털 유통방식으로 전환하였고,¹³⁾ 그중에서도 음원소비자들에게 과거보다 더 많은 콘텐츠를 제공하기 위하여 주문형 구독 스트리밍 서비스와 공격적인 라이선스 계약을 체결하여 디지털 음원 발전을 주도적으로 개척하고 있다.¹⁴⁾

12) 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 362쪽. 본 그래프는 ‘2016년 음악 산업 백서’의 수치자료를 필자가 재구성하여 작성한 것이다.

13) 디저(Deezer), 스포티파이(Spotify), 애플뮤직(Apple Music), QQ뮤직(QQMusic), 사븐(Saavn) 등과 같은 수백 개의 디지털 음원 서비스들은 전 세계적으로 혹은 국가별로 배타적인 권리에 기반 하여 음반 회사들과 개별적으로 라이선스 계약을 맺고 있다. 『해외 음악 산업 정책 및 법제도 동향』, 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 490쪽.

14) 음반 회사들은 전 세계적으로 약 4,000만 곡 이상을 유통하고 있는 약 350개의

2015년 기준 34개 국가의 음악 산업을 시장규모로 분석하면, 러시아는 세계 12위 수준의 음악시장을 보유하고 있다. (아래 <표 4> 국가별 음악 시장규모¹⁵⁾ 참고)



<표 4> 국가별 음악 시장규모

세계 음악시장의 규모에서는 미국이 가장 큰 시장을 갖고 있으며, 그 다음으로 일본, 영국, 독일 등의 순으로 나타난다. 2011년 영국에 뒤처져 있던 독일은 최근에 영국을 추월하여 미국과 일본에 이어 세계에서 세 번째로 큰 음악시장을 유지하고 있다.

러시아의 음악시장은 우크라이나와의 분쟁¹⁶⁾에서 파생된 유럽의 대러 경

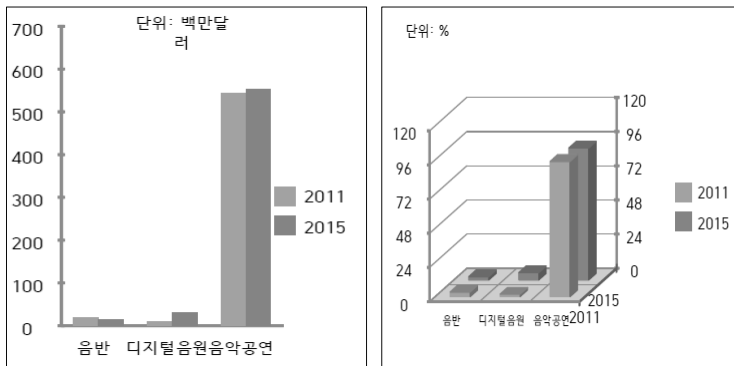
디지털음원 서비스에 라이선스 계약을 체결하고 있다. 이를 통해 음악 산업이 디지털 시장 성장에 일조하고 있다. 4개 대륙에 걸쳐 16~64세의 인터넷 사용자 10명 가운데 7명 이상이 라이선스 계약이 체결된 서비스에서 적극적으로 음원을 감상하고 있다. 역대 가장 인기 있는 유튜브(YouTube) 영상 중 90%는 뮤직 비디오이다. 인터넷 이용자 중 82%는 음악을 듣기 위해 유튜브를 이용하며, 16~24세 그룹에서는 그 수치가 92%에 달한다. 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 491쪽.

15) 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017.

16) 우크라이나 분쟁은 ‘자유주의자와 애국주의자에 대한 러시아 사회 내부의 대규모 사회학적 붕괴의 촉매제가 되었다. 자유주의자들은 러시아 사회의 서구화를 옹호하는 지지자로 더욱 강하게 자리매김했고, 애국주의자들은 러시아 사회에서 사라져가는 전통 문화 가치를 다시금 부활하고, 정치·경제의 다극적 현실에 방향을 맞춘 정부의 자주적 정책을 강력히 호소했다. 이 두 극단의 대립은 2014년 말에서 2015년 초에 가장 격렬했는데, 이는 러시아 연방 대통령령의 의미 있는 문서 <정부 문화정책 기반>이 확립된 이후였다.’ 김세울, 김세일, 『러시아 문화

제 제재와 유가하락 등의 결과로 공연관람 및 음반 소비가 감소하여 2015년에 5억 9,700만 달러를 기록하면서 전년 대비 8.2% 줄어든 것으로 나타났다.

러시아 음악시장의 특징을 세계 음악 산업의 발전 경향과 비교해서 살펴보면, 다른 국가들과 뚜렷한 차별성을 가지고 있는 분야가 바로 ‘공연시장’이다. 2015년 기준 러시아 ‘공연시장’은 음악 산업 전체 매출의 92.6%를 점유하면서 가장 높은 비중을 차지하였다. 공연시장의 이러한 초강세 현상은 다른 나라에서는 볼 수 없는 러시아 음악 산업의 가장 큰 특징이라고 할 수 있다. 비록 최근 몇 년 동안 약간의 하락세를 보이긴 했지만 여전히 공연 산업의 점유율은 다른 나라들에 비해 압도적으로 높게 나타난다.¹⁷⁾ (<표 5> 러시아 음악 시장 분야별 비중변화, 2011 vs 2015 참고).



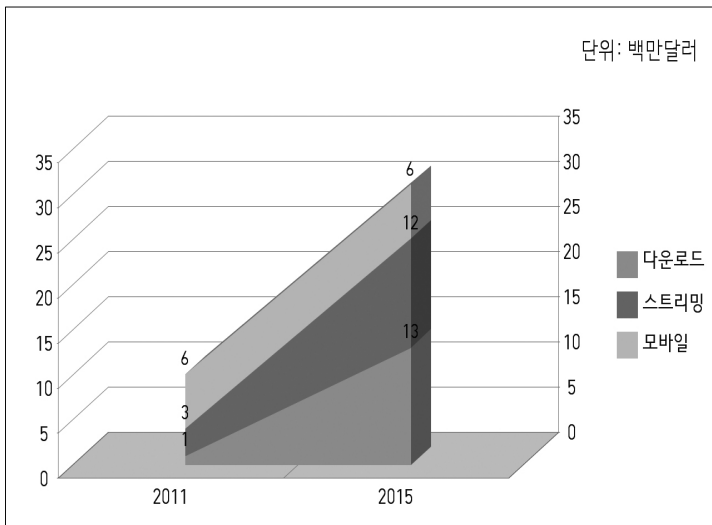
<표 5> 러시아 음악 시장 규모 및 점유율 (2011 VS 2015)¹⁸⁾

정책 연구, 『외국학 연구』, 36집, 2016, 298쪽.

17) 러시아 음악 산업에서 공연시장의 초강세는 러시아 문화의 특수성에서 찾을 수 있다. ‘제정러시아 말기에 상트페테르부르크와 모스크바의 극장에서 유행하면서 소비에트 시기 근대 라이브 공연의 기초를 형성한 ‘에스트라다’의 유행에서 공연문화를 즐겼던 러시아인들의 특징을 볼 수 있다. 에스트라다는 전통적인 농촌 야외 쇼로부터 근대 나이트클럽의 소회극에 이르기까지 매우 넓은 범위의 라이브 공연을 가리킨다. 리처드 스타이즈, 『러시아의 민중문화』, 김남석 역, 한울 아카데미, 2008, 40쪽.

18) 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 382-383쪽. 본 그래프는 ‘2016년 음악 산업 백서’의 수치자료를 필자가 재구성하여 작성한 것이다.

러시아 디지털 음원시장의 추이를 구체적으로 살펴보면, 2011년에 가장 많은 매출이 발생한 분야는 ‘모바일’ 디지털 음원으로, 600만 달러에 60%의 점유율을 기록한 것으로 나타난다. 그러나 2015년도에는 매출 600만 달러로 2011년 수준을 유지했지만 점유율은 19.4%를 기록하면서 4년 전에 비해 무려 40%이상 감소하였다. 반면 2011년 디지털 음원시장에서 10%의 점유율(매출 100만 달러)에 불과했던 ‘다운로드’ 디지털 음원은 2015년에 41.9%까지 점유율(매출 1,300만 달러)이 대폭 확대되었다. 그리고 2011년 디지털 음원시장에서 30%의 점유율(매출 300만 달러)을 보였던 ‘스트리밍’ 디지털 음원은 2015년에 38.7%로 점유율이 확대되었다. (<표 6> 러시아 디지털 음원 부분별 규모 (2011 VS 2015) 참고)



〈표 6〉 러시아 디지털 음원 부분별 규모 (2011 VS 2015)¹⁹⁾

19) 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 382쪽. 본 그래프는 ‘2016년 음악 산업 백서’의 수치자료를 필자가 재구성하여 작성한 것이다.

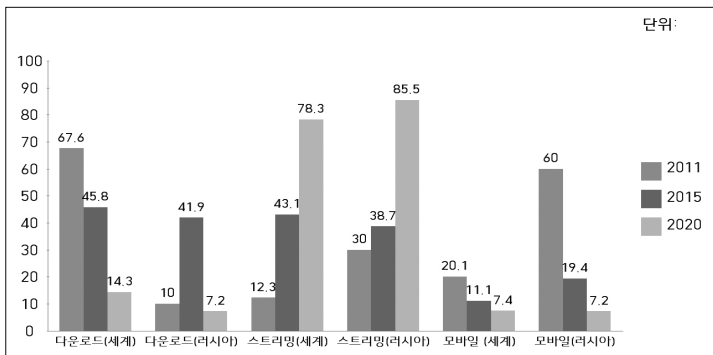
2. 러시아 디지털 음원시장의 특징 및 과제

2-1. 러시아 디지털 음원시장의 특징

최근 세계 음악시장은 물리적 음반의 매출은 감소하고 디지털 음원의 매출 비중이 확대되는 방향으로 빠르게 변화하고 있다. 러시아의 경우도 이 같은 세계적인 음악 산업의 발전 경향에 동조하는 흐름을 보여주고 있다. 특히 최근 러시아 음악시장의 성장을 주도하는 분야는 디지털 음원으로, 발전의 주요 원인을 분석하면, 스트리밍 접속 시장의 성장, 모바일을 통한 인터넷 사용인구의 증가, 러시아 정부의 저작권법 개정 등으로 정리할 수 있다.

2-1-1. 스트리밍 접속 시장의 성장

최근의 러시아 디지털 음원시장의 분야별 발전 속도와 추세를 세계 음악 산업과 비교할 때 특징적인 성장 흐름을 보이고 있는 것이 바로 ‘스트리밍’ 접속 시장이다. 세계 디지털 음원시장에서 ‘스트리밍’ 접속을 통한 디지털 음원의 소비는 강한 증가(2011년~2015년 4년 동안 30%정도 점유율 증가) 추세를 보이고 있지만, 러시아에서는 ‘스트리밍’ 방식을 이용하는 소비자의 접속 횟수는 늘었지만 세계적인 추세와 비교해 볼 때 해당기간에 성장속도(2011~2015년 4년 동안 7% 증가)는 완만한 모습을 보였다.<표 7> 세계 및 러시아 디지털 음원 부분별 점유별 비교 (2011 VS 2015 VS 2020) 참고)



<표 7> 세계 및 러시아 디지털 음원 부분별 점유별 비교 (2011 VS 2015 VS 2020)²⁰⁾

그러나 ‘스트리밍’ 접속 시장은 2016년을 기점으로 가파른 성장세를 보인다. 2016년 러시아 디지털 음원 시장이 전년대비 29% 성장한 데 비해 스트리밍 서비스 매출은 두 배 이상(1,037만 달러→2,367만 달러) 폭발적으로 증가하였다²¹⁾. 그리고 이러한 성장 추세는 2020년까지 가파르게 상승하여 2020

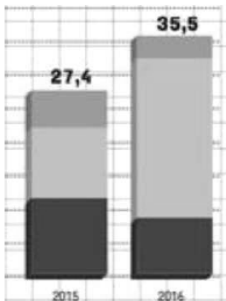
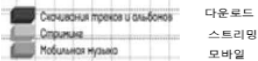
- 20) 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 382쪽. 본 그래프는 ‘2016년 음악 산업 백서’의 수치자료를 필자가 재구성하여 작성한 것이다.
- 21) 러시아의 2016년 음악 산업의 3가지 구성 요소 중에 공연 산업을 제외한 ‘순수 음원’ 매출은 2015년도 비교해서 13.5% 증가하여 6,310만 달러(42억 루블)를 기록했다. 2016년 러시아 디지털 음원 매출액은 2015년에 달성한 점유율 45%를 넘어 처음으로 러시아 음원시장(물리적 음반+디지털 음원) 매출의 절반 이상(55%, 3천 5백 5십만 달러)을 기록했다. 위 표에서도 잘 나타나듯이 러시아 음악 시장은 물리적 매체에 저장된 CD, 음반 등의 매출이 계속 축소되면서 음악 산업 구조가 디지털음원 중심으로 바뀌게 되었다. 러시아는 CD 등 음반을 MP3, OGG 등의 음원 파일로 추출하여 토렌트 사이트를 통해 유통하는 현상이 만연하면서 전체 음악 산업에서 음반 시장이 차지하는 비중이 매우 낮다. 특히 2016년도에는 스트리밍을 포함한 디지털 음원시장으로의 소비자 이탈이 가속화되면서 2016년 음반(Physical) 시장규모는 1,000만 달러에 그쳤다.

Как покупали музыку в России в 2016 г.

2016년도 러시아 음원 구입 현황

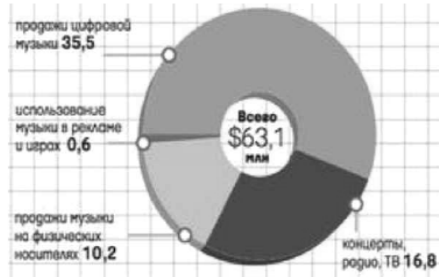
ПРОДАЖИ ЦИФРОВОЙ МУЗЫКИ В РОССИИ

러시아의 디지털 음원판매



МУЗЫКАЛЬНЫЙ РЫНОК ПО СЕГМЕНТАМ В 2016 Г.

2016년 부분별 음악 시장



Доходы от музыкального стриминга в России удвоились в 2016 году. <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2017/05/03/688474-dohodi-striminga>. (검색일: 2017년 12월7일). 위의 그래프는 <Как покупали музыку в России в 2016г(2016년도 러시아 음원 구입현황)>의 수치자료를 필자가 재구성하여 작

년에는 ‘스트리밍’ 점유율이 85.5%까지 확대될 것으로 기대된다.

이러한 스트리밍 서비스 매출 확대 경향은 러시아 음원시장 역시 새로운 4차 산업혁명 시대의 흐름에 직접적으로 노출되고 있음을 의미한다. 다국적 회계컨설팅기업인 PWC의 보고서는 4차 산업혁명 시대에 주목할 5가지 분야로 ‘숙박, 차량 공유, P2P 금융, 미디어 스트리밍, 온라인 비서’를 언급하면서, 이 5가지 분야에서만 2025년까지 3,350억 달러의 매출이 발생할 것으로 예상하고 있다.²²⁾ 특히 ‘스트리밍’ 분야는 빅데이터와 인공지능 등을 이용하여 ‘쌍방향 접속’을 특징으로 하는 4차 산업혁명의 가장 큰 수혜를 볼 것으로 예상하고 있다.²³⁾ 스마트폰을 통한 소셜네트워크서비스(SNS)로의 연결, 실시간으로 수많은 데이터와 정보 공유, 나아가 결제까지 가능해지면서 새로운 연결(접속)을 기반으로 한 4차 산업혁명은 음악 산업의 ‘스트리밍’ 접속 서비스 부분에도 많은 변화를 가져다주고 있다. 특히 음원 소비자가 자주 듣는 음악의 장르 및 소비자 경향 등을 자동으로 간파하여 스트리밍 서비스 회사에 유용한 정보를 제공하는 엠비언트 서비스²⁴⁾ 등의 실행이

성한 것이다.

22) 호모커넥투스, <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3581911&cid=42171&categoryId=58698>. (검색일: 2018년 1월 7일)

23) 제레미 리프킨(Jeremy Rifkin)은 자신의 저서 『접속의 시대(The age of access)』에서 ‘접속(access)’이라는 단어를 통하여 소비성향을 포괄적으로 조망하고 있다. 그는 산업생산시대가 가고 문화생산시대가 온다고 하면서 접속을 기업과 소비자로 나누어 고찰한 바 있다. 또한 네트워크 경제에서 기업은 물질 재산이건 지적 재산이건 교환하기 보다는 접속하는 쪽을 택하며, 물질 자본의 소유권이 한때는 산업사회의 근간이었지만 이제는 점점 주변적 지위로 밀려났다고 설명한다. 접속 중심의 구도에서 기업의 성공은 시장에서 그때 그때 팔아치우는 물건의 양보다는 고객과 장기적 유대 관계를 맺을 수 있느냐 없느냐에 따라 점점 좌우된다는 것이다. 나아가 소비자의 의식도 소유에서 접속으로 서서히 기울 것이라고 언급하면서 소유는 모든 것이 빠르게 변하는 풍토에 적응하기에는 너무 느린 생각이며, 제품의 수명이 점점 단축되는 세상에서는 소유하고 축적하는 태도는 점점 설득력을 잃어간다고 하였다. 제레미 리프킨은 또한 접속의 시대를 지배하는 경영학적 전제는 그 전과는 판이하게 다르며, 새로운 세계에서 시장은 네트워크에게 자리를 내주고 판매자와 구매자는 공급자와 사용자로 바뀌면서 사실상 모든 것이 접속이 된다고 주장하고 있다. Jeremy Rifkin, *The age of access*, Penguin Putnam, 2001, p.11-15. 이경준, 「음악산업의 구조 변동에 따른 음악저작권 쟁점 연구」. 한국외국어대학교 석사 논문. 2014. 43-44쪽 재인용.

24) 하원규, 최남희, 『제4차 산업혁명』, 콘텐츠 하다, 2015, 55쪽 참조.

이러한 변화의 중심에 있다.

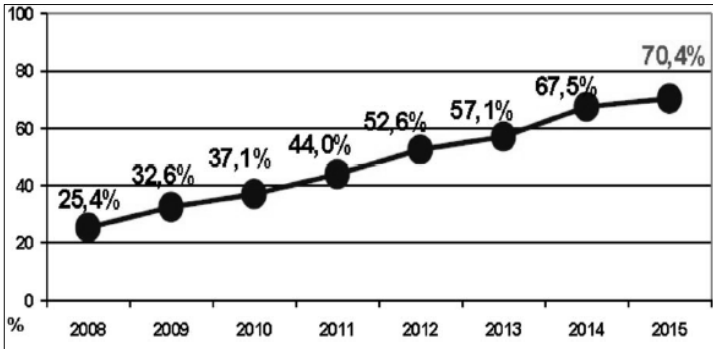
한편 ‘모바일’과 ‘다운로드’ 서비스 분야는 세계 디지털 음원시장의 흐름과는 다소 차이를 보인다. 2011~2015년 사이 세계 음악시장에서 ‘다운로드’ 디지털 음원 소비는 약 20% 축소되었지만, 러시아에서는 오히려 증가한 수치를 보인다. 하지만 다운로드를 통한 디지털 음원 소비에 대한 향후 전망이 그렇게 밝은 것만은 아니다. 세계 디지털 음원시장에서 다운로드를 통한 음원 매출은 2020년에 점유율 14.3%까지 축소될 것으로 전망되는데, 러시아에서는 더 크게 감소(7.2%)할 것으로 예상되기 때문이다. 그리고 ‘모바일’을 통한 디지털 음원 매출 역시 매년 하향 곡선을 그리면서 2020년에는 점유율이 7%대까지 하락할 것으로 전망된다. (<표 7> 세계 및 러시아 디지털 음원 부분별 점유율 비교 (2011 VS 2015 VS 2020) 참고)

2-1-2. 모바일을 통한 인터넷 사용인구의 증가

최근 러시아에서는 인터넷을 이용하는 인구가 폭발적으로 증가하고 있다. 세계 최대 연구 기관 중의 하나인 독일 GfK의 러시아 자회사인 GfK Rus에 따르면, 2015년 말 러시아 인터넷 사용자 수는 약 8,400만 명으로 추계된다.²⁵⁾ 그리고 16세 이상의 인구 중에서 인터넷 사용자 비율은 2015년에 70.4%까지 상승하였다.²⁶⁾ (<표 8> 2008~2015년, 16세 이상 인터넷 사용자 비율 참고)

25) 시장 매출 기준으로 세계10위권을 차지하고 있는 러시아 게임 산업도 인터넷망의 설비가 확대됨에 따라 발전을 계속하고 있다. 특히 ‘러시아 게임 유저들의 분포가 아직 모스크바와 상트페테르부르크와 같은 대도시에 집중되어 있는 추세였으나, 인터넷망의 발달로 인해 최근에는 러시아 전역으로 확대되어 가고 있다.’ 이수진, 김세일, 「러시아에서 한국 온라인 게임의 성공 사례 연구: MMORPG 장르를 중심으로」, 『외국학 연구』, 38집, 2016, 362쪽.

26) 권기배, 이태형, 「러시아와 중국의 문화콘텐츠산업 비교 연구: 현황 및 전자책 콘텐츠를 중심으로」, 『슬라브연구』, 33권4호, 2017, 55쪽.



〈표 8〉 2008~2015년, 16세 이상 인터넷 사용자 비율²⁷⁾

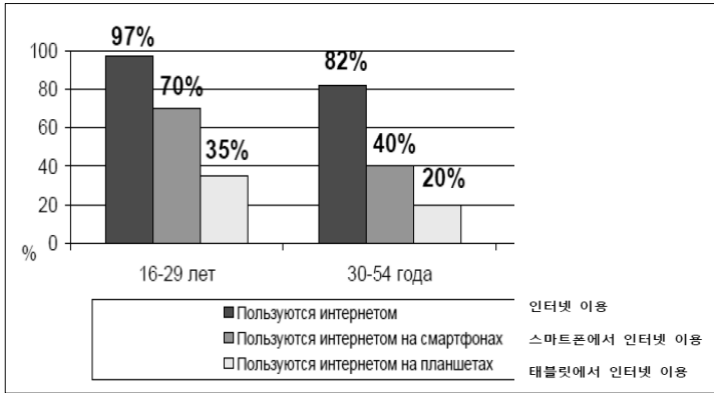
현재 러시아에서는 스마트폰, 태블릿 등으로 대표되는 전자기기의 스마트화가 빠른 속도로 진행되고 있다. 여기에 클라우드 컴퓨팅 환경이 확산되면서 모바일 콘텐츠에 대한 접근성도 크게 향상되고 있다. 2015년 모바일 기반 인터넷 이용자 수가 5,000만 명 정도이고, 이 숫자는 러시아 전체 성인의 42%에 해당한다.²⁸⁾ 주목할 점은 디지털 음원의 다운로드 및 스트리밍 접속을 많이 하는 젊은 층(16-29세)의 인터넷 사용 비율은 97%에 이르렀으며, 이들이 선호하는 인터넷 접속 방식은 1위 스마트폰(70%), 2위 태블릿(35%) 등으로 나타난다는 것이다. 그리고 러시아 중년층(30-54세)의 경우, 비교적 높은 비율인 82%가 인터넷을 이용하고 있으며 그 중에 40%가 스마트폰을 통해 인터넷에 접속하고 있는 것으로 나타난다.

청년층 및 중년층의 스마트폰을 통한 인터넷 이용 비율의 증가, 즉 언제 어디서나 쉽게 인터넷에 접속할 수 있는 환경 변화가 디지털 음원 위주의 소비를 촉진시키며 러시아 음악시장의 표준 소비 성향으로 정착하는데 큰 기여를 하고 있는 것이다. (<표 9> 모바일 기기에서의 인터넷 이용 참고) 이 같은 경향을 인지한 러시아 온라인 음원서비스 사업자들은 모바일 기기를 통해 다운로드거나 스트리밍 서비스를 통해 이용할 수 있는 디지털 음원과

27) Книжный рынок России; состояние, тенденции и перспективы развития. 2010 г. М., Федерал. агенство по печати и массовым коммуникациям, 2011, С. 71.

28) 권기배, 이태형, 「러시아와 중국의 문화콘텐츠산업 비교 연구: 현황 및 전략적 콘텐츠를 중심으로」, 『슬라브연구』, 33권4호, 2017, 56쪽.

애플리케이션을 현재 앞 다투어 출시하고 있다.²⁹⁾



〈표 9〉 모바일 기기에서의 인터넷 이용³⁰⁾

2-1-3. 러시아 정부의 저작권법 개정

러시아의 음악 산업은 물리적 음원시장(음반시장)의 매출이 매년 감소하고 다운로드 및 스트리밍 방식의 디지털 음원이 음악시장에 화려하게 등장하면서 여러 가지 부작용이 나타나기 시작했는데, 그 중에서 가장 심각한 것은 음원을 불법으로 다운받는 것이었다. 얼마 전까지 만해도 ‘러시아인들 사이에서는 저작권에 대한 인식이 전반적으로 희미한 상태이기 때문에’³¹⁾, 인터넷 사용자 사이에 음원을 주고받는 것이 심각한 ‘불법 행위’라는 인식이 지금만큼 자리를 잡고 있지 않아서 엄청나게 많은 디지털 음원이 인터넷 상에서 무료로 퍼져 나갔다.³²⁾

29) 러시아의 모바일을 이용한 음원 서비스 시장 분석. <http://apps4all.ru/post/12-16-13-issledovanie-rynka-mobilnyh-muzykalnyh-servisov-v-rossii> (검색일: 2018년 1월 5일)

30) Книжный рынок России; состояние, тенденции и перспективы развития. 2010 г. М., Федерал. агенство по печати и массовым коммуникациям, 2011. С. 71. 본 그래프는 Книжный рынок России (2016)에 실린 표 <Пользование Интернетом на мобильных устройствах>를 필자가 재구성 하여 작성한 것이다.

31) 송정수, 「러시아 애니메이션 산업의 현황과 전망」, 『외국학 연구』 22집, 2012, 510쪽.

32) 러시아는 중국과 함께 과거 거대한 문화대국의 찬란한 국가적인 이미지가 훼손

그러나 현재 저작권 권리를 강화하는 세계적인 흐름에 보조를 맞추기 시작하면서 러시아도 저작권 보호를 강화하고 있다. 2014년 11월 러시아 연방 국회(연방두마)는 <정보 보호 및 정보, 정보 테크놀로지에 관하여> (Об информации, информационных технологиях и о защите информации) 라는 연방법을 개정하여 2015년 5월 1일 발효하였다. 이 법안의 도움을 받아 러시아는 영화, 음악, 서적, 소프트웨어 등에 이르는 광범위한 분야가 저작권 보호를 받게 되었다. 특히 이 법안에서 가장 중요한 것은 저작권 소유자의 저작권에 관한 문서의 합법적인 요구 및 책임에 관한 규정을 포함하고 있는 것이다.³³⁾

될 정도로 ‘불법 복제의 천국’으로 알려져 왔다. 중국 iResearch회사의 조사에 따르면, 2014년에 인터넷에서 음악을 무료로 다운로드하는 인터넷 이용자는 94.1%를 차지했고 겨우 5.9%의 이용자 정도가 유료로 다운로드했다고 한다. 불법 다운로드로 인해 중국의 음악저작권의 소유자들의 수익은 전체 산업의 수익 중에 겨우 2%만을 차지했고 미국, 일본, 한국 등의 나라에서 이 수치는 70%부터 90%로 나온다고 한다. 왕산산, 「디지털 음원 중심의 중국 대중음악 산업 모델 연구」, 성균관대 석사학위논문, 2016, 36쪽.

디지털 음원뿐만이 아니라 전자책의 불법 다운로드도 러시아에서는 무분별하게 행해지고 있다. 그래서 이러한 오명(汚名)은 디지털 독서(전자책)가 확장 추세에 접어들어 2014년까지도 잔사(殘査)가 남아 있을 정도로 강력한 수준이었는데, 러시아의 경우, 전자책을 확보하는 방식은 인터넷을 통한 무료 다운로드가 92%, 친구로부터 복사하는 것이 36%, 인터넷을 통해 유료로 콘텐츠를 구입하는 경우는 겨우 15%에 불과했다. 권기배, 이태형, 「러시아와 중국의 문화콘텐츠산업 비교 연구: 현황 및 전자책 콘텐츠를 중심으로」, 『슬라브연구』, 33권 4호, 2017, 48쪽 참조.

- 33) Бнесены изменения в Закон об информации. Ими закреплен порядок ограничения доступа к информации, распространяемой в Интернете с нарушением исключительных прав на фильмы. Теперь данный механизм распространяется на все объекты авторских и прав. То есть, это также музыка книги, программное обеспечение и пр. <...> При этом отмечено положение, предписывающее на этапе обеспечительных мер удалять нелегальный контент. Достаточно ограничить доступ к такой информации. Уточнен механизм блокировки незаконно размещенной информации оператором связи в случаяхЮ когда хостинг-провайдер или владелец ресурса не принимают мер по ограничению доступа к ней. В такой ситуации оператор связи обязан ограничить доступ не к информационному ресурсу, а лишь к незаконно размещенной информации. И только если у него отсутствует техническая возможности для этого, он ограничивает доступ к такому информационному ресурсу. <...> Отдельная статья посвящена внесудебным мерам по прекращению нарушения авторских и (или) смежных прав в Инте

이 개정안의 핵심은 음악 저작물, 전자책, 소프트웨어 등의 저작권자가 법원의 판결을 받지 않고도 음악 저작물, 전자책, 소프트웨어의 불법 복제물을 제공하는 웹 사이트의 폐쇄를 요청할 수 있게 되어 불법사이트의 폐쇄³⁴⁾ 절차가 간편하고 빨라져 불법 복제물의 공유를 보다 효과적으로 통제할 수 있다는 점이다. 또한 개정안에는 인터넷 사이트 운영자들은 법적 재판 절차를 거치지 않고도 출판권 소유자가 요구하면 해당 콘텐츠를 사이트에서 삭제해야 할 의무가 있고 사이트 운영자는 저작권자의 사이트 폐쇄 요청에 대하여 법원에서 다룰 수 있지만 저작권 침해에 대해서는 운영자의 책임이 있는 것으로 인정되어 두 번 이상 패소하는 경우 그 사이트는 영구적으로 폐쇄하는 조항도 포함되어 있다.³⁵⁾

рнете)О принимаемые по заявлению правообладателя. Последний может обратиться напрямую к владельцу сайта, на котором размещена информация, нарушающая права, предъявив соответствующие доказательства. Владелец сайта, в свою очередь, обязан удалить такую информацию, если не подтвердит правоту ее размещения». Федеральный закон от 24 ноября 2014 г. (N364-ФЗ) "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации,". <http://base.garant.ru/70804230/> (검색일: 2018년 1월12일)

34) 2016년 3월 러시아 방송통신위원회는 법원이 사이트 차단에 대한 결정을 내릴 수 있도록 ‘웹미러링’에 상응하는 내용이 담긴 법안도 제정했다. 러시아의 ‘웹미러’ 혹은 ‘미러 사이트’는 다른 사이트의 콘텐츠를 부분적으로, 또는 완전히 복제해서 자동으로 온라인에 게시하는 것으로 대부분 토렌트 사이트들이 불법 콘텐츠 공유에 이용하고 있다. 러시아 방송통신위원회에 의해 만들어진 법안은 콘텐츠 저작권 소유자들이 미러 사이트에 대한 기술적인 판단을 내릴 수 있는 자료를 법원에 제공하여 법원이 해당 사이트가 미러사이트 해당 여부에 대한 판단이 가능하다면, 미러사이트에 대한 차단을 요구할 수 있는 절차를 마련하는 것을 핵심으로 하고 있다. 방송통신위원회 대표인 알렉산더 자로프(Alexander Zharov)는 이 법안을 통해 웹미러 등 불법 공유 사이트를 완전히 근절하는 것은 불가능하지만, 사이트에 접근하는 것을 어렵게 만들어 이러한 불법공유 생태계의 활성화를 차단할 것을 기대하고 있다고 밝혔다. 『2016 해외콘텐츠 시장동향조사』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 521쪽.

35) В течение суток с момента поступления по системе взаимодействия в адрес федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, вступившего в законную силу со ответствующего решения Московского городского суда указанный орган направляет операторам связи по системе взаимодействия требование о принятии мер по

따라서 2015년 5월 발효된 러시아 저작권법 개정안으로 음악 산업의 콘텐츠 시장의 수익 구조가 점차 개선되고 있다. 개정 저작권법은 기본적으로 모든 저작권자가 저작물의 이용으로부터 정당한 보상을 받도록 보장하고 저작물로부터 발생한 경제적 이익은 저작권 침해자가 아니라 그 창작자가 향유하도록 하는 것을 목표로 하고 있으며, 기존 동영상 저작물에만 적용되어 온 저작권 보호가 음악 저작물, 전자책³⁶⁾, 소프트웨어까지 확대 적용되고 있다. 실제로 미국의 유니버설 뮤직(Universal Music)과 워너뮤직(Warner Music)은 2014년 4월 브콘탁테(Vkontakte)를 상대로 저작권 침해소송을 제기했고, 이에 대하여 2015년 9월 러시아 법원은 브콘탁테(Vkontakte)에게 저작권 침해 자료의 삭제와 저작권 침해를 막을 수 있는 기술적 조치의 도입을 명령했다.³⁷⁾

постоянному ограничению доступа к сайту в сети "Интернет", на котором неоднократно и неправомерно размещалась информация, содержащая объекты авторских и (или) смежных прав, или информация, необходимая для их получения с использованием информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет". "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации" http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171228/3d0cac60971a511280cbba229d9b6329c07731f7/ (검색일: 2018년 1월 20일.)

36) '엑스모' 출판사가 제기한 민사 소송에서 모스크바시 재판소는 새로이 개정된 법안에 의거하여 'rutacker.org'라는 토렌트 사이트를 영구 폐쇄시키기에 이른다. 또한 이 법안이 발효됨에 따라, 한 달에 약 7-8백만 명의 방문객 트래픽을 발생시켰던 'Имхонет'는 자신의 인터넷 리소스에 포함된 모든 콘텐츠를 제거해버렸으며, 비상업적 무료 온라인 도서관 '플리부스타(Флибустра)'는 무려 8천종 이상에 달하는 도서 콘텐츠를 삭제해버렸다. 러시아 내에서 가장 활성화 된 소셜 네트워크 '브콘탁테(ВКонтакте)'에서도 몇 달에 걸쳐 약 15,000~20,000개에 이르는 파일이 삭제되었다. 송정수, 「러시아 출판 문화산업의 현황과 과제」, 『노어노문학』 29권 2호, 2017, 270쪽.

37) 『2016 해외콘텐츠 시장동향조사』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 498쪽.

2-2. 러시아 음악 산업의 과제

디지털 음원이 중심이 된 음악 산업은 문화산업의 아주 중요한 요소이다. 모바일 기기, 특히 스마트폰의 보편적인 사용과 함께 편하고 간편한 방식의 인터넷 접속, 스트리밍 연결에 의한 디지털 음원 소비가 대세가 되면서 이로 인해 조성된 새로운 환경은 러시아 음악 산업의 발전을 한 단계 더 성숙시키고 있다. 여기에 저작권 보호에 대한 러시아 정부의 정책은 러시아의 음악 산업을 새로운 변화의 단계로 이끌고 있다. 그러나 향후 러시아 음악 산업이 디지털 음원 중심의 현재적 발전 추세를 지속시키면서 세계 10위권의 음악 산업 규모를 획기적으로 확대하기 위해서는 다음의 과제를 선결해 나가야 한다.

첫째, 저작권 보호에 대한 러시아인들의 의식을 강화해야 한다.

상기한 저작권법이 2014년에 개정되어 러시아내 불법적 음악 콘텐츠 이용이 많이 개선되었다고는 하지만 아직도 온라인상에서 불법 다운로드에 대한 도덕적 자각, 음원 창작자들의 이익 보호 등에 대한 인식은 주요 선진국에 비해 현저하게 낮은 편이다. 특히 사회 전반적으로 디지털 음원에 대한 무료 다운로드 및 비합법적 스트리밍 접속을 통한 음원 이용의 ‘불법성’에 대한 죄책감을 크게 느끼지 않는 듯이 보인다. 따라서 효율적인 저작권 보호 및 법안의 제정/실행에 대한 러시아 정부의 강력한 의지와 함께 저작권에 대한 대국민 홍보 및 계도가 필수적으로 요구된다.

현재 러시아에서 디지털 음원 및 디지털 콘텐츠의 불법적인 이용 저지에 가장 큰 기여를 한 기관으로 ‘인터넷 저작권 보호협회(АЗАПИ: Ассоциация по защите авторских прав в Интернете)’를 꼽을 수 있다. 이 협회의 효율적인 감시와 노력 덕분에 2015년 상반기 동안 브콘탁테(Vkontakte)에서 유통된 불법적인 파일을 2만개 가량 제거하였고, 2015년 한 해 러시아 인터넷상에서 유통된 불법 파일 10만개 이상을 폐기하는 성과도 얻을 수 있었다.³⁸⁾ 이

38) ‘С сайта социальной сети «ВКонтакте» в течение нескольких месяцев подряд удалялось 15-20 тыс. файлов. В общей сложности в 2015 г. с различных ресурсов снято свыше 100 тыс. ссылок.’ Книжный рынок России, М.: Федеральное

제 러시아 ‘인터넷 저작권 보호협회’를 중심으로 한 통합 민간기구의 설립이 필요하다. 이 민간 기구는 ‘인터넷 저작권 보호협회’의 활동을 지원하면서 합법적 콘텐츠 이용을 위한 대국민 홍보와 계도를 주요한 업무로 삼아야 한다.

러시아 디지털 음원 공급자 및 음반 회사들은 합법적이고 정당한 저작권 수익을 얻기 위해 부단히 노력하고 있지만 국민들의 인식 부족으로 인해 저작권 수익은 음악 생산자측에 매우 불공정하게 환원되고 있다. 따라서 저작권자와 인터넷 리소스 사업자들은 물론 콘텐츠 이용자의 동의와 인정을 충분히 이끌어 낼만한 의견수렴 과정을 거친 후 현실적인 수준에서 공감미 되는 법률 제정 및 저작권 비용에 대한 합의, 합법적 콘텐츠 이용에 대한 지속적인 인식의 전환과 홍보가 절실히 요구된다.³⁹⁾

둘째, 디지털 음원 산업에 ‘빅데이터’를 활용하여야 한다.

4차 산업혁명 시대에 접어들어 정보의 양이 급격하게 증가하면서 필요한 정보를 필요한 시기에 정확하게 찾아내는 것이 중요하게 되었다. 이러한 대용량 정보시대에 자주 접하게 되는 용어가 바로 ‘빅데이터(Big Data)’이다. 최근에 들어와서 스마트폰 및 모바일 정보기기와 네트워크 기술이 엄청나게 발전하면서 사이버 공간에 대량의 ‘빅데이터’가 생겨나고, 네트워크를 통해 무제한적으로 받아들여지고 있다. 빅데이터란 ‘일반적인 데이터베이스 체계가 저장·관리·분석할 수 있는 범위를 초과하는 규모의 데이터로, 정치·사회·경제·문화 등의 영역에 걸쳐서 사회와 인류에게 가치 있는 정보를 제공할 수 있는 가능성을 제시하고 있다.’⁴⁰⁾

러시아에서도 디지털 음원이 대중화 되면서 빅데이터의 중요성 또한 증가하고 있다. 사실 현대 음악 산업에서 빅데이터는 디지털 음원의 기본적인 요소로서, 만약 빅데이터가 없다면 음악 산업에서 큰 매출을 기대 할 수가 없을 정도로 중요하게 인식된다. 왜냐하면 음원의 제목, 작곡가를 비롯해

агентство по печати и массовым коммуникациям, 2016, с. 91.

39) 송정수, 「러시아 출판 문화산업의 현황과 과제」, 『노어노문학』 29권 2호, 2017, 270쪽.

40) 한국콘텐츠진흥원, 『빅데이터 시장 현황과 콘텐츠산업 분야에 대한 시사점』, 2014, 2쪽.

음원에 담겨있는 모든 정보를 담고 있는 것이 바로 빅데이터이기 때문이다. 세계적인 음원 공급사들은 이미 이러한 빅데이터의 활용을 강조하면서 상호 보완적인 서비스를 제공하고 있다. 예를 들면, 영국의 인터넷 라디오 서비스 시장에서 ‘스포티파이(Spotify)’는 대중적이며 잘 알려진 음악들을 위주로 맞춤형된 음악을 들려주는 음악 스트리밍 서비스를 시작하였고, 음악 사이트 ‘라스트에프엠 (LastFM)’은 청취자가 지금까지 들은 음악들을 모두 추적해 새로운 음악을 추천하고 있다. 또한 청취자 스스로 자신들이 선호하는 가수들을 기록해두고 이들이 발표하는 신규 음악들을 알려주는 음악 서비스 ‘송킵(Songkick)’⁴¹⁾ 등이 디지털 음원 시장에서 빅데이터를 활용하는 좋은 사례들이다.

러시아 음원 제작자들도 보다 종합적이면서 구체적인 빅데이터를 통해 음반 판매량은 물론이고 음원 소비자층에 대한 분석 - 연령 · 지역 · 성별 등 - 을 통해 음원 소비자에게 새로운 음원을 추천하는 프로그램 또는 시스템을 효과적으로 구축해야 한다.⁴²⁾ 또한 인공지능(AI) 기반의 데이터 분석을 통해 가입자 취향에 맞는 맞춤형 콘텐츠를 추천하고, 5G 상용화 시점에 맞춰 증강현실(AR) · 가상현실(VR) 등의 기술을 활용한 ‘보는 음악 콘텐츠’ 개발에도 주력해야 한다.

셋째, 디지털 음원 유통자들의 독과점 상황을 개선해야 한다.

디지털 시대와 스마트폰으로 상징화된 모바일을 이용한 온라인 시대가 음악사회에 등장하면서 러시아 음악 산업에도 많은 변화가 일어났다. 그동안 음악을 향유하는 방법과 음악을 매매(賣買)하는 방법이 이전과는 상당히 다르게 변하였다. 디지털 시대가 성큼 빠르게 다가와서 소비자들은 직접 악기를 연주하거나 악보를 그리는 형태가 아니더라도 컴퓨터 프로그램이나 간단한 기계만으로 창작이 가능해져 음악콘텐츠의 생산자와 소비자의 경계가 모호해지고, 문화 수용자에 머물렀던 소비자가 직접 창작활동에 참여하

41) 함유근, 「빅데이터 현상, 문화 예술 산업에서도 예외가 아니다」. <http://cafe.daum.net/ArtManage/7lot/3885?q=%B5%F0%C1%F6%C5%D0%20%20%BD%BF%F8%B0%FA%20%BA%F2%B5%A5%C0%CC%C5%CD> (2018년 2월3일 검색).

42) 이상훈, 신광철, 「제4차 산업시대 음악 콘텐츠의 발전 방향성에 대한 연구」, 『글로벌문화콘텐츠학회 학술대회』 2017.6, 180쪽 참조.

는 여건이 조성되고 있다. 그러나 스트리밍과 같은 혁신적인 기술의 등장으로 음악을 감상하는 비용이 크게 줄어들고 다양한 음악을 즐길 수 있게 될 것이라는 기대와는 달리, 현재 러시아에서 소비되는 음악은 특정 장르나 음악(음원)이 주를 이룬다. 더욱이 현재 스트리밍 서비스 가격도 2013년부터 많이(2배정도) 인상되었으며, 온라인 음원 유통 사업은 러시아 및 외국의 거대한 기업이 독과점형태를 보여주고 있는 온라인 물류의 현재의 상황을 개선하는 것이 시급한 과제이다.

넷째, 적절한 음원 수익 분배율을 제시해야 한다.

디지털 음원 작곡자를 포함한 음악의 창작자와 음원 중개사(온라인 서비스 사업자) 간 적절한 음원 수익 분배율을 명시적으로 만들어야 한다. 공개적이고 객관적인 평가를 거친 후 스트리밍 서비스의 분배 비율을 정해야 한다. 현재 유통사와 음반제작자가 70% 이상의 수익을 가져가는 구조는 불합리한 측면이 있다. 관련기관은 이에 대한 조정방안을 제시하여 이해당사자들(저작권자, 실연자, 음반제작자, 온라인 서비스사업자) 사이에서 공정한 수익 시스템을 구축해야 한다. 이것이 실현된다면 결과적으로 창작자 영역에도 긍정적인 동기로 작용하여 음악콘텐츠의 질적·양적 성장이 담보되고, 이는 궁극적으로 러시아 온라인 서비스사업자 및 음악시장 전반에 걸쳐 선순환 구조를 확립하는 좋은 계기가 될 것이다.⁴³⁾

다섯째, 러시아 음악 산업에 대한 재투자의 활성화가 필요하다.

러시아 음악 산업이 지속적으로 성장하기 위해서는 아티스트 및 음악 제작에 대한 투자가 적극적으로 이루어져야 한다. 사실 러시아의 음악 산업에 대한 투자는 여타의 선진국 수준에 한참 뒤쳐져 있다고 볼 수 있다. 세계 음원 제작사들은 2009~2013년 사이에 아티스트, 음원 제작 및 관련 마케팅 등에 총 200억 달러 이상을 재투자했다.⁴⁴⁾ 이것은 세계 음악 산업 매출의

43) 이경준, 「음악산업의 구조 변동에 따른 음악저작권 쟁점 연구」, 한국외국어대학교, 석사논문, 2014, 119쪽.

44) 「해의 음악 산업 정책 및 법제도 동향」, 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 491쪽.

약 27%에 해당하는 금액이다. 하지만 이러한 음악 산업에 대한 세계적인 재투자 추세를 러시아에서는 찾아보기 힘든 것이 현실이다. 따라서 러시아 음악 산업의 지속적인 성장을 위해 디지털 음원을 포함한 음악 및 창작자(아티스트)들에게 지속적이고도 효과적인 투자 시스템이 구축되어야 한다.

Ⅲ. 나가는 말

지금까지 디지털 음원이 크게 성장하고 있는 러시아 음악시장의 현재적 상황과 향후 과제 등에 대해 살펴보았다. 세계 10위권의 음악시장 규모를 가진 러시아 음악 산업은, 스트리밍 접속을 통한 디지털 음원 시장이 크게 성장하고 있는 최근 세계 음악 산업의 발전 흐름을 따르고 있다. 러시아의 음악 산업에서 디지털 음원의 성장 배경으로는 다운로드 및 스트리밍 음원 서비스의 증가, 모바일을 이용한 디지털 음원의 접속 회수 증가, 정부의 저작권법 개정 등이 주요 원인으로 파악되었다. 특히 스트리밍 음원의 매출은 2020년에는 전체 디지털 음원 매출의 85% 이상을 예상할 만큼 폭발적인 성장이 예견된다.

스마트폰의 보급, 이로 인한 라이프 스타일의 변화, 즉 별도의 오디오 기기나 디지털 플레이어가 없어도 누구나 쉽게 음원에 접근하고 음악을 들을 수 있는 ‘연결/접속’의 편리함과 4차 산업혁명의 ‘빅데이터’ 분석을 통한 음원소비자 성향의 체계적 분석 등이 이러한 변화를 전위(前衛)에서 이끌고 있다. 그리고 러시아 정부의 ‘저작권법’ 개정과 더불어 불법 복제 음원물의 유통 근절에 대한 강력한 정책이 효과를 발휘하고 있다는 것도 디지털 음원 이용의 상승을 이끈 중요한 요소로 꼽힌다.

음악은 문화적 자산 가운데 가장 중요한 요소이면서, 디지털 경제의 전반적인 성장을 견인하는 효자 콘텐츠이다. 현재 러시아 음악 산업은 과거와 비교했을 때 안정적으로 지속 가능한 성장을 도모할 수 있는 환경적 요소가 구축되는 과정에 있다고 볼 수 있다. 여기에 다음과 같은 다섯 가지 개선안(저작권 보호에 대한 러시아인들의 의식 강화, 디지털 음원 산업에 빅데이터 활용, 디지털 음원 유통자들의 독과점 개선, 적정한 음원 수익 분배율

제시, 러시아 음악 산업에 대한 투자의 활성화)이 효과적이고 생산적으로 잘 작동되면 세계 음악시장에서 러시아의 역할과 입지가 확장될 가능성은 매우 크다. 이럴 경우 러시아 음악 산업은 디지털 음원 시대에 단순히 적응하는 단계를 지나 4차 산업혁명의 수혜업종인 ‘스트리밍’에 접속하여 음악을 소비하는 패턴이 시장의 중심이 되는 세계 음악 산업을 선도적으로 이끌어 갈 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

- 권기배, 이태형, 「러시아와 중국의 문화콘텐츠산업 비교 연구: 현황 및 전자책 콘텐츠를 중심으로」, 『슬라브 연구』 33권 4호, 2017.
- 김세울, 김세일, 「러시아 문화정책 연구」, 『외국학 연구』 36집, 2016.
- 김형섭, 김세일, 「신동북아 언어문화 연구(I): 반문화로서의 이모티콘과 인터넷 언어」, 『외국학 연구』 31집, 2015.
- 리처드 스타이즈, 『러시아의 민중문화』, 김남섭 역, 한울아카데미, 2008.
- 송정수, 「러시아 출판 문화산업의 현황과 과제」, 『노어노문학』 29권 2호, 2017.
- _____, 「러시아 애니메이션 산업의 현황과 전망」, 『외국학 연구』 22집, 2012.
- 왕산산, 「디지털 음원 중심의 중국 대중음악 산업 모델 연구」, 성균관대 석사학위논문, 2016.
- 유선실, 「미국 유료 온라인 음악시장의 경쟁현황」. 『정보통신정책』 통권 322호, 2003.
- 이경준, 「음악산업의 구조 변동에 따른 음악저작권 쟁점 연구」. 한국외국어대학교 석사 논문, 2014.
- 이상훈, 신광철, 「제4차 산업시대 음악 콘텐츠의 발전 방향성에 대한 연구」, 『글로벌 문화 콘텐츠 학회 학술대회』 2017.
- 이수진, 김세일, 「러시아에서 한국 온라인 게임의 성공 사례 연구: MMORPG 장르를 중심으로」, 『외국학 연구』 38집, 2016.
- 하완규, 최남희, 『제4차 산업혁명』, 콘텐츠 하다, 2015.
- 한국콘텐츠진흥원, 『2016 해외콘텐츠 시장동향조사』, 2017.
- _____, 『2012 음악산업백서』, 2013.
- _____, 『2016 음악산업백서』, 2017.
- 「해외 음악 산업 정책 및 법제도 경향」. 『2016 음악 산업백서』, 한국콘텐츠진흥원, 2017.
- 「빅데이터 시장 현황과 콘텐츠산업 분야에 대한 시사점」, 『한국콘텐츠진흥원』, 2014.
- Jeremy Rifkin, *The age of access*, Penguin Putnam, 2001.

<http://apps4all.ru/post/12-16-13-issledovanie-rynka-mobilnyh-muzykalnyh-servisov-v-rossii> (검색일: 2018년 1월 5일)

<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3581911&cid=42171&categoryId=58698>.(검색일: 2018년 1월 7일)

<http://cafe.daum.net/ArtManage/7lot/3885?q=%B5%F0%C1%F6%C5%D0%20%C0%BD%BF%F8%B0%FA%20%BA%F2%B5%A5%C0%CC%C5%CD>(검색일: 2018년 2월 3일).

<https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2017/05/03/688474-dohodi-striminga>. (검색일: 2017년 12월 7일)

<http://base.garant.ru/70804230/> (검색일: 2018년 1월 12일)

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171228/3d0cac60971a511280cbba229d9b6329c07731f7/ (검색일: 2018년 1월 20일.)

❖ ABSTRACT

The Present Situation and Challenges of the
Russian Music Industry:
Centered on the Digital Sound Sources

Kwon, ki-bae
Kim, Se-il

The purpose of this paper is to examine the current situation and background of the Russian consumer music market, where digital music sources are making great strides in the noted recent years. In addition, music storage technology, media and change are considered together in this report. Moreover, Russia is the 12th largest music market in the world. The Russian music industry is following the recent trend of the global music industry, where the digital music market is growing rapidly on many different levels. The explosive growth of the digital sound sources in Russia's music industry is attributed to the explosive increase in available consumer downloads, streaming sound source service, and the increase in the number of digital sound sources using mobile technologies due to the development of the Internet. In particular, the sales of the available and accessible streaming sound sources are expected to grow explosively by the year 2020, which is expected to account for more than 85% of total digital music sales. In other words, the spread of smartphones and the resulting changes in the lifestyle of the Russians have created these changes for the global consumer of music. In other words, the time has come for anyone to easily access music and listen to music without a separate audio or digital player. And the fact that the Russian government's strong policy on the eradication of illegal copying of music is becoming an effective deterrent, as is also the factor that led to the increase of the share of the digital sound source to increase sales in Russia.

Today, the Russian music industry is leading this change through the age and process of simply adapting to the digital age. Music is the most important element of cultural assets, and it is the beneficial content, which drives the overall growth of the digital economy. In addition, if the following five improvements(First, strengthen the consciousness of the Russian people about copyright protection; Second, utilizing the Big Data Internet resources in the digital music industry; Third, to improve the monopoly situation of digital music distributors; Fourth, distribution of fair music revenues; and Fifth, revitalization of a re-investment in the current Russian music industry) are effective and productive, Russia's role and position in the world music market is likely to expand.

Key Words : Cultural industry, Russian culture, Russian music industry, digital sound source, streaming, access, mobile

- 논문접수일 : 2018. 02. 10
- 심사완료일 : 2018. 02. 28
- 게재확정일 : 2018. 03. 01