

교육여부에 따른 클래식 음악 청취방식의 차이에 관한 연구 : 디지털화를 중심으로

고 윤 화* · 문 정 훈** · 이 석 원***

본 연구의 목적은, 청취자의 음악교육 여부에 따라 디지털 환경에서의 음악청취 방식과 태도에 나타나는 차이를 밝히는 데 있다. 이를 위해 서울소재 모대학교 클래식 음악관련 수업을 듣는 대학생(N=153)을 대상으로 클래식 음악 청취와 디지털 음원 및 관련 활용도에 관한 설문조사를 진행했으며, 설문결과는 설문대상자의 클래식 관련 전문교육 참여 기간이 1년 이상과 1년 이하인 두 그룹으로 나누어 비교분석했다. 설문지는 클래식과 기타 장르를 비교해 각각 음악청취 시 중요하게 생각하는 요소들에 대해 5점 척도화 문항과 디지털 음원 및 활용도에 대한 질문으로 구성했다. 전문교육을 1년 이상 받은 그룹의 경우, 클래식 청취 시 음질(Sound-quality)을 가장 우선적 요소로, 그 다음으로는 음악관련 정보를 중요하게 여김을 알 수 있었다. 또한 음원 구매 시 유형의 음반인 CD를 선호하고, 구매 비용 기준이 다소 높게 나타났다. 1년 이하의 그룹 또한 클래식 청취 시 음질을 중요하게 여기고 있으나, 비교그룹에 비해 음원의 낮은 구매 비용 기준과 비교적 높은 디지털 음원의 활용도(스트리밍, 다운로드)가 나타났다. 본 연구를 통해 얻은 결론은 다음과 같다. 1) 디지털 환경 변화로 인해 음악 청취 및 소비방식이 변화하고 있다. 2) 전문교육 여부에 따라 클래식 음악 청취방식 및 음악에 대한 태도에 차이가 나타난다. 3) 교육여부에 따른 음악청취 태도가 다름을 인지하고 이에 따른 음악교육은 물론 음악 산업 측면의 마케팅 방식에도 차별화된 접근이 필요하다.

※ 주제어: 디지털화, 음악청취방식, 클래식음악, 음악교육여부

차 례

I. 서 론

II. 디지털 음악 산업 현황

III. 이론적 배경

1. 경제학적 접근: 관여도(Involvement)
2. 문화·사회학적 접근 : 아비투스(Habitus)

IV. 실증 분석

1. 가설설정
2. 자료수집
3. 가설검증 및 분석

V. 결론 및 시사점

* 서울대학교 농경제사회학부 지역정보전공 연구원

** 서울대학교 농경제사회학부 지역정보전공 부교수

*** 서울대학교 작곡과 이론전공 교수

I. 서론

한국은 디지털 온라인 음악시장이 기존의 오프라인 음악시장의 점유율을 추월한 세계 최초의 나라다(이수범, 2012). 이미 국내 음악시장 매출의 60%이상이 디지털 온라인 판매를 통해 이루어지고 있으며 점점 그 추이가 증가하고 있다(코카포커스 16호, 2012). 한편 2000년도 음악파일 P2P서비스를 시작한 소리바다(Soribada)와 스트리밍 기반의 음악 사이트 벅스(Bugs)의 출현은 국내 음악시장에 적지 않은 영향을 주었다. 이와 아울러 음악 청취 방식에 있어서도 많은 변화가 생겼다고 볼 수 있다. 디지털화가 본격적으로 시작된 2000년도를 기점으로, 그 이전에는 음악을 듣기위해 주로 CD를 사용했다면 그 이후로는 MP3 다운로드를 통해 음악을 듣고 구매하는 경향이 증가하기 시작했다. 이러한 청취기기 혹은 청취 형태의 변화는 2009년 이후 본격적인 스마트폰의 보급으로 더욱 확산되고 있다. 이러한 청취 형태의 변화는 먼저 가요, 팝과 같은 대중음악을 통해 시작이 되었으나, 디지털화가 본격화되면서 기타 장르와는 다소 특수성을 지녔다고 볼 수 있는 클래식 음악에도 변화가 나타나기 시작했다. 2000년도 이후 CD판매량의 급감 현상으로 인해 CD플레이어 판매를 중단한 영국의 클래식 전문레이블 린(Linn) 프로덕트와 고음질 디지털 음원서비스를 본격적으로 시작한 유니버설뮤직의 정책 등은 이를 보여주는 하나의 예(例)가 될 것이다.

앞서 언급한대로 클래식음악에도 디지털화가 진전되면서, 클래식 청취방식에도 변화가 일고 있다. MP3가 보급되기 시작한 2000년대 초반에는 일반적으로 음질이 좋지 않다는 인식이 강해 클래식 청취자는 이를 활용하지 않는 경향이 강했다. 그러나 시간이 지날수록 디지털 음원 활용도의 장점 및 음질의 개선을 통해 MP3와 같은 디지털 음원 활용도가 늘고 있다. 하지만 그럼에도 이 두 그룹 간의 간극은 존재하며 여전히 기존의 청취포맷인 CD를 선호하는 그룹과 새로운 디지털 포맷을 활용하는 그룹이 나뉘고 있다. 그렇다면 이들 간의 차이는 어디에서 비롯되는 것일까? 이러한 차이가 클래식 관련 전문교육을 받았는지의 여부에 따라 달라지는 것은 아닐까? 만약 클래식 음악 교육 여부에 따라 음악청취 방식에 있어서 차이가 나타나거나, 끊임없이 변화하는 디지털 청취 환경에 있어서 이들 간의 청취 태도에 분명한 차이가 발생한다면, 이 결과를 통해 우리는 음악 교육적 접근방식에 있어서 차별성이 필요함을 제시해 볼 수 있다. 디지털 환경 변화에 따른 클래식 청취자의 태도와 청취방식의 변화에 대한 분석 또한, 향후 음악교육에 있어서도 중요한 고려대상이 될 것이다.

본 연구의 목적은 먼저 청취자의 클래식 전문교육 여부에 따라 디지털 환경에서의 음악청취 방식과 태도에 있어 차이가 나타나는지 밝히는 데 있다. 구체적으로는 어떠한 차이점이 나타나는지 그리고 이러한 차이점이 왜 발생하며 차이점들 간의 상관관계가 있는지를 함께 살펴보고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 먼저 클래식 음악청취 관련 몇 가지 질문을 세분화 및 비교했다. 그리고 청취자의 답변을 통해 전문교육여부에 따라 차이가 나타나는지 그룹 간 비교 및 항목 간 비교를 시도했다. 분석을 통해 본 연구는 전문교육 여부에 따라 클래식 음악 청취 방식 및 태도에 차이점이 왜 발생하는지에 대한 이해도를 높일 수 있을 것이다. 또한 이러한 결과를 통해 음악 산업적 측면에서 청취자의 타겟 마케팅(target-marketing)이 필요함을 강조할 수 있는 근거가 되어 주리라 예상한다.

연구문제

- 연구문제 1. 클래식음악 관련 전문교육을 받은(혹은 더 많이 받은)사람일수록 음악청취 시 중요하게 고려하는 요소가 다르게 나타나는가? 다르게 나타나는 요소는 무엇인가?
- 연구문제 2. 디지털화에 따른 음악청취 태도 및 소비방식에 있어서 전문교육을 받은 그룹과 그렇지 않은 그룹 간에 차이점을 보이는가? 차이점을 보이는 항목에 있어서 연관성이 보이는가?

II. 디지털 음악 산업 현황

이은민(2011)의 보고서에 따르면, 2000년 이후, 약 10년 동안 전세계적 음악시장(라이브음악시장과 기록음악시장을 포함)은 전반적으로 축소 및 침체 경향을 보이고 있다. 또한 음반시장의 위축 현상과 아울러 디지털 음악시장의 증가 현상이 뚜렷하게 대비되어 나타나고 있음을 알 수 있다(코카포커스 2012-16호).

<표 1> 세계 음악시장 산업 규모 및 전망 (단위: 억 달러)

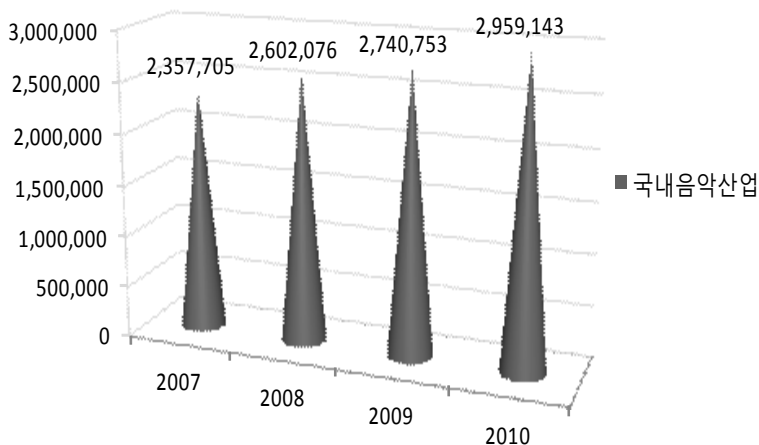


한편 2013년 IFPI 보고에 의하면, 지난 2012년 전 세계 음악 매출이 14년 만에 처음으로 증가세를 보였다고 밝혔다(2011년 대비, 2012년에 0.3% 증가). 증가수치는 크지 않지만 불법파일다운로드 등으로 오랜 시간 난항을 겪으며 음악 산업 매출이 꾸준히 감소했던 것에 비하면 매우 긍정적인 신호로 볼 수 있다. 이와 관련해 유니버설 뮤직의 디지털&뉴미디어 분야 책임자 롭 웰스는 “2011년에는 디지털 음악의 세계 음악 점유율이 35%였지만, 2012년에는 45%까지 증가할 것이며, 2013년에는 디지털 음악매출이 기존의 음반매출보다 확대될 것”이라는 전망을 내놓은 바 있다. 아울러 2011년 유니버설 뮤직의 전체 매출이 54억 2,800만 달러(약 5조 8,730억 원)에서 디지털 부문 매출 비중은 약 27%이며, 2013년에는 절반에 육박할 것으로 예상하기도 했다(해외콘텐츠시장 동향조사 연구보고서, 2012).

해외 산업 동향에 대한 KOCCA의 보고에 의하면, 음악 산업 중에서 디지털 음악시장은 전 세계적으로 가장 빠르게 성장하는 추세를 보이고 있으며, 국가별 디지털 시장순위는 다음과 같다. 1위는 미국 47%, 2위는 일본 23%, 3위는 영국 7.0%, 그리고 한국은 2% 점유율로 7위를 차지했다(IFPI, 2010). 전 세계적으로는 현재 미국이 음악시장을 주도하고 있음을 알 수 있다. 미국을 포함한 북미지역권의 디지털 음악시장의 특징은 모바일 음악 시장에 비해 인터넷 음악시장의 비중이 상대적으로 높으며, 미국의 경우는 특히 애플사의 아이튠즈(itunes), 아마존 MP3(Amazon.com Digital music), 마이스페이스(myspace) 뮤직 등 다양한 사업자들이 존재하며 당분간 계속 디지털 음악시장을 이끌어 나갈 것으로 예상하고 있다.

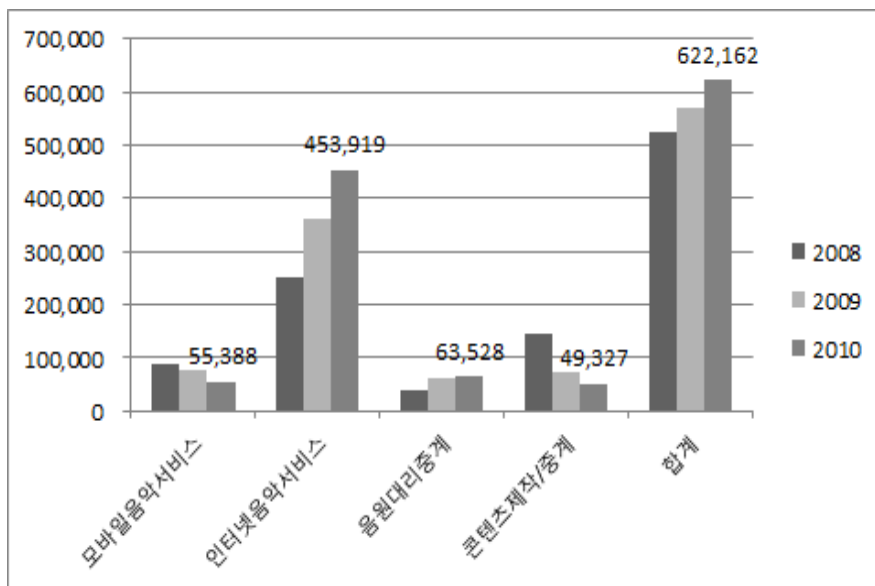
국내 음악 시장의 경우, 콘텐츠산업백서(2011)에 의하면 국내 음악 산업의 전체 매출액은 2007년 이후 지속적인 증가 추세를 보이고 있다. 2008년부터 2010년 연평균 증감률은 6.6%로 나타났으며, 2008년에는 2조 6,020억 원, 2009년에는 2조 7,407억 원, 2010년에는 전년대비 8% 증가한 2조 9,591억 원으로 집계됐다.

<표 2> 국내 음악 산업 총매출액 (단위: 백만 원)



한편 온라인 디지털 음악 매출액 통계를 보면, 2010년에 6,221억 원으로 전년대비 9.2% 증가했으며, 연평균 8.7% 증가현상을 보였다. 온라인 음악 유통업은 전반적으로 증가 추세에 있으며, 스마트 기기 보급 확대에 따라 매출구조 또한 변화가 이루어지고 있는 실정이다. 구체적으로는 인터넷 음악서비스업이 4,539억 원(73.0%)으로 가장 큰 비중을 보이고 있으며, 이는 전년대비 26.1%, 연평균 33.9% 증가한 수치다. 음원대리 중개업은 635억 원(10.2%)으로 전년대비 5.3% 증가했으며, 연평균 26.5% 증가했다. 모바일 음악서비스업은 553억 원(8.9%)으로 전년대비 27.6% 감소했으며, 연평균증감률 또한 20.5% 감소했다. 인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP)은 493억 원(7.9%)으로 전년대비 32.2% 감소했고, 연평균 41.9% 감소하여 매출 감소 현상이 지속되고 있음을 보여주고 있다. 인터넷음악서비스업이 가장 높은 비중(73%)을 차지하고 있으며, 전년대비 증감률과 연평균 증감률을 비교했을 때 앞으로도 성장세를 보여줄 전망이다(콘텐츠 산업백서, 2011).

<표 3> 국내 디지털음악 매출액비교(단위: 백만 원)



Ⅲ. 이론적 배경

청취환경이 새롭게 끊임없이 변화하고 있는 디지털 시대에 있어서, 음악수용자 즉 청취자에 대한 분석적 연구는 아직 미흡하다. 디지털 청취 관련 국내 선행연구로는 디지털화에 따른 대중음악 소비자의 행동유형 연구(김난희, 2007), 유료·무료 음악 사이트 사용을 중심으로 한 디지털 콘텐츠 서비스 품질이 고객에 미치는 영향에 관한 연구(유지연, 2006) 등이 있으나 일반 대중음악과 차이점을 보이는 클래식 음악 장르에 대한 부분은 포함되지 않았다. 디지털화에 따른 클래식 관련 연구로는 최근에 발표된 빅데이터 분석을 통해 본 ‘클래식 음악’: 연관이미지, 인물 그리고 여론성향에 관한 연구(박영주, 2014)가 있으나 이는 디지털화 시대에 있어서 활용도가 높은 빅데이터 분석을 활용해 음악에 관한 이미지 형성에 대해 분석한 논문이다. 채지영·윤유경(2011)의 클래식음악공연 소비자 특성이 재구매에 미치는 영향에 관한 분석은, 클래식음악 공연의 준비도(클래식음악 자체에 대한 관심, 정규교과 외 음악교육여부)에 따라 재구매에 유의한 차이가 나타남을 보여주고 있다. 하지만 아쉽게도 아직까지 디지털시대에 있어서 변화하는 음악청

취 방식과 소비방식, 특히 클래식 음악교육 여부에 따른 청취방식 및 음악에 대한 태도에 차이에 관한 비교연구는 아직 진행된 바 없다.

본 연구에서는 몇 가지 이론적 개념을 적용해 현상을 이해하는 하나의 틀로 제시하고자 한다.

1. 경제학적 접근: 관여도(Involvement)

클래식 음악공연 선택에 있어서 소비자의 관여도를 비교분석한 김주호·이은정의 논문에 의하면, 클래식 음악공연을 하나의 문화상품으로 보고, 이에 대한 관여도가 높은 소비자는 핵심제품(예. 공연내용)과 관련된 제품정보를 중요하게 고려하였고, 관여도가 낮은 소비자는 주변제품(예. 마케팅 요소)을 중요한 공연선택 기준으로 삼고 있음을 알 수 있다. 여기서 관여도는 성비에 따라 차이가 나타났는데, 이러한 결과를 통해 관여도가 높은 사람(여성)에게는 공연정보가 담긴 핵심제품을 부각시켜 구매를 설득하고, 관여도가 낮은 소비자(남성)에게는 외적인 주변 정보에 초점을 맞춰 설득하는 것이 효과적이라는 점을 시사하고 있다.

이와 마찬가지로, 음악 청취방식에 있어서도 이러한 ‘관여도’ 개념은 적용될 수 있다. 디지털 청취환경에 있어서 우리는 음악을 듣기 위해 돈을 지불한다. CD를 구매해서 듣거나, 인터넷 환경에서 MP3 파일을 다운로드해서 듣거나, 혹은 스트리밍 이용권을 이용해서 음악을 듣기도 한다. 이 밖에도 공연장에 직접 찾아가서 음악을 듣는 경우도 있으며 이 또한 청취를 위해 음악은 하나의 지불대상이 된다. 그렇다면 이러한 청취방식을 선택함에 있어서 청취자는 무엇을 가장 먼저 고려하게 될까.

본 연구에서는 이러한 선택방식의 근거를, 경제학적 개념의 ‘관여도’의 차이에서 찾고자 한다. 그리고 여기에 나타나는 청취자의 관여도 차이는 클래식 교육여부에 따라 달라질 수 있다고 예측한다. 즉, 클래식 전문교육을 더 많이 받은 사람일수록 클래식 음악 청취방식에 있어서 기대하는 바가 커지며, 이에 대해 관여하는 요소들(예. 음질, 전문 관련 정보)이 커지는 것이다. 이와는 반대로 클래식 관련 전문 교육을 받지 않은 사람일수록, 클래식 음악 청취 시 고려하는 요소는 줄어들며 매우 피상적인 요소들(예. 편의성, 가격)이 주요한 고려대상으로 간주되는 것이다.

<표 4> 관여도와 평가

	고관여	저관여
속성의 수	많음	적음
수용 범위	좁음	넓음

2. 문화·사회학적 접근 : 아비투스(Habitus)

아비투스는 프랑스의 문화사회학자 부르디외(Pierre Bourdieu, 1930-)의 장이론(Field Theory)에 근거한 개념이다. 그는 『구별짓기, 문화의 취향의 사회학(La Distinction: Critique sociale du jugement, 1979)』에서 프랑스인들을 대상으로 한 설문조사를 통해 문화적 소비가 사회계급에 따라, 구체적으로는 교육수준과 경제적, 문화적 자본의 수준에 따라 얼마나 달라지는가에 대해 언급하고 있다(이미배 재인용, 1998). 곧, 한 집단에 속한 사람의 문화적 선택에는 단순히 개인적 취향이 아닌, 속한 계급의 문화적 취향이 반영된다는 것이다. 그렇다면 여기에서 클래식 관련 전문교육을 받은 사람을 생각해보자. 이들은 대부분 문화적 경제소비가 가능한 집단이거나 이를 추구하는 집단이다. 이들은 실제 음악교육을 받은 차이가 존재하지만, 그 배경에는 이미 그들이 향유하고 있던 문화 즉 예술, 의상, 음식 등에서 비롯된 많은 문화적 요소들을 통해 얻어진 현상으로 볼 수도 있다. 다시 말해, 클래식 음악을 청취하고 소비하는 집단 중 클래식 전문교육 유무에 따라 그 차이가 발생하는 것은, 문화·사회학적으로 봤을 때, 그들이 속한 집단의 ‘아비투스(Habitus)’에 의해 나타나는 현상인 것이다.

이 외에도 심리학적 개념의 ‘자아표현(Self-presentation)’은 실제 음질의 차이를 못 느끼지만 고음질의 음원을 통해 음악을 청취하길 원하는 심리형태나 클래식을 고급화된 문화형태로 간주하고 자아표현을 위해 비용을 아끼지 않는 심리상태 등을 설명하는 데 적용시켜 볼 수 있다.

한편, 사회심리학 이론중 하나인 ‘행동인지이론(Action Identification Theory)’에 의하면 사람은 하나의 행동을 두 가지 측면에서 인지하는 경향이 있으며 다음과 같다. 1) 고차원적 인지(High-level identity) 2) 저차원적 인지(Low-level identity). 예를 들어 ‘음식을 먹다’라는 행위는 크게 두 가지 - 1) 영양을 보충하다, 다이어트를 하다 2) 음식을 삼키다, 씹다 - 로 나뉘며, 이 이론에 의하면 인간은 흔히 고차원적 인지(High-level identity)로 파악하려는 경향이 있다는 것이다. 음악 청취를 여기에 적용해보면 우리는 음악 청취라는 행동을 할 때, ‘단순히

음악이 귀로 들리다’, 혹은 ‘소리가 크다’ 혹은 ‘작다’ 와 같은 저차원적 인지(Low-level identity)에 집중하기보다는 ‘음질이 좋다’ 혹은 ‘음악적으로 감동을 주다’와 같은 고차원적 인지(High-level identity)에 집중하려는 경향이 있으며, 이는 교육을 받은 집단의 경우 더욱 강하게 나타나는 것으로 해석될 수 있을 것이다.

IV. 실증 분석

1. 가설설정

본 연구에서는 디지털화에 따라 달라지는 클래식 음악청취방식에 있어서, 학교 교과과정 외에 클래식관련 전문음악교육 여부와 그 기간에 따라 청취방식 및 태도가 달라지는지 여부를 밝히고 그 양상을 고찰 및 분석하는데 목적을 둔다. 이를 위해 앞서 언급한 연구문제를 구체화 한 가설을 설정했으며 이는 다음과 같다.

[가설 1]

클래식음악 관련 전문교육 여부 및 기간에 따라 클래식 음악 청취 시 중요하게 고려하는 요소가 다르게 나타날 것이다.

[가설 2]

클래식음악 관련 전문교육 여부 및 기간에 따라 디지털화 청취방식과 이에 대한 태도가 다르게 나타날 것이다.

본 가설은 음악을 청취함에 있어서 클래식 관련 전문교육 여부 및 기간에 따라 고려하는 요소와 청취방식이나 태도 등에서 다르게 나타날 것으로 예상하고 있다. 이는 위의 가설검증을 위한 본 설문에 앞서 클래식 전공자 및 애호가를 대상으로 진행한 온라인 설문에서 일반 청취자와 청취 시 고려하는 요소가 다르게 나타남을 파악했기 때문이다. 한편 전문음악교육이란 사전적 의미로 ‘전문적인 음악인을 양성하기 위한 교육으로 음악교사와 음악가를 양성하는 데 목적을 둔 교육’을 의미한다(교육학용어사전, 서울대학교 교육연구소, 1995). 하지만 본 연구에서는 연구의 목적상, 음악전문교육 여부에 대해 특정악기 혹은 특정 수준에 대한 부분을 설정하지 않았으며, 여기서 전문교육이란 일반적으로 학교에서 배우는 음악관련

교과과정 이외의 별도의 클래식 관련 교육과정을 받은 경우를 의미한다. 이는 비교그룹 간에 클래식음악 청취에 있어서 음악의 이해도 혹은 열의도 등의 차이를 보이는 데 유의한 지표가 되리라 예상한다.

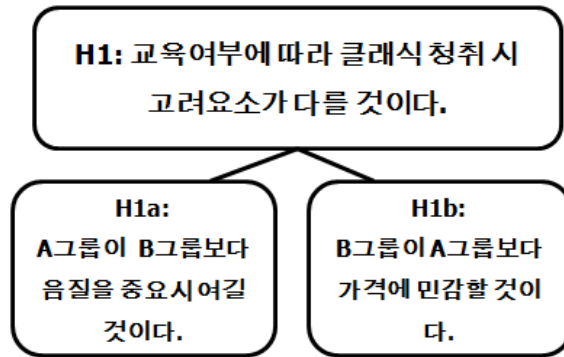
2. 자료수집

위에 설정한 가설 검증을 위해 본 연구에서는 서울소재 모대학교의 클래식 관련 수업을 수강중인 2,30대 대학생을 대상으로 청취관련 문항을 작성해 설문조사를 진행했다. 조사기간은 2012년 11월 예비조사를 진행했으며, 관련 문항에 대한 질문을 주관식 위주로 구성해 본 설문지의 객관식 답안구성 내용에 참고했다. 예비조사 내용을 토대로 부족한 부분은 수정 및 보완했으며 본 조사는 2013년 3월 진행했다. 설문조사는 오프라인 방식으로 진행했으며, 설문지는 총170부를 배부해 155부 회수됐다. 부적합한 설문지로 판단되는 2부를 제외하고 153부를 실제분석대상으로 삼았다. 회수된 153부의 설문지는 통계처리를 위해 데이터 코딩(Data coding)작업을 거쳤으며 코딩된 자료는 SPSSWIN(ver.20.0) 프로그램을 이용해 분석했다. 조사대상자의 인구통계학적 분석과 음악일반 및 클래식 청취에 관한 내용을 위해 일차적으로 빈도분석(frequencies)을 사용했으며, 분석된 결과의 유의한 차이가 있는지를 알아보기 위해 카이제곱 검정(chi-square)을 사용했다. 5점 척도화 항목에 있어서는 독립표본 T검정(T-test)을 실시했으며, 나머지항목에 대해서는 교차분석을 사용했다.

3. 가설검증 및 분석

본 연구에서는 클래식 전문교육을 1년 이상 받은 그룹과 1년 이하 혹은 교육을 전혀 받지 않은 그룹으로 나누어 비교했다(조사결과 클래식 전문교육 경험이 ‘전혀 없음’이라고 답한 사람은 5명에 불과했으며, ‘3년 이상’이라고 답한 사람은 39명으로 파악됐다. 실제 그룹 간의 유의한 비교를 위해 클래식 전문교육 기간 여부 기준을 1년으로 정했다). 본 장에서는 앞서 설정한 가설을 구체화 해 검증을 시도했다.

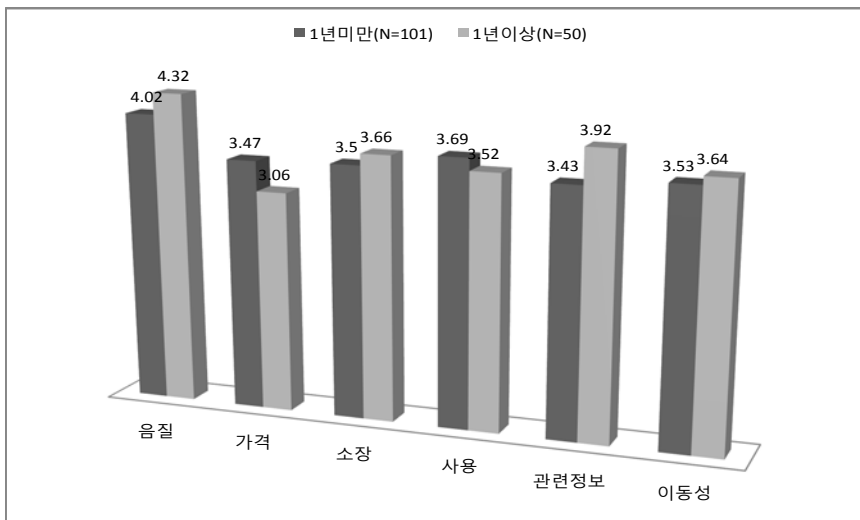
<표 5> 가설 I *A그룹: 교육경험 1년 이상, B그룹: 1년 이하



가설 I 항목 검증을 위해, 클래식 음악 청취 시 고려하게 되는 주요 요소(음질, 가격, 소장, 사용, 관련정보, 이동성)의 중요 가중치를 비교했다.

먼저 기술통계량은 다음과 같다. 1년 이상 교육을 받은 그룹의 경우, ‘음질이 중요하다(4.32점)’, ‘소장(영구보관)가능이 중요하다(3.66점)’, ‘연주 관련 정보가 중요하다(3.92점)’ 항목에 있어서 1년 이하 교육을 받은 그룹보다 높은 평균치를 나타냈다. 한편 ‘가격이 중요하다’와 ‘사용하기 쉬워야 한다’ 항목에 있어서는 1년 이하 교육을 받은 집단보다 낮은 평균점을 나타냈다.

<표 6> 클래식청취 시 주요 고려요소에 대한 그룹비교



한편 ‘가격이 중요하다’와 ‘사용하기 쉬워야 한다’ 항목에 있어서는 1년 이하 교육을 받은 집단보다 낮은 평균점을 나타냈다. 교육 여부에 따라 II-4 항목 간에 유의한 차이가 있는지를 알아보기 위해 독립표본 t-검정을 실시했다(표7 참조).

<표 7> 교육여부에 따른 항목차이 비교를 위한 독립표본 t-검정

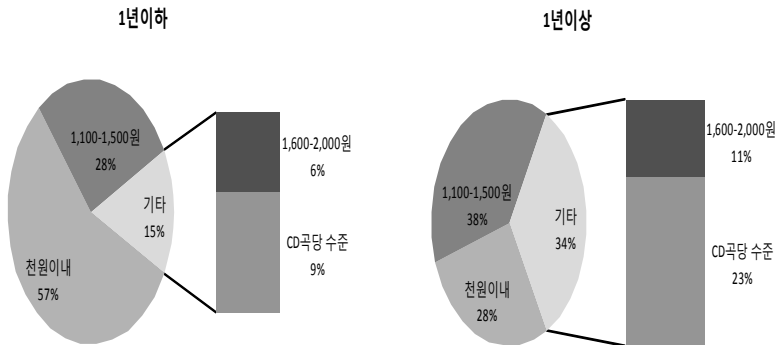
요소	Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 t-검정		
	F	유의확률	t	자유도	유의확률 (양쪽)
음질	0.239	0.626	-2.483	149	0.014
가격	0.005	0.941	2.78	149	0.006
소장	0.008	0.931	-0.898	149	0.37
사용성	0.001	0.977	1.333	149	0.184
관련정보	0.076	0.783	-3.01	149	0.003
이동성	0.484	0.488	-0.636	149	0.526

교육 여부에 따른 두 그룹의 경우, Levene의 등분산 검정의 유의확률이 모두 큰 값을 가지므로 등분산을 가정할 수 있었다. 따라서 등분산이 가정된 t-검정을 적용했을 시, 유의확률이 작은 문항들(즉 귀무가설인 차이가 없음을 기각할 수 있는 문항들)은 음질, 가격, 연주관련정보에 관한 문항인 것으로 밝혀졌다. 다시 말해, 클래식 관련 전문교육을 비교적 많이 받은 집단이 음질을 더 중요하게 여기고, 가격에는 덜 민감하며, 관련정보(연주자, 지휘자 등)에 대해 더욱 중요하게 여김을 알 수 있다.

위의 결과를 토대로 설문지 III-9 항목(고음질의 디지털음원에 대해 곡당 지불할 수 있는 금액)을 통해 비교하면 다음과 같다.

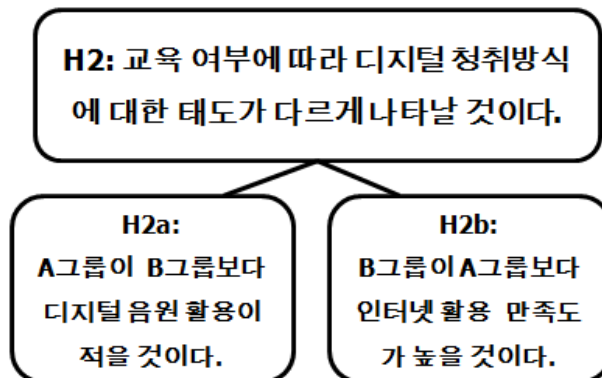
<표 8> 교육 여부에 따른 클래식 음원 구매 시 지불할 수 있는 가격 비교

구분	천원이하		1,100원~1,500원		1,600원~2,000원		CD곡당 수준	
	빈도	행 N %	빈도	행 N %	빈도	행 N %	빈도	행 N %
1년이하	55	56.10%	27	27.60%	6	6.10%	9	9.20%
1년이상	13	27.70%	18	38.30%	5	10.60%	11	23.40%



각 문항별 빈도수가 작은 경우가 많아 pearson 카이제곱 검정 대신에 Fisher의 정확검정을 통해 교차분석을 시도했다. 통계량 값은 12.834, 유의확률이 0.0007로 유의한 차이가 존재함을 확인했다. 즉, 클래식 교육을 비교적 더 많이 받은 사람의 경우, 음원에 대해 지불할 수 있는 금액이 높으며, 반대로 교육을 덜 받은 그룹일수록 음원 가격에 대해 지불할 수 있는 금액이 낮고, 가격에 대해 민감하게 느끼는 것을 알 수 있었다. 이로써 앞서 설정한 가설1 항목은 모두 검증되었다.

<표 9> 가설 II *A그룹: 교육경험 1년 이상, B그룹: 1년 이하



가설Ⅱ항목 검증을 위해, Ⅲ-2 항목(클래식 음악 청취 형태: CD, 스트리밍 혹은 다운로드, 유튜브 등)을 먼저 비교하고, Ⅲ-4(구매 형태) 항목을 함께 비교해보았다. 비교 결과, 교육을 더 받은 그룹의 경우 클래식 청취 시, CD(32%), 스트리밍 혹은 다운로드(32%)로 나타났으며, 교육을 적게 받은 그룹의 경우는 스트리밍 혹은 다운로드(69.6%)가 상대적으로 매우 높은 수치를 보여, 실제 교육을 더 받은 집단이 그렇지 않은 그룹에 비해 CD 활용도가 높음을 확인할 수 있었다.

인터넷 활용도에 대한 가설 검증을 위해서는, Ⅲ-8 항목(인터넷 상에서 음악듣기 및 다운로드에 대한 만족도)을 비교했다. 등분산 검정의 유의확률이 작은 문항에서는 등분산을 가정하지 않는 검정결과를 이용하여 결과를 살펴보았다. ‘다양한 음원이 많다(최신음원 포함)’항목과 ‘클래식 관련 전문 정보가 많다’에 있어서 유의한 차이가 나타났으며, 이것은 전문교육을 받지 않은(혹은 1년 이하) 사람의 경우, 인터넷 상에서 클래식 듣기 및 다운로드 활용에 대해 ‘다양한 음원’ 위주로 청취를 하고 있으며, 인터넷 상에서의 클래식 정보수급에 대해 만족도가 높음을 알 수 있었다. 반대로 클래식 전문교육을 비교적 많이 받은 사람일수록 인터넷 상에서의 만족도는 전반적으로 모든 항목에 대해 낮은 수치를 나타냈으며, 특히 클래식 관련 다양한 음원이나 전문정보에 대한 인터넷 상에서의 만족도는 떨어지는 것으로 나타나 가설 2H-b 항목에 대해 검증을 확인했다.

<표 10> 인터넷 상에서의 클래식 활용 만족도 비교: 독립표본검정

요소	Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 t-검정		
	F	유의확률	t	자유도	유의확률 (양쪽)
음질이 좋다	0.594	0.442	1.297	142	0.197
가격이 저렴하다	0.103	0.749	-0.157	142	0.876
소장이 가능하다	1.504	0.222	1.443	142	0.151
이용하기 쉽다	7.272	0.008	0.792	63.975	0.431
다양한 음원이 많다	14.375	0.000	1.874	67.274	0.065
어디서든 듣기 편하다	11.654	0.001	1.191	67.651	0.238
클래식 정보가 많다	6.435	0.012	-1.887	71.415	0.063

앞서 살펴본 가설항목 및 검증내용을 정리하면 <표 11>과 같다.

〈표 11〉 음악청취방식과 디지털 활용도에 대한 그룹 비교표

비교항목		그룹A(1년이상)	그룹B(1년이하)
no		N(혹은 평균)	N(혹은 평균)
1	성별	18명(남), 32명(여)	64명(남), 38명(여)
2	나이	48명(20-27세), 2명(28세이상)	100명(20-27세), 2명(28세 이상)
3	5점 척도 문항 (1:전혀아니다, 5: 매우그렇다)	4.32	4.02
4	가장	3.06	3.47
5	관련정보	3.92	3.43
6	선호하는 시대	낭만(70%), 고전(14%)	낭만(42.0%), 고전(29%)
7	장르	가요(38%), 인디(16%), OST(12%)	가요(46.1%), 팝(13.7%)
8	청취방식	CD(32%), 스트리밍/다운로드(32%)	스트리밍/다운로드(69.6%), 유튜브/동영상(19.6%)
9	클래식 청취방식	사용성(28%), 고음질(20%)	사용성(38.6%), 편의성(34.7%)
10	구매방식	CD(51.0%), 다운로드(24.5%)	구매안함(48.0%), 다운로드(37.3%)
11	인터넷사이트	멜론(32.7%), 기타(24.5%)	멜론(42.7%), 네이버뮤직(19.8%)
12	지불가능한 가격	1,100~1,500원(38.3%), 천원이내(27.7%), CD와 유사한 가격(23.4%)	천원 이내(56.1%), 1,100~1,500원(27.6%)
특징		그룹A의 경우, '음질'이 가장 중요. 디지털(스트리밍/다운로드) 방식보다는 CD를 선호. 클래식관련 정보(지휘자, 오케스트라 등)가 중요하며, MP3파일보다 고음질의 음원에 대해 높은 가격을 지불할 의향이 있음.	그룹B의 경우, 음질이 역시 중요하지만, A그룹에 비해 음원의 '가격'을 중요시 함. 청취를 위해 스트리밍/다운로드 등 디지털 활용도가 높음. 음원 구매를 선호하지 않으며, 고음질의 디지털 음원에 대해서도 꼭당 지불할 수 있는 금액이 천원 이내임.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 급변하고 있는 디지털화 환경 변화와 이에 따라 클래식음악 청취방식에도 변화가 일어나고 있음에 주목해, 실제 클래식 관련 교육여부에 따라 이에 대한 클래식 청취방식 및 디지털 환경에 대한 만족도 및 태도의 다름에 대해 비교분석했다. 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 클래식 청취 방식에 있어서, 클래식 관련 전문교육 여부에 따라 중요하게 여기는 요소가 다르게 나타났다. 본 연구에서는 이를 위해 클래식 청취 시 중요하게 고려하는 요소에 대해 5점 척도화 문항을 구성해 질문을 했으며, 실제 전문교육을 더 받은 그룹의 경우, 클래식 청취 시 ‘음질’이 가장 중요하다고 여겼으며, ‘음악 관련 정보’가 중요한 요소로 나타났다. 교육을 덜 받은 그룹의 경우는, 역시나 음질을 중요한 요소로 꼽았지만, 비교그룹의 경우보다 음원의 ‘가격’이나 ‘편의성’을 중요시함을 알 수 있었다.

둘째, 디지털 환경 변화로 인해 음악 청취 환경에도 변화가 있음을 통해 음악교육 여부에 따라 이에 대한 청취 태도와 인터넷 환경에 대한 만족도에 차이가 있는지를 비교했으며, 두 그룹 간에 유의한 차이를 발견했다. 교육을 더 받은 그룹의 경우는, 디지털 환경 변화에도 기존의 유형의 음반인 CD를 선호했으며, 교육을 덜 받은 그룹의 경우는, CD보다는 디지털 활용(스트리밍, 다운로드)을 선호함을 알 수 있었다. CD와 동일한 고음질의 디지털음원이 상용화된다면 지불할 수 있는 금액에 있어서도 교육을 많이 받은 집단이 1,100원~1,500원으로 답해 교육을 덜 받은 그룹보다 높은 가격을 지불할 수 있음을 확인했다. 이를 통해 음악교육을 더 받은 집단일수록 CD를 아직 선호하며, 고음질의 음원에 대해 가격 장벽이 낮음을 확인했다.

인터넷을 통해 음악청취 시 만족도에 대한 질문에 있어서도 두 그룹 간에 유의한 차이가 나타났으며, 음악교육을 더 받은 집단이 인터넷 청취환경에 대한 만족도에 전반적으로 낮은 수치를 보였으며, 클래식 관련 음원의 다양성과 관련 전문정보가 부족하다고 느끼고 있었다. 반대로 교육을 덜 받은 집단의 경우는, 상대적으로 클래식 청취에 있어서 인터넷 활용도에 만족도가 높게 나타났다.

지금까지 분석한 내용을 토대로 본 연구에서는, 다음의 중요한 시사점을 갖는다. 먼저 위의 내용들을 토대로 실제 음악청취 방식에 있어서 디지털 환경 변화로 인해 청취방식 및 음악 소비방식이 바뀌고 있음을 알 수 있었다. 그리고 무엇보다 음악 교육 여부에 따라 클래식 청취방식에 있어서 차이가 발생하며, 청취환

경 변화 속에서도 클래식 전문교육을 받은 그룹과 그렇지 않은 그룹에 유의한 차이가 나타남을 확인했다. 이는 향후 음악교육학적 접근방식의 나아갈 방향에 하나의 대안적 근거를 제시할 수 있을 것이다. 또한 클래식 전문 교육을 받을수록 음악 청취에 있어서 음질과 클래식 음악 관련 전문정보를 중요하게 여김을 알 수 있었으며, 이를 통해 음악 마케팅적 측면에서도 획일화된 접근을 지양하고, 청취 방식이 다른 그룹을 분리해 타겟 마케팅 방향으로 나아가야 함을 제시할 수 있을 것이다.

하지만 본 논문은 몇 가지 한계점을 갖는데, 첫째로 샘플의 한계다. 특정 대학의 수업을 듣는 학생을 대상으로 했으며, 샘플의 유의한 비교를 위해 교육여부 기준을 1년으로 지정한 것이다. 이는 연구의 외적신뢰성을 얻기 위해 향후 보완되어야 할 부분이다. 둘째는 국내 클래식 관련 자료가 매출과 관련한 사항으로 대부분의 국내음악 유료사이트에서 이에 대한 자료공개를 꺼려했다. 이러한 상황은 연구의 집중도를 충분히 높이지 못했으며, 아쉬움으로 남는다. 마지막으로 이러한 한계점은 향후 후속연구를 통해 보완되어지길 기대하며, 본 연구가 클래식 음악교육 접근방식 및 마케팅적 방안에 하나의 도움이 되길 바란다.

참고문헌

- 김주호, 이은정 (2010), 클래식 음악공연의 소비자 선택요인과 의사결정의 탐색적 연구, 서울: **상품학 연구** 제28권 6호.
- 채지영, 윤유경 (2011). 클래식음악 공연 소비자 특성이 재구매에 미치는 영향 연구. **예술경영연구**, 19, 169-192.
- 박영주 (2014), 빅데이터 분석을 통해본 ‘클래식 음악’ : 연관이미지, 인물 그리고 여론성향에 관한 연구, **음악교육공학** 제 19권.
- 홍지연 (2014), 청소년들의 클래식음악에 대한 인식도 조사연구, 서울: **음악교육연구** 제43권, 1호.
- 정성욱, 채지영 (2004), **온라인 음악시장 활성화 방안**, 한국문화관광정책연구원.
- 이호영, 박현주, 음수연 (2005). **디지털 시대 의 문화 수용 방식 에 관한 연구**. 정보 통신 정책 연구원.
- 이미배 (1998), 서양음악전공학생의 아비투스에 관한 조사연구, **낭만음악** 제11권 제1호(통권41호)
- 이은민 (2011), 온라인 음악시장의 변화와 향후 전망, KISDI 동향보고서
- 이은민 (2013), 디지털음악시장의 동향 및 주요 이슈, KISDI 동향보고서
- 문화관광부 (2012), 2011 콘텐츠 산업백서.
- 한국콘텐츠진흥원 (2012), 세계 디지털 음악시장의 유통과 수익구조 분석, **코카포 커스**, 통권64호.
- 이수범 (2012), **디지털 시대의 음악산업**, 한울아카데미.
- 전병준 (2005), 음원의 디지털화에 따른 음악시장의 변화에 관한 연구, **통상정보연구** 제7권, 제4호.
- 최지윤 (2011), 스마트폰 이용자의 선호음악장르와 음악 행동의 관계, 서울대학교 융합과학기술대학원 석사학위논문
- 유지연 (2006), 디지털 콘텐츠 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구 : 유료 디지털 음악 사이트와 무료 디지털 음악 사이트를 중심으로, 서울대학교 경영대학원 석사학위논문
- 최인용 (2006), Objective assessment in multichannel audio based on spatial perception cues = 공간 지각 인자에 기반 한 다채널 오디오의 객관적 음질 평가, 서울대학교 박사학위논문
- Jan Maes, Marc Vercammen (2012), *Digital Audio Technology: A Guide to CD, MiniDisc, SACD, DVD(A), MP3 and DAT*, CRC Press.

- Michael Miller (2012), *The Ultimate Digital Music Guide: The Best Way to Store, Organize, and Play Digital Music*, Que Publishing.
- Will Boone (2008), *Composing Playlists, Conducting Streams: The Life of Classical Music in the Internet Age*, ProQuest.
- Bosi, Marina, and Goldberg, Richard E (2003), *Introduction to Digital Audio Coding and Standards*, Springer.
- Hossein Bidgoli (2003), *The Internet Encyclopedia*, John Wiley & Sons.
- Peter Tschmuck (2006), *Creativity and Innovation in the Music Industry*, Springer.
- IFPI, Digital Music Report 2012
- IFPI, Digital Music Report 2013

FLAC <http://flake-enc.sourceforge.net>

linn <http://www.linnrecords.com>

HD Tracks <https://www.hdtracks.com>

클래식 코리아 <http://classickorea.co.kr/v8>

유니버설뮤직 클래식 <http://www.universalmusic.co.kr/#/music>

벅스뮤직 http://music.bugs.co.kr/genre/classic/total?wl_ref=sub_gnb

낙소스 뮤직 라이브러리 <http://www.naxosmusiclibrary.com/home.asp>

그루버스 MQS <http://www.groovers.kr/mqs>

ABSTRACT

A Differences in Classical Music Listening Method According to the Education Status : Focusing on Digitization

Yun-Hwa Koh · Jung-Hoon Moon · Suk-Won Yi

The aim of this study is to figure out the differences in music listening method and attitude in the digital environment contingent upon taking special education on classic listeners. For this purpose, a questionnaire survey was carried out on classic music listening, digital sound source and its utilization to university students (N=153) who took class music related course at a University located in Seoul. Comparative analysis was made by dividing the groups into two: One is a group who took more than 1 year of special education on classic, and the other is a group who takes less than 1 year of special education on classic. The questionnaire sheet consists of questions on the important factors in music listening at 5-point scale and on digital sound source and its utilization. The group taking more than 1 year of special education pointed out the most important factor in listening to classic as the quality of sound and weighed high on music related information. And, in the purchase of sound source, they preferred CD, a tangible disc and were less sensitive in price. To the contrary, while the group taking less than 1 year of special education considered quality of sound significantly, the preferred price to their comparative group. And, when listening to music, they had relatively high degree of digital utilization. Such analysis results indicate the followings: 1) Music listening and consumption methods have been changed thanks to the change of digital environment. 2) Classic music listening methods and attitudes to music are different contingent upon taking special education. 3) It is necessary to recognize different music listening attitudes contingent upon education and to make differentiated approach in marketing method of music industry as well as music education.

Key words: digitization, music listening method, classical music, music education status

투고일: 2015년 2월 28일, 심사(수정): 4월 27일(5월 2일), 게재확정일: 5월 17일

부 록(설문지) ※ 본 연구에 해당되는 부분을 발췌함.

PART II. 다음은 클래식 청취 및 일반에 관한 질문입니다. 해당 사항에 체크해주세요.

- 가장 선호하는 클래식 장르(스타일)는 무엇인가요?
 ① 피아노(건반) ② 오케스트라 교향곡, 협주곡 ③ 성악, 오페라
 ④ 크로스오버 ⑤ 기타
- 가장 선호하는 시대의 클래식 음악은 무엇인가요?
 ① 중세, 바로크시대음악 ② 고전시대음악 ③ 낭만시대음악
 ④ 근대음악 ⑤ 현대음악
- 클래식 관련 음악전문교육을 받은 경험이 있으신가요?
 ① 1년 이하 ② 1~3년 이하 ③ 3년 이상 ④ 없음
- 다음은 클래식 음악 청취를 위한 음원 선택 시 고려하게 되는 요소들입니다.
 각 항목에서 귀하의 생각과 일치하는 한 곳에 “√” 표를 해주시기 바랍니다.

주요 요소		전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
1	음질이 중요하다	①	②	③	④	⑤
2	가격이 중요하다	①	②	③	④	⑤
3	소장(영구보관)이 가능해야한다	①	②	③	④	⑤
4	사용하기 쉬워야한다	①	②	③	④	⑤
5	관련정보(연주자, 지휘자 등)가 중요하다	①	②	③	④	⑤
6	어디서든 청취가 가능해야한다	①	②	③	④	⑤

- 클래식 외에 가장 선호하는 음악 장르는 무엇입니까? (하나만 체크)
 ① 가요 ② 팝 ③ 재즈 ④ 록/메탈 ⑤ 인디뮤직
 ⑥ OST ⑦ 국악 ⑧ 크로스오버, 뉴에이지

6. 다음은 음악 청취를 위한 음원 선택 시 고려하게 되는 요소들입니다. 문항5에서 답하신 클래식 외 선호하는 장르에서 각 문항별로 귀하의 생각과 일치하는 한 곳에 “√” 표를 해주시기 바랍니다.

주요 요소		전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
1	음질이 중요하다	①	②	③	④	⑤
2	가격이 중요하다	①	②	③	④	⑤
3	소장(영구보관)이 가능해야한다	①	②	③	④	⑤
4	사용하기 쉬워야한다	①	②	③	④	⑤
5	관련정보(연주자, 지휘자 등)가 중요하다	①	②	③	④	⑤
6	어디서든 청취가 가능해야한다	①	②	③	④	⑤

PART III. 다음은 클래식 음악 청취 경로 및 디지털음원에 관한 질문입니다. 해당사항에 체크해 주세요.

- 듣고 싶은 클래식 음악을 주로 어디에서 들으시나요?
① 이동중(지하철, 버스) ② 집에서 ③ 외부시설(도서관, cafe 등) ④ 드라이브
- 듣고 싶은 클래식 음악은 주로 어떤 형태로 들으시나요?
① CD (오디오시스템을 통해) ② 디지털 형태(스트리밍 혹은 다운로드)
③ 유튜브(Youtube) 등 동영상 스트리밍 ④ 기타 ()
- 위의 경로를 통해 클래식 음악을 들으시는 가장 큰 이유는 무엇입니까?
① 편리성(사용법이 쉬움) ② 음질이 좋아서 ③ 어디서든 듣기 편하므로
④ 동영상 기능 ⑤ 비용부담이 적으므로 ⑥ 기타 ()
- 클래식 음악을 구매할 때 주로 어떤 형태로 구매하시나요?
① CD ② 스트리밍 ③ 다운로드 ④ 구매하지 않음 ⑤ 기타 ()

5. 다음은 클래식 청취가 가능한 음악사이트 입니다. 가장 선호하는 사이트는 무엇 인가요?

- ① 낙소스클래식 ② 클래식코리아 ③ 고클래식 ④ 유니버설뮤직
 ⑤ 멜론 ⑥ 네이버뮤직 ⑦ 벅스 ⑧ 소리바다
 ⑨ 엠넷 ⑩ 싸이월드 ⑪ 기타()

6. 위의 질문에 선택하신 사이트가 좋다고 생각하시는 이유는 무엇인가요?

- ① 다양한 음원 ② 고음질 음원 ③ 검색이 편리
 ④ 메타DB(연주자 정보 등)가 잘 정리되어있음 ⑤ 비용부담 적음
 ⑥ 클래식 관련 정보가 많음 ⑦ 기타 ()

7. 얼마나 자주 인터넷 상에서 클래식 음악듣기/파일다운로드를 경험하시나요?

- ① 거의 매일 ② 일주일에 3-4회 ③ 일주일 1회 이하
 ④ 한 달에 1-2회 ⑤ 거의이용하지 않음

8. 다음은 인터넷 상에서 클래식 음악듣기/파일다운로드에 대한 만족도를 알아 보기 위한 질문들입니다. 귀하의 생각과 일치하는 한 곳에 “√” 표를 해주시기 바랍니다.

주요 요소		전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
1	음질이 좋다	①	②	③	④	⑤
2	가격이 저렴하다	①	②	③	④	⑤
3	소장(반영구적 보관)이 가능하다	①	②	③	④	⑤
4	이용하기 쉽다 (청취방법이 쉽다)	①	②	③	④	⑤
5	다양한 음원이 많다(최신음원 포함)	①	②	③	④	⑤
6	어디서든 듣기 편하다	①	②	③	④	⑤
7	클래식 관련 전문정보가 많다	①	②	③	④	⑤

