



(왼쪽부터)  
마리나 드렉 월드와이드 대표,  
레이 이화여자대학교 커뮤니케이션 미디어학부 4학년,  
김 하망 아리아 크리에이션즈 음악 프로듀서,  
해동방 송실대학교 경영학부 3학년

## 당신에게 K-POP은 무엇입니까? “꿈, 열정...인생을 걸 만한 그 무엇”

전 세계적으로 다시 한 번 ‘한류’ 바람이 거세게 불고 있다. 돌풍의 주인공은 국내 대표 아이돌 그룹 ‘방탄소년단(BTS).’ 아시아권을 넘어 팝의 본고장인 미국과 유럽시장에서도 큰 인기를 모으며 K-POP을 세계 문화의 중심 콘텐츠로 만들고 있다. 다시 맞이한 ‘한류’ 확산의 기회를 잡기 위해 지혜를 모아야 할 시점이다. ‘한류’의 매력에 빠져 한국을 선택한 외국인 청년들을 찾아 K-POP의 현주소를 살펴보고, 새로운 한류를 이끌 수 있는 방안 등을 모색해봤다.

날짜 2018년 4월 2일 장소 한국콘텐츠진흥원 광화문 CKL

좌담 김 하망(KIM HAMANG) - 아리아 크리에이션즈(AREA CREATIONS) 음악 프로듀서

마리나 드렉(MARINA DREC) - 월드와이드(WORLDWIDE) 대표

해동방(XIE DONGFANG, 解东芳) - 송실대학교 경영학부 3학년

레이(REI) - 이화여자대학교 커뮤니케이션 미디어학부 4학년

최현숙 머니투데이방송 기자(사회)

정리 신다혜 객원기자 사진 송은지

최현숙 머니투데이방송 기자(이하 사회) \_\_ ‘한류’ 하면 가장 먼저 떠오르는 콘텐츠는 단연 ‘K-POP’이다. 오늘 모인 분들 모두 K-POP이 좋아 한국에 온 것으로 알고 있다. 자기소개와 함께 한국에 온 계기를 말해 달라.

레이 이화여대 커뮤니케이션 미디어학부 4학년 \_\_ 2003년, 초등학교생일 때 엄마 따라 동방신기 콘서트를 다녀온 후 팬이 됐다. 외모부터 퍼포먼스까지 일본의 아이돌과는 또 다른 매력이 있었다. 그 후 팬 카페, 잡지, 온라인에 올라온 노래 가사 등을 통해서 동방신기를 접했는데 일본어로 번역된 자료가 별로 없었다. 동방신기에 대해 더 잘 알고 싶은 마음에 한국어 공부를 시작했다. 한편으로 동방신기 멤버들이 모국어와 일본어 등 다양한 언어를 유창하게 구사하는 것을 보면서 나도 그렇게 하면 세계관이 넓어질 수 있을 것 같았다. 더 새로운 세상을 느껴보고 싶기도 했다. 그래서 고등학교 때부터 한국어 관련 자격증을 뒀고, 고교 졸업 후 바로 한국의 이화여자대학교에 입학했다.

해동방 송실대 경영학부 3학년 \_\_ 부모님이 무역회사를 운영했는데 한국인 직원들이 많았다. 자연스럽게 한국말을 접할 수 있었는데 발음이 너무 부드럽고 좋았다. 2000년부터 중국에서 한국 드라마가 많이 방영됐는데 주인공이 다들 멋있었다. 특히 드라마 ‘미남이시네요’를 보고 스토리텔링이 뛰어나다고 생각했고, 정용화와 씨엔블루를 좋아하게 됐다.

김 하망 아리아 크리에이션즈 음악 프로듀서 \_\_ 노르웨이에서 우연히 한국 영화 ‘김씨표류기’를 봤는데 너무 인상 깊었다. 잘 만들어진 영화라는 생각이 들었고 한국에 대해서 더 알고 싶어졌다. 그래서 단국대학교 교환학생으로 오게 됐다. 원래 음악을 좋아했는데 한국에 대한 관심이 커져서 기존 아티스트들의 콜라보레이션 뮤직비디오를 만들어 유튜브에 올렸다. 가장 좋아하는 아티스트로 ‘카드(KARD)’가 있다. 이들은 정말 좋은 멜로디로 음악을 이야기하는 혼성그룹이다. 개인적으로 성별이 섞인 그룹이 더 풍부한 가사와 창의적인 스

토리텔링을 할 수 있다고 생각한다.

마리나 드렉 윌드와이드 대표 \_\_ 다양한 K-POP 아티스트들을 좋아하지만 그 중에서도 방탄소년단을 제일 좋아한다. 원래 패션이랑 마케팅에 관심 있어서 노르웨이의 헤드마크 컬리지 음악경영학과에서 공부했고, 이후 미국 LA에서 음악 비즈니스 스쿨을 다녔다. 개인적으로 한국 사람들은 노르웨이 사람들보다 훨씬 부지런하고 열심히 한다. 한국에서 에너지를 많이 받았고 자신감도 생겼다. 아이돌도 열심히 해서 꿈을 이룬 사람이고 나도 다르지 않다고 생각한다. 아이돌들을 보면서 '나도 할 수 있다'는 동기부여가 됐다. 한국은 1997년 IMF 외환위기를 겪으며 어려웠지만 드라마, 영화, 음악 등 대중문화를 통해 이를 극복할 수 있었다고 본다. 한국 아티스트들의 힘이다.

사회 \_\_ 해외에서는 K-POP을 어떻게 접하고 있는지 궁금하다. 나라마다 K-POP을 어떻게 즐기고 있고, 어떤 플랫폼을 활용하는지 알고 싶다.

레이 \_\_ 일본서는 유튜브를 통해 동방신기의 모습과 뮤직비디오 등을 손쉽게 볼 수 있었다. 한국에 와서는 V앱 라이브나 인스타그램 등 SNS를 통해 정보를 접한다. 음악은 일본인들이 주로 쓰는 아이튠즈를 통해 듣고 있다.

해동방 \_\_ 중국에서는 페이스북, 유튜브를 쓸 수 없

어서 '샤미(Xiami)'라는 음원 스트리밍 통해 K-POP을 들었다. 지금 '방탄소년단'을 좋아하는데 한국에 와서 대학교 축제 때 공연을 보면서 다양한 한국 아티스트를 좋아하게 됐다.

마리나 \_\_ 고등학교 때 친구들이 K-POP을 소개해줬다. 그때 보고 감탄했다. 노르웨이와 LA에서 학교를 다니면서 내가 배우고 궁금해 했던 음악, 패션, 마케팅 등 모든 것들이 완벽하게 K-POP에 녹아있다는 생각이 들었다. 평소 음악은 스포티파이를 통해 듣고 뮤직비디오나 방송, 영상 등은 유튜브를 활용한다.

킴 \_\_ 처음 싸이의 '강남스타일'을 듣고 K-POP에 관심이 생겼다. 리믹스 음악을 좋아하기도 하고 투애니원(2NE1), 소녀시대 등의 퍼포먼스가 멋있어서 그들의 음악으로 리믹스 음악, 뮤직비디오를 만들었다. 개인적으로 랩, 일렉트로닉 댄스 뮤직(EDM)을 좋아하는데 '아레이아 크레이션(Areia Creations)'라는 채널에서 이를 리믹스한 콘텐츠를 만들고 있다. 주로 유튜브를 통해서 음악을 해석하고 다른 사람들과 공유하고 있다.

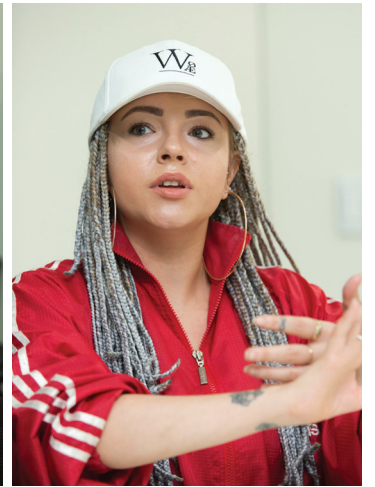
사회 \_\_ 방탄소년단을 비롯해 K-POP의 인기가 전 세계적으로 대단하다고 하는데, 도대체 얼마나 인기가 있는지 짐작이 쉽지 않다. 특히 노르웨이를 비롯한 유럽의 인기가 어느 정도인지 궁금하다. K-POP의 인기를 실감하게 해줄 구체적 사례가 있으면 얘기해 달라.

킴 \_\_ 노르웨이 국민의 약 1% 정도가 K-POP 팬으로 알려져 있다. 많은 K-POP 커버 댄스 팀이 있고 몇몇 학교에서는 K-POP 음악과 한국어, 한국문화 등을 가르치기도 한다. 이 외에도 팬들이 자발적으로 모여 파티를 하기도 한다.

해동방은 중국에서부터 K-POP과 패션, 메이크업 등 한류를 꾸준히 소비했으며, 현재 송실대학교에서 경영학을 전공하고 있다(왼쪽). 킴은 현재 유튜브 채널에서 K-POP을 비롯한 다양한 음악들을 재가공해 콘텐츠를 선보이고 있다(오른쪽).



레이는 일본에서 건너와 이화여자대학교에 재학 중이다(왼쪽). 마리나는 노르웨이 TV에서 K-POP 및 다양한 한국 문화를 소개하는 '한류 전도사'로 활약하고 있다(오른쪽).



마리나 \_\_ 노르웨이에서는 10년 전부터 매년 여름이면 '어머나 7'이라는 K-POP 커버댄스 페스티벌이 열린다. 기관, 기업이 주최하는 게 아니라 K-POP을 좋아하는 사람들끼리 자발적으로

모여서 여는 축제다. 특히 노르웨이에서는 K-POP 팬들이 라디오 채널에 선곡 요청을 너무 많이 했는지 요즘 K-POP이 자주 나온다. 노르웨이뿐만 아니라 프랑스에서도 열리는 '케이콘(KCON)'도 인기가 많다.

사회 \_\_ K-POP을 주제로 모였지만, 한국의 이미지에 대해서도 궁금하다. 한국 또는 '한류'에 대해 어떻게 생각하는지 듣고 싶다.

레이 \_\_ 일본의 경우 2003년 드라마 '겨울연가' 때는 분명 어머니 세대 팬들이 많았던 것 같다. 그러다가 2010년부터 소녀시대, 카라, 빅뱅 같은 그룹이 일본에 와서 일본어로 노래하면서 K-POP이 급격하게 확산됐다. 지금은 SNS를 통해서 10, 20대 여학생들을 중심으로 K-POP이 유행하고 있다. 음악뿐만 아니라 패션, 화장품 등 다양한 콘텐츠를 즐기고 있다. 특히 K-POP을 안 좋아하는 사람들도 한국 패션을 좋아하는 등 새로운 열풍이 불고 있는 것 같다.

일본 패션 잡지에 나오는 한국식 화장은 좀 더 어른스럽고 세련된 느낌이다. 일본은 아기자기한 느낌의 메이크업, 패션이 많은데 비해 한국은 세련되고 여자들이 더 선호하는 느낌이다. 인스타그램에서도 해시태그에 #한국패션'으로 걸려있는 경우가 종종 있다. 내가 중고등학생이었을 때만 해도 같은 교실 안에서 K-POP을 아는 친구들이 별로 없었는데 몇 년 사이 인기가 많아져 놀랐다.

사회 \_\_ 소녀시대는 청순하고 발랄한 이미지로 한

국 남성들에게 큰 인기를 누렸다. 반면 일본에서는 여성들이 더 좋아한 것으로 보이는데, 그렇다면 나라 별로 아이돌 이미지가 다른 것은 문화적 차이일까?

레이 \_\_ 소녀시대의 일본 콘서트 관객을 보면 절반 이상이 여성들이다. 세련되고 스타일이 좋아서 여자들이 동경하는 느낌의 아티스트다. 동방신기도 한국에서는 젊은 여성 팬들이 많지만 일본에서는 10대부터 50대까지 다양한 연령층에서 좋아한다. '가족 팬덤'이 있을 정도다. 나라마다 문화가 다르니 아티스트를 바라보는 관점도 다를 것 같다.

사회 \_\_ K-POP 문화에 대해서 아쉬운 점은 없다.

해동방 \_\_ 아이돌이 다들 너무 비슷하게 생겼다. 얼굴 생김새뿐만 아니라 장르, 패션 같은 것들도 별로 특색이 안 보이는 것 같다. 2000년대 초반 H.O.T, 슈퍼주니어, 동방신기 등만 해도 각각 음악 색깔이 달랐는데 지금은 거의 비슷하게 흘러가는 듯하다. 아이돌마다 개성과 특징이 안 나타나는 게 아쉽다.

레이 \_\_ 동의한다. 비슷한 아이돌 그룹이 너무 많아서 따라가기 힘들다.

마리나 \_\_ 아이돌 계약 이슈에 대해 들었다. 아티스트에게 불리한 계약이 종종 문제가 되곤 하는데 외국, 특히 유럽 팬들은 정말 이해하지 못한다.

해동방 \_\_ 맞다. 엑소만 해도 루한 퇴출 등의 이슈가 있었고 일부 아티스트 매니저들의 과잉대응도 종종 논란이 됐다. 소속사 매니저가 팬들을 필요이상으로 제압하



한류를 다시 주도하고 있는 K-POP 아이돌 그룹 방탄소년단 [출처: 유튜브]

는 과정에서 팬들은 다치기도 한다. 또 SM엔터테인먼트 소속 아티스트들은 길거리에서 팬이나 일반인들에게 사인을 할 수 없다. 회사 차원에서 제재가 있기 때문이다. 사인을 받고 싶으면 팬 사인회에 가야 하는데 이것도 아무나 갈 수 없다. 사인회 응모를 해야 하는데 앨범 당 한 장씩 응모권이 있어서 일부 팬들은 그 응모권을 얻기 위해 앨범을 몇 백 장씩 사기도 한다. 그래도 당침이 될까 말까 라는 얘기도 있다. 최고 인기를 누리는 아이돌 팬 사인회 경쟁률은 수백대 1에 이르기 때문이다.

사회 \_\_ 한국에는 방탄소년단, 엑소 같은 아이돌 그룹도 있지만 인디 밴드들도 큰 사랑을 받고 있다. 혹시 아이돌 외에 알고 있는 인디밴드가 있나.

레이 \_\_ 인디밴드들의 음악도 종종 듣는다. 일본 도쿄, 오사카에서 매년 서머소닉(Summer Sonic)이라는 여름 록페스티벌이 열리는데 3~4년 전부터 혁오, 널 등이 참여하는 등 한국의 인디밴드 인기도 높아지고 있는 것으로 알고 있다.

해동방 \_\_ 1년 전, 버스커버스커를 접하면서 인디밴드를 알게 됐다. 아직까지는 이런 아티스트도 있구나 아

는 정도이고, 아이돌 음악에 비해 즐겨 듣지는 않는다.

마리나 \_\_ 혁오, 10센치, 널을 좋아한다. 주로 스포티파이를 통해 듣는다. 간혹 친구들을 따라서 공연장에 가기도 한다.

킴 \_\_ 인디음악도 좋아하고 개인적으로 EDM, 리믹스 음악 등도 좋아한다. 해외 팬 중에는 아이돌과 인디가수를 구분하지 않고 한국의 모든 음악을 좋아하는 팬들이 있기 때문에 인디 음악 역시 전 세계적으로 진출할 수 있을 것이라고 생각한다.

사회 \_\_ K-POP 외에 한국에서 보고 느끼고 경험한 것 중 좋았던 게 있다면 말해 달라.

마리나 \_\_ e스포츠를 좋아하게 됐다. PC방도 자주 가고 평소 OGN 게임 TV채널도 자주 본다. 2014년 서울에서 열린 '리그오브 레전드 월드 챔피언십'도 실제로 봤다. 노르웨이에 있을 때는 e스포츠를 몰랐는데 한국에 와서 너무 재밌게 즐기고 있다.

킴 \_\_ 친구 여럿이 모여 먹는 저녁문화, 화식문화가 좋다. 특히 삼겹살 매력에 빠졌다. 노르웨이 사람들은 주로 훈자 먹는 편인데, 한국에서는 삼삼오오 모여 앉아

이야기하면서 오랜 시간 저녁을 먹는 것이 생소하면서도 즐거웠다. 한국 영화도 굉장히 좋아하는데, 확실히 할리우드 영화와는 다른 매력이 있다. 할리우드 영화는 시각적으로 화려한 반면 한국영화는 스토리텔링에 집중하는 것 같다. 그래서인지 이야기에 빠져들게 되고 여운도 길다. 드라마는 '거침없이 하이킥' 시리즈를 너무 재밌게 봤다. 한강에서 자전거 타는 것도 정말 좋다. 노르웨이에는 자전거 길이 없어서 그런지 더 특별하게 느껴진다. 이외에도 노래방, PC방 등 놀이 문화가 잘 돼 있다.

해동방 \_\_ 한국의 메이크업을 좋아한다. 원래 메이크업 분야에 관심이 많았는데 한국의 세련된 화장법에 반해 아예 그쪽으로 진로를 생각하고 있다. 조만간 메이크업 학원에도 다니려고 한다.

레이 \_\_ 카페 문화가 너무 좋다. 일본에서는 카페를 가면 음료를 마시고 바로 나오는 문화인데 한국은 카페에서 긴 시간 동안 친구들과 수다를 떨거나 공부를 해도 눈치가 보이지 않아 좋다. 한국 드라마와 영화도 좋아하는데 한 번에 다운받아서 보는 편이다.

사회 \_\_ 한국에서 생활한 지 몇 년 됐는데, 문화적 차이로 불편함이나 어려움을 겪은 적은 없었는지 궁금하다.

마리나 \_\_ 한국 사람들은 만나면 나이를 물어본다. 그게 왜 궁금할까. 조금 불편했다. 그리고 무작정 K-POP이 좋아서 한국에 왔다고 이야기하면 신기해하고, 어떤 사람은 그런 것을 이해하지 못하는 것 같았다.

레이 \_\_ 아티스트들의 실시간 및 동영상 중계를 볼 수 있는 V라이브 앱이 있는데 일본 자막에 약간씩 오역이 있다. 그래서 일본 팬들이 간혹 오해하기도 한다. 문맥, 뉘앙스 차이 때문에 이미지에 안 좋은 영향이 있지 않을까 걱정된다.

해동방 \_\_ 간혹 팬끼리 발생하는 문제들이 있다. 아이돌 때문에 팬들끼리 싸우는 모습이 해외 팬들에게 익숙하지 않다.

사회 \_\_ K-POP이 세계를 주도하는 문화콘텐츠가 되려면 어떤 노력이 필요할지 조언을 듣고 싶다.

레이 \_\_ 한국 드라마, 뮤직비디오에서 간접광고

〇〇

한국에서 에너지를 많이 받았고 자신감도 생겼다. 아이들도 열심히 해서 꿈을 이룬 사람이고 나도 다르지 않다고 생각한다. 아이돌들을 보면서 '나도 할 수 있다'는 동기부여가 된다.

〇〇

(PPL:Product Placement)가 많이 나오는데 이때 패션, 메이크업, 전자기기 등을 활용하면 좋을 것 같다. 요즘엔 남자들도 패션, 메이크업에 관심이 많은 것으로 알고 있는데 이들을 공략하면 좋을 것 같다.

해동방 \_\_ 중국에는 이미 한국의 다양한 콘텐츠, 상품들이 진출했다. 그런데 제품 별로 내수와 수출 제품이 차이가 있는 경우가 있다. 예를 들어 한국의 상점에서 사는 메이크업 제품과 중국에서 판매하는 제품이 다르다. 한국 신상품이 중국에는 없는 경우도 있고 간혹 단종된 제품을 중국에서 팔기도 한다. 유행이 지난 제품도 아니라, 지금 한국에서 잘 팔리고 있는 제품을 중국에서도 만났으면 좋겠다.

레이 \_\_ SNS에서는 시간 차이 없이 정보를 얻을 수 있는데 실제 구매하려고 하면 격차가 있는 게 조금 불편하다.

마리나 \_\_ 유럽에서 K-POP 콘서트를 자주 열어줬으면 좋겠다. 노르웨이를 포함한 북유럽국 내에 팬들이 아주 많다. 그런데도 유럽에서는 콘서트가 자주 열리지 않는다. 빅뱅만 해도 월드투어를 하는데 중국, 일본, 말레이시아를 비롯한 아시아를 거쳐 미국 공연이 끝이다. 월드투어라고 할 수 없다. 유럽은 항상 제외하는데 너무 아쉽다. 콘서트를 연다면 달려 나갈 팬들이 너무 많다.

킴 \_\_ 한국 기업들은 외국시장과 소비자들이 뭘 선호하는지 깊게 생각해보면 좋을 것 같다. 너무 국내에서 선호하는 아이템만 키우는 것은 아닌가 하는 생각이 든다. 외국에서 스트리밍 조회수가 엄청 많은 아티스트임에도 불구하고 한국 내 인지도가 별로이면 외면하는 것 같다. 해외에서 어떤 걸 좋아하는지 방향을 잘 잡으면 한류가 더 확대될 수 있을 것이다. ⑩

## INTERVIEW

## “꿈 찾으러 한국에 왔어요” 한국인보다 K-POP을 더 잘 아는 노르웨이 청년들

글 박예하 객원기자(yeha1798@techm.kr)

한국에 온지 어느덧 3년차에 접어드는 마리나(Marina Drec)는 K-POP의 베테랑 팬이자 자신의 브랜드를 런칭한 청년 CEO다. ‘월드와이드(WorldWide)’는 한국 스트리트 패션에서 영감을 받은 마리나가 노르웨이에서 시작한 패션 브랜드로, 모든 제조공정은 한국에서 이뤄진다. 보스니아에서 태어나 노르웨이와 미국 LA에서 학업하고 한국에 온 그녀는, 그동안 다양한 문화와 언어의 차이를 극복하며 느꼈던 ‘자유’를 패션으로 표현하고 있다.

마리나는 노르웨이 헤르마크 컬리지(College of Herdmark)에서 뮤직 매니지먼트를 전공하고, LA의 MI(Musicians Institute)에서 뮤직 비즈니스를 공부했다. “노르웨이에서 우연히 K-POP에 빠진 이후 졸업논문도 K-POP에 대해 쓰게 됐어요, 또한 노르웨이대학에서 K-POP 관련 강의를 하기도 했죠.”

마리나는 한국에서 노르웨이 방송에 출연한 이색 경력도 있다. 노르웨이 국영방송국인 NRK에서 한국문화 소개 방송 촬영 차 한국을 방문했을 당시, 그가 대표 가이드로 출연했다. 노르웨이 유명 예능인인 리네(Line Elvsaasgen)와 한국 패션 아이템을 소개하고, 한국식 화장법을 시연해 보이기도 했다. 한국에서 다양한 경험을 한 마리나는, 아직도 한국에서 도전하고 싶은 것이 너무

(위쪽부터) 마리나는 한국 스트리트패션에서 영감을 받아 패션브랜드 ‘월드와이드’를 런칭했다. 노르웨이 NRK 방송에 출연한 마리나가 한국 메이크업을 시연하고 있다.

많아 평생 떠나지 못할 것 같다고 말했다.

노르웨이에서 ‘강남스타일’의 매력에 사로잡혀 K-POP을 사랑하게 됐다는 김(Kim Hamang) 또한 음악을 전공했다. 이후 단국대학교 교환학생으로 오면서 K-POP 뿐 아니라 모든 한국 문화를 사랑하게 됐다고, 노르웨이에서 학교를 졸업한 후 다시 한국에 돌아온 김은 동업자와 함께 뮤직 레이블을 설립했다. ‘아리아 크리에이션즈(Aria



Creations)’라는 이름의 이 레이블은 K-POP을 세계적인 트렌드에 맞게 리믹스해 유튜브를 통해 업로드하고 있다. 또한 오디션을 통해 소속 가수를 선발하고, 직접 음반과 뮤직비디오 제작도 하고 있다.

아리아 크리에이션즈의 유튜브 구독자는 무려 24만 명에 달한다. 주로 해외 K-POP 팬들이 대부분이고, 그들의 신청곡과 의견을 적극 반영하고 있다. 김은 “K-POP을 단순히 즐기기도는 제가 가진 재능을 이용해 많은 사람들에게 알리고 싶었다”며 “다양한 나라의 음악 취향을 반영한다면 더욱 효과적일 것이라 생각해 리믹스를 시작했다”고 말했다.



김의 뮤직 레이블 ‘아리아 크리에이션즈’의 유튜브는 구독자수가 약 24만명에 달한다. [출처: 유튜브]

## 스포티파이, 세상의 모든 음악을 발견하다



‘스포티파이(Spotify)’는 K-POP을 즐기는 외국인들이 주로 이용하는 음악 플랫폼이다. ‘Spot’과 ‘Identify’가 결합한 단어로 ‘세상의 모든 음악을 발견하다’라는 뜻을 담고 있다. 2006년 다니엘 엑(Daniel Ek)이 설립한 스웨덴 음악 스타트업으로, 2008년 10월 서비스를 개시한 지 약 6년 만에 사용자 4000만 명, 유료 사용자 1250만 명을 끌어 모으며 전 세계 1위 음악 스트리밍 서비스로 자리매김했다.

스포티파이는 등장할 때부터 파격적이었다. ‘무료’였기 때문이다. 창업자 다니엘은, 음악은 구매나 소유하는 것이 아닌 ‘대여’하는 것이라는 철학을 갖고 있었다.

그래서 내놓은 해법이 ‘광고 지원 스트리밍’이다. 무료로 음악을 듣는 대신 광고를 함께 듣는 수고로움을 감수해야 하는 것이다. 이는 사용자들에게 ‘광고 기반 모델’을 통해 정당하게 비용을 지불하고 음악을 듣는다는 논리를 제공해주며 서비스 확산의 계기가 됐다.

스포티파이의 또 다른 인기 요인은 음악 추천 기능이다. 사용자의 음악 취향을 분석해 유사 음악을 추천해 주는데, ‘무섭도록 정확하다’는 평가를 받고 있다. 이 기능에는 2014년 스포티파이가 무려 1억 달러를 들여 인수한 ‘에코네스트(EchoNest)’의 데이터 마이닝 기술이 적용됐다.

스포티파이는 지난 4월 3일 뉴욕 증시에 상장하면서 시가총액 265억 달러(약 28조 3000억 원)의 회사가 된 데 이어 영상 스트리밍 2인자로 불리는 ‘홀루(Hulu)’와 손잡고 음원과 영상을 한데 묶은 합인 상품을 내놓는 등 파격 행보를 이어가고 있다. 스포티파이는 한국에서는 공식 서비스 되지 않고 있다.