

문화로 생동하는 대한민국

2009년 11월 셋째주

## 음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

## What's Happening in Music Industry? [2009년 11월 셋째주]

# 11월 셋째주 음악산업 동향

- 블로그 방문자가 다운로드 받으면 저작권자와 블로거가 수익을 나눠받는 영화 유통 모델 등장, 파란의 '무비 위젯'
- 유튜브도 소셜 네트워크 서비스 도입 변신, 마이스페이스 등과 본격 경쟁
- 7,000명이 모인 음악축제, 올해의 헬로루키로 인디밴드 '아폴로 18' 선정

## 콘텐츠 목차

### 1. 소비자 동향

1-1. 2009년 11월 1주차 음원 판매 현황

### 2. 산업 동향

2-1. 새로운 콘텐츠 유통 수익 모델 등장

2-2. 유럽 최대 음악 공유사이트 '자멘도' 설립자 강연

2-3. 인디뮤지션 프로그램 '인디 바이러스' 방송 시작

### 3. 기술 동향

3-1. 유니버설뮤직, TuneCore와 함께 새로운 디지털 유통 모델 구축

3-2. LaLa, iLike 구글 음악검색서비스와 연동 후 트래픽 대폭 증가

3-3. SW소스코드 저작자 식별 정보 삽입 서비스 '코드잼'

### 4. 정책 동향

4-1. '한국대중음악축제 - 2009 올해의 헬로루키'

### 5. 해외 동향

5-1. 유튜브, 소셜 네트워크 서비스 시스템 도입

5-2. 새로운 디지털 음악 소프트웨어 순위 발표

5-3. 마이클 잭슨의 'This Is It' 개봉 2주내 2억 달러 흥행수입

※ 관련 기사 및 자료 목록

1

소비자 동향

1-1. 2009년 11월 1주차 음원 판매 현황

순위	멜론(11.1-11.7)		도시락(11.2-11.8)		엠넷(11.2-11.8)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	↑7	You And I - 박봄	↑1	You And I - 박봄	—	Love Like This - SS501
2	↑5	부른다 - 서인국	↑11	Sign - 브라운아이드걸스	↑1	Ring Ding Dong - 샤이니
3	↑42	Sign - 브라운아이드걸스	진입	기다리다 지친다 - 2PM	↑1	You And I - 박봄
4	↓3	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	↓1	부른다 - 서인국	진입	기다리다 지친다 - 2PM
5	↓2	Ring Ding Dong - 샤이니	↑1	잊지 말아요 - 백지영	↑6	Sign - 브라운아이드걸스
6	↓4	눈물아 안녕 - 아이비	↓2	Ring Ding Dong - 샤이니	↓4	부른다 - 서인국
7	↑3	못된 여자 II - 원투	↓2	못된 여자 II - 원투	—	잊지 말아요 - 백지영
8	↑4	이별은 사랑 뒤를 따라와 - 거미	↓7	눈물아 안녕 - 아이비	↓3	못된 여자 II - 원투
9	↓5	ChocolateLove-소녀시대	진입	편지 - 먼데이키즈&일락	↓1	그놈 목소리 - 씨야
10	↑43	Touch Me - 아이비	↑9	Touch Me - 아이비	진입	할렐루야 - 빅뱅
11	진입	기다리다 지친다 - 2PM	↓4	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	↑16	Touch Me - 아이비
12	↑1	Love Like This - SS501	진입	Chu~♡ - f(x)	↓6	눈물아 안녕 - 아이비
13	↓7	TTL - 티아라	↓5	Love Like This - SS501	↑49	잘지내 - 정엽
14	↑23	그놈 목소리 - 씨야	↓4	ChocolateLove-소녀시대	↓5	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍
15	↓6	사랑비 - 김태우	↑1	실화 - 린	진입	Chu~♡ - f(x)
16	↓11	Where U At - 태양	↓1	이별은 사랑 뒤를 따라와 - 거미	진입	편지 - 먼데이키즈&일락
17	↓6	사랑한 후에 - 박효신	↓8	심장을 놓쳐서 - 환희	↓5	이별은 사랑 뒤를 따라와 - 거미
18	↓3	심장을 놓쳐서 - 환희	진입	할렐루야 - 빅뱅	↓5	ChocolateLove-소녀시대
19	↑14	여자는 나쁜남자를 좋아한다 - December	↓8	Good Bye - M to M	↓9	심장을 놓쳐서 - 환희
20	↓6	주르륵 - 휘성	↓3	TTL - 티아라	↑10	실화 - 린

( '09.11월 1주차 멜론, 도시락, 엠넷)

순위	박스(10.29-11.4)		싸이월드(11.2-11.8)		소리바다(11.1-11.7)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	↑42	You And I - 박봄	—	You And I - 박봄	↑8	You And I - 박봄
2	진입	Sign - 브라운아이드걸스	↑1	잊지 말아요 - 백지영	↑48	Sign - 브라운아이드걸스
3	진입	Touch Me - 아이비	↑2	못된 여자 II - 원투	↑11	부른다 - 서인국
4	↑30	부른다 - 서인국	—	기다리다 지친다 - 2PM	↓2	못된 여자 II - 원투
5	↓2	못된 여자 II - 원투	↓3	부른다 - 서인국	↑52	Touch Me - 아이비
6	↑11	이별은 사랑 뒤를 따라와 - 거미	↓2	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	↑5	그놈 목소리 - 씨야
7	↓6	눈물아 안녕 - 아이비	—	Sign - 브라운아이드걸스	↓3	잊지 말아요 - 백지영
8	↓4	Love Like This - SS501	—	잘지내 - 정엽	↓3	Ring Ding Dong - 샤이니
9	↑22	그놈 목소리 - 씨야	—	할렐루야 - 빅뱅	↑8	눈물아 안녕 - 아이비
10	↓5	Ring Ding Dong - 샤이니	↓4	Ring Ding Dong - 샤이니	↓4	Love Like This - SS501
11	진입	잘지내 - 정엽	↓1	말도 없이 - 박신혜	↑1	이별은 사랑 뒤를 따라와 - 거미
12	↓10	심장을 놓쳐서 - 환희	—	똑똑똑 - 4men	진입	기다리다 지친다 - 2PM
13	↓7	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	—	그놈 목소리 - 씨야	↓6	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍
14	↑34	실화 - 린	↓7	나는... - MC몽	↓11	심장을 놓쳐서 - 환희
15	↓7	ChocolateLove-소녀시대	↓6	죽일 놈 - 다이아믹듀오	↓7	ChocolateLove-소녀시대
16	↑19	Good Bye - M to M	—	그립고 그립고 그립다 - 케이윌	↑23	여자는 나쁜남자를 좋아한다 - December
17	↓7	TTL Listen 2 - 티아라	—	Touch Me - 아이비	↓4	TTL (Time To Love)
18	↓11	Where U At - 태양	↓10	눈물아 안녕 - 아이비	↓2	사랑비 - 김태우
19	↑45	여자는 나쁜남자를 좋아한다 - December	—	다시 사랑 할 수 있을까 - 4men	↓2	Good Bye - M to M
20	↑29	러브레터 - FT아일랜드	↓6	Love Of Iris - 신승훈	↑247	잘지내 - 정엽

( '09.11月 1주차 박스, 싸이월드, 소리바다)

- 2NE1의 박봄 솔로 싱글 'You and I'가 엠넷차트를 제외한 전 차트 1위 석권
  - 현재 2NE1의 새 앨범 작업으로 활발한 활동을 하지 못하고 있음에도 불구하고 꾸준한 상승세를 보이며 1위 차지
  - 2NE1 뿐 아니라 빅뱅, 슈퍼주니어, 소녀시대 등 아이돌 그룹은 그룹 활동 휴식기 중 멤버의 솔로 활동으로 지속적인 관심을 유도
  - 뿐만 아니라 그룹의 인지도를 바탕으로 솔로 활동도 큰 인기를 담보

- 이 외에도 2PM의 신곡 '기다리다 지친다'가 논란만큼 큰 화제를 모으며 도시락 3위, 엠넷 4위, 멜론 11위, 소리바다 12위로 진입
  - 브라운아이드걸스의 'Sign'이 멜론 3위 (전주비 42위 상승), 도시락 2위(전주비 11위 상승), 엠넷 5위 (전주비 5위 상승), 벅스 2위 진입, 소리바다 2위(48위 상승) 등으로 급격한 상승세를 보이고 있음
  - 정엽의 '잘지내'(엠넷 13위, 벅스 11위, 싸이월드 8위, 소리바다 20위), 빅뱅의 '할렐루야'(싸이월드 9위, 엠넷 10위) f(x)의 Chu~♡(도시락 12위, 엠넷 13위) 등이 금주 급격히 상승하며 차트 진입

## 2 산업 동향

### 2-1. 새로운 콘텐츠 유통 수익 모델 등장

- 파란, 새로운 영화 콘텐츠 유통 수익 모델 '무비 위젯' 오픈
  - KTH가 운영하는 포털 사이트 파란, 지난 11월 11일 합법적으로 영화 저작권자와 영화 리뷰어가 이익을 나눌 수 있는 '무비 위젯' (idisktown.paran.com) 서비스 오픈
  - '무비 위젯'은 영화 다운로드 서비스를 위젯 형태로 제공, 영화 리뷰어는 블로그나 게시판에서 리뷰 작성 시 무비 위젯을 만들 수 있으며, 네티즌이 그 위젯을 통해 영화 다운로드 받을 시 판매 수익의 일부를 저작권자와 리뷰어가 나눔
  - 회원등급에 따라 영화 다운로드 판매금액의 6~10%를 파란캐쉬로 캐쉬백 제공
- 문제는 불법 콘텐츠 '유출'이 아니라 '유통'
  - 웹하드 업체들의 모임인 디지털콘텐츠네트워크협회(DCNA), 올 1월 한국영화제작자협회와 협력 체제를 구축한 뒤 합법적 콘텐츠 유통을 공식 선언
  - 이 밖에도 불법 파일을 걸러내는 필터링 시스템을 전면 도입키로 선언, 24시간 '공동 모니터링 센터'도 운영
  - 음악계에서도 지난 10월 포털사이트와 음악 저작권 단체와의 음원 저작권 공정 이용에 관해 합의하며 합법 음원 유통 사업에 협력하기 시작
- 음원시장, 합법 다운로드 문화 성장하는 단계
  - 불법 유통 음원에 대한 기술적 차단 시스템과 주요 포털 블로그에 실시간 감시체계 적용
  - 합법 유통 시장의 빠른 정착을 위해서는 제휴 콘텐츠의 합리적인 가격 형성 필요

## 2-2. 유럽 최대 음악 공유사이트 '자멘도' 설립자 강연 (11/13일)

- 유럽 최대 음악공유 사이트 '자멘도' 설립자 실뱅 짐머(Sylvain Zimmer) 강연
  - 일시 및 장소 : 11/13(금) 13:30~18:00, 서초동 화이트홀
  - 주관 : Creative Commons Korea
  - How to 오픈비즈니스 세미나의 일환
- 합법적으로 공짜 음악을 즐기는 사이트, 자멘도
  - 2004년 음악, 자유, 비트토렌트 이 3가지 아이템을 결합한 음악 웹사이트 오픈
  - 자멘도에 올라온 MP3 음악은 누구나 원하는 곡 또는 앨범 전체를 비트토렌트를 이용해 MP3 형태로 내려받거나 웹에서 감상 가능
  - 단, 모든 곡과 앨범에는 CCL※을 적용하여 저작권자인 아티스트나 앨범 기획사가 직접 CCL 조건을 선택
  - 예를 들어, '저작자 표시-비영리'(BY-NC※) 조건이 걸려 있다면, 저작자를 반드시 표기하고 상업 용도로는 쓰지 않는 조건으로 해당 MP3 음악 감상/공유
  - 2007년 7월, 스카이프 초기 투자자인 멩그로브 캐피탈 투자 결정
  - 2008년 위젯 서비스를 통해 직접 자멘도 웹사이트를 방문하지 않아도 유튜브나 마이스페이스, 페이스북 등에서 자멘도 음악 이용 가능
- 2007년 말 자멘도는 유럽에서 가장 큰 음악공유 플랫폼으로 성장했으며, C넷※이 선정한 '2009년 톱100 웹사이트'에서 음악부문 1위 차지
  - 현재 60여개국의 2만6천개 앨범, 16만개가 넘는 트랙 서비스
  - 단순히 음악을 감상하는 것 뿐 아니라, 저작자가 '동일조건 변경허용'(SA※)을 허락한 음악을 가져다 리믹스하기도 함
- 자멘도의 수익모델
  - 오픈된 음원에 대해 사용요청을 한 기업이나 단체로부터 이용료를 받고 음악 제공
  - 수익은 저작자인 아티스트나 음반기획사와 50:50 배분
  - 체코의 대형 자동차 제조사 슈코다 수퍼브(Skoda Superb의 웹사이트 배경음악, 독일 블로그 서비스인 유부트(uboot)의 자멘도 위젯 이용, 아수스 PC에 자멘도 응용프로그램을 기본 탑재 등 활용
  - 최근, '자멘도 프로'라는 레스토랑이나 호텔, 주차장같은 공공 장소에서 자멘도 음악을 유료로 제공하거나, TV나 음악스튜디오가 유료로 자멘도 음악을 이용하는 서비스를 런칭하여 국제호텔레스토랑연합회(IH&RA)와 음악 서비스 공급 제휴
  - 또한, 온라인에서 음악을 직접 구매하는 서비스 제공 예정
    - : 이용자가 보컬 포함 여부, 가수 성별, 언어, 모드 등 원하는 요소들을 선택하면 그에 맞는 음악을 자동 선별해주고→음악 사용처, 필요한 라이선스 숫자, 가용 예산, 배포 방식 등을 이용자가 지정하면→자멘도 프로에서 자동으로 가격을 산정해 보여주고→이용자가

## 구매 여부를 결정하는 방식

※ CCL(Creative Commons License, ) : 자신의 창작물에 대하여 일정한 조건하에 모든 이의 자유이용을 허락하는 내용의 라이선스(License) 일반적인 저작물의 계약형태와는 달리, 모든 이의 자유 이용을 허용하되 몇가지 이용방법 및 조건을 부가하는 개방적인 이용 허락.

다음과 같은 조건이 가능함

- 저작자 표시(BY, Attribution): 저작물을 사용할 때에 원저작자를 꼭 표기해야 한다.
- 비영리(NC, Noncommercial): 저작물을 영리 목적으로 사용할 수 없다.
- 변경 금지(ND, No Derivative Works): 저작물을 변경할 수 없다.
- 동일조건 변경 허락(SA, Share Alike): 2차 저작물을 만들 때 그 저작물에도 원저작물과 같은 라이선스를 사용해야 한다.

단, 변경 금지 조항과 동일조건 변경 허락 조항은 동시에 사용할 수 없으므로 위 조건의 조합을 통해 총 11가지의 라이선스를 사용 가능 : 저작자 표시(BY), 저작자 표시-비영리(BY-NC), 저작자 표시-비영리-변경 금지(BY-NC-ND), 저작자 표시-비영리-동일조건 변경 허락(BY-NC-SA), 저작자 표시-변경 금지(BY-ND), 저작자 표시-동일조건 변경 허락(BY-SA)

※ C넷(Cnet) : 92년 설립된 IT업계에서 대표적인 온라인 미디어로 매년 전세계 웹사이트에 대해 랭킹 발표

### 2-3. 인디뮤지션 프로그램 ‘인디 바이러스’ 방송 시작

- IPTV 쿡TV, ‘인디 바이러스 Rock'em Hard’ 시즌1 제작
  - 11/19일부터 인디밴드 전국 프로모션 공연 및 정규 공연 방송
  - 전국 10개 도시 프로모션 공연을 포함, 상상마당, 롤링홀의 실내공연과 밴드 인터뷰 등 제공 예정
  - ‘인디 음악은 ○○이다’의 주제로 매회 놀이, 꿈, 자유, 청춘, 여행 등의 테마로 제작
  - 쿡TV 플러스 채널 1번을 통해 11월28일부터 매주 토요일 8시에 방영 예정
- 매주 월요일 오전 10시부터 도시락 홈페이지([www.dosirak.com](http://www.dosirak.com))를 통해 밴드가 직접 출연 신청을 하면, 이후 매주 목요일부터 이어지는 네티즌 투표와 제작진 심사를 거쳐 매회 2팀이 선발, 방송

### 3 기술 동향

#### 3-1. 유니버설뮤직, TuneCore와 함께 새로운 디지털 유통 모델 구축

- 유니버설 뮤직 그룹이 TuneCore와 새로운 디지털 음악 유통 모델을 구축하기 위해 파트너 협약 체결
  - 2009년 11월 11일 유니버설 뮤직 그룹이 무명 아티스트들의 음악을 아이튠즈, eMusic, Rhapsody에서 구입할 수 있도록 하기 위해 TuneCore와 함께 디지털 유통 모델 구축하기로 발표
  - 디지털 유통 모델은 새로운 웹 기반의 포털 사이트 형태이며 무명 아티스트들은 TuneCore의 디지털 유통 시스템을 통하여 음원을 곡당 99센트, 앨범의 경우 9.99달러에서 19.98달러에 판매하여 수익을 창출할 수 있게 됨
- 유니버설 뮤직 그룹은 4개의 디지털 유통 상점을 개설하여 동일한 가격 정책을 도입하기로 결정
  - 유니버설 뮤직 그룹은 Universal Motown Republic Group(이하 UMRG)을 중심으로 4개의 디지털 유통 상점인 Island Def Jam, Interscope, Republic, UniMo을 개설
  - 각 상점에 경영 및 마케팅 팀을 구성하여 무명 아티스트들의 쇼 케이스, 스튜디오 제공, 프로 아티스트들의 조언을 들을 수 있도록 적절한 환경을 제공
- UMRG의 무명 아티스트 지원은 전 세계에 흩어져있는 실력있는 아마추어 뮤지션들을 발굴하기 위한 목표의 일환
  - 최근 마이스페이스나 트위터, 페이스북을 통한 소셜 네트워크 서비스가 성장하면서 뮤지션들의 소통은 프로 뮤지션 뿐만 아니라 아마추어 뮤지션들의 참여를 유도
  - 기존의 프로 뮤지션들을 제작하여 프로모션 하는 시스템에 많은 비용이 드는 반면, 아마추어 뮤지션들을 발굴하여 그들이 자생할 수 있는 시스템을 만들어 주는 것이 오히려 유니버설뮤직에 효율적이라고 판단
  - 대중들의 기호가 점차 복잡하고 세밀해짐에 따라 UMRG의 새로운 디지털 유통 플랫폼 구축은 현 음악 산업계에 매우 중요한 요소가 됨

#### 3-2. LaLa, iLike 구글 음악검색서비스와 연동후 트래픽 대폭 증가

- 구글과 음악검색 파트너십을 맺은 음악스트리밍 서비스 LaLa와 iLike 트래픽 증가
  - 10월 28일 Google은 美 캘리포니아 캐피털 스튜디오에서 MySpace 및 음악스트리밍 서비스 제공자인 LaLa와 제휴한 새로운 음악검색 기능을 발표한 바 있음
  - 신규 음악 검색기능은 음악과 아티스트, 가사, 앨범 등에 관련된 검색 쿼리를 입력하면 iLike와 MySpace가 제공하는 스트리밍 음악 서비스로의 링크를 제공하고 Pandora와 imeem, Rhapsody에 올라와 있는 아티스트 정보도 링크로 검색결과로써 표시해주는 것

이 특징임

- 현재 라이선스 문제 등으로 구글의 음악검색 기능은 미국에서만 제공되고 있음에도 트래픽이 높은 수치로 나타남
- 구글은 음악 검색 서비스만 제공하고 다운로드 혹은 스트리밍 서비스는 iLike와 Lala를 통해 이용할 수 있도록 제휴함에 따라 사이트 방문율이 높아짐



출처: Alexa.com

### 3-3. SW소스코드 저작자 식별 정보 삽입 서비스 '코드잼'

- 한국저작권위원회, SW소스코드 저작자 식별 서비스 코드잼 소개
  - 한국저작권위원회, 서울대 SW무결점연구센터와 개발한 SW 소스코드 저작자 식별(인증) 서비스 소개 및 소스코드 저작권 보호기술 발표
  - 코드잼 : SW소스코드 내에 저작자 정보를 삽입함으로써, 소스코드가 유출되더라도 저작자 입증은 쉽게 할 수 있게 해주며 전체 소스코드는 물론 일부가 유출된 것에 대해서도 저작권자 입증 가능
  - 현재 C/C++ 언어로 개발된 소스코드에 대해 서비스를 제공하고 있으며, 2010년 상반기에는 자바 언어로 개발된 소스코드로 확대 적용 예정
  - 2010년 상반기 중 소스코드 저작권자를 효과적으로 인증해주는 식별코드 삽입 및 인증 서비스와 소스코드에 내재된 알고리즘, 개발 노하우 등이 노출되지 않도록 해주는 소스코드 난독화 서비스를 결합해 실질적인 소스코드 저작권 보호 서비스를 제공할 예정
- 현재 저작권 관련 프로그램이 도입되고 있음에도 불구하고 저작권 단속이 미흡한 상태. 코드잼 도입으로 향후 저작권 단속이 용이해지고 콘텐츠 유료화에 도움이 될 것으로 예상

## 4 정책 동향

### 4-1. '한국대중음악축제 - 2009 올해의 헬로루키' (11/14, 올림픽공원 펜싱경기장)

- 일시 및 장소 : 11/14일, 올림픽공원 펜싱경기장
- 주최 : 문화체육관광부, 주관 : 한국콘텐츠진흥원, EBS 스페이스 공감
- 총관람객 : 7,000여명
- 시상결과 및 시상자
  - 대 상 : 아폴로18 (상금500만원, 트로피, EBS 정규단독공연 기회부여)
  - 특별상 : 텔레파시 (상금300만원, 트로피)
  - 인기상 : 좋아서하는밴드 (상금200만원, 트로피)
- 총 7,000명이상 관람, 폭발적인 호응으로 성황리 개최
  - 음악성이 뛰어난 신인뮤지션 발굴 및 대규모 공연기회 제공
  - 다양한 장르의 유망뮤지션들에게 대중과의 접점 기회 제공을 통해 한국대중음악의 장르 다양화 및 가능성 시사

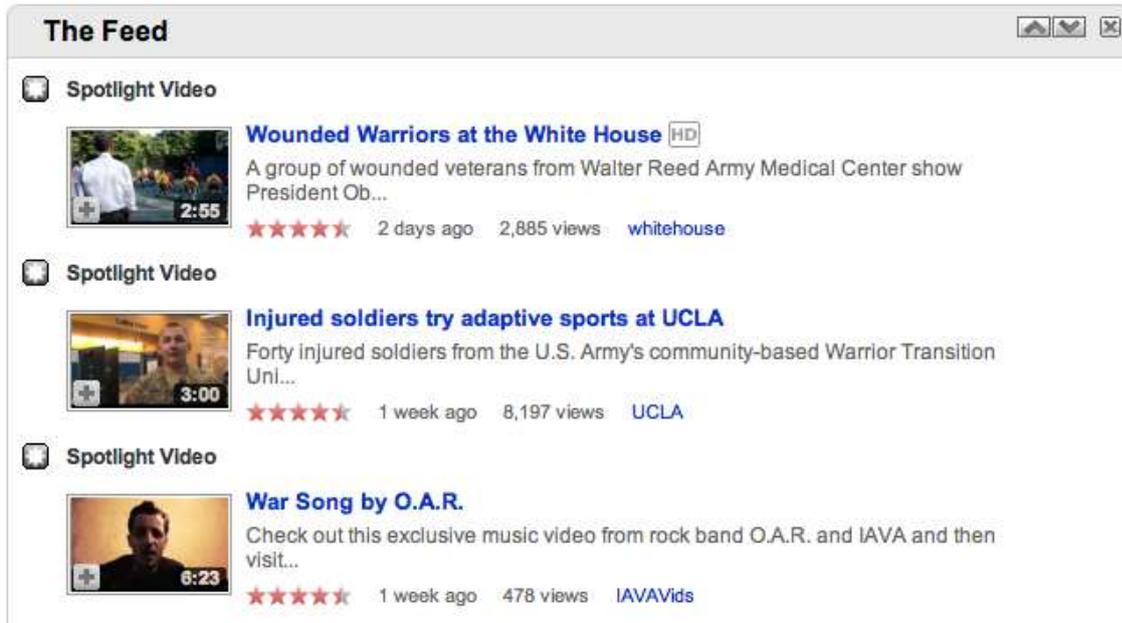
## 5 해외 동향

### 5-1. 유튜브, 소셜 네트워크 서비스 시스템 도입

- 동영상 서비스를 제공하는 유튜브가 소셜 네트워크 서비스 시스템을 도입하여 온라인 비디오 시장에서의 입지 굳히기 위해 노력
  - 유튜브는 Gmail 주소록과 유튜브 계정을 연계하여 Auto Share 기능을 도입한 소셜 네트워크 서비스 툴 제작
  - 유튜브에서 매일 올라오는 영상은 Gmail 뿐만 아니라 트위터나 다른 소셜 네트워크 서비스와 연동하여 동영상 서비스를 이용할 수 있도록 제공
- 유튜브의 소셜 네트워크 서비스는 Feed와 Follow라는 트위터의 기능을 도입할 예정
  - 기존의 유튜브 이용자들이 1차적으로 동영상을 찾고 보는 것에서 Follow(따라가기)와 Feed(끌어오기)의 기능을 도입
  - Feed와 Follow는 마이크로 블로깅 서비스인 트위터에서 제공하는 서비스 중 하나로 동영상 서비스를 이용하는 유저들 간 양방향 커뮤니케이션을 할 수 있게 됨
- 유튜브를 인수한 구글은 최근 구글 웨이브라는 협업 플랫폼 구축을 준비 중이며 유튜브의

소셜 네트워크 시스템도 그 중 하나

- 유튜브가 제공하는 Feed와 Follow 기능을 통하여 이용자들은 동영상 서비스를 공유하며 서로의 아이디어를 공유할 수 있게 될 뿐만 아니라 동영상을 공동으로 제작할 수 있는 플랫폼 형성 기대



## 5-2. 새로운 디지털 음악 소프트웨어 순위 발표

- 미국의 로스앤젤레스 연방 법원이 2009년 11월 7일, 웹사이트 블루비트 서비스 금지 결정
  - 3분기 동안 전문가 및 일반인에게 가장 사랑받는 순위로는 DigiDesign Pro Tools, Steinberg Cubase, ImageLine FL Studio, Cakewalk Sonar, Apple Logic 순
  - 대부분의 레코딩 산업 종사자들은 Pro Tools를 1순위로 꼽았으며, 대부분의 스튜디오에서 애플사의 Mac을 기반으로 한 Pro Tools를 사용하고 있음
  - 이외에도 Ableton Live, Apple GarageBand, PG Music의 Band-in-a-Box가 Adobe Audition과 Sound Forge를 밀어내고 순위가 상승함
  - 전체 검색 엔진의 95%를 차지하고 있는 4개의 검색 사이트를 통해 수집된 조사 결과로 매년 4분기에 나뉘어 Digital Music Doctor에서 조사

순위	디지털 음악 소프트웨어	순위	순위 변동
1	DigiDesign Pro Tools	9.8	-
2	Steinberg Cubase	7.9	-
3	FL Studio	5.4	-
4	Cakewalk Sonar	4.0	-
5	Apple Logic	2.9	-
6	Ableton Live	2.9	△1
7	Apple GarageBand	2.3	△1
8	Adobe Audition	2.3	▽2
9	Band-in-a-Box	1.8	△2
10	Sony Sound Forge	1.7	▽1

(2009년 3분기 디지털 음악 소프트웨어 랭킹)

### 5-3. 마이클 잭슨의 'This Is It' 개봉 2주내 2억 달러 흥행수입

- 마이클 잭슨의 런던 공연 리허설 영상으로 구성된 영화 'This is it' 이 2억 달러(약2330억원)의 흥행 수입을 올린 것으로 집계
  - 북미에서 6천백만 달러, 그 외 세계적으로는 1억 4천만달러의 수익을 거두었으며 특히 일본 2천7백만 달러, 영국 1천4백만 달러 수익으로 높은 인기
  - 박스오피스 모조(Boxofficemojo.com)에 따르면 2009년 전 세계에서 22번째로 가장 큰 수익을 올린 영화로 기록됨
  - 당초 배급사 측은 미국 축제일인 할러윈데이(10월 31일)에 관객이 크게 줄 것으로 우려하였으나 전날보다 10%도 떨어지지 않았으며 이에 따라 배급사는 당초 2주로 예정의 상영 기간을 4~5주로 연장결정
- 소니는 콘서트 프로모터인 AEG와 잭슨재단에게 영화 제작 및 배급에 관한 권리를 6천만 달러에 판매함
  - 'This is it'은 마이클 잭슨이 영국에서의 50회 콘서트를 앞두고 지난 3월부터 6월까지 LA 스테이플스 센터와 잉글우드 포럼서 가진 100시간 이상의 리허설 영상을 기록한 영화
  - 잭슨이 사망하기 전 1주일 모습과, 그와 함께 공연을 준비했던 기타리스트·안무가들의 추모 인터뷰가 담겨 있음
  - 영화의 성공은 잭슨이 1990년대부터 각국에서 순회 공연을 열어 세계적 인기를 끌어 모은 덕분으로 분석됨

**별첨** 관련 기사 및 자료**1-1. 2009년 11월 1주차 음원 판매 현황**

엠넷 [www.mnet.com](http://www.mnet.com)

멜론 [www.melon.com](http://www.melon.com)

도시락 [www.dosrak.com](http://www.dosrak.com)

벅스 [www.bugs.co.kr](http://www.bugs.co.kr)

싸이월드 [www.cyworld.com](http://www.cyworld.com)

소리바다 [www.soribada.com](http://www.soribada.com)

**2-1. 새로운 콘텐츠 유통 수익 모델 등장**

시사서울, 09/11/11, 합법적으로 다운받고, 수익금도 나눠가져봐?

이데일리, 09/11/12, `박쥐 동영상 유출` 현 저작권 보호체계 허점 드러내

**2-2. 유럽 최대 음악 공유사이트 '자멘도' 설립자 강연**

블로터닷넷, 09/11/16, "공짜로 음악 뿌리고, 떼땀이 수익도 나냈어요"

블로터닷넷, 09/11/05, 11월, 소셜 네트워크 강좌에 몰들다

**2-3. 인디뮤지션 프로그램 '인디 바이러스' 방송 시작**

스포츠월드, 09/11/13, IPTV 쿡TV 인디음악 프로그램 제작

아크로팬, 09/11/12, 쿡TV, 인디밴드 공연 담은 음악 프로 제작

**3-1. 유니버설뮤직, TuneCore와 함께 새로운 디지털 유통 모델 구축**

Clouding Computer Journal, 09/11/11, Universal Motown Republic Group (UMRG) Joins With TuneCore to Provide Digital Opportunities for Unsigned Artists

Billboard Biz, 09/11/11, UMG Launches New Portals Aimed At Unsigned Artists

Prefix, 09/11/11, Universal Music Group Pairs With TuneCore For New Digital Distribution Model

**3-2. LaLa, iLike 구글 음악검색서비스와 연동후 트래픽 대폭 증가**

Hyperbot, 09/11/13, Lala, iLike Traffic Jumps Post Google

**3-3. SW소스코드 저작자 식별 정보 삽입 서비스 '코드잼'**

지디넷코리아, 09/11/11, SW소스코드 저작권 식별서비스 '코드잼' 공개

### 5-1. 유튜브, 소셜 네트워크 서비스 시스템 도입

Softpedia, 09/11/12, YouTube's Social Features Are a Hit  
Webpro News, 09/11/11, YouTube Talks Up Social Side  
Mediaweek, 09/11/11, YouTube to Test Ad-Skipping Option  
Tech Crunch, 09/11/11, Find, Follow, Feed: YouTube's Social Strategy And Solving The Curation Problem

### 5-2. 새로운 디지털 음악 소프트웨어 순위 발표

Hypebot, 09/11/11, New Digital Music Software Popularity Ranking  
Earth Times, 09/11/10, Music Software Popularity Index - 2009 Q3

### 5-3. 마이클 잭슨의 'This Is It' 개봉 2주내 2억 달러 흥행수입

Billboard, 09/11/13, Jackson's 'This Is It' Passes \$200 Million Worldwide  
마이데일리, 09/11/13, 마이클 잭슨의 '디스 이즈 잇', 흥행 2억 달러 돌파

본 자료는 한국콘텐츠진흥원 위콘([www.wecon.kr](http://www.wecon.kr)) 홈페이지에서 보실 수 있습니다.

한국콘텐츠진흥원 대중문화팀

과장 김도윤(TEL 02-3153-1286 , [doyun.kim@kocca.kr](mailto:doyun.kim@kocca.kr))