

음악 스트리밍 서비스에 대해서

글. 김영광 OBS 제작부조 음향감독



2021년 현재 우리들은 언제 어디에서나 음악을 쉽고 편하게 원하는 음악을 찾고 들을 수 있다. 하지만 나의 어린 시절의 음악 감상은 워크맨(카세트테이프 플레이어)과 카세트테이프, CD 플레이어, CD가 전부였던 시절이었다. 지금도 내가 가지고 있는 CD 플레이어와 CD 몇 장의 사진을 찍어 보았다.



그 이후에는 MP3 플레이어가 출시되고 한 손안에 내가 좋아하는 가수의 전곡을 넣어 들을 수 있는 MP3의 전성기가 열렸던 시절도 있었다. 애플의 경우, iPod 캐치프레이즈가 ‘주머니 속에 천 곡’(‘1,000 songs in your pocket.’)이었다. 2004년 당시 아이리버는 4,540억 원의 매출을 기록하며, MP3 플레이어 국내 시장의 75%, 국외 시장의 25%를 점유하는 절대 강자로 군림했던 적이 있다는 기사가 있다. 미국의 애플을 쥘어 먹겠다는 큰 포부로 광고를 만든 적도 있었다.



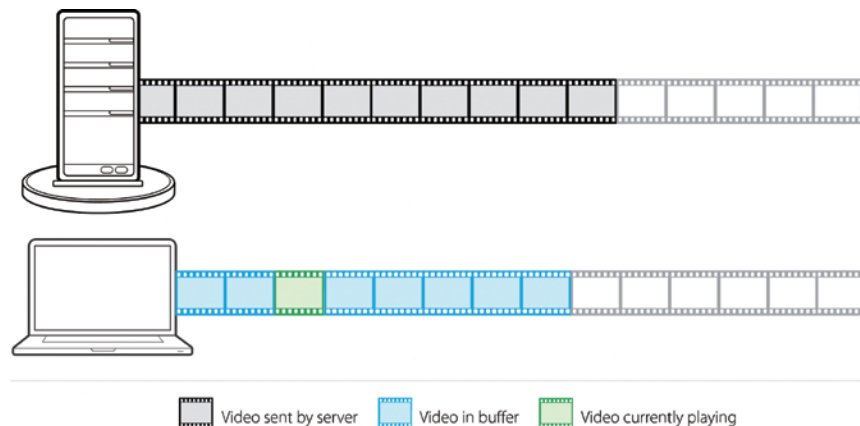
아직도 소장 중인 아이리버 MP3 플레이어

그 시절 MP3 공유 등이 문제가 되었던 일도 있고 내가 가진 CD를 MP3로 바꾸는 일에 하루를 보내던 시간도 있었다. 아래 사진은 우리나라의 P2P 공유 서비스인 소리바다이다. 한동안 불법 서비스로 취급되어 소송으로 어려움을 겪었지만, 음반사들과의 계속된 협상과 소리바다의 시스템 변화 끝에 2007년부터 합법적인 P2P 공유 서비스로 인정받아 2021년 현재에도 서비스를 계속하고 있다. 또 다른 사진은 해외 P2P 서비스인 냅스터이다. 이 당시 해외 가수의 MP3는 모두 여기서 받곤 했다.



현재 우리는 어떻게 음악을 즐기고 있을까? 주변을 보면 아직도 아날로그 감성에 젖어 LP를 듣는 사람, 컴퓨터에 가득한 MP3를 듣는 사람 그리고 이제 내가 글을 쓰게 될 스트리밍 서비스를 즐기는 사람들이 있겠다.

2010년대 초를 전후해서 전 세계 음악 애호가들은 음악을 MP3 파일로 받아서 듣는 형태에서, 지금은 개인 모바일 장비와 인터넷과 통신 기술의 발전으로 음악을 실시간으로 즐기는 스트리밍 서비스의 시대에 접어들었다. 스트리밍(Streaming)이란 인터넷에서 소리, 영상 파일 등을 실시간으로 재생하는 것을 말한다.

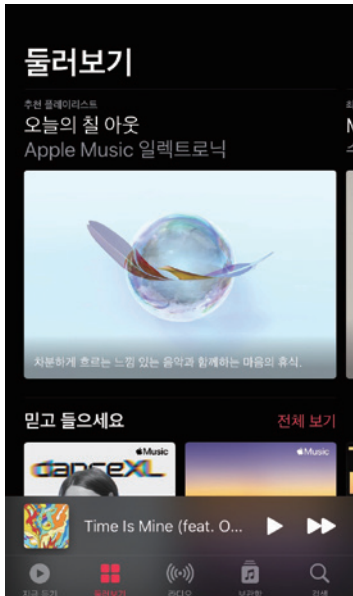


이미지 : ajakorea

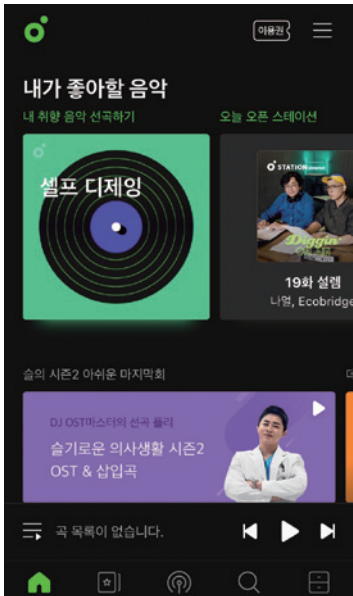
인터넷을 이용해 음원 데이터를 실시간으로 전송받아 재생시키는 스트리밍은 스마트폰의 대중화 이전에도 PC를 통해 충분히 접할 수 있었지만, 대중성을 갖추게 된 것은 스마트폰이 본격적으로 보급되기 시작한 2010년대 초를 기점으로 폭발적 성장을 했다고 보는 게 더 자연스러울 것이다.



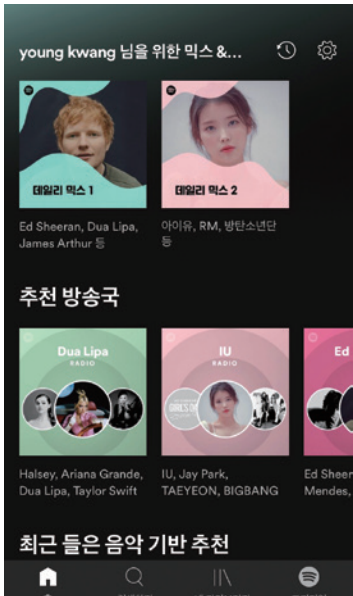
먼저 소개할 국내 음원 스트리밍 서비스는 멜론, 벅스, 지니뮤직, FLO, VIBE 등이 있다. 글로벌 서비스로는 애플 뮤직(Apple Music), 스포티파이(Spotify), 유튜브 뮤직(YouTube Music), 타이달(TIDAL) 등이 있다.



애플뮤직 어플 홈 화면



멜론 어플 홈 화면

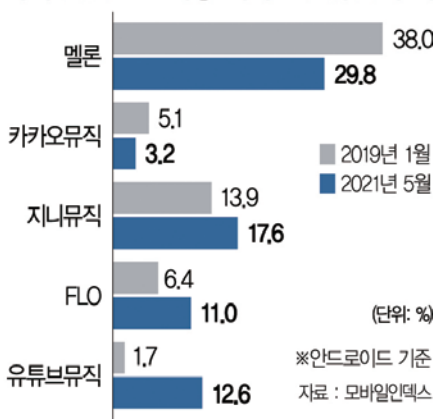


스포티파이 어플 홈 화면

스트리밍 서비스는 듣고 싶은 노래를 언제 어디서나 들을 수 있다는 장점을 가지고 동영상 스트리밍 서비스와 함께 사용되고 있고 현재 스트리밍 서비스는 게임 스트리밍 서비스(지포스 나우, 엑스 클라우드)까지 발전되어 소비자를 유혹하고 있다.

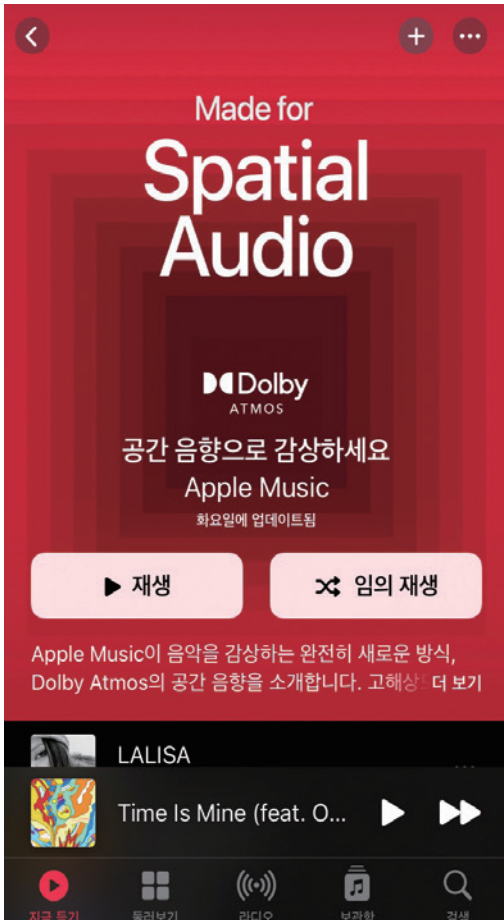
스트리밍으로 음악을 듣는 시대를 맞아 이용자들은 스트리밍 서비스 업체를 골라 듣기보다는 통신사와 연대한 '결합상품' 형태의 스트리밍 서비스를 더 많이 이용해 왔다는 경향이 있었다. 이는 통신사와 연계한 상품으로 이용료가 없거나 저렴하게 사용할 수 있었기 때문이다.

국내 음원 스트리밍 서비스 점유율 추이



자료 : 서울경제

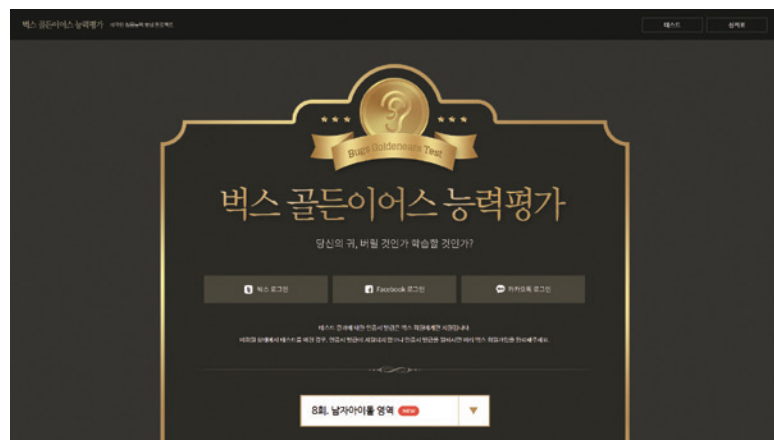
모바일인덱스에 따르면, 올해(2021년) 5월 기준 국내 음원 스트리밍 시장 점유율 1위는 멜론으로 전체의 29.8%를 차지했다. 2위는 17.6%의 지니뮤직으로, 3위는 유튜브 뮤직(12.6%), 4위는 플로(11.0%), 5위 네이버 바이브(3.67%), 6위 벅스뮤직(2.15%), 7위 스포티파이(1.04%) 등이 차례대로 이름을 올렸다.



하지만 저렴한 이용료와 통신사와 연계되어 이용하기 쉬운 서비스를 사용하던 이용자들에게 변화가 찾아오기 시작했다. 음악 추천 기능이 뛰어나 내가 즐겨 듣는 가수와 장르를 먼저 추천해주는 스포티파이의 국내 진출, 국내 미디어 환경과 방송계까지 위협하는 유튜브 뮤직, 공간음향(Spatial Audio)과 돌비 애트모스(Dolby ATMOS) 기술을 장착한 애플뮤직까지 우리나라에 선보이면서 서비스의 질, 그중에서도 음원 스트리밍 서비스의 본질이라고 할 수 있는 음질을 더 좋게 들을 방법을 고민하는 소비자들이 늘기 시작했다. 애플뮤직과 스포티파이는 무손실 음원을 앞세워 기존의 음원보다 손실이 없는 음원을 듣고 싶어 하는 음악 애호가들에게 적극적으로 자신들을 알리기 시작했다.

애플뮤직의 무손실 음원은 Apple의 ALAC(Apple Lossless Audio Codec)이라는 자체 무손실 오디오 압축 기술을 사용한다. 이 코덱을 이용하여 16비트/44.1kHz(CD 음질)에서 최대 24비트/192kHz를 지원한다. 또 다른 무손실 코덱은 FLAC(Free Lossless Audio Codec)으로 아마존 뮤직에서 최대 24비트/192kHz의 해상도로 음악을 즐길 수 있다.

이런 무손실 음원을 스트리밍 서비스업체에서 제공하면서 손실 MP3와 무손실 MP3를 구별할 수 있는 테스트 등도 생기며 음악 애호가들 사이에서 황금귀(골드이어스) 자격인증이 유행처럼 번졌다. 지금도 벅스뮤직에서는 골드이어스 능력평가를 경험할 수 있다. “자신이 골드이어스가 되고 싶은 자 도전하라.”



지금 우리는 초고속 인터넷과 스마트폰의 보급으로 언제 어디에서나 최고 음질의 음악을 즐길 수 있고 돌비 애트모스, 공간음향 등으로 인해 좀 더 현장감을 느낄 수 있게 되었다. 현대인의 바쁜 일상 가운데 나만의 공간에서 나만의 시간을 이러한 음악과 함께 하는 휴식시간을 가져 보는 것도 좋을 것 같다. 🎧