

3장. 콘텐츠 큐레이션 : <음악콘텐츠편>

-시대와 사람을 반영하는 그릇으로서의 음악이야기

음악에는 인간 고유의 희로애락과 이야기가 담겨있다. 그렇기에 음악 콘텐츠에 대한 이해는 곧 인간에 대한 이해와 맥락을 같이한다. 콘텐츠 큐레이터는 음악을 향유하는 문화와 세대는 물론 개개인의 특별한 감성까지도 보편성의 관점에서 관찰할 필요가 있다. 음악산업에 대한 전반적인 거시적 이해와 함께 현재 음악사업에서 가장 주목받고 있는 BTS의 성공 요인을 살펴보는 미시적 관점에서의 접근을 통해 음악 콘텐츠를 바라보는 다양한 관점을 알아보고 향후 음악 콘텐츠의 방향과 방향 제시에 대한 감각을 키울 수 있다.

1. 나 - 우리의 관점에서의 음악

1) 음악이란 나에게 무엇인가?

음악과 우리의 삶은 결코 떼어낼 수 없는 관계이며, 크고 작은 장면에서 영향을 미친다. 우리는 언제 음악을 듣는가? 기분이 좋아지기 위해, 우울한 마음을 달래기 위해, 분위기를 띄우기 위해, 업무에 몰입하기 위해 등등 우리는 다양한 상황에서 음악을 통해 나만의 공간을 창조해 내곤 한다. 음악은 우리가 내면에 간직하고 있는 이야기를 대변하는 메시지 역할도 한다.

2) 음악이란 우리에게 무엇인가?

음악의 사전적 정의는 ‘소리를 매개로 느낌이나 정서 그리고 사상을 표현하는 예술’이라고 표현되어 있다. 넓은 의미에서 의사소통의 수단이라 볼 수 있으므로 음악은 또 다른 언어이며 시대를 살아가는

사람들의 이야기를 담은 그릇이기도 하다.

3) 음악과 시대를 살아가는 사람(세대) 대한 이해 관점

베이비붐 세대

1955년부터 1963년까지 출생한 사람들로 전쟁 후 또는 혹독한 불경기를 겪은 후 사회적, 경제적 안정 속에서 태어난 세대를 의미한다. 현재 우리 사회의 리더 대부분은 베이비붐 세대이고, 이들은 사회의 보편적인 법질서와 토대를 마련했다.

X 세대



1965년~1976년 사이 출생한 사람들로 베이비붐 시대 이후에 태어난 세대를 일컫는다. 무관심, 무정형, 기존 질서 부정 등이 특징으로 90년대 중반부터 탈권위적이고 자유로운 개인 사회를 추구하는 신세대를 X세대라고 불렀다. 이들은 TV에 의해 제공된 대중문화 중 취향에 맞는 것을 선택하여 거대한 팬덤 문화로 확대하는데 지대한 역할을 했다.

Z세대 - 밀레니얼 세대



세대의 경계를 뚜렷하게 가를 순 없지만 보통 1980년대 초부터 2000년대 초까지 출생한 세대를 ‘밀레니얼 세대’ 라고 한다면 1995년대 이후부터 2000년대 중반까지 출생한 세대를 ‘Z세대’ 라 부른다. 디지털 네이티브라고 불릴 정도로 온라인에 익숙하고, 이전 세대보다 자기중심적으로 생각하고 행동하는 이들은 사회 인식, 관계, 소비 등에서 이전엔 없던 다양한 문화 현상을 이끌고 있다.

밀레니얼 세대의 배경

기성세대가 냉전과 군사정권으로 이념 갈등이 심했던 시절에 주요 성장기를 보냈다면, 요즘 세대는 정치적으로 굴곡이 있긴 했어도 비교적 안정적인 시대에서 성장기를 보냈다. 반면 경제적으로는 사실상 선진국의 성장통인, 저성장 시대를 살고 있다. 기성세대처럼 열심히 성실하게 산다고 하여 기성세대가 가진 부를 취하기 어렵다. 그래서 기성세대의 성공신화에 밀레니얼 세대나 Z세대는 공감하지 못하고 기성세대의 권위와 충고는 통하지 않는다. 이에 대하여 기성세대는 ‘요즘 애들과 소통이 어렵다’ 고 말한다.

밀레니얼 세대의 특징 - 탈 권위

컴퓨터, 인터넷 등 IT의 발달로 새로운 디지털 시대가 열리며 모든 사람이 정보를 생산하고, 공유하는 사회이다.



‘포노 사피엔스’는 영국의 경제 주간지 이코노미스트(The Economist)에서 처음 소개되었다. 스마트폰의 등장으로 시공간의 제약 없이 소통할 수 있고 정보 전달이 빨라져 정보 격차가 해소되는 등 편리한 생활을 하게 되면서, 스마트폰 없이 생활하는 것이 힘들어지는 새로운 인간을 뜻하며 현재 세대를 일컫는 다른 표현이기도 하다. / ©최혜은