

신정수

2025 서울뮤직포럼

LG 유플러스 콘텐츠 제작센터장

Head of Content Production Center, LG Uplus

방송사와 음악기획사의 이해관계



대한민국 대중음악 산업의 형성과 발전

▼ 대중음악 산업의 형성



1960년대 중반,
경제성장과
통신기술 발전으로
대중음악시장 형성

▼ 스타 시스템의 등장



라디오, TV 보급
→ 가요문화 대중화,
'스타 시스템' 등장

▼ 생산 + 유통의 불가분 관계



방송 중심 산업 구조:
기획사(생산)
+ 방송사(유통)
불가분 관계 확립

방송사의 주도와 유통 독점 시대 (1980~90년대)

▼ 유통 자본 우위 형성

- 방송사 (유통)**
- 가요 프로그램 주도
 - 유통자본 우위 형성



▼ '생방송' 음악방송

전 세계적으로도 드문
'생방송 가요순위 프로그램'



방송기술 급속 발전

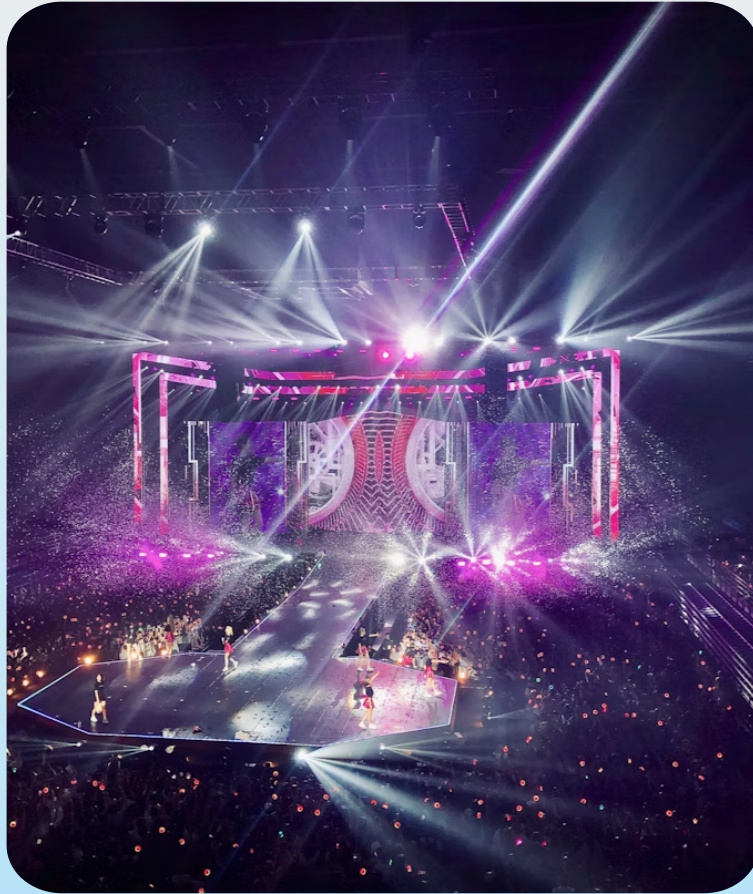


▼ 대중 피드백 구조

실시간 반응을 통한
대중 피드백 구조 정착



K-POP 아이돌 시스템의 정착



K-POP 기획 시스템의 발전

- 기획사: '뮤지션' 보다 '방송 친화형 가수' 중심으로 전환



K-POP 아이돌 시스템의 특징

- 작사·작곡 분업화 → 네트워크형 제작 체계
- 영상 중심 소비 문화 정착 → '보는 음악'



방송사 제작 영상, 유튜브 확산의 핵심 동력으로 작용

YouTube 시대 이후의 전환기

▼ Global & YouTube

글로벌 소비자와 유튜브의 등장
↓
'기획사 주도' 구조로의 변화 가속

▼ 오늘날, 방송사의 현실

광고 감소
↓
프로그램 축소 ← 수익 악화

▼ 그럼에도...!

방송 영상의
높은 퀄리티와 비용적 효율성

신인 발굴과
무대 훈련의 장으로 기능

방송 인프라의
기술력 유지 필요

향후 방향 - 공생 구조로의 개편

▼ 방송사와 기획사

'갑을 관계'



'공생 관계'

▼ 정부에 대한 기대 역할

- K-POP 진흥기금 일부, 방송사 가요 프로그램 제작비 투자
- 영상 IP 공동 소유 구조 (방송사 + 기획사 + 정부)
- 글로벌 홍보 플랫폼 연계, 공공 - 민간 협력 모델 구축

지속 가능한 K-POP & 대중음악 산업 재생산 구조 확립

감사합니다!

