가설 정리

 외부 자원을 활용한 구성의 음원 흥행성과는 외부 자원의 활동연속성에 영향을 받는다.

독립: 활동연속성 종속: 흥행성과 통제: 외부자원

외부자원 같은 경우에는 가수의 피쳐링이나 콜라보 같은 경우를 예를 들 수 있다. 이들이 외부자원을 활용해 음원을 제작하면 그 음원이 얼마나 흥행할지에 대해 가수 한 명을 선정해서 피쳐링한 곡과 아닌 곡의 인기도를 측정했다. 혹은 TOP10을 뽑아서 피쳐링이 들어간 음원과 그렇지 않은 음원들의 순위를 측정해보았다.

음원차트 첫 주 성적을 상 중 하로 나누어 그룹을 만들었을 때, 각 그룹별 초기 흥행성이 다를 것이다.

독립: 그룹 종속: 초기흥행성 통제: 음원차트 첫 주 성적

음원차트의 첫 성적을 상중하 세 단계로 나누고 초기 흥행성이 다를 것이다. 이 가설을 증명할 데이터를 확보하기 위하여 음원차트 TOP100을 순위별로 각각 세 그룹으로 나누고 이 음원들의 발매 날짜를 모두 분석하여 정리한다

오디션 프로그램 출신 여부와 TV 예능 프로그램 출연 유무는 음원 차트에 영향을 미칠 것이다.

독립: 오디션/예능 출연여부 종속: 음원차트

오디션 프로그램과 TV 예능 프로그램 출연 여부는 가수들의 마케팅 활동에 큰 영향을 미치게 되고 곧 음원차트에 영향이 있다라는 가설을 검증하기 위하여 가수를 선정하고 그 가수가 유명 예능 프로그램에 나오기 전과 후의 음원의 흥행도를 비교한다.

오디션 프로그램도 마찬가지로 오디션 프로그램 출신의 가수들의 노래와 그렇지 않은 기성 가수들의 흥행도를 비교

드라마의 흥행 정도가 드라마ost 음반 판매량에 영향을 미칠 것이다.

독립: 드라마흥행성 종속: ost의 음반판매량

드라마의 흥행 정도에 따라 드라마 OST 음원 판매량에 영향을 미치는지 알기 위하여 시청률이 좋은 드라마들을 선정하여 회차별 OST 음원 판매량을 조사

혹은 흥한 드라마와 그렇지 못한 드라마를 선정하여 그 둘의 음원 판매량을 비교해보았다.

제작사의 역량, 유통사의 역량, 음원 제작에 있어 참여한 저작권자 수는 음원 흥행에 영향을 미칠 것이다.

독립: 제작사/유통사의 역량, 저작권자수 종속: 음원흥행

음원차트의 2013년도부터 2015년까지 3년치 연간top100차트를 활용하여

연간흥행곡들을 제작사 별로 분류한뒤 메이저제작사가 몇퍼센트를 차지하고있는지 나타낸다. 유통사도 마찬가지로 분류한뒤 메이저유통사의 비율을 나타낸다.

(제작사 및 유통사는 차트에 함께 표시되어 있다.)

한국음악저작권협회(www.komca.or.kr)를 통해 참여한 저작권자의 수를 확인할 수 있다.

흥행곡들의 저작권자의수 별로 분류하여 나타낸다.

데이터 수집방식

 이상적인 상황

 국내 모든 음원사이트에서 인기차트를 통해 데이터를 수집한다.

 차선책

모든 음원사이트를 조사하는 것이 현실적으로 불가능하기 때문에 대신 국내에서 영향력 있는 음원사이트를 뽑아 데이터를 수집한다.

데이터 측정 방법

측정방법에는 가온차트나 한터차트, 한국음악저작권협회 그리고 각종 음원사이트들을 활용해서 조사를 했다. (실험이나 설문에 의한 조사 방법이 아님)