

## 패션에 표현된 뉴트로(New-tro)현상에 대한 연구 - 뮤직비디오 의상스타일을 중심으로 -

A study on the phenomenon of new-tro expressed in fashion - Focus on music video costume style -

---

|                    |   |
|--------------------|---|
| 저자<br>(Authors)    | 박송애<br>Song-Ae Park   |
| 출처<br>(Source)     | <a href="#">한국의상디자인학회지 21(3)</a> , 2019.9, 137-147(11 pages)<br><a href="#">Journal of the Korea Fashion &amp; Costume Design Association 21(3)</a> , 2019.9, 137-147(11 pages) |
| 발행처<br>(Publisher) | <a href="#">한국의상디자인학회</a><br>Korean Fashion & costume Design Association  |
| URL                | <a href="http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE09216597">http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE09216597</a>                                 |
| APA Style          | 박송애 (2019). 패션에 표현된 뉴트로(New-tro)현상에 대한 연구 - 뮤직비디오 의상스타일을 중심으로 -. 한국의상디자인학회지, 21(3), 137-147   |
| 이용정보<br>(Accessed) | 이화여자대학교<br>211.48.46.***<br>2020/04/29 15:39 (KST)  |

---

### 저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

### Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

## 패션에 표현된 뉴트로(New-tro)현상에 대한 연구

- 뮤직비디오 의상스타일을 중심으로 -

박 송 애<sup>†</sup>

용인송담대학교 스타일리스트과 조교수<sup>†</sup>

### A study on the phenomenon of new-tro expressed in fashion

- Focus on music video costume style -

Song-Ae Park<sup>†</sup>

Assistant Professor, Dept. of Stylist, Yongin Songdam College<sup>†</sup>

(2019. 8. 7 접수; 2019. 8. 28 수정; 2019. 9. 2 채택)

### Abstract

The purpose of this study, I investigate the new trend, 'new-tro', through the music video costumes of young generations, and analyze the meaning and characteristics of 'new-tro'. The research method is, select 30 music video with new-tro fashion style on the music sites, and the fashion styles were analyzed in 11 music videos checked and selected by 100 students. As a definition of the term, 'retro' refers to a phenomenon in which the past reappears in modern time, and 'new-tro' is a new retro trend, a social phenomenon that enjoys the old with a modern sense, and is a compound word of 'new' and 'retro'. 'new-tro' is a modern reinterpretation and rebirth of the past style, and 'fu-tro' is a style of coexistence between the past and the future. In the music video, fashion is a media language and cultural code, and it creates trend or new fashion, that communicates with the public, stimulating emotions. As a result of the research, the common trend phenomenon expressed in the music video costume of 'new-tro' trend which appeared in 2000s is as follows. 1. New-tro style starts with items that were famous in the past. 2. It is one of postmodern marketing using color, print and logo. 3. It spreads quickly by the influence of culture that is characteristic of the Internet and SNS world. 4. It is bottom up propagation phenomenon of street fashion. 5. It is a time game where modern people connect the past with the present. 6. "new-tro" continues to evolve for that time, based on 'retro'. New-tro, an evolutionary version of the 21st century retro wave, and it is a key to marketing effectiveness as a sympathetic elements of 1020 generations with the reproduction of memories.

*Key Words:* retro(레트로), new-tro(뉴트로), music video(뮤직비디오)

---

<sup>†</sup>Corresponding author ; Song-Ae Park

Tel. +82-31-330-9386

E-mail : sapark@ysc.ac.kr

## I. 서론

오래전에 유행했던 현상들이 다시 조명을 받고 있다. 끊임없이 복고풍이라는 것이 등장하고 옛 스타일들이 다시 유행하기는 했지만, 최근처럼 이렇게 열광적이고 각종 미디어에서 소재로 삼을 만큼 흥미로웠던 적은 없었다. 그 이유는 세대를 초월한 유행이 어디에서 비롯된 것인지 모르고 남녀노소 누구나 관심을 가지고 경험하고, 따라하고, 유행되고, 또 새로운 패션으로 탄생되는 신기한 현상이 나타난 것이다. 최근에 나타난 레트로는 뉴트로(new-tro)라는 용어로 차별화되어 정의되고 있다. 레트로가 가지는 감성적 특징 외 뭔가 새로운 것이 있는 것이 분명하다. 본 논문에서는 뉴트로의 정의와 사회적 현상들을 조사하고 그 특징을 분석해 보고자한다.

복고주의 전략인 레트로(retro)는 1970년대 프랑스의 저널리스트들에 의해 탄생된 단어로서 과거의 것에 대한 추억을 느끼며 현대에 다시 재창조하고자하는 현상을 말한다. 최근 음악, 건축, 패션 등 각 분야에서 유행되는 레트로 문화를 “뉴트로(new-tro)”라는 신조어로 표현하고 있다. 이는 새로운 복고의 흐름이고 예전의 것을 현대적 감각으로 새롭게 즐기는 사회적인 현상이며 “new”와 “retro”의 합성어이다. 즉, 과거에 경험한 현상에 대해 단순히 추억과 향수를 불러일으키는 레트로 현상에 비해, 뉴트로의 직접 접해보지 못한 과거의 추억을 1020세대의 관점으로 새롭게 재해석한 것이다. 즉 소비의 주체가 다르며 재해석을 통해 완전히 다른 이미지를 창출한 것이다.

선행연구는 주로 2000년대 이후 디자이너 브랜드 혹은 유명 연예인의 의상에 표현된 레트로 패션 스타일 분석이 주를 이루고 있으며, 이런 패션이 급격히 대중들의 관심을 끌게 되면서 최근 레트로의 정의와 진화, 사회적 이슈에 관해 논하고 있다. 이주영(2003)은 마크 제이콥스 패션디자인에 나타난 레트로 특성에 관한 연구에서 과거회기현상의 하나로 레트로 패션을 연구하였고 당시 강하게 표현된 레트로 디자인은 노트탈리아적 밀레니엄현상으로 일부 디자이너들의 강력한 트렌드 제시라고 결론지었고, 그로부터 10여년 후 레트로 패션은 중요한 트렌드의 한가지로 정착하였다. 김영란(2010)은 2000년대 패션에 나타난 레트

로의 재해석에 관한 연구에서 존 갈리아노와 알렉산더 맥퀸의 컬렉션 의상을 중심으로 분석한 결과 21세기의 레트로 패션은 현재의 위축된 상황에서 벗어나 과거의 화려하며 장식적인 스타일을 표방하고 재창조하려는 주체적인 성향이며 한가지의 레트로 특성을 접목하기 보다는 상호 관계와 복합성을 가진 다중적 주제의 결합이라고 말하였다. 이 후 최근 등장하는 레트로 패션은 대중들의 모방과 재해석이 함께 한다는 특징을 가지며, 2018년 특히 레트로의 진화 즉, 뉴트로와 뉴트로에 관한 마케팅 연구가 활발하지만 상품, 도구, 문화, 예술에 관한 포괄적인 연구일 뿐 패션에 관한 연구는 부족한 상황이다. 오수연(2019)과 김보연(2018)의 ‘뉴트로’, ‘엔택트 마케팅’에 관한 연구는 새로운 소비자에 대한 연구이며, 사회의 급격한 변화와 함께 SNS를 기반으로 빠르게 전파되는 뉴트로 유행현상은 신세대 유행 형성과정의 중요 이슈로 언급되고 있다. 특히 2018년 이후 뉴트로 패션에 대한 열광현상이 두드러지므로 이에 대한 분석이 필요한 시점이다.

본 연구는 최근 각 분야의 문화에서 부상된 새로운 트렌드인 뉴트로 현상을 젊은 세대가 열광하는 뮤직비디오 패션스타일을 통해 재조명해보고자 한다. 뮤직비디오는 음악의 장르와 함께 확실한 컨셉으로 소비자들에게 영향을 주는 매체 중에 한가지로서, 한류문화의 전파와 음악의 시각적 표현에 큰 역할을 하였고, TV를 넘어 인터넷의 발달 이후 유튜브, 페이스북, 트위터 같은 SNS (social network service)를 통해 빠른 속도로 정보를 전달한다. 이는 소비자 욕구와 가치관의 변화에 영향을 끼치므로 유행전파에 중요한 요소가 되며 특히 모방력이 강한 젊은 디지털세대와의 공감력이 크므로 연구의 대상으로 충분한 가치가 있다. 2000년대 이후 뮤직비디오에서 표현되었고 사회적 이슈가 되었던 레트로 열풍을 중심으로 뉴트로의 정의에 맞는 사회적 현상들을 분석해보고자 한다. 새로운 세대가 열광하는 이유는 물론 나아가 최근 보여지는 뉴트로 패션스타일과 디자이너 컬렉션과의 관계는 미래의 유행의 흐름을 예측하는 데에도 기여할 수 있을 것이다.

## II. 연구의 목적 및 방법

본 연구의 목적은 뉴트로의 정의와 함께 이와 관련된 사회적 현상을 분석하고, 뮤직비디오에 표현된 뉴트로 패션의 스타일 분석과, 이를 통한 뉴트로 현상의 특성을 알아보고자 한다. 연구의 방법은 2000년부터 2019년까지 국내 음원사이트 멜론(www.melon.com), 벅스뮤직(www.bugs.co.kr), 소리바다(www.soribada.com)와 유튜브(www.youtube.com)를 이용해 레트로 현상이 나타난 국내뮤직비디오를 포괄적으로 조사하여 30개의 뮤직비디오를 선별하고, 패션관련학과 학생 100명에게 뉴트로의 의미를 설명한 후 노래제목과 사진을 제시하는 방법으로 설문조사하여 뉴트로 스타일이라고 생각하는 총 11개의 뮤직비디오를 선정하였다. 선정된 뮤직비디오의 패션 특징을 분석하고 이와 연관된 사회적 트렌드 현상을 찾아 그 스타일의 시대적 배경과 영향력을 고려하여 분석함으로써 공통적인 특징을 도출하였다. 이를 위해 선행논문과 매거진, 인터넷자료를 고찰하고, 'First view korea' '동아tv' 'Mtv' '유튜브'의 컬렉션 자료와 패션정보를 참고하였고, 유행스타일에 대한 이론적 증명이나 통계보다는 소비자 문화의 흐름을 읽고 변화의 트렌드를 분석하는데 중점을 두었다. 연구의 과정은 다음과 같다.

첫째, 뉴트로의 정의와 패션 및 문화 전반에서 최근에 나타난 뉴트로 현상과 그 의미를 알아본다.

둘째, 뮤직비디오에서 표현된 뉴트로 이미지와 패션 스타일을 알아본다.

셋째, 뉴트로 트렌드 현상의 특성을 분석한다.

### III. 일반적 고찰

#### 1. 레트로(retro)와 뉴트로(new-tro)의 의미

레트로는 문화적 역류현상이다(조은선, 2012). 특히 20세기 후반, 현대 문명에 지친 사람들에게 지난시절의 향수를 불러일으키는 감성적 유행현상이다. 패션에서의 레트로 경향은 포스트모더니즘에 의한 표현의 포괄성과 복고성에 근거한다(김영란, 2010). 20세기 후반 패션경향은 새로운 문화의 창조와 감추어진 혹은 지난시절의 인간의 감성을 깨우는 놀라운 표현들을 중요시했고, 그 중 복고적 성향은 시간성의 개념

을 바탕으로 지난 시간에 대한 단순한 재현이 아닌 이미지의 차용으로 표현되었다(김영란, 2010). 즉, 단순히 이미지를 재현하는 것이 아니라 시대의 변화와 트렌드를 반영하여 현대적으로 재현하는 것이다. 레트로는 받아들이는 사람들의 경험과 기억, 흥미에 따라 서로 다른 감성을 자아내고 반가운 재현 혹은 창조적인 새로운 유행으로 인식되어질 수 있다.

현대사회의 소비자 눈높이에 맞추어 재해석된 레트로 트렌드(장순규, 2019)인 뉴트로(新트로)는 세대차를 가진 기성세대와 현대세대를 이어주는 문화코드로 자리를 잡았다(조은선, 2012). 즉, 레트로의 이미지를 가진 제품이라도 기능은 최첨단이거나 신세대가 필요로 하거나 쉽게 즐기는 문화여야 한다. 뉴트로(新트로)는 추억을 즐기는 구세대와 새로운 재미로 받아들이는 신세대 등 전세대가 선호한다는 점에서 이는 마케팅 측면에서 중요한 트렌드가 됨이 확실하다. 20세기 문화코드인 영화 '보헤미안 랍소디'는 락그룹 "퀸(Queen)"을 전혀 알지 못하던 21세기 신세대에게도 감동을 주었고, 서울을지로 골목사이의 오래된 골동품가게들은 파스타와 카페라테를 팔며 젊은 세대의 핫플레이스로 호응을 불러일으키고 있다. 2018 FW에 구찌는 구찌&대퍼댄(Gucci & Dapper Dan) 콜라보레이션 컬렉션에서 빈티지하면서도 유니크한 빅로그로 브랜드 헤리티지를 새롭게 재해석하고, 스포츠 브랜드 필라(FILA)는 촌스러워 보이는 과거의 로고를 최신 유행패션에 재등장시켰다. 뉴트로 문화는 아날로그 감성에 최신 기술로 기능을 강화하였으며, 이런 강력한 소비 트렌드의 특징은 주력세대가 젊은 층이라는 것이다. 뉴트로(新트로)는 옛것이지만 1020세대가 경험한 적이 없는 '색다름'과 '신선함'의 가치가 높게 평가되고, 단순한 과거의 재현보다는 '익숙하지 않은 옛것'이라는 참신함을 바탕으로 새로운 콘텐츠로 받아들여지는 것이다.(김은향, 2019) 즉, 뉴트로(新트로)는 새로운 것을 갈구하는 신세대의 유행수용방법 중의 하나이며, 과거의 재현을 바탕으로 재미와 새로움을 창조하는 유행현상으로서 레트로를 새롭게 즐기는 적극적이고 현대적인 표현방법이라고 할 수 있다.

## 2. 뮤직비디오

뮤직비디오는 음악과 영상으로 이루어진 대중 예술의 장르로 주로 오디오 음반의 출시와 함께 영상을 추가하여 비디오 클립으로 제작되는 멀티미디어 유형이다(한지은, 2013). 1981년 미국의 MTV와 함께 활성화되기 시작하였고, 현재는 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등 각종 미디어의 혁신적 기술발달에 힘입어 그 수요가 급격히 증가되고 있으며, 쉬운 접근성과 빠른 전파력 등을 기반으로 한 엄청난 영향력으로 대중문화의 파워를 실감하게 한다. 이를 통해 인지도 상승은 물론 대중에게는 동경의 대상이 되고, 적극적으로 그들의 스타일을 따라하고 전파하며 다른 분야의 문화에도 많은 변화를 초래하는 등 ‘보는 음악’이라는 비디오시대의 힘이 커지고 있다.

1992년 ‘서태지와 아이들’은 국내 음악계에 혁명을 일으켰고, 음악 뿐 아니라 이미지적인 요소로도 대중가요 및 당시 젊은이들의 문화에 많은 변화를 초래했다. 뮤직비디오를 통해 듣는 음악에서 보는 음악으로의 변화는 음악의 표현적 요소이면서 홍보수단으로서 사용되기도 했다. ‘서태지와 아이들’ 이후 국내 음반계는 뮤직비디오가 본격적으로 제작되기 시작하였고, 율동과 패션이 중요시 되고 음악을 TV나 기타 영상매체를 통해 보려는 시각적 장르로 발전되었다. 뮤직비디오의 화면은 공연무대의 화면보다 음악을 더 계획적으로 시각화한 것이라고 볼 수 있으며, 영화와 같이 연출력이 매우 중요하다(이상윤, 2012).

뮤직비디오는 음악의 분석과 더불어 연출된 화면으로서 단순한 판촉용이라기보다는 음악의 극적 효과와 재미를 제공하며 또 다른 콘텐츠로 발달하였다. 드라마를 시작으로 영상 콘텐츠로서 수출된 뮤직비디오는 한국의 대중문화 즉, 한류문화의 주인공으로 문화적 글로벌화의 핵심 콘텐츠가 되었고 K팝의 세계화에 기여했다. 2009년 원더걸스의 노바디로 빌보드 메인 싱글차트에 오르자, 2012년 싸이의 강남스타일은 7주간 2위에 올랐을 뿐 아니라 코믹댄스로 플래시 몹(flash mob) 열풍을 일으켰고, 2018년 BTS는 화려한 댄스의 뮤직비디오와 함께 빌보드200 1위에 오르면서 한류 돌풍을 일으켰다. 뮤직비디오가 아니었으면






할 수 없는 일이었다. 한류의 세계적인 확산에 큰 영향을 준 또 다른 요인 중의 하나는 ‘인터넷의 발전’이다(김희선, 2017). 한류 열풍을 이끌어가는 세대는 대체로 인터넷과 디지털 문화에 익숙한 신세대가 중심이므로, IT가 복합된 문화기술(culture technology)을 이용하는 전략을 확대하여야 한다(김도현, 2018). 또한 디지털 원주민인 21세기 소비자들을 이해해야하며, 유행을 리드하는 문화적 콘텐츠로서 뮤직비디오의 영향력을 충분히 인지하여야 할 것이다.

## 3. 패션컬렉션에 나타난 뉴트로 스타일과 유행

2018년 서울패션위크에서는 30년전의 아이템들이 재등장하였고, 1990년대의 힙합노래와 디자이너 박환성의 ‘디앤티도트(D-ANTIDOTE)’와 당시 최고의 전성기였던 필라(FILA)의 협업이 두드러졌다. 1990년대 미국 요트선수 유니폼이었던 폴로 랄프로렌에서 선보인 복고 스포츠웨어, 복고 시계의 유행과, 발렌시아가와 서울컬렉션에서도 보여진 볼드한 어글리슈즈, 아식스, 휠라, 푸마에서 뉴트로 컨셉의 스니커즈를 발표했다. 2019FW 발리(BALLY)의 컬렉션은 스위스의 산을 주제로 한 발리만의 헤리티지를 표현하였는데, 1990년대에 유행했던 전통적인 아웃도어웨어의 현대적 재해석이 새로운 감성으로 표현되었다. 스니커 부츠 비아사(Biasa)와 하이킹 부츠 하디(Hardy)가 등장하였고, 민속적 디테일의 통가죽 가방과 대담한 라인의 케이프 코트, 카고바지 등이 세련된 뉴트로 컨셉이다. 이외에도 팀버랜드는 어퍼럴 컬렉션에서 오버사이즈 후드티와 스웨트 팬츠 등 올드 스타일의 문화를 부각시켰다. 2018년 라프시몬스의 캘빈클라인 컬렉션 룩북은 1990년대를 배경으로 하고있으며, 오바디아 앤 선스의 카바나 셔츠와 디스퀘어드 컬렉션에 나타난 하와이안 무드의 꽃무늬 셔츠는 1970년대 빅 프린트를 컨셉으로 하고 있다. <표 1>은 최근 패션컬렉션에서 나타난 뉴트로 스타일 이미지이다.

<표 2>는 뉴트로 유행현상을 확인할 수 있는 스트리트패션, SNS를 통해 보여진 소비자 호응도가 높은 뉴트로 패션 경향에 관한 자료이다. 뮤직비디오의 한 장면을 더욱 과장되게 재현하든지 특정 아이템이나 로고플레이 등을

〈표1〉 패션 컬렉션에 표현된 뉴트로 스타일

| 이미지   | 내용 및 출처  |
|---|--|
|    | 라프시몬스의 2018 켈빈클라인 컬렉션에서 발표한 1990년대 복고풍의 현대적 재해석<br><a href="https://www.hankyung.com/economy/article/2018121614101">https://www.hankyung.com/economy/article/2018121614101</a>   |
|    | 카바나 셔츠를 스트리트 패션으로 재해석한 '오바디아 엔 스'의 2018 봄 컬렉션.<br><a href="https://news.joins.com/article/22680398">https://news.joins.com/article/22680398</a>  |
|    | 2018년 디스퀘어드 꽃무늬 카바나 셔츠의 도시적 표현<br><a href="https://news.joins.com/article/22680398">https://news.joins.com/article/22680398</a>  |
|   | "발리 BALLY"의 19AW 컬렉션 룩북. 아웃도어룩의 스트리트 감성표현<br><a href="https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=18617034&amp;memberNo=1972782">https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=18617034&amp;memberNo=1972782</a>             |
|  | 2019 FW 서울패션위크 BOURIE 컬렉션의 뉴트로 트렌드 반영한 어글리 슈즈<br><a href="http://zine.istyle24.com/Fashion/FashionView.aspx?Idx=42904&amp;Menu=12&amp;_C_=23069">http://zine.istyle24.com/Fashion/FashionView.aspx?Idx=42904&amp;Menu=12&amp;_C_=23069</a> |

〈표2〉 SNS에 표현된 뉴트로 이미지

| 이미지   | 내용 및 출처  |
|---|--|
|    | SNS에서 열광적인 혁오밴드의 '오빠정장', 과장된 빅수트의 빈티지 룩<br><a href="http://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=91770">http://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=91770</a>                             |
|    | 2019년 재현된 뉴트로 스타일 바이커 쇼츠, 볼드숄더퍼프슬리브, 카고팬츠<br><a href="http://www.fashionn.com/board/read_new.php?table=1004&amp;number=27190">http://www.fashionn.com/board/read_new.php?table=1004&amp;number=27190</a> |
|    | 빅로고로 1990년대 감성의 뉴트로 트렌드를 표현한 리바이스 컬렉션<br><a href="http://www.twipu.com/Levis_kor/tweet/1081116490537918464">http://www.twipu.com/Levis_kor/tweet/1081116490537918464</a>                                 |
|   | 구찌의 다양한 로고 플레이<br><a href="https://www.fashionnetkorea.com/market">https://www.fashionnetkorea.com/market</a>  |
|  | 필라(FILA)의 완벽한 부활, 가수 비윤세(왼쪽)와 리한나<br><a href="http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2019/02/07/2019020701192.html">http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2019/02/07/2019020701192.html</a>       |

강조하여 대중들에게 보여주고 싶은 흥미로운 패션현상을 자유롭게 표현하며 빠른 속도로 모방과 진화를 유도하고 있다.

뉴트로의 재현이 아닌 해석으로 디자이너들의 감성을 건드리고 계속 진화한다. 뉴트로의 또 다른 버전은 퓨트로(Future retro)로서, 펜디, 베르사체, 샤넬이 벌써 네온색으로 어필하기 시작하였고, 닌자바지와 블루종으로 아방가르드한 컨셉 위에 퓨처리즘을 접목하였다. 뉴트로가 과거스타일을 현대적으로 재해석한 것이라면 퓨트로의 과거와 미래의 공존 스타일로서 '형광색'이라고 불리는 '네온컬러'를 트렌드로 부상시키며 추억의 스

타일에 젊은 감각의 컬러감을 조화시키며 트렌드로 급부상했다. 20세기에서 21세기를 넘어서며 급격한 라이프 스타일의 변화로 인해 세대간의 미적 감각의 차이가 심한 현대 패션환경에서 뉴트로의 새로운 트렌드 메이커로 자리 잡았다. 또 어떤 스타일로 등장할지 모르지만 뉴트로의 향수와 함께 재미와 신선함을 더하여 변화하고 진화하며 지속될 것이라고 생각된다.

#### IV. 국내 뮤직비디오에 표현된 뉴트로 트렌드 특징

## 1. 뮤직비디오에 표현된 뉴트로 이미지 및 패션 스타일

2000년대 국내 대중음악은 IT 기술의 발달에 힘입어 유튜브 및 기타 SNS 홍보를 강화하고 댄스와 패션이 더해진 시각적 표현을 중요시하였다. 흥겨운 1960-70년대 복고댄스와 패션은 원색적이고 과거지향적 디테일의 레트로 컨셉으로서 레트로에 대한 젊은 층의 관심이 집중되었고, 그 결과 윈터걸스, 티아라는 미국과 중국, 동남아시아 진출에 성공하였으며, 소녀시대의 일본 진출과 함께 K-POP 시대를 열었다. 뮤직비디오 의상에서 레트로를 넘어 뉴트로의 감성을 끌어낸 것은 2000년대 후반부터 두드러진다. 2008년 윈터걸스의 '노바디'는 트위기를 연상하게 하는 미니드레스와 크롭헤어로 1960년대 유행했던 아이템을 등장시키고 레트로풍 패션문화를 보여주며 '색다른' 음악이라는 공감대를 만들었고, 2009년 2NE1 & 빅뱅의 '롤리팝'과 2011년 티아라의 '롤리폴리'는 1970년대 롤러스케이팅장의 과장되고 촌스러운 복고풍 의상으로 당시의 다양한 아이템을 조합하여 마치 코스튬플레이 같은 새로운 놀이문화의 열풍을 일으켰다. 이 같은 과거의 색상, 아이템, 디테일의 새로운 조합은 즐거움을 유발하고 모더니즘 이후 탈중심적이며 다원적발상의 사고에서 비롯된 해체주의와도 연관 지을 수 있겠다. 이어서 2011년 2NE1의 '어글리' 뮤직비디오는 1990년대 미국 뒷골목 흑인들을 연상케하는 갱스터 힙합스타일의 어글리 갱스터 이미지를 보여주며 1990년대 블랙르네상스의 스트리트패션 열풍을 일으키기도 했다. 소녀시대의 2010년 '소원을 말해봐', 2011년 '훗'은 각각 1940년대 밀리터리룩과 1960년대 모즈룩을 배경으로 하고 있으며 뮤직비디오를 통해 지속적으로 레트로 무드를 보여주었다. SNS는 반복적이고 지속적으로 특정패션을 등장시킴으로서 흥미를 가중시키고 다수의 매니아층을 형성하고 나아가 다양한 관점의 모방과 함께 빠른 전파와 공감대를 형성한다. 최근 '응답하라 1988'이라는 드라마는 케이블 드라마 사상 최고의 시청률을 기록하였으며 8090세대가 아닌 1020세대가 열광했고, 1980-90년대 대학가에서 유행한 '청춘(김창완)' "걱정말아요 그대(이적)", "소녀(이문세)" 등 1980년대 유행가를 새롭게 다시






부른 리메이크 노래가 드라마 속에 삽입되고 뮤직비디오로 표현되었으며, 뒤이어 복고스타일을 새롭게 접한 신세대 패션리더들은 빠르게 진화하며 그들만의 뉴트로 스타일을 만들어냈다. 시간을 넘어 새로운 감성으로 과거의 일상이 지금 뉴트렌드로 탄생하게 된 것이다. 현재의 관점에서 과거는 재미있는 환상으로서 시간을 왔다갔다하는 타임머신처럼 흥미로운 여행이 된다. 2017년 일명 '아빠정장'으로 불리우는 혁오밴드의 뮤직비디오 '툼보이'의 빅슈트는 1940년대 볼드룩과 1980년대 빅룩의 이미지를 레이어드와 힙합을 더한 새로운 볼드룩으로 젊은 소비자들을 자극했고, 2018년 돌풍을 일으킨 BTS가 선보인 '카바나 셔츠'도 뉴트로 유행을 가속화 시켰다. 영화 '건축학개론'에서 풋풋한 캠퍼스 사랑을 보여주었던 수지의 1990년대 청순한 캠퍼스룩은 2019년 에피톤프로젝트의 '첫사랑' 뮤직비디오에서 다시 재현되었으며, 최근 잔나비의 'SHE'에서 1960년대 비틀즈의 한 장면을 떠올리게 하고, '주저하는 연인들을 위해'는 1980년대 소박한 서민동네를 재현하며 추억과 함께 당시의 패션을 보여주며 빠른 속도로 대중들 속에 최신 스트릿패션을 이끌어내고 있다. 또한 매년 경쾌한 노래를 특이한 의상과 함께 발표하는 노라조는 <사이다>라는 제목으로 추억의 음료 아이템 이미지와 함께 패션을 연관시키면서 놀이문화의 흥겨움을 코믹하게 표현하였다.

이와 같이 뉴트로 스타일은 대중들에게 이미 익숙한 트렌드이며 뉴미디어를 기반으로 빠른 속도로 전파되며 신세대 대중들에 의해 흥미 유발과 계속적인 재현, 과장, 해체과정을 거치며 진화되고 있다. <표 3>은 뉴트로 패션이 표현된 11개의 뮤직비디오 패션스타일의 특징을 분석하고 뉴트로 표현요소를 추출하여 분석한 것이다.






<표 3>에서 분석된 뉴트로 스타일의 공통적인 특징은 레트로 아이템의 현대적 해석과 세대를 아우르는 공감대 형성이다. 뮤직비디오는 레트로 감성의 룩을 등장시키며 과거의 영화나 뮤직비디오를 오마주 하거나 패러디로 표현하여 추억의 감성을 자극하고, 디자인 표현요소로는 레트로 룩과 함께 시대적 칼라와 프린트 감성표현, 모즈, 힙합, 클럽, 캠퍼스, 스트리트 감성으로 신세대와 소통하는 과거와 현대의 연결고리를 담아내고 있다. 다양한 과거의 추



〈표 3〉 뮤직비디오에 표현된 뉴트로 이미지 및 패션 스타일 특징

| 이미지   | 내용                           | 특징 및 자료출처   | 표현요소                                 |
|---|------------------------------|---|--------------------------------------|
|    | 2008년 원더걸스<br>〈NOBODY〉       | 1960년대 모즈스타일과 1920년대 플레퍼걸 스타일을 현대적으로 재해석하였다. 경쾌하고 원색적인 원피스와 레트로 액세서리는 단순하고 흥겨운 댄스동작과 함께 전세대가 공감하는 플래시몹 열풍을 일으키며 신세대 유행을 이끌어냈다.<br><a href="https://michinfrog.tistory.com/m/44">https://michinfrog.tistory.com/m/44</a>   | 60년대 모즈룩<br>미니드레스<br>신세대 댄스          |
|    | 2009년<br>2NE1 & 빅뱅<br>〈롤리팝〉  | 1980년대 디스코 문화를 배경으로 젊고 발랄한 영문화를 표현한 롤리팝 뮤직비디오는 다소 과장되고 유치한 색상과 패턴의 새로운 조합으로 레트로 패션을 선보이며 새로운 놀이거리와 흥겨움을 발견하게 한다.<br><a href="http://www.newsinside.kr/news/articleView.html?idxno=46601">http://www.newsinside.kr/news/articleView.html?idxno=46601</a>   | 80년대 디스코룩<br>레트로풍 프린트<br>경쾌한칼라조합     |
|   | 2010년 소녀시대<br>〈훗〉            | 헐리우드 영화에도 자주 등장하는 1960년대 볼륨헤어와 미니스커트는 오래된 스파이 영화 007시리즈의 본드걸을 연상시키며 추억에 잠기게 하고, 미니멀한 원피스와 인형같은 메이크업의 모델 트윅기 스타일은 젊은이들의 모방심리를 자아냈다.<br><a href="https://www.facebook.com/media/set/?set=a.166493553382996.34134.151416558224029&amp;type=3">https://www.facebook.com/media/set/?set=a.166493553382996.34134.151416558224029&amp;type=3</a> | 60년대 모즈룩<br>미니드레스<br>본드걸 오마주<br>섹시댄스 |
|  | 2011년 티아라<br>〈롤리폴리〉          | 다이아몬드 스텝과 복고댄스 등 1980년대 “허슬”이라고 불리는 단체 춤을 볼 수 있으며 자유로운 칼라배색과 기하학적 프린트패턴의 조화, 커다란 선글라스와 스카프등이 열정적인 디스코 열풍을 연상시키며 10대들의 흥미와 관심을 불러일으킨다.<br><a href="https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=heppy100&amp;logNo">https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=heppy100&amp;logNo</a>  | 80년대 디스코룩<br>복고댄스<br>과장된 액세서리        |
|  | 2011년 2NE1<br>〈어글리〉          | 미국의 할렘가 혹은 뒷골목을 어슬렁거리는 흑인들을 연상시키는 1990년대 갱스터 힙합스타일이다. 샛노랑과 밝은갈색 헤어스타일, 강렬한 프린트와 잔뜩 붙어 무거워보이는 스티드 장식으로 강한 개성을 보여준다.<br><a href="http://www.vop.co.kr/A00000418900.html">http://www.vop.co.kr/A00000418900.html</a>   | 90년대 힙합룩<br>스티드 디테일<br>스트리트 감성       |
|  | 2015년<br>응답하라1988<br>드라마 OST | 드라마 OST를 모은 뮤직비디오로 화려한 색의 양말, 목폴라와 셔츠의 조합, 하이웨이스트 팬츠, 후드 스웨터, 청바지와 청자켓, 일명 청청 패션으로 1020세대 뉴트로 히트아이템을 탄생시켰다.<br><a href="http://baruninvest-blog.com/archives/10458">http://baruninvest-blog.com/archives/10458</a>  | 80년대 캠퍼스룩<br>청청패션<br>타임슬립            |



| 이미지   | 내용                        | 특징 및 자료출처  | 표현요소   |
|---|---------------------------|--|--|
|    | 2017년 혁오밴드<br>〈툼보이〉       | 툼보이 뮤직비디오에서 ‘아빠정장’이라고 불리우며 1990년대 파워룩으로 빅수트의 새로운 해석으로 만들어진 개성 넘치는 패션은, 레이어드기법으로 빅룩에 힙함을 혼합하고 그런지룩 연상시키는 전혀 새로운 볼드룩으로 보여지며 젊은 세대의 공감을 이끌어냈다.<br><a href="http://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=91770">http://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=91770</a>   | 90년대 파워룩<br>빅수트<br>빈티지와<br>힙합감성              |
|    | 2017년 잔나비<br>〈SHE〉        | 8090감성의 음악과 함께 1960년대 부드러운 선율의 비틀즈를 떠올리게 하는 뮤직비디오이다. 포마드를 바른 듯 뒤로 빗어 넘긴 곱슬머리와 넓은 카라의 화려한 실크셔츠로 1960년대 존레논의 모즈룩을 연상시키고, 헤어밴드와 가죽접퍼 등 반항적 이미지의 스트릿패션을 연출한다.<br><a href="https://1boon.kakao.com/sweets/newtrofashion">https://1boon.kakao.com/sweets/newtrofashion</a>   | 60년대 모즈룩<br>비틀즈 오마주<br>스트릿 감성                |
|   | 2018년<br>에피톤프로젝트<br>〈첫사랑〉 | 영화 건축학개론의 1980년대 캠퍼스 사랑 이미지를 다시 재현하였고, 긴 생머리의 차분한 모습, 맨투맨 스웨터와 청바지로 국민여동생이라고 불리우는 청순함의 대명사 수지를 첫사랑 이미지에 대입시키며 “우리 모두는 누군가의 첫사랑이었다”라는 영화의 카피를 뮤직비디오 이미지로 표현하였다.<br><a href="https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2018/10/617803">https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2018/10/617803</a>  | 80년대 캠퍼스룩<br>영화 건축학개론<br>오마주<br>타임슬립         |
|  | 2018년 방탄소년단<br>〈IDOL〉     | 일명 ‘하와이언셔츠’ 혹은 ‘쿠반 칼라 셔츠’(Cuban Collar Shirt)라고 불리우는 화려한 셔츠는 방탄소년단 뮤직비디오와 ‘Love Yourself: Tear’ 앨범활동 전반에서 나타났다. 이는 1950-60년대 영패션에서 보여진 레트로 아이템으로 화려한 색의 꽃무늬와 도트, 스트라이프 등 신세대들에게 다양하게 유행되었다.<br><a href="https://joinsmediacanada.com/bbs/board.php?bo_table=life&amp;wr_id=3426">https://joinsmediacanada.com/bbs/board.php?bo_table=life&amp;wr_id=3426</a> | 60년대<br>플라워룩과<br>카바나셔츠<br>레트로풍 프린트<br>신세대 댄스 |
|  | 2018년 노라조<br>〈사이다〉        | 옛날 음료 브랜드의 컬러와 별무늬를 이용한 일명 사이다패션을 선보이며 신선한 뉴트로 유행을 반영하였고, 클럽, 레저, 놀이동산 등 놀이 컨셉의 톡톡 튀는 사이다 패션을 선보이며 젊은 세대의 큰 호응으로 제2의 전성기를 맞이하였다.<br><a href="https://cafe.naver.com/edumolove/640">https://cafe.naver.com/edumolove/640</a>  | 70년대 음료광고<br>패러디<br>레트로 상품로고<br>경쾌한 클럽댄스     |

역 속 아이템들이 젊은 감성으로 되살아나고 반전의 조합과 과장적 표현, 해체와 재조합, 리폼을 통한 포스트모더니즘 예술성을 부각시키기도 한다. 또한 현대사회에서 유행으로 받아들이기까지 많은 소셜미디어와 개인 블로그의 활약이 컸고, 모방과 패러디, 환타지 혹은 타임슬립 드라마의 역할도 컸다고 확신한다. 특정 프로그램 방영 후에 급격히 중고의류가 유통되는 동묘시장에 활성화 되고 새로운 패션유통 문화가 부상되기도 하는 등 마케팅 현상의 변화를 동반하고 계속 발전되고 진화되어 전혀 예상하지 못했던 흥미로운 문화의 탄생이 거듭되고 있다.

## 2. 뮤직비디오 의상에서 표현된 뉴트로 트렌드 현상의 특징

패션의 역사를 보면 음악은 항상 패션과 함께 했고 시각과 청각을 동시에 자극하는 요소로서 사회문화 전반에 영향을 주어왔다. 뮤직비디오 안에서 패션은 영상언어이며 문화적 코드로서 대중들 사이에서 소통되면서 감성을 자극하고 모방과 함께 유행창조의 역할을 한다. 뉴트로 컨셉의 의상은 과거의 어느 시대를 기억하게 하는 감성적 복선이 중요하다. 단순히 디자인의 특징요소나 유명브랜드의 명성, 독특한 광고만으로 트렌드가 될 수 있는 것은 아니다. 최근 등장한 뉴트로 경향의 뮤직비디오 의상에서 표현된 공통적 트렌드 현상을 분석해보면 다음과 같다.

첫째, 뉴트로 스타일은 과거에 유명했던 아이템에서 시작된다. 추억의 브랜드, 먹거리, 청바지나 후드티셔츠 같은 캠퍼스 아이템이나 어깨가 넓은 자켓 등 중고시장에서 찾을 수 있는 구닥다리 아이템에 현대적 감성으로 포장을 한다. 많은 소비자들이 흥미를 가지게 되고, 과거에 유행했던 것인데 지금 전혀 새로운 감성으로 다시 착용해봄으로써 현대적 감성의 다른 트렌드를 만들고 또 만족한다. 노바디의 미니드레스, 롤리폴리의 청청패션, BTS의 카바나 셔츠, 첫사랑의 캠퍼스 아이템의 등장에서 볼 수 있다.

둘째, 색상과 프린트, 로고를 활용한 포스트모던 마케팅이다. 현대적이고 새로운 아이템에 언젠가 본적이 있는 과거의 향수를 접목하여 구세

대와 신세대의 관심을 동시에 끌 수 있는 마케팅에 활용하고 있다. 도트, 스트라이프, 꽃무늬와 옛 로고가 다시 등장하며 새롭게 조화되어 유행이 되고 있다. 뮤직비디오 롤리팝, 롤리폴리의 옛 아이템의 재조합이나 노라조의 사이드 의상처럼, 모더니즘 이후 나타난 포스트모더니즘의 탈중심, 다원주의 등 미래지향의 새로운 가치관이 레트로 패션을 소재로 해체와 재조합, 리폼, 레이어드로 또 한번의 변화와 창조를 시도한다.

셋째, 인터넷과 SNS 세대의 특징인 보여주는 문화의 영향으로 빠르게 전파한다. 뉴트로에는 대중 미디어의 힘에 의한 유행현상이다. 항상 사진을 들고 다니며 유튜브, 인스타그램 등을 통해 의상, 먹거리, 볼거리 등을 소개하며 실시간으로 자신을 표현하는 현대사회에서, 뉴트로에는 완전 새로운 것을 창조하는 것보다 더욱 빠른 동조성과 호응을 불러일으키는 트렌드이다. 혁오밴드의 오빠정장은 힙합감성으로 90년대 빅룩을 접목시켰는데, 쉽지 않은 대담한 패션임에도 불구하고 소셜미디어에서 활발히 따라하기 열풍이 일어나며 친근한 패션으로 발전되었다. 필라나 구찌의 옛 로고의 부활도 미디어 전파의 힘이 컸다.

넷째, 스트릿패션의 상향전파현상이다. 뉴트로 컨셉 의상은 마케팅 성공의 열쇠였다. 디자인이 좋아서 유행되기보다는 그리움이나 향수를 표현하는 아이템으로 소셜미디어를 통해 빠르게 전파되고, 대중사이에서 인기 있는 콘텐츠를 재빨리 새 시즌의 컬렉션 소재로 사용하고 있다. 옛날 로고와 옛날 운동화, 옛날 의상이 아이템 등이 주인공이 되어 새 시즌의 주제로 다시 창조된다. 명품브랜드에 등장한 고가의 뉴트로 상품은 신세대 소비자들에게 반가운 아이템으로 구매 욕구를 일으킨다. 특히 뮤직비디오의 의상들은 대중의 호응도를 빠르게 전파하는 콘텐츠로서 뉴트로 스타일의 유행형성에 큰 영향을 준다.

다섯째, 현대인들이 과거와 현재를 잇는 흥미로운 시간게임이다. 디자인의 근원을 찾아 정보를 찾고, 관련된 장소와 그 시대의 패션 혹은 오리지널 원곡을 발견하고, 당시의 감성과 패션을 비교해 보며 따라한다. 뉴트로의 인기는 인터넷을 이용한 정보의 세계에서 찾을 수 있는 ‘놀잇거리’이기도 하기 때문이다. ‘보헤미안랩소디’를 부른 ‘퀸’이라는 가수의 이름을 처음 듣는 신세대는

당시 높은 인기를 자랑했던 추억의 가수임을 알아내고 또 다시 빠져든다. 뉴트로의 콘텐츠는 역사도 아니고 유물도 아니지만 타임슬립 뮤직비디오를 통해 과거와 현대를 오가며 새로움을 경험하는 시간게임이다. ‘응답하라1988’와 ‘첫사랑’은 옛 추억을 유행으로 이끌어냈다.

여섯째, 뉴트로의 레트로를 기반으로 시대성을 더하며 진화한다. 리폼의상에서부터 새로운 로고 플레이, 신세대적 아이템, 상상력을 부르는 미래적 칼라까지 멈추지 않고 진화한다. 패션의 중심 세대가 바뀌어도 새로운 경험을 발전된 기술과 그 시대의 감성으로 다시 풀어낸다. 단순한 노스탈지아, 아날로그 감성이 아니라 새것을 버리지 않고 과거를 표현하는 새로운 형식의 디자인을 계속 보여준다. 헤오밴드의 빅수트의 변신이나 BTS의 다양한 디자인의 카바나 셔츠의 유행이 증명하고 있다.

## V. 결론 및 제언

뉴트로가 가장 강력한 힘을 발휘하는 곳은 SNS이다(최민영, 2019). 최근 다양한 SNS에서 뉴트로 버전의 패션사진을 많이 볼 수 있다. 이제 레트로 열풍은 단순한 과거의 회상이 아니다. 신세대의 즐거움이며 새로운 발견이다. 2000년대 이후 2010 젊은 세대들은 최첨단 인터넷과 모바일과 함께 생활하고 있으나 그 안에서 슬로우 문화와 함께 옛 콘텐츠를 통해 새로운 탈출구를 찾고 있다.

본 연구에서는 국내 뮤직비디오를 통해 빠르게 유행되는 뉴트로 스타일을 분석하고, 그 특징과 표현요소를 통해 레트로 아이템이 어떻게 뉴트로로 정의되고 유행되어지는지를 알아보았다. 뉴트로 스타일은 과거의 특징아이템에서 시작되며, 포스트모더니즘의 해체와 재해석 과정을 통해 재탄생한 패션문화이다. 신세대들은 다양한 소셜미디어를 통해 서로 공감대를 형성하며 스트리트패션으로 발전시켰고, 나아가 최근 컬렉션의 주요 컨셉으로 등장하기 시작하였다. 소비자들은 추억의 아이템을 구매하며 추억의 장소와 문화를 즐기고 있는 것이다. 즉, 뉴트로 스타일은 레트로 아이템을 발전시켜 신세대의 감각을 더하고 모방과 창

조를 거듭하여 새로운 유행으로 정착되었다. 타임슬립을 통해 과거를 재현하고, 대중들 스스로 스트리트 문화를 재구성하는 초현대적 해석의 결과라고 생각하며, 결국 뉴트로의 특정 스타일 보다는 소비자들이 익숙한 콘텐츠로 새로움과 즐거움을 더해 관심을 가지게 하는 마케팅 기법으로 더 활용가치가 있다고 할 수 있겠다.

뉴트로 마케팅은 옛 문화와 함께 따뜻하고 풍요로웠던 옛이야기를 전해주며, 한편으로는 1980년대 뉴웨이브 패션에서 등장한 포스트모던 마케팅의 한 줄기로 해석된다. 21세기 레트로 열풍의 진화된 버전인 “뉴트로”는 추억의 재현과 함께 1020세대의 마음을 움직이는 요소로서 마케팅효과에 중요한 열쇠가 되고 있다. 본 연구에서 아쉬운 것은 국내 뮤직비디오의 뉴트로 현상을 대상으로 분석하였다는 점이다. 이번에는 우리나라 추억의 요소들을 중심으로 살펴보았다면 분명 글로벌한 문화 콘텐츠에서도 성공적인 뉴트로의 요소들을 찾아볼 수 있을 것이므로 지속적인 후속연구가 있어야 할 것이다. 앞으로도 신세대의 관심을 끌 새로운 콘텐츠가 옛것에서 비롯될 수 있음을 주목하고, 다각적인 후속연구가 이루어져 패션경향 예측 및 마케팅 전략수립에 효과적인 뉴트로 전략을 기대한다.

## 참고문헌

- 과거에 없던 새로운 과거가 온다 - ‘뉴트로’ 트렌드와 뉴트로마케팅. Adobe Korea, 자료검색일 2019. 4. 17, 자료출처 <https://blogs.adobe.com/digitaldialogue/customer-experience-ko/booming-newtro-marketing>
- 김도현. (2018). 한류 문화콘텐츠의 현지국 수입결정요인과 한류 다변화 전략에 관한 연구. *무역통상학회지*, 18(4), 55-75.
- 김민형. 전하민, 김동영. (2019). 뉴트로트렌드. *한국마케팅연구원*, 53(2), 57-65.
- 김영란. (2010). 2000년대 패션에 나타난 레트로의 재해석에 관한 연구. *한국패션디자인학회지* 10(2), 69-85.
- 김은향. (2019). 새로운 복고가 밀려온다:뉴트로의

- 공습. 신동아일보사. 자료검색일 2019. 5. 5, 자료출처 <http://shindonga.donga.com/3/all/13/1596803/1>
- 김희신. (2017). 한류 K-패션 활성화를 위한 전략 분석 연구. *한국의상디자인학회지*, 19(3), 175-192.
- 민지혜. (2018. 12. 16). 빨.주.파 강렬한 줄무늬 패턴...응답하라. 한국경제. 자료검색일 2019. 4. 15, 자료출처 <https://www.hankyung.com/economy/article/2018121614101>
- 오수연. (2019). 뉴트로 (new-tro)에 주목하라. *한국마케팅연구원*, 53(1), 51-56.
- 유재부. (2019. 1. 15). 그때 그시절 패션! 2019년 컴백한 뉴트로 스타일. 패션앤미디어. 자료검색일 2019. 5. 15, 자료출처 [http://www.fashionn.com/board/read\\_new.php?table=1004&number=27190](http://www.fashionn.com/board/read_new.php?table=1004&number=27190)
- 윤경희. (2018. 6. 3). 방탄소년단도 입었다. 카바나 셔츠가 뭐길래. 중앙일보. 자료검색일 2019. 4. 14, 자료출처 <https://news.joins.com/article/22680398>
- 이상운. (2012). 초창기 한국 뮤직비디오의 경향에서 서태지와 아이들의 뮤직비디오가 차지하는 의미와 위치. *한국엔터테인먼트산업학회논문지*, 6(2), 12-23.
- 이윤진. (2019. 8. 6). 2019 서울패션위크, 뉴트로 트렌드 반영한 어글리 슈즈. 뉴스에이. 자료검색일 2019. 6. 20, 자료출처 <http://www.newsa.co.kr/news/articleView.html?idxno=211494>
- 이현화. (2018. 10. 22). 로고(Logo)의 변화를 통한 브랜드의 리 브랜딩. 패션넷코리아. 자료검색일 2019. 4. 20, 자료출처 [https://www.fashionnetkorea.com/market/market\\_gl\\_kfashion.asp?gubun=FASHION&mode=view&strOpt=menu\\_cd:MGREPORT2&idx=17772](https://www.fashionnetkorea.com/market/market_gl_kfashion.asp?gubun=FASHION&mode=view&strOpt=menu_cd:MGREPORT2&idx=17772)
- 장순규. (2019). 북한 그래픽 디자인의 뉴트로 가능성 활용 가능성 연구. 한국HCI학회 학술대회 발표 논문집, 1055-1058.
- 조은선. (2012). *디지털 네이티브를 위한 레트로 레이디 룩 디자인 개발-1950년대를 중심으로*. 이화여자대학교 석사학위 논문.
- 최미연. (2019. 4. 17). 잔나비부터 현아까지, 스타 뉴트로 패션. biewzine. 자료검색일 2019. 5. 10, 자료출처 <http://biewzine.com/?p=2360>
- 최민영. (2019). 뉴트로 열풍, 옛것에 열광하다. 주간경향. 자료검색일 2019. 5. 15, 자료출처 <https://weekly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&artid=201812311259341&code=11>
- 한경진. (2019. 2. 7). 휠라, 완벽한 부활. 조선일보. 자료검색일 2019. 4. 17, 자료출처 [http://news.chosun.com/site/data/html\\_dir/2019/02/07/2019020701192.html](http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2019/02/07/2019020701192.html)
- 한지은. (2013). *뮤직비디오에 나타난 국내 여성 아이돌가수의 이미지 분석*, 충남대학교 석사학위논문