

# 1세대 아이돌 음악의 전통과 혁신

- 리메이크 사례를 중심으로 -

손운재(경희대학교 포스트모던음악학과 교수)

1. 서론
  - 1.1. 연구 목적과 방법
  - 1.2. 연구 대상
2. 아이돌 문화의 역사적 전개와 산업적 발전
  - 2.1. 아이돌 문화의 태동과 역사적 전개
  - 2.2. 3세대 이후 아이돌 현황과 경향
3. 1세대 아이돌 음악의 재해석
  - 3.1. 1세대 아이돌 음악의 리메이크 사례
  - 3.2. 문화적 가치와 현대적 재해석
4. 결론

---

21세기의 시작은 문화적으로 과거를 조명하여 발전하였으며, 그 주기는 대략 20년에 달했다. 현재는 1990년대와 2000년대 초반에 나타난 문화적 환경에 대한 가치를 재탐색하는 일들이 많으며, 그 영향은 대중음악의 케이팝 장르에서도 확인할 수 있었다. 이 연구에서는 1세대 아이돌 음악이 3, 4세대에 걸쳐 리메이크 되는 현상을 분석하여, 이는 단순히 모방하는 것이 아니라 새로운 음악적 지형과 가치를 형성하는 복합적인 현상임을 밝히고자 했다. 1세대 아이돌 리메이크 음악

을 탐구하면서 전통과 현대의 얽혀 있는 세대 간 문화적 연속성과 변화에 대해 집중적으로 탐구하였다. 이는 리메이크라는 반복성에 내재한 차이와 변형 가능성을 조명하고, 아이돌 팬덤에 부여되는 사회·문화적 존중의 가치를 강조하였다. 1세대 아이돌이 확립한 음악 전통이 다음 세대를 통해 새롭게 재해석 되고 창조 되는 것은 케이팝의 진정성에 대한 일반적인 우려를 잠재적으로 해결할 것으로 기대한다.

---

핵심어: 한국 대중음악, K-pop, 아이돌, 리메이크, 전통.

## 1. 서론

### 1.1. 연구 목적과 방법

21세기의 첫 10년은 ‘재-’(再, re-)의 시대로 과거를 조명하여 발전했으며, 흘러간 장르는 재탕 또는 재해석됐고, 빈티지 음원은 재처리되거나 재조합됐다(사이먼 레이놀즈, 2014:12). 팝 음악에서 70년대는 50년대를 바라봤고, 80년대는 여러 60년대가 이목을 끌려고 겨뤘으며, 90년대는 70년대의 음악을 재발견하는 것으로(사이먼 레이놀즈, 2014:387) 발전했다. 대략 20년 주기로 과거를 재조명하는 현상이 문화 전반에 나타났고 최근에는 1990년대와 2000년대를 표방하는 특징적인 요소들이 다양한 문화를 통해 나타나고 있다.

이 연구에서는 다양한 복고 현상 속에 나타나는 국내 대중음악의 아이돌(idol) 음악에 주목하여, 아이돌 산업의 전통성을 구축하는 데

있어 리메이크 관행을 중심으로 분석을 시도하였다. 이를 통해 아이돌 산업이 다양한 시각에서 어떻게 해석되는지, 또한 대중음악의 역사와 전통, 문화유산으로서 어떠한 방식으로 재현되는지에 대해 깊이 있는 통찰을 제공하고자 하였다. 특히 1990년대 후반부터 2000년대 초반까지의 기간에 탄생한 1세대 아이돌들의 개척적 노력으로 인해 형성된 음악적 특성은 케이팝(Korean popular music, K-pop)의 음악사에서 중요하게 다뤄지고 있다. 이 시기의 음악이 최근 3세대 이후 아이돌들에 의해 재해석되는 것으로부터 새로운 음악적 지형이 형성되고 있음을 밝히고자 한다.

연구의 범위는 3세대 이후 아이돌들이 재현한 1세대 아이돌 음악에 대한 비교 분석에 집중하였다. 연구 방법으로는 세 가지 접근 방식을 채택하였다. 첫째, 선행연구와 문헌 검토를 통해 세대별 아이돌 구분과 각 시대의 음악적, 사회문화적 특성을 명확히 하였다. 둘째, 원곡과 리메이크 버전 사이의 비교 분석을 수행하여, 3세대 이후 아이돌들이 어떻게 음악 스타일, 가사, 프레젠테이션에서 변형된 의미를 생성하는지를 파악하였다. 셋째, 리메이크곡의 결과물에 전통을 확립하는 매개 역할을 하는지 알아보고자 수용자의 반응을 살펴보았다. 이 연구는 다양한 세대가 참여하는 케이팝 아이돌 음악의 문화적 역동성과 창의적 표현에 복잡하게 얽힌 관계를 다면적으로 이해하는 데 중요한 기여를 하고자 한다.

## 1.2. 연구 대상 및 특징

이 연구에서는 ‘아이돌’과 ‘리메이크’라는 두 가지 주요 키워드를 중심으로 분석 대상을 제한하였다. 이에 관한 수많은 연구가 진행되

었으나, 본 연구에서 사용되는 의미를 중심으로 용어를 재정립하고자 한다. 첫째로, 아이돌 음악산업을 깊이 있게 탐구하기 위해 케이팝의 정의를 명확히 하는 것이 중요했다. 케이팝에 대한 다양한 정의가 존재하나, 이 연구의 목적에 따라 1990년대 이후 등장한 음악 스타일 중 아이돌에 의한 음악을 주요 대상으로 삼았다. 이규탁(2023)은 해외시장에서의 성공을 바탕으로 정의된 케이팝의 음악을 구성하는 기본적인 요소로는 글로벌한 감각과 최신 트렌드를 적극 반영한 점, 후크(hook)라고 불리는 중독성 있는 후렴구가 끊임없이 반복되는 전자음악과 힙합, R&B(리듬 앤 블루스), 록, 심지어 트로트와 같은 다양한 장르가 독특한 방식으로 결합한 점, 가사는 한글을 중심으로 영어는 물론 스페인어, 일어, 중국어까지 자유롭게 뒤섞여 다른 음악 장르에 비해 다양한 문화 요소들이 혼종되어 나타나는 점을 가지고 있다는 특징으로 정의했다. 또한, 음악적 측면을 넘어서 강렬하고 난도 높은 군무나 가수의 의상과 헤어스타일 등의 시각적으로 화려한 연출과 다양한 미디어 콘텐츠를 꾸준히 공급하며 가수와 팬 사이의 친밀한 관계를 형성한다는 점 등이 케이팝을 독자적인 장르이자 문화 스타일로 만드는 중요한 요소임을 지적했다. 그렇게 볼 때, 이 연구에서는 '케이팝'과 '아이돌'을 같은 맥락에서 바라보고자 한다. 아이돌 음악의 특징은 그 자체로도 독특하지만, 세대마다의 다양한 문화적·사회적 배경에 따라 조금씩 변화하는 모습을 보여준다.

리메이크는 기존 음악 작품을 새롭게 해석하는 것으로, 원곡을 재해석하는 방식과 원곡을 충실하게 따르는 리바이벌 방식으로 나뉜다(박선민, 2023:221). 정소진(2012)은 리메이크를 설명할 때, 선배 뮤지션의 인기곡을 기반으로, 그 곡의 검증된 인기를 활용해 최신

트렌드에 부합하는 방식으로 창법이나 편곡을 수정하여 판매하는 전략을 강조했다. 박선민(2023)은 대중음악에서 과거 음악으로의 회귀는 새로운 기술을 완화하는 역할을 하며, 그 음악을 즐기던 세대와의 연결성을 보여준다고 설명했다. 그렇지만, 리메이크에 대해서는 창의성의 결여, 상업적 목적, 그리고 인기 장르로의 균일화 같은 문제점도 제기되었다(성우제, 1998). 리메이크에 관한 다수의 연구가 진행되었으나, '아이돌 음악의 리메이크'에 관한 연구는 미비한 부분이 있다. 특히, 아이돌 음악에 특화된 리메이크의 독특한 특성, 그리고 아이돌 음악산업 내에서 리메이크가 가지는 의미와 가치에 대한 깊이 있는 연구가 아직 부족하다. 또한, 아이돌 리메이크 곡의 수용과 소비 과정에서 팬들의 인식과 반응, 그리고 그에 따른 산업적 효과에 관한 연구도 더욱 확장될 필요가 있다.

## 2. 아이돌 문화의 역사적 전개와 산업적 발전

### 2.1. 아이돌 문화의 태동과 역사적 전개

1990년대 한국 대중음악의 사회적 변화는 크게 두 가지 주요 요인에서 비롯되었다. 첫 번째로, 문민정부의 출범과 함께 방송법이 개정되어 서울방송(SBS)이 창설된 것인데, 이로써 PC 통신 시대가 본격화되어 10대를 중심으로 한 하위문화가 일본 문화의 개방과 함께 확산하기 시작했다(김창남, 2012:162). 두 번째로, 서태지와 아이들의등장이 음악산업에 새로운 10대 구매층을 만들어 냈는데, 이는 1970년대 포크와 록을 경험한 세대가 구매력을 가진 중장년층으로 성장함으로써 이로 인한 기존에 세대별로 구분되던 트로트 시장에

서 벗어나 다양한 음악적 취향이 형성되었다는 점이다(김창남, 2012:167). 서태지와 아이들의 은퇴 이후 저항적 청년문화가 빠져나간 자리가 빈 채로 남아있는 상황에서, 청소년의 대량 소비를 이끌어내기 위해 새롭게 등장한 대중문화 상품이 ‘아이돌’이었다(김호연, 윤태진, 2012:49-50). 1990년대 초반 SM엔터테인먼트는 거리 캐스팅과 오디션이라는 새로운 방식의 결합으로 하나의 ‘패키지’ 즉, 아이돌을 탄생시켰고, 이를 위한 트레이닝과 프로듀싱, 그리고 매니지먼트의 체계적인 과정을 고안했다(신현준, 최지선, 김학선, 2022:579). 이들은 음악적인 것뿐만 아니라 각종 TV 프로그램과 광고에 출연하고, 연기와 MC에 도전하는 등 엔터테이너로서 존재감을 확장하여 음악산업 및 대중문화의 아이돌 시스템 기반을 마련하였다. 케이팝은 체계적이고 계획적인 훈련, 그리고 엄격한 관리를 통해 짧은 시간 내에 다량의 고품질 콘텐츠를 생산할 수 있는 아이돌을 효과적으로 배출하는 구조로 성장했는데(정혁준, 2012), 이른바 ‘인 하우스 시스템’이라 일컫는 이 아이디어는 SM엔터테인먼트 이수만 사장이 1980년대 미국 유학 중에 변호사를 둔 에이전시의 존재와 분업화되고 전문화된 음악산업을 발견하면서부터 시작된다(김수정, 김수아, 2015:19). 1990년대에 등장한 케이팝이 그 형태를 갖추며 전 세계로 확산하기 시작한 것은 2000년대 중반부터 디지털 음악 시대와 MP3 파일 공유가 일반화된 것과 관련이 있다(김성민, 2018:118). 1세대 아이돌 그룹들은 초기에 제한적이었던 인터넷 환경과 음반 시장에서 시작, 언론과 방송을 주력으로 활동했다면, 2세대, 3세대로 넘어오면서 SNS, 유튜브(YouTube), 글로벌 투어 등을 활용하여 국제적인 팬층을 확장해나갔다. 그러므로 아이돌의 세대교체는 단순히 ‘새로운 얼굴, 새로운 스타일’을 의미하는 것이 아니라, 새로운 세대가

이전 세대의 업적과 경험을 바탕으로 어떻게 더 발전하고 혁신하는지를 보여주는 중요한 지표이기도 하다. 이것은 케이팝이 지난 수십 년 동안 보여준 지속 가능한 성장과 세계적인 영향력의 원동력 중 하나로 볼 수 있다. 다음 <표 1>은 아이돌 그룹을 세대별로 구분한 것으로, 세대를 나누는 다양한 기준 중 이규탁(2023)이 제시한 가수들의 나이에 따른 구분<sup>1)</sup>으로 정리하였다.

<표 1> 아이돌 세대 구분과 특징

세대 구분	활동 기간	그룹명	특징
1세대	1996-2001	H.O.T., 젝스키스, 핑클, S.E.S 등	TV나 라디오, 음반등의 전통적인 미디어
2세대	2007-2012	동방신기, 슈퍼주니어, 소녀시대, 원더걸스, 빅뱅 등	SNS, 유튜브, 스트리밍 서비스 등의 뉴미디어
3세대	2013-2019	BTS, EXO, 트와이스, 레드 벨벳 등	오디션 프로그램을 통한 데뷔와 팬덤 확보, SNS를 활용한 글로벌 팬덤과의 적극적 소통
4세대	2020년 이후	아이브, 르세라핌, 에스파, 뉴진스 등	데뷔와 동시에 글로벌 시장을 대상으로 한 활동

케이팝의 2세대에 와서는 1세대의 교포 출신 멤버와는 달리, 출신 나라의 팬들을 공략하기 위한 외국인 멤버 영입을 적극 활용하였으며, 이는 글로벌 시장 강화를 위한 전략적 교두보 역할을 수행한 것으로 볼 수 있다(이규탁, 2023:174-175). 이를 둘러싼 갈등은 과연

1) 아이돌 그룹의 1세대는 1970년대 후반부터 80년대 초반까지의 출생을, 2세대는 1980년대 중반부터 90년대 초중반까지의 출생을, 3세대는 1990년대 중후반 이후 출생한 멤버가 주를 이룬다.

이러한 조건을 케이팝의 범주로 허용할 수 있느냐의 문제였다. 결과적으로 케이팝의 중요한 조건 중 하나는 음악과 춤을 구현하는 실연자들에 한국계가 포함된 동아시아인으로 구성되어야 한다는 점이 있었다(이규탁, 2020:92-93). 2세대 아이돌 형성의 근간인 해외시장의 존재를 비롯해 21세기 디지털 시대로의 전환은 새로운 음악을 계속적으로 소비하는 현상으로 나타났으며(박선민, 2023:51), 시장 경쟁의 심화 등이 복잡하게 얽힌 사회적 현상은 아이돌의 음악 형식에 몇 가지의 변화를 가져왔다. 문제는 반복성에 의존한 곡의 양산으로 일명, 혹 송으로 대표되는 반복적 리듬, 단순한 멜로디, 영어 단어를 많이 사용하는 무의미한 가사, 절도 있는 군무가 특징이 되어 케이팝의 진정성과 창의성을 결여시킨다는 비판이었다(심두보, 2013:14). 그럼에도 불구하고 혹 송의 형성은 케이팝 아이돌 문화의 중요한 특징인 동시에, 글로벌 음악 시장에서의 케이팝의 경쟁력을 높이는 핵심 요소로 자리 잡았다.

## 2.2. 3세대 이후 아이돌 현황과 경향

1세대 아이돌의 출현 이후로 대략 20년이 지난 2010년대 중반, 3세대 아이돌이 주목받기 시작했다. 그들은 혹 송의 패턴에서 벗어나 다양한 장르의 음악과 실험적인 사운드를 포함하며, 개성적인 아이덴티티를 구축하려 노력하였다. 또한, 아이돌 자체의 참여도가 높아졌으며, 자작곡이나 작사 참여는 그들의 음악적 진정성을 강조하는 요소로 작용하였다. 3세대를 대표하는 그룹인 방탄소년단은 2017년에 빌보드 뮤직 어워드에서 '톱 소셜 아티스트' 상을 수상하고, 이어서 2018년에는 '빌보드 200 차트'에서 1위를 차지함으로써 케이팝이



세계적으로 주목받는 장르로 부상하는 데 힘썼다. 이러한 성과는 단순히 상업적인 성공을 넘어, 케이팝이 전 세계적인 문화 현상으로서의 위치를 확고히 하는 계기가 되었다. 아이돌의 세대 구분은 명확하지 않지만, 3세대 아이돌들은 일반적으로 글로벌 시장을 대상으로 SNS 활동을 적극적으로 하고 있다는 공통점을 가지고 있다(최서원, 임성준, 2019:65). 1세대 아이돌은 TV와 라디오를 주요 홍보 수단으로 사용했으며, 2세대 아이돌은 인터넷을 활용했다. 그리고 3세대 아이돌에서는 모바일이 중요한 홍보 요소로 변화되었다. 또 하나의 특징은, 이 시기에는 오디션 프로그램의 형식을 통해 데뷔하는 경우가 많아졌다는 것인데, 2009년부터 시작된 엠넷 프로그램 ‘슈퍼스타 K’를 시작으로 ‘K팝스타’, ‘위대한 탄생’ 등 국민이 선정하는 서바이벌 형 음악 오디션 프로그램이 큰 인기를 끌었다(최서원, 임성준, 2019:67). 이러한 프로그램을 통해 나타난 아이돌은 이미 일정 수준의 팬 기반을 확보한 상태에서 활동을 시작하게 된다. 팬덤의 규모는 음반 판매량으로 그 중요성을 입증했고(최서원, 임성준, 2019:71), 케이팝의 인기가 세계적으로 급부상하면서 글로벌 팬덤을 구축하기 위한 전략적 홍보에 SNS의 활용성에 관한 수많은 연구가 진행되었다. 또한, 케이팝에 등장한 키워드 중 ‘세계관’이라는 홍보 전략이 보편화되었으며, 멤버들에게 가상의 설정과 스토리를 부여하기 시작했다. 특히, 방탄소년단은 앨범을 통해 10대와 20대 청년들의 생각, 꿈, 삶과 사랑을 주요 스토리로 담아 구성 앨범을 통해 주요 수록곡들이 하나로 연결되며, 그들의 세계관과 주제 의식에 대한 스토리를 담는 서사 구조를 나타냈다(정지은, 2019:71).

음악산업에 생겨난 송라이팅 캠프(songwriting camp)라는 공동의 창작방식은 1990년대 프랑스와 미국 등에서 처음 시작된 작법으로,

SM엔터테인먼트는 2000년대 후반부터 해외 유명 작곡가들을 초청하여 현재까지도 이 작법을 지속하고 있다(유지연, 2018:46). 이러한 방법은 독창적이고 감각적인 음악 작품들을 다수 탄생시켰을 뿐만 아니라, 문화 간, 장르 간 상호작용을 위한 연결점 역할을 하여 글로벌 음악 트렌드를 유입하고 케이팝 사운드를 만드는 데 큰 역할을 했다. 아이돌 음악에서는 대체로 북유럽과 미국의 유명 작곡가들의 참여가 증가하고 있으며, 더 많은 영어 가사와 외국인 멤버의 참여로 인해 케이팝의 글로벌 특성은 점점 뚜렷해지고 있다(김수정, 김수아, 2015:9). 또한, 최근 Mnet에서 방영된 '보이즈 플래닛' 서바이벌 프로그램에서는 한국과 글로벌 멤버가 동등한 위치에서 경쟁했고, 중국 출신의 멤버가 최종 1위를 차지했다. 이는 케이팝 팬들이 국적을 초월하여 아티스트를 지지한다는 것을 보여준다. 이 모든 변화는 케이팝의 지속적인 현지화와 세계화 과정에서 발생하는 문화적, 음악적, 상업적 변화를 보여준다. 2020년에서 2022년 사이에는 케이팝 3세대에서 4세대로의 전환기로 볼 수 있다(이규탁, 2023: 185). 4세대 아이돌은 그들의 전 세대와는 다르게 데뷔와 동시에 국제적인 주목을 받는 새로운 현상을 보인다. 이 성공에는 리얼리티 오디션 프로그램의 큰 역할이 있으며, 케이팝의 '발굴 - 훈련 - 데뷔' 과정이 관객들의 주목을 받아 프리-데뷔 단계에서 큰 홍보 효과를 가져다준다(김영대, 2023). 케이팝의 아이돌 산업은 지난 30여 년 동안의 흐름에서 시대적 변화를 신속하게 수용하며 국내 음악 시장의 발전에 결정적인 역할을 하였다. 그러나 현재 케이팝의 발전 과정에서 느껴지는 전통성의 부재를 고려할 때, 케이팝이 전통성을 어떻게 현대적인 맥락에서 재해석하고 구축하는지에 대해 깊이 있는 연구와 이해가 필요한 시점이라고 생각한다.

### 3. 1세대 아이돌 음악의 재해석

제3장에서는 1세대 아이돌의 원곡과 그 리메이크를 비교하며 분석하였다. 이 분석의 목적은 1세대 아이돌의 원곡이 지닌 음악적 의도와 현대의 음악적 기조, 시장 트렌드와의 교차점을 파악하는 것이다. 이를 통해 1세대 아이돌 음악의 전통성과 혁신의 접점을 조명하며, 리메이크 과정에서 원곡의 전통적 특성이 어떻게 보존되거나 변화하는지를 살펴보았다. 본 연구는 이런 접근을 통해, 1세대 아이돌 음악의 리메이크가 단순한 복제가 아닌, 새로운 문화적 및 음악적 가치의 형성과정임을 이해하고자 한다.

#### 3.1. 1세대 아이돌 음악의 리메이크 사례

리메이크 곡에 표면적으로 드러나는 음악적 차이를 알아내기 위해 다음 <표 2>로 정리하였다. 음악의 총길이와 구조, 조성, 악기, 가사, 그리고 성별 등에서의 변화와 차이점을 ‘O’와 ‘X’로 구분한 것이다.

<표 2> 원곡이 리메이크에서 변화되어 나타난 요소

곡명	원곡 가수	리메이크 가수	길이	구조	조성	템포	가사	성별	편곡 /사운드
Be Natural	S.E.S. (2000)	레드 벨벳 (2014)	X	X	X	X	X	X	O
White	핑클 (1999)	더 보이즈 (2019)	O	O	O	X	O	O	O
Dreams Com true	S.E.S. (1998)	에스파 (2021)	O	O	X	O	O	X	O
Candy	H.O.T (1996)	NCT Dream (2022)	O	O	X	X	O	X	O

첫 번째 곡인 〈Be Natural〉은 3세대 아이돌 레드 벨벳에 의해 재 해석되었다. 다른 곡에 비해 14년이라는 다소 짧은 주기로 리메이크 되었다. 레드 벨벳은 소녀시대의 대중적인 매력과 에프엑스의 실험적인 사운드를 결합해, 강렬하면서도 발랄한 특징을 지닌 그룹으로 알려져 있다(김성민, 2018:171). 그러나 리메이크 곡은 원곡의 음악적 특징과 구성을 크게 존중하며, 기존의 이미지와는 상반되는 중성적인 이미지를 강조하는 방식으로 표현되어 있는데, 이 선택은 ‘레드’와 ‘벨벳’이라는 단어의 조합이 상반되는 이미지를 표현하기에 적절했던 것으로 보인다. 〈표 2〉에서 음악의 총길이의 변화는 구조적인 변형으로 생겨난 3초 이상의 변화를 가진 음악들에만 ‘O’로 표기하였다. 이 곡의 음악적 특성은 다른 곡들과 비교할 때 원곡과 많이 일치하며, 분석된 네 개의 곡 중에서는 총길이, 구조, 그리고 가사의 변화가 없는 유일한 곡이었다. 그 결과, 이 곡은 리바이벌로 볼 수 있고, 일반적으로 리메이크는 사용하는 도구에 따라 다양한 해석이 가능하다는(정소진, 2012:8) 점을 고려할 때 창의적 재해석의 가능성과는 대조된다. 그러나 이 곡은 당시 아직 데뷔하지 않은 소속사의 후배 래퍼의 ‘콜라보레이션’ 참여가 이 곡을 더욱 독특하게 만든다. 1세대 아이돌의 음악적 특성을 재현하는 것으로부터 과거, 현재 및 미래의 케이팝 세대를 잇는 역할을 수행하고 있는 셈이다.

더 보이즈의 〈White〉는 데뷔 2주년을 맞아 크리스마스 시즌을 겨냥한 스페셜 싱글앨범으로 제작되었다. 이 노래는 가수의 성별에서 원곡과 가장 두드러진 차이점을 발견할 수 있다. 원곡에서는 여성 4명으로 이루어진 그룹에서 더 보이즈는 11명의 남성 멤버로 구성되어 원곡에서는 Bb 메이저를 사용하였으나, 리메이크 곡에는 E 메이

저로 조성이 변경되었다. 원곡에서는 대략 3분 8초부터 마지막 코러스의 반복 부분에 두 키의 조성이 올라간 C 메이저로 바로 전조가 되지만 더 보이즈는 8마디의 랩을 추가한 후, 두 키의 조성이 올라간 Gb(F#) 메이저로 전조가 되었다. 구조적 변화는 더 보이즈의 멤버 선우와 에릭이 랩 메이킹에 참여하여 변경된 것으로, 원곡의 1분 54초부터 2분 12초까지의 영어 랩 가사는 더 보이즈의 곡에서 내용 변경과 함께 2분 2초부터는 한글 가사로 변경되었다. 또한, 3분 8초부터 랩이 추가되었으며 그 내용은 다음과 같다.

**1분 54초부터:** Soul city, city lights. Let it snow This starry night.  
Let the cold weather bring people closer. Come in baby let me melt you.

**2분 2초부터:** 꿈 꿈 얼은 듯 꼭 잡은 손. 차가운 입김 그 안엔 사랑의  
녹는 점이. 내 맘속에 새하얗게 쌓인 건 네 예쁜 눈이겠지 you the one.

**3분 8초부터:** 첫눈 보다 너의 두 눈이 좋아. 눈이 오는 날보다 more  
비가 더 좋아 밖에. Christmas 조명들보다 너와 나 더 빛나. 손을 잡고  
함께 걸어가고파. 무슨 말이 가장 네게 어울릴까. 하나뿐인 사랑 모든 걸  
내게 다 주니까. 진심으로 노래해 이걸 널 위한 가사. 곁에 있는 네가 내  
전부인 것 같아.

원곡에서의 가사는 거리 연인에 대한 관찰, 개인적인 경험 등을 토대로 사려 깊고 섬세한 표현이라면, 더 보이즈의 노래에 추가된 가사는 좀 더 직접적이고 사랑에 대해 노골적인 표현을 서슴지 않았다. 이는 남녀 간의 관점뿐만 아닌 예술적 선택이거나 사회적 규범 및 기대의 변화에 따른 반영임을 간과할 수 없다. ‘겨울’과 ‘연인’이라는 주제를 중심으로 원곡과 큰 차이가 없지만, 이 앨범이 데뷔 2주년을 기념한다는 점을 고려하면, 활발한 도시와 별빛 가득한 밤

이라는 대조적인 이미지는 가수의 무대와 팬들의 따뜻한 응원을 상징할 수 있다. 추운 날씨에도 불구하고 모여든 사람들과 굳게 잡은 두 손은, 가수와 팬들 사이의 깊은 유대와 함께한 시간을 의미하며, 그동안의 힘든 시간을 함께 극복해 온 팬들에 대한 감사와 앞으로도 계속 지속되길 바라는 가수의 진심을 담은 것으로 해석할 수 있다. 또한, 음악적인 변화에서 멤버의 구성이 다양한 더 보이즈의 경우 백그라운드 보컬 화음이나 브라스 악기 및 신시사이저의 사운드, 그리고 악기의 선율적인 부분 등 편곡에서 더욱 화려한 변화가 나타났다.

세 번째 곡인 〈Dreams Come True〉는 독특한 멜로디와 감각적인 편곡으로 1998년 핀란드 작곡가 리스토(Risto)가 만들어 큰 성공을 거둔 곡이다(유지연, 2018:46). 그러나 이 곡은 핀란드 여성 듀오 나일론 비트(Nylon Beat)의 〈Like a fool〉이 최초의 원곡이며, S.E.S. 또한 이 곡을 리메이크하고 번안하여 불렀다. 당시의 영국이나 미국의 걸그룹들과 달리 또 다른 상큼함과 아기자기한 팝, 록 스타일에 흥겨우면서도 북구 유럽 특유의 시원한 느낌이 드는 것이 특징인 곡이다(고영탁, 2002). 번안을 거치면서 나일론 비트의 가사가 사랑하는 사람에 대한 감정적인 표현을 중심으로 내용이 전개되었다면, S.E.S.의 가사는 이에 더해 사랑하는 사람과의 미래에 대한 약속과 기대감을 강조한다. 또한 노래의 2절 이후 새롭게 등장한 브리지 구간의 삽입과 특별한 주제 없이 연속적인 단어와 구문들로 나열된 랩이 추가되어있다. 추병식(2015)의 연구에 따르면 90년대는 이전 시대의 유산인 근대적 사랑을 묘사하는 노래의 가사가 탈근대적으로 바뀌어 가고 있는 시기였다. 지난 20여 년 간 탈근대적 사랑이 등장하여 어느덧 시대의 주류 흐름으로 급격히 자리하였음을 밝혀

났다. 1998년에 발표된 이 노래는 두 가지 성격을 모두 포함한다. “아껴왔던 작은 사랑도”, “나를 지켜줄거야”, “너 하나만 사랑해” 등의 가사는 여성이 순수하고 헌신적으로 자신의 사랑을 지키려는 의지를 나타내며 그 안에서의 행복을 강조한다. 반면 “내가 원하는 대로, 자신 있는 모습 그대로”, “처음 느낌 그대로 짜릿했던 느낌 그대로” 등의 가사는 개인의 감정과 느낌이 중요하게 여겨지는 탈근대적 사랑의 개념으로 볼 수 있다. 또한, 추가된 랩 부분은 전통적인 가사의 형태를 벗어나 자유롭게 감정을 표현하는 것을 볼 수 있다.

**브리지:** Come on lover 언제나 둘이 함께. 내가 있는 나 행복할 거예요. 더 이상 슬픈 노랜 듣지 않을꺼예요. 내 맘을 알겠죠.

**랩:** Now I love, if you want me, want to / take it(take it) make it so / love with it with it with it / wity it with again / Funny what you do it gotcha / do me what do again do in / what's up wella gella doing killa.

1세대로 대표되는 걸그룹 S.E.S가 동시대에 활동한 미국의 TLC의 1990년대 흑인 걸그룹의 밝은 도시적인 이미지를 따랐다면, 2세대 원더걸스는 더 이전 흑인 걸그룹의 소울풀한 가창력과 복고적인 스타일의 1960~70년대를 모방했다(크리스털 앤더슨, 2022: 184-185). 반면 4세대의 에스파는 앞의 세대와는 달리 메타버스 기술과 결합하여 현실 세계의 멤버들과 가상 세계의 아바타<sup>2)</sup>인

---

2) 아바타(Avatar)는 “인터넷상의 사이버 공간에서 사용자의 역할을 대신하는 애니메이션 캐릭터 혹은 그래픽 아이콘을 뜻하는 말로서, 인터넷상의 다양한 분야에서 폭넓게 활용되고 있다. 사람들은 아바타를 통해 인간관계를 맺고, 채팅이나 게임을 하거나 정보를 교환한다. ... 아바타는 사용자가 자신이 원망하는 모습을 구현하는 기회가 되기도 한

‘아이(ae)’ 간의 독특한 상호작용과 관계성을 중심으로 한 컨셉을 가진다. 가상의 아이와 현실 멤버가 명징하게 존재론적 관계를 맺고 있으며, 두 개체는 별개의 유기체로서 독립적으로 작동하면서도 서로 교감하며 성장해나가는 스토리텔링을 전제로 한다(강신규, 2021:216-217). 이러한 컨셉이 표현된 것으로는 에스파의 리메이크 뮤직비디오의 가수 뒤 배경에 가상의 아이가 등장하는 장면이 연출된 점과 백업 보컬에서 기계적으로 변형된 사운드를 사용한 점을 들 수 있다.

〈그림-2〉 에스파 ‘Dreams Come True’ MV  
배경에 사용된 아바타




---

다. 자신이 바라는 모습이 구현되는 기회를 가상현실에서 아바타를 통해 갖는 것이다 (한국문화사회학회, 2012:162).”



또한, S.E.S.의 뮤직비디오에서 랩 부분에 디지털 글씨체의 자막으로 전달하는 메시지는<sup>3)</sup> 에스파의 뮤직비디오에서도 동일하게 재현되는데, 이는 그들의 세계관과 스토리텔링에 연결된 부분이다. S.E.S.의 뮤직비디오는 공상과학적인 배경으로 미래의 세계관을 그려내며 기술과 인간, 그리고 사랑 간의 상호작용을 주제로 한다. 이 연출은 90년대 후반에 디지털 기술과 인터넷의 급속한 성장 속에서 사람들이 미래에 대한 호기심과 불안을 겪하고 있던 시기의 반영이다. 더 나아가, 그 시절 사람들이 디지털과 현실 사이의 관계를 다시 생각하게 되는 중요한 시점을 상기시켜준다. 이런 특징은 단순히 곡의 음악적 매력을 넘어서, 당시의 사회와 문화적 배경을 잘 보여 주며, 그 시대의 사람들의 꿈과 고민을 되돌아볼 수 있는 계기를 마련한다.

이 외에도 에스파의 리메이크 버전은 S.E.S.의 곡과 많은 차이점이 있다. 먼저, 템포가 변경된 것인데, 원곡에서는 94 bpm이 사용됐지만 에스파의 노래에서 99 bpm의 더욱 빠른 템포가 사용되었다. 이와 함께 음악의 구조적인 변화가 생겨 총길이가 단축되었고 새로운 구간이나 가사의 추가, 그리고 리듬이 변경되어 나타났다. S.E.S.의 버전은 절과 후렴이 반복되는 대중음악의 일반적인 구조를 따르면서도 전주 구간이 14마디, 간주와 후주 구간이 각 10마디로 길게 나타난다. 이러한 구간은 현대에 와서 더욱 짧은 구조로 사용되기 때문에 에스파 버전의 전주 구간은 줄어들고, 각각의 구간마다 새로운 멜로디와 가사를 추가하여 메시지를 전달하는 방식을 채택하였다. 두 곡의 전체 구조는 다음과 같으며 ( )안의 숫자는 마디 수를

---

3) "느껴봐, 생명의 문을 여는 아름다운 사랑의 힘을. 너희는, 우리의 수호천사야! 우리는 너희의 사랑으로만 생명의 눈을 뜰 수가 있어. 잊지마! 우린 언제까지나 너희를 지켜주고 있어."

나타낸 것이다.

**S.E.S. 버전:** 전주(14)-절(8)-후렴(8)-간주(10)-절(8)-후렴(8)-간주(4)-브리지(9)-랩(4)-후렴(8)-후주(10)

**에스과 버전:** 전주(8)-절(8)-후렴(8)-간주(10)-\*절(8)-후렴(8)-간주(10)-브리지(9)-랩(4)-후렴(8)

두 음악간 전체적인 구조는 유사하나, 그 안에서 발견되는 요소의 차이점은 다음과 같다. 첫째, 전주 부분을 8마디로 축소하여 현대의 힙합 리듬에서 빈번히 등장하는 트랩(trap)<sup>4)</sup> 리듬을 접목하였고, 그 위에 새로운 랩이 추가되었다는 것이다. 둘째, \*로 표시된 부분의 2절 절 부분은 원곡 가사의 내용을 바탕으로 크게 재구성하여 선율과 편곡 적인 면에서 확연히 다른 분위기를 연출한다. 셋째, 간주는 1절과 2절 모두에서 10마디로 나타나지만, 에스과 버전에서는 반복되는 가사와 선율이 등장한다. 넷째, 노래의 선율에서 원곡과 비교하여 조금씩 다르게 나타나는 부분들이 있다. 다음은 추가되거나 변형된 가사이다.

**전주:** Uh, You wanna feel the vibe. That I'm feeling and loving it and imagining. 저기 멀리 Looks like tiny we call it's destiny. 지금부터 하나 둘 셋 하면 모여보자. 그래 Come over. Yeah, Get it on nah Get in on nah. Let's bring back to 90's.

**간주:** You make it feel me good. Do you wanna upside down. You make it feel me good. Don't you wanna up and down. I'm in Twilight Zone.

---

4) 트랩 음악은 1990년대 초기 남부 미국, 특히 애틀랜타에서 시작된 것으로, 3연음, 5연음 등의 빠르게 반복되는 하이햇 리듬을 사용하는 것이 특징이다.

**\*절(2절):** 처음 느낌인 것처럼. 짜릿했던 순간 그대로야 지금 난. 마치 약속했던 것 같아. 같은 곳 바라볼 때 그때 말하고 싶어. So I'm loving you more than last forever. Hey, Yeah.

변형된 가사에서 전주 구간에 표현된 영어 랩은 90년대라는 시간을 구체적으로 나타내며, 이는 단순히 과거의 트렌드와 스타일을 복제하는 것이 아니라 두 다른 시대의 문화적, 정서적인 통합을 반영한다. 또한, 2절의 도입부에 새로운 선율을 추가하는 방식은 현대 아이돌 음악의 대표적인 구조를 반영한 것으로 보이며, 영어 가사의 사용이 늘어난 점 등을 통해 음악을 통한 시대적 감성의 전달과 문화적 유산의 현대적 재해석이라는 면에서 매우 의미 있는 시도로 볼 수 있다.

네 번째 곡 <Candy>는 1세대 아이돌의 대표그룹 H.O.T.의 원곡을 리메이크 한 곡이다. 다른 곡들과 마찬가지로 국내 아이돌 그룹의 태동기에 선구자적인 역할을 해 온 만큼 현재까지 여러 세대의 아이돌에게 커버 대상으로 선택되곤 한다. 대부분 방송 프로그램에서 일회성 퍼포먼스를 선보였던 경우가 많았지만, NCT Dream은 앨범<sup>5)</sup>으로 발매한 경우이다. 일반적으로 1세대 남성 아이돌의 이미지는 아직 성장기에 있는 반항적인 10대나 귀엽고 서글서글한 미소년을 표상했다. 그러나 2000년대 후반에 들어와 남성 아이돌 그룹은 여전히 어린 나이였지만, 이른바 메트로섹슈얼이라는 이미지를 표방하는 육감적이고 관능적인 아이돌이 되어갔다(이동연, 2012). 3세대 아이돌로 분류되는 NCT(Neo Culture Technology)는 신개념 아이돌

---

5) 2022년 12월 16일 발매. 총 6곡으로 이루어진 'Winter Special Mini Album'의 타이틀 곡 <Candy>는 리메이크곡으로서 유일하다.

그룹으로 개방성과 확장성을 핵심 가치로 삼아 고정된 멤버 구성이 없으며, 세계 각지에서 활동하는 여러 유닛 그룹으로 구성된다는 특징을 가진다. 이들은 아이돌 세대 간 남성성 변화와 다양한 취향을 충족시킨다는 점에서 의의가 있다. 그중 NCT Dream은 10대 중심의 멤버 구성으로 시작되어 현재까지도 밝고 경쾌한 에너지의 노래와 퍼포먼스를 담당한다. 〈Candy〉의 뮤직비디오는 원곡의 요소들과 NCT Dream의 독특한 특징들이 결합된 형태로 표현되었다. 이는 단순한 재현이 아니라 현시대의 감각에 맞게 새롭게 해석되어 재탄생한 모습이다. 먼저, 원곡 뮤직비디오의 배경은 회전목마를 중심으로 한 놀이공원의 여러 곳이 반복되어 나타나며 비디오카메라를 연상시키는 아날로그적 느낌들이 돋보이지만, 리메이크에서는 형형색색으로 잘 연출된 새로운 놀이 공간과 스튜디오를 배경으로 사용하여 멤버들의 다채로운 매력과 퍼포먼스를 강조한다. 리메이크된 뮤직비디오에서 회전목마는 노래의 후반부에 잠시 등장한다. 더불어 페이스 페인팅 그리고 '파워레이서'와 '망치춤'이라는 특징적인 안무 등은 원곡을 세심하게 참고한 요소로 볼 수 있다. 원곡 〈Candy〉의 특징인 하얀 멜빵바지와 다채로운 티셔츠, 모자, 장갑 같은 의상들이 리메이크된 뮤직비디오에도 등장한다. 그러나 리메이크 버전에서는 더욱 다양하고 화려해진 의상 스타일이나 이와는 대비되는 블랙의 의상 등이 혼합되어 연출되며, 고가의 명품과 브랜드 로고가 자주 등장함으로써 현대 아이돌들의 패션 트렌드를 반영한다.<sup>7)</sup>

---

6) NCT U(고정된 멤버 구성이 없는 유닛), NCT 127(서울을 기반으로 한 유닛으로 '127'은 서울의 경도를 뜻한다.), NCT Dream(20세가 되는 멤버가 졸업하는 시스템을 가졌으나 현재는 고정 그룹으로 전환되었다.), WayV(중국 시장을 대상으로 하며 중국어로 노래를 부른다.)

7) NCT Dream의 패션 스타일은 키차레트로 유형으로 분류될 수 있다. 최승은과 김영인

〈표 3〉 H.O.T.와 NCT Dream의 뮤직비디오 의상 비교

H.O.T. 〈Candy〉 뮤직비디오(1996)	
	
NCT Dream 〈Candy〉 뮤직비디오(2022)	
	

원곡의 시작 부분은 1996년 폴라 압둘(Paula Abdul)의 노래 〈Ain't Never Gonna Give You Up〉의 도입부를 샘플링 했지만, 리메이크 곡에는 자체적으로 새로운 분위기의 전주 구간을 만들어 사용했다. 또한, 원곡에서 1분 54초부터 2분 10초까지 등장하는 간주 부분을 삭제하는 대신, 2분 10초부터 2분 25초까지 랩과 노래가 함께 얹혀 있던 부분을 리메이크에서는 간주 부분에 랩을, 그리고 후에 노래가 이어지도록 나눠서 불렀다. 리메이크 버전의 특이점은 이 노래의 특

(2018)의 연구에 따르면 NCT Dream과 같은 소속사의 선배 그룹인 EXO의 패션 스타일은 키차레트로 유형으로 분류되었다. 이들의 패션 스타일은 과장되고 복잡한 레이어링을 특징으로 하며, 빨강, 진한 빨강, 주황, 노랑, 초록, 파랑 등의 선명한 색상과 화려한 무늬를 사용한다. 또한, 플라스틱이나 금속 같은 다양한 소재로 제작된 크고 독특한 액세서리를 선호한다는 결과를 도출하였다. 이는 NCT Dream의 〈Candy〉 뮤직비디오 속 의상과도 중첩되는 부분이 많다.

징적 사운드라고 할 수 있는 부분이 삭제되었다는 것이다. 노래의 후렴이 끝날 때마다 제목과 같은 ‘candy’라는 단어가 추임새로 등장했던 부분이 리메이크 버전에서 1절 후렴 뒤에 한번 등장하였으며, 후에는 전혀 다른 단어가 사용되었다는 것이다. 편곡적인 측면에서 전주, 간주, 브리지 부분에는 악기 요소가 빠지거나 더해지는 등의 차이가 있었고, 가사는 모두 같게 나타났으나, 추임새 부분에서는 ‘음’ 대신 ‘uh’를 사용하는 등 미묘한 변화가 있었다.

종합적으로, 위의 4곡은 모두 같은 소속사의 선배 아티스트의 곡을 재해석함으로써 중요한 의미를 지닌다. 첫 번째 곡을 제외한 나머지 곡들은 20년 이상의 시간이 지난 후에 재해석되었고, 이는 음악적 측면과 함께 문화적 측면에서도 연결점을 보여준다. 리메이크된 곡들은 현대 음악의 트렌드를 반영하여 변화하였고, 특히 구조와 가사에서 그 차이점이 도드라졌다. 구조의 변화는 원곡에서 사용된 기본적인 순서를 고수하는 반면, 주로 전주, 간주, 후주에 뚜렷한 변화가 있었다. 전주는 본격적인 노래에 앞선 소개에 해당하고, 간주는 절과 절 사이를 연결해주며 분위기 전환이나 구성에서 휴식을 의미한다. 2000년대 이전 대부분의 곡이 전주와 함께 1절이 시작되는 것과 달리 MP3 음원과 스트리밍 시대가 도래하면서 빠른 시간 동안 수용자에게 선택받기 위한 음악의 구조적인 변화가 일어났다(박선민, 2023:136-141). 아이돌 음악은 퍼포먼스의 중요성이 높아, 전주나 간주의 전통적 역할이 줄어들었다. 이런 흐름 속에서 리메이크된 곡들은 가수의 음성이 끊임없이 이어지는 형식으로 재구성되었다. 새로운 가사와 멜로디는 대체가 아닌 새로운 생성, 즉 새로운 표현과 경험의 방식으로 사용된다. 세대교체가 이루어질 때마다 새로운 트렌드와 음악 스타일, 마케팅 전략 등이 도입되지만, 그 기본

적인 틀은 이전 세대의 아이돌 문화에서 남겨진 유산에서 비롯된다. 세대가 지나면서 다양한 문화적 패러다임의 변화에 맞추어 음악 또한 그 특성을 변화시키게 된다. 이러한 과정 안에서 1세대 아이돌의 음악과 스타일은 다양한 형태로 재해석되고 리메이크되어, 새로운 세대의 팬들에게도 다가가고 있다. 케이팝이 단순히 순간적 유행을 넘어, 한국 대중문화의 지속 가능한 성장을 보여주는 중요한 지표로서 그 의미를 확장하고 있다.

### 3.2. 문화적 가치와 현대적 재해석

이 절에서는 1세대 케이팝 아이돌 음악의 리메이크 현상이 어떻게 전통과 전승의 맥락에서 재해석되는지에 대해 깊이 있게 탐구하려고 한다. 20세기 역사학자 에릭 홉스봄(Eric Hobsbawm)은 그의 저서 ‘만들어진 전통’에서 현대 사회에서 나타나는 전통의 본질에 대해 통찰력 있는 관점을 제공한다. 이 ‘만들어진 전통’이라는 개념은 광범위하지만, 추정 가능한 시기의 대략 수년 사이에 급속히 확립된 전통을 포함한다. 또한, 통상적으로 공인된 규칙에 의해 지배되며, 특정한 의례나 상징을 통해 사회의 연속성과 과거와의 연결성을 강조한다(에릭 홉스봄, 2004:20). 홉스봄의 전통에 관한 개념은 사회 통합과 소속감의 구축 및 상징화, 제도의 설정 및 정당화, 그리고 사회화라는 세 가지 핵심 요소로 구성된다(에릭 홉스봄, 2004:33). 이러한 개념들을 현대 케이팝 아이돌 음악의 현상, 특히 1세대 아이돌 노래의 리메이크와 연결하여 보면, 케이팝이 어떻게 과거의 음악적 전통을 재해석하고 현대에 적용하는지에 대한 깊은 이해를 얻을 수 있다. 대중문화에서 스타 또는 아이돌의 역할이 수용자에게 예술

성과 퍼포먼스의 우수성을 보여줄 뿐만 아니라 미디어 텍스트에 다양한 의미를 부여하는 동시에 복잡한 문화적, 이념적 가치를 전달하는 엔터테인먼트 산업의 중추적인 마케팅 도구로 작용한다. 아이돌이라는 스타의 존재가 팬덤이나 소비자 등 수용자의 참여에 주요 통로 역할을 하며, 즉 미디어에서 재현되는 이미지를 계속해서 소비하고 향유하는 것이다(김영찬, 오현주, 2011:133-134). 뮤직비디오의 댓글은 다양한 연령대, 국적, 문화적 배경의 사람들로부터의 직접적인 반응을 포착할 수 있기 때문에 노래와 관련된 대중의 인식과 의견을 이해하는 데 매우 유용한 자료가 된다. 댓글 선정 기준은 내용이 명확하고 직접적으로 주제나 문제에 관한 의견이나 반응을 나타내는 경우, 아래의 주제들과 관련 있는 내용을 담고 있는 것으로 선택되었다. 이에 따라 앞에서 연구된 내용과 함께 공식 유튜브브의 뮤직비디오 댓글<sup>8)</sup>을 통해 흡스봄의 세 가지 핵심 요소와 연결하여 분석하고자 한다.

### ① 사회 통합 또는 소속감

NCT Dream은 〈Candy〉 발매 이후 이벤트를 열어 1세대 아이돌의 팬이었던 엄마와 이모, 3세대 아이돌의 팬이 된 조카의 이야기를 소개함으로써 과거와 현재를 잇는 세대 간 통합 과정을 보여주었다(맹선미, 2022). 이러한 주제의 중요성을 인지하며 몇 개의 뮤직비디오 댓글<sup>9)</sup>을

---

8) 2023. 08. 23. 접속.

9) 원본: @redpanda356: we need concepts like these back in kpop. @JenniferChu-fk3qc: Im 41, I still remember the original group that sing this song. Brings back memories during my teenage years. @hannahong: i really really love this song bc when my mom was my age, candy by h.o.t. was popular then, and seeing her get excited when hearing this made me so happy.



분석하였고, 이와 관련된 대중의 반응과 의견을 파악하고자 하였다.

〈Be Natural〉 댓글: @redpanda356: 우리는 이런 컨셉들이 케이팝에 다시 돌아오길 원합니다. 〈White〉 댓글: @JenniferChu-fk3qc: 저는 41살입니다. 여전히 이 노래를 부른 원래 그룹을 기억합니다. 이것은 나의 10대 시절 추억을 되살립니다. 〈Candy〉 댓글: @hannahong: 이 노래를 정말 정말 좋아했습니다. 왜냐하면 제 엄마가 제 나이였을 때, H.O.T.의 candy가 유행했었기 때문입니다. 이 노래를 듣고 엄마가 신이나 하시는 것을 보니 저도 너무 행복했습니다.

댓글들을 통해 컨셉들이 다시 재현되길 원하는 것은 그 시절의 통합감과 소속감을 다시 느끼고자 하는 감정이 반영되어 있다는 것을, 10대 시절의 추억을 기억하는 것은 그 시간에 대한 소속감을 갖고 있음을 나타낸다. 또한 엄마의 반응을 통해 세대 간의 연대감을 느끼게 됨을 알 수 있다. 이러한 세대 간 연결은 케이팝의 역사와 전통을 존중할 뿐만 아니라 다양한 연령층과 시간대에 걸쳐 팬들을 끌어모으고 단결시키는, 지속성과 능력을 보여준다.

## ② 제도의 설정 또는 정당화

1세대의 대표적인 노래를 부활시킴으로써, 케이팝 산업은 오리지널리티를 가진 노래와 아티스트의 중요성을 강조한다. 리메이크라는 과정은 내부적으로 과거의 음악에 대한 존중과 재조명의 필요성에서 시작되며, 어떤 곡이 적합한지, 변형할 부분은 무엇인지에 대한 깊은 연구가 이루어진다. 이 과정에서 1세대 음악의 핵심 요소와 현대 트렌드가 결합하여 새로운 음악적 경험을 제공하게 된다. 리메이크에 대한 성공이나 실패는 향후 개선 방향을 모색하기 위한 피드

백이 중요하게 되며, 팬덤의 반응을 살피게 된다. 이러한 접근은 아이돌 산업이 그들의 역사와 뿌리를 강화하며, 전 세계 음악 시장에서의 위치를 재확인하는 계기가 된다. 이를 확인한 댓글<sup>10)</sup>은 아래와 같다.

〈Be Natural〉 댓글: @yhl777: 바다가 완성한 명곡. 반드시 바다의 목소리로 불러야 가치가 빛나는 곡. SM 전설의 시작은 바다의 유니크한 보이스 컬러라고 생각함. 〈Dreams Come True〉 댓글: @phych: 이 노래는 원더걸스의 Nobody나 소녀시대의 Gee, H.O.T.의 Candy 등과 같이 시간이 흘러도 잊히지 않아야 합니다. 우리는 이 노래가 절대 잊히지 않도록 해야 합니다. 〈Candy〉 댓글: @hykbnie: 이번 달에 가장 행복한 순간은 dreamies가 H.O.T.의 전설적인 노래를 부르는 것을 보는 것이었어요. 이런 모습을 볼 줄은 상상도 못 했는데, SM에게 감사드려요. 새로운 그룹이 과거의 아티스트 노래를 리메이크하면서 K-pop의 첫 세대를 다시 떠올리게 해주서.

이 댓글들은 케이팝 산업에서 특정 아티스트와 그들의 노래가 지닌 중요성과 가치에 대한 깊은 사회적 인식을 드러내고 있다. 원곡을 부른 아티스트의 독특한 목소리와 시간이 흘러도 잊히지 않는 명곡들의 가치는 케이팝의 역사와 그 본질을 현대에 다시 해석하고 강조하는 것을 보여준다. 또한, 차세대 그룹들이 이런 과거의 명곡들을 리메이크함으로써, 그 노래들의 지속적인 중요성과 가치를 인정하고 보존하는 것은 리메이크라는 행위가 얼마나 사회적으로 중요하고 정당화되는지를 보여준다.

---

10) 원본: @phych: This song should be as timeless as Wonder Girls' Nobody, Girls' Generation's Gee, H.O.T.'s Candy, etc. We should make sure that this song will never be forgotten. @hykbnie: Ver a los dreamies con una canción icónica de h.o.t es lo más bonito de este mes, nunca pensé ver esto muchas gracias SM por hacer que grupos nuevos hagan remakes de sus artistas antiguos trayendo de vuelta la primera generación del kpop.

### ③ 사회화

리메이크를 통해 반영된 과거의 음악이나 문화의 재해석은 현재의 대중에게 과거의 사회와 문화를 이해하는 중요한 통로가 될 수 있다. 이 과정에서 청중은 이 문화의 발전과 변화, 그리고 그 중요성에 대한 깊은 인식을 얻게 된다. 아래의 댓글<sup>11)</sup>은 리메이크 곡이 어떻게 시간을 넘어서 사회와 상호작용하며, 그 과정에서 과거의 문화와 기술, 그리고 현재의 재해석을 통해 사회화의 중요한 과정을 이루는지를 나타낸다.

〈Dreams Come True〉 댓글: @murthfilm: 이 뮤직비디오들은 언제나 저에게는 너무나도 위로가 되고 아름답습니다. 과학적이고 3D 애니메이션의 부드러운 빛은 초기 2000년대의 상징적인 특징이었는데, 이제는 뮤직비디오에서 볼 수 없는 것 같습니다. 〈Candy〉 댓글: @brianmrsdd7176: 이 노래는 NCT와 같은 회사 소속의 그룹, H.O.T이 부른 것입니다. 케이팝의 첫 세대에서 이 그룹은 최고였고, 이 노래 'Candy'는 그들의 가장 큰 히트곡이었습니다. 'Candy'는 케이팝 역사의 상징적인 노래로, 다양한 쇼나 페스티벌에서 여러 그룹들이 커버해왔습니다. 거의 모든 그룹들이 이 노래를 불렀고, NCT의 버전은 이 노래의 리마스터 버전입니다. 이 노래는 그 특별함 때문에 절대로 유행을 타지 않을 것입니다.

---

11) 원본: @murthfilm: These music videos will always be so comforting and beautiful to me. The sci-fi 3d animations with the soft glow is just such an iconic early 2000s touch that music videos don't have anymore. @brianmrsdd7176: Esta canción fue de un grupo de la misma empresa de nct, HOT en la primera generación del Kpop este grupo fue el mejor, y está canción es su mayor Hit, Candy es una iconica canción de la historia del kpop, Existen múltiples covers por grupos en diferentes shows, festivales, Casi todos los grupos lo han cantado, ahora de NCT es una remasterización, esta canción jamás pasará de moda por que es Iconica.

아이돌 팬덤의 독특한 특성은 각자의 의견을 자유롭게 발표하며 집단주의를 벗어나는 독립적인 집단지성을 보여준다. 그들은 단순히 아이돌을 좋아하는 팬이 아닌, 아이돌과 관련된 다양한 문화와 의견을 공유하는 공동체의 구성원으로서의 자아를 인식하고 있다(한유희, 2022:141). 댓글에서 드러나는 팬들의 반응은 케이팝이 지난 세대의 음악적 전통에 어떻게 접근하고 이를 현대적으로 재해석하는지의 과정을 보여준다. 케이팝 아이돌 음악에서의 전통은 1세대 아이돌의 음악적 유산과 그 영향력을 현대적인 기술과 결합하여 새로운 청취 경험을 제공하는 예술 작품으로 재탄생하게 한다. 결국, 케이팝은 그 자체로 과거의 음악적 전통과 현대의 기술 및 문화적 변화를 접목해, 다양한 세대의 청자들에게 과거의 향수와 현재의 탐구, 그리고 아이돌 음악의 깊은 뿌리와 그 발전과정을 함께 이해할 수 있는 매개체로 자리 잡고 있다.

#### 4. 결론

이 연구는 1세대 아이돌 리메이크 음악에 대해 음악적·문화적 측면의 접근으로 수행되었으며, 다양한 이론적 맥락에서 전통성과 현대성, 그리고 세대 간의 문화적 연속성과 변화를 탐색하였다. 문화유산 이론을 통해 볼 때, 리메이크 음악은 1세대의 아이돌 문화를 현대에 재해석하고 전달하는 중요한 매개체로 작용한다. 리메이크 과정 자체가 새로운 의미와 상징을 생성하며, 그것이 다시 현대의 팬들과 아이돌에게 와서 갖는 의미를 밝히고자 했다. 연구의 결과 첫째, 1세대 아이돌 음악의 리메이크는 전통과 혁신이라는 역동적 관계를 보여준다. 이러한 리메이크는 원곡의 기본적인 특과 일부 구

조적 요소를 유지하면서도 내용, 구조, 가사에 주목하여 일부 변화를 가져왔다. 이는 과거의 음악적 유산을 존중하고 보존하는 것과, 동시에 다양한 청중의 공감을 불러일으키는 창의적인 요소를 도입하는 것, 이 둘 사이의 균형을 반영하며, 반복이라는 것에 내재한 변형 가능성을 보여준다. 둘째, 1세대 아이돌 음악이 계속해서 재해석 되는 장르로서 이는 곧, 케이팝이 지속적인 진화를 거듭하고 있음을 강조하고자 한다. 각 세대 변화에 따른 새로운 기술과 음악 스타일, 마케팅 전략으로 케이팝은 새로운 세대의 팬들과 소통 가능한 메커니즘을 만들어 낸다. 셋째, 1세대 아이돌이 확립한 음악 전통에 대한 음악산업의 내부적인 존경심과 팬덤이 부여하는 공동체적, 사회적 가치를 강조한다. 리메이크는 원작에 대한 경의를 표현하는 한 방법일 뿐만 아니라, 전통의 전승을 통해 케이팝의 지속적인 가치와 예술적 표현을 여러 세대에 걸쳐 계승하고 기리는 중요한 역할을 한다.

이러한 접근을 통해, 리메이크 음악이 단순히 과거를 모방하는 것이 아니라, 과거와 현재, 그리고 다양한 세대 간의 상호작용과 문화적 연결성을 구축하는 복합적인 현상임을 확인하였다. 이는 다음 세대의 아이들과 팬들이 1세대의 음악과 문화를 어떻게 인식하고 재해석하는지, 그리고 그 과정에서 어떤 새로운 가치와 의미를 창출하는지에 대한 더 깊은 이해를 가능하게 할 것이다. 마지막으로, 이 연구가 케이팝 아이돌 음악의 문화적, 세대적 상호작용에 대한 통찰을 제공하고자 하였지만, 복잡성과 미묘한 차이를 완전히 이해하기 위해서는, 보다 포괄적이고 다양한 접근 방식이 필요함을 시사하며 마치고자 한다.

## 참고문헌

### 1. 단행본

- 김성민. 2018. 『케이팝의 작은 역사』, 글항아리.
- 김창남. 2012. 『대중음악의 이해』, 한울.
- 박선민. 2023. 『케이팝 인사이트』, 북코리아.
- 사이먼 레이놀즈. 2014. 『레트로마니아:과거에 중독된 대중문화』, 작업실유령.
- 신현준. 2013. 『가요, 케이팝 그리고 그 너머:한국 대중음악을 읽는 문화적 프리즘』, 돌베개.
- 신현준, 최지선, 김학선. 2022 『한국 팝의 고고학 1990: 상상과우상』, 을유문화사.
- 에릭 홉스봄. 2004. 『만들어진 전통』, 휴머니스트.
- 이규탁. 2020. 『갈등하는 케이, 팝』, 스테이츠.
- 이규탁. 2023. 『Z를 위한 시』, 21세기북스.
- 크리스털 앤더슨. 2022. 『케이팝은 흑인음악이다』, 놀민.

### 2. 학회지 논문

- 강신규. 2021. 「가상과 현실 사이에 놓인 아이돌:K/DA와 에스파(aespa)를 중심으로」, 『문화과학』 105, 문화과학사: 212-225.
- 김영찬, 오현주. 2011. 「‘아이돌 장르’의 부상에 따른 아이돌 스타덤 연구:KBS 드라마 <드림하이> 사례를 중심으로」, 『한국방송학보』 26(6), 한국방송학회: 125-161.
- 김수정, 김수아. 2015. 「‘집단적 도덕주의’ 에토스:혼종적 케이팝의 한국적 문화정체성」, 『언론과 사회』 23(3), 사단법인 언론과 사회: 5-52.
- 김영대. 2023. 「4세대? 5세대? 아이돌 세대론은 어떻게 만들어지는가?」, 한류심층보고서 『Hallyu Now』 56, 한국국제문화교류진흥원: 86-93.
- 김호영, 윤태진. 2012. 「한국 대중문화의 아이돌(idol) 시스템 작동방식」, 『방송과 커뮤니케이션』 13(4), 문화방송: 45-82.

- 심두보. 2013. 「케이팝(K-pop)에 관한 소고」, 『사회와교육』, 52(2), 한국사회과학교육학회: 13-28.
- 유지연. (2018). 「공동 음악창작 특성에 관한 연구: 송라이팅 캠프를 중심으로」, 『한국엔터테인먼트산업학회지논문』 12(4), 한국엔터테인먼트산업학회: 43-56.
- 정지은. 2019. 「케이팝(K-POP)을 위한 스토리텔링 전략에 관한 연구 : 방탄소년단(BTS)을 중심으로」, 『문화산업연구』 19(3), 한국문화산업학회: 63-72.
- 최서원, 임성준. 2019. 「3세대 케이팝 아이돌의 전략분석:EXO, 트와이스, 방탄소년단을 중심으로」, 『산업혁신연구』 35(4), 경성대학교 산업개발연구소: 57-93.
- 최승은, 김영인. 2018. 「한국 3세대 남성 아이돌 스타의 패션 스타일 유형에 따른 청소년 선호도 및 모방 행동」, 『한국복식학회지』 68(7), 한국복식학회: 90-103.
- 추병식. (2015). 「대중가요 가사에 나타난 낭만적 사랑의 탈근대적 변화:신세대 문화 이전과 이후의 비교」, 『미래청소년학회지』 12(3), 미래청소년학회: 111-13.
- 한유희. 2022. 「새로운 취향의 공동체:아이돌-팬덤의 인정투쟁」, 『인문콘텐츠』 67, 인문콘텐츠학회: 127-147.

### 3. 학위 논문

- 정소진. 2012. 「대중음악을 중심으로 한 리메이크 현상 분석」, 동의대학교 석사학위논문.

### 4. 신문 및 잡지 기사

- 고영탁. <나일론 비트(Nylon Beat)>, 이즘, 2002, 1.
- 맹선미. <NCT DREAM, 'Candy'(캔디) 발매 기념 팬이벤트 개최 "세대 통합

의 시간">, 비즈엔터, 2022, 12, 22.

박성서. <현재 대한민국 가요계는 리메이크 열풍>, 2022, 9, 16.

성우제(成宇濟). <리메이크 붐이 일고 있다>, 시사저널, 1998, 5, 14.

이은정. <생명력 얻은 90년대 곡...빅스·올티 등 리메이크 바람>, 연합뉴스,  
2015, 2, 24.



## Abstract

# Tradition and Innovation in 1st Generation Idol Music: The Case of Remakes

Son, Yun Jae

(Kyung Hee University Post-Modern Music Professor)

The onset of the 21st century marked a developmental phase that illuminated the past culturally with cycles spanning approximately 20 years. Currently, a significant re-exploration of the cultural environment manifested in the 1990s and the early 2000s is underway, with its impact discernible in the K-pop genre of popular music. This study clarified that the phenomenon of 1st generation idol music being remade across the 3rd and 4th generations is not merely imitation but a complex phenomenon shaping new musical landscapes and values. The exploration of 1st generation idol remake music focused intensively on the intertwined cultural continuity and changes between tradition and the modern era. This highlights the inherent differences and possibilities of transformation within repetition, or emphasizing the societal and cultural values of respect bestowed upon idol fandoms. The reinterpretation and recreation of musical traditions established by the 1st generation idols through subsequent generations are expected to address prevalent concerns about the authenticity of K-pop.

Keywords : Korean Popular Music, K-pop, Idol, Remake, Tradition.

논문 투고일: 2023년 09월 24일

논문 심사 완료일: 2023년 11월 03일

논문 게재 확정일: 2023년 11월 27일

