

이름	조시현	글쓰기 수업 분반	10
학번	20231191	글쓰기 담당 교수	김남혁

결그룹 컨셉 획일화 방지에 관한 연구

지도 교수 김남혁

국민대학교 창의공과대학
기계공학부

20231191

조 시 현

2023년 12월

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구 배경과 목적	1
제2절 연구 방법과 범위	2
제2장 시대에 따른 주요 컨셉 흐름	3
제1절 구 걸크러쉬 컨셉	4
제2절 섹시 컨셉	5
제3절 청순 컨셉	6
제4절 신 걸크러쉬 컨셉	8
제3장 분석 결과	10
제1절 시대별 컨셉 변화 과정 요약	10
제2절 뉴진스 컨셉의 의미	10
제3절 컨셉의 변화 제언	12
제4장 결론	14
참고문헌	15

제1장 서론

제1절 연구 배경과 목적

한 걸그룹의 새 앨범이 세상이 나오기까지 컨셉과 노래 선정, 편곡, 뮤직비디오 제작 등 다양한 과정을 거친다.¹⁾ 이 중 컨셉을 선정하는 과정은 노래, 뮤직비디오를 포함한 앨범 전체의 대략적인 방향성을 결정하는 과정으로 앨범 제작 과정에서 큰 비중을 차지한다. 걸그룹은 다양한 컨셉을 통해 자신이 대중들에게 보여주고자 하는 모습을 보여줄 수 있으며, 새로운 팬층을 유입시킬 기회를 얻는다.²⁾ 이를 위해 걸그룹 기획사는 시대에 따라 걸그룹의 컨셉을 변화시켜 왔지만 늘 컨셉에 대한 “획일화 문제” 고민한다.

과거 아시아를 넘어 전 세계를 강타했던 홍콩 영화는 1990년대 중반을 기점으로 빠른 속도로 몰락했다. 홍콩 영화의 성공 이후 ‘자기 복제’와 같은 수준으로 비슷한 영화들을 찍어내자 대중들은 이에 질려 등을 돌렸다. 여러 전문가들은 K-POP이 새로운 형태의 음악을 보여주지 않는다면 위 홍콩 영화의 사례처럼 빠르게 몰락의 길을 걸을 것이라 경고했다.³⁾

K-POP 컨셉의 획일화 문제는 과거부터 뉴스 보도를 통해 많이 알려진 이야기다. 걸그룹 산업은 2012년 데뷔한 걸그룹의 수가 폭발적으로 증가했던 시기부터 지금까지 끊임없이 컨셉의 획일화 문제가 나오고 있다. 컨셉의 획일화 문제가 등장한 이후 10년이 넘게 지난 지금 아직까지도 이러한 문제는 해결되지 않은 채 남아있다. 눈여겨볼 만한 점은 이러한 획일화에 대한 문제는 일정한 간격을 두고 크게 이슈화된다는 점이다. K-POP 걸그룹은 컨셉 획일화의 문제 때마다 컨셉을 바꾸어 획일화를 회피해 왔다. 다행스럽게도 K-POP은 현재 4세대 걸그룹⁴⁾까지 수명을 연장시켜 국내외 큰 성공을 거두고 있는 상황이다. 대한민국 공인 음악 차트인 서클차트 기준 2022년 음반 판매 중 여성 가수 비중은 2021년에 비해 16.5% p가 오른 32.6% p로 집계되었다.⁵⁾ 걸그룹은 K-POP속 시장 규모를 증가시키고 있지만 컨셉의 획일화가 지속된다면 미래는 장담할 수 없다. 걸그룹 시장에 주기적으로 나타나는 문제를 안고 가는 것은 시한폭탄을 마주한 것과 같다. 걸그룹 산업이 시장 규모를 더욱 확대하기 위해서는 컨셉의 획일화 문제를 해결하는 것이 과제이다.

컨셉의 획일화가 가져오는 산업의 침체에 대해서는 수많은 언론이 이야기하고 있지만 정작 이와 관련된 연구 결과는 미흡한 실정이다. 학술연구정보서비스(RISS)에 선행 연구를 조사한 결과 ‘작품 분석’ 및 ‘특정 컨셉에 대한 연구’는 다수를 이루었으나 ‘전체적인 컨셉의 흐름’과 ‘산업’, ‘획일화’에 대한 문제는 찾아볼 수 없는 지경이다.⁶⁾ 이러한 상황에서 본 저자는 관련 연구들이 활성화되어야 함을 느꼈고 컨셉의 획일화 방지와 산업의 발전을 위해 본 연구

1) 웨이(2009.10.29.), 「나도 아이돌 사장?! 아이돌 앨범 만드는 과정을 모두 알려드려요!」, 웨이랜드 WayLand YouTube 채널, https://www.youtube.com/watch?v=w_xdiSmdazQ, (최종 검색일: 2023.11.25.)

2) 이호준(2020.11.16.), 「[Opinion] 걸그룹의 콘셉트 변화 [음악]」, 아트인사이드, <https://www.artinsight.co.kr/news/view.php?no=50788>, (최종 검색일: 2023.11.25.)

3) 정진영(2013.05.22.), 「한국아이돌 무분별한 자기복제…대중은 이미 K-팝에 질렸다」, 헤럴드경제, <https://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20130522000232> (최종 검색일: 2023.12.06.)

4) 4세대 걸그룹에 대한 자세한 기준은 없지만 통상적으로 코로나가 시작되었던 2019년 말 이후 데뷔한 걸그룹들을 칭한다.

5) 한순철(2022.12.26.), 「걸그룹 '끌고' 레전드 '밀고'…앨범 판매 8000만장 시대」, 서울경제, <https://www.sedaily.com/NewsView/26F1XZA1TF> (최종 검색일: 2023.11.15.)

6) 2023년 12월 9일 기준

를 진행하는 바이다. 본 연구에서는 걸그룹 역사의 흐름을 연도가 아닌 컨셉의 흐름으로 정리 및 분석하고 분석 결과를 통하여 현재와 미래의 흐름을 고찰하며, 더 나아가 획일화를 단절하기 위한 제언으로 글을 마무리하고자 한다.

제2절 연구 범위와 방법

연구의 객관성을 확보하기 위해 본 저자는 선행 연구들과 언론 보도, 음원 차트 등 다양한 자료를 사용할 것이다. 걸그룹의 컨셉과 그 배경에 관련된 선행 연구들을 중심적인 자료의 틀로 채택하며 언론 보도들 사용하며 객관성을 더할 것이다. 또한 음원차트를 사용하여 당시 컨셉의 변화를 시각화할 것이다.

비록 K-POP이 세계적인 대중들과도 긴밀하게 연결되어 있는 부분이나, 이는 주로 3세대부터 등장하기 시작한 걸그룹에 한정된다.⁷⁾ K-POP은 3세대 걸그룹부터 세계적인 무대로 발을 넓혀 빌보드, 유튜브 뮤직 등 해외 음원차트에 유의미한 영향을 미쳤다. 그러나 본 연구는 주류 컨셉의 흐름에 관한 내용이기 때문에 해외 차트 사용 시 오히려 흐름을 파악하지 못할 수 있다는 단점이 있다. 아이돌 그룹은 자신의 노래가 국내 차트보다 해외 차트에 들어가는 것을 비교적 더 영광스럽게 여긴다. 해외 차트는 세계를 무대로 경쟁하기에 이름을 올리기에 더욱 치열하다. 즉, 국내 차트에 특정 컨셉을 지닌 노래가 주류를 차지하면 해당 컨셉이 주류를 이루었다고 말할 수 있으나, 해외 차트엔 K-POP 걸그룹 노래가 이름을 올리는 시작점부터 벽차다. 이러한 특징을 지닌 해외 차트를 사용 시 역으로 연구의 객관성이 훼손될 여지가 있다.

이에 따라 본 연구에서는 걸그룹 컨셉 흐름의 동향을 파악할 수 있는 지표로 멜론차트를 사용할 계획이다. 멜론차트는 국내 최대 규모의 음원사이트인 멜론에서 집계하는 음원차트다. 위와 같은 이유로 멜론차트가 본 연구에서의 특정 컨셉의 음원 순위 및 개수를 보다 객관적으로 보여줄 것이라 판단된다. 또한 멜론차트는 년도 별 음원 차트를 제공하여 자료 조사에 수월하다. 위 두 가지 이유로 본 저자는 이번 연구에서 멜론 차트를 주요 지표로 사용하는 바이다.

7) 조나온(2023), 「K-Pop 공연의 무대영상미디어 분석 및 콘텐츠 제안 - MAMA를 중심으로」, 중앙대학교, p.9

제2장 시대에 따른 주요 컨셉의 흐름

통상적으로 시대에 따라 걸그룹을 구분할 때는 세대 개념을 도입하곤 한다. 데뷔 년도를 기준으로 1세대 아이돌부터 시작하여 현재 4세대 아이돌까지 등장한 상태이다. 보통 1994년부터 2003년까지를 1세대 아이돌, 1999년 ~ 2013년을 2세대 아이돌, 2014년 ~ 2018년을 3세대 아이돌, 2019년부터를 4세대 아이돌로 칭한다. 하지만 본 연구는 시대에 따른 컨셉 분류가 아닌 시간의 흐름에 따른 컨셉 분류이기에 세대 개념을 도입하여 걸그룹을 구분할 경우 논리 전개에 있어 여러 불편함이 따른다.

본 연구에서 말하는 시대에 따른 컨셉의 의미는 ‘특정 걸그룹이 특정 컨셉만을 노래하였다’를 의미하는 것이 아닌 ‘특정 시기에 특정 컨셉이 주류로 떠올랐다’를 의미한다. 즉, 같은 걸그룹이라 하여도 시간의 흐름에 따라 다른 컨셉을 이야기할 수 있다. 또한 한 세대의 걸그룹이 특정한 세대의 흐름에 따라 걸그룹 컨셉의 변화를 이야기할 경우 이전 세대와 같은 세대의 걸그룹이 서로 다른 컨셉을 이야기하는 상황이 나오면 독자에게 혼돈을 유발할 여지가 있다.⁸⁾

따라서 본 저자는 걸그룹을 세대 차원이 아닌 컨셉의 변화 차원으로 새롭게 4종류로 분류하였다. 이에 따라 기존 분류 기준과의 혼동을 방지하기 위해 새롭게 분류한 기준을 “구 걸크러쉬 컨셉”, “섹시 컨셉”, “청순 컨셉”, “신 걸크러쉬 컨셉”으로 명명하였다. 또한 위 컨셉들이 주로 나타났던 시기를 컨셉 이름 옆 괄호 안에 적어두도록 하겠다.⁹⁾ 시기를 적어두는 이유는 특정 컨셉이 주로 나타났던 시기를 직관적으로 알 수 있게 하기 위함이지 특정 컨셉이 특정 시기에만 나타났다는 의미가 절대 아님을 명심해 주길 바란다.

8) 예시를 들어 2세대 걸그룹에 컨셉 A가 주류였고 2세대 걸그룹에 a가 속한다 하자. 그리고 3세대 걸그룹에 컨셉 B가 주류였고 컨셉 B를 노래한 걸그룹 중 a가 있었다 하자. 이럴 경우 독자는 2세대 걸그룹 a와 3세대 컨셉 B시대의 a사이의 혼돈이 발생한다.

9) 예시로 “청순 컨셉(2015-2017)”와 같은 형식

제1절 구 걸크러쉬 컨셉(2009-2011)

걸크러쉬(Girl Crush)는 소녀(Girl)와 "반하다"는 뜻의 크러시 온(Crush On)을 합성한 말로 옥스퍼드 사전에서는 여성이 동성에게 느끼는, 성적인 감정이 수반되지 않은 호감이 라고 정의한다.¹⁰⁾ 당시 한국은 여성에 대한 성 평등 인식이 높아지고 있던 시기였으며 그에 맞춘 당당하고 솔직한 여성상이 담긴 걸크러쉬 컨셉들이 등장했다.¹¹⁾ 걸크러쉬 컨셉의 시작을 알리는 걸그룹은 2NE1이다.

년도	순위	음원	그룹명	특징
2009	8	Fire	2NE1	걸크러쉬를 컨셉으로 데뷔한 걸그룹의 시초를 알리는 곡
2010	1	Bad girl Good Girl	Miss A	남자보다는 자기 자신을 더 사랑하는 여자에 대한 가사
2010	11	Lupin	카라	수트를 입은 강한 여성이 컨셉
2011	3	내가 제일 잘나가	2NE1	잘난 여성인 '나'를 찬양하는 듯한 가사
2011	32	Hate you	2NE1	나쁜 남자를 '재수없다'라며 원망하는 가사

<표 2> 구 걸크러쉬 컨셉 음원차트

YG 엔터테인먼트는 “여성최초 여자 힙합 그룹”이라는 컨셉이 담긴 앨범 Fire와 함께 그룹 2NE1을 선보인다. 2NE1은 기존 걸그룹과 다르게 자존감을 가질 수 있도록 장려하는 가사나 파워풀한 안무 등을 보여주었는데 이는 감성적이고 수동적인 이미지를 표방하는 기존 걸 그룹 노래에 공감하지 못하는 여성들에게 호평을 받기도 했다.¹²⁾ 이후 2NE1의 걸크러쉬 컨셉이 많은 지지를 받은 영향으로 2NE1을 따라 당당한 여성을 나타내는 컨셉을 가진 노래의 수가 증가하였다.¹³⁾ 이러한 컨셉은 페미니즘 열풍과 맞물려 국내뿐만 아니라 글로벌 시장에서도 많은 지지를 받으며 Z세대 여성들의 워너비로 등극했다.¹⁴⁾

10) 박문각(2016.05.03.), 「걸크러쉬」, 『시사상식사전』, pmg 지식엔진 연구소 (최종 검색일: 2023.11.25.)

11) 김해주(2023), 『K-Pop 걸그룹에 나타난 여성상 연구: 르세라핌을 중심으로』, 이화여자대학교, p.8

12) 이수안(2011), 「대중문화에서 기호가치로서 몸 이미지의 소비양식 = 아이돌 그룹을 중심으로」, 『문화와 사회』, Vol.11, 한국문화사회학회, p.193-234

13) 아이돌레 매거진 (2023.01.26.), 「2세대 아이돌, 다시 한번 무대 위로」, 아이돌레 매거진 블로그, <https://post.naver.com/viewer/postView.naver?volumeNo=35259246&memberNo=47077221&Type=VERTICAL> (최종 검색일: 2023.11.25.)

14) 김준형(2023), 「뉴미디어 시대의 아이돌 홍보 전략에 관한 연구 - 걸그룹 뉴진스(NewJeans)의 사례를 중심으로」, 경희대학교, p.20

제2절 섹시 컨셉(2012-2014)

2010년대에 들어서며 걸그룹 시장은 컨셉의 획일화 문제를 겪게 된다. 때문에 걸그룹 기획사들은 ‘시장에 잘 팔리는 걸그룹 컨셉’을 위해 고민한다. 고민 끝에 기획사는 사내 걸그룹의 경쟁력을 위해 걸그룹의 ‘섹시함’을 어필하기 시작한다. 육감적인 여성의 몸 이미지에 섹슈얼리티를 결합시켜 이미지를 상품화하면 큰 소구력을 얻을 수 있다.¹⁵⁾ 가수 김희철도 “나도 연예인이지만 연예인은 상품 아니냐. 소비자 마음에 들어야 하는 직업이다”, “섹시 콘셉트가 성공률이 높기 때문에 기획사에서 포기 못하는 것”¹⁶⁾ 이라고 언급하며 섹시 컨셉 상품화가 대중들에게 있어 효과적임을 드러냈다.

년도	순위	음원	그룹명	특징
2012	2	나 혼자	씨스타	각선미를 돋보이게 하는 섹시한 안무로 대중에게 어필
2012	36	트러블 메이커	트러블 메이커	흔성 듀엣으로 섹시한 가사와 컨셉의 무대를 포인트로 함
2013	36	기대해	걸스데이	멜빵 바지를 안무의 포인트로 삼아 섹시를 어필
2013	75	24시간이 모자라	선미	여성 솔로로 안무를 통해 섹시를 어필해
2014	15	짧은 치마	AOA	신드롬을 일으킨 지퍼 치마를 이용한 안무로 AOA를 대중에게 인식시킨 곡
2014	96	위아래	EXID	역주행을 성공시킨 곡으로 특유의 골반 안무가 화제가 됨

<표 3> 섹시 컨셉 음원차트

한편 섹시함 또한 걸크러쉬의 일환이라는 분석이 있다. 현대 걸파워의 개념에 의하면 섹슈얼리티를 자유롭게 표현하는 것도 여성들의 권리이기 때문에 섹시룩을 입는 여성들 스스로에게 표현의 주도권이 있다는 측면이 있다.¹⁷⁾ 하지만 본 연구에선 걸크러쉬 컨셉과 섹시 컨

15) 신파람, 이효진(2017), 『국내 걸그룹 교복이미지 패션에 나타난 롤리타 콤플렉스(Lolita Complex)』 vol.19, 한국의류산업학회지, 370쪽

16) JTBC(2014.1.23. 방영), <썰戰> 48회

17) LIMA DE OLIVEIRA THAIS(2018), 「케이팝 걸그룹의 패션 스타일 연구: 2001-2017 년의 걸파워 표현을 중심으로」, 이화여자대학교, p.62

셉이 무엇보다 등장 배경과 쇠퇴 배경이 같은 컨셉이라고 보기엔 큰 무리가 있고, 강조하는 안무 포인트 또한 다른 컨셉임이 선명하게 드러나기에 두 컨셉을 서로 다른 시대로 분류하였다.

제3절 청순 컨셉(2015-2017)

해가 지날수록 늘어나는 걸그룹의 수와 과열된 경쟁 속에 섹시 컨셉의 수위 또한 높아져만 갔다. 과격화되는 섹시 경쟁 속에 걸그룹은 선정성 논란에 자유롭지 못하게 되었고 이에 섹시 컨셉에 대한 대중들의 여론은 안 좋아지기 시작했다.¹⁸⁾ 또한 대중들은 “질린다”, “섹시 말고 다른 컨셉은 없냐” 등의 반응들을 보이며 새로운 컨셉의 시도를 원했다.¹⁹⁾ 이에 섹시 컨셉을 대체하기 위해 엔터테인먼트 회사들은 새롭고 매력 있는 컨셉을 찾기 시도하였고 이에 청순함이 새로운 유행을 선도할 컨셉으로 떠올랐다.

년도	순위	음원	그룹명	특징
2013	3	노노노	에이핑크	소녀같은 청순이라는 컨셉을 대중에게 각인시킴
2014	7	Mr.chu	에이핑크	노노노에 비해 보다 성숙한 청순함을 보여줌
2017	96	Five	에이핑크	몽환하고 청순한 컨셉을 통해 생소한 장르를 대중에게 어필

<표 4> 에이핑크 음원차트

청순한 컨셉의 선두주자 걸그룹은 에이핑크였다. 에이핑크는 데뷔 초 당시의 주류와는 맞지 않는 컨셉으로 많은 관심을 받지 못하였다. 그러나 2013년 데뷔 2년만에 지상파 방송차트 첫 1위를 기록하며 에이핑크와 청순 컨셉은 큰 관심을 받았다. 이후 여러 걸그룹들이 청순 컨셉을 통해 성공하며 섹시 컨셉 획일화 속의 해법은 청순함임을 증명하였다.²⁰⁾

18) 김영범(2014.02.17.), 「선미 '보름달' 짝벌춤 선정성 논란, 여자 아이돌 '섹시' 아니면 안되나?」, 한국경제TV, <https://www.wowtv.co.kr/NewsCenter/News/Read?articleId=A201402170325&resource=> (최종 검색일: 2023.12.02.)

19) 이윤미(2014.06.16.), 「“걸그룹 쏟아져도...‘다르다’면 통할 겁니다”」, 헤럴드경제, <https://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20140613000722> (최종 검색일: 2023.12.02.)

20) 김형우(2013.07.25.), 「1위러시 에이핑크, 걸그룹 과열 벗기경쟁 속 청순 통했다」, 뉴스앤미디어, https://www.newsen.com/news_view.php?uid=201307251512170810 (최종 검색일: 2023.12.03.)

년도	순위	음원	그룹명	특징
2015	32	오늘부터 우리는	여자친구	에이핑크 이후로 청순을 주 컨셉으로 잡은 걸그룹의 등장
2016	1	Cheer up	트와이스	큐티청순의 정석으로, 당시 트와이스 열풍을 일으킨 곡
2016	2	시간을 달려서	여자친구	청순의 정석인 교복을 입고 학생 컨셉으로 대중을 겨냥한 곡
2016	68	아츰	러블리즈	데뷔곡을 청순 컨셉으로 잡으면서도 대중성을 놓지 않은 곡
2017	10	Knock Knock	트와이스	트와이스 특유의 발랄한 청순미를 컨셉으로 한 귀여운 곡
2017	24	빨간 맛	레드벨벳	시원한 여름을 배경으로 청량한 청순을 컨셉으로 여름 대표곡으로 자리잡음

<표 5> 청순 컨셉 음원차트

청순한 컨셉의 인기는 여자친구, 트와이스 등 여러 걸그룹들이 데뷔하며 절정을 찍게 된다. 특히 트와이스는 2016년 멜론 뮤직 어워드, 엠넷 아시안 뮤직 어워드, 골든 디스크에서 모두 대상을 수상하며 청순 걸그룹의 저력을 드러내었다.²¹⁾ 한편 다른 앨범에서는 독자적인 컨셉을 노래했던 레드벨벳 또한 트렌드에 맞게 음원을 발매하여 대중성을 확보하였다.

21) 전아람(2017.01.26.), 「[걸그룹대전②] 세대교체 이뤄낸 트와이스·레드벨벳·러블리즈」, 엑스포츠뉴스, <https://www.xportsnews.com/article/813869> (최종 검색일: 2023.12.05.)

제4절 신 걸크러쉬 컨셉(2018-현재)

청순한 사랑 컨셉이 주류로 굳어지고 지속됨에 따라 대중들은 수동적인 청순한 사랑만을 노래하는 컨셉에 대한 반감이 생겨나기 시작한다. 이를 인지한 기획사들은 2018년 초부터 전통적인 소녀, 청순 등에 관한 여성 이미지를 변화시켜 사회와 질서에 반항하는 독립적인 여성의 컨셉을 내세우기 시작한다.²²⁾

또한 청순한 컨셉과 가사는 남성들의 젠더 고정관념의 고착화가 아니냐는 의견도 등장하였다. 2000년대에 들어 대중가요를 창작하는 여성들의 수가 증가하였다고 하나 당시엔 여성들의 비율보다 남성들의 비율이 높았다. 따라서 남성 창작자가 만든 여성의 청순한 사랑 노래는 남성과 여성 간의 생각 차이가 필연적으로 발생할 수밖에 없다.²³⁾ 특히 JYP 엔터테인먼트의 걸그룹 트와이스는 이러한 지적을 강하게 받은 그룹이다.

년도	순위	음원	그룹명	특징
2018	6	뚜두 뚜두	블랙핑크	YG의 블랙핑크답게 총을 쓰는 안무 포함
2018	30	Bad boy	레드벨벳	MV에서 여성향적 면모를 보이며 몽환적인 걸크러쉬 컨셉
2019	14	달라 달라	ITZY	자아와 나에 대한 곡으로 자신감을 표현한 곡
2020	15	How you like that	블랙핑크	안무와 가사, 컨셉 모두 걸크러쉬의 정석을 보여주는 곡
2022	2	TOMBOY	(G)-IDLE	여자 아이들에서 아이들로 성장하게 해 준 곡으로 아이들의 전성기를 열어줌

<표 6> 신 걸크러쉬 컨셉 초기 음원차트

JYP 엔터테인먼트는 박진영이 설립한 연예 기획사로 당시 주류 걸그룹 중 하나였던 트와이스의 소속사이다. 다른 걸그룹들 또한 청순한 사랑을 노래하였으나, 트와이스는 청순한 사랑을 넘어 수동적인 여성상을 노래하였다. 트와이스가 내세운 수동적인 여성상 컨셉은 당시 적극적인 여성상을 원했던 많은 대중들을 불편하게 하였다. 대중들이 원한 새로운 컨셉에 맞

22) 장호추(2021), 「걸그룹의 미디어 재현과 여성 팬의 수용에 관한 연구: K-POP 3세대 걸그룹의 뮤직 비디오를 중심으로」, 한양대학교, p.43

23) 이해원(2021), 「걸그룹 노래 가사에 드러나는 타자화된 여성상 고찰-JYP 엔터테인먼트 걸그룹을 중심으로」, 『여성문학연구(Feminism and Korean literature)』, 한국여성문학협회, Vol.54, p.310

취 YG 엔터테인먼트는 블랙핑크, SM 엔터테인먼트는 레드벨벳을 내세워 새로운 걸크러쉬 컨셉의 시대를 열었다. 한편 수동적인 여성상으로 많은 지적을 받은 JYP 엔터테인먼트는 능동적인 여성상을 표방한 걸그룹 ITZY를 2019년에 데뷔시켜 걸크러쉬 트렌드에 발을 맞췄다. 능동적인 여성상을 노래하는 걸크러쉬 컨셉은 최근 데뷔한 걸그룹들에게도 이어졌다. 4세대 걸그룹 들도 걸 크러쉬 컨셉을 적극 활용하여 연이어 성공을 거두며²⁴⁾ 걸크러쉬 컨셉의 수명을 연장하였다. 4세대 걸그룹과 걸크러쉬 컨셉은 ‘걸그룹 전성시대’로 평가받을 대중들에게 걸그룹의 강세를 각인시켰다.²⁵⁾

년도	순위	음원	그룹명	특징
2021	4	넥스트 레벨	에스파	빌런을 물리적으로 물리친다는 걸크러쉬 컨셉
2022	34	Fearless	르세라핌	강한 나를 형상화해 노래하는 곡
2022	88	Girls	에스파	넥스트 레벨의 후속작으로 역시 빌런을 물리친다는 내용의 곡
2023	-26)	I AM	IVE	세미 수트 컨셉으로 자신의 길을 개척해 나가자는 곡
2023	-	Drama	에스파	일명 ‘죄맛’이 나는 노래로 공백 없는 비트가 특히 돋보이는 곡

<표 7> 4세대 걸크러쉬 컨셉

24) 김준형(2023), 「뉴미디어 시대의 아이돌 홍보 전략에 관한 연구 - 걸그룹 뉴진스(NewJeans)의 사례를 중심으로」, 경희대학교, p.19-20

25) 양성희(2022.09.28.), 「블랙핑크와 걸그룹 전성시대」, 중앙일보, <https://www.joongang.co.kr/article/25105145#home>, (최종 검색일: 2023.12.03.)

26) 멜론 연간 차트 중 2023년은 아직 발표되지 않음 (2023년 12월 5일 기준)

제3장 분석 결과

제1절 시대별 컨셉 변화 과정 요약

위와 같은 방식으로 걸그룹의 컨셉을 분석하면 컨셉이 바뀌는 과정 중 특정한 현상이 반복되는 것을 확인할 수 있다.

우선 당연하게도 한 시대를 새롭게 써가는 컨셉은 기존에 흔하지 않았던 컨셉이다. 구 걸크러쉬 컨셉은 당당한 여성을 노래하는 당시 새로웠던 여성에 대한 인식과 함께 시작되었다. 레드오션이었던 섹시 컨셉에 대항하여 청순 컨셉이 등장하였으며, 신 걸크러쉬 컨셉은 순수한 사랑만을 노래하는 당시 주류를 역행하며 시작되었다.

하지만 특정 컨셉의 시대가 저물어가는 징조 또한 특정한 현상이 반복되는 것은 눈여겨볼 만하다. 특정 컨셉에 대한 대중들의 반응이 신선함에서 질려함으로 바뀔 때 그 컨셉이 몰락할 징조가 나타남을 확인할 수 있다. 섹시 컨셉에 질렸던 대중들이 청순 컨셉에 환호하였듯이, 청순 컨셉 시기 말엔 신 걸크러쉬 컨셉이 환호받았던 모습을 확인할 수 있다.

구 걸크러쉬 컨셉은 2009년부터 2011년까지 약 2년 동안 지속되었고, 섹시 컨셉, 청순 컨셉 또한 2년의 시기를 보낸 것을 확인할 수 있다. 신 걸크러쉬 컨셉은 2년이 넘은 현재까지 시대를 유지하고 있는 상황이다. 대부분의 컨셉의 시대가 2년의 기간을 가지는 것은 한 컨셉이 반복적으로 나타나 주류를 이루어 수년간 지속되면 질려하는 대중들의 심리를 반영한 것으로 해석할 수 있다.

제2절 뉴진스(NewJeans) 컨셉의 의의

뉴진스(NewJeans)는 2022년 7월 22일 소속사 ADOR에서 데뷔한 5인조 걸그룹이다. 뉴진스는 CEO이자 프로듀서인 민희진이 컨셉, 의상, 음악 등 직접적으로 개입하여 기획되었다. 그녀는 “언제 입어도 질리지 않는 것처럼 시대의 아이콘이 되겠다”는 컨셉 아래 뉴진스를 기획했다. 뉴진스는 정형화된 K-POP의 익숙한 공식을 따르지 않고, POP에 기반을 두고 있지만 특정 스타일만을 고수하지 않는다.²⁷⁾ ‘민희진이 프로듀싱한 걸그룹’으로 입소문을 탄 뉴진스는 데뷔 시작부터 <Attention>, <Hype boy>로 각종 음원사이트와 음악방송에서 순위권을 차지하며 걸그룹 판의 신형 강자로 떠올랐다.

프로듀서 민희진은 과거 SM엔터테인먼트에 입사하여 소녀시대, f(x), 레드벨벳의 컨셉의 기획을 주도했던 인물이다. 그녀는 대중들이 컨셉에 빠르게 질린다는 것을 의식하여 당시 K-POP에 전형적이지 않은 여러 컨셉들을 시도했다. 한 TV 프로그램에 출연한 민희진은 자신이 ‘정-반-합’의 논리를 토대로 걸그룹 컨셉을 기획한다고 밝혔다.²⁸⁾ ‘정-반-합’은 독일의 철학자 게오르크 헤겔이 제시한 변증법 속 도식이다. 헤겔의 변증법은 대상을 최초로 규정하는 개념이자 모순이 존재하는 ‘정’이 존재하면 이에 따른 모순인 ‘반’이 존재하며, 최종적으로 ‘정’과 ‘반’ 서로를 해소하고 통일하는 새로운 ‘합’이 나타나는 과정이다.²⁹⁾ 민희진은 위 논리

27) 김지훈(2023), 「4세대 아이돌 그룹 뉴진스(NewJeans)의 흥행요인 분석」, 『콘텐츠와 산업』, Vol.5 No.2, 한국콘텐츠산업학회, p.65

28) tvN, <유 키즈 온 더 블록> 시즌 4 172회

29) 최성윤(2022), 「변증법적 사유에 기반한 인문고전 텍스트에서의 어린이 철학교육」, 경인교육대학교, p.9 속 강순진, 2021: 8; 권해경, 2020: 12의 논문을 재인용하였다.

에 따라 당시 주류를 이루고 있는 컨셉을 ‘정’으로 규정하고 이에 반대되는 ‘반’인 컨셉을 기획하였다.

모든 걸그룹 기획사의 프로듀서가 ‘정-반-합’을 토대로 컨셉을 기획하진 않겠지만 분석 결과에 따르면 최소한 걸그룹 컨셉 시대의 흐름은 ‘정-반’의 구조를 따르는 것으로 보인다. 비록 구 걸크러쉬 컨셉과 섹시 컨셉 사이엔 ‘반’의 관계가 있다고 할 수 없지만 이후 섹시 컨셉과 청순 컨셉, 청순과 신 걸크러쉬 컨셉 사이엔 ‘반’의 관계가 있음을 확인할 수 있다. 또한 이러한 ‘반’의 관계를 가지게 하는 주요 원인은 대중들이 ‘정’인 컨셉에 질렸기 때문이다. 대중들은 ‘정’에 질린 이후 ‘반’에 환호하며 기획사들 또한 이러한 기본 사실을 인지하고 걸그룹의 컨셉을 기획하는 모습이다.

한편 현재 걸그룹 컨셉의 판도는 아직 걸크러쉬 컨셉이 지배적인 상황이다. 2018년부터 시작된 신 걸크러쉬 컨셉이 2023년 현재까지 주류 컨셉 앨범 제작에 사용되고 있다. 위 분석 결과에서 관찰한 컨셉의 수명인 3년을 훨씬 넘은 실정이다. 길어진 걸크러쉬 컨셉의 시대에 식상함을 느낀 팬들이 생겨나고 있으며 K팝 획일화에 대한 우려 또한 커지는 추세이다. 중국의 유명 프로듀서 빌리 코는 2018 서울국제뮤직페어에서 한 강연을 통해 "K팝이 획일화한 아이돌 생산을 반복하다간 자멸할 수 있다"고 경고하기도 했다.³⁰⁾

레드오션이 되어버린 걸크러쉬 컨셉 속 엔터테인먼트 회사들은 여러 컨셉을 시도하였다. SM엔터테인먼트는 2020년 11월 기존 걸크러쉬 컨셉에 독자적인 세계관을 결합시킨 걸그룹 에스파를 데뷔시켰다. 에스파는 메타버스를 기반으로 한 자체 세계관을 구축하고 그룹뿐 아니라 소속 기획사의 세계관까지 연결하여 스토리텔링을 진행하고 있다.³¹⁾ 아직 메타버스 관련 산업들이 활성화되지 않아 자체 세계관을 적극적으로 활용하기엔 다소 어려움이 있으나, 획일화를 피하기 위한 아이디어를 제시하였다는 점은 긍정적이다. IVE는 걸크러쉬를 조금 덜어내고 ‘자기애’라는 컨셉을 첨가시켰다. 그룹명 ‘IVE’ 또한 ‘I HAVE’의 축약형으로 ‘우리가 가진 것들을 당당히 보여 드리겠다’는 포부를 담고 있다.³²⁾ IVE의 싱글 앨범 2집의 타이틀 곡 <LOVE DIVE>의 가사 “Narcissistic, my god I love it”은 IVE의 자기애적 컨셉을 확실하게 드러낸다. 에스파와 IVE 모두 기존 컨셉에 본인만의 특색을 첨가하여 신선함을 추가하였으나 큰 틀에서는 걸크러쉬를 벗어나지 못한다는 한계가 있다. 이에 따라 약간의 신선함이 있음에도 불구하고 대중들은 현재를 ‘걸크러쉬 컨셉 시대’로 인지하고 있는 실정이다.

그러나 뉴진스는 걸크러쉬 컨셉에서 완전히 벗어나는 승부수를 두었다. 민희진 프로듀서는 걸크러쉬와 타협을 보는 컨셉을 기획하지 않고 본인의 ‘정-반-합’ 철학을 고수했다. 기존 걸크러쉬 컨셉을 ‘정’으로 두고 이에 완전히 배치되는 뉴진스만의 컨셉을 ‘반’으로 제시했다. 무대에서 뛰어노는 것과 같은 강렬한 청순함과 레트로 감성을 섞는 독자적 컨셉은 획일화된 K-POP에 새로움을 불어왔다. 빌보드는 뉴진스가 “전문적 기획을 주춧돌로 삼은 K팝 산업에서 예상치 못한, 비전통적 시도로 놀라운 무언가를 만들어냈다”고 평가했다.³³⁾

30) 조충희(2022.10.09.), 「대세 걸크러쉬에 도전한 뉴트로, 민희진 '뉴진스'로 K팝에 다양성 제안」, 비즈니스포스트, https://www.businesspost.co.kr/BP?command=article_view&num=294901 (최종 검색일: 2023.12.05.)

31) 이주원(2023), 「K-POP 아이돌 음반 스토리텔링 사례연구 -4세대 아이돌을 중심으로」, 홍익대학교, p.42

32) <IVE>, 나무위키, <https://namu.wiki/w/IVE?from=%EC%95%84%EC%9D%B4%EB%B8%8C> (최종 검색일: 2023.12.09.)

33) 이선명(2023.08.03.), 「뉴진스, 어떻게 글로벌시장에 안착했나..K팝과 다른 K팝 걸그룹」, 스포츠경향, https://sports.khan.co.kr/entertainment/sk_index.html?art_id=202308030842003&sec_id=540101&pt=nv (최종 검색일: 2023.12.05.)

년도	순위	음원	그룹명	특징
2022	15	Hype boy	뉴진스	학생다운 스포티한 청순을 노래, 신드롬을 일으킨 곡
2022	17	Attention	뉴진스	스포츠한 청순을 컨셉으로 잡은 청량한 곡
2023	-	Ditto	뉴진스	교복을 입고 학생다운 사랑을 노래한 곡
2023	-	OMG	뉴진스	귀여움을 컨셉으로 잡은 청순하고 학생스러운 곡

<표 8> 뉴진스 컨셉

주류와 배치되는 신선한 컨셉에 대중들은 크게 열광하고 있다. 2022년 데뷔 초부터 뜨거운 인기를 끌며 현재 2023년 멜론 뮤직 어워드(MMA)와 마마 어워즈(MAMA)에서 곡 <Ditto>로 올해의 아티스트와 뮤직 부분에 수상하였다. 민희진 프로듀서의 논리에 따라 뉴진스는 ‘정’이었던 걸크러쉬에 ‘반’하여 성공하였으나, 이후 같은 논리에 따라 뉴진스의 컨셉은 ‘정’이 될 가능성이 높다. 뉴진스의 컨셉이 이후 ‘정’이 된다고 가정하면 이 컨셉은 새로운 컨셉의 시대를 여는 것이 자명하나, 이것이 또다시 획일화의 시작점인 것 또한 자명하다. 컨셉의 획일화 시대가 온다는 것은 K-POP 걸그룹 산업이 또다시 급속도로 붕괴할 위기에 처한다는 것을 의미한다.

제3절 컨셉 변화에 대한 제언

현재 대중들은 걸그룹들이 보여주는 컨셉을 수동적으로 받아들일 뿐인 상황이다. 걸그룹 기획사들은 대중들이 걸그룹과 컨셉을 능동적으로 만들어 나가는 모습을 지향하지 않는다. 단지 대중들이 걸그룹의 짜인 컨셉을 수동적이고 긍정적이게 받아들였으면 하는 마음일 뿐이다. 따라서 수동적인 예술을 받아들이기만 할 뿐인 대중들은 똑같은 예술이 반복되면 그것에 크게 질려한다. 컨셉의 획일화 문제를 해결하는 것이 전체적인 걸그룹 엔터테인먼트 사업의 수명을 연장시키는 길이다.

걸그룹의 역사는 ‘정’과 그에 대한 ‘반’이 반복적으로 나타나며 흘러가는 양상을 보여왔다. 컨셉의 시대가 약 2년을 유지하는 것은 ‘반’이었던 것이 다시 ‘정’이 되기까지 약 2년이 흐른다는 것으로 해석할 수 있다. 이처럼 ‘반’이 다시 ‘정’이 되는 과정을 반복하는 것은 걸그룹 산업이 또다시 컨셉의 획일화 문제에 도달한다는 것을 암시한다. 과거 섹시 컨셉의 획일화 문제에 따라 청순 컨셉이 나타나며, 또 이에 대한 획일화 문제에 걸크러쉬 컨셉이 나타나는 것은 ‘정-반’ 개념이 현실을 잘 나타냄을 보여준다. 지속된 K-POP의 획일화 문제에서 벗어나기 위해서는 ‘정-반’ 개념을 통해 컨셉을 기획하지 말아야 할 필요가 있다.

한편 헤겔의 변증법은 ‘정-반-합’을 반복해 나가면서 이상에 가까워질 수 있다는 의의가 있다. 그러나 K-POP 걸그룹 컨셉을 기획하는 과정에서는 위와 같은 의의가 통하지 않는다. 컨셉이 ‘정’ 과정에서 ‘반’이 나타나는 과정 속엔 일부 모순이 존재하기 때문도 있겠지만 주로 대중들이 그것에 질렸기 때문이다. ‘정’에 질린 대중들이 ‘반’인 컨셉을 찾고 그 둘의 타협점인 ‘합’을 찾는 과정은 더 이상적인 컨셉이 등장하는 것이 아닌 그저 큰 틀에서 벗어나지 못한 컨셉이 등장한 것일 뿐이다. 이러한 과정은 에스파와 IVE의 기획사가 시도했던 것과 일치한다. 아이브, 에스파 등 걸그룹들이 세계관, 세부적인 변화를 통해 약간의 새로움을 주었다곤 하나 여전히 큰 틀에서의 획일화는 많은 지적을 받고 있다. 이러한 컨셉의 시도는 약간의 신선함을 불러올 순 있으나 결론적으로 한 컨셉의 시대를 연장하는 효과에 미칠 뿐이다. 대중들에게 진정한 새로움을 주기 위해서는 큰 틀에서의 변화가 필요하다. 걸그룹 컨셉 순환의 구조는 단지 ‘정’에 질린 대중들이 ‘반’을 찾고 이것이 ‘정’이 되어 다시 ‘반’을 찾게 되는 구조일 뿐이다. 민희진 또한 변증법을 차용하여 자신의 철학을 설명한 것이지 그것이 변증법과 완전히 일치함을 의미한 것은 아니다. 즉, 변증법의 의의가 아닌 다른 방법을 통해 걸그룹 컨셉의 획일화를 해소해야 할 것이다.

획일화가 없다는 것은 여러 걸그룹들이 한 컨셉에만 집중되지 않았다는 것을 의미한다. 여러 걸그룹들이 여러 컨셉들을 자신들만의 성공 방식을 통해 경쟁하는 시대가 획일화가 없는 시대이다. 이를 위해서는 여러 걸그룹들이 한 컨셉에 집중되지 않게 하는 것이 절실하다. 본 연구에서의 분석을 통해 한 컨셉이 ‘반’으로 큰 인기를 누린 후 다른 걸그룹들 또한 해당 컨셉을 모방하는 경향을 확인했다. 이러한 현상이 컨셉의 획일화를 만드는 시작점이다. ‘정’을 통해 ‘반’이 나온 상태에서 그것이 ‘정’으로 가게 만드는 행위는 이러한 모방이다. 성공한 컨셉을 모방하려는 시도는 컨셉의 다양성을 해치고 획일화를 조장하는 행위이다. K-POP이 다양성을 지니고 성장하기 위해서는 이러한 행위가 지양되어야 할 필요가 있다.

이에 따라 걸그룹 기획사들은 단기적 성공으로 보이는 모방을 쫓기보다 획일화 속 과도한 경쟁의 회피와 전체적인 산업의 발전을 위해 다양성을 추구해야 한다. 성공한 컨셉을 바라보는 시각의 개선 또한 중요하다. 성공한 컨셉은 그 컨셉을 소화할 수 있는 멤버, 음악, 완성도, 시대 등 다양한 요소에 의해 결정된다. 성공한 컨셉이 그 컨셉이기에 성공하여 모방하면 좋은 결과가 있을 것이라는 막연한 기획보다 그 컨셉의 완성도 등과 같은 성공 원인을 학습하는 것이 바람직한 방향일 것이다. 한편 획일화의 시대 속 모방이 아닌 다양성을 추구해 온 기획사들은 다소 존재해 왔다. 앞서 조사했던 내용처럼 걸크러쉬, 섹시, 청순 컨셉을 시도하며 걸그룹의 시대를 변화시켜 온 기획사들 뿐만 아니라 걸그룹 크래용팝의 코믹 컨셉 등 시대를 변화시키지 못했던 컨셉들을 시도했던 기획사 또한 존재했다. 비록 다른 컨셉을 시도했던 그룹들이 걸그룹의 주류로 올라오진 못하였으나, 이러한 독특한 컨셉의 시도는 대중들에게 긍정적인 인상을 비쳐왔다.³⁴⁾ 컨셉의 획일화를 피하기 위한 다양한 시도는 걸그룹과 대중들 뿐만 아닌 산업 전체적인 흐름에서도 긍정적이며 권장된다.

컨셉이 다양성을 가진다면 각 컨셉들이 서로의 ‘반’인 존재가 된다. 걸그룹 시장에 컨셉이 N개 존재한다면 한 컨셉은 N-1개의 ‘반’을 가지게 되는 구조이다. 물론 각자의 컨셉이 서로의 ‘완전한 반’이 되는 것은 실현 가능성이 적은 일이지만, 컨셉 간 ‘반’을 규정하는 선을 일정하게 조율한다면 다양성을 유지할 수 있다.

34) 디지털콘텐츠팀(2013.08.15.), 「빌보드 크래용팝 극찬, “‘강남스타일’에 버금” …싸이 이을 월드스타?」, 국제신문, <http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0500&key=20130815.99002143843> (최종 검색일: 2023.12.07.)

뉴진스의 신규 컨셉이 큰 인기를 얻고 있는 지금 시점이 앞으로 컨셉 획일화 문제에 있어 가장 중요한 시점이다. 뉴진스의 컨셉이 기존의 '정'에 대한 '반' 임은 자명하다. 그러나 이 '반'이 다시 '정'이 되는지에 관한 여부는 다른 기획사들에게 달렸다. 기존의 걸그룹들, 혹은 새로 데뷔할 여러 걸그룹들이 뉴진스의 성공을 보고 비슷한 컨셉을 모방한다면 또다시 획일화의 시대가 올뿐이다. 기획사들은 '정'인 걸크러쉬에 '반'하면서 뉴진스의 컨셉과 겹치지 않는 또 다른 '반'을 만드는 시도를 해야 할 것이다. 이렇게 된다면 또 다른 '반'은 뉴진스의 컨셉과도 '반'을 이루게 된다. 이러한 현상이 반복된다면 걸그룹 컨셉엔 다양성이 찾아올 것이다. 다양성은 획일화가 반복되었던 걸그룹의 역사를 다시 쓸 수 있다. 대중들은 단일화된 컨셉 속 수동적으로 컨셉이 제시되는 환경에 쉽게 질려한다. 그들은 다양화된 컨셉 속 자신의 기호에 맞는 컨셉을 능동적으로 소비하는 것을 원한다. 기획사들이 이러한 대중들의 심리와 K-POP 산업의 미래와 경쟁을 고려하여 적합한 선택을 하길 바란다.

제4장 결론

본 연구는 2009년부터 현재까지 시대에 따른 걸그룹 컨셉의 역사를 조사하고 분류하며 얻은 결과를 통해 미래 컨셉의 시대를 예측하고 제언하며 마무리했다. 본 연구를 통해 얻은 결론을 종합하자면 다음과 같다.

첫째, 걸그룹 컨셉의 시대는 구 걸크러쉬 컨셉(2009-2011), 섹시 컨셉(2012-2014), 청순 컨셉(2015-2017), 신 걸크러쉬 컨셉(2018-현재)으로 분류할 수 있다. 기존 걸그룹을 분류하던 방식인 '세대' 개념이 아닌 '주류 컨셉의 흐름'을 통해 분류하였다는 의의를 가진다.

둘째, 분류된 컨셉의 시대는 대부분 공유하는 특징을 가진다. 새로 시작되는 시대는 이전 시대와 큰 틀에서 다른 컨셉이었다는 점과 시대가 약 2년으로 일정한 주기를 가진다는 점(신 걸크러쉬 컨셉 제외), 대중들의 질린다는 반응이 시대 몰락의 징조였다는 점이다.

셋째, 뉴진스는 변증법의 도식을 사용하여 획일화된 컨셉 속에서 큰 틀에서 다른 컨셉을 시도하였다. 다만 이 변증법의 논리에 의하면 뉴진스 컨셉의 시도만으론 획일화를 해소할 수 없다는 결론에 이른다. 뉴진스의 컨셉이 앞으로의 획일화를 끊을 수 있을지는 미지수지만 끊는다고 하여도 그것이 획일화를 단절시킨다는 의미는 아니다. 이에 따라 '정-반'의 반복이 아닌 다른 방법을 통하여 획일화를 해소하여야 한다.

마지막으로 걸그룹 시장의 지속된 확대를 위해 컨셉의 다양성을 제언하였다. 컨셉의 획일화를 막기 위해 기획사들은 다양한 컨셉을 시도해야만 한다. 또한 모방과 세부적인 변화는 컨셉의 획일화를 위한 것일 뿐이다. 걸그룹들이 서로 컨셉을 모방한다면 또다시 획일화가 나타날 뿐이며 세부적인 변화가 아닌 큰 틀에서의 변화가 시도되어야 한다. 다양한 걸그룹들이 다양한 컨셉으로 경쟁한다면 걸그룹 산업에 긍정적인 미래를 기대할 수 있을 것이다.

참고문헌

<학위논문>

- 김준형(2023), 「뉴미디어 시대의 아이돌 홍보 전략에 관한 연구 - 걸그룹 뉴진스(NewJeans)의 사례를 중심으로」, 경희대학교, p.20
- 김해주(2023), 『K-Pop 걸그룹에 나타난 여성상 연구: 르세라핌을 중심으로』, 이화여자대학교, p.8
- 이주원(2023), 「K-POP 아이돌 음반 스토리텔링 사례연구 -4세대 아이돌을 중심으로」, 홍익대학교, p.42
- 장호추(2021), 「걸그룹의 미디어 재현과 여성 팬의 수용에 관한 연구: K-POP 3세대 걸그룹의 뮤직비디오를 중심으로」, 한양대학교, p.43
- 조나은(2023), 「K-Pop 공연의 무대영상미디어 분석 및 콘텐츠 제안 - MAMA를 중심으로」, 중앙대학교, p.9
- 최성윤(2022), 「변증법적 사유에 기반한 인문고전 텍스트에서의 어린이 철학교육」, 경인교육대학교, p.9 속 강순전, 2021: 8; 권해경, 2020: 12의 논문을 재인용하였다.
- LIMA DE OLIVEIRA THAIS(2018), 「케이팝 걸그룹의 패션 스타일 연구: 2001-2017 년의 걸 파워 표현을 중심으로」, 이화여자대학교, p.62

<학술논문>

- 김지훈(2023), 「4세대 아이돌 그룹 뉴진스(NewJeans)의 흥행요인 분석」, 『콘텐츠와 산업』, Vol.5 No.2, 한국콘텐츠산업학회, p.65
- 신파람, 이효진(2017), 『국내 걸그룹 교복이미지 패션에 나타난 롤리타 콤플렉스(Lolita Complex)』 Vol.19 No.4, 한국의류산업학회지, 370쪽
- 이수안(2011), 「대중문화에서 기호가치로서 몸 이미지의 소비양식 = 아이돌 그룹을 중심으로」, 『문화와 사회』, Vol.11, 한국문화사회학회, p.193-234
- 이혜원(2021), 「걸그룹 노래 가사에 드러나는 타자화된 여성상 고찰-JYP 엔터테인먼트 걸그룹을 중심으로」, 『여성문학연구(Feminism and Korean literature)』, 한국여성문학협회, Vol.54, p.310

<인터넷 기사>

- 김영범(2014.02.17.), 「선미 '보름달' 짝벌춤 선정성 논란, 여자 아이돌 '섹시' 아니면 안되나?」, 한국경제TV, <https://www.wowtv.co.kr/NewsCenter/News/Read?articleId=A201402170325&resource=> (최종 검색일: 2023.12.02.)
- 김형우(2013.07.25.), 「1위러시 에이핑크, 걸그룹 과열 벗기경쟁 속 청순 통했다」, 뉴스엔미디어

어, https://www.newsen.com/news_view.php?uid=201307251512170810 (최종 검색일: 2023.12.03.)

「빌보드 크레용팝 극찬, “‘강남스타일’에 버금” …싸이 이을 월드스타?」,
국제신문(2013.08.15.),
<http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0500&key=20130815.99002143843> (최종 검색일: 2023.12.07.)

양성희(2022.09.28.), 「블랙핑크와 걸그룹 전성시대」, 중앙일보,
<https://www.joongang.co.kr/article/25105145#home>, (최종 검색일: 2023.12.03.)

이선명(2023.08.03.), 「뉴진스, 어떻게 글로벌시장에 안착했나..K팝과 다른 K팝 걸그룹」,
스포츠경향,
https://sports.khan.co.kr/entertainment/sk_index.html?art_id=202308030842003&sec_id=540101&pt=nv (최종 검색일: 2023.12.05.)

이윤미(2014.06.16.), 「“걸그룹 쏟아져도…‘다르다’ 면 통할 겁니다”」, 헤럴드경제,
<https://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20140613000722> (최종 검색일: 2023.12.02.)

이호준(2020.11.16), 「[Opinion] 걸그룹의 콘셉트 변화 [음악]」, 아트인사이드,
<https://www.artinsight.co.kr/news/view.php?no=50788>, (최종 검색일: 2023.11.25.)

전아람(2017.01.26.), 「[걸그룹대전②] 세대교체 이뤄낸 트와이스·레드벨벳·러블리즈」, 익스프레스뉴스
<https://www.xportsnews.com/article/813869> (최종 검색일: 2023.12.05.)

정진영(2013.05.22.), 「한국아이돌 무분별한 자기복제…대중은 이미 K-팝에 질렸다」, 헤럴드경제,
<https://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20130522000232> (최종 검색일: 2023.12.06.)

조충희(2022.10.09.), 「대세 걸크러쉬에 도전한 뉴트로, 민희진 '뉴진스'로 K팝에 다양성 제안」,
비즈니스포스트,
https://www.businesspost.co.kr/BP?command=article_view&num=294901 (최종 검색일: 2023.12.05.)

한순철(2022.12.26), 「걸그룹 '끌고' 레전드 '밀고'…앨범 판매 8000만장 시대」, 서울경제,
<https://www.sedaily.com/NewsView/26F1XZA1TF> (최종 검색일: 2023.11.15.)

<TV 방송>

JTBC, <썰戰> 48회, 2014년 1월 23일 자 방영

tvN, <유 키즈 온 더 블록> 시즌 4 172회

<기타 자료>

「나도 아이돌 사장?! 아이돌 앨범 만드는 과정을 모두 알려드려요!」, 웨이랜드WayLand

YouTube 채널(2019.10.29.), https://www.youtube.com/watch?v=w_xdiSmdazQ, (최종 검색일: 2023.11.25.)

「2세대 아이돌, 다시 한번 무대 위로」, 아이돌레 매거진 블로그(2023.01.26.),
<https://post.naver.com/viewer/postView.naver?volumeNo35259246&memberNo=47077221&vType=VERTICAL> (최종 검색일: 2023.11.25.)

「걸크러쉬」, 『시사상식사전』, pmg 지식엔진 연구소 (최종 검색일: 2023.11.25.)

<IVE>, 나무위키, <https://namu.wiki/w/IVE?from=%EC%95%84%EC%9D%B4%EB%B8%8C> (최종 검색일: 2023.12.09.)