

# 요즘 20대, 뭐하고 놀까?

아날로그 선율의 낭만, 레트로 뮤직바

글 | 이준형 한국광고주협회 콘텐츠기획팀 선임 wnsud542@kaa.or.kr



## “요즘 MZ세대는 뭐하고 놀아요?”

필자는 스물일곱, MZ세대의 한가운데에 있는 사람이지만 이런 질문을 받으면 선뜻 입이 떨어지지 않는다. 필자 본인이 좋아하고 즐기는 것이야 답할 수 있지만 “내가 좋아하는 것이 MZ세대 전체의 취향을 대변할 수 있을까?”하는 의문이 머릿속을 스치기 때문이다.

이러한 의구심이 드는 건 개인의 취향과 지향이 과편화된 ‘초개인화 시대’에 살고 있기 때문일 것이다. 미디어 및 알고리즘 기술의 발달은 개인의 취향을 극도로 마이크로(Micro)하게 만들었다.

과거 ‘국민드라마’ 혹은 ‘국민예능’이라는 말이 존재하던 시절에는 모두가 비슷한 콘텐츠를 소비하며 취향을 공유했고, 그것이 곧 트렌드가 되었다. 하지만 이제는 개인마다 너무도 다른 콘텐츠를 소비하고 있으며 ‘국민’이라는 수식어가 붙는 콘텐츠는 탄생하기 어려워졌다.

즉, 모든 세대가 함께 공유하는 ‘메가 트렌드’(Mega trend)는 더 이상 존재하지 않는다. 그렇다면 ‘트렌드’라는 말은 영영 사라진 것일까?

그렇지 않다. 트렌드는 여전히 존재한다. 다만 그 형태가 변했을 뿐이다.

메가 트렌드가 사라지면서 생긴 빈자리를 여러 개의 ‘마이크로 트렌드’가 채워주고 있다. 패션만 보더라도 과거처럼 특정 스타일이 시장을 지배하는 것이 아니라 고프코어, 블록코어, 깁시크, Y2K 등 다양한 스타일이 동시다발적으로 유행한다.

## 아날로그의 감성 속으로, 레트로 뮤직 바(Bar)

MZ세대의 ‘놀이 트렌드’도 마찬가지다. 팝업스토어, 북카페, 가차샵, 야구장 등 다채로운 공간이 MZ세대의 놀이터로 자리잡고 있다. 특히 최근 SNS에서 ‘MZ세대 핫플레이스’, ‘서울 놀거리’ 등을 추천해주는 계정을 살펴보면 빠지지 않고 등장하는 공간이 있다. 바로 아날로그 음악의 따뜻한 선율 속에서 위스키나 칵테일을 즐길 수 있는 ‘레트로 뮤직바’다. ‘LP바’, ‘재즈킷사’ 등으로 대표되는 레트로 뮤





직박을 소개하는 숏폼 콘텐츠는 SNS 내에서 건당 좋아요 수 24만건, 공유 수 3.4만건이 넘어설 정도로 큰 호응을 얻고 있다.

### 낭만을 찾아 떠나는 MZ세대

MZ세대가 경험해 본 적도 없는 아날로그 음악을 찾아 레트로 뮤직바를 찾는 이유는 그곳엔 ‘낭만’이 있기 때문이다. 지난해부터 ‘낭만’은 MZ세대의 감성을 관통하는 핵심 키워드였다. “낭만이란 배를 타고 떠나갈 거야”라는 가사로 유명한 이세계의 <낭만젊음사랑>이 배경음악으로 사용된 숏폼 영상이 큰 인기를 끌었으며, ‘밴붐온’(밴드 붐은 온다)이라는 말과 함께 DAY6, LUCY 등 청춘의 낭만을 노래한 밴드가 유례없는 주목을 받았다.

또 유튜브에 ‘낭만’이라는 단 두 글자로 업로드된 플레이리스트는 418만 조회수를 기록했으며, 웹툰 작가 김풍이 과거 개인방송에서 언급했던 “낭만은 효율적인 삶과는 괴리가 있는, 어떠한 낭비가 있어야 한다”는 말이 SNS에서 많은 공감을 얻으며 화제가 되기도 했다.

MZ세대가 이토록 비효율적인 ‘낭만’을 쫓는 이유는 효율만을 추구하며 급변하는 세상에 피로감을 느끼고 있기 때문이다. 불편하고, 오래되고, 비효율적인 것들이 희소해지면서 오히려 그것들이 MZ세대에게 동경의 대상이 되고 있는 것이다.

즉, 레트로 뮤직바는 MZ세대에게 단순히 음악을 들으며 술을 마시러 가는 공간이 아니다. 많은 것들이 빠르게 변하는 세상 속, 변하지 않는 것 뒤에 잠시 숨어 자신만의 속도를 찾아가는 작은 위로의 공간인 것이다. 그렇다면 다양한 레트로 뮤직바 중에서도 독보적인 감성으로 MZ세대들의 마음을 사로잡은 곳은 어디일까? SNS에서 많은 호응을 받은 레트로 뮤직바를 직접 찾아가 그 공간이 지닌 매력을 들여다보았다.

(사진: 뮤직 컴플렉스 서울)

뮤직 콤플렉스 서울  
(Music Complex Seoul)

첫 번째 공간은 인사동에 위치한 '뮤직 콤플렉스 서울'이다. 입구부터 강력한 붉은 네온사인이 반기는 이곳은 국내 최대 규모의 LP바(Bar)로, 각 테이블마다 개별 턴테이블과 헤드셋이 구비되어 있어, 약 1만 2천 장의 LP 중 원하는 음악을 직접 선택하여 감상할 수 있다.

벽면을 가득 채운 LP책장에서 내가 듣고 싶은 LP를 찾는 일은 마치 보물찾기를 하는 듯한 설렘을 준다. 또 무작위로 고른 한 장의 LP가 기대 이상으로 좋을 때면, 남들은 모르는 나만의 보석을 발견한 듯한 기쁨을 느낄 수도 있다.

(사진: 카타오모이)



카타오모이  
(カタオモイ)

성수동에 위치한 '카타오모이'는 고급 사운드 시스템, 위스키, LP 레코드 등을 갖춘 일본식 카페인 '재즈 킷사'를 재해석한 곳이다. 카타오모이(カタオモイ)는 일본어로 '짝사랑'을 의미하는데, 사장님의 사랑 이야기와는 전혀 관련이 없다고 한다. 그저 가게 이름을 정한 날 아침에 들었던 노래 가사였을 뿐.

카타오모이 사장님의 독특한 감성은 가게 소개 문구와 메뉴판에서도 느낄 수 있다. SNS에 적힌 가게 소개 글은 '술은 그냥 그런데 그냥저냥 잡수실만은 할 겁니다'이며, 음식 메뉴판 상단에는 '요리 비슷한 것들'이라고 적혀 있다. 확실히 어딘가 이상하지만 정감이 간다.

카타오모이는 낮에는 카페, 밤에는 바로 운영된다. 마감 시간은 정해져있지 않다. 마지막 손님이 자리를 뜰 때까지 운영된다. 이곳은 주로 1950~60년대 모던 재즈를 LP로 재생하지만, 월요일과 목요일에 방문한다면 가요, 록, 전자음악 등의 장르도 즐길 수 있다.

하우스 오브 블루  
(House Of Blue)

'하우스 오브 블루(House of Blue)'는 종로구 서촌 지역에 위치한 라이브 재즈 바다. 1950년대 뉴욕 브루클린의 재즈 클럽을 모티브로 한 이곳은 마치 해외 여행을 온듯한 분위기를 느낄 수 있다. 이곳에선 아늑한 분위기 속 라이브 재즈 공연과 함께 다양한 주류와 음식을 즐길 수 있다.

하우스 오브 블루의 라이브 재즈 공연은 매주 목요일부터 일요일까지 진행된다. 공연은 1부와 2부로 나뉘어 진행되며 1부는 20시, 2부는 21시 20분부터 약 50분간 진행된다.

공연을 진행하는 연주자는 매일 바뀐다. 공연팀 라인업은 매주 화요일 업로드 되며, SNS(인스타그램)와 식당 예약 앱 '캐치테이블'에서 확인 가능하다. 미국식 낭만을 느끼고 싶다면 연인과 함께 방문해 볼만하다.

(사진: 하우스 오브 블루)



필자 | 이준형

단국대학교에서 미디어 커뮤니케이션학을 전공했으며, 2024년 한국광고주협회에 입사해 콘텐츠 기획팀에서 근무하고 있다. 협회의 막내로서 MZ세대 및 마케팅 트렌드에 관한 콘텐츠를 기획·제작하고 있다.