

레트로 디자인 동향 고찰

- 자동차 스타일을 중심으로 -

A Study of Retro Design Trend

- Focusing on Automobile Style -

이명기 (Myung-Ki, Lee)

세종대학교 예체능대학 디자인과

1. 서론

- 1-1. 연구배경 및 목적
- 1-2. 연구내용 및 방법

2. 이론적 배경

- 2-1. 의미와 배경

3. 레트로 스타일의 분야별 적용사례

- 3-1. 제품 디자인의 적용사례
- 3-2. 시각 디자인의 적용사례
- 3-3. 패션 디자인의 적용사례
- 3-4. 패키지 디자인의 적용사례

4. 자동차 스타일과 레트로 디자인

- 4-1. 자동차 스타일의 변화
- 4-2. 자동차의 레트로 스타일 적용 사례

5. 향후 레트로 스타일의 전망

6. 결론

참고문헌

(要約)

빠르게 변화하는 사회 구조와 생활환경 안에서 다양해진 소비자의 욕구를 충족시키고 제품이 갖는 독특한 캐릭터를 창출하기 위해서, 현대의 디자이너들은 보다 새로운 아이디어를 지속적으로 시도해야만 하게 되었다.

지난 20세기는 기술의 획기적인 진보와 더불어 산업화로 인한 다양한 측면에서 디자인의 성장이 이루어졌고, 시대의 흐름에 따라서 그 의미와 스타일이 각기 다른 양상으로 변화되어 왔다. 과거에 유행했던 디자인과 스타일을 차용하여 현대적 의미와 개념의 디자인으로 재창조하는 레트로(Retro) 디자인이 최근의 디자인 트렌드로 확산 적용되고 각광 받고 있다. 이러한 복고적 스타일의 현상은 다양한 분야에서 과거를 회상하게 하는 이미지로 나타나고 있으며 새로운 감각으로 또 다른 가치로 인정받고 있다.

제품디자인 측면에서 가장 대표격인 자동차 디자인은 지난 100여 년 간의 스타일의 변천사에 있어서 시대적 사회·문화적인 변화와 기술의 진보에 의하여, 점차 다른 형태로

나타났으며 다양한 디자인이 끊임없이 시도되어 왔다. 최근의 자동차 스타일의 흐름은 첨단과학기술의 비약적인 성장으로 인해, 그 스타일의 변화가 빠르고 다양한 형태로 나타나고 있는 반면에, 과거의 디자인을 재 도입하는 레트로 스타일이 새로운 트렌드로 관심을 끌고 있다.

자동차디자인에 있어서 복고적 스타일의 의미는 트렌드 이전의 인간의 감성을 자극하고 인간성 회복이라는 또 다른 차원에서, 과거의 문화와 자신과의 연결을 회복하는 의미에서 현대적 감각으로 재창조되어, 향후 미래 디자인 영역을 확장시킬 것으로 보이며 새로운 디자인 트렌드로 발전을 예측 할 수 있다.

(Abstract)

In order to satisfy customers' desire that is becoming more diverse, and to create the unique character of a product in the fast changing social structure and living environment, today's designers have to make efforts to provide new ideas continuously.

In the twentieth century, the development of design in various aspects could be possible through an epoch-making progress of technology and industrialization, and thus the meaning and style of design has changed differently according to the current of the times. The retro design, which borrows the designs and styles which were popular in the past and recreates the design of modern meaning and concept, is widely applied now and in the spotlight as a latest design trend. This phenomenon of revival style appears as an image that makes us recollect the past in various fields while being recognized as an another value of new sense.

Considered from the history of style changes for the past 100 years, the automobile design, the most representative in product design fields, has gradually changed in its types according to continuous historical, social, and cultural changes and technological progress, while a variety of designs have been continuously presented. The recent current of automobile styles, according to the rapid progress of advanced scientific technology, shows the fast and various changes and the retro style is becoming a new trend arousing people's interests and reintroducing the past designs.

The revival trend in automobile designs is expected to stimulate human sensitivity and restore humanity on a different level before the trend, and also expected to be recreated as a new design trend in modern sense, connecting us with the past culture and expanding the realms of future designs.

(Keyword)

Revival trend, Humanity, Another value.

1. 서론

1-1. 연구배경 및 목적

오늘날의 삶과 문화적 환경은 거의 모든 것이 디자이너에 의해 창조되고 만들어진 세계 속에 둘러 쌓여 있다고 해도 과언이 아니다. “바늘에서 우주선까지” 그 어느 것이라도 디자인을 배제하고 생각 할 수 없는 시대가 된 것이다. 즉 디자인을 떠나서는 모든 산업의 성장을 기대할 수 없다고 하겠다.

디자인의 변천사는 시대적 상황이나 사회적 유행에 따라 시시각각으로 다양한 조류가 생겨나고 변화되어 왔다. 또한 기술, 소비자(인간), 환경의 영향으로 인한 관점이나 중요성에 따라 디자인의 가치 또한 다양한 방법으로 판단되고 인정되어, 새로운 트렌드의 출현과 진화를 거듭해 왔다고 할 수 있다. 건축을 비롯한 각종 생활제품에 이르기까지 실용적 생활을 위한 다양한 디자인적 조형의 추구는, 과거 기능 위주의 단순한 의미의 디자인에서 점차 보다 풍요로운 삶과 여유를 가져다주는 개념으로 인식의 변화가 이루어지고 있는 것이다. 다시 말해서 지난 150여 년의 디자인 역사를 비추어 보면, 초기의 100여 년 간은 부가장식으로서의 디자인 개념이 일반적이었고, 다음으로는 기능적 표현형태로서의 디자인, 1930년대의 양식(스타일)으로서의 디자인, 1980년대는 사회적 기술로서의 디자인, 현재는 글로벌 마켓 경쟁 속에서 경영전략과 비즈니스로서의 디자인으로 그 의미와 역할의 개념이 변화되어왔다. 이와 같은 맥락에서 자동차디자인 역시 지난100여 년의 역사 속에서 시대적 사회적 변화와 요구(Need)에 따라 다양한 스타일로 변화되어 왔다. 초기의 말 없는 마차의 단순한 기능 위주의 스타일에서 이제는 기술의 비약적인 진보와 소비자의 다양해진 욕구에 의해 새로운 스타일의 디자인이 계속적으로 시도되고 있는 것이다.

본 연구에서는 디자인 트렌드의 흐름을 과거로부터 현재까지 시대적 관점에서 조사하고, 최근 다양한 분야에서 활발하게 이루어지고 각광 받고있는 레트로(Retro)디자인의 현상을 자동차디자인의 관점을 중심으로 고찰하여, 그 의미와 스타일적 특성, 새로운 트렌드로서의 가치를 파악함으로써 향후 자동차디자인 개발의 스타일 연구 및 적용에 도움이 되고자 한다.

1-2. 연구내용 및 방법

본 연구는 디자인의 한 조류인 레트로 디자인의 트렌드를 고찰함에 있어서 우선 그 이론적 배경을 살펴보고, 전문서적, 정기간행물, 세미나자료, 인터넷 등의 내용을 근거로 한 다양한 분야의 디자인 적용사례를 분석하였고, 자동차에 있어서 과거로부터 현재까지 디자인의 흐름을 스타일 개념에서 변화의 특성을 고찰하였으며, 최근 자동차디자인에서 다양하게 나타나고 있는 레트로 스타일의 적용 현상을 지역별 특징적 대표차량 위주로 검토, 연구의 결론으로 향후 자동차 스타일의 개발, 연구에 있어서 레트로 디자인의 의미와 가치를 전망한다.

2. 이론적 배경

2-1. 의미와 발생

1) ‘레트로(Retro)’라는 용어의 출현은 1970년대 중반부터 프랑스 저널리스트들이 처음으로 이를 붙여 사용해진 것으로 디자인의 복고주의적인 경향을 일컫는 대표적인 트렌드 사조로 통한다. 사전(事典)적 단어의 뜻은 ‘리바이벌’, ‘재유행’, ‘재연(再演)’등으로 표현되나 그 의미는 다양한 용어로 풀이될 수 있는바 ‘복고풍’, ‘원점회기’, ‘과거지향’, ‘회고’, ‘과거로의 환원’ 등의 의미로 나타낼 수 있고, 영어로는 ‘Nostalgia Style’, ‘Neo Classic’, 등으로 표현되기도 한다. 이러한 경향은 과거의 양식과 과거의 취향에 대해서 향수를 느껴 과거의 것을 재현하는 일종의 복고주의적 경향을 나타냈던 것을 말한다. 이러한 복고주의적 경향은 1960년대부터 나타난 현상으로 볼 수 있는데 당시 디자인은 1910년대에 유행했던 아르누보 양식을 재 부활하여 크게 유행시켰다. 당시 미국 뉴욕 근대미술관이 1960년대에 개최한 아르누보 포스터전, 1963년 영국의 빅토리아 앨버트 박물관이 개최한 알폰스 무샤의 포스터전과 1966년에 개최한 오브리 비어즐리 작품전 등에 의해서 아르누보 양식이 크게 유행하였다.

디자인의 역사를 조감해 보면 디자인에 있어서 인간 본연에 내재되어 있는 감성의 심리적 가치를 부흥하고자 하는 열망은 곧 과거의 양식을 부흥하는 경향으로 자주 나타났는바, 빅토리아 시대의 양식에 대한 향수가 1920년대와 1930년대의 아르누보 및 아르데코의 양식으로 나타났으며, 1940년대와 1950년대의 유기적인 형태의 곡선적 양식을 거쳐 1960년대에 다시 아르누보 양식이 부활되었다. 최근에 나타나고 있는 현상은 1950년대에서 1960년대에 유행했던 양식이나 스타일이 현대적 개념의 디자인으로 재해석되고 재창조되어 과거의 향수적이미지의 감성을 자극하는 디자인으로 변모하여 유행하는 것으로 나타나고 있다. 이러한 과거의 디자인 스타일을 차용하여 현대적 언어로 재창조하는 레트로 현상은 디자인에 있어 사고의 자유로운 교환과 절충주의적(Eclecticism) 표현방식을 추구하는 포스트모더니즘이 현대의 사조로 등장함에 따라 거대한 물질문명의 사회에서 친숙하고 친근한 과거의 마음을 전달하는 강력한 마케팅 도구로 등장하고 있다. 2)최근 이러한 복고스타일의 대유행 현상을 다음과 같이 표현 할 수 있다. “창이 두꺼운 구두를 신고있는 여자들이 50년대 스타일의 실내장식이 되어있는 도로변 미국식당을 나와 그들의 New Beetle(1930년대 독일의 딱정벌레형 자동차의 최신 복고 모델) 자동차를 타고 70년대 독일에서 유행했던 히트곡 소리와 함께 횡하게 지나간다.”

3. 레트로 스타일의 분야별 적용 사례

3-1. 제품디자인의 적용 사례

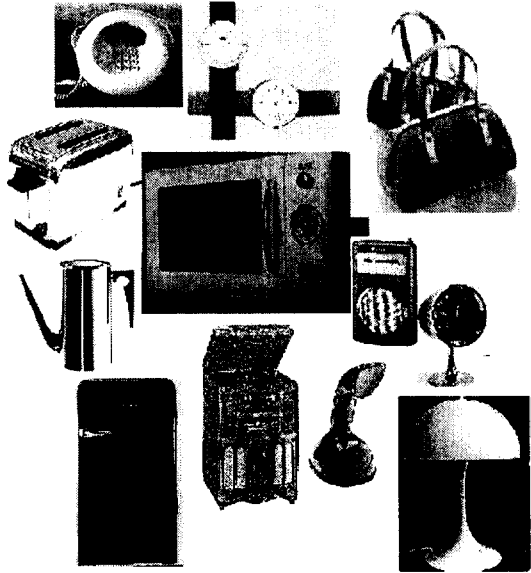
최근에 유행하는 레트로 현상은 마치 과거에 유행했던 어떤 제품이든지 그 제품이 본래 지니고 있는 3)오래된 가치들의 부활을 당연히 가져오고 있는 것으로 보일 만큼, 다

1) 정시화, 산업디자인150년, 244p, 미진사, 1995

2) Design Report, 16p, 1999.06

3) Design Report, 25p, 1999.06

양한 분야에서 활발한 징후를 보이고 있다. 이러한 제품개발 현상은 두 가지 측면에서 관찰되는 바, 첫째, 과거시대의 제품들을 본래의 디자인 그대로 재생산하는 현상과, 둘째로는 회귀 경향의 디자인이다. 패종시계 및 탁상 시계와 저울처럼 전 시대의 생활도구를 재생산하는 것은 감성적인 가치의 역할이 중요하게



[그림 1] 프로젝트 디자인의 다양한 복고풍 모델. 대부분의 모델은 과거 유행했던 모델을 재생산하고 있으나, 오디오, 전기용품 등 기능성 제품의 경우에는 최근의 첨단기능을 추가하고 외관의 이미지만을 과거의 형태로 적용하고 있다.

것을 알 수 있는데, 즉 디지털 액정 화면의 존재여부와 관계없이 값싼 휴대용 손목시계가 유행한 이후, Junghans社は 막스 빌이 디자인한 단순한 손목시계 시리즈를 1960년대에 출시하였고 전통 있는 Shoehnle社は 고전적인 저울의 재생산으로 이러한 추세를 따랐다. 한편 1990년에 설립된 Classicon社は 두 자리 수의 성장률을 보이며 겨우 10명의 직원으로 천만 마르크 이상의 수입을 올리고 있다.



[그림 2] 가구 디자인의 이정표로 상징되었던 복고형 모델이 점차 다양하게 나타나고 있다.

과거로의 회귀경향은 전 세계에서 관찰 될 수 있다. 즉 미

국에서는 Herman Miller社の 초기 임스(Eames) 가구의 가격이 지속적으로 오르고 있다. 그 모델은 1950년대 몇 년간 제조된 것으로 미국 내 수집가들만이 그 진가를 인정하는 디자이너 임스 장롱 세트(Eames Storage Unit)와 함께 재생산되어 고전제품의 범위를 확장시키고 있으며, 일본의 소니社の 1958년에 크게 히트 유행했던 TR-610 Portable Radio는 40주년 기념 상품으로 1995년 재생산되었다. 또한 콜럼비아社(Denon)의 'Otogibako' 시리즈의 고전적 형태의 재생산이 있었고 카메라, 시계, 필기구 등의 제품에도 다양한 레트로 디자인이 각광 받고 있다.

3-2. 시각 디자인의 적용 사례

지난 과거의 시대적 디자인 이미지를 시각적 매체로 그때 그 시절의 향수를 불러일으키는 최근의 경향은 포스터나 다른 시각 전달매체에서 흔히 나타나는 현상으로서, 유난히 원색적이고 다양한 칼라의 적용, 정돈되지 않은 조잡하고 어색한 분위기가 그 대표적인 특성으로 나타난다.

특히 한국적 레트로 현상의 하나는 대체적으로 저항문화의 저항적 매체를 통해 90년대 이후 다양한 가치를 반영하면서 증폭해왔고, 90년대 중반 이후의 대안적인 비주류 문화들의 적극적인 노출에 힘입은 바가 크다고 볼 수 있다.

우리나라의 언더그라운드 문화가 4)인디 밴드와 그들의 음악을 무게중심으로 하는 듯 보여지는 것은 사실이지만, 언더 만화, 인디 공연물 디자인, 저 예산 비디오영화, 웹 아트 등의 시각적 생산물들은 언더 문화의 또 다른 잠재력으로 오늘날 독특한 시각적 특징과 개성들을 형성하면서 대안적인 색채와 정신을 드러내고 있다.

이러한 인디에 의해 제작된 음반의 디자인은 언더 문화의 대표적 시각매체라고 할 수 있는 바, 만화, 일러스트, 키치적 콜라주, 패러디 등의 수작업 형태의 디자인이 지니는 개성은 기존 대형 시장의 경향과 차별화 된 양상을 보이고 있다.



[그림 3] '조선펑크'의 음반 포스터와 청바지 '四季'의 포스터

3-3. 패션 디자인의 적용 사례

2000년, 이른바 사이버시대를 맞으면서 대중들의 기대는 과거와 달리 대단한 변화가 있을 것이란 기대를 하였는지 모르나, 최근 발표되는 세계적인 디자이너 컬렉션은 한결 같이 1970년대에 유행했던 디자인 아이템을 미래적인 개념

4) 인디펜던트(Independent)를 줄여서 표현하는 말

으로 도입하였다. 쇼 윈도우에는 언젠가 보았던 것 같은 낯 익은 의상이 즐비하고, 랩과 테크노 위주였던 거리 가판대의 스피커는 과거 디스코풍의 노래들이 심심치 않게 옛 추억을 불러일으키고 있는 것이다.

이러한 복고 현상은 톰 포드의 구찌 입성 이후 미래지향적인 아이템만을 추구했던 구찌, 1970년 풍의 디자인을 활용한 프라다 등 유명 디자이너의 최근 컬렉션에서 활발하게 나타나고 있다. 이러한 복고 스타일의 현상은 패션의 주류를 이루고 있었고 과거 유행했던 60-70년대의 유니섹스 모드, 로맨틱하고 자유분방한 개성을 표현하는 네오 히피, 핑크 스타일, 아르누보 디자인에 이국적 영감의 원천을 제공했던 오리엔탈리즘 등이 재창조되어 출현하고 있다.



[그림 4] 패션 디자인에서는 오리엔탈, 히피, 핑크 등의 스타일이 복합적으로 나타나고 있고, 신발, 화장품 등 관련소품도 자연소재, 천연물에서 추출한 성분을 활용하고 있다.

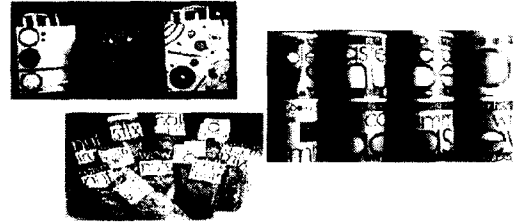
3-4. 패키지 디자인의 적용 사례

패키지 디자인에 있어서 나타나는 레트로 현상은 크게 네 가지로 나타남을 구분해 볼 수 있다.

첫째, 원래의 패키지를 재활용하는 현상으로, 레트로 디자인을 통해 자사제품의 역사성을 강조하는 방법으로 코카콜라의 경우 과거 사용했던 녹색 유리병을 재 부활시켜 '오리지널 맛'이라는 향수를 불러일으키도록 하였고,

둘째, 제품 패키지와 별도로 컬렉션을 위한 이벤트성 홍보 유형으로, 특별 기념일에 과거의 향수가 담긴 패키지를 제작하여 소비자에게 보다 친근감 있는 가치를 강조하는 경향으로 쿠키, 초콜릿 회사의 크리스마스 특별 선물 패키지 등이 있다. 셋째, 오래된 가치나 역사적 정통성을 강조하기 위해 적용되는 경향으로, 크래커나 잼 등은 과거 빅토리안 양식의 레트로 디자인을 적용한다.

넷째는 역사적 고전 스타일에 관심이 많은 디자이너가 과거의 형태를 현대적 개념의 디자인으로 재창조하는 것으로, 푸쉬핀 스튜디오는 아르데코 스타일을 리바이벌하여 1920-1930년대 하이브리드와 1960년대 칼라를 이용하여 록시(Roxy)스타일의 패키지를 한정 생산 판매하였다. 그러한 디자인의 효과는 상업적인 이미지보다 예술작품을 컬렉션하는 듯한 제품 가치를 느끼게 하여 상호 신뢰와 품격을 느끼게 한다.



[그림 5] Paula Scher의 데스틸 양식, 복고적 디자인의 Cola 캔디 패키지 디자인. Red, Yellow, Blue 데스틸의 주요 색을ダイナミック하게 표현하였다.

4. 자동차 스타일과 레트로 디자인

4-1. 자동차 스타일의 변화

자동차 스타일은 자동차가 발명된 19세기 말부터 최근에 이르기까지 사회·문화적 특성을 반영하는 매우 다양한 스타일로 변화되어왔다. 초기의 말없는 마차의 단순한 형태에서 1886년 독일의 칼 벤츠가 최초 내연기관 자동차를 발명한 이후, 1908년 미국의 헨리 포드가 최초로 생산성을 고려한 기능위주의 스타일이 등장하였다. 그러나 자동차가 본격적인 디자인의 대상으로서의 중요성을 인식하게된 시기는 1930년을 기점으로 시작된다. 1930년에는 미국의 대공황을 계기로 하나의 독립된 상품으로서의 위치를 지니게되었고, 그 시대부터 모델 체인지(Change) 개념이 서서히 정착되기 시작했던 것이다. 또한 프레스 가공 기법이 도입되기 시작하면서 서서히 바디(Body)스타일에 조형성을 주게 되어 이른바 '유선형' 디자인이 유행하기 시작하였다. 물론 오늘날의 공력학적인 개념은 아니었고 다분히 스타일 위주의 조형성 추구였다고 할 수 있다. 이렇게 1930년대 이후의 자동차 스타일은 최근 유행하는 복고풍 자동차 스타일에 직·간접적으로 많은 영향을 끼치게된다. 1934년 크라이슬러는 최초의 유선형 모델인 '에어플로우'를 발표하여 큰 변혁을 일으켰으며, 당시 유럽에서는 대중화의 새로운 장을 연 폴크스바겐의 비틀(Beetle)과 시트로엥의 2CV가 탄생하였다. 2차 세계대전 이후, 1949년의 49년형 포드 '98BA'는 오늘날 스타일의 근원적 원형이라고 할 수 있는 두가지 측면이 시도되었는 바, 매끈한 측면을 지닌 '플러쉬 사이드(Flush Side)'스타일과 최초로 엔진, 객석, 트렁크의 세 부위를 분리시킨 개념의 3 박스(3 Box) 스타일을 디자인하였다.

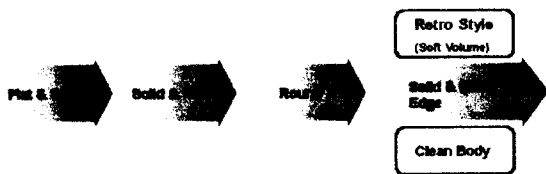
1950-1960년대는 전 세계가 긴 불황에서 벗어나 평화와 번영을 구가하는 시대로 돌입하여 자동차 산업에 있어서도 최대의 발전기로 이른바, '자동차의 바로크 시대'라고 칭한다.

따라서 자동차 스타일에서도 가장 화려하고 다양한 디자인이 시도되었다.

이 시대의 대표적인 스타일적 특성은 다음과 같이 몇 가지로 요약 될 수 있는 바, Wrap Around Window, Tail Fin, Bumper Grille, Sweep Side Trim, Jet Style Rear Lamp, Air Scoop 등이 그것이다. 이러한 스타일은 대부분 변칙이

5) 서범기, "프로덕트 디자인에 있어서 스타일 변천에 관한 고찰", 51p, 52p, 1981

는 크롬제일로 마감 처리하여 디럭스한 디자인 느낌이 들도록 처리된 것도 특징적인 현상이었다. 이처럼 과열되고 허황된 모델 체인지 현상은 상업사회의 우발적 모순이자 본질의 망각으로 지적되었고, 디자인 본연의 책임과 가치를 새롭게 반성하는 계기를 갖게 되었다. 1955년 프랑스의 합리주의 정신에서 탄생한 시트로엥의 DS19 모델은 이러한 미국의 초점 잃은 디자인에 신선한 자극제가 되었는데, '여신'이라는 별명의 이 스타일은 획기적인 신기술 시스템의 적용과 더불어 움직이는 조형물과 같이 가식이 없고 꾸밈없는 순수한 디자인을 추구하여 1970년 후속모델 SM 모델이 발표 될 때까지 독보적 가치를 유지하였다. 50년대 말에는 일본이 세계 자동차 산업으로 진입하는 시기로, 스타일에 있어서 구미의 디자인을 복제하는 수준으로 자동차 개발을 추진하였다. 1970년대에 들어 자동차 디자인은 커다란 변화를 맞게되는데 1, 2차에 걸친 오일쇼크에 따른 배기가스, 연료소비 그리고 강화된 자동차 안전규격 등으로 보다 컴팩트하고 경제적인 차의 디자인이 시작되었다. 따라서 그동안 대형차 위주의 미국의 자동차 디자인이 합리적 스타일로 변모하기 시작하여 에지(Edge) 스타일의 슬림(Slim)한 디자인이 새로운 트렌드로 나타나기 시작하였고, 특히 이시기는 일본이 연료 절약형 소형 자동차를 개발, 미국 시장을 공략하였고 이에 자극 받은 미국은 소형차 개발 의지를 표명, 전 세계 시장 석권을 위한 이른바 '월드카' 개발을 착수하였다. 80년대부터는 미국 및 유럽 국가가 주도하였던 자동차 개발 선진국에 일본이 추가되어 세계 자동차시장에서의 새로운 양상을 보이기 시작하였다.



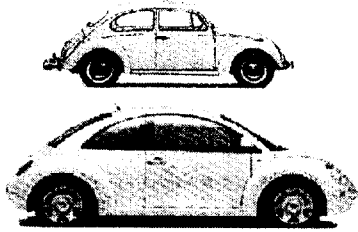
[그림 6] 자동차 디자인의 초기로부터 현재까지 스타일 트렌드 변화 과정

스타일에 있어서 공력학 개념의 에어로스타일링이 주도되었고, 바디 스타일링은 부드럽고 유연한 형태로 디자인되어 70년대의 딱딱한 이미지에서 보다 조형적 유연함을 갖게되었다.

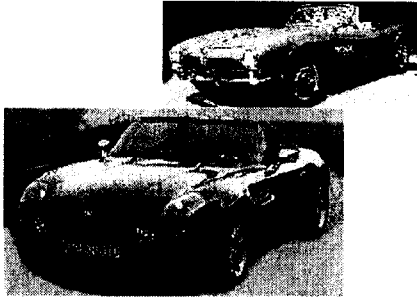
90년대에 들어 전 세계적으로 전기, 전자를 비롯한 첨단 기술력의 비약적 성장에 힘입어, 자동차 스타일은 과거에 시도하지 못했던 컨셉카 개념의 디자인을 실제 양산차에 적용하였고, 바디스타일에 있어서는 디자이너의 의지가 많이 반영된 자유곡면을 이루는 유기체적 형상이 자유롭고 대담하게 적용되었다. 90년대 중반부터는 전반적인 자동차 디자인이 다소 샤프(Sharp)한 라인과 풍만한 곡면이 조화된 스타일로 변화되기 시작했고, 또 다른 변화의 양상으로는 과거 50-60년대의 화려했던 유행스타일이 복고풍의 이미지로 재생산 및 재적용 되어 최근 스타일의 대표적 트렌드로 자리잡고 있다.

4.2. 자동차의 레트로 스타일 적용 사례

많은 수의 컨셉카가 역사적으로 유명했던 과거 모델에서 그 주제(Theme)를 가져오고 있다. 이러한 현상은 지난 10여 년에 걸쳐 명성을 누렸던 크라이슬러 프로젝트의 화려함으로 나타날 수도 있고, 또는 BMW 'Z07' 스포츠 카에서 보는 독특한 컨셉 카로 발전될 수도 있지만, 이 모두는 과거 로맨틱한 자동차 스타일을 추구했던 황금기 모델에서 다소 영감을 받았다고 할 수 있다. 자동차에 있어서 레트로 디자인의 대표격은 미국의 경우를 들 수 있다. 포드社는 레트로 디자인을 고전적인 미국이미지의 현대적인 해석(A modern interpretation of a classic American icon)이라고 정의하는데 디자인 총 책임자인 메이스 부사장은 1999년 초 '썬더버드' 모델을 발표하면서 "스타일링적인 유산은 과거 화려한 명성을 얻었던 자동차의 정신에서부터 얻을 수 있으며 일반대중의 가슴속에 그들만의 독특한 이미지를 명료하게 만든 모델은 극히 일부에 불과하다. 그 대표적인 차가 바로 '썬더버드'이다."라고 레트로 디자인의 의미를 설명했다. 6폭스바겐은 디트로이트 오토쇼에서, 과거 '비틀(Beetle)'의 주제를 받아들여 재해석한 '뉴비틀(New Beetle)'을 발표하여 미국언론으로부터 대단한 갈채를 받았다. BMW Z07의 책임 디자이너이고 그전에 '바르케타'를 디자인한 안드레아스 자파티나스(Andreas Zapatinas)는 "복고 디자인은 1973년 제1차 오일쇼크 이후부터 서서히 대두되기 시작한 것으로 보이며 70년대 후반부터 80년대 초반까지 스타일은 직사각형의 무미건조한 감성 없는 자동차였다. 따라서 50-60년대의 로맨틱한 분위기와 정신(Spirit)을 다시 응용하기 시작했으며 그러한 복고는 현대 사조 안의 과거적 분위기와 연결되었다."라고 설명했다. 97년부터 디트로이트, 제네바, 프랑크푸르트, 그리고 동경 모터쇼에서 발표된 모델에서 보여준 디자인에서 메르세데스 벤츠의 'Maybach', BMW의 스포츠 이미지를 표방한 'Z07'은 동경 모터쇼에 공개된 2대의 컨셉카로 과거 먼 선조의 이미지를 기점으로 하였다. 'Maybach'는 1920-1940년대의 명성을 받았던 'Maybach'를, BMW 'Z07'은 1950년대의 스포츠카 '507' 스타일의 조형요소를 현대적 조형으로 재창조 한 것이다. 차명에 의한 레트로 디자인의 적용은 87년 닛산(Nissan)의 'BE-1', 스바루(Subaru)의 '비비오(Vivio)', '비스토(Bisto)'가 있었고, 89년 디트로이트 쇼에서 크라이슬러의 닷지(Dodge) '바이퍼(Viper)'는 코브라(Cobra)의 부활을, 93년 '프롤러(Prowler)'는 50-60년대의 프론토(Pronto)를 모티브로, 95년의 '아틀란틱(Atlantic)'은 차명이나 스타일도 30년대 프랑스의 최고급차 부가티(Bugatti)의 직접적인 인용이었다. 97년 크라이슬러의 '페이톤(Phaeton)'은 40년도 형상을 모티브로 한 레트로 디자인이며, 쥘(Jeep)의 '아이콘(Icon)'은 세계대전이래 Jeep의 전통을 존중한 다른 차원의 레트로 스타일이라 할 수 있다.



[그림 7] 최초의 국민차 명성을 간직한 포크스바겐 '비틀'과 과거의 명성을 바탕으로 재 디자인한 '뉴 비틀'.



[그림 8] 1950년대의 스포츠카인 BMW 507의 조형요소를 현대적 개념으로 재 디자인한 양산 모델 BMW Z07.



[그림 9] MERCEDES-BENZ VISION SLR은 44년전 프로토타입으로 끝난 300SLR과, F1 챔피언 경주차의 이미지를 혼합한 스타일의 정통 스포츠카이다.



[그림 10] 40년대의 뷰익 컨셉카 스타일에서 복고적 이미지를 적용한 뷰익 시엘로는 그릴형상 및 개폐식 헤드램프 디자인이 1938년 GM의 Y-Job 스타일에서 비롯된 것으로 보이며, 성능은 음성인식을 비롯한 첨단 기능을 보유하고 있다.



[그림 11] 1963년 모델의 복고 스타일인 재규어 S-TYPE



[그림 12] 크라이슬러 폴리머드 프로owler(Prowler)디자인의 모태가 된 1930년대의 핫로드(Hotrod)의 디자인. 작은 앞바퀴와 초대형 뒷바퀴 구성이 특징이며, 벨트라인이 앞쪽으로 기울어진 웨지형(Wedge) 바디스타일이 스피디한 조형감을 주고 있다. 후드(Hood)를 길게 디자인하여 전형적인 복고풍 이미지의 패키지 레이아웃을 내재하고 있다.



[그림 13] 1954년 포드 선더버드 모델을 현대적 스타일로 재 디자인한 선더버드 뉴 모델.



[그림 14] 크라이슬러 PT크루저의 클래식 스타일, 스바루의 비비오, 비스트로, 토요타의 편타임, 오토바이에서 베스파 등 과거 스타일의 전반적 또는 부분적인 형상이 현대적인 의미로 재 탄생 하고 있다.

5. 향후 레트로 디자인의 전망

21세기, 새로운 천년을 시작하는 이 시대의 사회 경제적 상황은 과거에 비해 상상하기 어려운 글로벌 네트워크에 의한 단일 시장의 경쟁 시대를 맞고 있다. 세계가 하나로 묶여졌고, 유사한 제품의 스타일이 각기 다른 지역에서 유행되고 있다. 앞에서 조사한 바와 같이 레트로 디자인의 경향은 과거의 화려함을 동경하는 인간의 기본적인 특성에 따라 항상 존재하던 현상이었으나, 최근 20세기 후반부에서부터 다시 불기 시작한 이러한 경향은 과거와 달리 디자이너들 간에 커다란 이슈(Issue)가 되고 있다.

자동차 스타일에 있어서 '복고(Retro)'에 대한 디자이너들의 시각은 긍정 또는 부정의 서로 다른 의견이 있는데, 부정적 입장을 보면 카로체리아 베르토네(Bertone)의 파울로 카카모는 과거보다는 진보적인 미래 개념의 디자인 추구를 외치며, 복고풍은 디자인 철학보다는 마케팅의 결과라고 주장하였다. GM 디자이너인 안네 아센시오는 "복고는 단지 향수에 지나지 않고 미래에 대한 확신과 비전을 주지 않는다" 라고 주장하였다. 이탈리아 디자인(Ital Design)의 파브리치오 주지아로는 고전적 주제를 반복하는 것이 반드시 발전이라는 긍정적인 면만 보이는 것은 아니라고 밝히고, 반드시 발전이라는 과정을 거쳐야 한다고 언급했다.

레트로 디자인에 대한 긍정적 해석을 보면 아트센터의 룬힐은 최근의 스타일 경향인 '뉴 에지(New Edge)' 디자인 철학도 과거 70년대 스타일의 재현이라 보고, 포르쉐(Porsche)의 함 라게이는 새로운 디자인을 얻기 위한 하나의 시도로서 어떤 신선한 전환이며, 인테리어에 있어서도 유기적 형태의 추구나 전통적인 장인정신의 계승 등을 긍정적으로 평가하였다. 알파로메오(Alfa Romeo)의 안드레아스 자파티나스는 복고는 미래디자인의 영역을 넓혀줄 것이고, 진보적이고 수준 높은 디자인에 고전적 요소를 결합하여 응용하는 것이라고 언급하였다.

감성적 디자인 소구
복고풍 이미지 적용
고품위 모델 차별화

역사 속의 스타일 재현
현대적 디자인 개념으로 스타일 재창조

Retro & Nostalgia Style

과거로의 환원
신세대, Baby Boomer의 향수 자극

자연친화, 환경보호 의식
전통자연소재, 재활용

[그림 15] 레트로 스타일의 디자인 트렌드로서의 의미

위에서 살펴본 바와 같이 복고에 대한 디자이너들의 견해는 매우 다양한 반응을 보이고 있는데, 부정적인 측면의 입장에서 우려하는 것처럼 최근에 나타나고 있는 디자인의 현상은 다분히 과거의 스타일을 있는 그대로 복제하는 수준을 넘어선 것으로 보인다. 따라서, 과거의 고전적 형태의 재현 즉 단순한 복제는 디자인 세계의 모든 이들로부터 받아들여지지 않는다. 이러한 레트로 디자인 현상의 향후 발전 방향의 관건은 질적(質的)인 지적(知的) 기반 위에서 얼마나 과거에 대한 조형적 해석을 현대적 개념으로 잘 응용해 나가느냐에 달려있다고 할 수 있다.

6. 결론

디자인은 변화하고 있다. 시대의 변화는 새로운 방향으로의 패러다임 이행을 추구하고 있는지 모른다. 시대에 따라 스타일의 변화는 당연한 것이고 그 변화의 양상은 점차 다양한 현상으로 나타나고 있다. 최근에 나타나고 있는 디자인 트렌드의 현상을 한마디로 정의 할 수는 없으나, 앞에서 조사 검토한 것과 같이 총체적인 분야에서 나타나고 있는 흐름은 레트로 트렌드에 의한 디자인의 적용이라고 할 수 있다. 그것은 과거 1960년대에 1910년대의 아르누보 양식의 부활을 유행시켰던 이래, 다양한 분야에서 시시각각으로 점철되어 나타났던 현상이지만, 최근의 현상은 과거에는 볼 수 없었던 동시 다발적인 추세로 나타나고 있음을 알 수 있다.

자동차 스타일에 있어서의 레트로 디자인 적용 현상은 다양한 차종, 다양한 지역에서 나타나고 있다. 90년대 말부터 점차 확대된 이러한 복고경향의 특징을 보면 첫째, 과거에 유행했던 모델의 스타일을 모방하되 복제형식은 취하지 않는 것이고, 둘째, 과거의 스타일을 리바이벌 하는 입장에서 고객의 반응에 매우 신중한 입장을 취하고 있다는 점, 셋째로는 타 분야 및 사회적 트렌드에 미치는 임팩트의 강도가 그 어느 때보다 크게 영향을 끼치고 있다는 점이다. 복고풍 디자인을 추구하는 이 시대의 디자인 현상은 앞서 향후 전망에 대한 입장에서 밝혔듯이, 다양한 측면의 찬·반 의견을 떠나서 시대가 낳은 또 하나의 사조로 생각되어진다. 따라서 "향수는 미래에 대한 불안감 때문에 현실을 회피하고 과거에 집착하는 것, 미래를 거부하기 위해 과거를 훑치는 것"이라는 말처럼 현실에 대한 부적응, 미래에 대한 불안감을 갖고 있는 현대 소비자들은 레트로 디자인을

통해서, 보다 안정되고, 편안하며, 아름답고 순수한 감정을 경험하고자 하는 것이다.

참고문헌

- 민 경우 : 디자인의 이해, 미진사, 2000
- 정 시화 : 산업디자인 150년, 미진사, 1995
- 구 상 : 자동차 디자인 100년, 조형교육, 1998
- 한국 산업디자이너 협회 : "미래디자인 가치예측 및 활용기술 개발"(산업자원부 기반기술 결과보고서), 1998
- 송 윤선 : "포장디자인에 표현된 포스트 모더니즘 스타일"에 관한 연구"(석사학위 논문, 한양대학교), 1995
- 서 병기 : "프로덕트 디자인에 있어서 스타일 변천에 관한 고찰"(석사학위 논문, 서울대학교), 1981
- 스티븐 베일리, 손호철 옮김 : 산업디자인의 역사, 열화당, 1996
- 피터 돌머, 김태원, 이동신 옮김 : 현대 디자인의 의미, 현대미술사, 1998
- 카시와기 히로시, 강현주, 최선녀 옮김 : 20세기의 디자인, 조형교육, 1999
- 페니스파크, 편집부 옮김 : 현대 디자인의 전개, 미진사, 1998
- 한국산업디자인진흥원 : 산업디자인, 안그래픽, 1999,11, 2000,2
- Osami Suzuki : Car Styling, (株)三榮書房, 1996,11,- 2000,6
- Fulvio Cinti : Auto & Design, 100 - 122호
- Design Report, 1999,7
- Carlo Ludovico Russo : Car Design 2000, Gestione Spazi Pubblicitari, 2000
- [Http://www.design.co.kr](http://www.design.co.kr)
- [Http://www.fret-king.com/](http://www.fret-king.com/)
- [Http://www.gearsandkahn.co.uk](http://www.gearsandkahn.co.uk)
- [Http://www.retromodern.com](http://www.retromodern.com)
- [Http://www.rowtex.co.uk/morphy-richards](http://www.rowtex.co.uk/morphy-richards)
- [Http://www.boschappliances.com](http://www.boschappliances.com)
- [Http://www.fashion_a.com](http://www.fashion_a.com)
- [Http://www.nefa.co.kr](http://www.nefa.co.kr)
- [Http://www.odari.co.kr](http://www.odari.co.kr)