

노스탤지어 관점에서의 한국 레트로 패션 문화 연구 -신문기사를 중심으로-

정다울 · 하지수[†]
서울대학교 의류학과

A Study on Retro Fashion Culture in South Korea from the Perspective of Nostalgia -A Focus on Newspapers-

Dawool Jung · Jisoo Ha[†]

Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design, Seoul National University
Received March 21, 2022; Revised (July 8, 2022; July 26, 2022); Accepted August 22, 2022

Abstract

Retro fashion is emerging among young people as an approach to discovering a new meaning in Korea's historical culture. Research on Korea's unique retro fashion culture is required because there is no research on retro fashion culture based on Korea's historical background. Therefore, this study examined how retro fashion culture has progressed based on Korea's historical background from a nostalgic perspective. All retro-related newspaper articles from 1950 to 2020 were collected, and content analysis was conducted for each semantic unit. The results revealed that personal nostalgia is based on personal experience and is extending to younger generations. In terms of nostalgia in interpersonal relationships, the younger generation reinterpreted the fashion culture of the older generation after the 2010s. In terms of vicarious nostalgia, a retro culture reminiscent of the 1990s with a background in economic development and consumption culture appeared after 2012. The youth culture and university culture of the 1970s and 1980s were reinterpreted as street fashion. Since the late 2010s, the younger generation has been exhibiting cultural nostalgia, believing that the historical Korean culture is not outdated but has a unique heritage formed during the modernization process. Symbolic nostalgia appeared in Korean fashion culture during modernization.

Key words: Korean fashion, Nostalgia, Newtro, Retro, Newspaper content analysis; 한국 패션, 노스탤지어, 뉴트로, 레트로, 신문기사 내용분석

I. 서론 및 연구방법

1. 연구의 필요성 및 연구문제

패션에서 레트로(Retro)는 시대적 요구에 따라 주기

적으로 등장하고 사라지는 트렌드지만, 최근의 레트로 패션은 패션뿐만 아니라 사회 전반적으로 메가트렌드로 여겨지고 있다. 온라인 패션 스토어 무신사(MUSINSA)는 인기 순위와 판매량으로 집계한 결과 2019년 상반기 패션 트렌드를 '새로운 레트로'라고 밝혔다(Ahn, 2019). 2017년 스포츠 브랜드 휠라(FILA)에서는 1998년 디자인의 스니커즈를 출시하여 전 세계에서 1,000만

[†]Corresponding author
E-mail: jisooaha@snu.ac.kr

족 이상 판매하였으며, 2018년 미국 올해의 신발에 선정되기도 하였다(Kwak, 2020). 또한 어글리 슈즈, 빅 로고 등과 같은 레트로 디자인을 적극적으로 도입한 캐주얼 브랜드 타미 힐피거(Tommy Hilfiger)는 해당 연도에 국내 매출 2,200억 원을 달성했는데, 이는 전년 대비 약 11% 증가한 수치다(H. K. Kim., 2019). 특히 전체 구매 고객 중 20~30대 비중이 50%에 달하는 등(H. K. Kim, 2019) 고객층이 젊어진 것은 의미 있는 변화다. 패션에서도 레트로의 유행은 큰 흐름으로 자리잡아가고 있다.

레트로를 불러일으키는 요인은 ‘과거에 대한 동경과 그리움’의 감정으로, 즉 과거의 경험과 활동에 대해 긍정적인 감정을 간직하는 노스텔지어를 바탕으로 하고 있다. 노스텔지어는 과거에 대한 회상을 기반으로 하며, 지금은 사라져버린 과거에 대한 상실감, 슬픔 등의 부정적 감정과 과거에 대한 아름다운 추억이라는 긍정적 감정을 동시에 지니고 있다(Kim, 2020). 노스텔지어 이론은 과거 회상에 대한 복합적 감정을 사회학, 심리학의 관점에서 설명하고 있다. 따라서 노스텔지어 관점의 레트로 패션 문화에 대한 연구는 시대에 따라 변화하는 한국 레트로 패션 문화에 관한 태도를 다각적으로 설명하기에 적합한 이론으로 판단된다.

레트로 패션 문화에 관한 선행연구를 살펴보면, 일반적으로 레트로 문화로 변화된 디자인의 조형적 특징을 밝히는 연구(Cheon & Jung, 2019; Kim & Kim, 2020; Kwon & Kim, 2014; E. K. Park, 2019; Yuh, 2020)가 진행되었다. 또한, 소비적, 마케팅적 측면에서 바라본 연구(Cantone et al., 2020; Celhay et al., 2020; Handberg, 2015; H. E. Kim, 2019; Kim & Um, 2019; Kwon, 2015)와 대중문화의 상업적 소재로서 레트로 실증 사례를 파악한 연구(Hackett, 2020; Park & Lee, 2020; Sielke, 2019)가 대부분이다. 이는 레트로 현상에 관한 분석일 뿐, 레트로 문화에 나타난 담론을 심층적으로 연구하지 못했다는 한계가 있다. 국내의 레트로 문화에서 주된 소재가 되는 1980년대, 1990년대 한국 문화는 민주화 이후의 자유로운 분위기 및 급격한 경제 성장으로 인한 물질만능주의와 같은 특수한 상황을 바탕으로 이해되어야 하지만, 이런 선행연구들은 국내의 특수한 사회문화적 상황에 대한 이해를 바탕으로 접근하기보다는 영미 문화권의 디자인 사조의 관점으로 국내 레트로 문화를 이해하고 있다. 따라서 한국의

패션 문화사는 한국의 특수한 사회문화적 역사를 바탕으로 새로운 노스텔지어 관점으로 레트로 패션 문화에 관한 연구가 요구된다. 서구 문화권의 시각이 아닌 독자적인 한국 문화적 관점에서 새로운 미디어를 활용한 레트로 패션 문화의 등장 배경 및 수용 방식은 무엇이며, 그에 따라 나타나는 패션 스타일 양상을 다각적으로 진행한 연구가 필요할 것으로 사료된다.

이에 본 연구는 한국의 고유한 역사적 배경을 바탕으로 사회문화를 반영하는 신문 매체에 주목하여 근대화가 시작한 이후에 사회문화적 맥락의 흐름 안에서 한국 사회가 레트로 패션 문화를 다루는 수용 방식과 전개 양상, 회고 대상을 살펴보고, 더 나아가 Z세대의 인식과 레트로 패션 문화를 실천하는 방식과 의미를 새로운 미디어를 통해 고찰함으로써 한국 Z세대에 나타난 레트로 패션 문화에 관한 담론을 규명하고자 한다. 이를 위한 연구내용은 다음과 같다. 첫째, 국내 레트로 패션을 이해하기 위해 문헌 연구를 통한 노스텔지어 연구들을 도출한다. 둘째, 도출된 노스텔지어 관점으로 한국 레트로 패션 문화의 특징을 밝힌다.

본 연구를 통해 다음과 같은 연구의의를 기대한다. 학술적 측면에서는 패션사에서 레트로 문화는 반복됐는데, 미래의 한국적 레트로 문화 연구자에게 유용한 기초 자료가 될 것이라 기대된다. 또한, 패션의 흐름으로 지속적으로 등장하는 레트로 문화의 특성을 이해하여 패션 디자인 구상 시 패션 정보 활용의 기초 자료를 제공하고 새로운 발상의 촉매제가 될 것이라 기대된다.

II. 레트로 패션 문화 및 노스텔지어 이론 고찰

1. 레트로 패션 문화 고찰

1) 레트로 및 관련 어휘 고찰

레트로의 어원은 회상, 회고, 추억이라는 뜻의 영어 ‘Retrospect(회고)’의 준말이다(H. E. Kim, 2019; Kwon & Kim, 2014; Reynolds, 2011/2017; Yuh, 2020). ‘뒤로’ 혹은 ‘되받아’의 뜻을 가진 접두어 ‘Retro’는 1970년대 후반에 음악과 패션, 디자인 등에서 빈번하게 등장하여 하나의 현상으로 자리잡게 되자 신조어로서 명사화되었다(Kwon & Kim, 2014). 일반적으로 옛날의 상태로 돌아가거나 과거의 체제, 전통 등을 그리워하

고 본뜨려는 것을 말한다. 패션에서는 디자이너 이브 생 로랑(Yves Saint Laurent)이 1971년 S/S 컬렉션에서 1940년대 패션을 재현시킴으로써 ‘레트로 룩(Retro look)’이 한 장르로 등장하게 되었다(Lee & Park, 2006). 패션에서의 레트로는 과거에 대한 노스텔지어를 느끼게 하는 복고주의 패션, 또는 과거 지나간 시대의 패션을 현시대 사람들의 기호에 맞추어 재해석 하는 것을 의미한다(Lee & Park, 2006).

국내에서는 영문 단어인 ‘레트로’를 한글로 번역하여 ‘복고(復古)’라고 표현하기도 한다. 1990년대 초에 발간된 국어사전에서 복고는 ‘과거의 사상이나 체제로 돌아가려는 주의’를 의미하였다(“복고 [Restoration]”, 1987). 특히 정치에서 복고를 언급할 때는 ‘보수적 복고주의’ 또는 ‘왕정복고’와 같은 관용구(Yang, 1996; “王政復古를 夢想 [Dreaming of the imperial restoration]”, 1953)로 사용되었는데, 이를 통해 복고는 근대화 이전의 사상, 혹은 보수적 의도를 가진 과거 회귀 성향을 설명할 때 사용되는 것으로 짐작할 수 있다. 20세기 이후 국가의 통치권자가 급변하고 해방 후 이데올로기가 대립하는 역사적 상황을 거처오면서 사람들은 과거의 정치 상황을 그리워하기 위해 복고적 개념을 차용해 왔다. 20세기까지 ‘복고’와 ‘레트로’는 국내 신문기사에서 혼용되어 사용되었다. 20세기 말 대중문화와 소비문화에서 과거 회귀 경향이 잦아지자 그런 문화적 경향, 또는 그것을 표현하는 스타일을 언급할 때는 ‘레트로’라고 표현하였다. 한국에서 레트로의 대중적 확산은 1990년대 말부터 본격적으로 시작되었다(Lim & Yoo, 2020). ‘복고’는 20세기 이전의 정치적, 사회적 회고 경향을 설명하고, ‘레트로’는 패션에서 시작된 어휘이기 때문에 보다 문화적이고 물질 소비적인 개념으로 발전하였다.

최근 ‘뉴트로’라는 단어가 새로 등장하였다. 레트로와는 과거의 것을 ‘유지’하면서 향유하는 방식인 반면, 뉴트로에는 젊은 층이 과거를 현재에 ‘새롭게 만들어’ 향유하는 방식이다(Joo et al., 2020). 과거 문화가 새롭게 보이기 위해선 스타일의 현대화뿐만 아니라, 미디어 기업의 자본력, 동시대 미적 감각으로 재해석해주는 셀러브리티, 그리고 새로운 미디어 플랫폼이 필요하므로(Joo et al., 2020), 뉴트로에는 신세대의 안목으로 레트로 문화를 재생산하는 마케팅 전략적 측면을 담고 있다(Ahn & Lee, 2021).

2) 현대적 레트로 패션 문화

레트로 문화는 포스트모던 시대에 들어오면서 변화된 특성을 보인다. 포스트모던 시대에 불확실성에 놓인 개인은 불안감의 심리적 공포를 느끼게 되어 ‘레트로토피아(Retrotopia)’를 찾는다(Bauman, 2017/2018). ‘복고(Retro)’와 ‘낙원(Utopia)’의 합성어인 레트로토피아는 새로운 유토피아로서 레트로를 바라보는 것을 말한다. 근대에는 새로운 생각의 환기를 위해 레트로 문화를 찾았지만, 포스트모던 시대의 레트로 문화는 진보를 강요하는 사회적 분위기에 대항하고 의도적으로 발전을 저해하고 싶은 욕망을 내포하고 있다. 젊은 세대는 레트로 브랜드와 미학을 소비하며 현대 사회에 대한 불만을 중화시킨다(Höglund & Olsson, 2019; Seong, 2019).

한편, Grainge(2000)는 레트로의 유행이 회고 욕구 또는 현재에 대한 불만, 미래에 대한 불안감에서 비롯된 것이 아니라는 연구를 발표하기도 하였다. 단순히 위기의 맥락에서 레트로 무드를 설명하는 것은 단편적인 관점이며, “지나간 과거(Pastness)”를 현재에 대한 처방이나 시장성이 있는 스타일로 만드는 문화적, 인구·통계적, 과학·기술적, 상업적 요소에 따라 레트로 현상은 전개되어 왔다(Grainge, 2000). 레트로 미학은 과거의 가치, 맥락, 스타일을 재인식하는 현재의 시대 정신에 의해 지속적으로 발전되었다(Grainge, 2000).

Reynols(2011/2017)에 의하면, 현대 레트로에는 다음과 같은 특성을 지닌다. 첫째, 가까운 과거에서 영감을 받는다. 둘째, 레트로에는 일반적으로 대중문화와 연루되어 있다. 이 점에서 레트로 미학은 산업 혁명 이후 대량 생산된 제품, 패션 및 예술적 스타일에 초점을 맞추고 있다. 셋째, 레트로에는 ‘정확한 회상’을 기반으로 한다. 뉴미디어 시대의 사람들은 아카이브에 보존된 자료를 구하기 쉬워지면서 과거를 복기하기보다는 오히려 하위문화 자본을 추출할 자료실로서 과거를 이용한다(Reynols, 2011/2017). 레트로를 쫓는 사람들은 과거를 이상화하거나 감성적으로 다루기보다는, 객관적 관점에서 재미를 추구한다.

위의 선행연구를 바탕으로 본 연구를 위한 레트로 개념을 재정의한다. 본 연구의 레트로 패션 문화는 ‘가까운 과거/대상에서 영감을 받아 해당 시기에 보편적으로 통용되었던 문화를 현재의 결핍을 해소하기 위해 기술적, 상업적 요소와 결합하여 정확한 자료를 바

탕으로 동시대 감성을 반영하고 새롭게 변형시켜서 대중매체를 통해 확산되는 패션 문화'로 정의한다.

2. 노스탤지어 이론 고찰

‘레트로’ 개념이 등장하기 이전에 사람들은 과거를 추억하는 정서를 설명하기 위해 ‘노스탤지어’ 단어를 사용하였다. 동양에서 과거를 소환하여 의미를 부여할 때 사용하는 개념으로 ‘향수’와 ‘복고’가 사용된 반면, 서양에서는 ‘노스탤지어’와 ‘레트로’ 단어를 주로 사용되었다(Lim & Yoo, 2020). 노스탤지어는 집으로 돌아간다는 뜻의 그리스어 ‘Nostos’와 고통스러운 상태를 지칭하는 ‘Algia’가 합하여 만들어진 단어로, 집으로 돌아가고 싶은 고통스러움을 의미한다(Boym, 2001; Davis, 2011). 노스탤지어(Nostalgia)는 17세기 용병이 고향에 돌아가고 싶은 마음을 설명하기 위해 만들어진 개념이다(Baker & Kennedy, 1994; Brown, 2018; Reynolds, 2011/2017). 1950년대에 이르러 사람의 일생에서 평온했던 시절을 동경하는 일반적 감정을 일컫는 말로 변화하였고(Baker & Kennedy, 1994; Reynolds, 2011/2017), 일상생활과 사회 속에서 겪을 수 있는 감정으로 간주되었다(Wildschut & Sedikides, 2020).

Davis(2011)는 노스탤지어를 개인적(Personal) 감정과 집단적(Collective) 감정으로 구분하였다(Brown, 2018; Davis, 2011; Wildschut & Sedikides, 2020). 개인적 노스탤지어는 개인적 경험으로 인해 획득한 개별적인 과거의 상징적 이미지를 의미한다. 시간이 지남에 따라 사람들은 투사하고자 하는 자아 정체성을 나타내는 일련의 상징을 개발하는데, 특히 아동기 시절과 관련된 것이 개인적 노스탤지어를 불러일으키는

자극이 된다. 반면, 집단적 노스탤지어는 상징적 대상이 공적이고 널리 공유되는 조건에서 집단 내 다수의 사람에게 동시에 향수를 불러일으키는 과거의 상징적 이미지를 의미한다. 이후 Havlena and Holak(1996)이 경험을 직접/간접으로 세분화 하면서, 노스탤지어는 개인의 직접 경험, 개인의 간접 경험, 집단의 직접 경험, 집단의 간접 경험 등 4가지로 분류되었다(Table 1).

한 개인은 일생 동안 여러 차원의 환경에서 생성되는데, Bronfenbrenner(1979)의 생태체계 이론(Ecological system theory)은 이를 3가지로 분류한다(Fig. 1). 첫째, 가족 단위의 미시체계(Microsystem), 둘째, 이웃과 대중매체의 외부체계(Exosystem), 셋째, 문화, 역사, 사회적 조건 등의 거시체계(Macrosystem)다. 거시체계는 개인이 속해있는 사회가 오랜 세대에 걸쳐 형성되었으므로, 다른 환경과 달리 ‘시간성’을 내포한다. 이처럼 개인은 여러 차원의 환경에 둘러싸여 있으므로, 노스탤지어 분류 기준에서도 집단을 세분화할 필요가 있다. 이를 바탕으로 본 연구는 개인의 고유한 경험과 기억은 개인적 차원(Individual level), 동시대에 접할 수 있는 매체와 대인관계는 환경적 차원(Organizational level), 노스탤지어를 시간성을 지닌 거시체계의 역사적 차원(Historical level)의 3가지 단계로 구분하였다.

이를 종합하여 본 연구에서는 ‘직접/간접’의 기준과 ‘개인/환경/역사’의 기준을 적용하여 노스탤지어를 분류하고자 한다. 즉, 개인적 노스탤지어(Personal nostalgia), 대인관계의 노스탤지어(Interpersonal nostalgia), 대리적 노스탤지어(Vicarious nostalgia), 문화적 노스탤지어(Cultural nostalgia), 상징적 노스탤지어(Symbolic nostalgia)의 5가지로 노스탤지어를 분류하

Table 1. The four categories of nostalgia

	Personal memories	Collective memories
Real experience	“Personal nostalgia” - The subject of most psychological and sociological analysis - True nostalgia based on direct experience and personal memories	“Cultural nostalgia” - Direct experience that is common across members of the group based on collective symbols
Virtual experience	“Interpersonal nostalgia” - Based on direct experience and the memories of other individuals - Intergenerational nostalgia communicated from parents or grandparents	“Virtual nostalgia” - Based upon fantasy and indirect experience - Originated from books, or video materials

Adapted from Havlena and Holak (1996). pp. 35–42.

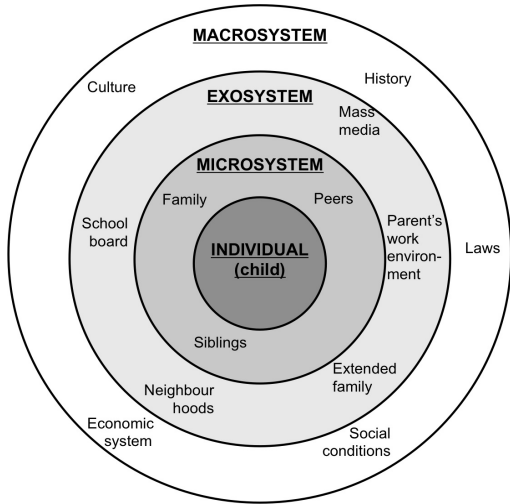


Fig. 1. Bronfenbrenner's ecological systems theory.
Reprinted from Crooke (2015).
doi:10.15845/voices.v15i2.829

고자 한다(Fig. 2). 다만, 개인적 노스텔지어는 개인/집단 구분에서 이미 분류되었고, 개인의 환경적 경험이 그 자체로 간접적인 성격을 띠기 때문에 개인적 노스텔지어를 직접과 간접으로 구분하는 것을 중복 분류라고 사료되어 별도로 구분하지 않았다. 각각의 노스텔지어를 정의하면 다음과 같다.

‘개인적 노스텔지어’는 반드시 개인의 과거 경험을

전제로 하는 과거에 대한 감성적이거나 개인적 그리움을 내재화시킨 노스텔지어를 의미한다. 개인적 노스텔지어를 언급했던 선행연구(Baker & Kennedy, 1994; Brown, 2018; Davis, 2011; Wildschut & Sedikides, 2020)이 분류한 개인적 노스텔지어와 동일한 개념이다.

환경적 차원에서 직접 경험하는 노스텔지어는 ‘대인관계의 노스텔지어’다. 조부모, 부모, 친구와 같은 타인의 기억을 바탕으로 직접 전해들은 노스텔지어 경험(Havlena & Holak, 1996)을 의미한다. 타인의 경험과 그 사람과의 개인의 상호 작용을 결합하여(Davis, 2011) 생성된다.

환경적 간접 경험의 노스텔지어는 ‘대리적 노스텔지어’다. 노스텔지어 감정은 서적, 미디어와 같은 개인의 환경 속 간접 접촉을 통해서도 노스텔지어 감정이 불러일으켜질 수 있다(Goulding, 2002). 영화, 음악, 광고, 패션, 소비재 등 현대 사회에서 향수를 유발하는 이미지와 경험(Holbrook & Schindler, 1989; Howell, 1991; Stern, 1992; Unger et al., 1991) 등이 대리적 노스텔지어에 포함된다.

역사적 직접 경험의 노스텔지어는 ‘문화적 노스텔지어’다. 개인적 경험에 뿌리를 두고 공유된 상정을 기반으로 한다(Havlena & Holka, 1996). 특정 세대에 국한되지 않고 문화, 세대 또는 국가를 대표하는 과거에 대한 감성적인 노스텔지어에 관해 문화 구성원이나 국가 구성원이 경험하는 유사한 감정을 의미한다.

마지막으로, ‘상징적 노스텔지어’는 역사적 차원에

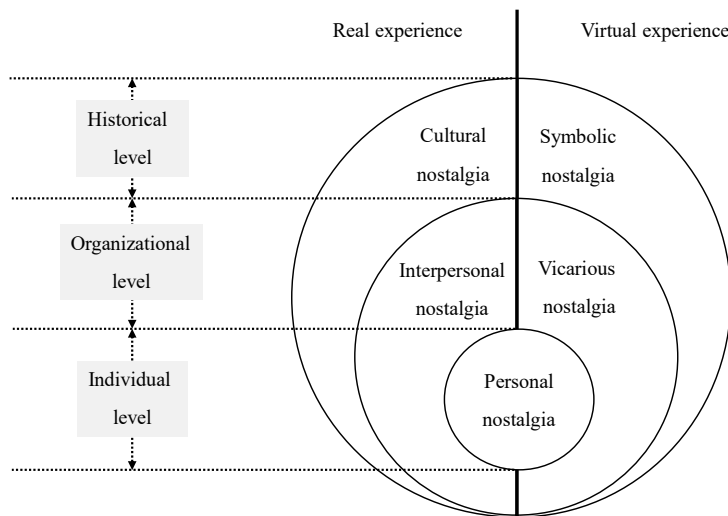


Fig. 2. The proposed research framework of the nostalgia categories.

서 간접적으로 느끼는 노스탤지어다. 특정 시대의 영화, 음악, 패션 등은 시간이 흘러 더 이상 재현되지 않게 되며 하나의 상징으로만 남아 있게 된다. 사람들은 이 상징을 통해 경험하지 않은 사건 및 이미지를 보며 사회 내부가 통용하는 노스탤지어 감성을 불러일으키게 된다. 상징적 노스탤지어는 특정 시대의 의미와 이미지가 그리움의 감성을 집약한 ‘기호’로서 한 시대의 이미지를 대신할 때 발생하기도 한다(Kim & Jun, 2019). 이 때 미디어는 특정 사물과 현상을 떠올리면 노스탤지어가 연상되도록 학습시키는 ‘노스탤지어의 사회화(Nostalgic socialization)’를 유도한다(Goulding 2002).

III. 연구방법

본 연구는 내용분석 방법을 사용하여 신문기사를 분석하였다. 내용분석이란 연구자료로부터 반복 가능하고 타당한 추론을 이끌어내는데 필요한 연구기법이다(Krippendorff & Bock, 2009). 자료에 담긴 내용과 의미를 일정하고 일관된 방법으로 합리적으로 추론한다. 연구자료는 텍스트에만 국한되지 않고, 사진, 지도, 상징적 기호, 의사소통과 같은 모든 종류의 자료를 의미한다(Choi et al., 2016). 이러한 내용분석 방법은 신문기사를 통해 시대의 가치관과 유행 등을 밝히고자 하는 본 연구목적에 적합한 방법으로 사료된다.

연구설계가 신뢰성과 타당성을 갖기 위해서는 반복 가능해야 하며, 내용분석을 위한 코딩 과정이 분명히 제시되어야 한다. 본 연구에서는 Krippendorff and Bock(2009)의 이론을 참고하여 질적 내용분석 과정을 설계하고자 한다. 그는 단위화(Utilizing), 표본 추출(Sampling), 코딩(Coding), 간소화(Reducing), 가추적 추론(Abductively inferring), 서사화(Narrating)의 6단계로 내용분석을 제시하였는데, 본 연구에서는 단위화 과정을 코딩 단계와 통합하여 진행하였다.

1. 사례분석 자료 수집

사례분석을 위해 1951년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지의 신문기사 자료를 수집하였다. 이는 레트로 문화에 대해 사회문화 전반적인 관점을 가지기 위하여 정치·경제·사회·문화 등 다양한 분야의 기사를 다루고 있는 신문기사가 적합한 연구자료라고 판단하였기 때문이다. 한국 복식 문화는 1950년대부터 본

격적으로 근대화되기 시작하였기 때문에(Choi, 2011; Yoo, 2002) 1951년 이후의 신문기사부터 분석 시기에 포함시켰다.

사례분석을 위해 네이버 뉴스 라이브러리(newslibrary.naver.com)와 각 언론사 홈페이지에서 키워드 검색을 하여 자료를 수집한다. 네이버 뉴스 라이브러리는 한국의 4대 신문사(경향신문, 동아일보, 매일경제, 한겨레)의 1920년부터 1999년까지 기사 자료를 검색할 수 있어 1999년까지 신문기사를 살펴보기에 적합하다고 판단하였다. 이 4대 신문사 중에 ‘1951년 1월 1일 이후’라는 연구범위를 충족시키는 신문사인 경향신문(1946년 창간)과 동아일보(1920년 창간)로 수집 범위를 제한하였다. 2000년 이후의 기사 자료는 동일한 신문사의 인터넷 홈페이지에서 검색하여 수집하였다.

신문기사 자료 수집을 위한 키워드로 ‘복고’, ‘레트로’, ‘뉴트로’, ‘노스탤지어’를 선정하였다. 이는 KCI 등재학술지의 연구분야 전체를 대상으로 검토한 선행 연구(Kim & Han, 2020)의 결과, 전 분야의 공통 키워드 ‘레트로, 복고, 복고주의, 노스탤지어, 뉴트로, 뉴레트로’를 연구목적에 맞게 축소한 것이다. 1951년부터 2020년까지 각 연도별로 검색되는 2,082개의 신문기사를 2021년 3월 17일부터 2021년 5월 21일까지 수집하였다. 수집된 신문기사 중에서 중복 기사, 과학 및 의학 관련 기사, 광고 목적의 기사, 기사가 작성된 시점이 아닌 과거의 사건 관련 기사 등은 제외하고 조작적으로 정의한 레트로 기준에 따라 기사 자료들을 선별하는 과정을 거쳤다. 최종적으로 1,025개의 신문기사를 수집하였다(Table 2).

2. 내용분석 과정

최종 선별된 신문기사에서 제목과 부제목은 본문 내용과 중복되기 때문에 본문 내용으로만 연구대상으로 한정하였다. 정제 과정에서 한문 표기는 한글로, 옛날 외래어의 한글 표기는 현대식으로 변경하고 동일한 단어의 띄어쓰기는 통일하여 기사 본문을 수집하였다. 본문 내용 중에서 연구목적과 상관없는 내용은 제외하고 유의미한 문장을 하나의 단위(Unit)로 간주하였다. 가능한 하나의 문장을 하나의 단위로 수집하고자 하였으나, 한 문장 안에서 복수의 유의미한 언급이 있을 경우, 문장을 의미별로 나누어 수집하였고 여러 문장이 합쳐서 하나의 의미를 나타낼 경우에는 여

Table 2. Newspaper items by source

Years	Newspaper		Total	Source
	The Kyunghyang Shinmun	The Dong-A Ilbo		
1951-1970	25	10	35	NAVER News Library
1971-1980	32	23	55	
1981-1990	43	24	67	
1991-2000	82	165	247	Newspaper Official Webpage
2001-2010	190	74	264	
2011-2020	133	224	357	
Total			1,025	

러 문장을 통합하여 하나의 단위로 간주하였다. 최종적으로 4,151개의 의미 단위를 수집하였고, 이를 바탕으로 1차 간소화를 실시하였다.

내용분석을 위해 간소화 결과를 정리하여 가추적 추론을 하였다. 의미 단위는 언급된 내용을 귀납적으로 통합시킨 분류 주제(스타일, 소재, 컬러, 실루엣, 회고 대상, 유행 계층)<Table 3>와 5가지 노스텔지어 유형으로 구분하여 코딩하였다. 각 시기별로 분류된 키워드를 통합하여 가추적 추론 및 서사화를 하였다.

IV. 한국의 레트로 패션 문화

1. 한국 레트로 패션 문화의 시기 구분

패션의 변화는 사회적 변화와 관계가 깊으며, 패션 소비 경향은 경기 변화에 민감한 반응을 보인다. 특히, 국가의 경제적 여건 변화에 따라 나타나는 패션 문화는 국민의 소비 생활 양상과 의식 상태를 반영한다(Choi,

2001). 본 절에서는 한국 사회의 실질 GDP 성장률과 집권 정부, 문화적 사건, 패션 문화 특징에 따라 5개의 시대로 구분하여 1950년부터 2020년까지 한국 사회의 레트로 흐름 변화를 사적으로 고찰하였다(Fig. 3).

제 1기는 1951년부터 1979년 이전까지의 시기로 근대화 of 틀을 갖추고 독재 정권과 유신 시대를 겪었고, 실질 GDP 성장률이 평균 10% 이상을 웃돌던 시기였다. 이 시기 한국은 레트로 패션 문화에 대한 부정적인식이 팽배하였다. 주체적인 국가 의식을 갖고자 하면서도 전근대적인 봉건주의 사회로 회귀로의 두려움으로 레트로 경향을 경계하였다. 이 당시 한국의 노동자 청년들을 중심으로 미국 문화의 하위문화가 대중음악을 통해 대중들에게도 소개되었으며, 장발, 판탈롱, 미니스커트, 청바지와 같은 하위문화 기반의 패션 아이템들이 도입되었다. 특히, 당시 대중음악 장르였던 모던포크 음악은 청년 문화가 기성세대와는 다른 감수성을 형성해 나가는 데 큰 역할을 했다(M.-R. Kim, 2016). 이 시기의 청년 문화는 1970년대에서 1980년대 초반까

Table 3. Five categories that derived inductively from the collected articles

Categories	Style	Material	Color	Silhouette	Nostalgic age
Items	Romanticism	Natural	Strong tone	Body conscious	Before 1960's
	Feminism	Mixed	Dark tone	Straight	Domestic 1960's
	School look	Polishing	Natural tone	A-line silhouette	Overseas in 1960's
	Kitsch/street look	Handcraft	Bright tone	Tight & short	Domestic 1970's
	Casual/sports look	Leather	Red	Low-waist line	Overseas in 1970's
	Pop art look	Denim	Color contrast	High-waist line	Domestic 1980's
	Minimalism	Soft texture		Wide silhouette	Overseas in 1980's
	Glam look	Vintage finishing		Puffed-out silhouette	1990's 2000's

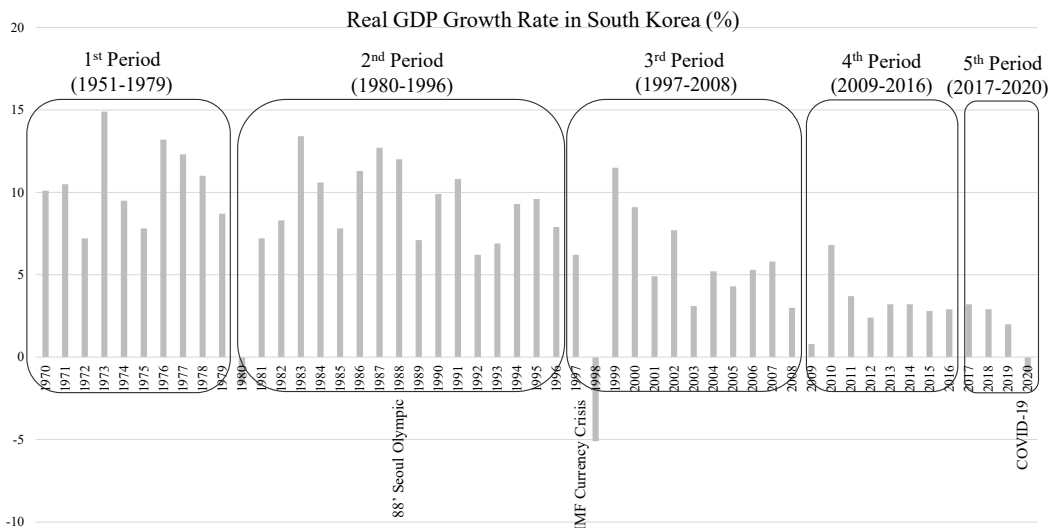


Fig. 3. The five eras of retro fashion culture in Korea.
 Adapted from Ministry of Economy and Finance [MOEF] (2022).
<https://www.index.go.kr>

지 이어진 청년들의 민주화 운동의 흐름과 함께 얽히면서 저항성을 바탕으로 고유한 한국적 문화 코드를 형성하기 시작(Seo, 2019)하였고, 한국적 레트로 코드의 자양분이 되었다.

제 2기는 1980년부터 1996년까지 시기로, 대체로 연간 높은 성장률을 보여주며 1993년에 한국 최초의 문민정부가 등장했다. 이 시기에 한국 사회는 풍족한 경제 성장과 민주화 정치를 자양분 삼아 국내의 고유한 문화적 바탕을 형성해갔으나, 한국적 전통에서 뿌리를 찾기보다는 근대화된 해외 문물을 도입하였다. 이 당시 해외는 강대국을 중심으로 힘을 과시하기 위해 자국의 과거 문화를 회고하는 흐름이 있었는데, 강대국들의 이런 국수적인 모습을 서구 문화 및 패션 요소로서 수용하였다.

1997년 IMF 발행을 제 3시기가 시작한 시점으로 보았으며, 이 기간에 실질 GDP 성장률은 등락이 심하였다. 2000년대 한국의 패션은 IMF 경제 위기 극복으로 황금시대로 되돌아가고 싶은 심리를 기반으로 레트로 양상이 과열되었다(Cheon & Jung, 2019). IMF 발행으로 전국적으로 새로운 패션 문화 소비를 금기시하는 분위기가 흘렀으며, 이에 옷장 속의 기존 의상을 리폼해서 입거나 아예 구제 시장에서 옷을 구하기도 하였다(Yoo, 1997). 부모님이 쓰던 명품을 물려받는 중고

패션(Choi, 1995)과 낡은 듯해 보이는 의상이 유행하였다.

2009년부터 2016년까지의 제 4시기에는 불황이 장기화되는 양상을 보이며 과거 회귀 성향이 계속되었다. 사람들의 소비 심리가 위축되어 안전한 옛날 상품과 라이프 스타일로 돌아가게 되었다. 1970년대 가수 ‘세시봉(C'est si bon)’으로 대변되는 1970년대 청년문화에 중·장년층이 호응했다. 1970년대의 의상들은 1990년대 나타난 레트로 패션으로 받아들여졌다. 1990년대 중심의 레트로 문화가 생겨나면서 대중문화 및 패션에서 나타난 레트로 흐름은 취향 중심으로 재편되었다. 4기 이후 한국의 미디어 기술은 비약적으로 발전하여, 사람들은 ‘PC’와 ‘모바일’ 미디어를 통해 과거 콘텐츠를 기록하고 활용하였다.

제 5기는 2017년부터 2020년까지로 분류하였는데, 실질 GDP 성장률은 지속해서 감소하였고 2020년에는 감소 성장률을 보이는 등 경제적 위기가 지속되었다. 이 시기의 대중문화 속 레트로 문화는 중영한 프로그램이 새롭게 생명력을 갖는 ‘에버그린(Evergreen) 콘텐츠’를 중심으로 과거 문화가 재생산되었다(Lee, 2018). 이에 따라 한국의 레트로 패션 문화에서 과거의 어떤 시기를 회고하는 레트로 현상은 점차 예전보다 감소하였고, 특정 브랜드 및 특정 집단의 정체성을 재

발견하는 경향으로 나타났다. 패션 브랜드는 브랜드 로고와 상징적 컬러, 아이콘을 앞세워 10대, 20대에게 헤리티지와 브랜드 정체성을 강조하였다. 헤리티지를 강조하는 전면 로고 모노그램 패턴과 큰 로고가 재유행하였다(Son, 2018).

2. 노스텔지어 관점에서 바라본 한국의 레트로 패션 문화

1) 개인적 노스텔지어(Personal Nostalgia)

한국의 레트로 패션 문화는 점점 개인화되었다. 1, 2기에는 서구의 레트로 패션 문화를 모방하는 등 개인적 노스텔지어 모습이 거의 나타나지 않았다. 한국 패션은 일제시대에 일부 계층에 의해 서구 복식이 도입되기는 했으나, 해방과 전쟁 이후 서구 복식 형태가 도입된 초기 시기에 해당하므로 이전의 개인적 경험의 향수를 불러올 서구 복식의 형태가 부재하였기 때문으로 보여진다.

3기에는 중·장년층에서 개인의 과거 경험을 바탕으로 가까운 과거를 회고하는 모습을 보였다. 산업화 속에서 겪었던 문화적 현상들을 소환하며 과거 모습을 추억하였다. 근대화 이후에 풍요로운 물질 문화를 경험했던 사람들은 갑작스런 경제적 위기로 불안한 심리적 상태가 되었다. 이들은 과거를 회상하면서 사회적 위기로 인한 스트레스를 치유하고자 하였다. 중년층은 각자의 유년기 시절을 떠올리며 가난했지만 행복했던 과거 시절을 회상하였다(Choi, 2003). 그러나 중·장년층의 개인적 노스텔지어는 일시적 회고 대상이었으며, 패션 문화로 이어지지 못했다는 한계점을 보인다.

4, 5기에 이르러 한국의 레트로 패션은 회고 대상이 국내의 과거 특정 계층 및 집단으로 더욱 구체화되며 개인적 노스텔지어 모습이 보였다. 4기 후반기 이후의 젊은 세대들은 개인의 어린 시절을 회고하는 등 직접 경험한 노스텔지어를 회고 대상으로 삼았다. 유년 시절에 겪었던 대중문화와 패션을 회고하였다. 개인적 경험을 바탕으로 하기 때문에 개인 고유한 취향으로서 레트로 문화를 인식하였다. 이런 맥락에서 유년 시절에 착용한 스트리트 패션의 유행이 나타났다. 청년층이 주로 입는 스트리트 패션의 기능적 의상 형태가 레트로 패션 문화의 형태로 재현되었기 때문이다. 또한 레트로 패션 문화는 국내 문화와 근접하고 취향에

맞는 대상으로 점차 세분화되었다. 대중매체에서 주도했던 레트로에 관한 관심은 젊은 층에게 개인의 자기표현과 취향으로 자리잡았다. 개인의 관심사가 다양한 만큼, 개인의 SNS에 공유되는 레트로 취향은 몇 년 전의 문화를 재해석하여 소비하는 복잡한 양상으로 진행되었다(Lim & Yoo, 2020).

이처럼 젊은 층이 레트로 문화의 재생산 및 확산이 가능한 것은 과거 문화에 대해서 가벼운 태도를 지니고 있기 때문이다. 한국의 기성세대는 과거 문화를 진지하게 생각하기 때문에(S. H. Park, 2019) 과거를 임의로 편입하는 것에 대해 거부감이 있다. 하지만, 젊은 이들은 과거를 유동적이고 친숙한 것으로 받아들이는 경향이 있다(S. H. Park, 2019). 이들에게 레트로는 어린 시절의 미디어에서 학습한 문화 코드이기 때문에 과거는 즐거움을 주는 유희적 활동이며 소비 대상으로 받아들여진다.

2) 대인관계의 노스텔지어(Interpersonal Nostalgia)

한국의 대리적 노스텔지어 모습은 특정한 시대를 회고하면서 세계 문화에서 국내의 역사적 시대로 구체화되었다. 2기 후반에 나타난 ‘촌티 패션은 한국의 기성세대 패션을 차용한 것으로, 대인관계적 노스텔지어의 예시가 될 수 있다. 젊은 여성들은 부모님의 패션 문화를 젊은 세대의 미학으로 재해석하였다. 촌티 패션은 1970년대 급격한 산업화를 이룬 한국의 젊은 여성들이 입었던 의상들을 의미한다(Fig. 4). 시골에서 상경한 소녀가 지나치게 멋을 부려 오히려 우스꽝스러운 패션을 재현한 것이다. 과감한 플라워 패턴과 짧은 7부 길이의 소매나 바지, 몸에 딱 끼는 실루엣 등을 특징으로 한다(Koh, 1997). 또한, 식민지 시대의 몸빼 고무줄 바지, 월남치마 등 시대적 상징을 담은 패션 아이템도 함께 유행하였다(Back, 2005). 강렬한 원색과 도트, 아가일 체크(Agyle check), 플로럴(Floral) 패턴 등을 동시에 사용하여 시각적으로 과장된 인상을 주며, 손뜨개, 구슬, 꽃핀 등의 수공예 액세서리를 활용하여 촌티 패션을 극대화시켰다.

5기의 젊은 세대들도 대인관계적 노스텔지어 모습을 보였다. 노년층을 연상시키는 폴카 도트(Polka dot) 패턴과 플라워 패턴, 맥시스커트(Maxi skirt)는 ‘그레니룩(Granny look)’의 이름으로 재탄생하였고(Fig. 5) (Park, 2020a), 중년 여성들이 많이 착용하는 모자 ‘선캡(Sun cap)’이 대중적으로 유행하였다(Park, 2020b).

특히, 시대적 트렌드를 쫓아가지 못한다는 인식이 있는 아저씨들의 패션 아이템 플리스(Fleece), 스포츠 양말, 서스펜더(Suspender)는 ‘아재(아저씨의 준말) 패션’으로 재탄생하였다(Fig. 6). 2018년에는 대디룩(Daddy look)의 어글리 슈즈(Ugly shoes)가 크게 유행하였다. 이는 아빠들이 착용하는 투박하고 못생긴 운동화에 어글리 슈즈라는 이름을 붙인 것이다(Jang, 2018).

이러한 촌티 패션과 아재 패션은 자국 문화에 대한 자신감이 반영된 것으로 볼 수 있다. 촌티 패션이 등장한 2기 후반에는 1988년 서울 올림픽이 개최되어 근대화 성공에 대한 자신감을 가지고 있었으며, 아재 패션이 등장한 5기에는 대중문화와 스포츠 스타가 세계적으로 인정받고자 하는 한국인의 열망을 충족시켜주었다(Choi, 2018). 이에 젊은 세대들도 한국 문화에 대한 자신감으로 과거 국내 문화를 재발견하고 현재의 긍정적 관점으로 과거 문화를 바라보고자 한 것으로 보여진다. 성공, 권위에 집착하는 과거 산업세대에 반발하면서도 벗어나지 못하는 한국인의 자부심과 회화화가 결합된 현상이다(Choi, 2018).

3) 대리적 노스텔지어(Vicarious Nostalgia)

3시기에 한국의 레트로 패션 문화는 회고 대상이 한 시층에 동시다발적으로 나타났는데, 이는 대리적 노스텔지어가 과열된 것으로 해석할 수 있다. 회고 대상은 다양한 시대에서 차용하였고, 그리움의 감정을 갖고 과거 시대를 미화시키는 태도를 보였다. 현재의 문제를 해결할 수 있는 또는, 회피할 수 있는 대상으로 과거 문화를 바라보는 ‘레트로토피아’의 모습을 보인다. 이 시기의 레트로 패션은 대중문화의 전성기였던 시대의 스타일을 표방하고 재창조하려는 주제적인 성향

을 나타낸다(Kim, 2010). 특히 여성 인권이 사회적 이슈가 되었던 1980년대의 Y실루엣을 기반으로 한 레깅스 패션은 대중들에게 널리 유행되었다. 또한 레트로 패션의 유행이 점차 빨라지면서 유행 시기가 겹쳐지기도 하면서 레트로 패션이 점차 과열되는 양상을 보였다. 1960년대의 쿠레주 룩(Courrege look), 미래주의 패션과 1970년대 히피, 디스코 문화 그리고 1980년대 Y형 실루엣과 핑키한 컬러감, 레깅스 등의 스포츠웨어(Sportswear)가 레트로 패션으로 매해 빠르게 회전되었다.

4기 초반에 한국의 대중문화는 복고 노래의 유행으로 한국의 1970년대, 1980년대 문화에 관한 관심으로 이어졌다. 1970년대 가수 ‘세시봉’의 음악과 패션이 재해석되는 등 미디어 중심으로 한국 과거 문화 회고가 이루어졌다. 4기 후반에는 영화와 드라마 속에서 재현되는 1990년대 캠퍼스 문화를 스트리트 패션으로 재해석하였다.

5기에 미디어 문화가 급속하게 발전하는 시기가 되자 레트로 패션 문화가 다시 주목받았다. 1998년부터 2000년대 초반의 인기 가수들을 무대를 방영하고 있는 한 유튜브 채널에 젊은이들은 ‘온라인 탐گل 공원’이라는 이름을 붙이며 열광하였다(Lim & Kim, 2019). 이들은 온라인 공간에서 레트로 문화의 원형을 학습하며, 과거 영상에서 한국 대중문화의 근원을 찾고자 하였다(Lim & Kim, 2019).

미디어로 촉발된 대리적 노스텔지어는 과거 매체 자체에 대한 노스텔지어가 나타난 것으로 해석할 수 있다. 미디어 변화로 스트레스를 받으면 개인은 그 대처 방법으로 과거의 미디어 노스텔지어를 찾는 반면, 미디어 변화에 익숙해지면 미디어 노스텔지어에 덜 참



Fig. 4. Colorful retro styling.
Reprinted from Yoo (1997).
<https://newslibrary.naver.com>



Fig. 5. Retro fashion from grandparents.
Reprinted from Park (2020a).
<https://www.donga.com>



Fig. 6. Retro fashion item from parents.
Reprinted from Jang (2018).
<http://news.khan.co.kr>

여하는 경향이 있다(Menke, 2017). 뉴미디어 시대에 아날로그를 향한 노스텔지어를 느끼고, 새로운 아카이브를 실험해보기 위하여 과거 패션 문화를 불러일으키는 것은 시대적 흐름에 따른 자연스러운 현상이다.

특히 젊은 층에게 레트로 제품이 인기를 끄는 것은 오감을 자극하는 레트로 문화 체험을 하며 공감각적으로 아날로그 감성을 즐기려고 하기 때문이다. 자동화된 기술로 편리함을 얻었지만 자기 통제권을 상실하였다고 느끼는 젊은 층은 이를 회복할 수 있는 공감각의 아날로그적 체험을 추구하였다. 젊은 층은 SNS에 레트로 경험을 공유하며 레트로 문화를 새로운 매체와 접목시켜 재생산한다. 레트로 체험을 일종의 놀이로서 인식하면서 기성세대와 다른 방식으로 레트로 문화를 즐긴다(Kim & Han, 2020). <Fig. 7>은 레트로 스타일 착용을 일종의 ‘새로운 정체성 부여 놀이’로 간주하는 젊은 세대들이 레트로 파티를 개최하는 모습이다.

4) 문화적 노스텔지어(Cultural Nostalgia)

한국의 근대적 문화유산이 누적되면서 한국의 레트로 패션 문화는 문화적 노스텔지어로 바뀌었다. 특히, 2012년은 한국 레트로 문화의 큰 흐름이 바뀌게 되는 전환점이다. 이전 레트로 문화는 1970~1980년대 문화를 중심으로 회고되었지만, 1990년대를 배경으로 하는 영화와 드라마가 2012년에 선풍적인 인기를 얻으면서 1990년대 문화를 회고하게 되었다. 레트로 문화를 이끌어가는 세대도 중·장년층에서 30대와 4대 초반으로 젊어졌다. 이들은 1980년대, 1990년대의 청년 문화를 스트리트 문화로 재발견하였다(Fig. 8)~(Fig.

9). 7080세대들의 저항 문화와 1990년대의 캠퍼스 문화를 현재의 스트리트 패션으로 재현하였다(Kang, 2010). 청바지는 1970년대에는 청바지와 통기타와 함께 저항 정신을 담고 있는 패션 아이템이었고, 1990년대는 청바지를 패션으로 받아들였다(Kim, 2012). 1990년대 복고 열풍으로 청바지는 청재킷과 더불어 ‘청청 패션’의 조합으로 부활하였다. 2009년에는 건강미와 관능미를 추구하던 사회 분위기와 맞물려 데님 소재가 더욱 유행하였다. 2011년 이후 레트로 패션은 허리선이 골반에서 허리로 점차 높아졌고 오버사이즈 옷이 유행하였다. 상의에서는 본인의 어깨선 바깥을 벗어나고 손등을 덮는 코트와 패딩이 유행하였고, 하의는 바지폭이 스키니 팬츠에서 나팔바지, 통바지 등 와이드 팬츠로 나타났다(D. W. Kim, 2016). 헤리티지(Heritage)를 강조하는 로고 디자인과 도트, 플로럴, 체크 패턴 등의 시선을 끄는 화려한 패턴으로 투박한 느낌을 전달하였다.

또한 5시기에 청년층은 1990년대의 청년 문화를 자유분방한 스트리트 문화로 재발견하였다. 최초로 산업화의 수혜를 누렸던 1990년대 젊은이들에 대한 호기심과 부러움을 반영하여 1990년대의 스트리트 패션을 회고하였다. 다양성과 취향을 존중하는 젊은 세대는 한국의 과거 문화가 촌스럽고 낡았다는 인식보다는 현대화 과정에 형성한 고유한 헤리티지와 취향으로 인식하였다. 이처럼 10대, 20대의 젊은 세대들은 과거 문화에 호기심을 갖고 새롭다고 재인식하였다. 1970년대, 1990년대의 문화 구성원뿐만 아니라 현재의 세대 구성원까지 긍정적 감정을 가지며, 이는 한국의 사회적 유대감을 높여주었다.



Fig. 7. Back to 90's party among young generation.

Reprinted from Lim and Kim (2019).
<https://www.donga.com>



Fig. 8. Retro fashion based on 70's youth culture (I).

Reprinted from B. S. Kim (2015).
<https://www.donga.com>



Fig. 9. Retro fashion based on 70's youth culture (II).

Reprinted from H. S. Kim (2015).
<https://www.donga.com>

5) 상징적 노스텔지어(Symbolic Nostalgia)

1,2기에 한국은 세계의 레트로 문화에 대해서 신문, TV라는 대중매체를 통해 접하기 시작하였다. 특히 1기에 물질 문화에서 전통은 근대화를 위해 지양해야 하는 분위기 속에서 ‘복고=전통’이라는 생각으로 복고 패션 문화를 경계하였다. 한국 패션에서 복고는 전통의상을 의미하였으며, 근대적 의생활을 추구하기 위해 해외 패션의 외형을 적극적으로 수용하였다. 해외에서 유행한 복고 스타일이 자연스럽게 국내의 복식에도 받아들여졌다. 또한 1990년대 테크놀로지 발달로 인한 멀티미디어의 급속한 전파가 레트로 패션을 학습을 유도하였다(Ryoo & Park, 1996). 경험할 수 없어서 레트로 패션의 기호로 학습한 상징적 노스텔지어 모습을 보인다.

해외 레트로 패션을 국내 패션에 도입하였으나(“復古風 되살아나 [Retro revival]”, 1972), 과거 회고적 의도를 담고 있다기보다는 복식의 현대화 흐름 속에서 자연스럽게 받아들여지는 과정이었다. 해외 컬렉션에서 유행하였던 1940년대, 1950년대의 패션이 국내에도 유입되어 긴 맥시스커트가 한국 패션에서도 나타났다. 하의의 볼륨감으로 낭만적인 복고 무드를 재현하고자 하였다. 맥시스커트만큼 바지폭이 넓은 판탈롱(Pantalon) 스타일도 나타났다. 1920년대 유행했던 스트라이프 무늬(“<20年代 스트라이프> [<20's stripe>]”, 1963)와 1940년대에 유행하였던 반복적인 도트 패턴이 복고 패션의 조형적 요소로 한국 패션에 소개되었다(Fig. 10). 한국의 레트로 패션은 이 시기에 미국에서 불었던 1950년대, 1960년대 패션 복고 사조

를 자연스럽게 받아들여 할리우드 여배우와 옵아트(Opt art), 팝아트(Pop art) 등의 예술 사조 조형적 모드를 차용하였다(Fig. 11).

V. 결 론

본 연구는 선행연구를 통해 레트로 관련 어휘들을 살펴보고 뉴미디어 시대의 레트로에 관한 개념을 새롭게 하였다. 또한, 한국의 고유한 역사적 배경을 바탕으로 레트로 패션 문화는 어떻게 전개되었는지 신문 기사 내용분석으로 고찰하였다.

노스텔지어 관점으로 살펴본 한국의 레트로 패션 문화는 다음과 같다. 개인적 노스텔지어는 개인의 경험을 바탕으로 하는데, 젊은 세대들에게 점차 확대되고 있다. 다른 세대들의 복식과 문화 코드를 새롭게 재현하는 취향 중심의 레트로 패션 문화가 전개되었다.

환경적 차원에서는 대인관계의 노스텔지어, 대리적 노스텔지어가 있다. 대인관계의 노스텔지어 측면에서 한국은 3기에 경제적으로 풍요로웠던 한국의 이전 시대를 그리워하며 당시의 패션 스타일을 재현하였다. 2012년 이전 시기에는 1970년대의 청년 문화를 대변하는 대중문화가 중·장년층을 중심으로 회고하였다. 최근 5기에는 다시 젊은 세대들은 가까운 기성 세대의 패션 문화를 재해석하였다. 대리적 노스텔지어 관점에서 2012년 이후에는 경제 발달과 소비문화를 배경으로 하는 1990년대를 회상하는 레트로 문화가 등장하였다. 1970, 1980년대의 청년 문화, 대학 문화가 스트리트 패션으로 재해석되었으며, 특히 해당



Fig. 10. Retro fashion based on the 1940's mood in U.S.A.

Reprinted from 4단계 스커트의 공존 시대 울겨울모드 [Four levels of length skirt coexistence in this winter] (1968). <https://newslibrary.naver.com>



Fig. 11. Retro fashion inspired by opt art in the 1960's.

Reprinted from 울봄 配色 붉은색 主導 [This spring color leading by red] (1992). <https://newslibrary.naver.com>

시기에 미디어의 대중화로 대리적 노스텔지어가 확대되었다.

역사적 차원에서 노스텔지어는 문화적 노스텔지어, 상징적 노스텔지어로 나뉜다. 문화적 차원에서 5기에 레트로 패션 문화는 젊은 층이 과거 문화를 재해석하는 새로운 전개 양상을 보여주었다. 젊은 층은 한국의 과거 문화가 낡은 것이 아니라 근대화 과정 속에서 형성한 고유한 헤리티지를 지니고 있다고 생각하였다. 상징적 노스텔지어는 1, 2기의 레트로 패션 문화에서 나타났다. 즉, 현대 패션 문화에서 초기에는 상징적 노스텔지어 모습을 보였으나, 시간이 지날수록 한국의 문화적 배경으로 바탕으로 한 문화적 노스텔지어 모습을 보인다.

본 연구는 세 가지 연구의의를 가진다. 첫째, 한국의 고유한 레트로 패션 문화의 역사를 살펴봄으로써 해외의 레트로 패션 사조와 구분되는 한국의 고유한 레트로 패션 문화의 역사를 밝혀냈다. 둘째, 해외 문화와 개인적 경험이 혼재되어 전개되고 있는 Z세대의 레트로 패션 문화는 일방적 해외 문화 추종에서 벗어나 고유한 한국의 문화 정체성을 형성하는데 이바지하고 있음을 확인하였다. 마지막으로 과거 패션 문화는 패션 디자이너에게 영감을 주는 자료로 활용되고 있는데, 본 연구의 패션 문화사 발견이 패션 디자이너에게 영감을 줄 수 있는 역사적 자료가 되기를 기대한다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 지닌다. 최근 새로운 미디어 역할을 하는 SNS를 통해 형성되는 레트로 패션 문화도 존재할 것이라 짐작되지만, 본 연구에서는 신문기사에 한정시켜서 레트로 패션 문화를 연구하였기 때문에 온라인을 통해 생성되는 문화적 특징은 연구하지 못했다는 한계점이 있다. 따라서 뉴미디어 활용 방식에 따른 레트로 패션 문화에 관한 연구를 후속 연구로 제안한다.

1. 사사

해당사항 없음

2. 연구윤리

해당사항 없음

3. 데이터 및 자료 가용성

해당사항 없음

4. 이해관계 상충

해당사항 없음

5. 연구비 지원

해당사항 없음

6. 저자의 기여

JH는 데이터 분석 및 해석을 주로 담당하였고, DJ는 자료 수집 및 원고 작성을 주로 담당하였음. 모든 저자가 최종 원고를 읽고 승인하였음.

7. 저자 정보

정다울 서울대학교 의류학과, 대학원생

하지수 서울대학교 의류학과, 교수

References

Ahn, H. Y., & Lee, C. K. (2021). A study on the influence of Newtro design and Retro design on consumer purchasing intention : Focusing on low-involvement product package design. *Design Research*, 6(1), 92–104. doi:10.46248/kidrs.2021.1.92

Ahn, S. Y. (2019, July 15). 네온컬러 · 타이다이 · 빅로고...상반기 패션 트렌드는 [Neon color · tie dye · big logo...fashion trend in the first half year]. *Chosun Biz*. Retrieved from https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2019/07/15/2019071501695.html

Baek, S. C. (2005, January 27). 로커들 전자기타 버리고 통기타 들다 [Rockers throw away their electric guitar and pick up an acoustic guitar]. *The Kyunghyang Shinmun*. Retrieved from <https://www.khan.co.kr/article/200501271545151>

Baker, S. M., & Kennedy, P. F. (1994). Death by nostalgia: a diagnosis of context-specific cases. In C. T. Allen, & D. R. John (Eds.), *NA - Advances in consumer research: Vol. 21* (pp. 169–174). Provo, UT: Association for Consumer Research.

Bauman, Z. (2018). *Retrotopia* (I. J. Chung, Trans.). Paju: Arte. (Original work published 2017)

Boym, S. (2001). *The future of nostalgia*. New York, NY: Basic Books.

Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Brown, S. (2018). Retro galore! Is there no end to nostalgia? *Journal of Customer Behaviour*, 17(1-2), 9–29. doi:10.1362/147539218X15208755279216

Cantone, L., Cova, B., & Testa, P. (2020). Nostalgia and pastiche in the post-postmodern zeitgeist: The ‘postcar’ from Italy. *Marketing Theory*, 20(4), 481–500. doi:10.1177/1470593120942597

Celhay, F., Magnier, L., & Schoormans, J. (2020). Hip and authentic. Defining neo-retro style in package design. *Interna-*

- tional Journal of Design*, 14(1), 35–49.
- Cheon, J.-H., & Jung, S.-Y. (2019). An analysis on the change of retrofit of interior space from historical perspective. *Proceedings of 2019 KIID Spring Conference*, 21(1), Korea, 188–192.
- Choi, H.-J. (2001). A study on the influence of I.M.F. system on domestic fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 51(4), 43–56.
- Choi, W. K. (2003, October 13). 대중문화 속 아날로그 흐름 읽기 [Reading analog vibes in popular culture]. *The Kyunghyang Shinmun*. Retrieved from <https://www.khan.co.kr/article/200310131534041>
- Choi, S. (2011). The traits of *Americanization* in modern Korean fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 61(3), 1–19.
- Choi, S., Jung, J.-H., & Jung, S. W. (2016). Concept and procedures of qualitative content analysis. *Journal of Qualitative Inquiry*, 2(1), 127–155.
- Choi, S. Y. (1995, November 13). 옷장속 엄마옷 다시 거리로 [Mom's clothing in the wardrobe back to the street]. *NAVER News Library - The Kyunghyang Shinmun*, p. 26. Retrieved from <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.nhn?articleId=1995111300329126001&editNo=40&printCount=1&publishDate=1995-11-13&officeId=00032&pageNo=26&printNo=15595&publishType=00010>
- Choi, Y. J. (2018, February 26). 두유노클럽 아시나요? 자부심과 열등감 섞인 한국인 [Do you know club? Koreans mixed with pride and inferiority]. *The financial news*. Retrieved from <https://www.fnnews.com/news/201802261336073790>
- Crooke, A. H. D. (2015). Music therapy, social policy and ecological models: A located example of music in Australian schools. *Voices: A World Forum for Music Therapy*, 15(2), doi:10.15845/voices.v15i2.829
- Davis, F. (2011). Yearning for yesterday: A sociology of nostalgia. In J. K. Olick, V. Vinitzky-Seroussi, & D. Levy (Eds.), *The collective memory reader* (pp. 446–451). New York, NY: Oxford University Press.
- Goulding, C. (2002). An exploratory study of age-related vicarious nostalgia and aesthetic consumption. In S. M. Broniarczyk, & K. Nakamoto (Eds.), *NA - Advances in consumer research: Vol. 29* (pp. 542–546). Valdosta, GA: Association for Consumer Research.
- Grainge, P. (2000). Nostalgia and style in retro America: Moods, modes, and media recycling. *The Journal of American Culture*, 23(1), 27–34. doi:10.1111/j.1537-4726.2000.2301_27.x
- Hackett, L. J. (2020). Dreaming of yesterday: Fashioning liminal spaces in 1950s nostalgia. *M/C Journal*, 23(1). doi:10.5204/mcj.1631
- Handberg, K. (2015) Montreal modern: Retro culture and the modern past in Montreal. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 7(1), 67–89. doi:10.3384/cu.2000.1525.157167
- Havlena, W. J., & Holak, S. L. (1996). Exploring nostalgia imagery through the use of consumer collages. In K. P. Corfman, & J. G. Lynch Jr. (Eds.), *NA - Advances in consumer research: Vol. 23* (pp. 35–42). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1989). Some exploratory findings on the development of musical tastes. *Journal of Consumer Research*, 16(1), 119–124. doi:10.1086/209200
- Howell, J. W. (1991). “A revolution in motion”: Advertising and the politics of nostalgia. *Sociology of Sport Journal*, 8(3), 258–271. doi:10.1123/ssj.8.3.258
- Höglund, J., & Olsson, M. (2019). *How young consumers use retro brands and retro products to mediate and express discontent towards the present* (Unpublished master's thesis). University of Gothenburg, Gothenburg.
- Jang, H. J. (2018, March 30). 장롱 문을 열라, 패피가 될지니 [Open the closet door, you'll be fashion people]. *The Kyunghyang Shinmun*. Retrieved from http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201803301724005&code=900312
- Joo, H., Kmi, Y., & Kim, S. (2020). Culturalization of history in media use: Cultural meanings of Newtro phenomenon. *Media, Gender & Culture*, 35(4), 5–46. doi:10.38196/mgc.2020.12.35.4.5
- Kang, H. S. (2010, February 26) 상큼! 발랄! 올해 캠퍼스룩 ‘90년대 패션 부활’ [Fresh! lively! this year's campus look ‘90s fashion revival’]. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved from <https://www.donga.com/news/article/all/20100225/26435410/1>
- Kim, B. S. (2015, September 3). 복고풍의 부활?... 올가을 추억을 입자 [Retro revival?... wear memories this fall]. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved from <https://www.donga.com/news/article/all/20150902/73385915/1>
- Kim, D. W. (2016, October 6). 헐렁헐렁 통바지 ‘스키니 아성’ 허물까 [Loose wide pants. Should I tear down ‘skinny fame’?]. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved from <https://www.donga.com/news/article/all/20161006/80642785/1>
- Kim, G. W., & Um, G. J. (2019). A study on the hip-place from the moe theory. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 25(4), 37–52. doi:10.18208/ksdc.2019.25.4.37
- Kim, H. E. (2019). *A study on difference between product attitude and purchase intention of modern design and newtro design: focused on low involvement product* (Unpublished master's thesis). Hongik University, Seoul.
- Kim, H. K. (2019, June 18). 타미힐피거 매출 2000억 돌파 [Tommy Hilfiger sales exceed 166 million]. *Maeil Business News Korea*. Retrieved from <https://www.mk.co.kr/news/busines>

- s/view/2019/06/432139/
- Kim, H. S. (2015, April 9). 시크하거나... 자유분방하거나... 예측불가능한 복고의 매력 [Chic or... free-spirit or... the unpredictable charm of retro]. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved from <https://www.donga.com/news/article/all/20150408/70582019/1>
- Kim, J.-s., & Kim, Y.-m. (2020). A study on the formative characteristics of New-tro design expressed in modern fashion - Focused on luxury, sports and street fashion brand -. *Journal of Korea Design Forum*, 25(2), 7-18. doi:10.21326/ksdt.2020.25.2.001
- Kim, K. W. (2020). Newtro fashion design development from a vicarious nostalgia perspective. *Journal of Fashion Design*, 20(3), 167-186. doi:10.18652/2020.20.3.10
- Kim, M., & Jun, S. (2019). Symbolization of nostalgia in retro design. *Journal of Integrated Design Research*, 18(1), 109-126. doi:10.21195/jidr.2019.18.1.007
- Kim, M.-R. (2016). *A comparative study of 70's youth culture and 90's new generation culture - Focused on the identity of leading group of culture* - (Unpublished master's thesis). Dankook University, Youngin.
- Kim, N.-h., & Han, S.-w. (2020). Research trends on retro and Newtro phenomena and analysis of the meaning of Internet newspaper articles. *Culture and Convergence*, 42(8), 393-414. doi:10.33645/cnc.2020.08.42.8.393
- Kim, Y. R. (2010). Reinterpretation of retro in the 21st century fashion - Focusing on John Galliano and Alexander McQueen's collections -. *Journal of Fashion Design*, 10(2), 69-85.
- Kim, Y. S. (2012). *라이프 트렌드 2013: 좀 늙아본 오빠들의 귀환* [Life trend 2013: The return of the older brothers]. Seoul: Bookie.
- Koh, M. S. (1997, May 3). 7푼 소매 가늘고 긴 팔 한결 상큼하게 [3/4 sleeves, long and thin arms, more refreshing]. *NAVER News Library - The Dong-A Ilbo*, p. 19. Retrieved from <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1997050300209119008&editNo=45&printCount=1&publishDate=1997-05-03&officeId=00020&pageNo=19&printNo=23526&publishType=00010>
- Krippendorff, K., & Bock, M. A. (2009). *The content analysis reader*. London: SAGE Publications, Inc.
- Kwak, S. M. (2020, March 27). 휠라, '디스rupt2' 등 인기템 한정판 '럭스팩' 출시 [FILA, launched limited 'LUX PACK' such as 'Disrupter2']. *Fashionbiz*. Retrieved from <http://www.fashionbiz.co.kr/TN/?cate=2&recom=2&idx=177334>
- Kwon, H., & Kim, S. (2014). Periodic expression research on retro - Mainly about coloration and color harmony of pattern design -. *Journal of Korea Society of Color Studies*, 28(1), 83-95. doi:10.17289/jksccs.28.1.201402.83
- Kwon, Y. J. (2015). Consumer meanings of retro fashion. *Journal of Korea Design Forum*, 46, 361-374. doi:10.21326/ksdt.2015.46.033
- Lee, J., & Park, E. K. (2006). *Lifestyle & trend* (Rev. ed.). Seoul: Yekyong.
- Lee, J. W. (2018, October 26). 옛 명품 프로의 귀환... 에버그린 콘텐츠 붐 [The return of the old TV program... evergreen content boom]. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved from <https://www.donga.com/news/article/all/20181026/92593715/1>
- Lim, H. Y., & Kim, M. (2019, September 16). '어제인 1990'... 그 시절 그 패션이 돌아왔다 ['Again 1990'... that fashion is back]. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved from <https://www.donga.com/news/article/all/20190916/97416184/1>
- Lim, M. J., & Yoo, H. W. (2020). The possibility of retro humanities research in Korea. *PHILOSOPHY · THOUGHT · CULTURE*, (33), 96-108. doi:10.33639/ptc.2020..33.005
- Menke, M. (2017). Seeking comfort in past media: Modeling media nostalgia as a way of coping with media change. *International Journal of Communication*, 11, 626-646.
- Ministry of Economy and Finance. (2022, July 15). 국내총생산 및 경제성장률 (GDP) [Gross domestic product and rate of economic growth (GDP)]. *e-나라지표* [E-National Indicator]. Retrieved from https://www.index.go.kr/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=2736
- Park, E. K. (2019). Retro fashion in the 2010s - Focused on 2014 SS-2018 FW fashion collections -. *Journal of Fashion Design*, 19(1), 111-128. doi:10.18652/2019.19.1.7
- Park, S. H. (2019, September 17). ②우리 앞의 과거 - 데이비드로 웬설 [②Our past before us - David Lowenthal]. *The Kyung-hyang Shinmun*. Retrieved from http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201909172306005&code=960205#csidx5f3a88ece5d45a9a70670b8574c6511
- Park, S. H. (2020a, April 3). 봄과 함께 돌아온 '폴방울무늬' ['Polka dot pattern' returned in spring]. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved from <https://www.donga.com/news/article/all/20200403/100480612/1>
- Park, S. H. (2020b, July 16). 좀마뎌서 대세템으로... 선캡의 부활 [From a old lady's item to a trending item... suncap's Resurrection]. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved from <https://www.donga.com/news/article/all/20200716/101990991/1>
- Park, Y., & Lee, J. (2020). Analysis of beauty Youtube video experience of generation Z women through thematic analysis. *Journal of Intergrated Design Research*, 19(2), 89-104. doi:10.21195/jidr.2020.19.2.006
- Reynolds, S. (2017). *레트로 마니아: 과거에 중독된 대중문화* (개정판) [Retromania: Pop culture's addiction to its own past (Rev. ed.)] (S. M. Choi, Trans.). Seoul: Workroom Press. (Original work published 2011)
- Ryoo, S.-H., & Park, J.-H. (1996). A study on retro-look fa-

- shion appeared in 1990's - With special reference to the revival of 1960's mode -. *The Research Journal of the Costume Culture*, 4(2), 247-263.
- Seo, H. (2019). *A study on aspect and its variation of cultural identity exploration in Korean modern art* (Unpublished master thesis). Ewha Womans University, Seoul.
- Seong, S. (2019). A study of utopia for this era-Focused on Zygmunt Bauman. *The Journal of Humanities and Social Sciences* 21, 10(5), 581-592. doi:10.22143/HSS21.10.5.41
- Sielke, S. (2019). Retro aesthetics, affect, and nostalgia effects in recent US-American cinema: The cases of *La La Land* (2016) and *The Shape of Water* (2017). *Arts*, 8(3):87. doi: 10.3390/arts8030087
- Son, G. I. (2018, May 25). 스포츠에서 찾은 영감, 톡톡 튀는 젊음, 고급스러운 동시에 추구 [Inspiration found in sports, youthful youthfulness, and luxury]. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved from <https://bizn.donga.com/3/all/20180524/90227394/1>
- Stern, B. B. (1992). Abstract - Nostalgia in advertising text: Romancing the past. In J. F. Sherry, Jr., & B. Sternthal (Eds.), *NA - Advances in consumer research: Vol. 19* (pp. 388-389). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Unger, L. S., McConocha, M. D., & Faier, J. A. (1991). The use of nostalgia in television advertising: A content analysis. *Journalism Quarterly*, 68(3), 345-353. doi:10.1177/107769909106800304
- Wildschut, T., & Sedikides, C. (2020). The psychology of nostalgia: Delineating the emotion's nature and functions. In M. H. Jacobsen (Ed.), *Nostalgia now: Cross-disciplinary perspectives on the past in the present* (pp. 47-65). New York, NY: Routledge.
- Yang, K. M. (1996, February 21). 총선 뉴스메이커 무소속채비 盧在鳳씨 [Mr. Noh Jae Bong, general election newsmaker, prepare independently]. *NAVER News Library - The Kyunghyang Shinmun*, p. 4. Retrieved from <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1996022100329104004&editNo=40&printCount=1&publishDate=1996-02-21&officeId=00032&pageNo=4&printNo=15688&publishType=00010>
- Yoo, I. K. (1997, February 5). 봄길 수놓는 '70년대 촌순이' ['70's rural girl' that embroiders the spring mood]. *NAVER News Library - The Kyunghyang Shinmun*, p. 27. Retrieved from <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1997020500329127001&editNo=45&printCount=1&publishDate=1997-02-05&officeId=00032&pageNo=27&printNo=16015&publishType=00010>
- Yoo, S.-L. (2002). A study comparative on aesthetic costume Korean, Chinese and Japanese-Before the 20th age. *Journal of Korean Traditional Costume*, 5(4), 81-86.
- Yoo, W. M. (2017, February 17). 나도 모르게 흥얼흥얼... 'CM 송'이 돌아왔다 [Humming unconsciously... 'CM song' is back]. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved from <https://www.donga.com/news/article/all/20170217/82908643/1>
- Yuh, H. (2020). *A study on the relationship between retro design trend cycle and consumer emotion* (Unpublished master's thesis). Pusan National University, Busan.
- 복고 [Restoration]. (1987). *새 우리말 큰사전 (상)* [New Hangul grand dictionary (Vol. 1)]. Seoul: Samsung Books.
- 올봄 配色 붉은색 主導 [This spring color leading by red]. (1992, March 26). *NAVER News Library - The Kyunghyang Shinmun*, pp. 24-25. Retrieved from <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1992032600329124004&editNo=15&printCount=1&publishDate=1992-03-26&officeId=00032&pageNo=24&printNo=14357&publishType=00010>
- 復古風 되살아나 올봄의 모드 [Retro revival, this spring's mode]. (1972, February 24). *NAVER News Library - The Kyunghyang Shinmun*, p. 5. Retrieved from <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1972022400329205003&editNo=2&printCount=1&publishDate=1972-02-24&officeId=00032&pageNo=5&printNo=8123&publishType=00020>
- 王政復古를 夢想 [Dreaming of the imperial restoration]. (1953, October 3). *NAVER News Library - The Kyunghyang Shinmun*, p. 2. Retrieved from <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1953100300329202022&editNo=1&printCount=1&publishDate=1953-10-03&officeId=00032&pageNo=2&printNo=2294&publishType=00020>
- 4단계 스커트의 공존 시대 올겨울모드 [Four levels of length skirt coexistence in this winter]. (1968, December 4). *NAVER News Library - The Kyunghyang Shinmun*, pp. 4-5. Retrieved from <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1968120400329205001&editNo=2&printCount=1&publishDate=1968-12-04&officeId=00032&pageNo=5&printNo=7127&publishType=00020>
- <20年代 스트라이프>復古調洋服유행 [<20's stripe> Retro style suit fashion]. (1963, January 8). *NAVER News Library - The Kyunghyang Shinmun*, p. 5. Retrieved from <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1963010800329205009&editNo=6&printCount=1&publishDate=1963-01-08&officeId=00032&pageNo=5&printNo=5291&publishType=00020>