

지속가능성의 관점에 기초한 업사이클 패션 디자인의 특성

권정숙

경남대학교 패션의류학과

Based on the Perspective of Sustainability, the Characteristics of Upcycle Fashion Design

Jung-Suk Kwan

Dept. Clothing & Textiles, Kyungnam University; Changwon, Korea

Abstract : "Sustainability" and buzzword as in many areas of products produced and studies in progress, in situations of domestic "green fashion" of the Progress and identify problems and advanced in value sustained growth that can be done fashion design, the future of the gauge view there is need . For the purpose of environmental protection and resource conservation of the eco- fashion trend, " recycling" of the low-growth, emphasizing the ethical responsibility to pursue by the aesthetics may be limited in terms of avoided. Environment, most notably an "issue" fashion emerged as a growing, destroying a temporary fashion trend as a " recycling " of the limitations and pro-technology and design of the added value of recombinant and advanced recycling design trends, attracting attention "upcycle" Case of the aesthetic value and spiritual value of the designer by giving understanding and a new aesthetic values to the area you want to raise the possibility of extension.

Key words: upcycle fashion, sustainability, recycle, eco fashion, aesthetic values

1. 서 론

현재의 인류는 과도한 소비 풍조와 물질 만능 주의가 팽배한 삶을 영위하고 있다. 이러한 물질적 풍요로움을 감당하기 위한 무절제한 생산은 자연을 훼손하고 환경을 파괴하며 인류의 생존과 문명의 지속을 위협하는 결과를 낳았다. 특히, 미적 욕구를 자극하는 디자이너의 창조성과 구매동기를 자극하는 기업의 영리성 유착은 심리적 제품 수명 단축 및 불필요한 자원 낭비라는 부정적 결과를 초래하였다. 이러한 현실을 직시하는 정치·경제·사회 분야의 다양한 각성의 움직임은, 지속 가능한 자연환경의 유지를 목적으로 하는 생태학적 사유와 결합하여 전 세계적인 패러다임으로 발전하게 되었다. 디자인에서 생태학의 개념은 단순한 자연의 통제, 오염 규제를 벗어나 자연의 순환 원리를 디자인에 적용하는 것이다. 자연의 물성과 인간의 기술이 합일하는 친환경적 지속가능성을 지향하는 특성을 지닌다. 지속가능성은 성장과 이익을 전제로 한 자본주의의 생산과 소비체제에 도전하는 개념이다. 이것은 자연이 제공하는 서비스의 소중함을 인식하고 자연을 보호해야 하는 인간의 의

무를 강조하며 경제, 사회 전반적인 조건을 윤리성과 지속성이라는 관점과 결부시켜 인식하고 행동하는 사고와 실천을 의미한다. 지속가능 디자인이란 단순히 심미성과 실용성에 집중하는 것이 아니라 환경과 인류의 지속을 목적으로 하며, 인간 사회의 환경, 경제, 사회적 양상의 연속성에 관련된 체계적 개념이다. 지속가능 디자인의 대표적인 방법은 환경오염을 최소화할 수 있는 재질 및 기술개발, 자원 효율성의 극대화, 재생 가능한 재료 사용, 변형이 쉽거나 부품 대체 가능 상품, 폐기 기간을 연장할 수 있는 스타일 개발 등이 있다. 이 가운데 자원의 재활용을 의미하는 리사이클(recycle)이 향상된 개념인 업사이클(upcycle) 디자인을 연구 주제로 선택하였다. "리사이클"이 제품 본래의 성격이 가지고 있는 특성을 그대로 재사용한다는 '재활용'의 의미라면, "업사이클"은 재활용품에 디자인의 미적 창조성을 입혀 고부가 가치의 제품으로 재탄생시키는 것을 의미한다. 업사이클 용어는 Pilz, R.(1994)이 '낡은 제품에 더 많은 가치를 부여하는 것'이라고 한 것에서 처음 사용되었다. 버려진 자원이나 쓸모없는 제품을 더 좋은 품질 또는 더 높은 환경 가치가 있는 제품으로 재활용과 재사용의 개념을 폭넓게 해석한 것이다("Thinking About", 1994).

재활용 패션과 업사이클 디자인에 관련 연구를 살펴보면, 재활용 패션의 표현 기법과 미적 특성(Kim & Lee, 2008; Kwon, 1997), 소재 재활용 관련 연구(Kim & Ro, 2010; Kim, 2008),

Corresponding author: Jung-Suk Kwan
Tel. +82-55-249-2308, Fax. +82-55-245-5001
E-mail: nicegina@kyungnam.ac.kr

친환경 관련 패션경향 가운데 재활용 패션의 경향과 특성을 연구(Ryu & Huh, 2006; Son & Kim, 2004), 지속가능성이 현대 패션에 표현된 경향과 특성 연구(Kim, 2007), 업사이클에 대한 개념과 Eco-Sustainable 디자인 과정과 특성을 연구(Jang, 2010) 등이 있다. 1990년대 재활용 패션 디자인의 연구는 디자인 경향과 표현 방법에 대한 연구가 중심이 되었고 친환경 인식이 중요한 패션 트렌드로 부각되는 2000년대에는 다양한 패션 경향과 소비자의 인식, 재활용 패션의 조형 특성 및 친환경 패션과의 관련성 등을 중심으로 하는 연구가 주를 이루었다. “지속가능성”을 화두로 다양한 분야에서 연구들이 진행 중인 상황에서 국내의 “친환경 패션”의 진행 현황 및 문제점을 파악하고 발전된 가치로 지속적인 성장이 이루어질 수 있는 패션디자인의 미래를 가늠해 볼 필요가 있다.

연구의 내용은 먼저 지속가능한 디자인 관점을 바탕으로 리사이클의 진화된 경향으로 부각된 업사이클 디자인의 이론적 배경과 개념을 고찰하였다. 다양한 디자인 분야에서 업사이클의 국내외 적용 사례를 찾아봄으로써 지속가능성과의 상관성 및 경향 특성을 파악하고 패션 디자인 분야에 표현된 업사이클의 조형 방법과 조형 특성을 분석하였다.

연구 방법은 문헌 연구와 실증 연구를 병행하였다. 2000년대 이후 본격적으로 등장하여 최신 트렌드로 부각되고 있는 업사이클 패션디자인의 이론적 배경을 고찰하기 위하여 단행본, 학위논문, 패션서적, 학술지 논문, 용어사전, 국내의 인터넷 기사 등을 참고하여 문헌적 연구를 진행하였다. 지속가능성, 에코, 친환경, 재활용, 업사이클 관련 개념을 종합하여 지속가능성과 업사이클 디자인의 이론적 배경을 도출하였으며 유행 경향과 조형 특성을 분석하기 위한 실증 연구는 패션 잡지, 디자인 서적, 인터넷 자료 등을 활용하였다. 특히, 업사이클 패션 디자인 대표기업을 중심으로 사례 연구를 진행하였으며, 그 외에도 업사이클 제품을 생산하는 기업의 홍보기사, 트렌드 및 패션 정보지, 잡지 및 신문 기사 등을 활용하였다.

환경 보전과 자원 절약을 목적으로 하는 친환경 패션 경향의 “리사이클”은 저성장 지향, 윤리적인 책임의식 강조에 의한 심미성 추구 지향의 관점으로 제한될 수 있다. 환경주제를 필두로 등장하고 소멸하는 일시적인 패션 경향으로서의 리사이클의 한계를 극복하고 친(親)기술과 디자인의 부가가치를 재조합하여 진화된 재활용 디자인 경향으로 주목받고 있는 “업사이클”의 적용 사례와 미적 가치를 파악하며, 패션과 디자인의 미래에 있어서 디자이너 역할의 긍정적 가치 부여와 새로운 복식미의 지속가능한 영역 확장 가능성을 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 지속가능성과 지속가능디자인

2.1.1. 지속가능성의 개념

지속가능성은 1980년 국제자연보호연맹(International Union for Conservation of Nature and Natural Resources)에 의해 ‘지

속가능한 개발’이라는 용어가 처음으로 언급되었다. 세계 환경 개발 위원회(WCED)<우리 공동의 미래(Our Common Future, 1987)>에서 지속가능한 개발은 미래 세대가 그들의 필요를 충족시킬 수 있는 가능성을 손상시키지 않는 범위에서 현재 세대의 필요를 충족시키는 것이라고 정의하였다. 우리나라에서도 신(新) 국가 발전의 패러다임인 녹색성장을 위하여 환경과 경제 양측에서 시너지를 극대화하기 위한 녹색 기술과 산업을 육성하는 다양한 정책과제를 수행하고 있다. 지속가능성은 상황이나 연구 분야에 따라서 다양하고 유연한 의미를 갖는다. 지속가능성의 개념은 지역과 세대를 아우르는 생존에 관한 문제이면서 생태효율성에 집중하는 환경적 개념을 포함한다. Dresner, A.(2002/2003)는 자본을 공유하는 사회주의와 비슷한 측면으로 파악하기도 하였다. 그 가운데 디자인적 관점에 가장 부합되는 정의는 1992년 Dominski, A가 첫째, 자연 생태계와 자원이 보호와 증진, 둘째, 경제적 생산성, 셋째, 일자리, 주택, 교육, 의료, 복지, 문화적 기회 등의 사회적 기반 구축 등 세 가지 상호 의존 요소의 역동적 균형이라고 한 것이다.

이와 같은 정의는 자연이 제공하는 서비스와 자연을 돌보아야 하는 인간의 의무를 인식하고 경제성장 보다는 생산성을 북돋우며 지속가능성을 사회전반적인 조건과 건전성에 결부시키고 있다. 생태적·경제적·사회적 요소는 생태효율성 및 인간, 지구, 이익이라는 3대 핵심을 통한 벤다이어그램(Fig. 1)으로 설명될 수 있다. Beukers, A. & Van Hinte, E.(1999)의 저서에서는 ‘지속가능한’ 이라는 말보다 ‘긍정적인’ 발전이라는 용어를 사용하기도 하였다.

2.1.2. 지속가능디자인의 개념

디자인이란 시대를 반영하는 지표이면서 기능과 미에 대한 가치규범을 지니고 있는 것이다. 디자인은 소비자의 삶을 바꾸고 문화를 만들어내고 있으며 지역성의 한계를 넘어 정치, 경제, 사회적 이슈를 포함하는 의미를 지닌다. 지속가능 디자인이란 단순히 심미성과 실용성에 집중하는 것이 아니라 환경과 인류가 보존될 수 있는 인간 사회의 환경, 경제, 사회적 양상의 연속성에 관련된 체계적 개념이다. 지속가능성은 친환경, 에코

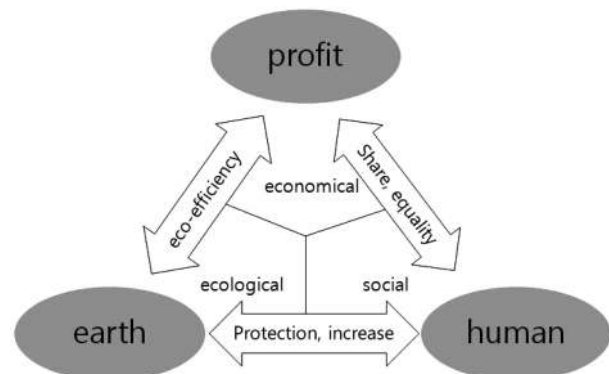


Fig. 1. The conception of sustainability.

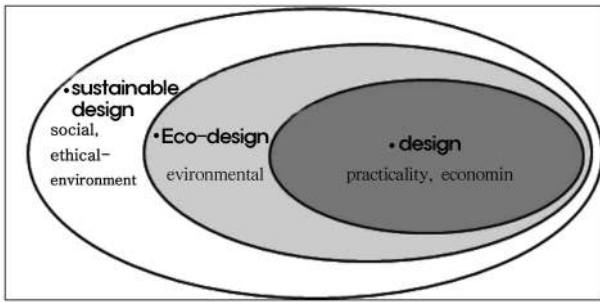


Fig. 2. The conceptual diagram of sustainable design.

개념을 넘어 사회 경제적 패러다임으로 확산되고 있다. 이러한 지속가능성을 디자인으로 구체화하는 과정에서 친환경 디자인, 에콜로지, 그린 디자인, 웰빙, 느린 디자인, 에코 디자인, 생태 디자인 등의 개념들이 혼재되어 사용되고 있다. 이러한 용어들이 등장 배경, 경향, 관점에 있어서는 차이점이 존재하지만 제품의 전(全)과정에서 환경 영향력, 제품 기능, 경쟁력, 시장 상황 등 다양한 요소를 동시에 고려하는 디자인 접근법이란 점은 동일하다. 여기에 사회적 책임성 및 윤리 도덕적 ‘지속가능성’ 등 현실적인 생산 구조에서 직접적으로 파악하기 힘든 간접적 환경과 사고 시스템까지 포함하고 있다. 즉, 지속가능 디자인은 제품력과 경제성을 갖춘 디자인 개념에 환경성을 고려한 에코 디자인을 포함하며 이익, 사람, 지구라는 3대 기본축의 균형을 맞추어 지속가능한 개발을 전파하려는 사회적, 윤리적 환경을 고려한 디자인(Fig. 2)이다.

지속가능한 디자인의 원칙은 2000년 독일 하노버 Expo 2000에서 Macdonarld, W는 ‘지구 권리 장전’에서 다음과 같이 주장되었다. 첫째는 환경영향의 최소화(Re-fine), 둘째는 자연 생태계 회복하려는 디자인적 접근(Re-design), 셋째는 물질 순환의 활성화(Re-cycle), 넷째는 인간과 자연의 공생을 위한 디자인(Re-think)을 고려하여야 한다는 것이다(Oh, 2005).

2.2. 디자인 행동주의

Fuad-luke, A.(2009)는 “인간과 환경을 생각하는 착한 디자인으로 세상을 바꾸자”, Papanek, V.(1983)는 “디자인의 궁극적 목표는 인간의 환경과 그가 사용하는 도구를 변형시키고 더 나아가 인간 스스로 까지도 변형시키는 것이다.”라고 주장하였다. 이것은 소비지향적인 일회성의 자본주의 논리에서 벗어나, 생태적 균형을 생각하고, 우리의 삶이 지속가능하도록 하는 좋은 디자인으로 사회를 변화시키는 ‘행동하는 디자이너’가 될 것을 촉구하는 의미이다. 생태효율성을 고취하고 디자인 프로세스 과정의 직접적인 참여와 역할을 주도하는 “디자인 지향적 행동주의”는 긍정적인 디자이너의 역할과 패션산업의 지속성을 지향할 수 있는 개념으로 파악될 수 있다. 제품의 기획, 생산, 소비단계까지의 과정에 참여하는 것이 디자이너의 역할이었다면 행동주의 관점에서 디자이너는 디자인을 고안하는 순간부터 소멸되는 마지막 과정까지 제품이 환경에 줄 수 있는 영향력과

인간, 사회에 끼칠 수 있는 다양한 의미를 고려하여야 한다. 그런 차원에서 업사이클 디자인은 단순한 재활용의 의미를 벗어나 재료의 수급, 기획, 생산, 소비, 폐기물, 환원의 순환 주기를 고려하는 역할 확대의 의미로 차별화될 수 있다. 이윤과 성장에 치중하며 생산과 소비를 주도했던 생태파괴의 주범으로 치부되던 패션산업에 있어서 생산, 소비자가 참여하는 상호소통의 공감 이슈와 윤리적 실천으로 “지속가능 디자인”의 다양한 경향들이 발전하고 있다. 그 가운데 무가치한 폐기물에 디자이너의 아이디어와 적극적인 작업을 통하여 고부가가치의 새로운 제품을 생산하는 업사이클 디자인은 환경과 인간의 지속적인 공존 패러다임의 적극적인 대안으로 전개되고 있다.

2.3. 리사이클 패션과 업사이클 패션

리사이클 즉 재활용의 사전적 의미는 다 쓰거나 버리게 된 물건 따위를 다시 사용하거나 새로운 제품의 원료로 재생하는 것으로서 버려지는 자원, 폐품 등을 재활용하여 새로운 자원 절약, 환경오염을 방지하는 것을 의미한다(Kim & Lee, 2008). 재활용 디자인의 방법은 물질적인 재활용과 자원적인 가치재회수로 분류되고, 부분적인 보충을 통하여 사용 기간을 연장하는 재충전(Re-fill), 원형 그대로 다시 사용(Re-use)하거나 폐기물의 일부를 변형하는 재활용(Re-form), 폐기물의 양을 줄이기 위한 경감(Re-duce), 전환 과정을 거쳐 새로운 원료로 재생하는 재생산(Re-generation) 등의 방법으로 분류할 수 있다. 리사이클 패션은 1960년대 말 전원풍의 히피족을 시작으로 70년대 낡은 의복을 재활용한 펑크 패션, 80년대 환경에 대한 인식을 시작으로 90년대 낡은 옷을 재활용한 그랜지 스타일이 선보였다. 90년대부터는 중요한 사회 이슈로 부각되어 적극적인 친환경적 주제는 인간성 회복을 모색하는 방향으로 발전하였다. 2000년 이후 자원절약, 환경보호보다는 트렌드와 개인적 취향에 민감하게 반응하면서 많은 의류 폐기물을 생산한 패션업계는 환경을 넘어서 사회적 관심과 인간중심 사고 경향을 반영하는 단계로 진화하였다. 대표적인 재활용 패션디자이너인 Martin Margiela는 1992년 St. Martin's College에서 디자인 공부를 하였고 낡은 옷을 재활용한 졸업작품전으로 화제를 불러일으켰다. 그는 헌옷, 양말, 벨트 등 다양한 소재를 재활용한 의복으로 전위적인 패션 감성을 표현하였다. 2000년대 이후 리사이클 패션은 패션기업과 패션디자이너, 예술가와 다양한 공유자들에게 중요 관심 이슈로 전개되고 있다. 패션기업 측면에서는 리사이클 전문 패션기업이 등장하고 기업내부에 리사이클 전문 브랜드 및 제품 라인을 전개하는 경향들이 확대되고 있다. 재활용 아이템 생산을 통하여 사회적 책임을 다하는 바람직한 기업 이미지를 홍보하는 중요한 매개체로 활용되고 있으며 패션디자이너들은 독창성, 개성, 상품적 매력을 가진 새로운 미적표현 영역을 확장시키고 있다. 예술가들은 폐기물을 활용한 다양한 패션작품을 제시하고 일반인들은 인터넷 사이트와 전문 서적들을 활용하여 세상에 하나뿐인 재활용 패션을 구입하거나 직접 제작하기도 한다. 업사이클 디자인은 환경을 생각하는 사회적 트

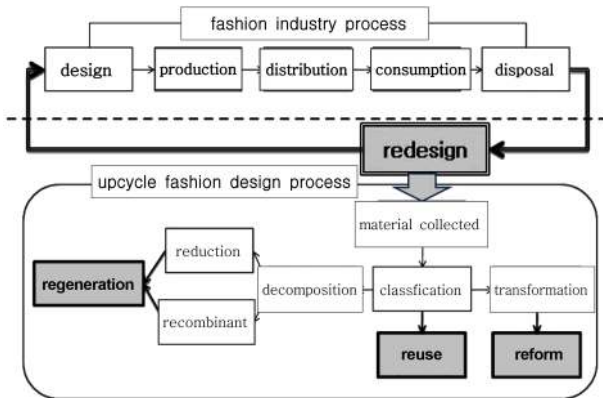


Fig. 3. The processing of upcycle fashion design.

랜드 동참하는 심리적 위안으로 내적의미를 강조하기도 한다. 업사이클 패션 디자인은 자원 절약을 위한 헌옷 물려 입기식의 재활용 패션이 아니라 빈티지한 멋과 개성을 표현하기 위한 특별한 미적 표현으로 부각되고 다양한 경향으로 전개되고 있다.

“리사이클”이 제품 본래의 성격이 가지고 있는 특성을 그대로 재사용한다는 ‘재활용’의 의미라면, “업사이클”은 재활용품에 디자인의 미적 창조성을 입혀 고부가가치의 제품으로 재탄생시키는 것을 의미한다. 버려진 자원이나 쓸모없는 제품을 더 좋은 품질 또는 더 높은 환경 가치가 있는 의류 제품으로 재탄생시키는 것이 업사이클 패션 디자인이다. 업사이클 패션 디자인 방법은 앞서 언급한 재활용 디자인 방법을 포함하며 폐기물의 수거, 분류, 손질의 과정을 거친 후 재사용과 형태 변형을 통한 재활용의 과정을 폭 넓게 수용하며, 분해과정을 거친 새로운 형태로의 재생과 새로운 가치재료의 환원을 통한 재생 과정을 좀 더 적극적으로 다양하게 활용하는 것이다.

이와 같이 업사이클 패션 디자인 프로세스(Fig. 3)는 지속가능한 디자인의 원칙 가운데 Re-think 통한 Re-fine과 Re-cycling의 직접적인 실천 방법으로 제시되는 Re-design의 적극적인 디자인 행동으로 업사이클 디자인을 설명할 수 있다.

3. 업사이클 패션디자인의 특성

3.1. 업사이클 디자인의 대표적인 유형과 특성

업사이클은 단순한 재활용인 리사이클을 뛰어넘는 개념으로 지속가능성이란 시대적 화두와 부합되면서 상업적인 높은 가치를 제공해 미국, 유럽 중심으로 시장성을 확장하고 있다. 업사이클 디자인 제품들은 이미 생산된 제품이거나 버려진 폐기물을 재료로 활용하는 특별한 목적성을 가지므로 다양한 제품 영역과 조형 방법으로 구성된다. 재활용품에 디자인적 가치가 더해진 업사이클 제품들은 미국과 유럽에서는 일반 새 제품 보다 더 높은 가격이 책정되기도 한다. 대표적인 업사이클 전문업체인 스위스의 프라이탁(Freitag), 영국의 옥스팜(Oxfarm)은 좋은 기업이미지와 독창적인 디자인 파워로 고수익을 창출하며 세계



Fig. 4. The head office of Freitag & Production process(www.freitag.ch).

적인 기업으로 발전하고 있다. 건축, 산업, 디자인, 패션 디자인의 영역의 경계를 넘어 총체적인 디자인 콘셉트로 전개하는 특성을 지닌다. 그 예로써 1993년 그래픽 디자이너 형제인 Marcus와 Daniel이 취리히 고속도로의 화물용 트럭에 쌓여있는 방수포 폐기물을 보고 영감을 얻어 가방을 만들기 시작하였다 (Park, 2011). 이것을 시작으로 폐기용 카시트, 에어백, 자전거 고무 튜브 등의 재료를 활용하여 만든 튼튼하고 방수가 되는 감각적인 가방은 350여 개국에 비싼 가격으로 판매되고 있다. 취리히의 본사 매장은 버려진 17개의 컨테이너 박스를 활용한 아이디어 구조물로 감각적인 패션 명소로 주목받고 있다. 세계에 설치된 매장 또한 모두 재활용된 것으로 지역 특색을 고려한 독특한 매장 디자인으로 주목받고 있다(Fig. 4). 기발한 디자인 아이디어로 버려진 폐기물을 더 훌륭한 가치로 재탄생 시키고, 재활용으로 만들기 때문에 오히려 빈티지한 멋과 유일성으로 가치를 높이고 있는 프라이탁은 결코 싼 가격이 아님에도 불구하고 세계 젊은이들이 열광하는 최고의 패션 아이템으로 성장하였다.

단순한 ‘패션 가방’ 결과물을 생산, 구입하는 관계를 벗어나 독특한 아이디어와 재활용 재료 사용 등이 특징적인 ‘만드는 과정’과 ‘생산자의 친환경 메시지’를 공유하는 특성을 지닌다.

국내외적으로 “친환경”, “재활용”이라는 키워드가 가지고 있는 파워는 기업 및 소비자의 사회적 가치를 증대시키는 역할을 하고 있다. 제품의 생산, 유통 등의 일련의 과정 및 제품이 폐기되어 소멸되어 재활용하는 전체 과정에서 지속가능성을 고려하고 있다. 광고 또한 예외가 될 수 없다. 미국의 대형유통전문점인 Target 은 예술가들이 제작한 대형 광고 현수막을 타임스퀘어 광장에 게재하였다(Fig. 5). 2009년 10월 광고 게재 시일이 지난 현수막을 활용하여 디자이너 Anna Sui가 1600개 한정판의 가방으로 업사이클링 하였다. 이 사례는 현수막을 재활용한 가방이 중요한 것이 아니라 광고 기획 과정에서 폐기후 처리의 문제까지 고려한 관점으로 진행되었다는 것에서 광고 디자인과 제품 디자인의 지속가능성에 의한 재활용이 특징적이다. 일렉트로룩스(Electrolux)는 북해, 인도양, 지중해, 태평양, 발트 해의 해양 플라스틱 쓰레기를 수집하여 진공청소기(Fig. 6)를 디자인하였다. 환경을 저해하는 전자제품 회사 이미지와 더러운 것을 흡입한다는 제품 이미지를 친환경과 결부시켜 기



Fig. 5. The banner of "TARGET" & Upcycling bag(www.psfk.com).



Fig. 7. Upcycling chair(http://magazine.jungle.co.kr).



Fig. 6. An electric vacuum cleaner(http://group.electrolux.com).

업 이미지 홍보와 친환경 디자인이라는 새로운 가치 제안에 성공한 예이다.

수십 년간 항해한 인도네시아의 패션 목재를 활용한 의자이다. 물속에서 견고하게 다듬어진 내구성과 자연스런 변색에 의해 빈티지한 가구의 멋을 재현한 고급 가구(Fig. 7)로 재탄생되었다. 주목받는 업사이클 디자이너의 대표적인 작품 가운데 Fig. 8은 남아프리카공화국의 Heath Nash의 작품이다. 이것은 익숙한 모양의 플라스틱 폐기물로 이루어진 형형색색의 아름다운 조형물로 완성된 전등갓이다. 그 외에도 대표적인 기부 문화와 리사이클 기업의 모체인 영국의 옥스팜, 국내의 대표 나눔문화기업인 아름다운 가게 등이 다양한 업사이클 디자인 제품 생산뿐만 아니라 사회 운동으로의 확산을 주도 하고 있다. 게다가 회사와 작가, 심지어 일반인들까지 업사이클 디자인에 관심을 가지며 다양하고 창의적인 활동들을 전개하고 있다.

업사이클 디자인 유형의 특성들은 재료와 최종결과물이 전혀 관련 없는 의외의 결합으로 이루어지는 것들이 많으며 디자이너의 감각이 단순한 재활용 단계에서 고부가가치의 제품으로 재탄생하는 업사이클의 중요한 역할을 담당하고 있다는 것이다. 건축, 광고, 제품, 패션, 환경 디자인 등 다양한 디자인 영역에서 표현되는 유형은 업사이클 디자인의 시작이 되는 폐기물의 이력과 변형에 따른 폐기물 소재의 재활용 방법(Fig. 4), (Fig. 5), 폐기물 재료의 변형과 활용 정도에 따른 소재의 기능·성분 활용의 극대화 방법(Fig. 4), (Fig. 7), 활용한 폐기물 재료와 새로



Fig. 8. Upcycling lampshade(http://www.heathnash.com).

운 제품과는 전혀 의외의 관련성으로 재생되는 산업폐기물의 재활용 방법(Fig. 6), (Fig. 7), (Fig. 8), 기존의 폐기물이 새로운 제품으로 생산되는 과정에서 물리적, 화학적 변형을 통한 상품적 부가가치를 부여하는 저급소재의 고급화된 재생산 방법(Fig. 4), (Fig. 6)로 분류되었다. 이러한 유형 분류의 특성은 특징적인 제품에 한정되어 표현되는 것이 아니라, 업사이클 디자인 제품에 나타나는 다양한 특성들을 유형별로 구분한 것이다.

3.2. 업사이클 패션 디자인 유형과 특성

업사이클 패션 디자인이 기존의 리사이클 디자인과 차별성을 강조하는 부분인면서, 패션 산업의 지속성 관점에서 상품성과 심미성을 갖춘 긍정적 면모로 발전할 수 있는 중요한 원동



Fig. 9. Upcycling jacket & t-shirt(<http://www.reblank.com>).

력이 되는 디자인의 조형 특성에 대해 알아볼 필요가 있다. 대표적인 업사이클 패션제품들의 경향과 특성을 파악하기 위한 사례 중심의 유형 분석 결과는 의류의 재생, 소재활용 극대화, 산업폐기물의 재활용, 저급소재의 고급화로 구분되었다.

3.2.1. 의류의 재생

자원 절약과 환경문제에서 비롯된 재활용 패션의 가장 기본적인 표현 방법은 낡은 의류의 리폼이 가장 일반화된 유형이다. 가정에서 작아진 옷을 동생에게 물려 입거나 낡아서 헤진 부분을 수선해서 입던 전통 의생활 방식은 가장 대표적인 의복 재활용과 절약의 방법이었다. IMF시기에 물려 입고 나눠입는 절약 방법이 바람직한 사회의식으로 확대되어 ‘아름다운 가게’ 같은 사회적인 기업의 발생과 발전의 계기가 되었다. 그 이후 단순히 헌옷을 나눠입는 방식을 벗어나 헌옷을 재료로 활용하여 다양한 디자인으로 응용하고 변형하여 ‘재활용 패션’이라는 새로운 디자인 영역으로 확장되었다. 이러한 움직임은 점점 확대되어 패션 디자이너들의 유행 콘셉트, 시민운동이나 개인의 DIY 취향 등으로 다양하게 전개되었으며 국내기업으로는 에코메아리, 리블랭크(Reblank), 오르그닷(Orgdot), 터치포굿(Touch4good)이 대표적이다. 업사이클 패션은 단순한 중고 제품이 아니라 디자이너 고유의 창의력과 소재에 대한 연구를 통하여 유일무이한 개성적인 제품으로 가치향상된 것이다. 대표적인 디자인 기법들은 분해, 결합, 재구성, 삽입, 부착 등의 방법으로 표현되었다. Fig 9는 헌옷을 활용하여 독특한 새로운 아이템으로 재생된 리블랭크의 제품들이다. 폐기용 코트와 재킷을 활용한 새로운 재킷 디자인과 티셔츠와 폐기용 진을 활용한 원피스이다.

3.2.2. 소재 활용 극대화

의류제품은 생산, 소비, 폐기의 과정에서 다양한 재료 잉여물과 의류 폐기물이 많이 발생하는 특성을 지닌다. 이 폐기물들은 소각, 매립, 방치 등의 방법에 의해 환경오염의 폐해를 증가시키고 있다. 이러한 측면에서 업사이클의 디자인 방법을 사용하여 폐기물을 최소화 할 수 있는 독창적인 아이디어와 재활



Fig. 10. rainbow socks(<http://www.meary.com>).

용 기술이 시도되고 있다. 국내 대표적인 친환경 기업인 에코 파티 메아리의 레인보우 스텝 양말(Fig. 10, 좌)은 양말 생산 과정에서 버려지는 자투리 실을 모아 색상 배합이 모두 다른 개성적인 패션 제품으로 제작되었다. 양말 1족은 ‘갈다’는 선입관을 깨고 왼발, 오른발 다른 양말을 신는 의외의 즐거움과 다양한 색상 배합으로 새로운 양말 패션을 제안하며 성장하고 있다. 우측의 제품(Fig. 10, 우)은 여러 벌의 헌 옷 소매 부분만을 이어 제작한 감각적인 목도리이다. 소재 활용의 극대화 유형은 폐기 과정에서 다른 용도로 전환, 형태 변환 가능 형태, 보충(Refill)이 가능한 형태 등으로 표출되며 소외된 미적 요소의 관심과 표현 영역 확장의 특성을 지닌다. 구체적으로 설명하자면, 자투리 소재를 활용한 패치워크 제품들의 다양한 색상과 연결부분을 제품의 장식적 요소로 부각시키고 낡음, 훼손, 변색 등의 재료적 특성들을 빈티지한 멋으로 인식하며 재활용 소재들의 이질적인 디테일 삽입이나 연결 등을 디자인 포인트와 미적 요소로 활용하는 방식으로 표현된다.

3.2.3. 산업폐기물의 재활용

재료가 되는 폐기물과 업사이클 생산 과정을 거쳐 새롭게 생산되는 패션 제품과는 전혀 의외의 관련성으로 재생되는 특성을 지닌다. 심지어 패션과는 전혀 무관한 산업폐기물의 재활용



Fig. 11. Upcycling handbag(<http://www.ecoist.com>).

방법을 통하여 독특한 아이디어 제품들이 생산되기도 한다. Fig. 11은 멕시코와 브라질 여성 아티스트 두 명이 사탕 포장지, 음료수 뚜껑, 지도, 매거진 등을 재활용 하여 핸드백을 만드는 ecoist의 제품이다. 이것은 사탕포장지 등의 재료가 핸드백 소재가 되기 위한 고도의 공정 과정을 거쳐서 실용성과 상품성을 구비한 핸드백으로 탈바꿈한 제품이다. 기존의 리사이클 제품이 지니는 부족한 디자인적 만족감과 구별되는 다양한 색상과 독특한 디자인으로 패션니스타의 가지고 싶은 아이템으로 주목받고 있다. 이 브랜드는 일회성 이벤트나 홍보용으로 재활용 핸드백 제품을 개발하는 것이 아니라 다양한 폐(廢) 재료를 활용한 감각적인 핸드백 시리즈를 지속적으로 개발하고 있다.

3.2.4. 저급 소재의 고급화

리사이클 디자인이 자원 절약을 위해 물려 입고 리폼해서 사용하는 재활용의 특성을 지니는 반면, 업사이클 패션 디자인은 재활용 재료를 사용했음에도 불구하고 디자인적 아이디어와 수공예적 기술이 더해져 비싼 가격에 판매되는 상품성을 지닌다. 앞서 언급한 프라이탁 가방처럼 폐기된 트럭 덮개, 자전거 타이어, 자동차 좌석 안전 벨트를 활용한 감각적인 가방은 저렴한 가격에도 성장세를 늘려가고 있는 대표적인 저급 소재의 고급화 사례로 살펴볼 수 있다. 저급 재료에 고급 인력과 기술을 지원하여 노동력의 낭비를 초래하는 사례도 있지만, 업사이클 디자인이 지니는 저급 소재의 고급화의 의미는 좀 더 근본적인 재료면에서부터 살펴볼 수 있다. 의류뿐만 아니라 각종 산업 폐기물의 물리적, 화학적 처리 기술을 활용하여 전혀 새로운 원료로 재생되는 재료 과학의 결과물들이 개발되고 있다. 그 사례인 네덜란드 데님 브랜드 Kuyichi(Fig. 12)는 오가닉 코튼, 재활용 페트병으로 만든 소재, 자투리 소재, 재활용 면을 활용하여 젊은 층을 공략한 세련된 디자인을 진행하여 성공적인 지속 가능한 패션브랜드(13개국 650 매장)로 성장하였다. Fig. 13은 나이키에 의해 제작된 2011년 프랑스대표 축구팀 원



Fig. 12. Woman's wear(<http://www.kuyichi.com>).

정유니폼이다. 페트(PET)병에서 뽑아낸 마이크로 파이버 원사를 사용한 재생 폴리에스터 섬유를 사용하여 세계적인 디자이너 Karl Lagerfeld가 디자인한 감각적인 제품이다. 외관상 일반적인 폴리에스터 제품이 지니는 염색성 및 재질감에 차이가 없으며 오히려 스포츠 의류의 단점을 보완한 기능적인 제품이다. 환경과는 다소 거리감이 느껴질 수 있는 스포츠 브랜드가 환경을 생각하는 바람직한 스포츠 정신과 지속가능한 디자인 개념을 연결하여 긍정적인 기업 이미지 제고와 긍정적인 홍보 기회로 활용되고 있다.

3.3. 업사이클 패션디자인의 조형 특성

3.3.1. 친환경적 목적성

업사이클 디자인은 원료를 절약하고 쓰레기를 줄여 ‘친환경’을 추구하는 환경적인 목적을 지님과 동시에 디자이너의 능동적인 창작물로 예술적 가치를 내포하는 특성을 지닌다. 기존의 친환경, 그린, 재활용 패션 등의 제품들이 환경을 고려한 소재의 특수성에 의해 직접적인 친환경적 특성이 두드러진 외관이 강조되거나 미적인 요구가 환경적 의무감에 의해 일부 제한되는 경향이 있었다. 즉, 재활용 패션은 대부분 저급 소재로 분류되거나 재료 낭비를 막기 위한 빈티지한 스타일과 실험적인 작품으로 재구성되어 누가 봐도 재활용 의상을 구별할 수 있는 특성을 지녔다. 예를 들자면, 2007-8년 국내 가방 산업에 폭풍처럼 등장하였던 ‘에코 가방’은 정련되지 않은 투박한 광목을 사용하여 단순한 색상과 형태로 대중에게 급파되었다. 환경이라는 사회적 이슈에 동참하는 의미에서 외출용으로도 사용되기도 하였지만, 몇 년 지나지 않은 지금은 패션 아이템의 대열에서 사라져 장바구니나 유통업체의 사은품으로 전락된 예가 되기도 한다. 이것은 너무나 직접적인 환경의 목적성이 새롭고 아름다운 것을 갈구하는 소비자의 지속적인 요구에 부합하지 못했기



Fig. 13. Upcycling Uniform of French national soccer team(<http://www.nike.com>).



Fig. 14. "Regen" t-shirt(<http://okfashion.co.kr>).

때문이다. 따라서, 미적 가치를 등한시하고 친환경적 목적성만을 강요하는 것이 아니라, 소비자의 미적 요구를 충족시킬 수 있는 감각적인 지속가능 제품들을 생산하는 것이 업사이클 패션의 두드러진 차별 전략으로 작용하고 있다. FILA는 국내 섬유기업인 효성이 개발한 리사이클 소재 Regen(Youn, 2010)을 사용하여 티셔츠(Fig. 14)를 제작하였다. '리젠'은 2007년 12월 세계최초로 개발된 리사이클 나일론 섬유와 08년 1월 국내 최초의 폴리에스터 리사이클 섬유의 공동 브랜드이다. 나일론의 경우 바다에 버려지는 폐(廢)어망을 주원료로 사용하고 있으며, 폴리에스터 원사의 경우 PET병을 주원료로 하고 있다. 일반 면 티셔츠와 기능·외관상 차이점은 없지만, 친환경적 목적성을 지닌 그린 마케팅의 일환으로 패션성을 추구하면서도 사회적 가치를 공유하고자 하는 젊은 층을 타겟으로 기획한 티셔츠 디자인이다.

3.3.2. 효율성의 극대화

자원의 고갈과 환경오염을 방지할 수 있는 폐기물 감소 방법으로 원료 및 제품을 최대한 활용하는 효율성을 지속가능성의 중요한 특성으로 살펴볼 수 있다. 업사이클 디자인에서 강조하는 효율성의 특성은 “옷이 낡아 없어질 때 까지 입자”는 단순한 절약 정신만을 의미하는 것이 아니라 “다양하게 코딩될 수 있고 많이 입혀질 수 있는 옷으로 활용하자”는 의미로 설명될 수 있다. 혹은 다양한 형태로 변화할 수 있고 미적 감성을



Fig. 15. Clever little bag(<http://www.puma.com>).



Fig. 16. Modular system wear(The eco-design handbook).

충족시킬 수 있는 디자인적 아이디어로의 활용과 다른 제품으로 환원되어 사용될 수 있는 새로운 재료의 역할을 하는 것도 효율성의 극대화를 의미한다. Fig. 15는 재활용 종이로 만든 가방에 재활용 부직포 패키지가 합쳐진 퓨마의 재활용 CLB(clever little bag)이다. 운동화 구입 시 제공되는 포장용 1회용 패키지에 내구성을 부여하고 가방의 다양한 기능성을 부여한 효율적인 의류 제품이다. 운동화 포장 개봉 후 폐기될 신발 박스의 의미를 벗어난 아이디어 패키지는 감각적인 운동화 디자인 회사인 퓨마 이미지 홍보에 효과적이며 자원 활용 부분에 있어서도 환경적 가치를 실천하는 디자인의 힘을 보여주는 사례이다. Fig. 16은 사각형의 재활용 펠트 unit 뒷면에 벨크로(Velcro)가 부착되어 착용자 임의대로 디자인과 스타일을 연출할 수 있는 덴마크의 모듈러(Modular) 시스템 의류이다. 소재 재활용의 단순한 재사용으로 그치는 것이 아니라 옷이 가지는 기능성을 확장하고 다양한 변형과정에 착용자의 역할을 부여하는 독창적인

제품이다.

3.3.3. 자원의 환원성

의류제품의 일반적인 산업프로세스 과정이 디자인-생산-유통-소비-폐기인 반면, 업사이클 디자인의 프로세스는 디자인-생산-유통-소비-폐기-수거-재디자인의 과정으로 순환되는 환원의 특성을 지닌다. 이 순환 과정가운데 단순한 재료의 재활용이나 리폼에서 그치는 것이 아니라 새로운 재료로 환원되어 더 오래, 가치 있게 하는 재기획의 과정이 업사이클 디자인의 핵심이다. 업사이클 디자인에 있어서 자원의 환원성 강조는 업사이클 디자인이 디자인사(史)에 있어서 지속가능한 디자인 방법론으로 성장할 수 있는가에 대한 중요한 차별성을 제공하는 부분이기도 하다. 재활용이라는 미명아래 폐기된 자료를 수집하여 조악하거나 이벤트성 작품만을 제작하다면, 이것은 더 많은 노력과 시간, 재료의 낭비를 초래하는 새로운 폐기물을 양산한 결과로 밖에 인식될 수 없기 때문이다. 지속적인 소비와 사업성을 유지하기 위해서는 창의적 아이디어, 수작업 중심의 생산 방식 개선 및 재료 생산 기술 개발에 지속적인 노력이 요구되는 실정이다.

2002년 출간된 책 <요람에서 요람으로(Cradle to cradle)>는 재활용과 재사용에 관한 다양한 이슈를 제시하였다. 이 책에서도 ‘업사이클을 재사용, 재활용을 통해 제품의 품질을 높이는 기술’로 정의하였으며 심미성과 기능성을 동시에 향상시킬 수 있는 우수한 디자인 소재로 환원될 수 있는 현대 재료 과학의 발달을 강조하였다. 자원의 환원성은 소비자의 감성 욕구를 충족시키고 디자이너에게 영감을 제공할 수 있는 물질적 존재 가치를 지니는 것이어야 한다. 업사이클 디자인에서 표현되는 환원에서 재생(Regeneration)되는 과정은 재조합 통한 형태 전환과 새로운 재료로 환원되는 과정으로 구분된다(Fig. 3). 언급된 제품인 Fig. 9의 리블랭크 재킷은 기존의 재킷 형태를 일부 변형한 재활용의 형태이며, 재조합을 통한 형태 전환의 예는 Fig. 17과 Fig. 18이다. 엘리자베스 윌슨(Elisabeth Wilson)과 피피 화이트(Fifi White)가 설립한 재활용 패션 브랜드 아시아티카



Fig. 17. Woman's jacket of Asiataca(<http://inhabitat.com>).



Fig. 18. Upcycling jumper(<http://www.christopherraeburn.co.uk>).

(Asiatica)의 재킷(Fig. 17)이다. 오래된 기모노를 비롯한 빈티지 소재와 현대적인 패션 감각 및 장인 기술을 조화시켜 기모노와 형태적 관련이 없는 전혀 새로운 형태의 의복으로 재생되었다. Fig. 18은 영국의 업사이클 패션디자이너인 크리스토퍼 레번(Christopher Raeburn)이 판매하고 있는 점퍼이다. 영국 해군이 폐기한 낙하산을 분해하여 낙하산 원단의 견고함과 비치는 재질 특성을 부각시켜 세련되고 감각적인 테일러링을 표현하였다. 재조합을 통한 재생의 과정은, ‘옷에서 옷으로’라는 변형인 ‘의류’라는 같은 영역 안에서(Fig. 9), ‘옷에서 다른 품목의 의류로(Fig. 17)’ 구분될 수 있고 ‘다른 영역에서 의류로(Fig. 18)’라는 전환의 유형으로도 구분할 수도 있다. 폐기물이 분해되어 전혀 새로운 가치재로 환원되는 재생은 Fig. 13과 Fig. 14처럼 페트병 같은 산업폐기물이 화학적인 분해를 거쳐 의복 소재로 재생되는 과정으로 설명될 수 있다.

3.3.4. 불연속 재조합

연속성이란 내적·외적인 관련성이나 구성 자체의 프로그램에 의해 유추되는 형태생성 과정을 의미하는 것으로, 형태를 생성하는 조형적인 연속성과 실용적인 요구를 집약시키기 위한 기능적이고 사회적인 연속성으로 나누어 볼 수 있다(권정숙, 2005). 불연속성은 조형적인 연속성 이탈에 의한 형태 재구성, 제작 과정의 프로그램 파괴로 표출된다. 일반적인 패션산업 진행과정에서는 기획 이후에 재료 선정이 이루어지지만 업사이클 패션의 경우에는 재활용 재료가 먼저 주어진 다음 디자인 및 제품 기획이 진행되는 진행 과정의 불연속적 특성을 지닌다. 제품 형태는 의도되지 않은 폐기물의 원료나 디테일을 활용한 불연속적 결합으로 구성되어, 생산시의 기능과는 다른 이질적인 디테일이나 기능 및 형태로 재조합되는 특성을 지닌다. 업사이클 디자인 생산 과정에서 원재료의 형태, 기능과는 무관한 원료로 재생되고 우수한 수작업 공정이거나 기술이 첨가되어 전혀 새로운 형태의 제품으로 재탄생한다. 업사이클 패션디자인에 있어서 불연속성은 해체, 이접(異接), 다양성, 이질적 결합, 형태의 전위(Dislocation) 등의 방법으로 표출되어 실험적이고 전위



Fig. 19. The print pack(<http://amfibang.files.wordpress.com>).

적한 패션 스타일로 표현되기도 한다. 창조적이고 실험적인 시도를 목표로 자원낭비와 유해(有害) 재료 사용을 묵인하며 환경오염의 폐해를 조장했던 패션스타일들이 오히려 업사이클 패션 디자인의 미적 영역 확장과 미적 가치를 부여해주는 역할로 제조명해 볼 수 있다.

Fig. 19는 스포츠브랜드 나이키에서 출시된 헌 잡지로 만든 한정판 운동화 The Print Pack 이다. 운동화 재료로 사용되기에는 낡은 종이 표면을 특수 코팅하여 물에 젖어 찢어지는 종이의 특성을 극복하였으며 각기 다른 색상과 타이포의 패턴은 감각적인 프리미어 운동화의 디자인 포인트로 구성되었다. 이 운동화에 내포된 불연속성은 운동화 소재와는 관련성이 없는 종이를 사용하였다는 점이다. 종이와 가죽의 이질적인 소재 결합과 제작 과정에 있어서 폐 잡지를 운동화 소재로 재료화 하기 위한 특수처리 과정이 이 제품의 특성이 되었다. 특히, 운동화의 차별성을 부여한 폐 잡지 재료는 일반 운동화 생산 과정과는 달리 기획의 핵심 콘셉트와 과정으로 집중되었다. 가죽이나 천이 아닌 종이를 사용했다는 의외성과 환경성을 강조한 재



Fig. 20. Woman's jacket of Martin margiela(<http://www.designdb.co.kr>).

활용의 목적성이 운동화의 디자인적 매력과 소장 가치를 부여하는 업사이클 제품을 탄생시켰다. Fig. 20은 여행 가방의 디테일을 활용한 Martin Margiela의 재킷이다. 가방과 재킷의 이접(異接)은 수하물 태그(Tag)까지 부착된 여행용 가방 손잡이를 활용한 디자인 위트와 가방 디테일의 구조적인 조합에 의해 감각적인 업사이클 패션 제품으로 재구성되었다.

4. 결 론

“인간과 환경을 생각하는 착한 디자인으로 세상을 바꾸자”고 주장하는 Fuad-luke(2009)와 “디자인의 궁극적 목표는 인간의 환경과 그가 사용하는 도구를 변형시키고 더 나아가 인간 스스로 까지도 변형시키는 것이다.”는 Victor Papanek(1983)은 소비 지향적인 일회성의 자본주의 논리에서 벗어나, 생태적 균형을 생각하고, 우리의 삶이 지속가능하도록 하는 좋은 디자인으로 사회를 변화시키는 ‘행동하는 디자이너’가 될 것을 촉구한다. 지속가능한 발전은 미래 세대를 위한 자원 능력을 보존하면서 현재 세대의 필요를 충족시키는 발전을 의미하는 것으로서, 경제, 사회, 환경 등 분야에서 재생산이 가능하도록 절제된 상태의 개발(Fuad-luke, 2002)을 의미한다. 환경 문제를 인식하고 지속가능한 미래에 관심을 가지는 환경 친화의 개념들은 국가, 기업, 소비자의 생산 및 소비의 개념을 변화시키면서 사회, 경제, 문화의 중요 이슈로 성장하고 있다. 그 과정에서 “친환경” 자원을 고수하기 위한 경제적, 자원적 부담 과중, 마케팅 전략으로 전략된 기업의 이익 추구의 도구화, 심미적 만족도 저하, 이벤트성 단기 이슈화, 지속적인 사업 전개성 부족 등의 문제점들이 도출되고 있는 실정이다. 이 시점에서 맹목적인 친환경 디자인의 유행을 재고하고 “지속가능성”의 방향성과 새로운 패션디자인의 미래를 기늠하며 새로운 트렌드 혹은 “친환경 트렌드의 진화된 리사이클 개념인 업사이클”의 발전 가능성을 가늠해 볼 필요가 있다. 친환경이나 재활용에 대한 윤리적 책임 의식만으로 지속가능성의 시대적 트렌드에 다가서기 보다는, 폐품의 의미 재발견과 심미적 욕구 만족, 디자이너에게 창의적 영감을 제공할 수 있는 디자인 방법으로 업사이클 디자인을 제안하고자 한다. 이것은 몇 년간 디자인계의 가장 큰 화두가 되고 있는 친환경을 실천하는 디자이너의 적극적인 대안이며, 사회적 가치와 경제적 이윤을 동시에 높여주는 효과를 발휘하는 것이다.

업사이클의 디자인 경향과 사례를 분석한 결과, 업사이클 디자인 유형의 특성들은 재료와 최종결과물이 전혀 관련 없는 의외의 결합으로 이루어있는 것들이 많으며 디자이너의 감각이 단순한 재활용 단계에서 고부가가치의 제품으로 재탄생하는 업사이클의 중요한 역할을 담당하고 있다는 것이다.

패션 산업의 지속성 관점에서 업사이클 패션제품들의 경향과 특성을 파악하기 위한 사례 중심의 유형 분석 결과는 상품성과 심미성을 겸비한 다양한 유형으로 분석되었다. 의류의 재생, 소재 활용 극대화, 산업폐기물의 재활용, 저급소재의 고급화로 구분되었다. 업사이클 패션의 유형 분석을 통하여 추출된

조형 특성들은 친환경적 목적성, 효율성의 극대화, 자원의 환원성, 불연속 재조합으로 나타났다. 업사이클 패션에서 친환경적 목적성은 여타의 친환경 제품들과는 차별화된 표현 특성을 가진다. 직접적인 환경 메시지가 표현된 슬로건적 특성을 지니는 일반적인 환경제품과 달리 고도의 재료 과학 기술과 창의적인 아이디어, 디자인 감각이 조화되어 목적성을 내면화하였다. 효율성의 극대화는 단순한 절약만을 의미하는 것이 아니라 재료의 소재, 기능, 디테일 등 활용할 가치가 있는 자원 효율성을 확장시키는 것을 의미한다. 자원의 환원성은 순환하는 업사이클 패션디자인 프로세스를 특성으로, 단순한 재료의 재활용이나 리폼에서 그치는 것이 아니라 새로운 재료로 환원되어 더 오래, 가치 있게 하는 재기획의 과정을 강조한 것이다. 불연속 재조합은 의도되지 않은 폐기물의 원료나 디테일의 분해, 이질적인 재조합을 통하여 새로운 조형미 생성과 미적 표현 영역이 확장되는 것을 의미한다.

본 연구의 주제인 업사이클 패션디자인을 통하여 지속가능한 디자인 전개 과정의 긍정적인 성장 방향의 하나로 제시하며, 인간과 환경을 고려하며 지속가능한 삶을 이끌어 내는 긍정적이고 적극적인 디자인의 역할과 발전 가능성을 제공하고자 한다.

감사의 글

이 결과물은 2010학년도 경남대학교 학술진흥연구비 지원에 의하여 이루어졌음.

참고문헌

Beukers, A. & Van Hinte, E. (1999). *The Inevitable Renaissance Of Minimum Energy Structures*, Rotterdam: 010 Publishers.

Chae, H. S. (2009). A Study on the Correlation between Sustainable Slow Design and Contemporary Fashion. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(4), 531-542.

Fuad-luke, A.(2010). *The eco-design handbook*, London: Thames & Hudson.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Upcycling>

<http://okfashion.co.kr/index.cgi?action=detail&number=10075&thread=81r19>

<http://www.fashionbiz.co.kr>

<http://www.freitag.ch>

<http://www.greenyourdecor.com>

<http://www.kuyichi.com>

<http://www.kuyichi.com/collection/>

<http://www.nikebiz.com/>

<http://www.reblank.com>

<http://www.touch4good.com>

Jang, E. S. (2010). A study on the eco-sustainable design for the upcycling products-focused on the case study products. *The Treatise on The Plastic Media*, 13(3), 145-152.

Kim, C. J., & Ro, M. K. (2010). Fashion Accessories Designed from Recycled Fabric Remnants. *The Journal of the Korean society of costumes*, 60(10), 65-79.

Kim, S. B., & Lee, K.H. (2008). A Study on the Aesthetic Characteristics of Recycle Fashion. *Journal of the Korean Society of Clothing Industry*, 10(4), 436-444.

Kim, S. H. (2007). *A study on the sustainable design in contemporary fashion..* Unpublished doctor's thesis, The graduate school of techno design, Kookmin University, Seoul.

Kwan, J. S. (2009). A study on the ethical thinking in modern fashion. *人文論叢*, 24, 51-77.

Kwon, J. w. (1997). *A study on the recycling fashion design in modern fashion.* Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.

Lee, E. Y. (1997). *A study on Eco-design of the fashion. industry.* Unpublished master's thesis, DanKook University, Seoul.

Lee, Y. H. & Lee, Y. M.& Ha, S.Y.(2004). Sustainable Slow Design Based on Victor Papanek's Ecological Aesthetics. *Journal of The Korean Society of Living Environmental System*, 11, 287-301.

McDonough, W. & Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle : Remaking the Way We Make Things.* New York: Tuttle Publishing.

Oh, K. H. (2005). A Study on Sustainable Design in the View of Ecological Aesthetics. *Korea Design Forum*, 11, 287-301.

Park, W. J. (2011, March 23). Fashion, catching a balance between environmental and ethical. *Hankookilbo*. Retrieved May 11, 2011, from <http://weekly.hankooki.com>.

Ryu, K. J., & Huh, E. O. (2006). A Study on the Environment-Friendly Design in Contemporary Fashion. *Journal of the Korean Fashion Design*, 6(1), 57-78.

Sin, H. N. (1997). *The study on minimalism in fashion design from environment-friendly aspect. modern fashion.* Unpublished master's thesis, Sangmyung University, Seoul.

Son, S. R. & Kim, J. H. (2004). A Study of Fashion Design in the view of Ecological Environment. *Journal of the Korean Fashion Design*, 4(1), 23-34.

Thinking About A Green Future. (1994, October 11). *Salvo in Germany*, P.11.

UN Documents; Gathering a body of global agreements. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future.* Geneva. Conference of NGOs. <http://www.un-documents.net>.

Youn, S. M. (2010, March 12). 2010 pid: take the lead in environment-friendly trends. *fashion journal*.

(2011년 8월 6일 접수/ 2012년 1월 12일 1차 수정/2012년 1월 12일 게재확정)