

논문접수일 : 2014.09.21

심사일 : 2014.10.05

게재확정일 : 2014.10.28

## 패션에서의 지속가능성과 감성적 디자인

Sustainability and Emotional Design in Fashion

**이 윤 경**

미네소타대학교 디자인 대학

**Lee yoon-kyung**

University of Minnesota, College of Design

## 1. 서론

- 1.1. 연구의 의의 및 목적
- 1.2. 연구방법

## 2. 이론적 배경

- 2.1. 패션과 지속가능성
- 2.2. 패션제품의 라이프 사이클
- 2.3. 감성적 지속가능 패션 디자인

## 3. 감성적 스토리텔링 프로세스를 반영한 디자인

- 3.1. 좋은 내러티브 디자인
- 3.2. 특별한 이야기가 담긴 핸드다운(Hand Down), 롱유즈드(Long Used) 아이템
- 3.3. 새로운 디자인으로 재탄생한 추억의 아이템
- 3.4. Uniqulo의 감성적 패션 디자인 제품의 라이프 사이클

## 4. 패션 제품의 라이프 사이클 개입을 통한 감성적 디자인의 지속 가능 모델

## 5. 결론

### 참고문헌

### 논문요약

본 연구는 지속가능성 개념이 여전히 모호한 패션 분야에서 1)지속가능성 개념과 2)패션 제품의 라이프 사이클을 통해 감성적 디자인이 패션 제품의 지속가능성에 미치는 영향력을 파악하였다. 이와 함께, 현재 감성적인 디자인을 통한 지속가능한 패션 제품 프로세스를 성공적으로 추진하고 있는 사례를 살펴보았으며 마지막으로 패션 제품의 라이프 사이클 개입을 통한 감성적 디자인의 지속가능 모델 제안을 그 목적으로 한다.

연구 방법은 먼저, 현재 세계적인 거대 담론으로 떠오르고 있는 지속가능성(Sustainability)에 대한 개념을 정확하게 파악하기 위해 문헌 연구로 그 의미를 살펴보고, 이를 바탕으로 패션에서의 지속 가능성 개념을 고찰하였다. 분석의 대상은 2010년 이후부터 2014년 현재까지, 기업과 전문 디자이너가 진행하고 있는 지속가능한 패션 디자인의 사례 고찰하였다. 그 가운데, 감성적인 디자인을 주체적으로 전개하고 있는 대표적인 사례를 4가지로 분류하고 이에 따른 성공적인 시행 과정을 최종 분석하였다. 분석 결과, 지

속가능한 개념 안에서 감성적 패션 디자인은 순환형의 라이프 사이클을 가지고 있었다. 지속가능한 감성적 디자인이 실질적으로 시너지 효과를 낼 수 있기 위해서는 디자이너에게는 기존 보다 더욱 창의적인 아이디어와 기업에는 경제·환경·사회적 요인이 균형을 이룬 새로운 복지 모델의 활용이 요구된다.

### 주제어

지속가능성, 감성적 디자인, 라이프 사이클

### Abstract

This study about sustainability of fashion is still an ambiguous area, shows 1)sustainability concept and 2)an influence of emotional design to sustainability of fashion product via fashion products' life-cycle. In addition, it does recently successful cases of emotional design through sustainable fashion product process. Finally, the purpose of this study offers the sustainable model of emotional design via fashion product life-cycle.

In the methodology, this study has investigated sustainability of fashion based on literature study for understanding sustainability concept as a main argument of general areas. The objects were the cases of fashion companies and professional designers in sustainable fashion design from 2010 till 2014. This study finally analyzed significant successful procedures for emotional design in 4 categories as representative cases. The result of study in the concept of sustainability shows emotional sustainable design to be in circulation style of life-cycle. The sustainable emotional design to be more various synergy effects, requires a designer to be more creative and a company to use a new welfare model for making a balance of Economic, Environment and Social elements.

### Keyword

Sustainability, Emotional Design, Life-Cycle

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 의의와 목적

지속가능성(Sustainability) 개념은 1980년에 국제 자연보호연맹(International Union for Conservation of Nature and Natural Resource, IUCN)에 의해 '지속가능한 개발'이라는 용어가 처음으로 명확히 언급되었다. 지속가능성은 2005년 사회 발전에 대한 세계 정상회담에서 다시 심도 있게 거론되었으며 여기에는 경제, 사회 그리고 환경에 대한 세 가지의 개념이 큰 축을 이루고 있다(United Nations General Assembly, 2005). 지속가능 글로벌 사회는 자연에 대한 존중, 보편적인 인간의 권리, 경제적 정의 그리고 문화에서 평화를 추구하는 것을 바탕으로 한다. 지속가능성은 환경, 사회 그리고 경제 기구의 다양한 경위에서 시간과 공간의 다양한 규모로 사회 전반에 걸쳐 연구되고 운용되고 있다(Conceptual Framework Working Group of the Millennium Ecosystem Assessment, 2003). '녹색', '윤리적인', '지속가능한' 소비는 1980년대 후반부터 지속적인 관심을 받아오기는 했지만, 환경에 피해를 적게 주는 추상적 관념이 모여진 것에 불과했다. 그러나 지속가능한 개발이란 '미래 세대가 그들의 필요를 충족시킬 수 있는 가능성을 손상시키지 않는 범위에서 현재 세대의 필요를 충족시키는 개발'을 의미한다. 지속가능성은 자연 생태계와 자원의 보호와 증진, 경제적 생산성, 일자리, 주택, 교육, 의료 복지, 문화적 기회 등의 사회적 기반 구축 등 세 가지 상호의존 요소의 역동적인 균형이라고 정의할 수 있다(Donunski et al., 2008).

지속가능 발전에 대한 담론은 1990년대로 오면서 농업, 경영 분야의 키워드로 자리 잡았으며, 2000년대로 오면서 리더십, 과학, 교육, 커뮤니케이션 영역까지 확대되어 그 연구가 활발하게 이루어졌다. 이에 비해 국내 의류 분야에서 지속가능에 관한 연구가 진행되고 있으나 기존의 친환경적인 개념의 국소적인 전개에서 크게 벗어나지 못한 상태이다. 현재까지 지속가능에 대한 의류, 패션 선진국에서의 연구 동향을 살펴보면 정책적인 측면과 경제, 디자인적인 측면이 통합적으로 어우러져 연구가 진행되고 있는 반면 국내 연구 동향은 국소적으로 친환경 디자인 경향을 조사하는 수준에 머무르고 있다. 또한, 친환경 디자인에 대한 개념 역시 친환경 소재 활용이나 재활용을 통한 자원의 동일 형태적 활용을 통한 재사용이 대부분이다. 실제적으로 지속가능에 대한 의류, 패션에 적용될 수 있는 예는 훨씬 포괄적이며 그 활용범위 역시 매우 광범위하다. 이에 따라 본 연구에서는 이러한 잘

못된 개념을 바로 잡고 의류 산업 분야에서의 지속가능에 대한 세부 개념 전개와 함께 섬유 및 의류와 우리의 관계에 대한 디자인 조사 프로젝트가 의복의 라이프 사이클 전반에 걸쳐 나타나는 세부 디자인의 미묘한 차이들과 그로 인해 파급되는 효과를 파악하고자 한다. 이를 위해 지속가능한 대상이 되는 패션 제품의 감성적이고 경험적인 관계를 결속시킬 수 있는 네러티브 디자인이 갖는 의미의 이해로 패션에서 지속가능성을 정착시키기 위한 주요한 발판을 마련하고자 한다(Fuad-Luke, 2005).

따라서 본 연구에서는 패션에서 지속가능성의 개념을 고찰하고, 패션 제품의 라이프 사이클을 통해 감성적 디자인이 패션 제품의 지속가능성에 미치는 영향력 파악을 그 목적으로 한다. 또한 현재 감성적인 디자인을 통한 지속 가능한 패션 제품 프로세스를 성공적으로 추진하고 있는 사례를 살펴보고 패션 제품의 라이프 사이클을 통한 감성적 디자인의 지속 가능 모델을 제안하고자 한다.

### 1.2. 연구 방법

현대 사회는 환경에 대한 관심의 고조와 함께 유럽과 미국에서는 이를 일시적인 환경 운동에 머무르지 않는 실제적인 산업과 생활 속의 움직임으로 끌어들이고 있다. 본 연구에서는 먼저 현재 세계적인 거대 담론으로 떠오르고 있는 지속가능에 대한 개념을 정확하게 파악하기 위해 문헌 연구를 통해 살펴보고, 이를 바탕으로 패션에서의 지속 가능성을 고찰하고자 한다.

이를 통해 지속가능한 패션 디자인을 위한 패션 제품의 라이프 사이클을 살펴보고 지속가능한 패션 디자인을 위해서 감성적인 디자인이 갖는 의미를 파악하고자 한다. 대상은 세계적인 기업들이 지속 가능성에 대한 선구적인 역할을 본격적으로 시작한 지속 가능한 리빙 플랜(Living Plan)이 본격적으로 런칭된 2010년 이후부터 2014년 현재까지, 기업과 전문 디자이너가 진행하고 있는 지속가능한 패션 디자인의 사례를 살펴보고, 그 중에서 감성적인 디자인을 주체적으로 전개하고 있는 대표적인 사례, (1)좋은 네러티브(narrative) 디자인, (2)이야기가 담긴 핸드다운(hand down), 롱유즈드(long used) 아이템, (3)새로운 디자인으로 재탄생한 추억의 아이템, (4)유니클로(Uniqulo)의 감성적 디자인 제품 라이프 사이클, 4가지로 선정하고 그에 대한 성공적인 실행 과정을 살펴보고자 한다. 연구방법은 선행적으로 지속가능한 디자인에 관한 연구를 문헌과 국내외에 발표된 논문자

료를 통해 살펴보았으며, 감성적 지속가능 패션 디자인에 관한 사례는 실제 세미나에 참여하거나 인터넷 자료 및 언론의 보도된 자료를 통해서 수집하여 분석하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 패션과 지속가능성

*“만약, 우리가 계속 생존하고자 한다면, 우리는 우리의 생각을 빠르게 또는 느리게 바꿔야 한다. 우리는 우리의 삶에 외관을 변화 시켜야 한다. 우리가 원하는 대로만 생각지 않는 방법을 배워야 한다.”*  
(Black, 2013 p.38)

지속가능성은 생태적 실천과 시스템적인 사고에 기초를 두고 있다. 지속가능성은 무한 성장을 전제로 한 자본주의의 생산과 소비체제에 도전한다. 지속 가능한(sustainable)이라는 말은 사전적 의미로 (1)환경 파괴를 유발하지 않는 인간의 경제적 활동과 문화 등의 형태를 의미하는 또는 그것과 관련이 있는 특별히 천연 자원의 장기적 고갈을 피하는 (2)천연 자원 유지 그리고 미래 세대를 위한 환경의 보전과 양립 가능한 방식을 통한 천연 자원의 개발과 이용에 대한 의미를 담고 있다. ‘그린(Green)’이나 ‘환경 친화적인(eco-friendly)’ 같은 단어들도 주로 환경을 얘기하는 반면 ‘지속가능성(sustainability)’은 소재와 디자인, 생산 프로세스의 사회적, 경제적 영향에 대해서도 고려한다는 점이 매우 중요한 핵심이라고 할 수 있다(아리스 세린, 2009).

지속가능한 패션은 소비자 와 생산자 간의 강력하고 상호보완적 관계성과 연관된 것이다. 이는 논쟁을 촉발시키며, 내재된 의미를 들춰내거나, 소비자들이 스스로 그들의 옷을 기술이나 상상력 또는 타고난 솜씨들로 ‘완성(finish)’할 수 있도록 하는 제품을 생산하는 것이다. 또한 다양성, 창의력, 개성화 그리고 소비자의 참여를 북돋움으로써 스스로 자부심을 부양할 수 있다는 생각을 디자인하는 것이기도 하다(Fletcher, 2013). 풍요로운 패션 유통의 성공은 부가적인 관계성을 더욱 확고히 할 수 있으며, 인간과 환경의 진화된 관계 속에서 과정, 참여 그리고 사회적 통합에 가치를 두는 복식의 아름다움과 위대함을 경험하게 할 것이다. 즉 함께하는 스웨터 짜기, 생분해성 의복, 착한 소비를 통한 공적 무역 지원과 같은 아름다움을 경험할 수 있을 것이며, 자연계 속에서 인간의 위치에 대한 심오한 질문을 던지는 디자인을 통해 그 관계성을 강화 할 수 있다(Fletcher, 2013).

한편, 패션은 협동의 기회를 제공한다. ‘디자인’, ‘상품’ 그리고 ‘소비자’라는 존속되는 계급 구조에 도전하게 되고, 특히 여성들은 지역적 수준의 중개인을 제공하게 된다(Clark, 2008). 게다가 패션 디자인 내에서 디자인 개념에 대한 생각은 지속가능성, 개인화 그리고 비용 사이에 새로운 경계선을 만들어낸다. 지속가능성은 방대한 개념으로 디자이너에게 동기를 제공 한다기 보다는 오히려 무력화 시킬만한 존재이다(Black, 2013). 에른 피셔(Eileen Fisher)는 오가닉 코튼, 린넨, 데님 소재를 이용하여 페루에서 니트웨어를 제작하여 ‘Eco Collection’을 진행해 오고 있다. 에른 피셔(Eileen Fisher)의 수석 팀장을 맡고 있는 쇼나 퀸(Shona Quinn)은 지속가능한 패션에 대해 다음과 같이 언급했다.

*패션이 지속가능하게 된다는 것은 우리가 우리의 일을 우리를 위해서 스스로 제거해 낸다는 것을 의미한다. 첫 번째 단계로 소재와 장식 그리고 포장은 지구에 다시 안전하게 돌아갈 수 있고, 다시 사용될 수 있도록 가공될 수 있는 위치에 있어야 한다. 두 번째 단계는 환경에 해를 끼치지 않는 지속가능한 생산 프로세스가 만들어져야 한다. 세 번째 단계에서는 깊게 탐구되어야 한다. 네 번째 단계에서는 소비자의 요구와 욕구 안으로 깊게 탐구되어야 한다. 지속가능한 제품이 되기 위해 지속가능한 제품을 만들어 내는데 필요한 모든 도구와 재료가 준비되어 있지 않는 상태에서 고도의 친환경적인 효과로부터 ‘욕구(wants)’로 전이해 가는 방법을 찾아내는 것이기 때문에 쉽지 않은 일이다. (Black, 2013 p.46)*

디자이너의 창의적 활동의 범주는 문제해결의 방법적 가치를 도출하기 위해 관련된 고민과 사유의 시간을 통해 좋은 아이디어로 추출하기 위한 과정이다. 이 과정에서 디자이너는 지식과 경험에 근간한 새로운 탐구의 과정을 진행하게 된다(김효일, 이현주, 2013). 이제까지 디자인은 이전에는 존재하지 않던 매개를 조합하거나 재구성함으로써 전혀 새로운 무엇을 만드는 과정의 연속으로 개념화 되었다. 그러나 미래 사회에서 디자인은 과거 새로운 재료에 의존하던 만큼에 대한 이미 사용된 재료나 더 이상 사용될 수 없는 기능을 잃은 재료들을 재사용하거나 또는 이를 다시 사용가능하도록 하는 생명력을 부여하기 위한 노력이 더욱 요구된다.

### 2.2. 패션 제품의 라이프 사이클(life-cycle)

제품의 생애라고 할 수 있는 패션 제품의 라이프 사이클은 생산, 판매, 사용, 회수, 재생산의 단계가 있

다. 그러나 패션 상품의 라이프 사이클은 간단하지 않다. 제품의 라이프 사이클은 유지 보수 모델이나 재활용 모델 등 컨셉 모델에 따라 달라질 수 있기 때문이다. 라이프 사이클 기간 내, 생산부터 판매에 이르기까지의 전 과정은 이미 사회에서의 유통 노선을 포함한다. 그러나 판매 이후에 대해서는 여전히 유통 노선이 확립되어 있지 않아 제품이 잘 순환되지 않는 것이 현실이다(야마기와 야스유키, 2006). 환경적 퇴화는 디자인부터 최종 폐기에 이르는 모든 단계의 결과라 할 수 있다.

따라서 환경 조화형 제품의 개발하기 위해서는 제품 특성, 기업 특성, 시장 특성, 사회 특성 등의 관점에서 본 컨셉 모델의 특징과 제품의 방치된 현상의 특성을 참조하고 조합하여 최적 모델을 검토하는 것이 중요하다. 컨셉 모델 전략에서 성공의 열쇠는 환경 조화형 제품이 곧 재활용이 쉬운 제품이라는 좁은 발상부터 시작하여 환경 조화형 제품의 선택 폭을 넓힐 수 있다. 그 좋은 예로 업 사이클링 제품을 살펴볼 수 있으나, 업 사이클 패션제품은 환경보호 차원보다는 독특함과 디자인이 좋아서 구매하며, 따라서 재활용제품의 경우 디자인과 기능이 강화되지 않으면 판매로 연결되지 않는다는 점들이 언급되고 있다(박자명, 신혜원, 2014). 이는 업 사이클 패션제품이라도 환경보다는 패션제품 자체의 특성을 고려해야 하며 고정적인 소비자를 확보하기 위해서는 친환경적이라는 관점에서 뿐만 아니라 디자인과 함께 품질 면에서도 나쁘지 않아야 구매로 연결될 수 있음을 보여주는 예라 할 수 있다.

### 2.3. 감성적 지속가능 패션 디자인

지속적인(last) 제품을 만든다는 것과 오래 쓸 수 있는(long-lasting) 제품을 만드는 것과는 매우 다른 문제이다. 직물이나 의류의 지속적 유용성의 핵심은 적합성(appropriateness)이다. 적합성은 '맞음(fit)'의 정도를 의미하는 것으로 장소, 기능, 사용자, 제작자 그리고 환경적인 것과 관련 된 문제이다. 미래에 디자이너들은 오늘날 디자이너들이 보다 더 많은 요소에 대한 감각이 필요하다. 예를 들면, 재료들이 얼마나 지속되는지, 물건들은 어떻게 사용되는지, 왜 물건들의 사용이 중단되는지 등을 알아야 지속적 유용성에 적합한 제품을 만들 수 있기 때문이다. 결과적으로 디자이너들이 계획한 수명주기에 적합한 재료의 선택, 제품과의 정서적 유대감 홍보, 그리고 직물과 의복들이 실제 어떻게 사용되는지에 대한 전반적 감성의 문제들을 제대로 이해하는 것이 요구된다

(Fletcher, 2013).

들롱(DeLong et al, 2013)은 지속가능한 패션 디자인을 (1)소재의 재사용(repurpose materials), (2)감성적(emotional connections) 디자인, (3)다변용(versatility) 디자인, (4)자원의 재가치(valuing resources)를 부여하는 디자인, (5)제로 웨이스트 재단 기법 등을 통한 다양한 구성의 디자인(alternative constructions) 5가지로 분류하였다. 그중 감성적 디자인(Emotional Design in Sustainability)은 옷이라는 대상이 감정과 교류 되었을 때 더 지속적인 사용이 가능해 진다고 주장했다. 또한, 영국의 디자인 스쿨에서 시행되고 있는 TED 디자인은 10가지의 지속가능 디자인의 단계를 제안하고 있다. (1)최소한의 낭비를 위한 디자인(Design to minimize waste), (2)리사이클링과 업사이클링을 위한 디자인(Design for recycling/ upcycling), (3)화학적 요소가 최소화된 디자인(Design to reduce chemical impacts), (4)에너지와 물의 사용을 줄여주는 디자인(Design to reduce energy and water use), (5)깨끗하고 더 나은 기술을 활용한 디자인(Design that explores clean and better technologies), 6)자연과 역사를 담아내는 디자인(Design that looks at models from nature and history), (7)윤리적 제품의 디자인(Design for ethical production), (8)소비자의 요구를 대체할 수 있는 디자인(Design to replace the need to consume), (9)시스템과 서비스를 비물질화하고 발전시켜주는 디자인(Design to dematerialize and develop systems and services), (10)실천 가능한 디자인(Design activism)이 그 사례이다(Black, 2013). 윤리적 실천이 가능한 디자인이나 소비자의 욕구를 대체할 수 있는 디자인, 시스템과 서비스를 비물질화하고 발전 시켜주는 디자인 그리고 실천 가능한 디자인은 지속가능한 감성적인 디자인으로 연결된다. 이러한 과정의 제품에 대하여 조나단 채프만(Jonathan Chapman)은 적합성(appropriateness)을 제품의 감성적 존재, 진화 그리고 성장이라는 기능으로 설명한다. 그는 제품이 소비자의 한 가지 욕구에 대한 감성적 반응을 유발시키는 것으로 불충분하며, 반복적이어야 한다고 말하고 있다(Chapman, 2005). 이는 제품의 수명주기를 연장시키기 위해서는 사용자와 사물간의 관계성이 성립되어야 한다는 점을 다시 지적하고 있다.

따라서 디자이너들의 경험에 의해 실용화 되었던 창의적 방법론들을 상업적 디자인 실습과 프로세스로 연합할 수 없는 다양하고 추상적인 영역으로 확장시키고 있다(Chapman, 2005). 이에 스토리텔링은 또한 복잡한 네러티브를 조직화하고 합리화하기 위한 수단

으로서 디자이너의 경험과 정보의 복잡한 증개 안에서 커다란 의미를 갖는다. 이러한 방법 안에서 실험적 디자인의 탐험과 실험적 본질이 감성적 지속가능한 디자인 안에서 실제로 가장 강력한 것이 되고 있음을 보여준다.

### 3. 감성적 스토리텔링 프로세스를 반영한 디자인

#### 3.1. 좋은 네러티브 디자인(사례1)

캐나다의 'Bundu Design'은 에이즈에 고통 받고 있는 말라위 여성들을 후원하는 인형을 선보였다 [그림 1]. '축복'을 의미하는 'Mwayiwathu' 라는 이름의 에이즈 양성 반응자를 후원하는 15명의 멤버들이 정성스레 만든 이 인형은 주로 코끼리, 원숭이, 사자 등 아프리카 동물들을 모티브로 하고 있으며 부드러운 저지 니트와 아프리카 왁스 프린트를 결합하여 안전하고 무독성의 재료들로 한땀, 한땀 바느질하여 만든 작품이다. 아프리카 난민들을 후원하기 위한 제품들, 물론 좋은 의미를 지니지만, 중요한 것은 연민에 의한 구매가 아닌, 감각적인 소비 시장에서 부각될 수 있어야 한다. 이러한 점에서 이 제품들은 유니크하며 충분히 예술적인 가치를 지닌다. 또한 Bundu Design은 지속가능한 상품들이 추구해야 하는 가장 중요한 덕목인 '좋은 외관(Good out-fit)'을 가지고 아프리카 난민들을 돕고 있다.



[그림 1] 'Bundu Design'의 에이즈 환자 후원 인형

<자료출처:

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

또 다른 좋은 네러티브 디자인의 예로, 맥스-니프(Max-Nif)의 아이디어로부터 시작된 욕구에 대한 프로젝트인 슈퍼 새티스파이어(Super Satisfiers)가 있다. 슈퍼 새티스파이어(Super Satisfiers)는 '5가지 유형의 프로젝트(5ways project)'의 일환으로 진행되었다. 슈퍼 새티스파이어 프로젝트의 목적은 미묘하고 무의식적 의복의 사용법을 디자인을 통해 전환시킴으로써, 욕구를 충족시키는 방법을 찾는 새로운 개념을 만드는 것이었다. 또한 소비와 불만족의 순화 고리를 깨기 위한 의미들로 채워진 의복을 만들고, 잠재적 욕구들을 더욱 명확히 하여 우리 내면의 자신을 만날

수 있도록 하고 있다. 이 프로젝트에서는 애정에 대한 욕구에 초점을 맞추고 대표적인 아이템으로 '애정의 드레스(Caress Dress: 한 명의 디자이너가 옷을 통해 사람들의 주목을 끄는 매우 개인적인 방법을 차용하는 것)'를 개발했다. 이 드레스는 슬릿과 어깨의 미묘한 절개를 이용해 어깨, 허리 그리고 등의 작은 부분의 노출을 은근히 드러낸다. 이런 디자인의 목적은 접촉을 유도하고 껴안음으로써 착용자가 타인의 따뜻한 애정을 느낄 수 있도록 한다(Fletcher, 2013).

이처럼 감성적 지속가능 디자인은 우리가 무엇을 어떻게 구매할 것인가 하는 문제에 대하여 보다 진중한 질문을 던지도록 유도한다. 또한 옷이 가지고 있는 근원적인 목적인 인체를 보호하고 쾌적하게 유지하는 문제에 대하여 '정신적 감성적 측면'에서 지속가능한 디자인의 대안적 의미를 제공하고 있다.

#### 3.2. 특별한 이야기가 담긴 핸드다운(hand down), 롱유즈드(long used) 아이템(사례2)

닐린 요서프(Nilgin Yusuf)와 사진작가, 에드워드 바너(Edward Barner)는 샌디 블랙(Sandy Black)의 저서 'The Sustainable Fashion Handbook'에서 옷장을 지키는 옷들 중에 특별한 가치를 담고 오랫동안 지속적으로 입혀진 옷에 대한 인터뷰를 시도했다. 그녀는 영국의 패션 스쿨에 있는 교수를 비롯한 여러 분야의 전문가 8명을 선정하고 그들이 평소에 소중하게 아끼는 아이템을 소개 받는다. 8명의 인터뷰 대상자가 소개하는 아이템은 15파운드 블랙 사틴 자켓, 800파운드 콥 데 가르손(Comme des Garçons)의 코트를 비롯해서 티셔츠, 드레스, 스카프 등 다양했다. 패션이 변한다는 속성과 함께 끊임없이 빠르게 새로운 디자인이 소개되는 가운데에서도 이들이 지속적으로 착용해 오고 있는 아이템들은 시공간을 초월한 듯 지속적으로 새로운 패션 트렌드 안에서 현재까지 새로운 감각으로 스타일링 되고 있다.

그녀의 인터뷰 대상이 되었던 에딘버러 예술대학(Edinburgh College of Art)의 크리스토퍼(Christopher) 교수는 페이지리 스카프를 소개했다 [그림 2]. 그의 스카프는 1958년에 제작되었고, 본인이 착용하기 시작한 것은 1980년 부터였다고 한다. 그는 또한 앞으로도 꾸준히 착용할 의사를 밝혔다.

*"나는 이 스카프를 나의 아버지의 옷장에서 다른 두 개의 다른 아이템과 함께 발견했다. 나는 복고적인 이미지를 연출하기 위해 이것들을 돌렸다. 이 스카프는 특히 나의 아버지가 착용했던 방식으로 편안하고 험겁게 앞쪽에서 매듭을 지어서 스타일링*

하고 있다." (Black, 2013 p.222)



[그림 2]

크리스토퍼(Christopher) 교수의 페이지즐리 스카프  
<자료출처: Black, 2013 p.223>

자신만의 특별한 스토리가 담긴 옷이나 패션 아이템들은 착용자의 취향과 감각 그리고 맞춤새 등의 조건들을 잘 부합시키고 있었다. 특히 트렌드나 시대의 흐름을 크게 따르지 않는 디자인들은 좋은 퀄리티의 소재와 착용감으로 수년이 흐른 현재까지 착용자와 심리적 교감을 이루며 의복 이상의 특별한 의미를 갖는 경우가 대부분이었다. 또한 착용자들은 자신에게 특별한 의미의 옷들이 더 이상 착용할 수 없는 상태가 되었어도 쉽게 버릴 수 없다고 했다. 이런 옷들은 여전히 옷장을 지키며 과거의 좋은 기억을 회상시켜 주는 통로가 되곤 한다.

### 3.3. 새로운 디자인으로 재탄생한 추억의 아이템(사례3)

페트 그레이(Pat Gray)는 자신이 소유한 물품들을 활용하여 새로운 디자인으로 재탄생 시키는 디자이너다. 그녀는 자신의 작업을 통해 자신의 브랜드 "Embellishing Bliss"을 운영해 오고 있다. 지난 2013년 4월 University of Minnesota에서 열린 "Fashion Redefined" 주제의 세미나에서 페트 그레이는 자신의 작업들을 선보였다. 페트 그레이는 어머니가 입었던 웨딩 드레스를 다시 부활시킨 제품과 자신의 삶 속에서 소중한 기억이 담긴 각각의 티셔츠 조각을 이어 만든 쿠션과 재킷[그림 3]을 소개했다. 그녀는 자신과 오랜 시간을 보낸 아이템들이 더 이상 입혀지지 않으면 과거의 추억들을 그대로 고스란히 담아 새로운 상품으로 탄생시켰다. 또 어떤 아이템들은 더 이상 입혀질 수 없을 때 그 옷의 일부 조각들을 스크랩[그림 4]해서 또 다른 이야기를 담아냈다. 이러한 페트 그레이의 디자인 작업은 자신의 일상을 더 자세히 들여다보고 자신을 둘러싼 사람들과 사건들 사이에서 자신이 행복했던 순간들로 자신을 지속적으로 끌어들이는 힘이 있었다. 페트 그레이는 이러한 디자인 과

정을 자신만의 스토리가 아닌 고객과 협업을 통한 제품도 선보이고 있다.



[그림 3]

(왼쪽) 사용된 옷에 담긴 추억을 기억하기 위해 리폼된 재킷 <자료출처: 저자 촬영>



[그림 4]

(오른쪽) 어머니를 연상시키는 Pat Gray의 소재 북  
<자료출처: 저자 촬영>

디자이너가 제품의 라이프 사이클에 더욱 깊숙이 관여하여 소비 행위에 새로운 의미를 부여한 또 다른 좋은 예로 에코 라이프 스타일 숍(Eco-life style shop)을 지향하는 '리틀 파머스(Little Farmers)'가 있다. '리틀 파머스(Little Farmers)'는 '쌈지농부' 프로젝트 중 하나로, 숍 내부에는 사회적 기업인 '문화로 놀이짱'과 협력하여 폐 가구를 감각적으로 재활용해 업사이클링의 미학을 보여준다. 기업은 환경과 재활용의 가치를 기존의 상품이 가진 다양한 스토리와 함께 공유하는 브랜드라는 이미지와 함께 사회적 기업으로 성장하고 있다. 지역 공예작가의 다양한 상품들 주류 의류, 식료품, 음반 등을 통해 접할 수 있도록 기회를 제공하는데 더욱 주요한 역할을 하게 된다.

### 3.4. 유니클로(Uniqulo)의 감성적 패션 디자인 제품의 라이프 사이클(사례4)

유니클로는 방글라데시에 지역 비즈니스를 기반으로 한 지속가능한 윤리적 기업을 구축하고 있다. 유니클로의 이러한 프로세스는 방글라데시 안에서 지역 발전을 도모하는 데 주요한 역할을 한다. 브랜드에서 이루어지는 환원적 디자인 프로세스는 6가지 과정으로 전개된다. (1)상품 디자인: 방글라데시에서 티셔츠 한 장은 보통 150엔(약 1400원) 정도에 판매된다. 유니클로는 로컬 마켓을 위한 적합한 상품 계획을 가지고 상품 디자인을 진행하고 있다. (2)소재 조달: 지역 비즈니스는 낮은 비용으로 좋은 질의 재료를 획득할 수 있어야 한다. 유니클로는 GU와 파트너 쉽을 체결하고 생산 공장을 협업으로 운영함으로써 소재 조달에 있어 보다 좋은 조건을 획득하고 있다. (3)지역 공장에서의 생산: 현지의 협력 공장들은 유니클로 만의





사례	경제적	환경적 측면	사회적 측면
사례1 좋은 네러티브 디자인	·일자리 창출 ·부가가치 산업의 활성화 ·사회적 기업의 활성화	·생태계의 보존 ·지나친 자원의 훼손 방지	·'정신적 감정적 측면'에서 지속가능한 디자인의 대안적 의미를 제공 ·건전한 소비문화 조성
사례2 특별한 이야기가 담긴 핸드다운, 룡 유즈드아이템	·트렌드나 시대의 흐름을 크게 따르지 않는 좋은 퀄리티의 소재와 착용감을 가진 디자인	·생태계의 보존 ·지나친 자원의 훼손 방지	·시공간을 초월한 지속적으로 새로운 패션 트렌드 형성 ·건전한 소비문화 조성
사례3 새로운 디자인으로 재탄생한 추억의 아이템	·소비자가 제품 프로세스에 직접 개입 및 참여함으로써 새로운 이윤 창출 ·부가가치 산업의 활성화	·생태계의 보존 ·지나친 자원의 훼손 방지 ·버려지거나 폐기되는 쓰레기를 줄여 줌	·자신의 일상을 더 자세히 들여다보고 자신을 둘러싼 사람들과 사건들 사이에서 자신이 행복했던 순간들로 자신을 지속적으로 끌어들이는 힘 ·사회적 기업으로 성장
사례4 유니클로의 감성적 패션 디자인 제품	·지역간, 계층간의 불균형 발전의 해소 ·지역 발전의 도모 ·소득을 제공해 주는 소득원 등장. ·부가가치 산업의 활성화 ·사회적 기업의 활성화	·생태계의 보존 ·지나친 자원의 훼손 방지 ·환경에 대한 관심 유도	·지역 사람들의 삶의 질을 향상 ·상품을 구매하는 단계를 출발하여 고객이 상품을 오랫동안 착용하고 즐길 수 있도록 유도 ·유엔 난민기구에 도움 제공

[표 2] 지속가능한 감성적 디자인 4가지 사례의 기대효과적인 측면

## 5. 결론

본 연구에서는 지속가능한 감성적인 디자인을 통해 패션 제품의 지속가능성을 살펴보았다. 지속가능성에 대한 개념의 도입은 이미 1980년대부터 시작되어 2005년 이후 전 세계적으로 모든 산업 분야에서 그 활용이 본격화 되었고 현재까지 모든 산업 전 분야에서 지속적인 연구와 개발이 계속 되고 있다. 이러한 노력은 영국과 미국을 중심으로 패션 선진국의 패션 전문가들에 의해 적극적으로 진행되고 있으며 실행 가능한 현실적인 지속가능한 대안들이 디자이너와 기업 사이의 적극적인 콜라베이션으로 보다 실

제적인 성공 사례들로 나타나고 있다. 그러나 국내의 실정은 아직 여기에 미치지 못하고 있는 것이 현실이다. 특히 패션 분야에서의 지속가능성은 에코, 친환경 디자인이 일회적 또는 단편적인 구도에서 크게 벗어나지 못하고 있다. 지속가능한 감성적 패션 디자인은 기존의 에코 디자인이 가진 환경적인 접근을 포괄하면서도 경제적인 부분과 문화적인 부분을 포괄하는 개념으로 서로 간의 유기적인 관계가 확립되어야 한다. 이와 함께 지속 가능성은 환경과 인간 그리고 삶이 서로에게 이로운 방향으로 오랫동안 지속 가능하도록 하는 목적을 담는다. 오랫동안 지속될 수 있다는 것은 그 안에 담긴 특별함이 의미를 갖기 시작했다는 것을 의미한다. 이는 그 대상이 실용적인 목적을 넘어 그 이상의 대상이 되어야 한다.

패션 제품의 라이프 사이클은 지속가능한 개념 안에서 더 이상 일방향이 아니다. 생산에서 판매, 사용, 회수 이후 다시 재탄생된 아이템은 다시 판매로 이어지면서 순환형의 라이프 사이클을 이루게 된다. 유니클로의 사례에서 살펴 볼 수 있었던 것 처럼 지속가능한 감성적 패션 비즈니스는 사회적 기업 정신을 바탕으로 각 지역에 맞는 비즈니스 형태로 기획된다. 이처럼 한국의 패션기업들 역시 현재 기업들의 매출 위주의 경영방식이나 일방적 소비 프로세스에 대한 재고가 요구된다. 지역 사람들과 융화되는 윤리적 기업 시스템의 활성화를 통한 기업의 이윤 산출과 소비자와의 보다 신뢰 높은 상호작용이 가능한 시스템 도입을 통해 생산과 판매, 소비되는 순환적 제품 라이프 사이클이 비즈니스 전반에 구축되어야 한다. 이러한 순환적 프로세스야말로 지역민의 삶을 더욱 윤택하게 하고 삶의 질을 향상 시키는 데 주요한 역할을 담당할 수 있기 때문이다.

지속가능한 감성적 패션 디자인은 제품과 소비자의 관계를 더욱 깊이 있게 통찰하는 것에서 출발해야 한다. 사용자가 보다 건강한 소비문화를 이루고 이를 통해 더욱 풍요로운 삶의 추구할 수 있어야 하며 이와 함께 제품 수명의 연장에 대한 다양한 프로세스가 마련되어야 한다. 지속가능한 감성적 디자인이 실질적으로 시너지 효과를 낼 수 있기 위해서는 제한된 소재와 재료로 한정된 여건에서 만들어낸 결과물이 기존의 것 보다 뛰어난 효과를 낼 수 있는 창의적 재능이 뛰어난 디자이너의 자질 역시 요구된다. 감성적 지속가능한 제품은 소비자들이 구매하는 패션 제품에 대해 특별한 네러티브를 가지기 위해서는 소비자가 제품에 더욱 밀착될 수 있어야 한다. 이를 위해서는 이들 사이에 더욱 적극적인 감정적 교감이 가능한 프로세스의 고민이 필요하다. 이러한 방법에 대한 탐구

는 경제·환경·사회적 요인의 균형 안에서 이루어져야 하며 기업은 이를 통해 디자이너와 제조업자의 관점에서 새로운 복지 모델을 재조정하는 사회적 전략이 필수적이라 할 수 있다.

## 참고문헌

- 김효일, 이현주 (2013). 경험론으로 본 디자인의 퀘. 『한국디자인지식학회지』, 25, 397-406.
- 박자명, 신혜원 (2014). 중고등학생의 업 사이클링 인지와 업사이클 패션제품 구매행동에 따른 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심. 『한국가정과교육학회지』, 26(2), 89-99.
- 아리스 세린, 우정준(역). (2009). 『지속가능한 디자인을 위한 지침서』. 서울: 디자인 리서치 앤 플래닝.
- 야마가와 야스유키, 유니버설디자인연구소(역). (2006). 『지속 가능한 디자인』. 부산: 유니버설디자인연구소.
- Black, S. (2013). *The Sustainable Fashion Handbook*. New York: Thames & Hudson.
- Chapman, J. (2005). *Emotionally Durable Design: Objects, Experiences and Empathy*. London: Earthscan.
- Clark, H. (2008). SLOW+ FASHION—an Oxymoron—or a Promise for the Future...?. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 12(4), 427-446.
- DeLong, M., Lee, Y. K. Min, S., & Casto, M. A. (2013). *Perception of Apparel Sustainability Based upon Cultural Differences among Design Students*. Full paper in Proceedings of International Textile and Apparel Association, October 15-18, New Orleans, Louisiana.
- Donunski, A., Clark, J., & Fox, J. (1992). *Building the Sustainable City, Community Environment Council*. Santa Barbara: US, quoted in Bell, S., & Morse, S. (1999) *Sustainability Indicators: Measuring the Immeasurable*. London: Earthscan.
- Dresner, S. (2008). *The Principles of Sustainability* (2nd ed). London: Earthscan.
- Fletcher, K. (2013). *Sustainable fashion and textiles: design journeys*. London: Routledge.
- Fuad-Luke, A. (2005). Slow Theory; A paradigm for living sustainably. *Fuad-Luke, A., Slow Theory: A paradigm for living sustainably*.
- Scharber, M. C., Mühlbacher, D., Koppe, M., Denk, P., Waldauf, C., Heeger, A. J., & Brabec, C. J. (2006). Design rules for donors in bulk-heterojunction solar cells—Towards 10% energy-conversion efficiency. *Advanced Materials*, 18(6), 789-794.
- Van Hinte, E. (1997). *Eternally Yours: visions on product endurance*. London: Gower.
- Bundu Design. (2014.03.10), <http://www.theinspiredafrican.com>
- Little farmers. (2014.09.10), [www.littlefarmers.co.kr](http://www.littlefarmers.co.kr).
- Millennium Ecosystem Assessment, Ecosystems and Human Well-being: A Framework for Assessment. (20014.09.10), <http://www.millenniumassessment.org/documents/document.765.aspx.pdf>
- Pat Grady. (2014.09.05.), [www.em-bliss.com](http://www.em-bliss.com).
- The daily green. (2014.09.01), <http://www.thedailygreen.com>
- The Eternally Yours Foundation in the Netherlands. (2014.09.01), [www.eternallyyours.nl](http://www.eternallyyours.nl).
- The 2013 Sustainability Leaders. A GlobeScan/SustainAbility Survey. (2014.08.01), [www.sustainability.com](http://www.sustainability.com).
- United Nations General Assembly 60th Session. (2014.09.01), [www.un.org/ga/60/](http://www.un.org/ga/60/).
- Uniqlo. (2014.09.14), [www.uniqlo.com](http://www.uniqlo.com).
- 5ways.(2014.09.10), [www.5ways.info/docs/projects/super/projects.htm](http://www.5ways.info/docs/projects/super/projects.htm)