

symphony orchestras, not even one but several. This indicates that the variety landscape form merges with the forms of traditional spectacles that assimilate the poetics of the booth, the stage covered with a canopy, the nativity scene as a certain sacred reality, the puppet theater, the district as a certain pictorial presentation of the same space.

The practical significance. All the evidence is that there was a culture of everyday celebration, spectacle as a social public art phenomenon, oriented not so much as clothing, but on behaviors, publicity as a tradition of celebration, the existence of human in the spectacular space. We can talk about the theatricality of the sights, the theatricality of the city, if by the theatricality we mean a certain aesthetic theory of the spectacle.

Key words: myth, ethnoculture, ethnos, holiday, square.

Надійшла до редакції 10.10.2019 р.

УДК 74.01.09

НАПРЯМИ ПРОЕКТУВАННЯ FASHION-ОБ'ЄКТІВ З УРАХУВАННЯМ ЕКОЛОГІЧНОГО ФАКТОРУ

Кисельова Катерина Олександрівна – кандидат технічних наук,
доцент, доцент кафедри дизайну та технологій,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
orcid.org/0000-0002-1580-287X
doi.org/10.35619/ucpmk.vi30.209
katerinakiselova@gmail.com

У зв'язку з техногенним забрудненням, що набуло катастрофічних масштабів, актуалізувалась ідея органічного включення створених людиною продуктів в оточуюче середовище. Цю тенденцію в виробництві одягу найчастіше називають «екомодою». Наведено огляд публікацій, у яких досліджено поняття «екодизайн» в різних галузях. Уточнено визначення «екомоды», виявлено різницю в поняттях «стала мода», «повільна мода», «етична мода». Зазначено, що урахування еко-фактору в процесі проектування повинен охоплювати весь цикл створення та функціонування виробу. Здійснена спроба систематизувати та класифікувати напрямлення, за якими розвивається «екодизайн» в модній індустрії в залежності від груп вимог: екологізація виробництва, екологізація матеріалів, екологізація реалізації, екологізація споживання. Розглянуті відомі бренди, що працюють в даних напрямках, описані їх методи, прийоми та досягнення.

Ключові слова: екомоды, екодизайн, сталий дизайн, екологічний одяг, екологічна мода, fashion-індустрія.

Актуальність проблеми. За короткий період, що можна окреслити приблизно в 100–150 років, людина, озброєна досягненнями науково-технічної революції, майже повністю вичерпала природні ресурси, накопичені планетою за мільярди років. Катастрофи природного та техногенного характерів, забруднення ґрунту, повітря і вод, навколосезонного простору, колосальне перевиробництво продуктів, непоправна антропогенна зміна ландшафту, темпи накопичення відходів, які неможливо переробити, призвели до бурхливого розвитку екопроцесів та екоосвідомості всередині сучасного суспільства, а також сприяли зміні філософії дизайну в бік екологізації. Пріоритетним напрямом стала ідея органічного включення створених людиною продуктів в оточуюче середовище. Не оминула ця тенденція і fashion-індустрію. З'явилося чимало конкурсів, фестивалів та виставок, у назвах яких трапляються словосполучення з додатками «еко». Дизайнери-початківці та імениті бренди змагаються в «екологічних досягненнях». Але часто вироби, що характеризують цим модним додатком, мають протилежні характеристики та різну спрямованість. Отже, спробуємо з'ясувати, що таке «екомоды», які напрями її розвитку і яку продукцію можливо віднести до «еко-одягу».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду питань «екодизайну» присвячено чимало матеріалів як у популярній, так і науковій літературі. Проблеми сучасного дизайну, як «процесу створення постійного сміття», окреслив ще В. Папанек, який пропагував проектувати тільки максимально корисні, прості та дешеві речі [9]. Р. Б. Фуллер вважав, що дизайн повинен стати рушійною силою з оздоровлення планети, а Д. Опп [13] писав, що дизайн може зробити світ «живим та гуманним». Питання важливості екологічної складової у проектній культурі розглядали О. Генісаретський [2], О. Вайнштейн. А. Іконников, Г. Міневрин [4] заклали теоретичну основу екологічного дизайну в архітектурі. Т. Бистрова спробувала розділити поняття біодизайну, greendизайну та органічного дизайну [1]. А. Глазичева і О. Перфілова охарактеризували критерій екологічності, як «ненанесення шкоди природі, живому, обществу, самому себе, культурі» [3; 31]. Ю. Мухлинкіна сформулювала принципи якості продуктів екодизайну: «багатофункціональність, модульність, здатність до трансформації, довговічність, гігієнічність, незалежність від моди, економічність» [7; 91]. С. Мигаль означив, що особливу роль при проектуванні повинна відігравати «система обмежень, які визначаються індикаторами стану довкілля, держстандартами, дефіцитністю матеріалів, існуючими технологіями виготовлення» [6; 372]. О. Орлова окреслила наступні стратегії проектної діяльності в рамках екодизайну: «дизайн з ефективним матеріаловкладенням, енергоефективний дизайн, довговічний (позачасовий) дизайн» [8; 9].

Отже, значна кількість робіт сучасних науковців спрямована на дослідження ролі екологічного дизайну в культурі; існує ряд публікацій, присвячених утіленню ідей екодизайну в архітектурі, середовищі, предметному дизайні. На жаль, питаннями розвитку екодизайну в fashion-індустрії та питанням екомоди приділено набагато менше уваги. Серед праць можна виділити статтю О. Шандренко [11], але наданий матеріал потребує, на нашу думку, більшої систематизації.

Мета статті – розглянути питання проектування fashion-об'єктів з урахуванням екологічного фактору.

Виклад основного матеріалу. Вчені, що працюють у напрямі збереження екосистеми Землі наголошують, що на сьогодні людина майже вичерпала ресурси не лише для свого розвитку, але і для підтримки існування. Глобальність проблем відображає загальну кризу філософії «суспільства споживання», якою живе сучасний світ. Зараз людство споживає майже 80 млрд. нових предметів одягу щороку, що на 400% більше, ніж кількість, яку споживали 20 років тому [18].

За таких умов, все більшої актуальності набувають концепції на користь забезпечення збалансованого «сталого розвитку» діяльності людини в гармонії з природою та захисту інтересів майбутніх поколінь. Концепція «сталого розвитку» (sustainable development) отримала провідний статус після Конференції ООН «Щит землі» в Ріо-де-Жанейро (Бразилія) в 1992 р., в якій брали участь глави держав 150 країн світу. В 2011 р. «Грінпіс» заснував програму «Greenpeace global Detox campaign» [15], що спонукало таких всесвітніх гігантів, як ZARA, Nike, Mango, H&M, C&A, Levi's, Esprit, Benetton, Adidas, Puma публікувати щорічні дані щодо підвищення їх екологічної відповідальності. Важливою рушійною силою нашого часу стало підписання наприкінці 2018 р. 43 представниками провідних модних брендів Хартії індустрії моди ООН зі змін клімату [18].

Поняття «екодизайн», а слідом і «екомода» актуалізувалися наприкінці 60 – поч. 70-х років ХХ ст. під впливом філософії «хіпі», які пропагували повернутися до природної чистоти через любов. Проповідуючи турботу про світ і природу, вони закликали суспільство зайняти активну позицію щодо екології. Вважається, що перші борці за навколишнє середовище з'явилися на хвилі «літа любові» 1967 р., як проект групи ванкуверських журналістів, науковців і хіпі, згодом ця група активістів заснувала найбільшу громадську організацію в світі «Грінпіс». Саме вони загострили питання відповідальності за бездумне використання природних ресурсів та необхідності дбайливого відношення до оточуючого середовища, а поняття «природні матеріали», «природна їжа», «екологічний дизайн та «екологічний одяг» підтяглися згодом. Більшість організацій, що займаються екологією та компаній, що випускають екологічно чистий одяг або косметику з'явилися саме в той час. А. Уваров характеризує даний період як «соціально-екологічний переворот» [10; 43].

Спробуємо зрозуміти, що криється під поняттями «екодизайн та «екомода», а також сформулюємо напрями їх існування та розвитку.

У довіднику з дизайну за ред. Г. Міневрина екологічний дизайн визначено як «сфера комплексної дизайнерської діяльності, що прагне до реалізації в проєктованих об'єктах зближення вимог природного середовища та культури, що викликає необхідність врахування цінностей, досягнутих попередніми поколіннями в сфері взаємовідносин людини і природи» [4; 61]. Як бачимо, акцент робиться на «врахуванні культурних цінностей» попередніх поколінь. Більш розширено поняття «екодизайн» надається в Вікіпедії «екодизайн – напрям у дизайні, що приділяє ключову увагу захисту навколишнього середовища упродовж усього життєвого циклу виробу. У розрахунок беруться в комплексі всі сторони створення, використання та утилізації виробів» [12]. Можна сказати, що дизайн прагне охопити всі аспекти навколишнього середовища людини, які пов'язані з промисловим виробництвом. У зв'язку з цим виникла необхідність розглядати дизайн як складне поєднання процесу і результату одночасно. Узагальнюючи вищесказане можна окреслити сенс «екодизайну», як проектування продукції, яка не має негативного впливу на навколишнє середовище. Дана мета привносить у процес проектування завдання економії ресурсів і енергії, а також використання нетоксичних, здатних для переробки матеріалів та відновлювальних процесів виробництва, подовження життєвого циклу продукції, багато інших завдань, пов'язаних не тільки з процесом створення а й процесом виробництва, реалізації, споживання продукції, її утилізацією.

Визначення «екомоди» у вітчизняній Вікіпедії відсутнє, замість нього пропонується визначення «повільна мода» – «slow fashion». Цей рух представлений, як «поєднання всіх «сталих», «екологічних» та «етичних» напрямів моди» [5]. Англійська версія ставить знак рівності між «екомодою» та «сталою модою» – «sustainable fashion», метою якої є «створення системи, що може підтримувати себе упродовж невизначеного часу з точки зору впливу людини на оточуюче середовище» [19]. Визначення дуже різняться, оскільки «slow fashion», на відміну від «sustainable fashion», взагалі не розглядає стадії проектування, виробництва та реалізації, зосереджуючись на стадії споживання. «Етична мода» на

перший план виводить права та умови праці робітників, а також етику поводження з тваринами, трохи торкаючись проектування в галузі використання матеріалів (які, з одного боку, не шкодять довкіллю, а з іншого, – не призводять до вбивства тварин). Докладний аналіз термінів потребує окремого дослідження, але суть понять «екомода», «стала мода» або «sustainable fashion» розкривається приблизно через однакові тези. Спробуємо їх структурувати.

Основні вимоги до fashion-виробів у рамках «екомоди», що впливають на проектування, можна поділити на чотири великі групи: екологізація виробництва, екологізація матеріалів, екологізація реалізації, екологізація споживання. Отже, як бачимо, питання врахування екологічного фактору на стадії проектування повинні охопити всі стадії існування fashion-виробів. Знаходимо підтвердження даного вислову у Т. Бистрової, яка називає екодизайн – інтегративною дисципліною, яка допомагає поєднати зусилля в інших сферах, «розмиваючи» уяву про дизайн, як специфічну проектну діяльність. «Дизайн стає світоглядною, ціннісно-смісловою основою, що направляє діяльність, яка впливає на вибір матеріалів, форм, технологій» [1; 37].

Перша група вимог – екологізація виробництва. Її можна охарактеризувати як вирішення на стадії проектування питань ефективного використання природних ресурсів (у першу чергу – енерго- та водоресурсів), упровадження безвідходних технологій, забезпечення можливості повторного використання матеріалів із мінімальним екологічним збитком, впровадження безпеки утилізації, врахування регіональних особливостей дизайну. До групи виробничих вимог, які не впливають на процес проектування, можна віднести: локалізацію підприємств за місцем споживання продукції (мінімізація перевезень), а також дотримання виробником прав працівників та норм захисту середовища.

Для більшості промислових галузей найгострішим еко-питанням є забезпечення енергоефективності, але для fashion-виробів це питання має другорядне значення, оскільки доля затрат на енергоресурси не перевищує 3-10%. Набагато гострішою є проблема збереження води, що використовується на стадіях первинної обробки сировини, в фарбувальних, відбілюючих, оздоблювальних, відмочно-зольних, дубильних розчинах, а також для промивання матеріалів після їх обробки.

Багатьма дизайнерськими та мас-маркет брендами питання забезпечення даної еко-складової вирішуються за рахунок використання необробленої, або мало обробленої сировини (Peep tree), або, навпаки, за рахунок введення високотехнологічних процесів. Так, поставивши економію води своєю найпріоритетнішою проектною задачею, компанія Levi's у 2013 р., завдяки високим технологіям, скоротила споживання води вдвічі. Зараз за допомогою технології Water<Less Levi's у середньому на одну пару джинсів замість 8000 літрів витрачається 2835 [17].

Другим напрямом першої групи вимог є економія дорогої сировини (вовна, хутро, шкіра, шовк, льон, тощо), що переважно реалізується через впровадження безвідходних технологій та забезпечення можливості повторного використання матеріалів, або розробка альтернативної сировини. Зазвичай відходи в легкій промисловості складають 15-25%, отже цей напрям є дуже перспективним для дизайнерів; вони пропонують реалізувати його розвиваючи різні ідеї від recycling до тотального upcycling. Компанія Nike ще у 1993 р. зайнялася переробкою зношеного взуття, його перетворювали в гранули, які в подальшому використовувалися як покриття для спортмайданчиків. Зараз провідними в напрямку recycling є компанія People Tree, засновником якої є С. Минни, організаторка «Справедливої торгівлі» (Fair Trade), всі складові продукції яких можуть бути перероблені. Інший напрям recycling представляє Patagonia, яка розробляє високотехнологічні матеріали для спорту на основі перероблених пластикових пляшок. Компанія H&M має лінії одягу Conscious і Conscious Exclusive, вироблені з перероблених або легких у переробці матеріалів, а також щорічно присуджує 5 премій Global Change Awards із фондом в 1 млн. євро за еко-проекти [16]. Все частіше в магазинах з'являється одяг та взуття з позначкою eco-friendly. Головна його відмінність у тому, що такий одяг виготовляється з переробленої вторинної сировини.

Повний upcycling – творче перетворення відходів в одяг пропонує бренд трикотажного одягу Ciel. Український бренд з світовим ім'ям Ksenia Schnaider проектує одяг, переробляючи second-hand. Взуттєвий бренд Melissa переробляє 99% усіх складових виробничого процесу, включаючи сировину, воду та фарбники. Метод проектування одягу zero waste (без відходів) пропонує марка Mark Liu, яка розвиває майже безшовну методику отримання виробів.

Цікаву концепцію економії сировини пропонують дизайнери-прихильники «альтернативної економіки», які вважають, що виробництво одягу повинно бути дрібносерійним або індивідуальним. Орієнтація на виконання індивідуального замовлення (бренд Ada Zanditon) дозволяє значно економити дорогі органічні тканини.

Третім напрямом першої групи є впровадження безпеки утилізації. Цей напрям в основному представлений боротьбою за натуральність сировини, оскільки натуральні матеріали мають невеликий

період розпаду, приблизно 2–3 роки. Постійними розробками та впровадженням нових екологічно-чистих матеріалів займається бренд Deborah Lindquist (соевий шовк, інгео – поліестер рослинного походження, сісел – целюлоза з додаванням морських водоростей та багато ін.), бренд Ananas Anam (шкіра з листя ананасу Piñatex). Акцент на натуральність роблять Esprit, Asos, &Other stories, Cos.

На проектуванні одягу з натуральних матеріалів найчастіше акцентують увагу регіональні дизайнерські бренди, які випускають одяг невеликими тиражами, що не дозволяє конкурувати з мегакорпораціями в ціні. Але в сегменті дизайнерського одягу, цей напрям має великі перспективи, що доводить успіх брендів Mara Hoffman, Stella McCartney.

Четвертим напрямом першої групи є забезпечення прав працівників. Існують сертифікаційні знаки, наприклад FAIRTRADE, що вказують на те, що виробник пройшов незалежний аудит щодо умов праці. Fair Wear Foundation (FWF) – ще одна некомерційна організація, що сертифікує виробників, які дотримуються внутрішніх високих стандартів. Наприклад, крупний бренд одягу Jones Apparel Group перед укладенням договорів із постачальниками проводить обов'язкові перевірки виробничих умов. Levi's та H&M регулярно публікує звіти з поліпшення умов на підприємствах підрядчиків. Уже зараз 100.000 працівників у 12 країнах залучені до програми Levi's із покращення умов праці, а до 2025 р. їх кількість зросте до 300.000 [17]. H&M звітує про 930.000 працівників, які беруть участь у соціальних програмах компанії [16].

Друга група вимог – це дотримання стандартів щодо матеріалів, забезпечення їх натуральності (наприклад, хлопок та льон замість синтетичних полімерних матеріалів) або навпаки ненатуральності (синтетичні хутро та шкіра замість натуральних), нетоксичності, безпеки у використанні тощо.

Екологічні матеріали, з якими працюють еко-свідомі дизайнери, можна умовно поділити на чотири категорії: 1) з традиційних джерел (бавовна, льон, шовк, вовна), але отримані без хімікатів; 2) з легко відновлювальних культур (конопля, бамбук, кропива, водорості); 3) з переробленої натуральної сировини (перероблена бавовна, вовна); 4) з переробленої синтетичної сировини (пластикові пляшки, автомобільні шини).

Сертифікуються переважно перша та друга категорії. Найбільш відомою організацією щодо сертифікації екологічно-чистих матеріалів є Global Organic Textile Standard (GOTS), що займається сертифікацією продукції, що містить мінімально 70% органічних волокон. Сертифікація Cradle to Cradle існує для біорозкладної або ресайклінгової продукції. Сертифікат OEKO-TEX Standard 100 свідчить про відсутність у текстильній продукції небезпечних субстанцій. Сертифікат OE-100 Standard – підтверджує 100% органічності сировини.

Третя група вимог – екологізація реалізації, що складається з підвищення коефективності логістики, логістичних центрів та магазинів одягу, а також зменшення пакування та його повторне використання. Natural Resources Defense Council в програмі Clean by Design (Чистота визначена дизайном) окремо наголошує на транспортуванні [13], оскільки одяг, перед тим, як потрапити на полиці, транспортується десятки тис. км. Відповідати екостандартам цієї групи намагаються більшість мас-маркет гігантів. Великим трендом є скорочення витрат магазинів, тож переважна меншість згодна перенести виробництва. Так, Jones Apparel Group намагається розмістити більшість замовлень територіально близько. А ZARA скоротили споживання світла в магазинах на 20%, води на 50%, і вже до 2025 р. їх магазини та логістичні центри досягнуть 100% відсутності відходів. Компанія повністю забезпечить переробку вешалок, коробок, пакувальної плівки тощо [20].

Четверта група вимог – екологізація споживання, яка, в першу чергу, характеризується обмеженістю особистого споживання, а також поверненням до речей кращої якості та довговічності, зміною структури споживання в бік екологічно-безпечних виробів, упровадженням багатофункціональних речей.

Екологізацію споживання найбільше пропагують громадські організації, й в ній найменше зацікавлені великі виробники, але активно розвиваються бренди, що пропагують філософію повернення до речей кращої якості, пропонуючи стабільний базовий гардероб (Jones Apparel Group) або багатофункціональні речі (Jia Collection), замість гонитви за швидкою модою.

На жаль, сучасна людина, ще далека від обмеження особистого споживання, про що свідчать різноманітні дослідження. Наприклад, обсяг вартості одягу, що був куплений, але не використовувався, в гардеробі британців складає приблизно 47 млрд. доларів, а середній американець викидає до 40 кг. одягу на рік. Усі статистичні дані свідчать, що обсяг одягу, який щорічно споживається в розвинутих країнах, виріс за останнє десятиріччя приблизно в 2 рази. Але, в той же час, обсяг «еко-одягу» постійно зростає. Останнім часом, за даними Forbes List, відбулося підвищення на 47% інтернет-запитів споживачів з еко-змістом [18]. Усе більше людей вже не споживають та не викидають бездумно все підряд, а замислюються, чи можна подарувати старим

речам і сміттю друге життя. Популярними стали напрями ресайклінг, апсайклінг і фрісайклінг. Бібліотеки речей, де можна взяти одяг на прокат – новий тренд європейських міст. Еко-одяг поступово стає ідейним атрибутом сучасної людини, яка думає про навколишній світ.

Висновки. В результаті проведеного дослідження уточнено значення термінів «екодизайн», «екомод», «стала мода», «етична мода». Зазначено, що для забезпечення еко-складової процес проектування повинен охоплювати весь цикл створення та функціонування виробу. Сформовані чотири основні напрями розвитку екодизайну в модній індустрії в залежності від груп вимог: екологізація виробництва, екологізація матеріалів, екологізація реалізації, екологізація споживання. Розглянуті заходи, що відповідають даним групам. Наведені приклади успішної реалізації окремими організаціями та брендами, розвитку даних еко-напрямів.

Список використаної літератури

1. **Быстрова Т. Ю.** Эстетический компонент в устойчивом дизайне 2000-х гг. *Человек в мире культуры*. 2012. № 1. С. 35–44.
2. **Генисаретский О. И.** Проектная культура и концептуализм. Социально-культурные проблемы образа жизни и предметной среды. Москва : ВНИИТЭ, 1987. С. 39–53.
3. **Глазачева А. О., Перфилова О. Е.** Экологический дизайн: инструменты и критерии проектирования глобального социокультурного пространства. *Вестник МГТУ им. М.А. Шолохова. Социально-экологические технологии*. 2012. № 1. С. 27-37.
4. **Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник** / Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов и др.: Под общ. ред. Г.Б. Минервина и В.Т. Шимко. Москва: «Архитектура-С», 2004. 288 с.
5. **Медленная мода** [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. **Мигаль С. П., Сомар Г. В., Сомар Т. А.** Екологічний чинник у дизайні просторово-предметного середовища. *Наук. вісник НЛТУ України*, 2011. С. 366-372.
7. **Мухлынкina Ю. В.** Становление и развитие экологического дизайна. *Позиция. Философские проблемы науки и техники*. 2016. № 10. С. 162–169.
8. **Орлова О.** Екологічний фактор формоутворення в дизайні : автореф. дис. ...канд. миств. : спец. 05.01.03. Харків: ХДАДМ, 2003. 19 с.
9. **Папанек В.** Дизайн для реального мира / Пер. с англ. Г. Северской. 2-е изд. Москва : Изд. Д. Аронов, 2008. 416 с.
10. **Уваров А. В.** Экологический дизайн: опыт исследования процессов художественного проектирования: дисс. .. канд. искусствоведения : спец. 17.00.06. Москва : МВХПУ, 2010. 223 с.
11. **Шандренко О. М., Дубас Х. О.** Екодизайн у fashion індустрії XXI століття [Електрон. ресурс]. Міжнар. наук. журн. «Інтернаука». 2019. № 2. Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/issues/2019/2/4628>.
12. **Экодизайн.** [Електрон. ресурс] – Режим доступу: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Экодизайн](https://ru.wikipedia.org/wiki/Экодизайн).
13. **Clean by Design** [Електрон. ресурс] – Режим доступу: [http:// climateinitiativesplatform. org/index. php/Clean_by_Design](http://climateinitiativesplatform.org/index.php/Clean_by_Design).
14. **David W. Orr.** Design on the edge : The making of a high-performance building /David Orr Imprint, Cambridge, MA. : The MIT Press, 2006. 272 p.
15. **Detox My Fashion** [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <https://www.greenpeace.org/international/act/detox/>
16. **H&M. Офіційна сторінка** [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <https://hmgrou.com/media/news/general-news-2019/h-m-group-s-weekday-team-up-with-ifc-and-maisie-williams-for-cir.html> .
17. **Levi's.** Офіційна сторінка [Електрон. ресурс] – Режим доступу: [https:// www.levi.com/US/en_US/features/sustainability](https://www.levi.com/US/en_US/features/sustainability).
18. **Kerkhof R.** Think Tank: Uphold Your 'Eco-conscious,' Set Up a Green Wardrobe [Електрон. ресурс] / Robert van de Kerkhof. *WWD*. 2019 September 7. – Режим доступу: <https://wwd.com/business-news/business-features/think-tank-uphold-your-eco-conscious-set-up-a-green-wardrobe-now-1203248566/>
19. **Sustainable fashion** [Електрон. ресурс] – Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_fashion/
20. **ZARA.** Офіційна сторінка [Електрон. ресурс] – Режим доступу: [https://www.zara.com/ ua/uk/ stiikiy-rozvytok-nashy-mahazyny-11454.html](https://www.zara.com/ua/uk/stiikiy-rozvytok-nashy-mahazyny-11454.html)

References

1. **Byстрова Т. Yu.** Esteticheskij komponent v ustojchivom dizajne 2000-h gg. *Человек в мире культуры*. 2012. № 1. S. 35-44.
2. **Genisaretskij O. I.** Proektnaya kul'tura i konceptualizm. Soc.-kul'turnye problemy obraza zhizni i predmetnoj sredy. Moskva : VNIITE, 1987. S. 39–53.
3. **Glazacheva A. O.** Ekologicheskij dizajn: instrumenty i kriterii proektirovaniya global'nogo sociokul'turnogo prostranstva/ *Vestnik MGGU im. M.A. SHolohova. Social'no-ekologicheskije tekhnologii*. 2012. № 1. S. 27-37.

4. *Dizajn*. Illyustrirovannyj slovar'-spravochnik / G. B. Minervin, V. T. SHimko, A. V. Efimov i dr.: Pod obshchej red. G.B. Minervina i V.T. SHimko. Moskva: «Arhitektura-S», 2004, 288 s.
5. *Medlennaya moda* URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. *Myhal S. P.*, Ekolohichniy chynnyk u dyzaini prostorovo-predmetnoho seredovyshcha / S.P. Myhal, H.V. Somar, T.A. Somar/ *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. 2011/ S. 366-372.
7. *Muhlynkina, YU. V.* Stanovlenie i razvitie ekolohicheskogo dizajna / YU. V. Muhlynkina. *Poziciya. Filosofskie problemy nauki i tekhniki*. 2016. № 10. S. 162-169
8. *Orlova O.* Ekolohichniy faktor formoutvorennia v dyzaini : avtoref. dys. ... kand. mystetstvoznavstva : spets. 05.01.03 «Tekhnichna estetyka» Kharkiv.: KhDADM, 2003. 19 s.
9. *Papanek V.* Dyzain dlia realnoho myra; Per. s anhl. H. Severskoi. 2-e yzd. Moskva : Yzdatel D. Aronov, 2008. 416 s.
10. *Uvarov A. V.* Ekolohicheskij dizajn: opyt issledovaniya processov hudozhestvennogo proektirovaniya: dis. ... kand. iskusstvovedeniya : spec. 17.00.06 «Tekhnicheskaya estetika i dizajn». Moskva : MVHPU, 2010. 223 s.
11. *Shandrenko O. M., Dubas Kh. O.* Ekodyzain u fashion industrii KhKhI stolittia [Elektron. resurs]. Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». 2019. № 2. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/2019/2/4628>.
12. *Ekodyzain*. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Экодызайн>.
13. *Clean by Design*. URL: http://climateinitiativesplatform.org/index.php/Clean_by_Design.
14. *David W. Orr*. Design on the edge : The making of a high-performance building /David Orr – Imprint, Cambridge, MA. : The MIT Press, 2006. 272 p.
15. *Detox My Fashion* URL.: <https://www.greenpeace.org/international/act/detox/>
16. *H&M*. Official page URL: <https://hmgroupp.com/media/news/general-news-2019/h-m-group-s-weekday-team-up-with-ifc-and-maisie-williams-for-cir.html>
17. *Levi's*. Official page URL: https://www.levi.com/US/en_US/features/sustainability.
18. *Kerkhof R.* Think Tank: Uphold Your 'Eco-conscious,' Set Up a Green Wardrobe / Robert van de Kerkhof. *WWD*. 2019 September 7. URL: <https://wwd.com/business-news/business-features/think-tank-uphold-your-eco-conscious-set-up-a-green-wardrobe-now-1203248566/>
19. *Sustainable fashion* URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_fashion/
20. *ZARA*. Official page URL: <https://www.zara.com/ua/uk/stiikiyi-rozvytok-nashy-mahazyny-11454.html>

НАПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ FASHION-ОБЪЕКТОВ С УЧЕТОМ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ

Киселёва Екатерина Александровна – кандидат технических наук,
доцент, доцент кафедры дизайна и технологий,
Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

В связи с техногенным загрязнением, которое приобрело катастрофические масштабы, актуализировалась идея органичного включения созданных человеком продуктов в окружающую среду. Эту тенденцию в производстве одежды называют «экомоды». Осуществлен обзор публикаций, в которых исследовано понятие «экодизайн» в различных отраслях. Уточнено понятие «экомоды», определены различия в понятиях «стабильная мода», «медленная мода», «этичная мода». Отмечено, что для обеспечения эко-составляющей процесс проектирования должен охватывать весь цикл создания и функционирования изделия. Осуществлена попытка систематизировать и классифицировать направления, по которым развивается «экодизайн» в модной индустрии в зависимости от групп требований: экологизация производства, экологизация материалов, экологизация реализации, экологизация потребления. Рассмотрены известные бренды, которые работают в данных направлениях, описаны методы, приемы и достижения.

Ключевые слова: экомоды, экодизайн, стабильная мода, экологичная одежда, экологичная мода, fashion-индустрия.

DIRECTIONS OF DESIGNING FASHION-OBJECTS TAKING INTO ACCOUNT ECOLOGICAL FACTORS

Kyselova Kateryna – PhD in Technical Sciences, Assistant Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv city

In connection with environment pollution, which has become catastrophic, the idea of the organic inclusion of human-created products into the environment has become relevant. This tendency in clothing production is often called «eco-fashion». In this article the review of publications in which was studied the concept of «eco-design» in various industries. Also there is specified concept of «eco-fashion», the differences in the concepts of «sustainable fashion», «slow fashion», and «ethical fashion» are defined as well as noted that to ensure the eco-component, the design process must cover all cycle of creation and functioning of the product. There is made an attempt to systematize and classify the directions in which the «eco-design» in fashion industry is evolving depending on the groups of requirements: greening production, greening materials, greening realization, greening consumption. There are considered famous brands that work in these areas and described methods, techniques and achievements.

Key words: eco-fashion, eco-design, sustainable fashion, ecological clothing, eco-friendly fashion, fashion industry.

UDK 74.01/09

DIRECTIONS OF DESIGNING FASHION-OBJECTS TAKING INTO ACCOUNT ECOLOGICAL FACTORS**Kyselova Kateryna** – PhD in Technical Sciences, Assistant Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv city

The aim of this article is specify the definition of «eco-fashion», reveal eco-components of the process of designing fashion products, systematize and classify the directions of eco-design in the fashion industry .

Research methodology. Over 25 scientific printed sources have been reviewed in the fields of history of design and costume of the XXth and XXIth centuries (survey reports, scientific journal and newspaper articles). Visual materials have been widely drawn from printed sources, journals and Internet network.

Results. There have been specified concept of «eco-fashion», the differences in the concepts of «sustainable fashion», «slow fashion», and «ethical fashion» are defined. Also there have been noted that to ensure the eco-component, the design process must cover all cycle of creation and functioning of the product as well as have been identified four groups of requirement, accounting on which allows us to attribute the fashion object to the eco-region.

Novelty. There have been systematized and classified the directions in which the «eco-design» in fashion industry is evolving depending on the groups of requirements: greening production, greening materials, greening realization, greening consumption.

The practical significance. Systemization and more profound specialization of the studies on taking into account ecological factor in design fashion –products with eco-component. Introduction of more extended review of eco-design into the training courses for fashion design students of higher educational institutions.

Key words: eco-fashion, eco-design, sustainable fashion, ecological clothing, eco-friendly fashion, fashion industry.

Надійшла до редакції 20.11.2019 р.

УДК 495.2.11

ХУДОЖНЄ ЕКСПОНУВАННЯ ЯК ФОРМА ПОЗИЦІОНУВАННЯ МИТЦЯ У СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

Виткалов Сергій Володимирович – доктор культурології, професор кафедри культурології і музеєзнавства, Рівненський державний гуманітарний університет, sergij_vsv@ukr.net
orcid.org/0000-0001-5345-1364;

Шетеля Наталія Ігорівна – кандидат психологічних наук, доцент кафедри мистецьких дисциплін КЗВО «Ужгородський інститут культури і мистецтва», м. Ужгород noritsu16@ukr.net
orcid.org/0000-0001-8810-4805
doi.org/10.35619/ucpmk.vi30.210

На прикладі організаційно-культурної й художньої діяльності аналізується практика проведення ювілейних художніх експонувань регіональних митців Олександра Харвата (фотомистецтво) та першого Голови (1991-1998 рр.) обласного відділення Національної Спілки художників України Костянтина Литвина (образотворче мистецтво, графіка); розглянуто специфіку їх творчого досвіду, вплив на культурне середовище. Виявлено найбільш яскраві сторінки творчих біографій кожного з них та вплив виставкової діяльності на художнє середовище краю. Наголошується на важливості продовження збереження культурної спадщини регіональних митців для позиціонування України у культурному просторі світу.

Ключові слова: творча біографія, художня діяльність, експонування, культурний простір, регіон.

Актуальність проблеми. Сучасні суспільно-політичні зміни в країні лише активізували художню творчість і організаційно-культурну діяльність її представників. Адже після практики постійного узгодження власної художньої дії прийшли часи, коли митець сам обирає що і як йому робити і що саме подавати на розгляд художньо освіченої публіки. Поза сумнівом, для більшості митців це не стало важливим стимулом для творчості, однак для усіх тих, кому було тісно у «прокрустовому ложі» художньої Спілки сьогодні пробують покладатися лише на власні сили. І це помітно на усіх рівнях, а надто – регіональному, де організаційно-художні та, часто, й фінансові проблеми здатні поставити митця на межу його бажання творити чи залишити цю справу до кращих часів.

Огляд останніх публікацій. Сьогодні демонструє розширення спектру наукових зацікавлень дослідників різних галузей знань. І серед цього розмаїття осіб стоїть творча біографія митця, оскільки саме крізь призму художнього досліду останнього можливо з'ясування безлічі цікавих речей, пов'язаних із роллю художньої творчості, специфіці творчого акту, особливостях позиціонування кожного з