

ДИЗАЙН

УДК 74:687.5+504

Зеновія **Тканко**

професор кафедри дизайну
костюма Львівської
національної академії, кандидат
мистецтвознавства

Ольга **Тканко**

доцент кафедри дизайну
костюма Львівської національної
академії мистецтв, кандидат
мистецтвознавства

Екологічний дизайн в індустрії моди початку ХХІ ст.

Анотація. У статті відображено актуальність екодизайну у світовій індустрії моди. Зазначено основні виклики, які отримує суспільство, вирощуючи, обробляючи, фарбуючи сировину, засмічуючи довкілля, знищуючи флору і фауну планети. Простежено становлення екологічного стилю у моді в середині ХХ ст. Окреслено основні напрямки розвитку екологічних підходів у проектуванні модного костюму, найактуальніші з яких – обмежене споживання, мінімалізація гардеробу, натуральні матеріали, природні кольори, безвідходне виробництво, вільний крій, екопринти, нішеве проектування, альтернативні екологічні тканини тощо. Наведено «свідомі» методи («дбайливе», «повторне», «переробка» відходів) у проектуванні колекцій одягу зарубіжних і українських дизайнерів.

Ключові слова: екологія, дизайн, індустрія моди, концепція, сировина, рециклінг, «свідома мода».

Постановка проблеми. Стурбованість суспільства екологічними проблемами стала однією з причин формування нової концепції в дизайні, що радикально переглядає засоби, методи й цінності дизайну. Ця концепція передбачає втілення дизайнерського проекту в реальний культурний контекст з урахуванням екологічних чинників.

Виробництво одягу з початку ХХІ ст. виросло у понад 10 разів, що відповідно збільшило використання природних ре-

сурсів індустрією, яка за забрудненістю докільля наздоганяє нафтовидобувну промисловість. Середньостатистичний споживач купує на 60% більше речей, ніж 18 років тому, а 80% нового одягу опиняється на смітнику вже у рік купівлі.

Мета статті – проаналізувати тенденції екологічного дизайну в індустріальну еру початку ХХІ ст.

Реальна загроза глобальної екологічної катастрофи вперше постала перед людством у другій половині ХХ ст. Людей лякало вторгнення машин і технологій у повсякдення життя, їх тотальний контроль у різних сферах діяльності, особливо побуту та дозвілля, що, у кінцевому підсумку, може знівелювати роль самої людини аж до втрати нею ідентичності. Дизайнери відгукнулися на ідею відновлення природного докільля, започаткувавши екологічний стиль у моді (натуральні тканини, природні кольори, ручна робота тощо).

Виклад основного матеріалу. Піонерами руху за «повернення» до природи й спротиву до цивілізаційних індустріальних здобутків кінця 1960 – 70-х років були хіпі. На початках молодь демонструвала внутрішню свободу та презирство до життя, суспільних норм, відмовляючись носити усталений одяг-уніформу, віддаючи перевагу вільному й розкутому вбранню власного виконання, етнічним прикрасам і доповненням, яскравим кольорам, довгому нечесаному волоссю, тобто всьому «природному». Згодом, у 1980–90-х роках молодь, «рятуючи» природу, заглибилася практично у всі сфери діяльності, оберігаючи і розумно підходячи до докільля – планування міст і інфраструктури, розташування закладів харчування і дозвілля, дизайну товарів, одягу тощо. Сприйняття природного само по собі є конструктом культури та спирається на постіндустріальну стурбованість станом навколишнього середовища та на мрію про втечу до надуманого сільського раю. «Тільки культура, яка почала зауважувати негативні наслідки своїх індустріальних досягнень, буде налаштована повернутися до дикого стану або естетизувати його жахи – у формі пророцтв, застерігаючих проти подальшого розвитку технологій» [1, с. 43].

У модній індустрії останніх років відбувається екотехнологічна революція. Поширеним стає термін «екологічна стабільність» або «свідома мода» – безпечне використання природних ресурсів планети та забезпечення екологічної і соціальної безпеки.

У дизайні одягу екологізація проходить за напрямками:

- Обмеження споживання і повернення до речей довготривалого користування – утвердження класичного (етно) стилю, базових речей, які не виходять з моди (сорочки, сукні, трикотажні костюми, доповнення у стилі К. Шанель та ін.);

- Мінімалізація гардеробу, популяризація еkleктики та вінтажу, що подовжує «життя» одягу, комбiнуючи його, відповідно сприяє розвитку індивідуального стилю у моді;

- Скорочення виробництва синтетичних тканин, на зміну яким приходять натуральні матеріали: льон, шовк, бавовна, вовна, бамбук, конопля, сировина (волокна, барвники). Вважається екологічно чистим, коли виконуються вимоги: вирощування в контрольованому біологічному господарстві без застосування пестицидів, гербіцидів; використання органічних добрив; ручне збирання; відмова від генетично модифікованого насіння рослин і барвників (хлорних відбілювачів). Фурнітура та нитки винятково натуральні;

- Природні кольори і відтінки, отримують унаслідок фарбування натуральними барвниками;

- Безвідходне виробництво (скорочення або відсутність текстильних відходів при виробництві одягу – частина ширшого поняття «стійка мода»). Ідея не нова – віддавна існують кімоно, сарі, хітони та інші народні костюми;

- Вільний крій одягу, відсутність некомфортних виробів у колекціях;

- Застосування екопринтів – природні мотиви: зображення рослин, дерев, листя, фактур, а також тварин, комах, птахів. У XXI ст. дизайнери активно звертаються до природи як візуального джерела натхнення, висловлюючи своє захоплення чи занепокоєння.

Поява альтернативних екологічніших тканин, одягу й доповнень. Веганські куртки з шкіри яблук, тканина, яка накопичує сонячну енергію вдень, щоб використовувати її вночі, сумки з пальмового листя та інше.

Нішеве проектування для вузької групи споживачів, орієнтація на індивідуальне замовлення, а не масове виробництво.

Виокремлюють три основні методи, до яких модні бренди та споживачі проявляють свою прихильність:

- дбайливе використання природних і людських ресурсів (reducing);

- повторне використання готових речей (reusing та upcycling),
- переробка відходів і речей для виготовлення нових (recycling).

Експеримент активістів – автомат для продажу футболок за два євро. Перед сплатою – відео про виробництво футболок, де мільйони жінок працюють по 16 годин на добу за 13 центів на годину в жахливих умовах. Після ролика зацікавлені могли купити футболку або пожертвувати ці гроші. 90% учасників експерименту відмовились від покупки. Активісти розвивають кампанію «Хто зробив мій одяг», щоби мотивувати бренди розкривати, у яких умовах виготовляють речі. Особливої уваги потребує виробництво котону – одного з найулюбленіших матеріалів у індустрії моди. За даними World Resources Institute, для виготовлення однієї футболки потрібно 2 700 літрів води. Приблизно таку саму кількість води споживає людина протягом 2,5 років. У Середній Азії вирощування бавовни стало однією з причин осушення річок Амудар'я та Сирдар'я. В Індії або Африці води не вистачає навіть для забезпечення щоденних потреб людей.

Виробник джинсового одягу американська компанія Levis розробила власну технологію зменшення застосування води у виробництві, а також заохочує до використання переробленого котону.

Сьогодні немає жодного сенсу розраховувати на провідні позиції в індустрії моди, якщо ти байдужий до питання дбайливого ставлення до природи та людей.

Низка світових брендів виступають проти бездумних витрат ресурсів планети. Як приклад – рух за відмову використання натурального хутра, шкіри, який підтримали: Г. Гуччі, М. Корс, Р. Лаурен, Дж. Армані, К. Кляйн, Ж-Ш. Кастельбажак (колекція з плюшевих ведмежат) та ін.

Етична та екологічна мода – поняття, які з'явилися недавно. Але багато відомих світових і вітчизняних брендів дотримуються цих принципів у своєму бізнесі та виробництві. Сьогодні екологічний дизайн – це визначний інноваційний тренд в індустрії моди.

Філософія екодизайну – створення екологічно здорового суспільства, що передбачає і збереження біологічного середовища, і духовної, культурної ідентичності, що в сукупності формує екологічність культури – спадщину людства.

Відкривачем «Відповідальної» моди стала Стелла Маккарт-

ні. Її багаторічні експерименти з екологічними та етичними матеріалами – це низка технологічних і фінансових викликів для індустрії. Практичне вбрання виготовляє з якісних матеріалів, без декору, з природними відтінками та екопринтами, не використовує хутро і шкіру. Для індустрії моди щороку у світі вбивають п'ятдесят мільйонів тварин, таких жертв, на думку дизайнера, мода не вартує. Завдяки їй аксесуари зі штучної шкіри стали звичними, а шуби зі штучних волокон стали частиною преміум-бізнесу.

Стелла працює над новим проектом з восьмирічним стартапом, який створив біоконструкційний матеріал Microsilk (мікрошовк), що імітує натуральний шовк за хімічним складом і міцністю. С. Маккартні стверджує, що у моді відбудуться значні зміни, перестануть вбивати комах, знизиться використання нафти, виробництво мікрошовку не потребуватиме таких ресурсів, як вода і земля [2]. Вона одна з перших почала випускати колекції у співпраці з великими брендами (2004-го і до сьогодні з Adidas). Подає приклад етичного та екологічного виробництва з метою досягти реальних культурних змін у світі. «Я пишаюся тим, що зуміла побудувати перший і, певно, єдиний успішний веганський бренд. Сподіваюсь, що своїм прикладом зможу показати іншим дизайнерам, що вони теж в змозі це зробити» [2].

Валентіно для скорочення природних ресурсів намагається замінити машинну працю ручною. Без сумніву, такі речі дорожчі, але в цьому їхня перевага: скорочення бездумного споживання одягу пропонує компенсувати одним-двома дизайнерськими, які служитимуть роками. Бренд випускає одяг елегантного класичного крою, який практично не виходить з моди.

Джорджіо Армані. Частка коштів від реалізації бренду йде на проект Acqua fo Life, мета якого – воду зробити доступною у маловодних регіонах – Гані, Сенегалі, Болівії (встановлення систем для накопичення і очистки дощової води, покращення умов гігієни). Вже кілька сезонів випускає лінію речей з коноплі й кукурудзяних волокон.

Марк Лю (австралійський дизайнер китайського походження) створив інноваційну методику «нуль відходів», яка пропонує кардинальні зміни в дизайні одягу, і як наслідок – перебудову механізму індустрії. Секрет полягає в особливому розташуванні викрійки на тканині, річ шують з однієї монолітної деталі. При-

хильник чітких геометричних форм і драпірувань у колекціях.

Моделі інноваційного трикотажу Людмили Норсоян універсального крою і розміру, в'язані без жодного шва, що робить виробництво безвідходним і універсальним (об'ємні светри не мають ні лицевого боку, ні вивороту, ні заду, ні переду – їх можна надягати будь-яким чином на будь-які розміри та фігури).

Даніела Паїс створює сукні з «трикотажної труби» (джерсі виготовляється з повторно використаних бавовняних волокон), що дає максимальну варіативність моделей при мінімумі розрізів. У її модельному ряді – трансформери з нефарбованої вовни альпаки та мериноса.

Успішно удосконалюють «безвідходне виробництво» М. Марджіелла, Т. Ріссанен, Е. Гвілт, Д. Тефлер, Х. Макквіліан.

Британський дизайнер Вів'єн Вествуд пропагує ідею етичного ставлення в моді. 2011-го запустила програму з пошиву речей у Кенії, щоби допомагати місцевому населенню заробляти. Одним з головних її проектів є екоініціатива «Climate Revolution» – задля зупинення кліматичних змін у світі та ліквідації їхніх наслідків. Вів'єн привертає увагу за допомогою показів і рекламних кампаній за участі зірок.

Patagonia – американський бренд одягу, для якого вторсировина (відходи текстильного виробництва азійських фабрик) стала обов'язковою у його виготовленні. Серед хітів марки – гідрокостюм з мексиканської рослини гваюла.

Шведська дизайнер Гудрун Шоден – прихильниця народної творчості, популяризує якісний хенд-мейд. «Кожну мою річ можна носити впродовж багатьох років. Це особливо важливо в час, коли світові природні ресурси вичерпуються. Думаю, що створення довговічного одягу – це важливий внесок у зелений світ», – резюмує Гудрун. Використовує натуральні тканини, які фарбують рослинними барвниками.

Окремі бренди частково інвестують у «свідому» моду. До прикладу, Louis Vuitton і Dior замовляють шовк у японського виробника Hosoo, який виробляє тканини за місцевою технологією від 1688 р. Донна Каран використовує в колекціях органічну бавовну.

Іссей Міяке – японський дизайнер, оригінально поєднує східну та західну естетику, його одяг принципово новий. З японських традицій запозичає вільний крій, багат шаровість, комфорт. Акцент на структурі матерії та її зв'язку з тілом. Прихильник

геометричних форм, гофрованих тканин, складок, одягу-оригамі. Захоплюється одягом-трансформером – важливою складовою еко-стилю – отримання варіацій, зменшення споживчих потреб, розвиває творче мислення.

Екотренди та екосвідомість усе глибше проникають в українські реалії.

З джинсів Levis українська дизайнерка Ксенія Шнайдер виготовила першу модель Demi-Denims, викроєні так, що поєднують у собі штани-кюлоти і джинси skinny. 2016-го модель стала популярною не тільки в Україні, але й у світі, її скопіював мас-маркет Mango. У колекціях використовує вінтажний джинс і спортивну форму. З джинсів виготовляє шорти, спідниці, плащі, піджаки, зі спортивного одягу – бомбери, сукні та костюми. Для виготовлення однієї пари Demi-Denims потрібно дві-три пари старих джинсів, на один тренч іде шість-вісім пар, на спідницю – дві пари. Старі джинси відправляють у хімчистку, потім розпорюють, розкроюють вручну. Далі – пошив і повторне прання, сушка та обробка. За час існування бренду команда Ксенії подарувала друге життя 10 000 пар джинсів [3].

Яся Хоменко заснувала екобренд – еспериментує з тканинами, текстурами та малюнками, перешиває речі із «секонд-хендів». Моделі зшиті з вінтажних тканин і з якісним друком. Образно моделі іронічні, грайливі, мультиплікаційні. Використовує утилізовані матеріали.

Uliulia – бренд Юлії Кордюкової. Випускає все – від верхнього одягу та суконь, до сумок і наплічників. Приймає на переробку старий одяг і виготовляє вручну з нього речі на замовлення.

Еконапрямок пропагує Лілія Пустовіт, яка розробляла уніформу для консультантів української мережі органічної косметики та випустила серію сумок з натурального льону.

Висновки. Спектр можливостей, пошуків, експериментів і підходів до створення колекцій у творчості дизайнерів практично невичерпний. Моральні установки, які мода передає візуально, – і образами, і речами, – дозволяє нам використовувати споживання як звільняючу силу, проте треба також усвідомлювати, що мода, як всі великі індустрії, зобов'язана пам'ятати про етику свого виробництва і бізнесу.

1. Арнольд Р. Мода, желание и тревога. Москва, 2016. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/soznatel'naya-moda-po-ukrainski.html>..<https://vogue.ua/ua/tags/1141-soznatel'naya-moda.html>
2. Брикалін В. Одна в полі воїн: Стелла МакКартні про великий бізнес і свої правила. URL: <https://vogue.ua/ua/article/fashion/persona/odna-v-pole-voin-stella-makkartni-o-bolshom-biznese-i-svoih-pravilah.html>
3. Новая жизнь старых вещей в коллекции KSENIA SCHNAIDER PRE-FALL 2018 URL: http://bestin.ua/fashion/fashion-ua/vtoraya-zhizn-staryx-veshhej-v-kollekcii-ksenia-schneider/?fbclid=IwAR3N-KLeOvpwmTfMPPMR4ri1oB-0tTJ_e07Jb-Irrm_xIeCxtftiu0Uihn0

References:

1. Arnol`d R. (2016). Moda, zhelanie i trivoga. Moskva. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/soznatel'naya-moda-po-ukrainski.html> <https://vogue.ua/ua/tags/1141-soznatel'naya-moda.html>
2. Brykalin V. Odnа v poli vojn: Stella MakKartni pro velykyi biznes i svoi pravyla [Alone in the Field of War: Stella McCartney about the Great Business and Own Rules]. URL: <https://vogue.ua/ua/article/fashion/persona/odna-v-pole-voin-stella-makkartni-o-bolshom-biznese-i-svoih-pravilah.html>
3. Novaya zhizn` starikh veshhej v kollekczii [New life old things in the collection]. KSENIA SCHNAIDER PRE-FALL 2018 URL: http://bestin.ua/fashion/fashion-ua/vtoraya-zhizn-staryx-veshhej-v-kollekcii-ksenia-schneider/?fbclid=IwAR3N-KLeOvpwmTfMPPMR4ri1oB-0tTJ_e07Jb-Irrm_xIeCxtftiu0Uihn0

ANNOTATION

Zenoviia Tkanko, Olha Tkanko. Ecological design in fashion industry at the early 21st cen. The article reflects the relevance of ecodesign in the world fashion industry. The main challenges that society receives when cultivating, processing, coloring raw materials, clogging the environment, destroying the flora and fauna of the planet are outlined. The development of ecological style in fashion in the middle of the twentieth century is traced. The basic directions of development of ecological approaches in fashion costume design are outlined, the most important of which are limited consumption, minimization of wardrobe, natural materials, natural colors, waste-free production, free tailoring, eco-prints, niche design, alternative ecological fabrics, etc. The «conscious» methods («careful», «repeated»,

«recycling» of waste) in the design of clothing collections of foreign and Ukrainian designers are given.

Keywords: ecology, design, fashion industry, concept, raw materials, recycling, «conscious fashion».

АННОТАЦИЯ

Зеновия Тканко, Ольга Тканко. Экологический дизайн в индустрии моды начала XXI века. В статье отражены актуальность экодизайна в мировой индустрии моды. Указаны основные вызовы, которые получает общество, выращивая, обрабатывая, окрашивая сырье, засоряя окружающую среду, уничтожая флору и фауну планеты. Прослежено становление экологического стиля в моде в середине XX в. Определены основные направления развития экологических подходов в проектировании модного костюма, самые актуальные из которых – ограниченное потребление, минимизация гардероба, натуральные материалы, природные цвета, безотходное производство, свободный крой, эко-принты, нишевое проектирования, альтернативные экологические ткани и др. Приведены «сознательные» методы («бережное», «повторное», «переработка» отходов) в проектировании коллекций одежды зарубежных и украинских дизайнеров.

Ключевые слова: экология, дизайн, индустрия моды, концепция, сырье, рециклинг, «сознательная мода».