

Мистецтвознавство

УДК 74+687.5+504

Шандренко Ольга Миколаївна

кандидат мистецтвознавства, доцент,

доцент кафедри дизайну одягу

Київський національний університет культури і мистецтв

Шандренко Ольга Николаевна

кандидат искусствоведения, доцент,

доцент кафедры дизайна одежды

Киевский национальный университет культуры и искусств

Shandrenko Olga

PhD of Arts, Associate Professor,

Senior Lecturer of the Design Department

National University of Culture and Arts

ORCID: 0000-0001-5284-7252

Дубас Христина Олегівна

студентка

Київського національного університету культури і мистецтв

Дубас Кристина Олеговна

студентка

Киевского национального университета культуры и искусств

Dubas Kristina

Master of Design of the

Kyiv National University of Culture and Arts

ЕКОДИЗАЙН У FASHION ІНДУСТРІЇ ХХІ СТОЛІТТЯ

ЭКОДИЗАЙН В FASHION ИНДУСТРИИ ХХІ ВЕКА

ECODESIGN IN FASHION XXI CENTURY

Анотація. Проаналізувати популярні бренди моди які торкаються проблем екології. Визначити місце та роль екологічного дизайну в сучасній fashion індустрії. Методологія дослідження. Полягає в комплексному аналізі матеріального та творчого доробку брендів в fashion індустрії, спрямованих на екологічний дизайн. Метод аналізу і синтезу розкриває етапи розвитку екодизайну, метод порівняльного аналізу розкриває вплив екопроблематики на розвиток екодизайну в fashion індустрії. Наукова новизна полягає в дослідженні сучасних брендів моди, які звертаються до проблематики екологічного дизайну. Означено ступінь популярності та причини виникнення екологічного стилю. Визначено напрямки та роль екологічного дизайну у fashion індустрії. Висновки. В результаті роботи означено вагому роль екологічного дизайну як одного з домінуючих напрямків у fashion індустрії.

Ключові слова: екодизайн, екологічний дизайн, екологія, проблема екологічного дизайну, fashion індустрія.

Аннотация. Проанализировать популярные бренды, которые затрагивают проблемы экологии. Определить место и роль экологического дизайна в современной fashion индустрии. Методология исследования. Заключается в комплексном анализе материальных и творческих произведений брендов в fashion индустрии, направленных на экологический дизайн. Метод анализа и синтеза раскрывает этапы развития экодизайна, метод сравнительного анализа раскрывает влияние экопроблематики на развитие экодизайна в fashion индустрии. Научная новизна заключается в исследовании современных брендов моды, которые обращаются к проблематике экологического дизайна. Отмечено степень популярности и причины возникновения экологического стиля. Определены направления и роль экологического дизайна в fashion индустрии. Выводы. В результате работы отмечено весомую роль экологического дизайна как одного из доминирующих направлений в fashion индустрии.

Ключевые слова: *экодизайн, экологический дизайн, экология, проблема экологического дизайна, fashion индустрия.*

Summary. *To analyze popular fashion brands that touch on environmental problems. To identify the place and role of environmental design in the modern fashion industry. Research methodology. It is a comprehensive analysis of the material and creative affiliation of brands in the fashion industry, that is aimed at environmental design. The method of analysis and synthesis shows the stages of development of eco-design, the method of comparative analysis reveals the impact of environmental problems on the development of eco-design in the fashion industry. The scientific novelty consist in the study of modern fashion brands that address to the questions of environmental design. The degree of popularity and reasons for the emergence of ecological style are noted. The directions and role of ecological design in the fashion industry are determined. Conclusions. As a result of the work, the role of ecological design as one of the dominant trends in the fashion industry is highlighted.*

Key words: *ecodesign, ecological design, ecology, problem of ecological design, fashion industry.*

Вступ. Глобальні руйнівні процеси природного середовища, неконтрольоване споживання природних ресурсів, призвели до погіршення стану екології у всьому світі. Сучасна культура надмірного споживання загострила питання екології в різних сферах життєдіяльності людини. Відповідно до даних всесвітньої громадської організації Грінпіс, fashion індустрія входить в трійку наймасштабніших індустрій по забрудненню навколишнього середовища [1]. Тому, в сучасній культурі все більше набувають популярності слова «швидка мода», «екологічна мода», «екологічний дизайн», «усвідомлений дизайн».

Активна громадська позиція свідчить про актуальність даної проблеми в культурі. Наприклад, міжнародний фонд «Еллен Макартур», з

2010 року розпочав активну діяльність направлену на розв'язання глобальних екологічних проблем, за рахунок поєднання потреб людини і потреб природи, синтезуючи та продукуючи ідеї промислової екології Рейда Ліфсета і Томаса Граеделя, філософію дизайну Cradle to Cradle Уільяма МакДоноу і Майкла Бронгарта та натуральний капіталізм Еморі і Хантера Ловінса і Пола Хокена [2]. Одним з основних напрямків діяльності фонду є вирішення проблем екології за рахунок застосування принципів циклічної економіки в fashion індустрії, в популяризації екологічного дизайну (екодизайну), як одного з напрямків в творчій діяльності fashion брендів.

Аналіз джерел. За словами О. Орлової, екодизайн це складний комплекс, що включає питання освіти, науки, проектної та суспільно-практичної діяльності людини, в якому екологічне мислення людини залежить від її рівня культури, виховання, знань, і при якому здійснюється професійна діяльність за якнайкращих умов раціонального співвідношення суспільства та природного середовища [3]. Підтримує її думку і З. Габдрахманова, стверджуючи, що екологічний дизайн є однією з найбільш актуальних проектно-художніх течій, яка займається проблемами екології [4]. Термін «екологічний дизайн», розглядає Ю. Борєв, який зазначає, що екологічний дизайн – це нейтральне і узагальнююче явище, проблематика якого є актуальною і досліджується в різних сферах проектування, виробництва і наукового знання: архітектурі, промислового дизайні, прикладній екології, в сучасних дослідженнях в області теорії дизайну, філософії, медицині, психології, соціології та педагогіки [5]. Вчений, В. Медведев, підтримує думку Ю. Борєва, і під терміном «екологічний дизайн», має на увазі будь-яке проектування в дизайні, спрямоване не лише на відображення гармонії, а перш за все, на гармонію стосунків людини з навколишнім світом [6]. В свою чергу, А. Уваров, вбачає екологічний дизайн як вид проектної діяльності, який існує як усвідомлена або інтуїтивна реакція на природні зміни, проявлені в предметній і просторовій

творчості [7]. Тобто, ці вчені визначають, що метою екологічного дизайну є стабілізація відносин людини і навколишнього середовища.

Вчені М. Паніна і С. Захарова визначають завдання екологічного дизайну, як вдосконалення екологічної ситуації за рахунок створення продуктів, що відповідають вимогам природи, людини і культури; як визначення балансу між вдосконаленням функції та форми об'єктів дизайну і дотриманням принципів екологічного підходу; як переоцінка технологій та матеріалів з точки зору екологічних норм; як створення нової структури потреб, культури споживання, основаних на зменшенні надлишкової кількості продукції; як цілеспрямована зміна цінностей суспільства за допомогою художніх образів та об'єктів дизайну [8].

Не вирішені питання, що залишились поза увагою. Значна кількість наукової літератури направлена на усвідомлення екологічного дизайну в сучасній культурі, його проявах в різних сферах життєдіяльності людини. Проте залишається не визначено, яке місце і яка роль екологічного дизайну, як важливої складової загального виду проектної діяльності існує в fashion індустрії. Яким чином екодизайн застосовується в fashion індустрії.

Мета дослідження. Визначити місце та роль екологічного дизайну в fashion індустрії, провести аналіз брендів, які звертаються до екопроблематики.

Виклад основного матеріалу. Починаючи з 2011 року Грінпіс розпочав кампанію під назвою «Детокс», метою якої стало розкриття впливу fashion індустрії на забруднення води у всьому світі, а особливо там, де здійснюється масове виробництво одягу. Хімічний склад, наявність небезпечних речовин у воді і наслідки були оприлюднені в докладах [1]. Акції протесту проти модних брендів пройшли по всьому світу. Після цього, небайдужі жителі планети, змусили виробників відмовитись від використання небезпечних речовин при виготовленні одягу, взуття та аксесуарів. Як зазначає Грінпіс, то значна кількість брендів, серед яких є

добре відомі і на території України (H&M, Zara, Mango C&A, Levi's, Esprit, Benetton, Nike, Adidas, Puma, M&S, Valentino та ін.) взяли на себе зобов'язання, до 2020 року, відмовитись від застосування у виробництві шкідливих речовин. Таким чином, вирішуючи проблеми екології на рівні дизайну матеріалів і одягу.

Аналіз дизайну одного з брендів, який пропагує тематику екологічності в одязі є H&M (Hennes & Mauritz), свідчить про запуск і виготовлення у 2013 році лінійки одягу в якій за основу взято технологію створення тканини з відходів промисловості, завдяки переробці окремих видів пластмаси [9]. Так, з пляшок ПЕТ-тари, після подрібнення і нагріву до 270 градусів, було отримано волокно для виготовлення текстильних матеріалів, а саме «флісу». Нещодавно H&M представили нову колекцію Conscious Exclusive сезону осінь – зима 2018/19. У колекцію увійшли спідниці та брюки з оксамиту, який перероблений з поліестру, легкі сукні з органічного шовку, а також светри з переробленого кашеміру.

В свою чергу, всесвітньо відомий бренд Mango, запропонував свою першу екологічну колекцію «Committed» у 2017 році, яка була створена з піклуванням про навколишнє середовище [10]. У колекцію увійшло 45 речей: 20 чоловічих та 25 жіночих. Це були толстовки, джинси, брюки, сукні, сорочки, светри, а також аксесуари та взуття. При виготовленні колекції дизайнери використали лише натуральні компоненти: модал, тесел (гіпоалергенні та напівсинтетичні віскозні волокна) та органічно перероблену бавовну. А при кольоровому вирішенні моделей одягу, в дизайні було застосовано природні кольори (білий, оливковий, пшеничний) та безпечні фарбники. Також відомо, що Mango у своїх магазинах використовує особливу систему освітлення, тобто використання світлодіодних ламп, контроль використання світла та клімат контроль, що дозволяє значно зменшити витрату електроенергії в цілому.

Компанія ZARA також дотримується екологічних тенденцій, так у 2016 році компанія випустила свою першу екологічну колекцію Join Life, яка складалась з базових речей: сорочок, брюк, суконь, джинсів та пальто пастельних кольорів. Також відмічають, що ця екологічна колекція направлена на покупця, який «дивиться у майбутнє». Одяг колекції був виготовлений з переробленої вовни, целюлози та органічної бавовни. Саме при вирощуванні органічної бавовни затрати води було скорочено до мінімуму [11].

Американська компанія Levi's робить усе можливе задля того, щоб зробити свій продукт та його виробництво екологічно безпечним. На офіційній сторінці бренду вказано, що ціль Levi's полягає у тому, щоб за допомогою перегляду відношення до бізнесу, стати самою екологічно стійкою компанією по виробництву одягу у світі. Інноваційні програми бренду з екологічного розвитку є ґрунтовними та обширними. Велику увагу бренд приділяє скороченню обсягів використання води. Так у 2007 та 2015 році Levi's зробили першу в історії індустрії одягу комплексну оцінку життєвого циклу їх основного продукту, а саме моделі самих популярних джинсів Levi's 501. Дослідження показали, що за весь свій цикл життя (від вирощення бавовни та виробництва, догляду за річчю з боку покупця і процесу утилізації) для однієї пари джинсів використовується 3781 літрів води. Після цього було запроваджено ряд заходів за для зменшення використання води. Так як 95% продукції бренду виготовляється на основі бавовни. При створенні своєї продукції компанія почала використовувати не лише звичайну бавовну, а і органічну. Для вирощення органічної бавовни затрачається до 18% менше води. Так у 2015 вже 12% від використаної бавовни були органічними, а вже до 2020 року компанія планує застосовувати для свого виробництва усі 100% органічної бавовни, що значно зменшить витрати води. У плані виробництва Levi's розробили технологію обробки води Water<Less, яка дозволяє зберегти до 96% води,

яка використовується в процесі виробництва [12-13]. За допомогою цієї програми за рік бренд зекономив один мільярд літрів води, а також тридцять мільйонів літрів питної води за допомогою першого у світі стандарту рециркуляції та повторного застосування води. За ціль вони собі ставлять те, щоб вже до 2020 року збільшити виробництво продукції за допомогою технології Water<Less до 80%, завдяки чому компанія зможе економити до п'ятдесяти мільярдів літрів води.

Ще один масштабний бренд з виготовлення одягу Gap, також піклується про екологію та реалізує аналогічні проекти. Для створення своїх колекцій вони також використовують екологічну бавовну і вже до 2021 року планують перейти на 100% застосування такої бавовни. Ще компанія Gap розробила технологію розумного прання Washwell [13-14]. Завдяки цій програмі вдається економити до шістдесяти мільйонів літрів води та значно скоротити використання електроенергії.

Дизайнер одягу з Ірландії Кармен Хіеса також підняла питання екології у своїй творчості. Перебуваючи у відрядженні, на Філіппінах, дизайнер помітила скільки там завдає шкоди довкіллю виробництво натуральної шкіри, яку виробляють на експорт [15]. Хіеса запропонувала розробити альтернативу шкірі з натуральних рослинних волокон. Таким чином, після п'яти років розробок, було запущено виробництво екологічної шкіри з волокон ананаса - Pinatex. Цією технологією зацікавилась компанія Puma. Візуальна різниця між звичайною шкіряною версією взуття Puma та версією взуття, яке виготовлене за технологією Pinatex мінімальна.

Бренд Luxury Eco, засновником, якого є Linda Loudermilk, завоював популярність завдяки тому, що в своїх моделях одягу вони застосовують природні матеріали: морські черепашки та водорості, бамбук, липовий лик, джут, кропиву, сою, льон, вовну, коноплю, органічну бавовну тощо [16]. Застосування натуральних тканин, природних кольорів, а також ручної роботи, стало основним правилом бренду. Рослини з яких створювали

натуральні тканини вирощують без обробки пестицидами, а тварини, вовна яких використовувалась для виробництва одягу і аксесуарів, вигодувані без додавання до їжі хімічних добавок. Так восени 2005 року Linda Loudermilk представила свою колекцію, натхнення для якої вона почерпнула у підводному світі.

Ще одним дизайнером, який подбав за екологію стала Стелла Маккартні, Великобританія. Ця дизайнерка активно пропагує здоровий спосіб життя, вегетаріанство та є членом відомої організації по захисту прав тварин «PETA». Стелла постійно збільшує використання органічних тканин у своїх колекціях, повністю відмовляється від використання токсичних фарбників та не застосовує натуральну шкіру та хутро. «Немає нічого модного в мертвих тваринах», – стверджує вона [17]. Натомість, нею були створені колекції взуття на основі замінників шкіри, з екологічно чистих матеріалів, а інші аксесуари були створені з тканини та рафії (волокна з пальмового листа, які ростуть в Африці та на Мадагаскарі). Так у своїй колекції осінь – зима 2012-2013 Стелла Маккартні презентувала лінію екологічних жіночих туфель з біорозкладною підошвою. Серед останніх інновацій – це створення кашемірових речей з залишків козиної шерсті, яку не використали на фабриках. У середньому для створення одного кашемірового светру йде шерсть чотирьох монгольських кіз. Через це збільшується кількість скота, що негативно впливає на навколишнє середовище.

Інноваційною переробкою старого одягу займається бренд Patagonia, США. Засновником бренду став екологічний активіст Івон Шуїнар, якому належить безліч патентів, які направлені на екологічну тематику. Напевно кожен має хоча б одну річ виготовлену з флісу, ось саме ця компанія на початку 90-х років презентувала світу свою першу колекцію одягу з переробленої пластикової тари [18]. З того часу створення речей з переробленої сировини стало візитівкою бренду. Зараз одяг бренду

відшивається з тканини, яка виробляється з нейлону, перероблених старих светрів та відходів текстильних виробництв. Ще одним ноу-хау компанії став гідрокостюм з рослин, який не пропускає вологу та вироблений з біологічного матеріалу, переважно це мексиканська рослина – гваюла. Ще одним винаходом компанії є спеціальний засіб, створений за технологією Deluge, який володіє властивостями, які відштовхують вологу. У вересні 2014 року Patagonia запустила нову колекцію одягу під назвою Truth to Materials – це сім видів одягу для яких було використано нові методи виробництва. У цій колекції компанія зменшила використання природних ресурсів та продовжила фокусуватись на стійких матеріалах, таких як органічна бавовна та перероблений поліестер. Уся колекція виконана у пастельних тонах без використання шкідливих фарбників.

Бренд People Tree (Великобританія – Японія) пропагує використання органічних тканин та ідею справедливої торгівлі. Вони не використовують синтетики та штучних фарбників, а надають перевагу вторинній переробці матеріалів. Засновника бренду Софію Мінні вважають передуючою в області руху Fair Trade та екологічній моді. Усі речі бренду виробляться вручну в країнах третього світу таких, як Індія, Непал, Бангладеш, що дозволяє надати мешканцям цих країн робочі місця [19]. Позначка Fair Trade вказує на те, що продукція виготовлена з сировини, яка походить з стійко керованих джерел та має найменший вплив на навколишнє середовище. Учасники справедливої торгівлі використовують екологічне пакування, яке легко утилізується та надають перевагу доставці морськими шляхами, скрізь де це є можливим. У колекціях People Tree переважають спокійні відтінки, базові елементи костюму з яких можна створити різні комбінації. Простота, екологічність, якість матеріалів та виконання – усе це притаманно бренду. В колекціях вміло поєднані чисті кольори та цікаві принти.

Бренд Mark Liu, Австралія – Великобританія, та його засновник Марк Лю турбується про екологію шляхом зменшення витрати тканини. Тому він створив інноваційну технологію zero waste, яка допомагає вирішити проблему відходів у швейному виробництві. За допомогою цієї технології витрату тканини можна зменшити на 20 відсотків від загального використання тканин [20]. Ця методика представляє спосіб створення майже безшовних моделей. Гарантувати виробничий zero waste дизайнеру допомагає комп'ютерний скринінг. Завдяки комп'ютерним технологіям лекало спочатку розкладаються на віртуальній тканині, а вже потім переводиться на тканину.

Екологічний тренд зацікавив і випускницю Parsons School of Design Дебору Лінквіст. У своїй студії дизайну вона створює екологічний одяг для голлівудських зірок та їх улюбленців. Працюючи над Deborah Lindquist Eco Fashion Brand вона намагається поєднати екологічність з кутюром. Тому нещодавно вона запустила колекцію «зелених» весільних суконь. Також дизайнер є великою прихильницею вінтажних та перероблених тканин та фурнітури. Дебора Лінквіст приділяє величезну увагу створенню матеріалів органічного походження [20-21]. Так, у її останніх колекціях присутні тканини з органічної шерсті, коноплі, шовку, та альпаки. А для наступних колекцій уже готові тканини з соєвого шовку, інгео (основою тканини є волокна з природного сільськогосподарського продукту – кукурудзи) та сисеплу – целюлоза з додаванням морських водоростей, які збагачені іонами срібла.

Українські бренди також не лишаються осторонь екологічного тренду, тому все частіше звертають увагу на екологічні проблеми, з кожним сезоном все більшою мірою. BossTon – це екологічний бренд, який створює вироби з коноплі. Цей бренд українського ринку виробляє одяг, аксесуари, а також домашній текстиль з екологічних матеріалів. Ідеологія компанії – це створення екологічно чистого майбутнього та збереження ресурсів планети. Природа може дати людині все необхідне,

головне правильно цим скористатися, стверджують засновники бренду [22]. З цієї причини вони підтримують ідею розумного споживання. Так як виробництво звичайної бавовни та синтетичних волокон негативно впливає на навколишнє середовище, бренд пропонує, як альтернативу конопляне волокно. Вся продукція компанії BossTop виготовляється з сорту технічної коноплі Cannabis Ruderalis, у склад якої не входить психотропний компонент. Сировина для виготовлення продукції вирощується у екологічно чистій зоні. Компанія створює стильний жіночий одяг за сучасними трендами. У колекціях переважають пастельні, натуральні кольори та простота форм.

Дизайнерський бренд Ksenia Schnaider створює колекції джинсового одягу з старого деніму, так 30% речей в колекціях зроблено з вживаних речей, також бренд підтримує ідеї свідомого споживання [23]. Під час виробництва наносять принти та вишивку на куртки та брюки. Цей бренд випускає по чотири колекції на рік та представляє їх у близько сорока магазинах по всьому світу. А відому модель джинсів Demi-denims було відмічено у міжнародних журналах таких, як VOGUE. Одяг бренду обирають такі відомі люди, як головна редакторка російського Vogue Марія Федорова, фен-директор Instagram та відомі українські співачки. У колекції осінь-зима 2018/2019 екологічність бренду вийшла на новий рівень, Ksenia Schnaider почала співпрацювати з сертифікованою фабрикою ISKO (Туреччина), яка випускає органічний та перероблений денім. У колекцію увійшли, вже всесвітньо відомі джинси demi-denims, а також кольорові спортивні костюми, а також корсети та сукні.

Ще одним брендом, який виготовляє одяг з старого деніму став Golub Upcycled Denim Project – це новий бренд стиліста Яни Голуб [24], який з уживаного джинсу виготовляє не тільки брюки, а і стильні сукні та куртки, які оздоблює металом та шнурівками.

Український бренд Azava, який заснувала Анніс Захарова виготовляє моделі одягу у єдиному екземплярі та пропагує ідеї свідомого споживання.

Бренд СООМ виготовляє стильні чорно-білі футболки з органічної бавовни. Вони підтримують ідею етичного відношення до працівників виробництва та самого виробництва: співпрацюють винятково з швейними цехами та фабриками, які розташовані в Україні [25]. Бренд створює прості базові речі, які не потребують постійного оновлення та відповідають усім сезонним трендам.

Екологічна марка RCR КНОМЕНКО, яку заснувала українка Яся Хоменко, дизайнер ще з першої своєї колекції почала пропагувати тематику екологічної моди. Вона використовує у своїх роботах лише вінтажні тканини, захоплюється світом секонд-хенду та навіть називає його джерелом свого натхнення [26-27]. Всі речі в колекціях бренду виготовляються з старого одягу, штор та навіть меблевої обшивки. Дизайнер при створенні своїх колекцій використовує будь-які речі з секонд-хенду або «блошиного ринку». Кожна річ створена у власній майстерні є унікальною та неповторною.

Jennifer-Iren Tovt це дизайнер, якій представляє бренд БАБА [28]. Цей бренд виготовляє одяг з екологічно чистого домотканого конопляного полотна. Філософією бренду є віднесення до витоків жіночності та природи, БАБА намагається піднести жіночну сутність у своїх роботах. Оригінальний стиль та абсолютна екологічність є основними рисами одягу Jennifer-Iren Tovt.

Висновки. Отже, внаслідок аналізу брендів, які використовують еко тренд у своїх колекціях було виявлено такі напрямки: повторне застосування уживаних речей (Deborah Lindquist Eco Fashion Brand, Ksenia Schnaider, Golub Upcycled Denim Project, RCR КНОМЕНКО); переробка пластику та ПЕТ тари при створенні синтетичних волокон (H&M, Patagonia); використання натуральної сировини (Luxury Eco, Стелла

Маккартні, People Tree, Deborah Lindquist Eco Fashion Brand Deborah Lindquist Eco Fashion Brand, Mango, ZARA, Levi's, Gap, BossTon, COOM, Jennifer-Iren Tovt); виробництво без хімікатів (People Tree); використання енергозберігаючих технологій у виробництві та магазинах (Mango); застосування Fair Trade - справедлива торгівля (People Tree; відмова від натуральної шкіри та хутра (Кармен Хіеса, Стелла Маккартні); зменшення витрати тканини (Mark Liu); скорочення обсягів використаної води (Levi's, Gap).

Все більше брендів та дизайнерів звертаються до проблеми екології. Використання екологічних принципів у fashion індустрії допомагає поширити та донести інформацію про екологічну проблему у світі. Такий спосіб дозволяє вирішити деякі екологічні проблеми, звичайно не у повному обсязі, але це є вагомим внеском до покращення екологічної ситуації у світі. Екологічний одяг, перш за все створюється для людей, які «дивляться у майбутнє». Натомість такий одяг ніяк не поступається звичайному одягу в естетичних властивостях. Усі образи виглядають цілком доречно, сучасно та ексклюзивно.

Література

1. Офіційна сторінка «Greenpeace» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greenpeace.org/russia/ru/campaigns/water-pollution/detox/> (дата звернення: 21.09.2018).
2. Офіційна сторінка «Ellen Macarthur Foundation» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/a-new-textiles-economy-redesigning-fashions-future> (дата звернення: 21.09.2018).
3. Орлова О.А. Процесс развития экологического проектирования в Украине // Вісник ХДАДМ: Зб.наук.п. – Х.: ХДАДМ, 2002. – № 12. – С. 93-96.

4. Габдрахманова З. Р. Роль екологічного дизайну в організації умов життя сучасної людини (короткий обзор) // Матеріали VII Міжнародної студентської електронної наукової конференції «Студентський науковий форум 2015» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.scienceforum.ru/2015/921/10828> (дата звернення: 21.09.2018).
5. Борев, Ю.Б. Эстетика: учебник / Ю.Б. Борев. – М.: Высш. школа, 2002. – 511 с.
6. Медведев, В.Ю. Сущность дизайна: учеб. пособие / В.Ю. Медведев; 3-е изд., испр. и доп. – СПб.: СПГУТД, 2009. – 110 с.
7. Уваров А.В. Экологический дизайн: опыт исследования процессов художественного проектирования: автореф. дис. к-та иск.– М.: МВХПУ, 2010. – 5 с.
8. Панкина М.В. Экологический дизайн как интегрирующее содержание профессиональной подготовки дизайнеров и специалистов в области экологического / М.В. Панкина, С.В. Захарова // Фундаментальные исследования, 2012. – № 6 (часть 2). – С. 373-377.
9. Офіційна сторінка «H&M» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hm.com/kz> (дата звернення: 22.09.2018).
10. Сторінка бренду «Mango» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://shop.mango.com/ua-ru> (дата звернення: 03.10.2018).
11. Офіційна сторінка «ZARA» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.zara.com/ua/ru/> (дата звернення: 05.10.2018).
12. Офіційна сторінка «Levi's» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.levi.com/US/en_US/ (дата звернення: 10.10.2018).
13. Журнал «L'officiel» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://officiel-online.com/all-news/levis-sustainability-program/> (дата звернення: 11.10.2018).

14. Офіційна сторінка «Gap» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gap.com/> (дата звернення: 22.09.2018).
15. Видання «Rodovid» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://rodovid.me/ethic_clothes_vegan_shoes_ecomoda/pinatex---ekologichnaya-veganskaya-kozha-iz-ananasa.html (дата звернення: 22.09.2018).
16. Офіційна сторінка «Ecoluxury» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ecoluxury.com/> (дата звернення: 27.09.2018).
17. Офіційна сторінка «Stella McCartney» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.stellamccartney.com/ua> (дата звернення: 28.09.2018).
18. Офіційна сторінка «Patagonia» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.patagonia.com/home/> (дата звернення: 28.09.2018).
19. Офіційна сторінка «People Tree» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.peopletree.co.uk/> (дата звернення: 29.09.2018).
20. Є. Вдовін. Журнал «Wonderzine» – 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/style/trends/122163-top-10-eko-brendov> (дата звернення: 30.09.2018).
21. Офіційна сторінка «Deborah Lindquist Eco Fashion» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.deborahlindquist.com/> (дата звернення: 03.10.2018).
22. Офіційна сторінка «Bosston» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bosston.com.ua/> (дата звернення: 11.10.2018).
23. Офіційна сторінка «Ksenia Schnaider» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kseniaschnaider.com/> (дата звернення: 13.10.2018).
24. Сторінка бренду «Golub Upcycled Denim Project» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/golub.udp/> (дата звернення: 13.10.2018).

25. Журнал «Хочу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://official-online.com/all-https://hochu.ua/cat-fashion/longread/article-75599-etichnyie-brendyi-made-in-ukraine-prostyie-shagi-k-ustoychivomu-obrazu-zhizni/> (дата звернення: 14.10.2018).
26. Офіційна сторінка «RCR КНОМЕНКО» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rcrkhomenko.com/> (дата звернення: 14.10.2018).
27. Журнал «Etcetera» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.etcetera.media/made-in-ukraine-5-ukrayinskih-brendiv-yaki-daruyut-recham-druge-zhittya.html> (дата звернення: 18.10.2018).
28. Сторінка бренду «БАБА» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/babazhyva/> (дата звернення: 18.10.2018).
29. Etcetera magazine [Electronic resource]. - Access mode: <https://uk.etcetera.media/made-in-ukraine-5-ukrayinskih-brendiv-yaki-daruyut-recham-druge-zhittya.html> (application date: 18.10. 2018).
30. Page of the brand "BBA" [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.facebook.com/babazhyva/> (application date: 10/18/2018)