

УДК 7.05:687.1]:001.891-027.63

DOI <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2025.37.48>

АКТУАЛЬНИЙ ДИСКУРС ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНОГО ДИЗАЙНУ І СТАЛОЇ МОДИ

Чжан Дунцань¹, Лагода Оксана Миколаївна²

¹ аспірант кафедри дизайну тканин та одягу,

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків, Україна,

e-mail: 642572285@qq.com, orcid: 0009-0001-8902-7968

² доктор мистецтвознавства, професор, завідувачка кафедри дизайну тканин та одягу,

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків, Україна,

e-mail: oxanalahoda@gmail.com, orcid: 0000-0003-1808-7119

Анотація. Стаття присвячена розгляду різноаспектних матеріалів з теми сталого розвитку моди, зокрема такого явища, як «рух повільної моди», історії його формування та розвитку, зв'язку з концепціями екологічно орієнтованого дизайну.

Мета. Метою дослідження є вивчення та аналіз доступних науково обґрунтованих джерел, що висвітлюють передумови виникнення, віхи формування та особливості розвитку «повільної моди» у контексті сталості як концепту життєдіяльності людства в сучасних умовах і як вимоги часу, що зумовила необхідність актуалізації в дизайн-практиках партисипативного аспекту як показника взаємодії представників індустрії моди і споживачів у розвитку сталої моди й екологічного дизайну.

Методологія. Застосовано компаративний аналіз публікацій за темою, а також методи синтезу й узагальнення. Завдяки методам аналізу джерел за сферами дослідження сталої, етичної, повільної моди проаналізовано зміст цих понять, наданих у сучасних наукових працях.

Результати. Виділено основні напрями розгляду дизайну текстилю та одягу в контексті сталої моди. Проаналізовано та систематизовано наявні дефініції та переклади *sustainable fashion* в українському та зарубіжному науковому дискурсі. Простежено тенденції їх використання зі смисловим навантаженням.

Наукова новизна. У статті вперше схарактеризовано поняття «повільна мода» та доведено його суголосність і відмінність за змістом від подібних понять, як-от «стала (стійка) мода», «етична (справедлива) мода», «екологічна мода». Окреслено актуальні концепції, які домінують в умовах сучасності в повільній моді. Встановлено, що завдяки цьому особливого значення набув партисипативний аспект проектно-художньої творчості.

Практична значущість результатів роботи полягає в можливості їх використання для переосмислення цілісної системи уявлень про поняття «повільна мода» як складник «повільної культури» у контексті загальної сталості моди, формування відповідних партисипативних стратегій її досягнення в дизайн-практиках індустрії моди.

Ключові слова: індустрія моди, дизайн-практики, бренд, екологічно орієнтована творчість, принципи сталості, повільна мода, партисипативний аспект дизайнерської творчості.

ВСТУП

Індустрія моди вважається одним із найбільших забруднювачів світу. Згідно з даними комісії ООН з питань зміни клімату (UNCC), вона відповідальна за 10% світових викидів парникових газів через довгі ланцюги поставок і енергоємне виробництво. Прораховано, що до 2030 р. цей показник може зрости до 60%. Індустрія моди споживає більше енергії, ніж авіаційна та судноплавна галузі разом узяті. Статистика свідчить, що зараз у світі виробляють на 400% більше одягу, ніж у 2000 р., і лише 20% із цих речей люди реально носять, а решта опиняється на звалищах. Зрозуміло, що в індустрії далеко не всі так працюють, що є й більш свідомі виробники. Так, спеціальні організації, як-от Global Organic Textile Standard (GOTS), Cradle to Cradle, Fair Trade, Better Cotton Initiative (BCI), Ecocert, опікуються сертифікацією матеріалів і виробництв. Якщо на етикетці вказано одну із цих організацій, значить продукція належить до Sustainable Clothing із сертифікованої тканини. У застосунку *GOODONYOU* можна також перевірити на відповідність принципам стійкої моди будь-який бренд.

Із цих причин усе більш актуальними постають питання щодо сталості моди, одним із важелів якої в умовах сучасності визнано рух «повільної моди». Він започаткований у 2000-х рр. і поступально стає все потужнішим і впливовим, адже попит на органічно отримані матеріали та якісний одяг, вироблений належно оплачуваними працівниками, стрімко зростає. Дослідниками вже встановлено історично зумовлені етапи розвитку сталої моди; окреслено передумови її виникнення та потенціал розвитку; визначено об'єктивні чинники, що змінюють сутність екологічно орієнтованих дизайн-практик і роль самих дизайнерів у формуванні принципів сталості. Проте невивчених питань залишається ще багато, особливо коли вони стосуються взаємодії зі споживачами продуктів моди, що виводить саму проблему за межі суто формотворчого й техніко-технологічного аспектів, активізує соціальний і культурний, які потребують окремого розгляду.

АНАЛІЗ ПОПЕРЕДНІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Матеріалів щодо сталого розвитку загалом і сталої моди зокрема з'являється дедалі більше. Серед них переважають публіцистично-аналітичні публікації, що висвітлюють те, які конкретні покращення у практичній площині можуть зробити чи роблять безпосередньо дизайнери та споживачі, щоб забезпечити сталість моди [8–9; 15; 17–20]. Наукові

публікації також здебільшого присвячені аналізу реальних дизайн-практик, зокрема в дизайні текстилю та одягу, їх детальному опису й порівнянню, а також фіксації результатів екологічно орієнтованих новацій з погляду економічної, суспільної чи соціальної доцільності [1–2; 7; 13]. Виявлено низку публікацій, у яких автори реалізують тематичний термінологічний аналіз за темою сталості моди [5] та характеризують основні концепції щодо дизайнерської творчості, які відповідають її принципам [4].

Одні з перших наукових розвідок у цій царині пов'язані з Кейт Флетчер, якій належить ідея руху «повільної моди» [14]. Його ключові аспекти вона обґрунтувала у двох книгах [10; 12]. Як професор сталого розвитку, дизайну та моди в Центрі стійкої моди при Університеті мистецтв у Лондоні К. Флетчер відома насамперед як дослідник, а також як письменник і активний лектор з питань сталості моди. Її стаття «Повільна мода: запрошення до системних змін» [11] уперше поставила питання про те, чи слово «швидка» стосовно моди справді втілює ідеї нестійкості, чи є такий тип моди сам собою втіленням неетичних та/або екологічно шкідливих практик, чи, можливо, інструментом, що використовується для збільшення продажів і забезпечення економічного зростання із супутніми екологічними й соціальними наслідками. Завдяки цьому було визначено «повільну моду» як протиставлення «швидкій моді» [16], а «швидкість» обґрунтовано як ключову характеристику сучасної текстильної та швейної промисловості. Натомість «уповільнення» обґрунтовано як визначення «повільної моди».

Окрім того, К. Флетчер продемонструвала, що проблематика швидкої моди глибоко занурена в економічні системи, бізнес-моделі та цінності, які лежать в основі індустрії моди та суттєво впливають на потенціал сталого розвитку. Саме в такому контексті вона вперше застосувала поняття «повільна мода» і «повільна культура» як можливість покращення змін у напрямі сталого розвитку. Дослідниця наголосила, що зростання швидкої моди, яка характеризується прискореними виробничими циклами та низькою вартістю одягу, значною мірою сприяє погіршенню стану навколишнього середовища та соціальній несправедливості. Натомість повільна мода актуалізує етичну працю, сталий дизайн і довговічність речей. Повільна мода, на її переконання, – нова перспектива екологічно орієнтованого розвитку індустрії моди як особливий підхід, що має на меті діяти більш відповідально на всіх рівнях – від дизайну до споживання та

утилізації. Надважливою відмінністю повільної моди від швидкої є основні економічні практики, тобто альтернативна бізнес-модель, що обмежується продажем меншої кількості, але дорожчих предметів одягу.

Уже у працях, виданих кількома роками пізніше, К. Флетчер демонструє, що сталий розвиток має потенціал трансформувати як систему моди, так і новаторів, які в ній задіяні. У трьох частинах книги «Мода і сталий розвиток: дизайн для змін» [12] вона послідовно розкриває: трансформації модних виробів протягом усього життєвого циклу одягу, пов'язані з інноваціями в матеріалах, виробництві, розповсюдженні, використанні та повторному використанні; ідеї, які трансформують систему моди в основі в щось більш стійке, включаючи нові бізнес-моделі, що зменшують матеріальні витрати; і трансформації ролі самих дизайнерів на прикладах, коли вони перетворюються зі стиліста на комунікатора, активіста чи посередника. Книга «Ремесло використання: Мода після зростання» [10] присвячена аналізу «ремесла використання», культивування, звичайним і креативним ідеям і практикам, що сприяють винахідливому використанню одягу, представляють його як альтернативну, динамічну, емпіричну основу, за допомогою якої можна сприяти сталому розвитку індустрії моди.

Необхідно відзначити, що бачення проблеми сталого (повільного) розвитку моди від К. Флетчер досить широке, оскільки вона приділяє значну увагу догляду за одягом, що сприяє його використанню так само, як і його створенню. Це своєрідний диверсифікований погляд на моду поза межами ринку та його призначення, забезпечення та вираження моди у світі, який не залежить від постійного споживання. Важливо, що дослідниця розглядає дизайн-процес і процес використання речей як єдине ціле, декларуючи, що, хоча одяг і продається як дизайн-продукт, він переживається споживачами як процес. З такого погляду вимальовується трансформований соціальний наратив про моду, що походить з ідей задоволення та взаємозалежності, дій, знань та людської активності [14]. Власне, саме така позиція К. Флетчер вказує на актуалізацію партисипативного аспекту екологічного дизайну і сталої моди, який дотепер залишається практично не вивченим.

МЕТА

Спираючись на доступні науково обґрунтовані матеріали, виявити, за яких умов виник, сформувався та яким чином розвивається і чим характеризується партисипативний аспект дизайнерської творчості як показник взаємодії представників індустрії моди та споживачів у розвитку сталої моди й екологічного дизайну.

РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Поняття "Sustainable fashion" – «екологічно стійка мода», або «стала мода», стосується одягу, який розробляють, виготовляють, поширюють та використовують екологічно дружньо. Ідеться про відповідальне ставлення до природи, її ресурсів і людей, задіяних у виробництві речей, що зумовлено такими принципами, як: екологічність – вплив виробництва одягу на навколишнє середовище; етичність – дотримання прав тих, хто виробляє одяг; стійкість – протистояння надмірному споживанню ресурсів.

Суголосним є термін «етична мода» («справедлива мода»), який уживають стосовно одягу, під час виготовлення якого цінують соціальний добробут і права працівників на виробництві [5]. Етична мода також стосується свідомої відмови від використання шкіри тварин і тваринних волокон у виготовленні одягу. Близьким за змістом і часто вживаним є також термін «екологічна мода», який означає виготовлення, переробку й утилізацію речей без шкоди для навколишнього середовища та з мінімальним використанням природних ресурсів [2; 6; 21]. Так само поширений термін «стійка мода», який уживають на означення частини циклічної економіки, де немає відходів. А те, що все ж залишається після виробництва чи використання речей, отримує нове життя. Серед принципів стійкості виділяють знання про таке: строк, протягом якого речі продаються та використовуються; їхній шлях після використання – у відходи, на переробку чи повторне використання; якщо потрапляє на смітник, то яким чином і як довго річ утилізується; що саме після утилізації потрапляє в навколишнє середовище. Адже відомо, що текстиль розкладається, забруднюючи повітря, ґрунт і ґрунтові води, від 20 до 200 років.

Вказані вище терміни є змістовним протиставленням терміну "fast fashion" – «швидка мода», що зосереджена на швидкому виготовленні та низькій вартості модних речей, які людина одягає тільки декілька разів, перш ніж придбати нові. Бренди швидкої моди можуть створювати нові колекції практично щотижня, забезпечуючи таким способом безперервне споживання. За даними фонду Елен Макартур, щороку на виробництво текстилю витрачається 93 мільярди кубометрів води. Зокрема, на одну бавовняну футболку витрачається 2 720 літрів води – об'єм, який одна людина спроможна випити за три роки життя. Швидка мода виснажує природні ресурси Землі експоненційно, експлуатує працівників індустрії та призводить до величезної кількості відходів, що є тривожним фактом.

Від часу виникнення проблеми швидкої моди найбільш поширеними способами її вирішення стали «технічні». Проте перехід виробництв на органічне волокно і справедлива

оплата та загальне покращення умов праці робітників, як екологічно орієнтовані кроки до сталості індустрії моди, не сягнули суті того, що насправді означає повільна мода [18]. Базова ідея щодо виробництва одягу кращої якості в меншій кількості й у справедливих умовах праці становить основу філософії повільної моди, однак не є її кінцевою метою, тому що таким способом проблема не вирішується. Постає необхідність для людей переосмислити стосунки з одягом, який вони носять. Тому К. Флетчер, як теоретик повільної моди, вважає, що потрібно менше опікуватися одягом і тим, як він виробляється, а більше тим, як люди з ним взаємодіють. Потрібно бути не просто споживачами, а переосмислити моду й усі способи використання, адаптації, зміни та догляду за одягом. Необхідно перестати бути пасивними споживачами трендів і стилів, які диктуються брендами й дизайнерами. Повільне використання має стати активним та індивідуальним, коли кожен окремий предмет одягу буде більш продуманим, щоб довше його носити. Ця теза наочно ілюструє, як виглядає теорія повільної моди на практиці: люди повинні переглянути свою роль у житті власного одягу, щоб він прослужив довше. Отже, зростає роль людини (носія одягу, споживача) як учасника відповідних процесів.

По суті, така ідея не нова. Вона існувала в одяговій культурі кожного з народів світу з давніх-давен. Однак важливо відзначити, що це було в межах традиційних культур. Тоді чому вона набула такої актуальності у XX – на початку XXI століття? Відповідь на це питання пропонують автори публікації, яка окреслює хронологію еволюції сталої (повільної) моди [19]. Першим етапом став період 1980–1990-х рр. як час активного зростання швидкої моди. Передумовою цього стало поширення дешевого одноразового одягу, яке супроводжувалось відповідною рекламою та активним мотивуванням потенційного кола споживачів. Завдяки чому індустрія моди пережила «роздрібну революцію», яка спричинила вагомий зміни у світовій економіці. Тяжіння до дешевизни одягу, тобто його доступності для всіх, і прискорення оновлень його дизайну через збільшення розробок протягом року, а не від сезону до сезону – двічі на рік, спричинили ситуацію з надлишками випущених товарів, які не встигали розпродаватися і стали накопичуватись у значній кількості.

Наступним вагомим моментом, що вплинув на посилення ролі етико-екологічного аспекту в діяльності модних брендів, став 1991 р., коли Nike опинились у центрі скандалу, пов'язаного з низькою оплатою та небезпечними умовами праці на підприємствах в Індонезії. Обурення громадськості було настільки показовим і загрозливим для бізнесу,

що інші компанії, щоб захистити власну репутацію, почали активно й показово інвестувати в етичні виробничі практики.

Унаслідок зростання реальних етичних проблем, що були пов'язані з ланцюгами поставок, у 1995 р. була створена Всесвітня організація справедливої торгівлі. Метою було заохочення виробників, роздрібних торговців і споживачів до спільної роботи над створенням більш сталої та справедливої світової економіки, що закарбувало наступний етап становлення етичної (екологічної та повільної) моди. Усвідомлення того, що майбутнє належить сталому розвитку призвело до гострої критики, а часом і переслідування, кампаній, які все ще орієнтувались на швидку моду. Цей період в індустрії моди видався досить тривалим – понад десять років, оскільки вимагав від виробників одягу як переосмислення власних економічних моделей діяльності, так і налаштування на принципово нову філософію одягу й одягового текстилю, а також потужних затрат.

У 2007 р. К. Флетчер, проаналізувавши очевидну необхідність уповільнення швидкої моди, запропонувала термін «повільна мода» і обґрунтувала його як новітній етико-екологічний підхід, за якого дизайнери, покупці, роздрібні торговці та споживачі більше усвідомлюють вплив продуктів на працівників, громади й екосистеми. Саме цього року було ухвалено регламент REACH ЄС для покращення захисту здоров'я людини та навколишнього середовища від хімічних речовин.

2009 р. став ще одним важливим моментом у розвитку сталої моди, який пов'язаний з ухваленням ЄС Регламенту Комісії № 551, що заборонив використання фосфору у процесах прання та в мийних засобах. І хоча він не був безпосередньо пов'язаний з дизайном одягу та процесами поширення повільної моди, усе ж мав вплив на процес споживання речей, на тривалість строку їх використання. Тому опосередковано впливав на розвиток сталості моди.

Від 2013 р. розпочався наступний етап розвитку повільної моди, який пов'язують із заснуванням некомерційної організації «Революція моди», яка стала наслідком катастрофи на площі Рана Плаза в Бангладеш [9]. Звертаючись до людей у понад ста країнах світу через соціальні мережі за допомогою хештегу #whomademyclothes (хто зробив мій одяг?), організація, як соціальний феномен, надихнула мільйони людей і успішно зробила свій внесок у повільну моду та революцію її сталого розвитку. Окрім того, її діяльність стала беззаперечним свідченням актуалізації досвіду партисипативної практики як практики залучення до участі (партисипація походить від англ. "participation" – участь) [3].

У наш час термін «партисипація» поширився в різних сферах життєдіяльності

людини. Її розуміють як набір стратегій, що спрямовані на взаємодію із суб'єктом (групою суб'єктів) для створення будь-чого «нового» і, ключове, спільного. Актуальною партисипація стала, наприклад, для різноманітних концептуальних мистецьких проєктів, які характеризуються перформативністю та існують переважно у формі інсталяцій. Зрозуміло, що мода, дизайн-практики якої вже давно тяжіють до видовищності, не стала винятком. Проте важливо розуміти, що для повільної моди партисипативні практики мають не стільки перформативний характер у руслі розважальних і видовищних подій, скільки глибинний соціокультурний, етико-етичний і суспільно значущий зміст. Відповідно, і засоби дизайну, і формотворчі прийоми, і образно-стильові характеристики в їхніх межах різняться. Отже, партисипативний аспект сучасних дизайн-практик містить цілу низку внутрішніх суперечностей, які проявляються у двох площинах – естетичній і соціальній, що потребує окремого розгляду.

Останнє десятиліття, як черговий період розвитку повільної моди, демонструє стійкий інтерес дизайнерів до цього концепту, виразну зміну розвитку інноваційних технологій і відновлення традиційних технологій аутентичних культур. Серед дизайнерів уже сформувалося коло класиків сталої, повільної моди, творчість яких цілком підпорядкована ідеї протистояння швидкій моді, наприклад Стелла Маккартні й Алессандро Мікеле. З'явилося багато нових незалежних брендів, які стали новаторами за цим напрямом. Завдяки підвищенню обізнаності громадськості щодо впливу швидкої моди на навколишнє середовище такі відомі бренди, як H&M, запустили програми переробки одягу. А Levi's очолили кампанію зі сталого розвитку. Дизайнери Gucci все більше орієнтовані на сталі практики. Відповідно, поведінка споживачів активно змінюється.

Але прихильники моди продовжують щосезону збиратися на показах моди навіть за тих умов, що індустрія моди переживає значну трансформацію. Комісія ООН щодо зміни клімату 6 вересня 2018 р. повідомила, що все більше корпорацій переходять на стійкі бізнес-моделі, які можуть допомогти в боротьбі зі зміною клімату та досягти цілей сталого розвитку [20]. Щоб відзначити модельєрів і міжнародні компанії, які пропагують сталий розвиток, комісія ООН зі зміни клімату у співпраці з Міністерством навколишнього середовища Італії та іншими партнерами почали регулярно проводити альтернативні покази мод під назвою «Зелений тиждень моди».

Проте, окрім вуглецево-інтенсивного ланцюга поставок і виробничих процесів, індустрія моди споживає багато інших цінних ресурсів. Наприклад, щоб виготовити лише одну пару джинсів, потрібно 10 000 літрів води, щоб виростити лише один кілограм

бавовни, необхідної для пари джинсів. Для порівняння, одній людині знадобиться 10 років, щоб випити 10 000 літрів води. Інші факти не менш вражають. Наприклад, відомо, що індустрія моди виробляє приблизно 20% світових стічних вод. А 85% текстилю потрапляє на звалища або спалюється, тоді як більшість цих матеріалів можна було б використовувати повторно. Тому важливими стають такі партисипативні ініціативи, як Альянс ООН за сталий розвиток моди, що спонсорований десятима організаціями ООН, включаючи ООН зі зміни клімату. Світовий банк робить внесок в Альянс через свою ініціативу Connect4Climate – партнерство, яке об'єднує понад 500 учасників з усього світу для підтримки лідерства у сфері клімату. Нещодавно ініціатива запустила проєкт віртуальної реальності "X-Ray Fashion VR", який демонструє життєвий цикл виробництва одягу та висвітлює його негативний вплив на клімат і навколишнє середовище.

Нині повільна мода – це проєктування, виробництво та споживання одягу більш свідомим і сталим способом. Вона ґрунтується на усвідомленні дизайнером власної соціальної відповідальності, що не менше стосується і споживачів. У цьому контексті важливим є досвід із купівлі в магазинах і наповнення шаф різноманітними дешевими речами, а також викидання одягу на власний розсуд. Повільна мода може стати відповіддю на підходи швидкої моди, оскільки рух повільної моди виступає за більш продуманий і сталий підхід, що захищає довкілля та враховує майбутнє прийдешніх поколінь. Повільна мода має високу якість речей, тому вони довше служать за умов належного догляду за ними [15]. І в цьому, очевидно, полягає найбільша суперечність, адже мода загалом – це про зміни, а не про тривале панування.

Очевидно, що в такому разі треба говорити про моду на сталу чи-то повільну моду, тобто про те, що бути активним прихильником екологічно-етичного, сталого й стійкого в повільній моді означає відповідати тенденціям моди, бути у тренді. Інакше кажучи, мова не про конкретні одягові речі, а про ставлення до них, про спосіб споживання та стиль життя споживачів, тобто про їхню свідому участь у трансформаціях індустрії моди в руслі сталого розвитку. Власне, за цими процесами досить чітко вимальовується партисипативний аспект дизайнерської творчості в індустрії моди, завдяки якому формуються нові концепції взаємодії дизайнерів і виробників одягу зі споживачами, тобто – напрями екологічної моди, принципи яких перетинаються з ідеєю Sustainability. Наприклад:

Slow Fashion – повільна мода без тенденцій, що закликає відмовитися від прагнення до новизни та щосезонного оновлення гардероба. Є частиною руху Slow, куди входять Slow Food, Slow Fashion, Slow Living (повільна їжа, повільна мода, повільне життя).

Eco Fashion – найбільш проста та масова ідея, заснована на екостилі в одязі й аксесуарах. Це застосування натуральних матеріалів, небіленого полотна й часто ручної роботи в невеликих місцевих майстернях.

Ethical Fashion – концепція етичної (справедливої) моди, яка торкається різних питань, як-от: прожитковий мінімум і умови праці жінок, які працюють на фабриках, дотримання принципів етики щодо тварин тощо.

Повільна мода має розглядатися як узагальнювальний термін для всіх вказаних рухів. Вона закликає до сталого розвитку у світі моди та дає кожному можливість зробити власний внесок [17]. Повільна мода прагне сприяти соціальній свідомості всіх людей у ланцюжку моди – від дизайнерів до споживачів. Це єдиний спосіб краще усвідомити справжню ціну моди, тобто вплив текстильної промисловості на працівників, громади та навколишнє середовище. Із цих причин бренди повільної моди не прагнуть елітарності чи засудження речей швидкої моди, а прагнуть мінімізувати вплив на навколишнє середовище. Компанії сталого одягу прагнуть зменшити свій вплив на навколишнє середовище та людей. Із цією метою сталий одяг приділяє особливу увагу соціальним, екологічним і економічним чинникам, що включає регіональне та стале виробництво за справедливих умов праці [8]. Рух повільної моди також охоплює споживача та його споживчі звички, тому бренди повільної моди стурбовані розвитком усвідомлення того, як ми купуємо та використовуємо одяг, та продовженням строків його служби. Сенс полягає не в тому, щоб купувати найновіші модні речі за найнижчою ціною, а в тому, щоб купувати довговічні, позачасові речі, які можна носити довше. Наприклад, кампанія Dylon #RethinkFashion спрямована на переосмислення сенсу речей, а саме: більше не сприймати одяг як одноразовий, а ремонтувати та переробляти його [16]. Тому, секонд-хенд – це знову актуальний тренд, що свідчить про «новий гламур» як «вінтаж» – чудові речі, які можуть стати не лише унікальними, але й індивідуальними.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, варто зазначити таке:

- індустрія моди від початку XXI століття активно трансформується, опираючись на сталий розвиток. Загалом, науковцями виділено етапи становлення сталої моди, які ґрунтуються на змінах у світогляді й суспільному баченні людства щодо загроз навколишньому середовищу та життю на планеті Земля;

- історично зумовлені етапи розвитку сталої моди виявляють передумови її виникнення, об'єктивні чинники, що змінюють сутність екологічно орієнтованих дизайн-практик і роль самих дизайнерів у формуванні

принципів сталості, які виводять проблему за межі суто формо- чи стелеутворювальних питань у творчості дизайнерів. За останні десятиліття значно посилилась роль техніко-технологічних та інноваційних питань у царині сталого розвитку моди;

- особливо гостро постала проблема взаємодії зі споживачами продуктів моди, що активізує соціальний і культурний аспекти діяльності дизайнерів. Це, своєю чергою, формує окремі партисипативні стратегії та практики дизайн-діяльності, які потребують окремого розгляду в майбутньому.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Близнюк М. Екологічний дизайн: теоретичні основи, принципи, освітня складова. *Вісник Львівської національної академії дизайну і мистецтв*. 2017. Вип. 33. С. 141–153. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnam_2017_33_18.
- [2] Лагода О., Чжан Д. Передумови виникнення та стимули розвитку екологічного дизайну. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції : у 2 т. Київ : КНУД, 2022. Т. 1. С. 42–45.
- [3] Нагорна Н. Міждисциплінарний зміст поняття «партисипація». *Журнал сучасної психології*. 2022. № 3. С. 108–115. DOI: 10.26661/2310-4368/2022-3-14.
- [4] Походенко К. Стала мода як предмет наукових досліджень у зарубіжній науковій літературі. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2021. № 4 (2). С. 244–253. DOI: 10.31866/2617-7951.4.2.2021.246846.
- [5] Соловій І. Sustainable fashion/стала мода: дефініції та їх трактування в українському науковому дискурсі. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. № 7 (2). С. 248–262. DOI: 10.31866/2617-7951.7.2.2024.315457.
- [6] Чжан Д., Лагода О. Дизайн у контексті екологічної проблематики і сталого розвитку. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції : у 2 т. Київ : КНУД, 2023. Т. 1. 403 с. С. 120–123.
- [7] Colerato M. Welcome the Performative Environmentalism. Or how to transform a vital movement into a marketing strategy. 2020. URL: <https://medium.com/modifica-global/welcome-the-performative-environmentalism-eef0dbf44b1f>.
- [8] Explained: What characterizes slow fashion brands? Dylon / Rethink Fashion. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/relearn-slow-fashion/slow-fashion%20brands.html>.
- [9] Fashion Revolution Week 2018 was our biggest and loudest to date. URL: <https://www.fashionrevolution.org/2018-impact/>.
- [10] Fletcher K. Craft of Use: Post-Growth Fashion. Routledge, 2016. 304 p.
- [11] Fletcher K. Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. *Fashion Practice* V. November 2010. № 2 (2). P. 259–266. DOI: 10.2752/175693810X12774625387594.
- [12] Fletcher K., Grose L., Hawken P. (Foreword). Fashion and Sustainability: Design for Change. Laurence King Publishing, 2012. 192 p.
- [13] Lahoda O., Tokar M., Hurdina V., Bondarenko B., Ieremenko I. Ecodesign and initiatives of sustainable development in the dimension of passion

of artistic and design creativity. *Amazonia Investiga*. 2023. № 12 (65). P. 212–218. DOI: 10.34069/AI/2023.65.05.20.

[14] Machado G. Translation by Bardi C. "Slow Fashion is not a movement; it's a market": An Interview With Kate Fletcher. We talked with Kate Fletcher about the circular economy, emotional design and sustainable fashion. 2020. URL: <https://medium.com/modifica-global/slow-fashion-is-not-a-movement-its-a-market-an-interview-with-kate-fletcher-ace64db9e0c8>.

[15] Slow fashion – a definition of sustainable fashion. *Dylon / Rethink Fashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/relearn-slow-fashion/slow-fashion-definition.html>.

[16] Slow Fashion Vs. Fast Fashion – The Comparison. *Dylon / Rethink Fashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/relearn-slow-fashion/slow-fashion-vs-fast-fashion.html>.

[17] Sustainable fashion: what is it and what are the differences? *Dylon / Rethink Fashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/relearn-slow-fashion/slow-fashion-an-explanation.html>.

[18] The faces of slow fashion: Kate Fletcher. *Dylon / Rethink Fashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/slow-fashion-stories/the-faces-of-slow-fashion-kate-fletcher.html>.

[19] The slow fashion revolution. *Dylon / Rethink Fashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/relearn-slow-fashion/slow-fashion-a-revolution.html>.

[20] UN Helps Fashion Industry Shift to Low Carbon. 2018. URL: <https://unfccc.int/news/un-helps-fashion-industry-shift-to-low-carbon>.

[21] Zhang D. Formation of an Ecological Design Paradigm. *Дизайн та мистецтво в контексті соціокультурного розвитку : матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції / за ред. А. Білик. Херсон ; Кам'янець-Подільський : ХНТУ ; ФОП Панькова А.С., 2022. С. 134–136.*

REFERENCES

[1] Blyzniuk, M. (2017). Ekologichnyi dyzain: teoretychni osnovy, pryntsyipy, osvitiia skladova [Ecological design: theoretical foundations, principles, educational component]. *Visnyk Lvivskoi natsionalnoi akademii dyzainu i mystetstv*. Vyp. 33. S. 141–153. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnam_2017_33_18 [in Ukraine].

[2] Lahoda, O., & Zhang, D. (2022). Peredumovy vynykennia ta stymuly rozvytku ekolohichnoho dyzainu [Prerequisites for the emergence and incentives for the development of ecological design]. *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu*: zb. mat. IV MNPk: u 2 t. Kyiv: KNUTD. T. 1. S. 42–45 [in Ukraine].

[3] Nahorna, N. (2022). Mzhdstysyplinaryi zmist poniattia "partysypatsiia" [Interdisciplinary content of the concept of "Participation"]. *Zhurnal suchasnoi psykholohii*. № 3. S. 108–115. DOI: 10.26661/2310-4368/2022-3-14 [in Ukraine].

[4] Pokhodenko, K. (2021) Stala moda yak predmet naukovykh doslidzhen u zarubizhnii naukovi literaturi [Fashion has become a subject of scientific research in foreign scientific literature]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*. 4 (2), S. 244–253. DOI: 10.31866/2617-7951.4.2.2021.246846 [in Ukraine].

[5] Solovii, I. (2024). Sustainable fashion/stala moda: definitsii ta yikhnie traktuvannia v ukrainskomu naukovomu diskursi [Sustainable fashion: definitions and their interpretation in Ukrainian scientific discourse]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*. 7 (2). S. 248–262. DOI: 10.31866/2617-7951.7.2.2024.315457 [in Ukraine].

[6] Chzhan, D., & Lahoda, O. Dyzyain v konteksti ekolohichnoi problematyky i staloho rozvytku [Design in the context of environmental issues and sustainable development]. *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu*: zb. mat. V Mizhnar. NPK: u 2 t. Kyiv: KNUTD, 2023. T. 1 (403 s.). S. 120–123 [in Ukraine].

[7] Colerato, M. (2020). Welcome the Performative Environmentalism. Or how to transform a vital movement into a marketing strategy. URL: <https://medium.com/modifica-global/welcome-the-performative-environmentalism-eef0dbf44b1f> [in English].

[8] Explained: What characterizes slow fashion brands? *Dylon / RethinkFashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/relearn-slow-fashion/slow-fashion%20brands.html> [in English].

[9] Fashion Revolution Week 2018 was our biggest and loudest to date. URL: <https://www.fashionrevolution.org/2018-impact/> [in English].

[10] Fletcher, K. (2016). Craft of Use: Post-Growth Fashion. *Routledge*. 304 p.

[11] Fletcher, K. (2010). Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. *Fashion Practice* V. 2 (2). P. 259–266. DOI: 10.2752/175693810X12774625387594 [in English].

[12] Fletcher, K., Grose, L., & Hawken, P. (Foreword). (2012) Fashion and Sustainability: Design for Change. *Laurence King Publishing*. 192 p. [in English].

[13] Lahoda, O., Tokar, M., Hurdina, V., Bondarenko, B., & Ieremenko, I. (2023). Ecodesign and initiatives of sustainable development in the dimension of passion of artistic and design creativity. *Amazonia Investiga*. 12 (65), 212–218. DOI: 10.34069/AI/2023.65.05.20 [in English].

[14] Machado, G., Translation by Bardi C. "Slow Fashion is not a movement; it's a market": An Interview With Kate Fletcher. We talked with Kate Fletcher about the circular economy, emotional design and sustainable fashion. 2020. URL: <https://medium.com/modifica-global/slow-fashion-is-not-a-movement-its-a-market-an-interview-with-kate-fletcher-ace64db9e0c8> [in English].

[15] Slow fashion – a definition of sustainable fashion. *Dylon / RethinkFashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/relearn-slow-fashion/slow-fashion-definition.html> [in English].

[16] Slow Fashion Vs. Fast Fashion – The Comparison. *Dylon / Rethink Fashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/relearn-slow-fashion/slow-fashion-vs-fast-fashion.html> [in English].

[17] Sustainable fashion: what is it and what are the differences? *Dylon / RethinkFashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/relearn-slow-fashion/slow-fashion-an-explanation.html> [in English].

[18] The faces of slow fashion: Kate Fletcher. *Dylon / RethinkFashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/slow-fashion-stories/the-faces-of-slow-fashion-kate-fletcher.html> [in English].

[19] The slow fashion revolution. *Dylon / RethinkFashion*. URL: <https://www.dylon.co.uk/detergents/blog/rethink-new-blog/relearn-slow-fashion/slow-fashion-a-revolution.html> [in English].

[20] UN Helps Fashion Industry Shift to Low Carbon. 2018. URL: <https://unfccc.int/news/un-helps-fashion-industry-shift-to-low-carbon> [in English].

[21] Zhang, D. (2022). Formation of an Ecological Design Paradigm. *Dyzain ta mystetstvo v konteksti sotsiokulturnoho rozvytku: m-ly VIII MNPK / za red. A. Bilyk. Kherson: KhNTU, Kamianets-Podilskyi: FOP Pankova A.S. S. 134–136* [in English].

ABSTRACT**Zhang D., Lahoda O. Current discourse on environmentally-oriented design and sustainable fashion.**

The article is devoted to the consideration of various materials on the topic of sustainable fashion development, in particular, such a phenomenon as the "slow fashion movement", the history of its formation and development, and its connection with the concepts of environmentally-oriented design.

Purpose. The purpose of the study is to study and analyze available scientifically based sources that highlight the prerequisites for the emergence, milestones of formation and features of the development of "slow fashion" in the context of sustainability as a concept of human life in modern conditions and as a requirement of the time, which necessitated the need to update the participatory aspect in design practices as an indicator of interaction between representatives of the fashion industry and consumers in the development of sustainable fashion and ecological design.

Methodology. A comparative analysis of publications on the topic was applied, as well as synthesis and generalization methods. Thanks to the methods of analyzing sources in the areas of research on sustainable, ethical, slow fashion, the content of these concepts provided in modern scientific works was analyzed.

Results. The main directions of considering textile and clothing design in the context of sustainable fashion were highlighted. The existing definitions and translations of sustainable fashion in Ukrainian and foreign scientific discourse were analyzed and systematized. The trends of their use with a certain semantic load were traced.

Scientific novelty. The article first characterizes the concept of "slow fashion" and proves its consistency and difference in content from similar concepts, such as "sustainable (resistant) fashion", "ethical (fair) fashion", "ecological fashion". The current concepts that dominate in the conditions of modernity in slow fashion are outlined. It is established that due to this, the participatory aspect of design and artistic creativity has acquired special importance.

Practical relevance. The practical relevance of the results of the work lies in the possibility of their use for rethinking a holistic system of ideas about the concept of "slow fashion" as a component of "slow culture" in the context of the general sustainability of fashion, the formation of appropriate participatory strategies for its achievement in design practices of the fashion industry.

Keywords: fashion industry, design practices, brand, environmentally-oriented creativity, sustainability principles, slow fashion, participatory aspect of design creativity.

AUTHOR'S NOTE:

Zhang Dongcan, Postgraduate Student at the Department of Fabric and Clothing Design, Kharkiv State Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine, e-mail: 642572285@qq.com, orcid: 0009-0001-8902-7968.

Lahoda Oksana, Doctor of Arts, Professor, Head of the Department of Fabric and Clothing Design, Faculty of Environment Design, Kharkiv State Academy of Design and Arts, Ukraine, e-mail: oxanalahoda@gmail.com, orcid: 0000-0003-1808-7119.

Стаття подана до редакції 21.07.2025 р.

Стаття прийнята до опублікування 25.08.2025 р.

Стаття опублікована 30.10.2025 р.