



УДК 7.012.23

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ UP CYCLING В УКРАЇНСЬКІЙ МОДІ

Студ. І.О. Руденко, гр. БДк-1-14

Наукові керівники доц. І.В. Давиденко

доц. Н.В. Чуприна

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Виявлення проблем становлення екологічної моди як складової соціального запиту та її поширення серед різних верств населення в Україні. Аналіз сьогоденного ринку фешн-індустрії і готовності споживача до використання та носіння речей, розроблених в рамках дизайнерської концепції Upcycling. Проектування колекції з використанням мотивів українського орнаменту, за останніми тенденціями світових трендів, на основі нових шляхів до збереження природних, соціальних та виробничих ресурсів.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження виступає Upcycling, як один з основних напрямків екодизайну, що останнім часом набуває актуальності на українському споживчому ринку. Предметом дослідження є використання елементів Upcycling у розробці сучасних колекцій одягу з національними мотивами.

Методи та засоби дослідження. Під час роботи використовувався системно-структурний та компаративний аналіз. Методологічну базу склали результати досліджень міжнародних компаній та організацій:

- Copenhagen Fashion Summit (щорічні зустрічі світових лідерів дизайну, метою яких є опрацювання спільних підходів у сфері виробничої відповідальності);
- Fashion 4 Development (глобальна платформа приватного сектору у сфері розвитку модної та текстильної промисловості);
- LOHAS – "Lifestyles of Health and Sustainability" (платформа для презентації чистих «зелених» екологічних ініціатив).

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. На підставі аналізу використання Upcycling в модній індустрії були визначені шляхи та запропоновано ряд актуальних ідей щодо залучення виробників до процесів повторного використання готових матеріалів без їхньої переробки. Практичне значення полягає у використанні елементів Upcycling при розробці жіночої колекції одягу з національним акцентом.

Результати дослідження. Індустрія моди посідає друге місце після нафтопереробки в світовому рейтингу щодо нанесення шкоди навколишньому середовищу. Етична мода, принципи якої базуються на поняттях Екомоди, на сьогодні, за думкою експертів, набагато глибша і актуальна ніж була 10 років тому. Наразі гостро постало питання захисту довкілля, що актуалізує пошук шляхів запобігання катастрофічним наслідкам.

Більшість світових брендів, у тому числі сегмент класу люкс концерну Kering, до складу якого входять світові будинки моди Gucci, Saint Laurent, Alexander McQueen, Balenciaga та інші, вже багато років поширюють тему етичного використання природних ресурсів у своїх колекціях. У свою чергу світовий бренд спортивного одягу Adidas розробив в рамках програми «sustainability» (стійкість) кросівки, що виконані з переробленої пластмаси, яка була знайдена в морях і океанах.

На сьогодні, в Україні щорічно організуються заходи щодо популяризації та пропагування процесу Upcycling для раціонального використання ресурсів не тільки в

**Сучасні матеріали і технології виробництва виробів
широкого вжитку та спеціального призначення**

Художнє моделювання костюма



модній індустрії. Наприклад, в рамках KYIV VEGAN BOOM, Education zone і Unique Planet проводилась низка публічних лекцій, майстер-класів і фестивалів. Щорічно українські конкурси Fresh Fashion у рамках UFW і покази колекцій молодих дизайнерів «Погляд у майбутнє» підтримують і розвивають концепцію Upcycling у своїх колекціях. Водночас інші українські метри модного дизайну і їх бренди вийшли на світовий ринок продажу виробів етичного напрямку:

- RCR Khomenko дизайнера Ясі Хоменко, яка використовує в роботі вінтажні тканини;
- Golub.udr - одяг зі старих джинсів;
- одеський бренд «Горіти», також робить ставку на речі з деніму.

Всі вони стали героями модної зйомки спеціально для руху Fashion Revolution - соціальної ініціативи, до якої долучилася і Україна, створеної активістами після вибуху на фабриці Rana Plaza.

На основі аналізу тенденцій розвитку українського модного ринку за останні десять років можна визначити ряд напрямів Upcycling, зокрема розробку колекції, гаслом якої стала ідея етичного вжитку надбаних ресурсів для створення модного та сучасного одягу, а також створення повсякденного одягу з підкреслено національним колоритом України. За результатами анкетування різних верств населення міста Києва, вікової категорії від 18 до 30 років, встановлено, що громадяни готові витратити кошти для придбання продукції Upcycling, якщо вона матиме цікаве представлення та транслюватиме гуманність підходів (соціальну відповідальність її власника).

Висновки. Наразі серед українських верств населення сформувалися запит на екомоду і бажання поширювати її продукцію на вітчизняному та міжнародному ринках. Проведене анкетування свідчить про те, що суспільство переймається сучасними проблемами глобалізації і готове підтримати виробництво продукції Upcycling. Аналіз просування українських брендів на світовому ринку свідчить про успішність відповідного напрямку індустрії моди та перспективність подальших експериментів в цій сфері. За результатами проведеної роботи була розроблена авторська колекція одягу Upcycling, яка популяризує відповідальний підхід з використанням українських народних мотивів.

Ключові слова. Upcycling, відповідальне споживання, українська мода, гуманність в fashion бізнесі, екомода.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Fletcher K. Fashion and Sustainability: Design for Change / K. Fletcher, L. Grose. – London: Laurence King Publishing, 2012. – 192 p.
2. Brooks A. Clothing Poverty: The Hidden World of Fast Fashion and Second-Hand Clothes – Chicago: Zed Books, 2015. – 208 p.
3. Minney S. Naked Fashion: The New Sustainable Fashion Revolution – Northamptonshire: New Internationalist, 2012. – 176 p.
4. Fashionrevolution.org / About / Get-involved. Retrieved from: <https://www.fashionrevolution.org/about/get-involved/>
5. Recycling-guide.org.uk / facts. Retrieved from: <http://www.recycling-guide.org.uk/facts.html>
6. Copenhagen fashion summit.com / about/ Retrieved from: <https://copenhagendfashionsummit.com/about>