

Смоляр О.В.

аспірантка Київського національного університету культури і мистецтв

## ЕКОЛОГІЧНИЙ ДИЗАЙН У КОНТЕКСТІ МОДНИХ ІННОВАЦІЙ І ДІЯЛЬНОСТІ ДИЗАЙНЕРІВ ОДЯГУ XX–XXI СТ.

*У статті досліджено ступінь використання та відображення проблем екології в дизайні одягу, популярність екологічного стилю як такого та причини його виникнення і популярності.*

*Ключові слова: дизайн, екологія, екологічний дизайн, еко-мода.*

*В статье исследована степень использования и отображения проблем экологии в дизайне одежды, популярность экологического стиля как такового и причины его возникновения и популярности.*

*Ключевые слова: дизайн, экология, экологический дизайн, эко-мода.*

*The article explores the degree of use and display problems ekoloniyi in fashion design, popular style environment as such and their causes and popularity.*

*Key words: design, ecology, ecological design, eco-fashion.*

Руйнування природного середовища в різноманітних формах перетворилося на світовий процес, наслідки якого привели до необхідності кардинальних змін у багатьох сферах людської діяльності.

Сучасні філософи, соціологи, екологи, культурологи вважають, що ми живемо в епоху зміни цивілізацій: індустріальна цивілізація змінювалася новою, яка одержала назву «постіндустріальна ера», «інформаційна цивілізація», «екологічна цивілізація», «ноосфера». Екологічні проблеми знаходять відгук і в творчості дизайнерів одягу. Вперше екологічна тема з'явилася в моді кінця 1970-х – початку 1980-х рр., коли виник «екологічний» стиль: одяг з натуральних, переважно льняних і бавовняних тканин, природні кольори, з обробкою ручної роботи тощо.

Формування екологічно правильного стилю споживання припускає не тільки скорочення споживання, але і орієнтацію на використання екологічно безпечних продуктів, виготовлених із застосуванням нешкідливих і безвідходних технологій. Тому з екологізацією споживання пов'язана і технологічна екологізація (або екологізація виробництва).

Цей напрям вирішує проблеми, пов'язані з економією природних ресурсів, нешкідливими і безвідходними технологіями, вторинним використанням виробів, екологічним «круговоротом».

У дизайні одягу екологічні проблеми вирішуються таким чином: шляхом відмови від штучних і синтетичних матеріалів, які практично не асимілюються з навколишнім середовищем, негативно впливають на здоров'я самої людини (зокрема, накопичують статичну електрику) і виробництво яких є не екологічним. Вивченням вітчизняного та

світового досвіду, що стосуються дизайну одягу, зокрема, займалися такі провідні вчені як Р. Барт, В. Глазичев, Д. Єрмілова, М. Ковриженко, Ю. Легенький, Е. Морен, Д. Нельсон, Л. Ткаченко та інші. Рівень досліджень у цьому напрямі не можна вважати достатньо вивченим.

Екологічний дизайн – одна з останніх парадигм бачення сучасних планетарних реалій, коли екологія набуває своїх властивостей вже в одязі. Екологічний дизайн є узагальнюючою номінативною ознакою сучасного бачення людини як родової істоти, а також одягу як планетарної ознаки, яка так чи інакше пов'язана з модою. Отже, одяг і мода об'єднуються в контексті тілесних практик культури.

Останнім часом світ охопила хвиля еко-дизайну, яка набуває потужного виміру культуротворення. В сучасному суспільстві екологічно безпечна мода – це найпопулярніший fashion напрям, подібний біо-бум – своєрідне прагнення людини вижити в умовах глобально несприятливої екологічної ситуації та всесвітньої економічної кризи.

Екологічна проблематика продукує питання, пов'язані не просто з виникненням цінностей, надцінностей, а й безцінності існування. Адже коли раптом не стане всієї культури, планети, то вся полеміка щодо цінностей нагадуватиме гру, яку описав А. Камю в романі „Чума”: «І в тотально зачумленому місці всі спроби вижити є марними».

Перший, хто підняв питання екології середовища, людини в світі, проблеми науки був, І. Кант. Він намагався поєднати зоряне небо над головою і моральний закон внутрішнього світу людини. Кожна культура має свої регулятиви. Щоб з'єднати природу і свободу, Кант помістив в середину красу, естетичну здатність судження та естетику. Зараз існує аналогічна проблема. Природа під загрозою, вона стає планетарним будинком людини, яка є заручником разом із природою і планетою.

Сьогодні еко-мода все активніше крокує в маси. Міжнародні періодичні журнали «Vogue», «International Textile», «Elle», «Shape», «Rolling Stone Magazine» все частіше звертаються до екологічної проблематики, а останніми роками присвячують цілі номери темі екологічно безпечної моди. Аналіз останніх публікацій свідчить про те, що феномен еко-дизайну займає вагомий нішу в соціокультурному житті. Еко-мода починає створювати певний формотворчий імідж, який панує на метакультурному просторі всієї земної кулі. Виникають інші цінності, які буквально перегортають наше світосприйняття.

Ідеологічно-екологічний бум, який зараз набуває великих обертів у дизайні одягу і в культурі, пов'язаний з двома тенденціями. Перша – намагається підняти етнокультуру, сказати, що це наш дім, який несе в собі надцінності культуротворення. Інша тенденція – це ситуація, коли одяг вже стає невід'ємною частиною людини, й у цих умовах виникає одна культурна пластика. Така особистість повинна створювати цілком новий світ, який розвивається на основі новітніх технологій. Екологічний джаз є американською розвагою, як і екологічний одяг. Екологічна музика, екологічні ландшафти – це певні резервації. Нині створюються навіть екологічні монастирі та екологічна релігія. Все це говорить про те, що людина намагається повернутися до натури, до природи. Тобто, світ дизайнерських практик знаходиться в досить складному становищі вибору творити: продовжувати традиційну культуру, яка вмирає і не є цінністю, або цінністю залишається природа як новий едем [2, 4, 10].

Існують такі поняття як «екологія культури» та «екологія природи», які не варто різко ділити, розмежовувати, адже ці два терміни тісно пов'язані. Екологія культури неможлива без природного підґрунтя, оскільки екологія природи неможлива без культурної людини. В соціумі сформувалася думка про те, що природа має більше запасів міцності, адже в цій ситуації ще можна все виправити, розмножити й спробувати відновити. В культурі ж нічого не можна заповнити.

Цікаво про екологічне одкровення нашого часу в книзі „Втрачена парадигма: природа людини” говорить Едгар Морен. Екологічна теорія розглядає й аналізує питання взаємовідносин між організмами і середовищем їх існування. Тривалий час вважалося, що люди існують у світі, де домінує закон перемагає сильніший. Проте екологічна наука дійшла висновку про те, що життя живих істот на землі утворює певну цілісну екосистему. Отже, екологічна свідомість повинна запропонувати й привнести зміни в ідею природи, яку спочатку зображали тільки як сукупність живих систем. Мусить трансформуватися і концепція екологічного взаємозв'язку живих істот із середовищем. Едгар Морен не тільки натуралізує людину, як переважно це роблять екологи, але й у деякій мірі архаїзує її. Людина як соціальний «порядок» може протиставлятися «безладу» поведінки тварини. У тварин вже існує власний порядок, який людина, за Е. Мореном, тільки погіршує [6; 8].

Світогляд, який сформувався в культурі як екологічний рух, безперечно заслуговує значної уваги, адже в сучасному світі таке специфічне світосприйняття стає домінантним філософським баченням тих трансформацій, які йдуть на зміну ХХ ст. Тобто, сформувалося поле метаекологічної проблематики, що зарекомендувало себе як тотальну наскрізну структуру. Екологія культури й природи, екологія моди – реалії сьогодення. Й на цьому етапі виникає питання, що таке екологічно безпечна мода, і як вона можлива?

Основою екологічного дизайну є одяг, виготовлений за допомогою спеціальних технологій з натуральних, екологічних матеріалів, які не викликають побічних захворювань і легко підлягають утилізації. Сировиною може бути бавовна, льон або бамбук, вирощені без використання пестицидів, морські черепашки, шерсть тварин, вигодованих без додавання хімікатів і шкідливих речовин тощо. Проте, це може бути і одяг, зроблений із тканин, для виробництва яких використовуються продукти вторинної переробки, наприклад, пластмаси. Або ж одяг, зшитий з вторинних, не перероблених матеріалів: використаних армійських ковдр, парашутів тощо [6; 7].

Незважаючи на те, що напрям еко-дизайн недостатньо розвинений, утім багато виробників одягу, наприклад, „Nike”, „Gap” закупають еко-тканини для цілих колекцій одягу. Компанія „Marks and Spencer”, наприклад, сприяє розвитку еко-моди мільйонними вливаннями, а „Levi's” запускають лінії екологічно безпечних джинсів. У виготовленні фурнітури, наприклад, гудзиків, використовується шкаралупа кокосового горіха, лейбл робиться з картону тощо [3].

Кутюр'є створюють одяг, взуття і аксесуари не лише зі штучної шкіри і хутра, але і з різних, часом зовсім несподіваних матеріалів. Це одяг з розрізаного лахміття, газетного паперу, хліба, шоколаду, органічних тканин тощо. Наприклад, цікаву колекцію вечірніх і весільних суконь з хліба представив дизайнер Жан-Поль Готьє. Незвичайну

розробку аксесуарів під назвою „Трав’яні карати” запропонувала дизайнер Афстейн Юліуссон. Родзинкою цих прикрас став ісландський мох, що виступає у ролі коштовного каміння, котре потрібно вирощувати самостійно [4].

Експериментальним, у цьому випадку, може бути і одяг, виготовлений з природних матеріалів. Так, наприклад, дизайнер Robin Barcus створює сукні з соснових шишок, кульбаб, латаття. Серію незвичайних костюмів і суконь „Weedrobes” представила також канадська художниця Ніколь Декстрас. Це екологічно чисті вбрання, „пошиті” з листя дерев і рослин, гілочок, овочів тощо. Їх органічна структура вказує на взаємозв’язок людського тіла і землі. Ніколь Декстрас працює з природним і екологічно чистим матеріалом для створення композицій, які надалі пов’януть і безслідно зникнуть. Її одяг з рослин показує швидкоплинність нашого життя і споживче відношення людини до довкілля [2].

Проблема полягає в тому, як уникнути банальності в одязі як планетарного явища, і як побачити його в контексті сучасних проблем екологічного розуміння світу. Яким чином вписатися в цей поштовх культуротворення. Існує проблема екології в культурі, бо в ній зникає те, що вже не можливо реанімувати.

Виникає питання максимального спрощення, локалізації формотворчих потенцій. На цьому етапі формується наступна фаза культуротворення, за умов, коли вже не культура диктує, а – натура. Як досягнути цю натуру з її антропними константами, який це має бути одяг тощо. В жодній культурі людина не може існувати без одягу. З’являється вбрання як середовище, яке локалізується навколо тіла людини. Формується своєрідний мікроклімат в одязі-скафандрі. Таке вбрання може бути доволі актуальним для загазованих міст. Так, наприклад, в Японії кутюр’є піднімають питання про створення скафандра для побутового вжитку. Адже, нині жінки у цій країні живуть 80 років, а прагнуть – 120 років. За підрахунками лікарів, в такому скафандрі буде дозована кількість кисню, і людина зможе жити довше. Утім, одяг досить важко трансформує свої форми, тому природженого й властивого їй архаїзму мода не позбавиться [1, 4, 5].

Потрапляючи в поле екологічної моди як модусу антропоморфного простору культури, як екології дизайну, перед нами виникає й розгортається екологія більш технологічна і конструктивна, яка не знищує ступінь свободи тіла людини, а навпаки, дарує свободу біомеханічній системі людини.

Незважаючи на прогнози щодо побутування сучасних екологічних ідей дизайнерів – великий шлях, все ж, цей напрям наразі розвивається досить динамічно. Так, наприклад, у екологічно раціональному одязі від Bodkin дизайнер Eviana Hartman вдало поєднує традиційні методи ремісництва з новітніми технологічними досягненнями. Матеріали, що використовуються для виготовлення одягу – це натуральна бавовна і шерсть, перероблені пластикові пляшки, целюлозні нитки, шовк і природні барвники. За рік існування, марка Bodkin стала добре відома в Америці і вже номінувалася на нагороду у сфері еко-дизайну (Ecco Domani Sustainable Design Award) у 2009 році. Проте, незважаючи на подібні успіхи, дизайнер зіткнулася з соціальними пережитками і державною нормою, згідно з якою вона була зобов’язана розмістити пластикові ярлики з інформацією про рекомендовану хімчистку. У даному контексті ні ярлики, ні хімчистка не поєднуються з еко-позицією Bodkin. Тому, про розвиток екологічно безпечної моди можна зауважити й наступне: процес тільки налагоджується, і еко-дизайнери стають

першовідкривачами й нашттовхуються на безліч соціальних і правових пережитків, відмінних від екологічно дружнього способу мислення [3; 7].

Головний принцип еко-дизайну сучасності – локалізація. Еко-мода має на увазі застосування при виробництві як натуральних матеріалів, так і раціонального використання вже існуючих ресурсів. Наприклад, „органічні” тканини виготовляються з природних матеріалів: бавовни, льону тощо. Зменшення шкоди довкіллю досягається шляхом відмови від хімічних добрив тощо. Інша ніша – тканини, в яких використовуються продукти вторинної переробки – пластмаси. Взірцем цього підходу є компанії Coca-Cola і Greenpeace, що виготовляють футболки з написом „I’m from Earth”. До складу „зелених” футболок входять бавовна і речовина, одержана при переробці пластику. В середньому, на виробництво однієї футболки утилізується п’ять пластикових пляшок. Такі продукти шкодять довкіллю значно менше, ніж просто відмова від хімічних добрив, проте у свідомості споживача пластикові суміші асоціюються з виробами низької якості. Це істотно звужує коло споживачів, обмежуючи їх фанатами екологічного способу мислення [8].

В умовах сучасного споживання товарів люди дедалі частіше звертають увагу на можливе повторне використання матеріалів, так званий редизайн і роботу з відходами виробництва. Наприклад, дизайнери колективу From Somewhere створюють одяг, який виготовляють із залишків матеріалів колекцій відомих модних будинків. У результаті, з екологічної точки зору, виходить колоритний, унікальний і раціональний одяг. Використання вже наявних ресурсів застосовують й у виготовленні сумок. Матеріалом слугують рекламні постери, з яких за допомогою ножиць вирізаються дизайнерські сумки, що в складеному стані набувають плоскої форми, а при розкладанні – перетворюються на об’ємні сітки, що витримують вагу до 35 кілограм. Кожна така сумка – ексклюзивна за рахунок неповторних кольорних поєднань [9].

Одяг, зшитий з вторинних не перероблених матеріалів: старих матраців, використаних армійських ковдр і парашутів, зіпсованих дисків, у сучасному розумінні – це, скоріше, арт-проект, аніж промисловий підхід. Адже кожна така річ індивідуальна, і її адаптація в промислове виробництво неможлива. Одяг, на створення якого йде вторсировина або не перероблені відходи, відрізняється порівняно сильною етичною ідеєю й посиленням при комунікації із споживачем. Таке вбрання купують саме за те, що його виробництво завдає меншої шкоди довкіллю, проте споживчі якості і зручність такого одягу – сумнівна [2; 5].

Розглянемо еко-дизайн на ринку екологічно безпечної моди. Уявімо модель трикутника, на вершинах якого у взаємодії знаходяться еколог, виробник і споживач. Еколог є носієм етичної ідеї – він турбується про зменшення шкоди навколишньому середовищу. Його заключною метою є виховання відповідального та сумлінного природокористувача, що усвідомлює себе як частину екосистеми, баланс якої не можна порушувати. Виробник, в свою чергу, намагається максимізувати прибуток. Тому в досягненні своєї мети він використовує всі доступні йому сучасні маркетингові засоби та тенденції. І, нарешті, споживач у модній індустрії, насамперед, потребує одяг, який, за винятком свого функціонального призначення, також є:

– знаком статусу, як в контексті загальної культури, так і в безлічі субкультур, що існують у світі;

– засобом індивідуального самовираження, що супроводжується і досягається шляхом оновлення гардеробу.

У центрі моделі трикутника – дизайнер, перед яким стоїть завдання побудувати взаємовигідну систему комунікацій між цими дійовими особами, яка б одночасно сприяла розповсюдженню етичної ідеї, не зменшуючи при цьому інтересів жодної із сторін. Описані вище «екологічні» ніші на ринку одягу, з точки зору подібної структури, є вагомими кроками в зменшенні шкоди довкіллю, а також у вихованні нового екологічного способу мислення у споживача. Усе ж, окремо подібні питання й проблеми не вирішуються. Бавовна давно і упевнено просувається на ринку, як продукт, що завдає найменшої шкоди здоров'ю, однак подібний маркетинговий хід знижує потенціал у формуванні нової етики: споживач одягу з бавовни купує таку річ не тому, що намагається зберегти природу, а заради турботи про себе. Окрім того, незважаючи на кількісне зменшення шкідливих хімічних речовин при його вирощуванні, бавовна все ж займає зрошувані землі. А існування таких плантацій завдає шкоди водній екосистемі, адже для зрошування таких полів потрібно відводити канали від природних водоймищ. Одяг, що виготовляється із вторинної сировини, виділяється і різниться відносно потужним етичним посиленням, адже такі речі купують саме за те, що їх виробництво приносить меншу шкоду довкіллю. Інша сторона одягу із вторинної сировини полягає в тому, що для переробки такого вторпродукту необхідно залучати споживача до процесу його збору, але в сучасному суспільстві покупець не зацікавлений в організації цього процесу [10].

У СРСР, наприклад, існувала система ефективного збору вторинної сировини, яка включала: рекламну кампанію, інфраструктуру, мотивацію, проте на сьогодні усі складові цієї організації не функціонують. Тому, повертаючись до дизайнерського завдання про створення взаємовигідної системи комунікацій, можна запропонувати модель, яка, поєднуючи всі зацікавлені сторони, організовувала б збір вторсировини за наступною схемою. Відомий бренд одягу з гарною репутацією започатковує суббренд одягу вторинної переробки. Збір вторпродуктів міг би здійснюватися у вигляді повернення виробів із попередніх колекцій, тобто відбувався б взаємний обмін старої речі на нову з доплатою. В такому випадку утворюється колообіг одягу в межах одного бренду або конгломерату брендів. За таких умов споживач економить при покупці одягу і має можливість частіше поновлювати свій гардероб. Виріб із такої тканини опісля переробки зберігає свої якості: гігроскопічність, повітропроникність, приємні тактильні відчуття тощо. Окрім того, споживач відчуває особисту причетність до сучасної екологічної течії у fashion сфері, й усвідомлюючи свою поведінку як етичну, підсилить власний статус у суспільстві.

Виробник завойовує й прив'язує покупця до свого бренду, при цьому підштовхуючи до купівлі нових речей з колекції цієї ж компанії, при здачі вторинної сировини. І, нарешті, еколог за таких умов може повсякчас доносити до споживачів ідею про корисність переробки вторинної сировини, разом із тим, виховуючи екологічну самосвідомість [6].

Під екологічним дизайном мається на увазі використання не тільки продуктів вторинної переробки чи не перероблених матеріалів для виготовлення одягу, але і таких тканин, які не викликають побічних захворювань і легко підлягають утилізації. Адже до недавнього часу до матеріалів, що використовуються для виготовлення одягу, ставилися наступні вимоги: тканина повинна відповідати модним тенденціям, бути недорогою,

формостійкою, приємною на дотик тощо. Але питання про те, наскільки шкідлива вона для людини, піднімали в останню чергу, або ж про це зовсім не думали. Проте в суспільстві питання про шкідливість тих чи інших тканин піднімається все частіше. Дослідники стверджують, що така небезпека реальна, адже використання у виробництві синтетичних барвників і шкідливих хімічних реагентів, наприклад, формальдегіду, призводить до екологічного дисбалансу, що тягне за собою послаблення імунітету людини. Такі наслідки вже проявляються у захворюваннях шкіри нейродермітом, алергією на нікель, на шерсть, й, окрім того, часто спостерігаються несприйняття деяких синтетичних волокон, наприклад, лавсану і поліамідних ниток тощо. Порівняно з попередніми матеріалами найбільш небезпечний – льон, що має найкращі гігроскопічні і гігієнічні властивості, проте його суттєвим недоліком є мала еластичність, висока зминальність, що виправляється при спеціальній обробці, під час якої тканину обробляють штучними смолами і аפרетуванням.

Таким чином, перед споживачем і виробником не стоїть вибір: або вимагати від одягу цілковитої екологічності, або ж продовжити використання хімічних препаратів в обробці, що забезпечує необхідні споживчі й естетичні властивості. Насправді, неможливо уникнути використання хімічних реагентів на всьому технологічному ланцюгу, від вирощування волокна до виробництва готового виробу. Сьогодні можливо тільки скоротити використання хімічних препаратів. Тому варто звернутися до виготовлення матеріалів із застосуванням натуральних тканин у поєднанні з перевагами новітніх технологій виробництва, що націлені дати потужній імпульс у виготовленні екологічно чистого одягу [6; 8].

Нині існує певна класифікація тканин, які за певними показниками можна вважати екологічно чистими. Передусім, це можливість поновлювати ресурси, тобто ця сировина повинна відновлюватися у відносно короткий строк. Другий чинник – це необхідна площа землі, що затрачена на вирощування певного продукту. Й третій чинник – це кількість хімікатів, що використовуються на всьому технологічному ланцюгу – від вирощування волокна до виробництва готового продукту.

Отже, можна навести декілька видів сировини для виготовлення тканин, що відповідають усім вимогам екологічності й мають великі перспективи розвитку у виготовленні еко-матеріалів. Наприклад, гашиш, він має природно довгі волокна, що робить його придатним для спінінга з мінімумом обробки. Окрім того, цей продукт слугував для виготовлення морських канатів, а це свідчить про те, що цей матеріал міцний і стійкий до гниття. Зокрема, ця рослина надзвичайно стійка до паразитів й не вимагає жодної іригації, оскільки їй вистачає середньої кількості опадів.

Компанією Ingeo ведуться розробки щодо створення волокна із зерна. Під час виготовлення із культури вилучається крохмаль і цукор, аби виготовити волокно, яке можна було б прости або ткати. Іншим варіантом може бути волокно з органічної вати. Сьогодні вже існує удосконалена вата з досить довгим волокном. Окрім того, вчені зуміли природним шляхом вирощувати цю рослину в зелених та коричневих відтінках без будь-яких домішок [9].

Таким чином, еко-дизайн орієнтований на еко-культуру. Тут може бути розвинута партитура формотворень, суто функціоналістська парадигма, яку можна порівняти з ергономікою, ціленаправленістю тощо. Разом з тим, увесь цей екологічний одяг несе

в собі певний доробок, структуру майбутнього. Так, наприклад, нещодавно було винайдено тканину, з якої виготовляють одяг з лікувальним ефектом. Ще розробка, яку представили молоді дизайнери з Ганновера – сукня, виткана з волокон морських водоростей, які багаті мінералами, мікроелементами, корисними жирами і вітамінами. Тому такий матеріал – це своєрідні ліки для шкіри: він може захищати її від шкідливих зовнішніх дій, а також усувати запалення. Окрім того, цю тканину збагачують сріблом: до антимікробної дії додається ще і надзвичайна фактура. При контакті цього матеріалу з шкірою активізуються кровообіг і регенерація клітин. Найчастіше з цієї унікальної тканини виробляють нижню білизну.

Сьогодні деякі відомі компанії з виробництва модного одягу включають бамбукову суміш у футболки. Велика перевага такого матеріалу в тому, що для його виготовлення використовується бамбук, який росте зі швидкістю близько одного метра на добу. Для одягу з бамбука характерні такі приємні та корисні властивості як ергономічність, антибактеріальний ефект, м'яка текстура тощо [1; 3].

Отже, найактуальнішою проблемою у виготовленні екологічно безпечних матеріалів залишається питання про підтримку виробників екологічно безпечних тканин, а також про серйозну соціальну рекламу еко-одягу для покупців як чинника збереження планети, власного здоров'я і надбання специфічної індивідуальності у сучасному урбанізованому світі.

Сьогодні головними ознаками екодизайну в одязі виступають:

- використання чистої екологічної сировини для виробництва текстильної промисловості;
- використання продуктів первинної та вторинної переробки для виготовлення товарів текстильної промисловості;
- використання характерної кольорової палітри при проектуванні одягу;
- пропаганда підмітки екології в середовищі шляхом застосування вербальних засобів.

#### *Література:*

1. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Ролан Барт: пер. с. фр. С. Н. Зенкина. – М. : Издательство имени С. Сабашиниковых, 2003. – 512 с.
2. Глазычев В. О дизайне. Очерки по теории и практике дизайна на Западе / В. О. Глазычев. – М. : Искусство, 1970. – 517 с.
3. Ермилова Д. Ю. История домов моды: [уч. пос. для вузов] / Д. Ю. Ермилова. – М. : Академия, 2004. – 288 с.
4. Ковриженко М. Креатив в рекламе / Марина Константиновна Ковриженко. – СПб. : Питер, 2004. – 253 с.
5. Легенький Ю. Г. Система моды: культурология, эстетика / Ю. Г. Легенький, Л. П. Ткаченко. – К. : Легпромбытиздат, 1991. – 416 с.
6. Легенький Ю. Г. Дизайн одягу: посібник. / Ю. Г. Легенький – К. : КНУКіМ, 2008. – 374 с.
7. Мода и стиль: современная энциклопедия / под ред. В. А. Вологодина. – М. : Аванта, 2002. – 482 с.
8. Морен Э. Утраченная парадигма: Природа человека. / Эдгар Морен. – К. : КАРМЭ-СИНТО, 1995. – 222 с.
9. Нельсон Д. Проблемы дизайна / Д. Нельсон. – М., 1971. – 413 с.
10. Ткаченко Л. П. Мода як естетичний феномен: автореф. на здобуття канд. філос. наук: спец. 09.00. 08 / Л. П. Ткаченко; Інститут філософії ім. Г. С. Сковороди НАН України. – К., 1999. – 17 с.