

Энвайроментализм: экологические ценности в индустрии моды

Научный руководитель – Наумов Дмитрий Иванович

Михалёнок А.А.¹, Шоцкая К.В.¹

1 - Белорусский государственный экономический университет, Минск, Беларусь

Энвайроментализм: экологические ценности в индустрии моды

А.А. Михалёнок, К.В. Шоцкая

Студент (магистрант), студент (магистрант)

Белорусский государственный экономический университет, институт магистерской подготовки, Минск, Беларусь

E-mail: moimylt4@mail.ru

В условиях глобального экономического миропорядка влияние культуры бизнеса выходит за границы сферы экономической деятельности и начинает оказывать значительное влияние на моральное сознание и духовную жизнь общества. В силу этого актуальной проблемой становится изучение становления нормативно-ценностной системы бизнеса, аксиология которого оказывает сильное влияние на культурные основы и формы взаимодействия людей в рамках различных социальных общностей. Предпринимательская культура формирует, накапливает, трансформирует эталоны и установки индивидуального и группового поведения в сфере бизнеса. Это позволяет обеспечивать развитие бизнеса и своевременно учитывать внешние для данного института вызовы и угрозы.

Одной из острейших проблем современности выступает экологическая проблема: в результате активной, преобразующей деятельности человека произошло катастрофическое загрязнение воздуха, почвы и воды, уничтожение видового разнообразия флоры и фауны. Выход из экологического тупика видится в принятии различных мер, в том числе путем создания организаций и движений, защищающих природную среду. Одно из направлений, которое акцентирует внимание на качестве взаимодействия человеческой деятельности и природы, является энвайроментализм.

Энвайроментализм - представляет собой мировоззрение и общетеоретическое направление, которое ориентировано на изучение взаимодействия социума и природы [1, с. 7]. Главная особенность энвайроментализма заключается в том, что он развивается не только как теория, но и как определенная практика. Она направлена на расширение когнитивной и праксеологической области деятельности индивида, и создание экологически ориентированной жизненной политики [2, с. 45]. Ключевая цель энвайроментализма - сделать мир более чистым и безопасным для человека и всего живого.

В целом, энвайроментализм создает новую онтологию, объединяющую экологические принципы и формирование нового сознания общества [1, с. 8]. Это ведет к трансформации системы ценностей, в результате которой экологические ценности становятся частью мировоззрения и культуры общества. Однако новая экологическая идеология существует не только в формате партийных доктрин или политического дискурса, но и в формате образцов массовой культуры. Этот аспект важен для успешного развития бизнеса, так как означает необходимость должного учета экологических ценностей, мотивов и установок при разработке и продаже товаров. Данная ситуация позволяет обратиться к проблематике развития индустрии моды, которую можно оценить через призму энвайроментализма.

Итак, в последние годы такое явление как экологическая мода расширяет границы своего влияния. Данное течение является вовсе не новым для европейских дизайнеров. Философия «Sustainable Fashion» - это социально-ответственный подход к моде, который

позволяет решить ряд важных проблем. Например, нивелировать вред, который наносит модная индустрия экосистеме планеты. В XXI веке помимо дизайна, необходимо задумываться о минимизации пагубного влияния производства на окружающую среду. Принципы, которые продвигает в массы «Sustainable Fashion»: использовать экологически чистые материалы для пошива вещей; рационально потреблять в целом.

Стоит заметить, что скандинавские страны усиленно продвигают идею экологической моды. Уже в 2009 году в Дании проводился Copenhagen Fashion Summit. Это в своем роде уникальный проект, который нацелен на лидеров модной индустрии, модных экспертов, политиков, и непосредственно ученых, задействованных в этой сфере. На данном саммите рассматриваются новые идеи и разработки, перспективы развития идеи «устойчивой моды».

Даже такой гигант массмаркета, как H&M, выпустил несколько экологических коллекций - Conscious и Conscious Exclusive. Также стоит отметить, что испанские дизайнеры запустили проект Vesica Piscis по производству обуви из органических материалов, которые полностью отражают принципы «устойчивой моды».

В Беларуси так же есть ряд брендов, которые придерживаются темы экологичности в одежде. Для пошива вещей применяют натуральные ткани (лен, хлопок и др.), а принты сделаны на основе натуральных красок. Так, известный модный бренд «Historia Naturalis» при пошиве вещей уделяет основное внимание натуральным материалам. Концепция данной марки обусловлена новой волной в мире современной моды, которая выражается в стремлении к естественной натуральной красоте, единении с природой. Белорусская фирма, известная брендом «Jamido monafaktura», производит вещи из льняной ткани. При этом при производстве используются исключительно природные принты и экологически безопасные технологии.

На первый взгляд, белорусские производители для продвижения своих брендов достаточно широко используют ценности и установки энвайроментализма. Однако для выявления степени проникновения в индустрию моды ценностей и принципов энвайроментализма было проведено эмпирическое исследование. С использованием метода кейс-стади был проанализирован контент ежегодного конкурса «Человек Дело-2016», который с 1996 года проводит редакция журнала «Дело (Восток+Запад)». За время проведения конкурса были награждены более 200 лучших топ-менеджеров и владельцев белорусских компаний, чьи интервью составили теоретическую выборку исследования. В целом, были получены следующие результаты: для топ-менеджмента компаний экологические ценности (внимание уделяется исключительно выпуску экологически чистой продукции) играли значительно меньшую роль, чем экономические и социальные ценности компании. При этом экологическая политика компании разрабатывается по схеме потребитель - компания, при этом должное внимание не уделяется остальной группе стейкхолдеров - локальному сообществу. В техническом аспекте речь идет о маркировке экологически безопасной продукции: на бирках эко-вещей стоят отметки Окео-Тех либо Окео-Тех 1000. Они означают, что при пошиве данной одежды не использовалось большинство токсичных веществ и экологически опасных технологий.

В целом, модная индустрия является инструментом продвижения идеологических установок новой культуры современного общества, основанной на энвайроментализме, но только в рамках экономически обоснованных бизнес-проектов.

Источники и литература

- 1) Дзех А.В. Энвайроментализм как направление культурологи // Человек в мире культуры. 2013. №. 2. С. 7–9.

- 2) Науменко О.А. Инвайроментализм в медиафилософии // Медиафилософия. Санкт-Петербургское философское общество. Том 2. 2009. №. 2. С. 43–47.