

УДК 338.45+330.35.01

ВЗАИМОУСЛОВЛЕННОСТЬ МОДЫ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ*канд. экон. наук, доц. Т.В. СЕРГИЕВИЧ**(Белорусский национальный технический университет, Минск)*

В современном обществе, характеризуемом как «общество потребления» (Ж. Бодрийяр), происходит возрастание уровня экологических экстерналий экономического роста. В статье заявлена проблема оценки экологических последствий развития легкой промышленности и индустрии моды. Последняя, по оценкам экспертов, сегодня является вторым по величине промышленным загрязнителем, уступая лишь нефтяной промышленности. Сквозь призму воззрений Ж. Бодрийяра исследуются механизмы действия моды как фактора стимулирования потребления в современном обществе. В контексте роста индустрии моды рассматриваются угрозы устойчивому развитию, возникающие на этапах производства, потребления и утилизации продуктов индустрии моды. Делается вывод о необходимости самоопределения места отечественных производителей в мировой легкой промышленности и индустрии моды с учетом соблюдения императивов устойчивого развития. Показано, что под влиянием развития общественно-функциональных технологий происходят качественные изменения механизмов потребительского выбора, что требует от отечественных производителей совершенствования технологий управления данными механизмами.

Ключевые слова: устойчивое развитие, индустрия моды, общество потребления, знаковое потребление, Ж. Бодрийяр, структурная политика, легкая промышленность, природная рента, мода, национальная экономика, потребительский выбор.

Введение. Проблемы получения и присвоения природной ренты привлекали внимание ученых-экономистов на протяжении многих столетий. Вектор исследований чаще всего был направлен на совокупность общественных отношений по использованию и потреблению природных ресурсов. Во второй половине прошлого века внимание исследователей все в большей мере начинает привлекать проблема ограниченности экологических факторов производства, что обусловило формирование взгляда на природную ренту как на «отношения по сохранению экологического равновесия и воспроизводству природных комплексов <...>». Нельзя отрицать самостоятельного значения природной ренты, основанной на потребительской ценности природного ресурса, – справедливо отмечает Е. Г. Филимонова, – но рентные отношения такого характера носят узкоцелевую направленность. Они могут и часто не в полном объеме обеспечивать воспроизводство отдельных видов ресурсов, но не экосистемы в целом, элементом которой они являются» [1, с. 77–78]. Высокая дифференциация стран по критерию институционального оформления подходов к содержанию экологической ренты, отвечающей требованиям сегодняшнего социо-эколого-экономического развития, влияет на структуру и размещение мировых производительных сил. Низкие экологические и социально-трудовые стандарты и не полное их соблюдение в некоторых странах привлекают международные инвестиции в производство текстиля, обуви, одежды и аксессуаров, что позволяет лидерам индустрии моды получать сверхприбыли за счет присвоения природной ренты, практически не возмещая экологические издержки.

В литературе отмечается: «Мир в XXI в. кардинально изменился. И дело не только в нарушении геополитических равновесий, формировании однополярного мира и усилении борьбы за все виды ресурсов, но и в том, что человечество начинает по-новому смотреть на цели и критерии общественного прогресса» [2, с. 74]. Об этом свидетельствует и экспертная оценка масштабов негативного влияния индустрии моды на окружающую среду: сегодня «на долю индустрии одежды приходится 10% глобальных выбросов углекислого газа, она является вторым по величине промышленным загрязнителем, уступая только нефтяной промышленности» [3]. Загрязнения почвы пестицидами при выращивании хлопка, высокое потребление воды (например, для производства футболки требуется 2 700 литров воды, что соответствует тому количеству воды, которое в среднем выпивает человек в течение 900 дней [4]), использование нефти для производства синтетических материалов, химикатов для производства и окрашивания текстильных материалов – лишь некоторые примеры негативного воздействия индустрии моды на природу. Это обуславливает актуальность исследования, посвященного выявлению факторов взаимообусловленности развития индустрии моды и устойчивого развития.

Основная часть. Под влиянием моды формируются принципы поведения и образ жизни людей, однако в экономических исследованиях традиционно в индустрию моды включается производство и потребление текстиля, одежды, обуви, аксессуаров, парфюмерии. Экономические аналитические исследования в сфере индустрии моды принято производить на основе показателей легкой промышленности, оптовой и розничной торговли, услуг по дизайну одежды и обуви [5]. В контексте исследования соотношения развития устойчивого развития и индустрии моды последняя может быть рассмотрена как система производства, распределения, присвоения и потребления обладающих знаковой меновой стоимостью модных благ, на функционирование которой направлена производственная, управленческая, интеллектуальная,

творческая и информационная деятельность субъектов различных секторов экономики, обеспечивающих постоянную обновляемость данных благ.

Зачастую в литературе швейная промышленность характеризуется как «экологически чистое производство» [6, с. 34]. С данным тезисом можно согласиться лишь в контексте сравнительного анализа влияния на окружающую среду непосредственно процессов производства в различных отраслях промышленности. Действительно, швейное производство характеризуется низким уровнем загрязнения окружающей среды в сравнении с другими видами экономической деятельности, относимыми к промышленности. В то время как удельный вес производства текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха в общем объеме производства обрабатывающей промышленности в Республике Беларусь в 2017 г. составил 4,43%, на данный вид экономической деятельности приходится всего 2,05% выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух от стационарных источников. По показателю «использование воды» доля производства текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха сопоставима его доле в объеме производства обрабатывающей промышленности – удельный вес данного вида деятельности от общего объема использования воды обрабатывающей промышленности достигает 4,9%. По объему сброса воды доля исследуемого вида деятельности составляет всего 0,5%.

В то же время в структуре затрат на охрану окружающей среды в обрабатывающей промышленности затраты предприятий Беларуси по производству текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха составляют 3,43% или 16,4 млн. руб. Большая часть этих средств (13,4 млн. руб.) направляется на охрану и рациональное использование водных ресурсов, затем следуют расходы на охрану окружающей среды от загрязнения отходами производства (1,8 млн. руб.) и расходы на охрану атмосферного воздуха, сохранение озонового слоя и климата (1,9 млн. руб.). Весьма «экологично» выглядят показатели производства текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха по показателю образования отходов производства – всего 126,6 тыс. тонн в год (по данным 2017 г.) или 0,26% от отходов производства обрабатывающей промышленности [7]. Таким образом, легкая промышленность в Республике Беларусь характеризуется сравнительно невысоким уровнем негативного воздействия на окружающую среду, сопоставимым с величиной затрат предприятий этого вида экономической деятельности на ее охрану. Основным источником загрязнений является текстильная и кожевенная отрасли, оказывающие негативное воздействие, прежде всего, на водные ресурсы.

Вместе с тем для объективной оценки воздействия индустрии моды на природу использования такого узконаправленного подхода становится недостаточно. Объект должен быть рассмотрен системно – от влияния поставщиков сырья до утилизации продуктов потребления. Использование системного подхода в оценке воздействия легкой промышленности на окружающую среду обуславливает расширение объекта исследования – производства текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха – до индустрии моды, производственной базой которой оно является. В условиях нарастания экологических угроз, усиления негативного антропогенного воздействия на природу, актуализации поиска механизмов решения экологических проблем, рассмотрение экологических издержек материального производства в отрыве других звеньев цепочки создания стоимости и потребления не соответствует критериям устойчивого развития. «Сегодня сутью концепции устойчивого развития, – отмечает С.Ю. Солодовников, – является разработка социально-экономических механизмов управления социоприродными системами на региональном, национальном и глобальном уровнях в целях обеспечения устойчивого роста благосостояния населения с минимальным ущербом для окружающей среды и здоровья человека» [8, с. 58]. Поэтому воздействие индустрии моды на окружающую среду должно подлежать комплексной оценке.

О масштабах потребления в современном обществе свидетельствует следующая статистика: например, американцы сегодня потребляют в три раза больше, чем пятьдесят лет назад, они покупают в два раза больше предметов одежды, чем двадцать лет назад. В 1991 г. средний американец каждый год покупал 34 предмета одежды. К 2007 г. эта цифра увеличилась до 67, то есть новый предмет одежды каждые четыре-пять дней [9]. По оценкам экспертов, «ежегодно выпускается более 150 миллиардов швейных изделий, что позволяет выпускать 20 новых предметов одежды в год каждому человеку на планете. Американцы каждый год выбрасывают около 70 кг одежды на человека» [3]. Резкое увеличение темпов и объемов потребления одежды в последние годы обусловлено ускорением модных циклов и распространением феномена «быстрой моды», а также ростом населения на планете. По экспертным оценкам, сегодня «в среднем человек покупает на 60 процентов больше предметов одежды ежегодно чем 15 лет назад и примерно в два раза быстрее их выбрасывает» [10, р. 15]. С одной стороны, стремительный рост платежеспособного спроса на модные блага обеспечивает возможность создания и сохранения миллионов рабочих мест, а также роста целых национальных экономик. С другой стороны, последствия увеличения платежеспособного спроса и изменения структуры потребления приводят к резкому увеличению негативного воздействия человека на окружающую среду.

Наряду с отрицательным влиянием на экологию процессов производства и распределения текстиля, обуви и одежды (от сельскохозяйственных организаций до торговых сетей с готовой продукцией), существует проблема вторичного использования, переработки и утилизации отходов данной продукции. Культура потребления в современном обществе изменилась: «стало привычным покупать одежду, носить ее несколько раз или вообще ни разу не надеть и выбрасывать со все возрастающей скоростью. Отчеты показывают, что почти всю одежду, которая выбрасывается вместе с бытовыми отходами, можно было бы

использовать снова, по оценкам, 95% можно было бы повторно носить, использовать или перерабатывать – в зависимости от состояния текстильных отходов. Вместо этого в странах с преобладающими потребительскими культурами подавляющее большинство старой одежды выбрасывается с бытовыми отходами и оказывается на свалках или мусоросжигательных заводах, что составляет миллионы тонн отходов текстиля во всем мире. Согласно отчетам, это судьба более 80% одежды, выброшенной в ЕС» [10, р. 13]. Во многом изменение характера потребления обусловлено развитием явления «быстрой моды».

Современное общество или общество изобилия (Ж. Бодрийяр [11, с. 25]) характеризуется изменением системы потребления, «каковая является системой манипуляции знаками» [11, с. 33]. Все большее число предметов наряду с их прагматическими функциями наделяется знаковыми функциями, которые зачастую становятся первичными, что предопределяет выбор современного покупателя. «Анализ социальной логики, которая упорядочивает практику предметов, распределяя их по различным классам или категориям, должен в то же самое время являться критическим анализом идеологии "потребления", которая в настоящее время подкрепляет любую относящуюся к предметам практику, – писал Ж. Бодрийяр. – Этот двойной анализ – анализ различающей социальной функции предметов и анализ политической функции идеологии, которая с ней связана, – должен исходить из одной абсолютной предпосылки: из отмены само собой разумеющегося рассмотрения предметов в терминах потребностей, отмены гипотезы первичности потребительской стоимости» [12, с. 12]. Ж. Бодрийяр не просто дополняет теорию потребительской стоимости, выделяя символическую функцию потребления товаров, а отводит ее на второй план, подчеркивая первичность знаковой меновой стоимости. «Дело обстоит совсем не так, словно бы первичным статусом предмета был прагматический статус, на который лишь затем накладывалась бы социальная знаковая стоимость – наоборот, фундаментальным является знаковая меновая стоимость, так что потребительская стоимость подчас оказывается просто ее практическим приложением (или даже простой рационализацией): только в такой парадоксальной форме социологическая гипотеза оказывается верной» [12, с. 12–13].

Потребление опосредовано процессами выбора и постоянного обновления вещей, в котором стремится участвовать каждый потребитель, поскольку он «переживает отличительные формы своего поведения как свободу, стремление, выбор; он не переживает их как принуждение к дифференциации и подчинение кодексу, – пишет Ж. Бодрийяр. – Но отличаться всегда означает в то же время принимать общий порядок отличий, который сразу оказывается фактом целостного общества и неизбежно выходит за рамки индивида» [11, с. 61]. В современном обществе институтом, устанавливающим общий порядок отличий, является мода, которая символизирует социальную дифференциацию. Несмотря на то, что индустрия моды выделилась в полноценную сферу относительно недавно (вторая половина XX ст.), сегодня она является одной из самых быстро растущих индустрий. Не последнюю роль при этом играет всеобщая идеология экономического роста и оправданность на этой основе растущих объемов и интенсивности потребления. Количественная оценка развития индустрии моды затруднительна, поскольку она затрагивает все сферы жизнедеятельности человека. Это обуславливает сложность оценки ее экологических экстерналий, что вместе с тем является актуальной проблемой в контексте устойчивого развития.

Изменение структуры и культуры потребления, его интенсификация обуславливают быстрый рост масштабов данной проблемы в современном обществе, в котором уровень потребления благ становится индикатором подразумеваемой социальной мобильности. Ж. Бодрийяр пишет по этому поводу: «Своим числом, увеличением, избытком, изобилием форм, игрой моды, всем тем, что в них выходит за рамки простой функции, вещи еще только *симулируют социальную сущность* – статус, этот знак предназначения, который дан только некоторым от рождения и которого большинство, ввиду другого предназначения, никогда не могло бы достигнуть. Это наследственное право (дано ли оно в силу крови или культуры) находится в самой глубине понятия статуса. Статус направляет всю динамику социального передвижения. В глубине всех стремлений скрывается идеальная цель статуса, данного рождением, статуса благодати и превосходства. Он в равной степени выражается в отношении к вещам. Именно он пробуждает этот бред, этот неистовый мир безделушек, фетишей, которые призваны служить показателем статуса и организовать спасение посредством творений вследствие недостатка спасения посредством благодати» [11, с. 60]. В то время как идеология моды и общества потребления функционирует под знаком всеобщей социальной мобильности, социологически оправданные шансы на кардинальное повышение статуса практически отсутствуют.

Ж. Бодрийяр категорически заявляет: «Общество потребления реализует стремление к вещам, но еще более оно нуждается в их разрушении. "Использование" вещей ведет только к их медленному отмиранию. Созданная ценность гораздо более значительна, если в нее заложено ее быстрое отмирание. Вот почему разрушение остается основной альтернативой производству: потребление только промежуточное звено между обоими» [11, с. 47]. Не производство и потребление, а производство и разрушение Ж. Бодрийяр возводит в рамки парных категорий. «Система производства живет только ценой этого уничтожения, этого подсчитанного постоянного "самоубийства" совокупности объектов, что вся эта операция поκειται на технологическом "саботаже" или на организованной устареваемости в силу моды, – подчеркивает Ж. Бодрийяр. – Реклама реализует чудо значительного увеличения потребления, преследуя цель не добавить, а лишить товары потребительской ценности, лишить их ценности времени, подчиняя ценности моды и ускоренного обновления» [11, с. 36]. Снижается ценность вещи как таковой, которая выражается

как в ее потребительских, так и знаковых функциях; повышается ценность возможности быстро обновлять вещи, что само по себе является знаком.

Реклама является одной из форм общественно-функциональных технологий, формирующих потребительский выбор. Ю.В. Мелешко справедливо отмечает, что «в условиях осуществления четвёртой промышленной революции с её интеллектуальным гибким производством <...> конкурентоспособность промышленного предприятия формируется уже не только и не столько за счёт технико-технологических инноваций, сколько благодаря использованию общественно-функциональных инноваций» [13, с. 74], поскольку именно последние (реклама, брендинг, формирование имиджа предприятия, создание собственной системы ценности, разделяемой лидерами мнений (от англ. Influencer) закладываются в основу стратегий продвижения товаров.

В этих условиях становится крайне важным определить роль государства как конфигуратора социально-экономических интересов субъектов, входящих в систему моды, и общественных интересов. Как справедливо подчеркивает С.Ю. Солодовников, «любое общество не является чем-то монолитным, а делится на множество социальных классов, которые обладают специфическими социально-экономическими интересами, причем интересы ряда этих классов всегда будут не соответствовать направлению устойчивого развития» [8, с. 58]. Поэтому возникает необходимость наличия сильного «государства», которое, являясь представителем общественных интересов, создавало бы условия для реализации концепции устойчивого развития на национальном и региональном уровнях, а также отстаивало бы данные интересы на международной арене. Особенно важна роль государства в экономиках переходного типа, к которым все еще можно отнести экономику Республики Беларусь: «в трансформационных экономических системах необходимо, чтобы государство играло ведущую роль в конфигурировании социально-экономических интересов социальных субъектов» [14, с. 17] для обеспечения экономического роста с соблюдением экологических императивов.

Оценка экологических экстерналий индустрии моды не должна напрямую приводить к отказу от развития легкой промышленности и индустрии моды в нашей стране. Отказ от присвоения функции производства социальных статусов приведет не только к негативным последствиям экономического, но и социального характера. При определении направлений дальнейшего развития легкой промышленности и индустрии моды должны учитываться экологические угрозы в контексте реализации концепции устойчивого развития. С.Ю. Солодовников справедливо отмечает, что «в условиях возрастающей конкуренции товаров и услуг на глобальных и локальных рынках страны не могут развивать только зеленые (экологически чистые) технологии, а вынуждены искать компромиссы и создавать коричневые технологии, занимающие промежуточное место между черной и зеленой экономикой. Это обусловлено, в частности, тем, что безоговорочное следование по пути устойчивого развития порождает большое количество экономических и социальных рисков, которые в совокупности при определенных условиях могут привести к угрозам национальной, социальной и экономической безопасности государства по причине снижения ВВП, роста номинальных и реальных доходов населения, а значит, могут способствовать росту социальной напряженности» [15, с. 179–180]. Иллюзорность неукоснительной реализации принципов зеленой экономики очевидна, поэтому необходимо развивать технологии в сфере производства, распределения, присвоения, потребления обладающих знаковой меновой стоимостью модных благ, а также их переработки и утилизации, с учетом возможных экологических рисков.

Заключение. В современном обществе система потребления трансформируется. Институтом, устанавливающим общий порядок отличий, является мода, которая символизирует социальную дифференциацию. Ж. Бодрийяр последовательно раскрывает особенности системы манипулирования вещами как знаками, характерной для современного пострыночного общества. Знаковая меновая стоимость предмета становится определяющим фактором совершения покупки. Под влиянием развития общественно-функциональных технологий происходят качественные изменения механизмов потребительского выбора, что требует совершенствования технологий управления данными механизмами.

Легкая промышленность является довольно экологичной отраслью экономики. Вместе с тем сегодня необходимо по-новому взглянуть на общественный прогресс, критерием которого должен стать не рост уровня потребления, а качественные характеристики человеческого капитала. При более детальном рассмотрении индустрии моды и ее влияния на окружающую среду выявляется крайне низкая степень экологичности последней. Масштабы техногенных угроз, порождаемых вследствие стремительного развития индустрии моды, обуславливают необходимость принятия мер по предотвращению этих угроз в планетарном масштабе. Соблюдение экологических императивов должно развиваться в двух направлениях – как в части усиления роли государства в защите общественных интересов на основе развития природоохранных технологий и совершенствования механизмов регулирования присвоения природной ренты, так и посредством вторичного использования и последующей переработки товаров, а также перехода к типу потребления, называемого «ответственным потреблением».

Усиление экологических угроз вследствие мирового роста индустрии моды не означает необходимость отказа отечественного производителя от претензий на место в этой системе, поскольку такой отказ никоим образом не повлиял бы на объемы потребления, а лишь предоставил бы еще большие конкурентные возможности для иностранных производителей товаров и услуг в индустрии моды. Наличие на белорусском рынке большого объема импорта товаров, обладающих высокой знаковой меновой стоимостью,

открывает возможности для реализации собственного потенциала исследуемой индустрии на новых технологических основах, с учетом оценки уровня экологических издержек и распределения ответственности, а также разработки механизмов их снижения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Филимонова, Е.Г. Рента природная, экологическая, экономическая – проблемы определения / Е.Г. Филимонова // Записки Горного института. – 2014. – Т. 208. – С. 75–80.
2. Солодовников, С.Ю. Гносеологические трудности при изучении классов в постиндустриальном обществе / С.Ю. Солодовников // Социологический альманах. – 2012. – № 3. – С. 74–91.
3. Conca, J. Making Climate Change Fashionable – The Garment Industry Takes On Global Warming [Electronic resource] / J. Conca // Forbes. – Publ. date 03.12.2015. – Mode of access: <https://www.forbes.com/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climate-change-fashionable-the-garment-industry-takes-on-global-warming/#1d57b4e079e4>. – Date of access: 24.01.2019.
4. Chung, Sh.-W. Fast fashion is «drowning» the world. We need a Fashion Revolution! [Electronic resource] / Sh.-W Chung // Greenpeace. – Publ. date 21.04.2016. – Mode of access: <https://www.greenpeace.org/international/story/7539/fast-fashion-is-drowning-the-world-we-need-a-fashion-revolution>. – Date of access: 15.01.2019.
5. Global fashion industry statistics – International apparel [Electronic resource] / FASHIONUNITED. – Mode of access: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>. – Date of access: 24.12.2018.
6. Петрова, И.В. Эффективный аутсорсинг: Механизм принятия управленческих решений / И.В. Петрова. – М. : РИОР : Инфра-М, 2017. – 108 с.
7. Охрана окружающей среды в Республике Беларусь, 2018 : стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск : Нац. стат. комитет Респ. Беларусь, 2016. – 227 с.
8. Солодовников, С.Ю. Экономический рост и истинные инвестиции: сущность и взаимообусловленность / С.Ю. Солодовников // Вестник Коми респ. акад. государственной службы и управления. Сер. Теория и практика управления. 2017. – № 18(23). – С. 56–63.
9. Schor, J. B. True Wealth. How and why millions of Americans are creating a time-rich, ecologically light, small-scale, high-satisfaction economy / J. B. Schor. – NY : Penguin Books, 2011. – 272 p.
10. Cobbing, M. Fashion at the Crossroads: a review of initiatives to slow and close the loop in the fashion industry / M. Cobbing, Y. Vicaire. – Hamburg, Greenpeace e.V. Germany 2017. – 107 p.
11. Baudrillard, J. The Consumer Society. Myths & Structures / J. Baudrillard. – London : SAGE Publications, 1998. – 208 p.
12. Бодрийяр, Ж. К критике политической экономии знака / Ж. Бодрийяр. – М. : Академический Проект, 2007. – 335 с.
13. Мелешко, Ю.В. Услуги промышленного характера и четвертая промышленная революция / Ю.В. Мелешко // Вестник Коми респ. акад. государственной службы и управления. Сер. Теория и практика управления. – 2018. – № 20(25). – С. 71–77.
14. Солодовников, С.Ю. Перспективы и механизмы развития и капитализации социального потенциала Республики Беларусь / С.Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2013. – Вып. 1. – С. 5–33.
15. Солодовников, С.Ю. Направления создания, исследования и совершенствования в Республике Беларусь механизма хозяйствования, ориентированного на рост истинных накоплений / С.Ю. Солодовников // Актуальные проблемы, направления и механизмы развития производительных сил Севера – 2018 : сб. ст. Шестой Всерос. науч.-практ. конф. (с междунар. участием) : в 3 ч. – 2018. – Ч. 2. – С. 179–183.

Поступила 25.05.2020

INTERDEPENDENCE OF FASHION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

T. V. SERHIEVICH

In modern society, characterized as a "consumer society" (J. Baudrillard), there is an increase in the level of environmental externalities of economic growth. The article stated the problem of assessing the environmental impact of the development of light industry and the fashion industry, which, according to experts, is today the second largest industrial polluter, second only to the oil industry. Through the prism of J. Baudrillard's views, the mechanisms of the influence of fashion are investigated as a factor in stimulating consumption in modern society. In the context of the growth of the fashion industry are considered threats to sustainable development arising at the stages of production, consumption and disposal of products of the fashion industry. The conclusion is made about the need for self-determination of the place of domestic producers in the global light industry and the fashion industry, taking into account the observance of the imperatives of sustainable development. It is shown that under the influence of the development of social and functional technologies, qualitative changes occur in the mechanisms of consumer choice, which requires domestic manufacturers to improve the management of these mechanisms.

Keywords: sustainable development, fashion industry, consumer society, significant consumption, J. Baudrillard, structural policy, light industry, natural rent, fashion, national economy, consumer choice.