

К.Ю. Ломан**Научный руководитель – Ю.В. Мелешко, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет**

Концепция устойчивого развития, отмечает С. Ю. Солодовников, стала как никогда актуальна, когда «капитализм столкнулся с природно-географическими ограничениями» [1, с.58]. Проблема устойчивого развития возникла как результат становления «общества потребления» (Ж. Бодрийяр). Для последнего характерен активный рост потребностей, приводящий к интенсификации производства – как угрозе экологической безопасности.

Как отмечает С. Ю. Солодовников: «сегодня сутью концепции устойчивого развития 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» [1, с.58]. Иными словами, концепция устойчивого развития заключается в достижении баланса трех сфер: экономической, экологической и социальной. Несомненно, угрозой такого баланса является современное «общество потребления» (Ж. Бодрийяр). Под «обществом потребления» Жан Бодрийяр понимает то общество, в котором «предметы <...> оказываются не местом удовлетворения потребностей, а символической работы...» [2, с.17]. Иначе говоря, «общество потребления» – это общество, где все предметы стали знаками и только в качестве знаков имеют смысл существования; это общество, в котором материальное производство представляет собой производство социальных различий; общество, основанное на социальной демонстративности.

Одним из институтов, обеспечивающим социальную дифференциацию, является мода. Мода создает ценность предметов в глазах индивида лишь посредством их различительного отношения, например, укороченного и классического пиджака. Потребительная стоимость одного и второго, как и любой другой одежды, заключается в защите человека от погодных условий, а знаковая – в демонстрации социального статуса. Однако, сегодня потребительная и знаковая стоимости сражаются. Статусные различия, обеспечиваемые системой различительных знаков, представляются социальными субъектами как потребность, где знаки, как и товары, воспринимаются как «полезность». «Общество потребления» означает становление общества потребления знаков как средств отражения социального статуса. Создавая тренды и антитренды, мода искажает восприятие реальных классовых различий на индивидуальном уровне, тем самым делая вид, что стирает классовое неравенство. Именно отсюда возникает это стремление подражания другому высшему классу. Однако, Ж. Бодрийяр справедливо отмечает: «Мода является одним из институтов, который наилучшим образом восстанавливает и обосновывает культурное неравенство и социальное различие, утверждая, будто бы их он как раз и уничтожает» [1, с.53]. Социальная дифференциация в рамках действия моды проявляется следующим образом: одни субъекты могут позволить себе поход по бутикам, другие в стремлении обладать тем же социальным статусом ищут альтернативы подешевле. Однако, этот социальный статус, обеспечиваемый модой, – как отмечает Ж. Бодрийяр – является лишь его симуляцией: «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» [3, с.60]. Такое стремление к устранению социальной дифференциации активно используется производителями, используя моду как средство получения прибыли. Выход нового продукта или бренда влечет за собой незамедлительную потребность в нем, что приводит к возникновению большого количества масс-маркетов – как дешевой альтернативы бутика и средства получения прибыли. Однако, параллельно возникает следующий парадокс моды: актуальность того или иного товара кратковременна. Среди элиты эта

актуальность угаснет, когда товар разойдется в массы, а среди среднего класса – когда элита перестанет иметь потребность в данном товаре. Последнее приводит к развитию явления «быстрой моды», сущность которой заключается в производстве «товаров интенсивного обновления» и интенсификации этого производства. Под «товарами интенсивного потребления» Т. В. Сергиевич предлагает понимать: «товары с ускоренным жизненным циклом, обусловленным их быстрым физическим износом или типом потребления, при котором замена таких товаров происходит задолго до момента их полного физического износа» [4, с.154].

Однако, такой рост индустрии моды представляет собой угрозу устойчивому развитию: загрязнение экологии. Индустрия моды «сегодня является вторым по величине промышленным загрязнителем, уступая лишь нефтяной промышленности» – пишет Т. В. Сергиевич [5, с.95]. Негативное воздействие производства «товаров интенсивного потребления» осуществляется на этапах производства, потребления и утилизации этих товаров. Использование в текстильной промышленности хлопка и кожи приводит к большому расходу водных ресурсов. Территории хлопковых плантаций загрязнены пестицидами. Используемые для покраски текстильной продукции ядохимикаты выбрасываются предприятиями в водные объекты. Такие реки как Ситэрум в Индонезии и Чжуцзян в Китае стали непригодными для жилья, рыбалки, существования и развития водной экосистемы. Помимо отходов производства негативное воздействие на окружающую среду оказывает также утилизация отходов потребления – «товаров интенсивного обновления». Почти вся одежда, пригодная для дальнейшего потребления, выбрасывается вместе с другими бытовыми отходами, нанося непоправимый вред экологии.

Тем не менее, нет необходимости отказываться от индустрии моды. Помимо того, что мода является средством получения прибыли, она обеспечивает рабочие места в легкой промышленности, а также рост национальных экономик. Отказ от этой индустрии также приведет к угрозе устойчивого развития, но с экономической стороны. Таким образом, должны быть предприняты меры по минимизации негативного воздействия модной индустрии на экологию. К таким мерам относится повторное потребление: секонд-хенды, помощь детским домам или другим нуждающимся – что сократит выброс не потребленных товаров. Кроме того, минимизацией негативных последствий «быстрой моды» должно заниматься государство. Как справедливо отмечает 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» [1, с.58]. Т.е., государство, как представитель всего общества, должно, учитывая интересы общества и, создавая базу для достижения устойчивого развития. Таким образом, как отмечает Т. В. Сергиевич: «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» [5, с. 98] – устойчивое развитие в рамках воздействия индустрии моды достижимо в условиях экологического производства и осознанного гуманного потребления.

Список использованных источников

1. Солодовников, С. Ю. Экономический рост и истинные инвестиции: сущность и взаимообусловленность / С. Ю. Солодовников // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Теория и практика управления. – 2017. – № 18(23). – С. 56-63.
2. Бодрийяр, Ж. К критике политической экономии знака / Жан Бодрийяр // Москва: РИПОЛ классик, 2020 – 352 с.
3. Baudrillard, J. The Consumer Society. Myths & Structures / J. Baudrillard. – London : SAGE Publications, 1998. – 208 p.
4. Сергиевич, Т. В. Феноменологическая природа товаров интенсивного обновления и знаковое потребление / Т. В. Сергиевич // Вестник КРАГСИУ. Серия «Теория и практика управления». – 2018. – № 21 (26). – С. 152–156.
5. Сергиевич, Т. В. Взаимообусловленность моды и устойчивого развития / Т. В. Сергиевич // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. – 2020. – № 14. – С. 95-99.