

БЫСТРАЯ МОДА

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8394657>

Моргачёва Александра Александровна

Технический институт Ёджу в городе Ташкент

sahamorgacheva@mail.ru

sahahonest@gmail.com

Аннотация

В статье представлен материал, о теме быстрая мода в которой рассматриваются основные аспекты быстрой моды, ее влияние на потребителей, окружающую среду и трудовые условия, а также меры, принимаемые для создания более устойчивой индустрии моды.

Ключевые слова

быстрая мода модная индустрия, потребители, экологическая устойчивость, производство одежды, маркетинг моды, тренды в моде.

В последние несколько десятилетий мы наблюдаем, как модные тенденции меняются с каждым годом все быстрее и быстрее. Давление на производителей одежды усилилось, поскольку им приходится удовлетворять растущий спрос на разнообразные и актуальные модели, при этом сохраняя доступные цены для потребителей. Так, за последние 15 лет производство одежды в мире выросло вдвое, в то время как средний срок их службы сократился сразу на сорок процентов. [1]

Термин «быстрая мода» часто употребляется в современной индустрии моды. Давайте разберемся, что подразумевается под этим понятием и почему важно понимать его не только для профессионалов в сфере моды.

Одежда быстрой моды руководствуется последними модными тенденциями, которые регулярно представляются на весенних и осенних неделях моды. Её основной упор делается на оптимизацию определенных этапов производства и поставок, чтобы обеспечить быстрое и бюджетное воплощение этих модных тенденций. Это позволяет конечному потребителю приобрести актуальные элементы одежды по более низким ценам. Подобная концепция быстрого и доступного производства широко распространена в крупных розничных сетях, таких как H&M, Zara, Peacocks и Topshop. Особую

популярность она приобрела в середине 2000-х, в период популярности стиля 'Boho-chic'. [2]

До середины XX века модная индустрия функционировала в соответствии с четырьмя сезонами в год, где компании выпускали две коллекции: Осень/Зима и Весна/Лето. Модельеры работали впереди времени, стратегически планируя каждый сезон и предсказывая стили, которые, по их мнению, будут популярными. Такой методический подход отчуждал дизайнеров от потребителей, и мода оставалась привилегией высшего класса, с соблюдением строгих правил.

В 1960-х годах компания Scott Paper Company провела успешную маркетинговую кампанию, продвигая бумажную одежду (состоящую на 93% из бумаги и 7% из вискозы), что показало, что потребители готовы к быстрой моде. Это ускорило развитие индустрии моды и снизило затраты на производство. Однако с течением времени концепция быстрой моды приобрела необратимый характер.

В настоящее время бренды быстрой моды выпускают около 51 "микросезона" в год, что эквивалентно выпуску одной "коллекции" еженедельно. Согласно Элизабет Клайн, автору книги "Overdressed", началось это с того момента, когда Zara начала поставлять новые товары каждые две недели. С тех пор стала распространенной практика иметь большие запасы товаров в магазинах, и брендам больше не приходится беспокоиться о том, что товары быстро раскупятся. Компании быстрой моды теперь создают новые желанные стили практически ежедневно, следя за уличной модой и реагируя на тенденции недель моды в реальном времени. Итогом стало огромное количество доступной одежды, а широкий ассортимент гарантирует, что товары всегда остаются актуальными и интересными для покупателей.

Существует спор о том, что появилось первым: желание потребителей часто обновлять свой гардероб и стиль или же усилия крупных игроков индустрии, которые убеждают нас в том, что мы отстаем от модных трендов. Это не так просто определить. Однако факт остается фактом: мы всегда стремимся к новым и лучшим вещам каждый день, поскольку современная жизнь ориентирована на потребление. В то же время, ускоренное производство неминуемо сказывается на качестве товаров. Одежда создается быстро из недорогих материалов, и у компаний не хватает времени на тщательный контроль качества. Кто будет тратить свое время на проверку, сколько пуговиц находится на рубашке, если уже надо готовиться к отправке товара в массы?

Сокращенные сроки производства влекут за собой ухудшение качества. Согласно благотворительной организации TRAIID, среднее количество раз, которое люди носят такую одежду, составляет всего 10 раз, прежде чем они избавляются от нее. Этому способствует не только низкое качество, но и доступная цена. Бренды, такие как Topshop и Fashion Nova, заботятся прежде всего о своей прибыли, и низкие цены и узкая маржа означают, что единственным способом получить прибыль остается продажа огромных объемов дешевых товаров. Бренды быстрой моды зарабатывают миллионы, продавая огромные количества недорогих товаров, независимо от их стоимости и наценки. В такой ситуации неудивительно, что за работу в швейной промышленности платят гораздо меньше, чем минимально допустимая зарплата. Как правильно отметила автор и журналист Люси Сигл в документальном фильме "Реальная цена моды": "Быстрая мода ничего не стоит. Кто-то, где-то платит за это"[3].

Все аспекты быстрой моды, включая репродукцию модных тенденций, быструю производственную цепочку, низкое качество изделий и конкурентоспособные цены, оказывают разрушительное воздействие на окружающую среду и живых существ, связанных с текстильной промышленностью такого типа.

Бренды, подобные BooHoо, используют вредные химические вещества и опасные красители, которые загрязняют водные ресурсы. Синтетические материалы, используемые для производства одежды, содержат такие вредные вещества, как свинец и пестициды, а также множество других химических соединений. Ежегодно в США выбрасывается около 11 миллионов тонн одежды из таких материалов, которая практически не разлагается и загрязняет свалки, выбрасывая вредные токсины в атмосферу. Кроме того, углеродный след быстрой моды вносит свой вклад в экологические проблемы, такие как загрязнение воздуха, связанное с авиаперевозками и нефтяной промышленностью, а также разрушение лесов.[4]

Быстрая мода негативно сказывается на окружающей среде:

1. Избыточное использование водных ресурсов.
2. Использование материалов, из которых выделяются микрофибры.
3. Выбросы парниковых газов.
4. Вырубка лесов.
5. Распространение токсичных химических веществ.

Кроме того, быстрая мода оказывает негативное воздействие на здоровье потребителей и работников текстильной промышленности. Вредные

химические соединения, такие как бензотиазол, обнаружены в материалах, используемых в современной моде, что может представлять угрозу для здоровья человека. Носить одежду, изготовленную из таких вредных материалов, опасно для здоровья.[6]

Кроме того, рабочие, занятые в этой отрасли, подвергаются риску из-за воздействия вредных химикатов, а также из-за несправедливых условий труда, физического насилия и низких заработных плат. Нарушения прав человека ради прибыли - это общая практика, и не только бренды быстрой моды, такие как Nike, но и многие другие схожие бренды сталкиваются с критикой в связи с перепроизводством и нарушениями прав человека.[5]

Экологическое и социальное воздействие быстрой моды становится все более очевидным и требует внимания и изменений в этой отрасли.

В Узбекистане быстрая мода также имеет свое место на рынке одежды и текстиля. Местные и мировые бренды предлагают широкий ассортимент модной одежды и аксессуаров, которые соответствуют последним трендам. Это позволяет узбекским потребителям приобретать модные вещи по доступным ценам и обновлять свой гардероб в соответствии с сезонными и модными изменениями.

Однако, как и в других странах, быстрая мода в Узбекистане может иметь свои негативные стороны. Производство одежды с низкой стоимостью часто связано с неэффективным использованием ресурсов, отходами и даже нарушениями прав трудящихся. Поэтому важно, чтобы как потребители, так и бренды в Узбекистане уделяли внимание экологической и социальной устойчивости производства модной одежды.

Быстрая мода может предложить множество возможностей для потребителей в Узбекистане, но важно также заботиться о последствиях для окружающей среды и рабочих условиях в этой отрасли. Это поможет создать более устойчивую и ответственную индустрию моды в стране.

ЛИТЕРАТУРА:

1. <https://the-steppe.com/razvitie/bystraya-moda-hto-eto-i-pochemu-sney-nado-borotsya>
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%8B%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%8F_%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B0#cite_note-3
3. <https://fashionstudies.ru/fast-fashion-hto-eto-takoe/>

4. Васильева Е. Стратегия моды: феномен нового и принцип устойчивости // Теория моды: тело, одежда, культура. № 52, 2019, с. 19-35.

5. Флетчер К. Медленная мода: изменить систему // Теория моды: тело, одежда, культура. № 52, 2019, с. 9-17.

6. Холл Л. Цифровое кимоно: быстрая мода, медленная мода? // Теория моды: тело, одежда, культура. № 53, 2019, с. 52-64.