

ВОЗМОЖНОСТИ ДИЗАЙНА ОДЕЖДЫ, КАК СРЕДСТВО СОХРАНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Герасимова Д.В.,

научный руководитель старший преподаватель Цурикова Н.В.

Сибирский федеральный университет

С первых шагов своего развития человек неразрывно связан с природой. Он всегда находился в тесной зависимости от растительного и животного мира, от их ресурсов. Представления древнего человека об окружающей среде не носили научного характера и были не всегда осознанными, но с течением времени они послужили источником накопления экологических знаний. Повсеместно растёт понимание того, что человечество разрушает окружающую среду и подрывает собственное будущее. Экологические проблемы... Загрязнение... Эти слова мы достаточно часто можем слышать сегодня. Это одна из актуальных глобальных проблем человечества. Действительно, экологическое состояние нашей планеты ухудшается не по дням, а по часам. Современная цивилизация осуществляет невиданное давление на природу. Многие экологические проблемы сегодня приобрели международный характер и для их решения необходимы совместные усилия разных стран. Научно-технический прогресс и усиление антропогенного давления на природную среду неизбежно приводят к обострению экологической ситуации, истощаются запасы природных ресурсов, загрязняется природная среда, утрачивается естественная связь между человеком и природой, теряются эстетические ценности, ухудшается физическое и нравственное здоровье людей. А ведь все это служит основой полноценной жизни каждого человека и государства в целом.

Технический прогресс человечества несомненен: он заглянул в тайны макро - микромира, использует информационные технологии и генную инженерию. А как же прогресс нравственный? Технически могущественный человек не стал ни счастливее, ни здоровее, ни духовно богаче. Ежегодно на уничтожение жизней человечество тратит 1 триллион долларов, а на поддержание жизни (экологические программы) – около 10 млрд. долларов, то есть примерно в 100 раз меньше.

В последние годы глобальной проблемой всего человечества становится синдром хронической усталости. Широкое распространение получили онкологические, сердечнососудистые, аллергические и кожные заболевания, а их количество с каждым годом продолжает увеличиваться.

Человечество слишком медленно подходит к пониманию масштабов опасности, которую создает легкомысленное отношение к окружающей среде. Между тем решение таких грозных глобальных проблем, как экологические, требует неотложных энергичных совместных усилий международных организаций, государств, регионов и общественности.

Одно из направлений для решения экологической проблемы, и может быть в перспективе — самым важным из всех, является формирование в обществе экологического сознания, понимания людьми природы как другого живого существа, над которым нельзя властвовать без ущерба для него и себя. Экологическое обучение и воспитание в обществе должны быть поставлены на первое место. Экологизация общественного сознания, естественно, отстает от экологизации науки и культуры, но только в нем, по сути дела, и реализуется экологический потенциал общества, предопределяющий его экологическое благополучие. Единственный путь экологизации общественного сознания пропаганда экологических знаний. Как и любая другая, она должна вестись на научной основе и быть свободной от эмоциональных и субъективных предрассудков. Среди таких мощнейших видов пропаганды как

телевидение и кино, существуют и другие виды пропаганды в культуре и искусстве, например дизайн в частности дизайн одежды.

Дизайн одежды – область, которая очень стремительно отреагировала на потребность сознательного подхода к проблеме экологии. Ведь одежда имеет не только эстетическое, но и непосредственно физиологическое воздействие на человека. Поиск новых материалов, новые методы натурального окрашивания тканей, использование переработанных волокон в ткачестве, восстановление традиционных ремесел, применяемых в производстве одежды – все это уже давно переросло из непопулярной теории в стабильную и повсеместно применимую практику под общим определением эко-дизайн.

Безусловно, мода, как одна из областей популярной культуры, оказывает огромное влияние на своих преданных почитателей – именно поэтому, модная индустрия очень часто используется дизайнерами в качестве трибуны, где любой манифест будет услышан и принят на вооружение. На протяжении столетий мода напрямую отражала социально-экономическую ситуацию, будь то роскошь ампира или аскеза времен реформации.

И теперь уже совершенно очевидно, что раз мода всерьез и надолго заговорила на «зеленую» тему, то это нечто большее, чем удачный маркетинговый ход.

Эко-дизайн – это долговременный устойчивый тренд, который направлен на осознание человека неотъемлемой частью экосистемы, влияющей своим выбором и на состояние экологии и как следствие на свое здоровье.

Эко-дизайн – направление в дизайне, уделяющее ключевое внимание защите окружающей среды на всём протяжении жизненного цикла изделия. В расчёт берутся, в комплексе, все стороны создания, использования и утилизации изделия. Эко-дизайн, наравне с очевидными и обыкновенными требованиями красоты, удобства и цены, уделяет особое внимание:

- Потреблению ресурсов при проектировании, изготовлении, использовании и утилизации.
- Происхождению материалов. В расчёт берётся множество аспектов, начиная с защиты окружающей среды производителем (поставщиком) и заканчивая соблюдением прав работников на предприятиях, корректным отношением к фермерам и т.п.
- Безопасности в использовании изделия, отсутствии вреда здоровью, сведению к минимуму шумов, выбросов, излучения, вибрации и т.п.
- Простоте и безопасности утилизации, возможности повторного использования материалов с минимальным экологическим ущербом.

Эко-мода и эко-одежда – это новая область, которая только начинает активно развиваться в мире и представляет огромный интерес для будущего. Она предполагает новый менталитет, уважительное отношение к природе и человеку, разумное использование природных ресурсов.

В мире тема эко-моды становится все более популярной, многие дизайнеры стали выпускать линии экологичной одежды. Например, в Париже каждый год проходит Этический показ моды (Ethical Fashion Show), в котором принимают участие ведущие дизайнеры. В России тема эко-моды только начинает набирать популярность, но становится все больше российских дизайнеров, которые выпускают эко-линии или следуют экологическим стандартам в своей работе.

Эко-дизайн следует разделить на две большие группы по своему значению и функциям.

Первая группа - это вещи-изобретения или сигнализаторы.

Чтобы привлечь внимание людей, погружённых в повседневные заботы, дизайнеры то и дело изобретают что-нибудь новое: украшают травой всё, до чего дотянутся руки, оснащают солнечными батареями всё вплоть до пуговиц – эти вещи призывают экономно расходовать ресурсы, использовать натуральные средства и т.п.

Чтобы высказать свои опасения о вреде чрезмерных концентраций выхлопных газов на улицах, «умелые руки» начали оснащать обычную одежду креативными индикаторами загрязнений. На ежегодной выставке «Bright Green Expo» в Копенгагене собираются дюжины дизайнеров, работающих над техническими проектами, результатом которых становится уникальный и радующий взгляд синтез моды и зелёных технологий. Именно здесь группа создателей «Diffus» представила своё дизайнерское решение – экологичное платье «Climate», оснащённое сотнями LED-лампочек, микропроцессором и детектором углекислого газа, прячущимися за стильной кружевной вышивкой.

На неделе дизайна в Нью-Йорке молодой дизайнер Хана Мари Ньюмен преподнесла публике необычный сюрприз – настоящую социальную провокацию в виде прозрачного платья-скафандра. Основная функция модного «противогаза» - защищать своего обладателя от токсичной среды крупных городов, включая родной мегаполис Ханы. «Платье» дизайнер оснастила кислородным баком, функционирующим наподобие фильтра: поступающий внутрь конструкции воздух очищается и преобразуется в чистый.

Ко второй группе стоит отнести изделия отвечающие следующим принципам:

1. Большое внимание к здоровью людей и состоянию окружающей среды при производстве. Забота об улучшении жизни и условий труда людей, уважение к труду и достойная его оплата.

2. Уважительное отношение к культурному разнообразию и традициям разных народов. Эко-мода способствует сохранению и восстановлению традиционных техник, используемых в создании одежды у разных народов, таких, как вышивание, ткачество, вязание, плетение и др.

3. Сертификация тканей специальными организациями. На тканях, продаваемых в России, можно найти специальные значки европейских организаций.

4. Одежда, произведенная в концепции 3R: reuse, reduce, recycle т.е. повторно используй ткани, сокращай отходы и перерабатывай.

5. Отказ от использования тканей животного происхождения, таких как мех, все виды кожи, слоновая кость, китовый ус, конский волос и др.

6. Использование легко-восстанавливаемых ресурсов для производства тканей: быстрорастущий бамбук, крапива, водоросли, эвкалипт, конопля

7. Разумный расход материалов в производстве – экономичный крой, использование выпадов кроя в изготовлении сопутствующих коллекции аксессуаров.

Несомненно, можно сказать, что объединение нескольких этих принципов можно отнести к ныне модному термину «хенд-мейд», что переводится, как сделано руками. Поэтому под этим термином подразумевается продукция, изготовленная руками человека.

Мир хенд-мейда вмещает в себя и философию, и четкий математический расчет, вдохновение и эрудицию, полет фантазии и строгие правила, новшества моды сегодняшнего дня и глубины классики. Хенд-мейд – это творческая реализация, глоток свежего воздуха, способ выразить свою индивидуальность. Керамика, валяние из шерсти, вышивка и вязание, всевозможные поделки из камня, стекла, полимерной глины, дерева или кожи, мягкая игрушка, настенные панно из природных материалов, дизайнерские платья и аксессуары – все это хенд-мейд.

Занимаясь хенд-мейдом, человек способен не только реализовать себя как личность, но и способствует сохранению и восстановлению народных промыслов, используемых в создании одежды. Это старинные знания, которые передаются по наследству из поколения в поколение, такие, как ткачество, вышивание, вязание, плетение, крашение и другие. Сегодня такие техники исчезают. Хенд-мейд и эко-мода в целом занимаются их сохранением и возрождением.

Количество брендов, выпускающих эко-одежду в Европе и Америке, исчисляется десятками, то в России единицами. Это направление наши дизайнеры только начали осваивать. Собственно показ Первой Русской Недели Эко-моды состоялся 5-10 июня 2012 года.

В жизни крупного города, в рамках данной проблемы, можно предложить вниманию проект, в рамках джинсовой модной «вторичной одежды». Наверняка, у каждого современного человека в гардеробе имеется пара старых джинсов или ветровок, теперь их не нужно выбрасывать, теперь из них можно создавать совершенно новые и модные образы. Данный проект уже начал воплощаться в жизнь, и первая модель была представлена на конкурсе «Dress code», который проходил 3 ноября 2012г. в городе Красноярск, где модель заняла второе призовое место.

В рамках данного проекта, хотелось бы предложить создание в нашем городе специальной студии-мастерской, куда люди могли бы приносить свои старые вещи и где дизайнеры создавали бы из этих вещей новую и современную одежду для их владельцев. Для успешного внедрения и развития данного проекта необходимо рассмотреть 4 основных фактора (4 пи маркетинга): продукт (product), цена (price), распространение (place), продвижение (promotion).

Во-первых, продуктом данной студии будет являться услуга по изменению старых вещей в новые, современные и комфортные изделия.

Во-вторых, цена данной услуги будет составлять только работа. Также необходимо проводить акции с введением скидок, и предложение бесплатной подарочной продукции.

В-третьих, место распространения данной услуги. В начале деятельности, предприятие должно иметь большую доступность для населения, с большим трафиком. Данным критериям отвечают торгово-развлекательные центры нашего города. Поэтому, для открытия данной студии хорошо подходят такие центры. Для дальнейшего развития данной услуги необходимо открытие филиалов в каждом районе города.

Четвертое – завершающее – продвижение. Для этого стоит использовать все возможные средства продвижения. Широкая массовая реклама, в особенности, интернета и других интерактивных медиа, а также узкоспециализированных СМИ. Проведение PR-кампании, которые должны стать одним из основных инструментов продвижения услуг.

Благодаря этим четырем факторам люди будут заинтересованы данным проектом, мало того, клиенты будут понимать о значимости и важности своих поступков, о том, что благодаря их заказам и обращению в данную студию, они принимают участие в, сокращении производства синтетических материалов и изготовлению вредной некачественной одежды. Все это можно считать существенным вкладом в развитие экологической культуры.

И в завершении хотелось бы сказать, что в России тема эко-одежды и эко-моды только набирает обороты. Эко-одежда - увлекательная тема для привлечения интереса людей к творчеству российских дизайнеров, которые работают в этом направлении. Поэтому необходимо чтобы государство поддерживало формирование эффективной системы пропаганды идей устойчивого развития и создание соответствующей системы воспитания и обучения к этичному и здоровому образу жизни.

<http://ecamir.ru/successstories/>

<http://ustoj.com/Russian.htm>

<http://www.dissercat.com/content/vliyanie-ekologicheskikh-faktorov-na-allergicheskuyu-zabolevaemost-detskogo-naseleniya-rossi>

<http://ecology-portal.ru/publ/1-1-0-34>

<http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/handmade.htm>

<http://www.bemeto.ru/eco-clothing>