

Научный журнал «Костюмология» / Journal of Clothing Science <https://kostumologiya.ru>

2021, №4, Том 6 / 2021, No 4, Vol 6 <https://kostumologiya.ru/issue-4-2021.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/11IVKL421.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Толмачева, Г. В. Формирование базового гардероба как аспект концепции осознанного потребления / Г. В. Толмачева, Т. Ю. Иванова // Костюмология. — 2021. — Т. 6. — № 4. — URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/11IVKL421.pdf>

For citation:

Tolmacheva G.V., Ivanova T.Yu. Formation of a basic wardrobe as an aspect of the concept of conscious consumption. *Journal of Clothing Science*, 4(6): 11IVKL421. Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/11IVKL421.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 7.05

Толмачева Галина Васильевна

ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет», Омск, Россия
Профессор

E-mail: galina_dk@mail.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=714204

Иванова Татьяна Юрьевна¹

ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет», Омск, Россия
Магистрант

E-mail: taiana@yandex.ru

Формирование базового гардероба как аспект концепции осознанного потребления

Аннотация. Статья посвящена выявлению принципов и закономерностей в качественном и количественном составе ассортимента одежды, присутствующего в базовом гардеробе современной женщины с точки зрения соответствия принципам осознанного потребления. Охарактеризованы такие аспекты осознанного потребления как повторное использование вещей, переработка одежды, цифровизация модной индустрии, которые являются частью современного экодизайна. Развитие разумного, осознанного потребления как части запроса общества на защиту окружающей среды. Изучены исторические предпосылки возникновения принципов формирования базового гардероба: минимализм, как способ упрощения ношения женской одежды и современное стремление к нейтральности и утилитарности, влияние конструктивизма на стремление моды к комфорту, трансформация и размытие гендерных различий в одежде, минимизация количественного состава ассортимента при больших возможностях комбинирования актуальных образов. Проведено исследование методом анкетирования при помощи социальных сетей и сервиса Googl-формы, по результатам которого был проанализирован качественный и количественный состав ассортимента одежды, присутствующего в гардеробе современной женщины. Даны понятия «базовый гардероб», «Рабочая зона гардероба». Изучены скорость и способы обновления одежды рассматриваемой аудитории. Выявлены стилевые предпочтения в одежде исследуемой аудитории, цветовое наполнение ассортиментного состава гардероба и влияние этих характеристик на возможности комбинирования одежды. Сделаны выводы о том, что наличие функциональных комплектов для разных случаев при минимуме количественного состава, позволяет современной женщине

¹ https://www.instagram.com/tan_iva_nova

реже приобретать одежду и соответственно вкладывать денежные средства в более качественные и дорогие вещи, что соответствует стремлению к рациональному подходу в формировании гардероба и заинтересованности к снижению негативного влияния модной индустрии на окружающую среду.

Ключевые слова: осознанное потребление; базовый гардероб; функциональность; минимализм; рабочая зона гардероба; комбинирование одежды; экология; окружающая среда

Введение

В последние несколько десятилетий развитие информационных технологий привело к беспрецедентному ускорению процессов производства текстильной промышленности и доступности новейших трендов в одежде для массового потребителя. Резкий рост «fast fashion» стал причиной многих негативных тенденций. Предприятия производят одежду и обновляют ассортимент несколько раз в сезон. Стремительное развитие технологий и снижение себестоимости за счет качества материалов и дешевой рабочей силы приводит к невероятному снижению цены итоговой продукции. Из-за низких цен люди стали иначе покупать и носить одежду. Они чаще покупают вещи в больших количествах и быстро выбрасывают их, потому что мало их ценят [1]. Что, с точки зрения экологии, усиливает неблагоприятное воздействие текстильной промышленности на окружающую среду. При этом большая часть произведенной продукции не успевает быть проданной до выхода новой коллекции, что приводит к необходимости утилизировать ее. Однако, современное общество постепенно пересматривает свои приоритеты в потреблении. В ответ на резкое ухудшение качества окружающей среды, являющегося следствием кризиса перепроизводства и перепотребления в модной индустрии, возникает понятие экологического дизайна как направления в дизайне, уделяющего основное внимание защите окружающей среды на всём протяжении жизненного цикла изделия. Экодизайн, вместе с понятными и естественными требованиями эстетики, комфорта и цены, уделяет особое внимание потреблению ресурсов, происхождению материалов, безопасности использования изделия, простоте и безопасности утилизации [2]. Прикладываемые активистами и международным сообществом усилия по распространению информации об экологических, социальных и этических проблемах приводят тому, что в современном обществе активно развивается экологическое мышление, продвигаются понятия «осознанное потребление», «устойчивое развитие». Осознанность все больше проникает в повседневную жизнедеятельность людей. Участники модной индустрии пробуют проектировать продукцию и перестраивать свое производство с учетом устойчивого развития и снижения экологического вреда окружающей среде. А потребители все чаще при принятии решения о покупке ориентируются на рациональность формирования своего гардероба. На сегодняшний день существуют разные подходы к осознанному потреблению одежды: переработка, вторая жизнь одежды, цифровая мода, формирование базового гардероба. Все они существуют одновременно и могут использоваться потребителями как по отдельности, так и в сочетании друг с другом. И если с точки зрения производителя осознанностью может считаться актуальность дизайна, использование экологических материалов, качество производимой продукции и возможности приема и переработки одежды после ее использования, то осознанность потребителя — это стремление к максимально длительному использованию приобретенной вещи и осознанный подход к ее утилизации. С точки зрения потребителя, быстрая смена модных тенденций влечет потребность в поиске оптимального решения для того, чтобы выглядеть модно и современно и при этом, учитывая все большее распространение среди обычных людей озабоченности экологической обстановкой, не обновлять гардероб несколько раз в сезон. Решением для удовлетворения такой потребности может стать именно формирование базового гардероба для нужд каждого человека.

Цель исследовательской работы — выявление принципов, основных характеристик, закономерностей и ассортиментного состава базового гардероба современной женщины. Анализ данных закономерностей может являться основой для рекомендаций дизайнерам и предприятиям текстильной промышленности с целью производства востребованной продукции с учетом стремления потребителей к осознанному использованию одежды.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

1. Охарактеризовать аспекты концепции осознанного потребления как части экологического дизайн.
2. Проследить взаимосвязь экомоды и формирования базового гардероба.
3. Изучить исторические предпосылки возникновения принципов формирования базового гардероба.
4. Проанализировать качественный и количественный состав ассортимента одежды, присутствующего в гардеробе женщин.
5. Изучить скорость и способы обновления одежды современной женщины.

Аспекты концепции осознанного потребления

Тема сохранения окружающей среды начала волновать общество в середине XX века. Первыми, кто стал привлекать к проблеме внимание, были отдельные активисты, немного позднее объединившиеся в общественные организации. На сегодняшний день осознанное потребление, забота об окружающей среде в развитых странах стала нормой жизни и не воспринимается как ограничение свободы [3]. Современная модная индустрия при производстве одежды уделяет внимание не только непосредственно дизайну, но и вопросам sustainable (устойчивости) — экологичности, этичности и ответственному потреблению. Многие марки под актуальностью одежды подразумевают, наряду с дизайном, соответствие требованию экологической рациональности [4].

Исследования выделяют несколько экологических направлений в проектировании и производстве одежды: визуальные символы, возрождение этнических ремесел, переработка вторичного сырья (upcycling), переработка отходов производства (recycling), эко-friendly производство, разумное потребление [3]. Здесь же необходимо отметить резкое развитие цифровизации процессов в модной индустрии, которые позволяют снижать нагрузку отрасли на окружающую среду.

Огромное количество, хорошей, качественной одежды в новом или почти новом состоянии уже существует. *Повторное использование вещей* — это, один самых простых способов снижения нагрузки на экологию. Еще несколько лет назад покупка одежды в секонд-хенде считалась необходимостью для малоимущих слоев населения. Однако сейчас ситуация кардинально меняется. Наряду с обычными магазинами формата сэконд-хэнд, где много одежды, купленной «на вес», существуют и более камерные пространства как офлайн, так и онлайн, в социальных сетях, где увлеченные люди находят и продают действительно эксклюзивные, очень качественные и стильные как брендовые, так и без маркировок вещи. Как способ продления жизни вещей и осознанного потребления также сейчас выступает совместное использование одежды: аренда одежды, аренда по подписке. Чаще всего такие сервисы используются для использования одежды для какого-то случая: торжество, корпоратив, свадьба и тому подобное. Акцент производителя на применение экологического дизайна при проектировании вновь создаваемой продукции позволит продлить жизнь этой одежде, давая

возможность принять ее обратно для ресейла или переработки и, соответственно снизить потребление модной индустрией первичных ресурсов планеты.

Следующим аспектом осознанного потребления, когда уже нет возможности использовать одежду в первоначальном виде, является *переработка одежды*. В период переосмысления обществом отношения к себе и к окружающему миру, возродилась традиция переработки вещей, теперь уже с акцентом на осознанность, экологию и снижение потребления. В связи с этим, появились такие современные термины как ресайклинг, даунсайклинг, апсайклинг.

Ресайклинг в буквальном переводе с английского — это «повторный цикл», подразумевает полную переработку сырья с целью создания новых предметов. Для этого требуется специальное оборудование и особые технологии. При переработке получается новое сырье, из которого может быть изготовлено изделие с похожим или полностью иным функционалом [5] Из переработанного пластика, к примеру, изготавливают обувь, текстильные волокна, которые добавляют к натуральным вместо первичных синтетических волокон. Активно этим занимаются такие крупные марки как North Face, GANT, Nike, Adidas, Patagonia и многие другие.

Даунсайклинг (англ. down — вниз, понижать) — переработка изделий повторно, но при этом ценность нового изделия понижается, часто их уже невозможно переработать во что-то новое. Например, одежда измельчается до регенерированного волокна и используется для производства строительных материалов или в качестве набивки для мебели, мягких игрушек, курток. Такой переработкой одежды занимается, в частности, Фонд «Второе дыхание».

Апсайклинг — это повторное использование готового материала без попыток его переработать, это доработка, переизобретение, попытка увидеть новые формы в уже существующих [5] Дизайнеры используют для создания своих проектов уже бывшие в употреблении вещи, пришедшие в негодность, или так и не проданные, хранящиеся на складах, а также остатки материалов от произведенной продукции и преобразуют их в нечто совершенно иное, привлекая тем самым внимание общественности к экологическим проблемам. Еще 3–5 лет назад такими экспериментами занимались, в основном, молодые бренды. Например, бренд Марии Казаковой, финалистки престижного конкурса молодых дизайнеров LVMH Prize «JАНКОУ», известный двумя яркими проектами: выпускной работой Марии The Displaced и коллаборацией с Puma [6]. Крупные бренды до недавнего времени не очень стремились поддержать этот тренд. Но ограничения, возникшие в 2020 году из-за пандемии, привели к тому, что многие дизайнеры отказались от привычной схемы заказа новых тканей и обратились к материалам, которые были под рукой. Так, бренд JW Anderson запустил капсульную коллекцию Made in Britain: она состоит из шести изделий, сшитых из остатков тканей коллекций прошлых сезонов. Такие бренды, как Balenciaga (с их мохнатым пальто из «шнуркового меха»), Marni (вспомним верхнюю одежду, созданную из кусочков «старых» вещей и тканей с помощью техники лоскутного шитья) и Coach (переделанные сумки прямиком из 1970-х), и многие другие не побоялись экспериментов с повторным использованием материалов [7].

Одновременно с развитием возможностей продления жизни существующей одежды активно развивается *цифровая мода*. Стремительное развитие цифровых технологий невероятно расширяют возможности модной индустрии и позволяют минимизировать экологический след всей отрасли. Цифровая мода упрощает и ускоряет производство новых коллекций, оптимизирует многие процессы проектирования, увеличивает количество возможных путей повышения экологичности цикла производства одежды. Путь от идеи до размещения цифровой вещи в социальных сетях занимает всего один день. Традиционным способом, чтобы сделать прототип, необходимо заказать материалы, изготовить пробную

партию, которая будет занимать пространство на складе или в магазине. С цифровой одеждой производственный цикл может оказаться намного экологичнее, потому что сначала марка выпускает диджитал-коллекцию, а потом уже отшивает самые актуальные модели, которые поступят в продажу [8]. Цифровое проектирование, конструирование и 3D-визуализация моделей сокращает время дизайнеру и конструктору, и используемые при этом материалы. Визуализация всей коллекции перед запуском, например, создание цифрового лукбука или даже цифрового показа, дает дополнительные возможности продвижения продукции, вероятность получения предзаказов на данном этапе минимизирует риск излишнего выпуска продукции и способствует снижению товарных остатков. Таким образом, цифровизация процессов в модной индустрии способствует стремлению отрасли к устойчивому развитию и минимизации негативного воздействия на окружающую среду.

Экологический дизайн с характерной для него ориентацией на заботу об окружающей среде, экономией материальных ресурсов, разумным потреблением и рациональным шопингом оказал существенное влияние на упрощение предметов одежды и сокращение используемого ассортимента при формировании гардероба потребителем [9]. Это стало дополнительным фактором распространения популярности *базового гардероба* у современных женщин. Одновременно с этим, к необходимости упрощения одежды, в частности снижения затрат времени на ее выбор, комплектование и способов надевания, приводит ускорение ритма жизни современного человека. Тенденции в моде изменились в сторону рационализации и униформизации. Потребитель старается минимизировать данные затраты, жить и передвигаться с максимальным комфортом. Поэтому в реальности большинство людей выбирают удобную одежду, которая позволяет не думать о ней все время, не стремиться к постоянному обновлению гардероба, а покупать новые вещи по мере изнашивания. Оптимальным решением, с этой точки зрения, становится формирование базового гардероба как ограниченного количества качественных, универсальных вещей, идеально сочетающихся между собой, дополняемых модными сезонными новинками, остающиеся актуальными в течение длительного периода времени [3].

Исторические предпосылки возникновения принципов формирования базового гардероба

XX век стал источником огромных изменений в мире, которые не могли не повлиять на все характеристики повседневной одежды и потребительского поведения человека в отношении одежды. Развитие науки и техники, мировые войны, революция в нашей стране, эмансипация и феминистическое движение, изменение отношения к гендерной идентичности, стремительное ускорение ритма жизни и информационных технологий, климатические изменения и осознание влияния на экологию человеческой деятельности и, наконец, текущая ситуация мировой пандемии. Все это самым кардинальным образом поменяло отношение общества в целом и конкретного человека в частности к формированию своего гардероба. Потребитель предпочитает покупать изделия, руководствуясь принципами функциональности, утилитарности, удобства и комфорта, уместности в любой ситуации, комбинаторности между собой и часто не обращает внимание к какому гендеру они относятся, ориентируясь при этом на сохранение окружающей среды.

Одним из источников функциональности и комфорта, как преобладающей тенденции в повседневной одежде, является *минимализм*. Потребность к упрощению способов ношения женской одежды возникла еще в начале XX века, что было связано с процессами эмансипации, все более активным участием женщин в общественной жизни. Строгие правила соответствия костюма времени дня и ситуации делали женщину зависимой от одежды. Первой концепцию минимализма в одежде реализовала Коко Шанель, создав своё «маленькое черное платье».

Нейтральное, с точки зрения цвета и формы, оно было уместно в любое время дня, в зависимости от дополняющих его аксессуаров [10]. В 1970-е годы появляются дизайнеры, также стремящиеся работать по принципам минимализма — К. Кляйн, Холстон, Дж. Армани. Однако в основу своей деятельности они ставят не многофункциональность вещи, а простые формы, спокойную цветовую гамму, комбинаторность и внесезонность, что делало одежду «фоном» для индивидуальности человека и существенно удлиняло срок актуальности вещей [10]. Таким образом, идеальная вещь, с точки зрения минимализма — та, которая долго не изнашивается, сохраняет актуальность с точки зрения формы и стиля, нейтральна не только по цвету, но и по форме, что допускает возможность ее дополнять аксессуарами, но и не вызывает «визуальной усталости».

Истоки принципа функциональности, целесообразности, утилитарности, использования одежды были заложены в 20-х годах XX века в Советском союзе конструктивистами. В России в 1920–1930-х годах производство костюма занимало основное место в дизайне. Октябрьская революция стирает классовую дифференциацию костюма и дизайн костюма начинает развиваться в условиях общей демократизации одежды [11]. Разрабатывается «прозодежда» (производственная одежда), как функциональная рабочая одежда. С точки зрения конструктивистов, одежда должна быть, в первую очередь, целесообразной и рациональной. Разработкой, а точнее «конструированием» нового костюма занимались Н.П. Ламанова, А.М. Родченко, В.С. Степанова, А.А. Экстер, Л.С. Попова, В.Е. Татлин, перед которыми стояла задача разработать удобную функциональную одежду для нового образа трудового человека. Конструктивизм, по существу, стал творческой лабораторией, где возникали новые идеи, разрабатывались новые методы проектирования, некоторые из которых реально воплотились в жизнь только спустя десятилетия, ими пользуются современные дизайнеры [12]. И образовал новую эстетическую систему социально-технических идеалов, где основными эстетическими принципами стали: целесообразность, утилитарность и функционализм [13].

Принцип удобства и комфорта в одежде постепенно формировался с ростом интереса к спорту, зародившемуся еще во второй половине XIX века. В России в прозодежде спортивная одежда выделялась отдельным направлением, поскольку в жизни трудящегося человека новой страны спорт играл очень важную роль. Главным требованием к покрою одежды для всех видов спорта В. Степанова, в своей статье «Костюм сегодняшнего дня — прозодежда», называет «минимум одежды и несложность ее одевания и ношения» [14]. В западном мире многие известные дизайнеры разрабатывали спортивную одежду и одежду для активного отдыха — Жан Пату, Мадлен де Раух, Рене Лакост и пр. [15]. Таким образом, можно сделать вывод, что в сознание людей проникает мысль об удобстве в одежде, делается акцент на ощущения, которые испытывает человек в одежде, особенно в повседневной жизни. Это значительным образом сказалось на дальнейшем стремлении моды к комфорту [15].

Существенным принципом формирования современного гардероба является гендерность одежды. Понятие «унисекс» появляется в середине XX века. Произошедшая в 1960-х годах сексуальная революция ярко обозначила намечавшуюся уже в начале XX века постепенную коррекцию гендерных стереотипов. В женском гардеробе все больше появляются элементов мужской одежды. В 80-е годы XX века усиливаются феминистическое движение. В связи с этим в женском гардеробе формы и силуэты обретают все большую маскулинность — деловые брючные костюмы, расширенная линия плеч. В начале XXI века происходит еще большая трансформация и размытие гендерных границ. Один из главных трендов современности — принятие любого гендера, самостоятельная гендерная идентичность и развитие гендерной нейтральности.

Если в конце XX века и первом десятилетии XXI унисекс-коллекции, выпускаемые дизайнерами (К. Кляйн, Х. Севиньи) сразу для обоих полов, выглядели экстравагантно и даже эпатажно, то сейчас массовая мода все больше стирает гендерные различия в одежде. Продаваемые модели имеют прямой или свободный крой, выточки часто отсутствуют, проймы более глубокие, в размерном ряду объединяются два и более размера [16].

В конце 80-х годов XX века, как реакция на избыточную визуализацию общества потребления, проявляются тенденции на снижение количества потребляемой одежды. В этот период многие дизайнеры создают свои коллекции ориентируясь как на упрощение визуальных образов, так и на максимальную функциональность каждой конкретной вещи в коллекции. Дизайн изделий в целом становится спокойным, молчаливым, незаметным, анонимным. В 1985 году дизайнер Донна Каран (Donna Karan) в первой коллекции своего бренда представила концепцию «7 простых вещей». В коллекцию входили: водолазка-боди, кожаный жакет или пальто, леггинсы или брюки, юбка, шифоновая блузка, костюм или жакет, удобное платье. Коллекция отвечала запросам времени и имела огромный успех и в этом же году Совет модных дизайнеров Америки объявил Донну модельером года. В следующих коллекциях бренда ассортимент менялся, однако концепция сохранялась — все вещи свободно комбинировались между собой, подходили для разных жизненных ситуаций. Впоследствии основной смысл этой концепции был заимствован дизайнерами и стилистами, которыми были разработаны различные списки и перечни универсальных предметов, сочетающихся между собой, необходимых для создания базового гардероба.

Принципы формирования базового гардероба отвечают всем запросам современного общества. Простой крой, нейтральная цветовая гамма универсальность предметов обеспечивают функциональность, утилитарность, комфорт в ношении и надевании, нейтральность гендерной идентификации, что позволяет быстро и не затрачивая больших усилий комбинировать вещи между собой, создавая большое количество актуальных в длительной перспективе комплектов при ограниченном количестве предметов одежды и аксессуаров. Такие принципы формирования гардероба отвечают запросу общества на защиту окружающей среды, и соответствуют требованиям экологического дизайна и осознанного потребления.

Методы исследования

Для достижения цели исследования и решения поставленных задач было проведено анкетирование при помощи социальных сетей и сервиса Google-формы. Опрос был проведен в июне 2020 года, выборка составила 41 человек. Тип выборки — случайная выборка. Особенность случайной выборки заключается в том, что все единицы генеральной совокупности имеют равную вероятность попасть в выборочную совокупность. Для проведения опроса была разработана анкета, включающая 13 вопросов как открытого, так и закрытого типа ([Приложение](#)).

Для целей исследования в структуре базового гардероба было выделено понятие «рабочая зона гардероба» — это предметы одежды, соответствующие сезону, размеру и образу жизни их обладателя, которые он надевает постоянно в ежедневной жизнедеятельности.

Результаты опроса

В опросе принимали участие женщины в возрасте от 25 лет (рис. 1).

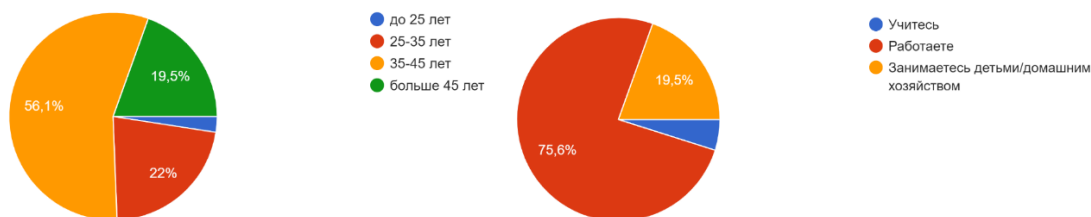


Рисунок 1. Возраст и род деятельности респондентов (составлено авторами)

1. В «рабочей зоне» гардероба опрошенных присутствуют в среднем 10–15 предметов одежды (наличие обуви и аксессуаров в опросе не учитывалось).

2. Ассортимент, который преобладает в гардеробах (текущий летний сезон):

- Джинсы — 82,9 %
- Футболки и майки — 75,6 %
- Блузки и сорочки — 63,4 %
- Платья — 41,5 %
- Юбки — 36,6 %
- Жакет/жилет — 36,6 %
- Брюки — 29,3 %
- Джинсовая куртка — 19,5 %
- Спортивный «второй слой» (толстовка, худи, лонгслив) — 14,6 %

3. Наличие вещей-дублеров (взаимозаменяемые предметы одежды, при смене которых комплект существенно не изменится). Вещами-дублерами в преобладающем количестве ответов являлись:

- Белые футболки / белые сорочки / майки, топы / водолазки
- Джинсы
- Классические брюки
- Юбки-карандаш

При этом в 41,4 % случаев респонденты ответили, что не имеют вещей-дублеров.

4. Реально за прошедшую неделю количество надеваемых предметов одежды (рис. 2):

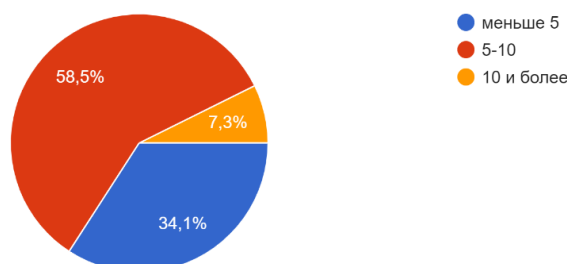


Рисунок 2. Распределение респондентов по количеству надеваемых предметов одежды (составлено авторами)

На диаграмме видно, что количество предметов одежды, надеваемых женщинами в повседневной жизнедеятельности, составляет не более 10 единиц, в 34,1 % случаев даже не более 5.

5. Предпочитаемый стиль в одежде (рис. 3):

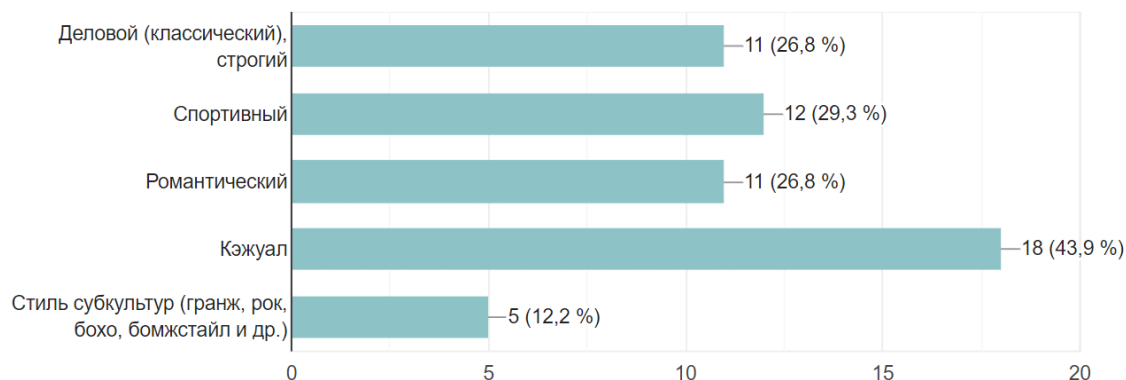


Рисунок 3. Распределение респондентов по предпочитаемому стилю в одежде (составлено авторами)

Наиболее предпочтительным стилем одежды респондентами назван свободный и комфортный стиль кэжуал. Деловой, спортивный и романтический имеют примерно равную популярность.

6. Длительность ношения вещей (рис. 4):

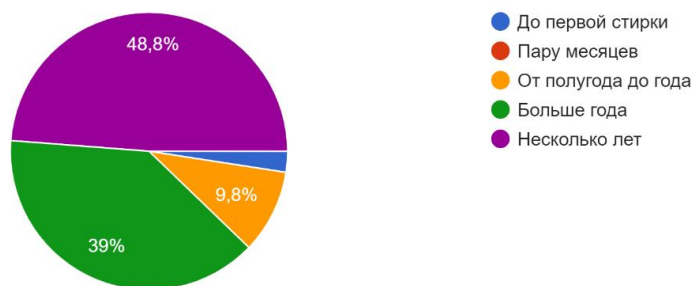


Рисунок 4. Распределение респондентов по длительности использования предметов одежды (составлено авторами)

Срок использования предметов одежды современными женщинами составляет год и более.

7. Частота приобретения вещей для «рабочей зоны» гардероба (рис. 5):

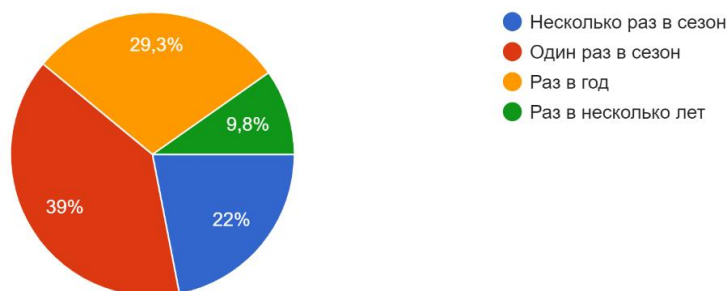


Рисунок 5. Распределение респондентов по частоте приобретения одежды (составлено авторами)

Наибольшее количество респондентов (39 %) приобретают одежду один раз в сезон и еще 29,3 % — один раз в год. При этом 22 % опрошенных приобретают одежду чаще — несколько раз в сезон.

8. Способы утилизации неиспользуемых предметов одежды (рис. 6):

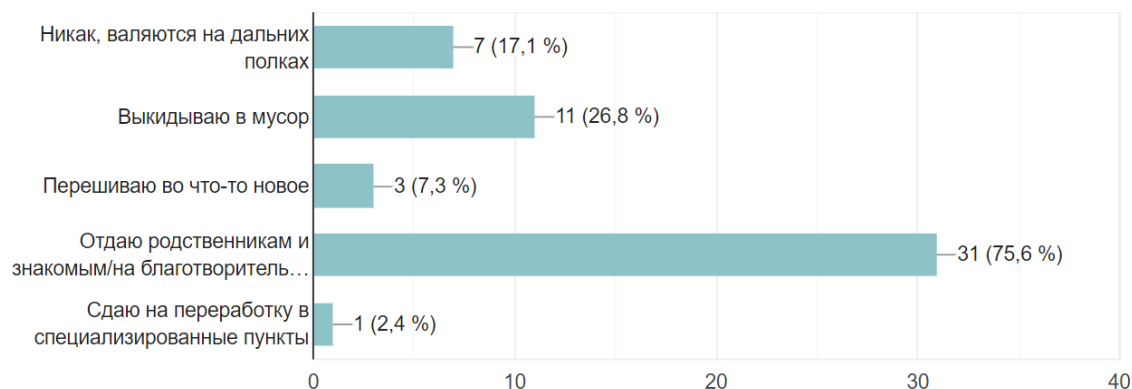


Рисунок 6. Распределение респондентов по способам утилизации неиспользуемой одежды (составлено авторами)

Большое количество опрошенных (в общей сложности 82,9 %) осознанно подходят к утилизации неиспользуемых вещей: 75,6 % передают предметы одежды тем, кому они нужнее, еще 7,3 % — перешивают во что-то новое.

9. Критерий выбора одежды: низкая цена или хорошее качество (рис. 7).



Рисунок 7. Распределение респондентов по критерию выбора одежды (составлено авторами)

Большая часть опрошенных (73,2 %) предпочитают более дорогие и качественные вещи.

10. Цветовое разнообразие ассортимента «рабочей зоны» гардероба.

- Белый — 78 %
- Синий — 61 %
- Чёрный — 48,8 %
- Бежевый — 24,4 %
- Красный — 19,5 %
- Светлые оттенки (розовый, голубой, фисташковый) — 19,5 %
- Зелёный — 12,2 %
- Коричневый — 12,2 %

Выводы

На протяжении XX века происходили значительные изменения в структуре ассортимента женского гардероба и отношения к одежде в целом. Процессы, происходившие в обществе в предыдущем столетии, такие как развитие минимализма, феминистические движения, трансформация и размытие гендерных границ, стремление к функциональности одежды, появление и развитие запроса общества на защиту окружающей среды получают развитие в наше время, что проявляется в тенденции систематизации и осознанности при приобретении и использовании предметов одежды. Данная тенденция связана со многими факторами, в частности с развитием функциональности, рациональности и утилитарности одежды и отношения к ней, а также объективными факторами влияния модной индустрии на экологическую обстановку и с субъективными факторами потребителей, стремящихся к комфорту в ношении одежды и при этом желающих выглядеть модно и современно, не затрачивая для этого большого количества временных и финансовых ресурсов.

В последней трети XX века появились различные списки и перечни необходимых для полноценного гардероба вещей, отличающиеся друг от друга незначительно, имея при этом единую концепцию, которая заключается в том, что при наличии минимального количества простых и функциональных предметов одежды, женщина может иметь большое количество комплектуемых образов, не теряющих свою актуальность длительное время.

При проведении исследования методом анкетирования было выявлено, что современные женщины 25 лет и старше, проживающие в г. Омске, в повседневной жизни предпочитают удобную, комфортную и функциональную одежду, относимую к современному стилевому направлению кэжуал, который сочетает в себе элементы спортивного, делового и романтического стилей. Цветовое наполнение ассортимента гардероба имеет спокойные нейтральные характеристики. Поскольку исследование проводилось в летний период, основным цветом респондентами назывался белый. Среди других оттенков были названы синий, черный, серый, бежевый и светлые пастельные цвета. Такие оттенки легко сочетаются и создают красивые спокойные цветовые палитры, что позволяет любой женщине без специальных знаний комбинировать вещи между собой.

Обязательным атрибутом в гардеробе большинства респондентов оказались джинсы и футболки, что соответствует предыдущему выводу. В зависимости от ситуации джинсы и футболка дополняются жакетом для более строгих случаев или распашным плечевым изделием спортивного или джинсового стиля для более расслабленных образов. При комбинировании джинсов с сорочками, блузами или топами получают более романтические комплекты. Если же в вышеперечисленных случаях с топами, сорочками, блузами и жакетами джинсы заменить на классические брюки или юбку, получится комплект, соответствующий строгому офисному дресс-коду.

Наличие в гардеробе достаточного количества функциональных комплектов для разных случаев позволяет современной женщине реже приобретать одежду и соответственно вкладывать денежные средства в более качественные и дорогие вещи, что отражается на сроках использования одежды. Подавляющее большинство респондентов используют предметы одежды несколько лет, дополняя рабочую зону гардероба раз в год и реже. При этом количество постоянно используемых в повседневной жизни предметов одежды не превышает десяти единиц.

Достаточно большое количество респондентов (82,7 %) отметили, что дают своим вещам «вторую жизнь», отдавая их родственникам, знакомым или на благотворительность, а также перешивая во что-то новое. Развитие такой позиции в обществе позволит говорить о возможностях снижения негативной нагрузки модной индустрии на окружающую среду.

Таким образом, следует отметить, что результаты проведенного анкетирования подтверждают теоретические выводы о стремлении современных женщин формировать свой гардероб ориентируясь на принципы функциональности и утилитарности одежды, рациональности и стремлению к снижению негативного влияния модной индустрии на окружающую среду.

Данные исследования помогут ориентировать дизайнеров одежды в выборе ассортиментных групп, стилевых признаков, цветовых предпочтениях для проектной деятельности в соответствии с требованиями экологической рациональности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Флетчер К. Медленная мода — изменить систему // Теория моды: одежда, тело, культура. Выпуск 52., 2019.
2. Апалькова А.С. Экологизация потребления как одно из направлений в экодизайне одежды // В сборнике: Декада экологии. Материалы X юбилейного международного конкурса. 2016. С. 149–151.
3. Фот Ж.А., Старовойтова А.А. Эко-направления в дизайне одежды — как вектор инновационного развития швейного производства // Научный журнал «Костюмология», 2021 № 1.
4. Балланд Т.В., Сафронова И.Н. Экомода — мода сознательного потребления // Евразийское Научное Объединение. 2020. № 4–6(62). С. 428–431.
5. Ресайклинг, даунсайклинг, апсайклинг: в чем разница? [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://vtoroe.ru/2019/08/09/recycling-definitions/> (дата обращения: 16.12.2021).
6. Дядькина В., Что такое upcycling и почему это один из самых интересных модных трендов [Электронный ресурс] / В. Дядькина, — L'OFFICIEL, 22.11.17 — режим доступа: <https://www.lofficielrussia.ru/moda/upcycling-fashion/> (дата обращения: 16.12.2021).
7. Chan A., Как апсайклинг стал главным модным трендом [Электронный ресурс] / Amily Chan, Vogue, 25.11.2020, — режим доступа: <https://www.vogue.ru/fashion/kak-apsajkling-stal-glavnym-modnym-trendom> (дата обращения 16.12.2021).
8. Сырых А.В., Тимофеева М.Р. Инновационный контекст визуальных технологий в процессах проектирования и продвижения коллекций одежды // Научный журнал «Костюмология», 2020 № 3.
9. Сафронова И.Н., Балланд Т.В. Экомода — модный тренд или требование времени? // Дизайн. Материалы. Технология. Издательство: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна (Санкт-Петербург) Номер: 1(57) Год: 2020 С. 136.
10. Ермилова Д.Ю. Концепция минимализма в дизайне одежды — история и современность [Электронный ресурс] // Экономика и сервис / Economics & services. — 2019, № 13(4), — С. 42—51 — режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-minimalizma-v-dizayne-odezhdy-istoriya-i-sovremennost/viewer> (дата обращения: 02.10.2021).

11. Даниленко О.В. Формирование и развитие творческих концепций в советском дизайне одежды // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2016. № 59. С. 5–10.
12. Ермилова Д.Ю. Советский конструктивизм как творческая концепция в дизайне XX века // Сервис plus. Т. 11. 2017. № 3. С. 54–70.
13. Пунанова Ю.С. Эстетика конструктивизма в «Новом костюме» // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2015. № 4(66). С. 99–104.
14. Степанова В.Ф. Костюм сегодняшнего дня — прозодежда [Электронный ресурс] // Журнал «ЛЕФ» № 2, 1923 г. (апрель — май) — режим доступа https://lamanova.com/16_prozodezhda.html — Дата обращения 08.10.2021.
15. Зырянова А.Г., Тимофеева М.Р. Утилитарность и комфорт как новая эстетика XXI века // Научный журнал «Костюмология», 2020 № 3.
16. Шарипова Р.Г., Петросова И.А., Андреева Е.Г., Коробецкая Н.А. Исследование состава гардероба мужчин и женщин с позиции единства и направления «унисекс» // Научный журнал «Костюмология», 2020 № 4.

Tolmacheva Galina Vasil'evna

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

E-mail: galina_dk@mail.ru

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=714204

Ivanova Tatiana Yur'evna

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

E-mail: taiana@yandex.ru

Formation of a basic wardrobe as an aspect of the concept of conscious consumption

Abstract. The article is devoted to the identification of principles and patterns in the qualitative and quantitative composition of the range of clothing present in the basic wardrobe of a modern woman in terms of compliance with the principles of conscious consumption. Such aspects of conscious consumption as the reuse of things, the recycling of clothes, the digitalization of the fashion industry and the relationship of eco-design, the development of reasonable, conscious consumption as part of society's request for environmental protection and the formation of a basic wardrobe are characterized. The historical prerequisites for the emergence of the principles of the formation of a basic wardrobe are studied: minimalism as a way to simplify the wearing of women's clothing and the modern desire for neutrality and utilitarianism, the influence of constructivism on fashion's desire for comfort, transformation and blurring of gender differences in clothing, minimizing the quantitative composition of the assortment with great opportunities for combining relevant images. A survey was conducted using social networks and the Googl-form service, according to the results of which the qualitative and quantitative composition of the range of clothes present in the wardrobe of a modern woman was analyzed. The concepts of "basic wardrobe", "Wardrobe work area" are given. The speed and methods of updating the clothes of the audience in question are studied. The stylistic preferences in the clothes of the studied audience, the color content of the assortment composition of the wardrobe and the influence of these characteristics on the possibilities of combining clothes are revealed. Conclusions are drawn that the availability of functional kits for different occasions with a minimum of quantitative composition allows a modern woman to purchase clothes less often and, accordingly, invest in higher-quality and expensive things, which corresponds to the desire for a rational approach in the formation of a wardrobe and interest in reducing the negative impact of the fashion industry on the environment.

Keywords: conscious consumption; basic wardrobe; functionality; minimalism; wardrobe work area; clothing combination; ecology; environment

Приложение

Анкета

1. Вы знаете, что такое «базовый гардероб»?

Да

Нет

Что-то слышала

2. Сколько предметов одежды в «рабочей зоне» Вашего гардероба? («Рабочая зона» — это те вещи, которые вы носите постоянно, в ежедневной жизнедеятельности)? Какие они, перечислите, пожалуйста (например, 2 джинсов, 5 футболок, 1 юбка, 1 жакет, 1 блузка)

3. Есть ли у Вас вещи-дублиеры? (одинаковые вещи, например 3 белых футболки, 2 классических брюк и т. д.) Какие?

4. Сколько вещей Вы реально надевали за прошедшую неделю?

Меньше 5

5–10

10 и более

5. Какой стиль одежды Вы предпочитаете?

Деловой (классический), строгий

Спортивный

Романтический

Кэжуал

Стиль субкультур (гранж, рок, бохо, бомжстайл и др.)

6. Как долго Вы носите вещи?

До первой стирки

Пару месяцев

От полугода до года

Больше года

Несколько лет

7. Как часто Вы покупаете вещи для рабочей зоны гардероба?
Несколько раз в сезон
Один раз в сезон
Один раз в год
Раз в несколько лет

8. Как Вы "избавляетесь" от вещей, которые не носите?
Никак, валяются на дальних полках
Выкидываю в мусор
Перешиваю во что-то новое
Отдаю родственникам и знакомым/на благотворительность
Сдаю на переработку в специализированные пункты

9. Что Вы выберете?
Недорогую вещь на один сезон. Всё равно надоест
Качественную вещь подороже, которая будет долго носиться

10. Какие три основных цвета присутствуют в одежде вашей рабочей зоны?

11. Ваш возраст
До 25 лет
25–35 лет
35–45 лет
Больше 45 лет

12. Вид деятельности
Учитесь
Работаете
Занимаетесь детьми/домашним хозяйством

13. Город проживания