

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

2026, Том 11, № 2 / 2026, Vol. 11, Iss. 2 <https://kostumologiya.ru/issue-2-2026.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/16IVKL226.pdf>

5.10.3. Виды искусства (искусствоведение)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Ноздрачева, Т. М. К вопросу о социализации молодежи в области практик осознанного потребления / Т. М. Ноздрачева, Т. М. Щеглова // Костюмология. — 2026. — Т. 11. — № 2. — URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/16IVKL226.pdf>.

For citation:

Nozdracheva T.M., Shcheglova T.M. On the socialization of young people in the field of conscious consumption practices. *Journal of Clothing Science*. 2026;11(2): 16IVKL226. Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/16IVKL226.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 687.1:304.444

Ноздрачева Татьяна Михайловна

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет», Курск, Россия

Доцент кафедры «Дизайн и индустрия моды»

Кандидат технических наук, доцент

E-mail: noztat@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6984-846X>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=681380

Щеглова Татьяна Михайловна

ОГАПОУ «Старооскольский техникум технологий и дизайна», Старый Оскол, Россия

Преподаватель

Кандидат педагогических наук

E-mail: tatyana.sttd2014@yandex.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=947238

К вопросу о социализации молодежи в области практик осознанного потребления

Аннотация. В статье отмечается, что глобальные проблемы человечества, связанные с экологической нестабильностью, неустойчивостью экономических и социальных систем, могут быть разрешены лишь при реализации концепции устойчивого развития, предложенной Генеральной Ассамблеей ООН. В рамках этой концепции осуществляется и концепция устойчивой моды, направленная на долгосрочное использование ресурсов, социально ответственное и экологичное отношение к производству и потреблению вещей на протяжении всего жизненного цикла. Наиболее активно этот подход стал обсуждаться в связи с ростом массового производства и истощением природных ресурсов во второй половине XX века. Назрела необходимость перехода от чрезмерного потребления к осознанному потреблению. Авторы подчеркивают, что одним из важнейших элементов развития осознанного потребления является социальное доверие, становлению которого способствуют совместные усилия государства, бизнеса, образовательных учреждений и общества в целом. С целью выявления особенностей и тенденций потребительского поведения студенческой молодежи, составляющей значительную часть населения, и понимания ими концепции устойчивого развития моды авторами был организован социологический опрос. Он показал необходимость повышения эффективности просветительской работы и освоения практик осознанного потребления в индустрии моды. В работе подчеркивается значительный потенциал исторических техник, которые эволюционировали в зависимости от эпохи, отражая социальные, культурные и экологические изменения. В качестве примеров формирования осознанных потребительских

практик у студенческой молодежи представлены творческие работы, основанные на повышении долговечности изделий, применении апсайклинга, использовании элементов персонализации, фольклорных модулей, «эмоционально устойчивого» дизайна.

Ключевые слова: экологическая нестабильность; «быстрая мода»; устойчивое развитие; индустрия моды; осознанное потребление; социологический опрос; потребительские практики

Введение

В перечень современных глобальных проблем человечества и вызовов планетарного масштаба, решение которых требует объединения усилий всего мирового сообщества, входят вопросы, связанные с решением экологической нестабильности, удовлетворением социальных потребностей, с влиянием на демографические тренды, регулированием экономических процессов и др. Разрешением этих проблем занимаются как международные межправительственные, так и международные неправительственные организации. Так, Генеральной Ассамблеей Организации Объединённых Наций в 2015 были установлены и намечены для достижения к 2030 году цели и задачи в области устойчивого развития (ЦУР), призванные стать «планом достижения лучшего и более устойчивого будущего для всех» жителей Земли. Концепция устойчивого развития направлена на рациональное потребление ограниченных ресурсов и использование экологичных — природо-, энерго-, и материало-сберегающих технологий, на сохранение стабильности социальных и культурных систем, на обеспечение целостности биологических и физических природных систем.

Концепция ЦУР, включает в себя ряд взаимосвязанных целей, реализация которых в полной мере возлагается и на индустрию моды, в частности: качественное образование, обеспечение устойчивых моделей потребления и производства, снижение влияния на изменение климата и др.

В 2024 году прошел саммит BRICS+Fashion Summit, в результате которого была подписана декларация о создании «Международной модной федерации БРИКС», чьей целью, в том числе, является продвижение концепций устойчивой моды.

Индустрия моды — это сфера экономики, включающая в себя крупнейшие ресурсоемкие отрасли, технологические процессы которых оказывают негативное воздействие на окружающую среду: выбросы парниковых газов, значительное потребление и загрязнение водных ресурсов, большие объемы затрат электроэнергии, истощение природных ресурсов и др.

Усиливает отрицательное влияние на природу феномен «быстрой моды». В последние десятилетия ведущие ритейлеры (Inditex, H&M, Adidas, Melon Fashion Group, Lime и др.) приучили потребителя к частому обновлению гардероба по доступным ценам без реальной необходимости.

В результате приобретенные товары, не достигнув своего физического и морального износа, попадают на «свалку», возникает перепроизводство, нереализованная продукция, отходы, значительные экологические последствия. По данным Российского экологического оператора (РЭО), более 90 % потребительских текстильных отходов (старой одежды, спецодежды и домашнего текстиля) в России попадают на полигоны РЭО: на каждого россиянина приходится 16 кг отходов одежды ежегодно.¹

¹ РЭО: на каждого россиянина приходится 16 кг отходов одежды ежегодно.-Текст электронный // ППК «РЭО» 22 февраля 2024, [сайт]. URL (<https://reo.ru/news/tpost/ydifkras1-reo-na-kazhdogo-rossiyanina-prihoditsya?ysclid=mnvltvazi1708155146>) (дата обращения 9.06.2026).

В противовес концепции «быстрой моды» (fast fashion) появились движения, которые акцентируют внимание на долгосрочном использовании ресурсов, социально-ответственном и экологичном отношении к производству и потреблению вещей на всех этапах — от дизайнерской задумки до утилизации: устойчивая мода, циркулярная мода, экомода, медленная мода, зелёная мода. Эти концепции, имеющие разные акценты и подходы, объединяет направленность на снижение негативного воздействия модной индустрии на окружающую среду и общество, повышение долговечности продукции и ответственности всех участников производственного процесса и потребления.

Таким образом, изучение вопросов, связанных с реализацией концепции устойчивой моды, нахождением баланса между экономическим ростом, социальной справедливостью, ответственным потреблением ресурсов и охраной окружающей среды является *актуальной задачей*.

Цель исследования — рассмотрение современных подходов к проблеме устойчивого развития общества и путей их использования для социализации молодёжи в контексте осознанного потребления

Методы исследования

Методологической основой исследования послужил системный подход к изучению вопросов устойчивой моды и потребительских практик. Теоретическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых в области устойчивого развития.

Экспериментальная часть представлена социологическими исследованиями особенностей и тенденций потребительского поведения студенческой молодежи, понимания ими концепции устойчивого развития моды. Исследования проводились в виде онлайн-анкетирования с использованием Яндекс Формы, включающей в себя 10 вопросов, связанных с осознанным потреблением в индустрии моды. Анкета разработана авторами ([приложение 1](#)). В опросе приняли участие 80 человек, девушек и юношей в возрасте 16–28 лет (Юго-западный государственный университет, Старооскольский техникум технологий и дизайна), чье направление подготовки связано с проектированием объектов индустрии моды.

Результаты опроса позволили собрать первичные данные, необходимые для подтверждения целесообразности поставленной цели исследования.

Осознанное потребление как компромисс между изменчивостью моды и устойчивостью

Дискурс о необходимости снижения отрицательного влияния на природу стал значительным и системным с конца XX века, что связано с ростом производства, изменением потребительских привычек и осознанием экологических рисков, угрожающих биосфере. С масштабным ростом производства возникает и идея осознанного (ответственного, разумного) потребления, активно обсуждаемая в научных исследованиях. Осознанное потребление выступает в роли практик реализации концепции ЦУР.

Тренд обсуждений осознанного потребления связан с минимизацией негативного влияния на окружающую среду, сокращением использования вредных материалов при производстве и исключением излишнего потребления [1]. Осознанное потребление трактуется и как «модель потребительского поведения, суть которой заключается в отказе от ненужных покупок в пользу заботы о себе и окружающей среде, а также в игнорировании брендов, продвигающих аморальные идеи» [2]. Это и сознательное решение потребителей приобретать только продукты и услуги, с минимальным вредным воздействием на окружающую среду и здоровье человека, отказ от общепринятых ценностей потребительского общества и переход к приоритету этических ценностей устойчивого развития [3].

В рамках обсуждения концепции осознанного потребления рассматриваются и системы стратегий 4R и 5R, включающие следующие правила [4; 5]:

- отказ от ненужных товаров и услуг, особенно одноразовых;
- уменьшение объёма потребления;
- использование товаров многократно;
- сортировка отходов и их переработка для уменьшения количества мусора на свалках;
- превращение органических отходов в компост для использования в качестве удобрения.

Эти правила направлены на формирование новой потребительской культуры проэкологической направленности действий в общественных интересах устойчивого развития. Основным драйвером такой культуры потребления является экономия, поведение, ограничивающее необдуманные и ненужные траты [6].

Таким образом при рассмотрении вопросов, связанных с осознанным потреблением, основные акценты ставятся на такие направления, как, экологический, социальный, экономический, этический. При этом не требуется отказываться от инноваций, современных материалов и технологий. Необходимо найти баланс экологической устойчивостью и личными потребностями.

Изменения в потребительском поведении мотивирует социальное доверие, которое формируется на личном, сетевом, институциональном уровнях и является одним из важнейших элементов развития осознанного потребления [7].

Становление такого доверия — сложный процесс, который требует совместных усилий государства, бизнеса, образовательных учреждений и общества в целом. В качестве примера законодательных инициатив со стороны государства можно назвать Распоряжение Правительства РФ от 14 июля 2021 г. № 1912-р «Об утверждении целей и основных направлений устойчивого (в том числе зеленого) развития РФ», Федеральный закон от 31 июля 2025 года № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации», Стратегию государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года и др.

Примерами усилий со стороны бизнеса может служить шведская компания IKEA, внедрившая систему, при которой клиенты могут сдать старую корпусную мебель и получить кредит в магазине в зависимости от состояния изделия. В России известен бренд Vatnique, который специализируется на ресайклинге и апсайклинге. Дизайнеры Алексей Сорокин и Кирилл Ступченко реализуют два ресайкл-направления: капсула Recycle и программа Cyclique.

Капсула Recycle — это куртки, сделанные из уже существующих вещей: фланелевых рубашек с блошиных рынков или хлопковых полотенец. Cyclique — это программа, по которой клиенты бренда обменивают свои куртки на депозит на заказ новых.²

Бренд Дарьи Федуновой, апсайкл-проект, специализируется на вторичном использовании вещей с доработкой, переосмыслении старых предметов гардероба.³

² 8 принципов устойчивого развития: кейс VATNIQUE. — Текст электронный // журнал Beinopen [сайт]. URL: <https://beinopen.ru/article/vatnique?ysclid=mp8ccmr8n5106121783> (дата обращения 9.06.2026).

³ Федунова, Д. Бренд /DAS/. — Текст электронный // fashion.deziiign [сайт]. URL: <https://fashion.deziiign.com/project/bf373a75e7364fd1a43e192fd3289e23> (дата обращения 9.06.2026).

Образовательные инициативы по формированию осознанного потребления реализуются на разных уровнях — от школьных программ до масштабных проектов с участием бизнеса: интерактивный курс «Дневник эковолонтера», образовательная платформа «Зелёный курс» и др.

Сформировать осознанное поведение в отношении товаров индустрии моды особенно сложно, что связано с психологическими, социальными, экономическими и отраслевыми факторами. Мода — это не просто выбор предметов одежды, отвечающих господствующим стилям данного момента; это кратковременное господство или популярность каких-либо вкусов, прежде всего в одежде; периодическая смена образцов культуры, массового сознания и поведения⁴; это одна из знаковых систем, посредством которой происходит межличностная и межгрупповая коммуникация. Она служит одним из средств приобщения индивида к социальному и культурному опыту: отсюда её особое значение для молодёжи. Сегодня мода является мощным инструментом самовыражения и зачастую продиктована стремлением к одобрению и принятию той или иной группой социума.

В современной индустрии моды преобладает тренд «быстрой моды». Этот термин используется модными ритейлерами для обозначения быстрого обновления ассортимента определенной марки несколько раз в сезон. «Быстрая мода» сменила традиционную сезонную модель производства, когда мода диктовала жесткие правила и была доступна далеко не всем. В конце XX века бизнес стал искать новую модель массового производства, основанную на концепции быстрого реагирования на потребности потребителей в режиме реального времени, снижающую издержки и повышающую конкурентоспособность. основополагающие критерии «быстрой моды» — доступность и оперативность, в то время как качество продукта и условия его производства отходят на второй план.

Эта бизнес-модель стала возможна благодаря глобализации, современным технологиям и росту производства в странах Юго-Восточной Азии, что вызвало процесс тотальной вестернизации, унификации внешнего облика потребителя в мировом масштабе на базе евро-американского эстетического стандарта [8]. Такие люксовые (Dior, Chanel, Versace, Gucci, и др.) и массовые (Zara, H&M, Uniqlo, TopShop, Mango и др.) бренды присутствуют сегодня практически в любой стране. Причём в магазинах масс-маркета реализуются копии более дешёвых вариантов растиражированных модных трендов. Их дизайн рассчитан на низкую стоимость, простоту и быстроту изготовления; в них используются дешевые материалы и труд, они не требуют больших временных затрат и их можно выпускать большими партиями. В ответ на потребность покупателя в новизне каждые несколько недель в магазинах появляются вещи нового фасона, моментально скопированные с тех, что показывают на подиумах [9].

Ключевой характеристикой моды является динамизм, который характеризуется постоянным изменением и сменой тенденций, стремлением к новизне и скоротечности. В связи с этим достаточно трудно находить компромисс между быстро сменяющимися модными тенденциями и осознанным потреблением, одним из направлений которого является устойчивая мода.

Исследования в области устойчивой моды с целью реализации этой концепции обсуждаются активно в зарубежных и отечественных публикациях. Хейзел Кларк видит перспективу дальнейшего развития моды в «медленном» подходе, освобождающем ее от многих худших проявлений современной глобальной системы, в особенности от избыточности ее отходов и отсутствия заботы об окружающей среде [10]. Такой подход, по ее мнению, основан на пересмотре стратегий дизайна, производства, потребления, использования и

⁴ Гофман А.Б. МОДА // Большая российская энциклопедия. Электронная версия (2019); <https://old.bigenc.ru/philosophy/text/2221471> Дата обращения: 10.06.2026.

повторного использования, развивающихся параллельно глобальной системе моды и потенциально способных бросить ей вызов. «Медленные» подходы:

- побуждают к пересмотру существующей иерархии «дизайнера», «производителя» и «потребителя»;
- ставят под сомнение представление, что мода связана исключительно с новизной;
- оспаривают привязку моды к визуальному образу;
- показывают, что мода — выбор, а не предписание;
- подчеркивают фактор совместной работы, которая предоставляет возможность деятельности в первую очередь женщинам.

В работах В.В. Васильевой отмечается, что устойчивая мода предполагает замедление темпов обращения стиля, переработку материалов, обращение к экологическому стандарту и этике потребления [11]. Концепция основывается на идее экономической и социальной стабильности и ответственного использования природных ресурсов. Автор отмечает, что устойчивая система, несмотря на свою относительную стабильность, в той или иной форме воспроизводит механизм нового, смысл которого — в реорганизации и переоценке.

Одним из пунктов осознанного потребления является стремление к использованию качественных товаров, которые прослужат долгие годы. Исследователь моды и устойчивого развития Кейт Флетчер отмечает, что основополагающей идеей в области «дизайна для устойчивого развития» является «долговечность, которая дает нам больше возможностей воспользоваться потребительской ценностью изделия» [12]. Признавая, что идея достижения долговечности в моде проблематична и отказывает ей в ее сущности, ее постоянно меняющейся природе, автор, оперируя к нарративу, что мода по определению всегда соответствует своему времени и контексту, соглашается, что «социальные действия, включая поддержку идеи долговечности, также будут определять моду». При этом мода как система способна продлить срок службы одежды, если «рассматривать долговечность как результат деятельности, связанной с использованием одежды, приносящим удовлетворение» [12].

Стремление к «долговечности» продукции — это основа стратегий по снижению воздействия на окружающую среду. Неудивительно, что «долговечность» считается очевидным и логичным способом сократить экологический след продукции и повсеместно признана ключевым принципом стратегии ресурсосбережения. Кейт Флетчер, Анна Фицпатри рассматривают «долговечную» одежду как пространство для реализации разнообразных модных практик, которые, с одной стороны, не ограничены рамками европоцентричного экологического мышления, а с другой — предполагают более рациональный подход к моде» [13].

Противоречие между изменчивостью моды и необходимостью её устойчивости может быть разрешено через поиск баланса между динамичностью трендов и стабильностью, которая обеспечивает долговечность и практичность. Баланс может быть достигнут за счет:

- замедления темпов обновления;
- акцента на долговечность и качество;
- учёта экологических и этических стандартов;
- вторичной моды и апсайклинга;
- прогнозирования трендов с учётом устойчивости.

Таким образом осознанное потребление выступает компромиссом между изменчивостью моды и устойчивостью, предлагая равновесие между стремлением к новизне и заботой об окружающей среде, социальных аспектах и рациональном использовании ресурсов.

Эмпирические исследования потребительского поведения студентов

В медиапространстве всё чаще встречается информация о результатах социологических исследований, посвящённых осознанному потреблению. Это связано с растущим трендом на ответственное отношение к ресурсам, окружающей среде и здоровью, который формируется под влиянием экологических проблем, изменения климата и социально-экономических факторов.

Подходы к пониманию осознанного потребления, мотивы и практики у различных возрастных групп населения могут фокусироваться на различных аспектах и существенно отличаться, что связано с ценностными ориентирами, социальными и общественными побуждениями, жизненным опытом и другими факторами.

Студенты составляют значительную часть населения, обладающую своей системой ценностей и мотиваций, своими особенностями поведения, которые определяют и процессы потребления. Их исследование может служить воспитательным и управленческим целям.

С целью выявления особенностей и тенденций потребительского поведения студенческой молодежи, понимания ими концепции устойчивого развития моды нами был организован социологический опрос девушек и юношей в возрасте 16–28 лет (Юго-западный государственный университет, Старооскольский техникум технологий и дизайна). Исследования проводились в виде онлайн-анкетирования с использованием Яндекс Формы, включающей в себя 10 вопросов, связанных с осознанным потреблением в индустрии моды. В опросе приняли участие 80 человек.

На вопросы, касающиеся понятий «циркулярная» и «устойчивая мода», большинство студентов ответили утвердительно (соответственно 79 % и 86,5 %). Однако достаточно много студентов дали отрицательный ответ (соответственно 21 % и 13,5 %), что свидетельствует о необходимости усилить акцент на вопросах устойчивого развития в курсах изучаемых дисциплин образовательных программ (рис. 1).

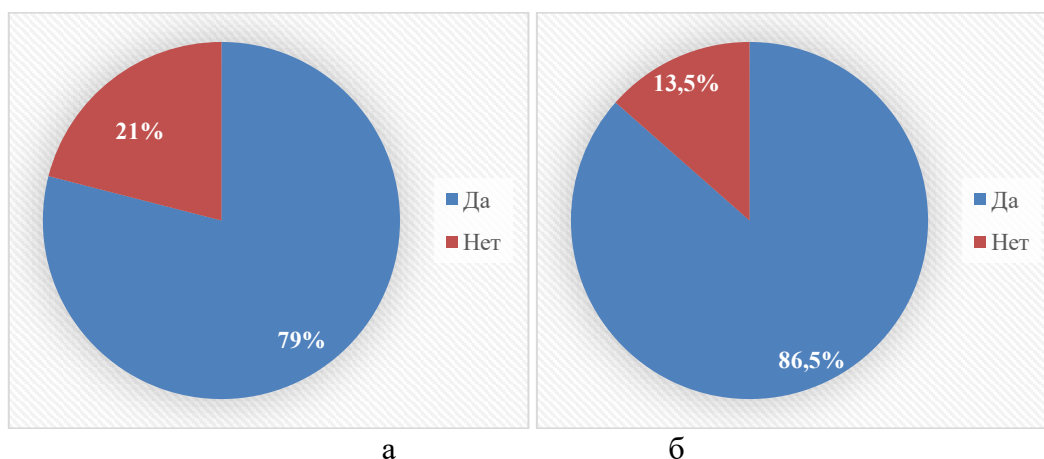


Рисунок 1. Понимание сущности моды:
а — циркулярной; б — устойчивой (составлено авторами)

Ответы на вопрос о смене своих потребительских практик в пользу экологических и этических норм разделились поровну между студентами, готовыми к трансформации своего потребительского поведения (47,8 %), и не имеющими твердой позиции (47,8 %). И лишь незначительная часть опрашиваемых высказалась отрицательно (4,5 %) (рис. 2). Полученные

результаты свидетельствуют о недостаточной сформированности системы убеждений и ценностей, которые бы определяли ответственное отношение к природе и этическим нормам потребления. Необходимо применять наиболее эффективные методы просвещения в образовательной деятельности и практический опыт укрепления мотивации к экологичному поведению.

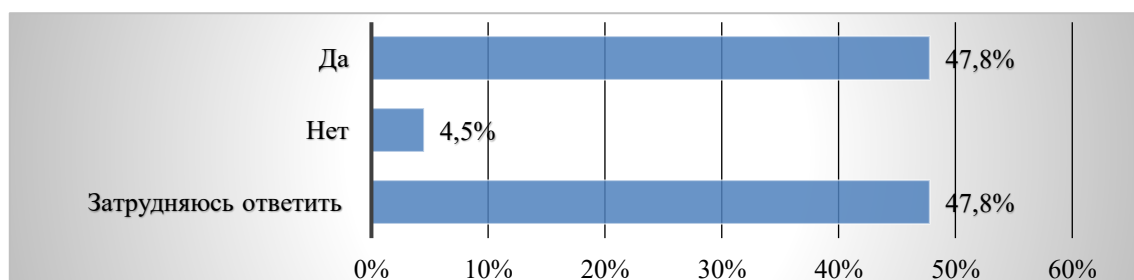


Рисунок 2. Готовность к смене потребительских практик в пользу экологических и этических норм (составлено авторами)

Анализ причин принятия решения о покупке товаров показал, что большая часть студентов (55,2 %) совершает запланированные покупки, и лишь незначительная-импульсивные (1,5 %) (рис. 3).

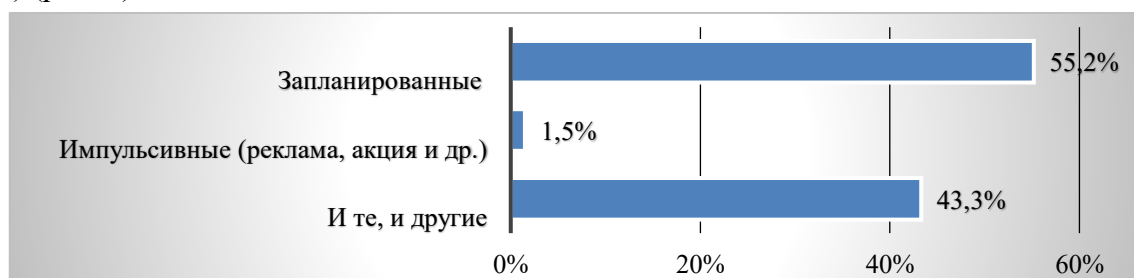


Рисунок 3. Виды покупок (составлено авторами)

Это говорит о присутствии в их поступках элементов осознанного потребления с учётом реальных потребностей. Запланированные к покупке товары обычно используются дольше, чем спонтанные, совершённые под влиянием эмоций, рекламы или импульсивных решений. Наличие достаточно большого числа респондентов, совершающих и запланированные, и незапланированные покупки (43,3 %), может говорить о воздействии в момент покупки различных психологических факторов (например, демонстрация статуса), эмоционального состояния (страх упущенной возможности, радость), социальных факторов (мнение референтных групп), экономических факторов (уровень дохода) и др. Полное избавление от импульсивных покупок — сложная задача, которая требует времени, самоконтроля и комплексного подхода.

Наличие у себя признаков избыточного потребления отмечают наименьшее число опрошенных — 16,4 %, в то время как отсутствие такового — 44,8 %, а затрудняются ответить на этот вопрос 38,8 % (рис. 4). Это можно отнести к положительным изменениям в потребительском поведении.

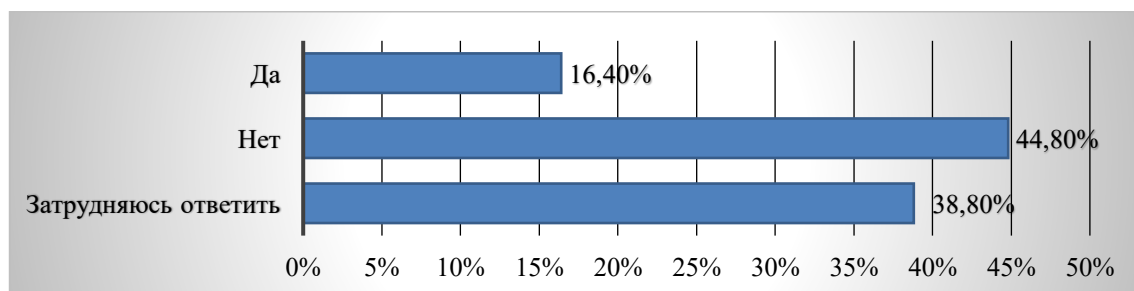


Рисунок 4. Наличие признаков избыточного потребления (составлено авторами)

Респондентов, готовых отказаться от следования тенденциям моды в пользу осознанного потребления, — 68,7 %, не готовых — 6 %, затруднившихся дать однозначный ответ — 25,4 % (рис. 5).

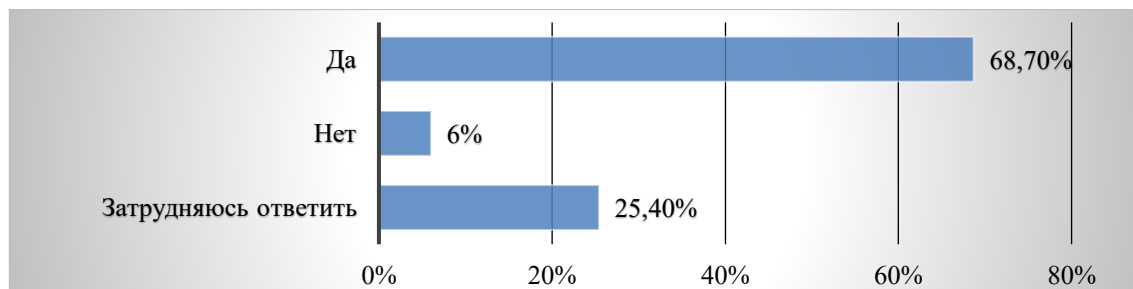


Рисунок 5. Готовность отказаться от следования моде (составлено авторами)

Такие ответы можно характеризовать как повышение уровня осознанности, изменение приоритетов в пользу качества и долговечности вещей, а не новизны трендов.

В некотором диссонансе с ответами на предыдущие вопросы оказались ответы на вопрос о выборе одежды с учётом экологичности материалов. Предпочитают модную одежду из масс-маркетов, невзирая на экологичность, — 46,3 %, стильную экологичную одежду из фирменных магазинов — 43,3 %, изготовленную самостоятельно из экологичных материалов — 10,4 % (рис. 6).

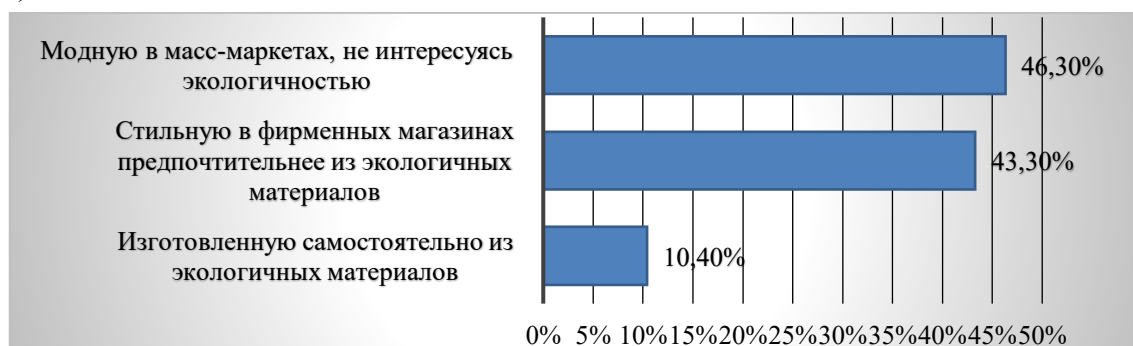


Рисунок 6. Учёт экологичности материалов при выборе одежды (составлено авторами)

Значительная часть опрошенных не придает существенного значения экологичности материалов, предпочитая модную одежду из масс-маркета, которая, как правило, имеет доступную цену, но не высокие качественные показатели. Тем не менее, значительная часть покупателей (53,7 %) предпочитает товары из экологичных материалов.

На вопрос о целесообразности хранения предметов гардероба, вышедших из моды, большая часть студентов ответила положительно: 47 % считают, что, возможно, они когда-нибудь снова войдут в моду, 51,8 % считают, что их можно носить дома. Только 1,2 % опрошенных не хранят вышедшие из моды вещи (рис. 7).

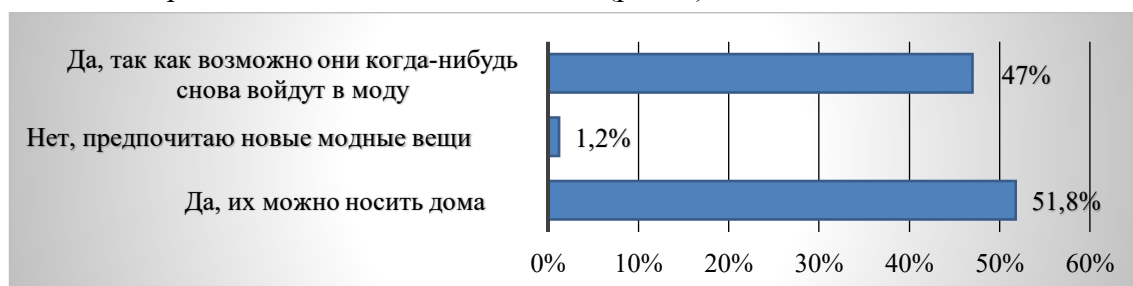


Рисунок 7. Целесообразность хранения предметов гардероба, вышедших из моды (составлено авторами)

Полученные результаты говорят в пользу осознанного потребления, о вдумчивом подходе к использованию вещей, который предполагает продление их срока службы, сокращение отходов и ответственное отношение к ресурсам. На вопрос о способах использования старых предметов гардероба 12 % студентов ответили, что выбрасывают на свалку, 44,5 % — переделывают и дают вещам вторую жизнь, 43,5 % — предлагают нуждающимся (рис. 8).

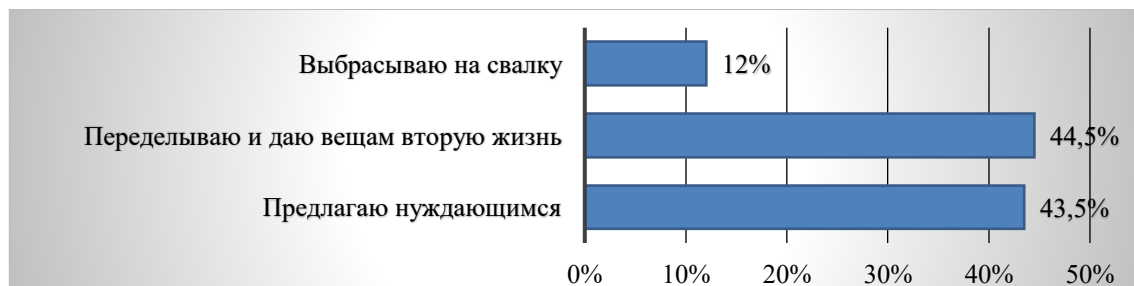


Рисунок 8. Способы использования старых предметов гардероба (составлено авторами)

Что касается использования предметов гардероба, бывших в употреблении самими опрашиваемыми, то положительный ответ дали большинство — 68,5 % (рис. 9).

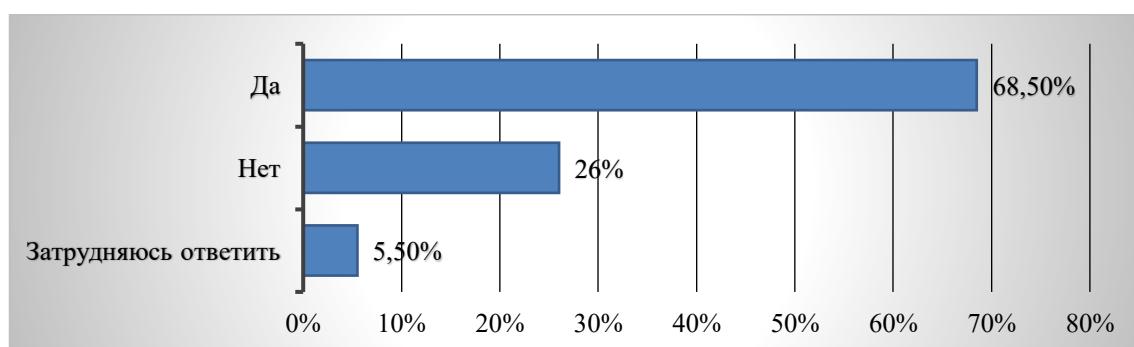


Рисунок 9. Готовность приобретать предметы гардероба, бывшие в употреблении (составлено авторами)

Таким образом, социологический опрос показал необходимость повышения эффективности просветительской работы и практической деятельности в образовательном процессе для укрепления мотивации к устойчивому развитию в индустрии моды и формирования активной позиции осознанного потребления.

Эволюция потребительских практик

Практика осознанного потребления имеет достаточно широкие возможности применения. Это, прежде всего, традиционные многовековые направления и приемы, такие как, ремонт и реставрация одежды, которые были обусловлены ограниченностью ресурсов и технологий. Такие практики формировались в разных культурах как способ продления жизненного цикла вещей, экономии средств и адаптации к доступным материалам и инструментам. Более разнообразные направления разумного потребления могут быть реализованы в современных условиях: использование переработанных материалов, апсайклинг, совместное потребление, сдача ненужных вещей в магазины и др.

Потребительские практики в индустрии моды эволюционировали в зависимости от эпохи, отражая социальные, культурные и экологические изменения. При этом ремонт и обновление вещей были и остаются наиболее устойчивыми практиками (табл. 1). В традиционных доиндустриальных обществах ремонт и продление жизни вещей играли экзистенциальную роль и практиковались всеми слоями населения. Основные способы

включали заплатки, заделку дыр и укрепление швов при тщательной работе над тканями и отделкой с использованием ручного труда, который был значительно дешевле новых материалов, пришивание лоскутов, укрепление истертых мест подручными материалами, вышивкой и узорами.

В индустриальном обществе, в частности в СССР, при недостаточно эффективной плановой экономике промышленность не справлялась с обеспечением граждан необходимыми предметами гардероба; «советская мода» не удовлетворяла символические и эстетические запросы населения [14]. Активно продвигалась идея советского *homo faber*. Распространенными практиками являлись перелицовка, ремонт, переделка, превращение неносибельного в носибельное, неглубокий апсайклинг (посадка по фигуре), подгонка, небольшое декорирование. Умение шить и перешивать одежду считалось важной культурной практикой [15].

В постперестроечный период в силу открытости самого общества к принципиально новым визуальным кодам, несоответствия новым модным вызовам и желания использовать личный творческий потенциал стали популярными индивидуально изготовленные, часто неудачные с технической точки зрения, но модные, экстравагантные и эпатажные вещи, глубокий апсайклинг, вплоть до радикального изменения гендерной принадлежности вещи, бриколаж, создание одежды из технических материалов и креативные практики.

Таблица 1

Этапы в эволюции потребительских практик

Временной период	Причина	Решение проблемы
Доиндустриальный период	— Ограниченность и дороговизна ресурсов; — отсутствие необходимых технологий.	— Заплатки, заделка дыр и укрепление швов, укрепление истертых мест подручными материалами, вышивкой и узорами.
Советский период	— Неэффективность плановой экономики; — промышленность не справлялась с обеспечением граждан необходимыми предметами гардероба; — «советская мода», не удовлетворяла символические и эстетические запросы населения; — продвижения идеи советского <i>homo faber</i> .	— Перелицовка, ремонт, переделка, превращение неносибельного в носибельное; — неглубокий апсайклинг; — посадка по фигуре, подгонка; — небольшое декорирование.
Постперестроечный период	— Несоответствие новым модным вызовам; — открытость самого общества к принципиально новым визуальным кодам; — желание использовать личный творческий потенциал; — технологические инновации.	— Индивидуально изготовленные, часто неудачные с технической точки зрения, но модные, экстравагантные и эпатажные вещи; — глубокий апсайклинг, вплоть до радикального изменения гендерной принадлежности вещи; — бриколаж, — создание одежды из технических материалов; — креативные практики.
Двухтысячные годы	— Проблема сверхпотребления и сверхпроизводства; — цифровая трансформация; — модный тренд.	— Апсайкл; — совместное потребление (ресейл, свопы, шеринг и др.); — сдача ненужных вещей в магазины, на переработку; — использование переработанных материалов; — минимализм и капсульный гардероб; — ремонт и обновление вещей.

Составлено авторами

В двухтысячные годы, когда проблема сверхпотребления и сверхпроизводства встала наиболее остро, получила развитие концепция осознанного потребления в индустрии моды, включающая практики, увеличивающие долговечность вещей, направленные на снижение негативного воздействия на окружающую среду, повышение качества жизни людей и более ответственное отношение к ресурсам. Некоторые направления решения проблемы представлены в таблице 1.

Особенностью современной идеологии осознанного потребления является вовлечение потребителей в экономику замкнутого цикла, фокусировка на качестве, а не количестве товаров, и подход, при котором одежда рассматривается не как одноразовый товар, а как ресурс, которому можно продлевать жизнь через ремонт, перепрофилирование или повторное использование.

Формирование осознанных потребительских практик у студенческой молодежи

Реализация концепции осознанного потребления невозможна без смены парадигмы в подготовке специалистов для индустрии моды. Это обусловлено возрастающей востребованностью профессионалов, способных к переосмыслению задач в области устойчивой моды, обладающих системным мышлением, междисциплинарными навыками и знанием ресурсосберегающих практик, участвующих в формировании культуры современного общества, основанной на концепции ответственного производства и потребления. Молодому человеку, обладающему этими знаниями и навыками разумного потребления, проще социализироваться в сфере осознанного потребления.

В российских вузах реализуются различные образовательные программы, связанные с устойчивым развитием и ESG-ориентирами (Environmental, Social, Governance — концепция, охватывающая экологические, социальные и управленческие аспекты).⁵ С 1 сентября 2024 года в России вступил в силу профессиональный стандарт «Специалист в сфере устойчивого развития», который определяет ключевые компетенции, уровень квалификации и возможные должности таких специалистов. Ряд вузов реализует программы, связанные с устойчивым развитием в индустрии моды (Институт управления РАНХиГС, Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина и др.).

Всё более актуальной становится интеграция тем устойчивого развития в учебные планы вузов, включая направления подготовки специалистов-проектировщиков одежды. Практико-ориентированный подход играет ключевую роль в этом процессе, позволяя связать теоретические знания с реальными профессиональными задачами: это проектная деятельность, производственная практика, курсовое проектирование, научно-исследовательская работа и сотрудничество с работодателями. Значительным потенциалом обладают исторические техники переделки, изучение, переосмысление и использование которых могут служить средством поддержания и продления срока службы неактуальной или изношенной одежды.

В Юго-Западном государственном университете студенты направления подготовки «Конструирование изделий легкой промышленности» используют в своих творческих работах такие практики, как «эмоционально устойчивый» дизайн: народные мотивы, фольклорные элементы, ручная работа, местные ресурсы и культурные коды, интегрирование винтажных элементов в современный гардероб, сотрудничество с местными мастерами и т. п.

⁵ ESG-повестка в проектах российских вузов: обзор и примеры <https://витринапоста.рф/blog/news/upravlenie-obrazovatelnoy-organizatsiy/esg-povestka-v-proektakh-rossiyskikh-vuzov/?ysclid=mp55qb185281808396>.

Среди студентов находит отклик апсайкл — метод, при котором старые или утратившие функциональность вещи творчески переосмысливаются и модифицируются в новые объекты с сохранением их исходной ценности.

Применяются приемы персонализации (разработка съемных деталей, декоративных элементов, изменение конструкции одежды в соответствии со специфическими особенностями телосложения потребителя) и кастомизации (создание уникального узора, орнамента, модификация одежды).



Рисунок 10. Накидка (пончо) для участников СВО
(студенческая работа, 2 курс, Фомина Л.С., ЮЗГУ, г. Курск)

На рисунке 10 представлена студенческая работа, выполненная в рамках образовательной программы «Обучение служением». Накидка (пончо) для участников СВО изготовлена из ткани Оксфорд, предназначенной для эксплуатации в экстремальных условиях. Ткань обладает повышенной устойчивостью к разрыву, стойкостью к органическим растворителям, водонепроницаемостью, непродуваемостью, износостойкостью. Накидка двухсторонняя. С одной стороны использована камуфляжная ткань, имитирующая цвет листвы, с другой стороны — бело-серая ткань, имитирующая цвет снежного покрова. Такое исполнение

расширяет сезонное использование накидки, сохраняя маскировочные функции. Между слоями основной ткани расположен высококачественный утеплитель тинсулейт, отличающийся легкостью, фомоустойчивостью и высокими теплоизоляционными свойствами, что обеспечивает защиту от дронов и тепловизоров. Оба слоя из ткани Оксфорд выстеганы утеплителем, что обеспечивает их надежное соединение, которое сохраняется и во время стирок. Боковые стороны накидки имеют двойную застежку — на кнопки и молнию, что также повышает ее надежность в эксплуатации и позволяет трансформировать накидки в спальный мешок. Такие характеристики свойств материалов и конструктивные особенности изделия обеспечивают многофункциональность, долговечность и соответствует требованиям устойчивой моды.

На рисунке 11 представлено изделие, выполненное методом «апсайкл». Основой для новых моделей послужили бывшие в употреблении и пришедшие в негодность или морально устаревшие трикотажные спортивные костюмы. Новизна визуального образа и оригинальность дизайна разработанных спортивных костюмов со вставками из джинсовой ткани достигаются за счёт сочетания разных фактур, контрастных цветов и нестандартных конструктивных решений. Использованные в моделях джинсовые элементы также выкроены из ненужной одежды. Такой приём позволяет создать уникальный образ, сочетающий комфорт спортивной одежды с выразительностью джинсового стиля, и продлить срок эксплуатации изделий.



*Рисунок 11. Серия моделей спортивных костюмов
(студенческая работа, 4 курс, Толкачева Д.В., ЮЗГУ, г. Курск)*

Пример использования элементов персонализации представлен на рисунке 13.



Рисунок 13. Применение съемных деталей в серии моделей женской одежды (студенческая работа, 1 курс, Бекетова С.С., ЮЗГУ, г. Курск)

Использование в дизайне одежды и аксессуаров таких фольклорных модулей, как накладные цветы и головные уборы, — это способ выразить индивидуальность, добавить уникальности образу, подчеркнуть стиль, характер или предпочтения владельца. Такие элементы могут использоваться многократно в различных образах для создания акцента или формирования определённой стилистической концепции.

Заключение

Многочисленные научные исследования подтверждают актуальность проблем устойчивого развития и связанного с этим вопроса осознанного потребления в контексте решения глобальных экологических, социальных и экономических вызовов. Назрела необходимость формирования новой потребительской культуры, проэкологической направленности действий в общественных интересах устойчивого развития. Основным драйвером такой культуры потребления является экономия — поведение, ограничивающее необдуманные и ненужные траты.

Сформировать осознанное поведение в отношении товаров индустрии моды особенно сложно, что связано с психологическими, социальными, экономическими и отраслевыми факторами. В современной индустрии моды доминирует тренд «быстрой моды», что отвечает одной из ключевых характеристик моды — динамизму. В связи с этим достаточно трудно находить компромисс между быстро сменяющимися модными тенденциями, устойчивой модой и осознанным потреблением. Противоречие между переменчивостью моды и необходимостью её устойчивости может быть разрешено через поиск баланса между динамичностью трендов и стабильностью, которая обеспечивает долговечность и практичность.

Подходы к пониманию осознанного потребления, мотивы и практики у различных возрастных групп населения могут фокусироваться на разных аспектах и существенно отличаться, что связано с ценностными ориентирами, социальными и общественными побуждениями, жизненным опытом и другими факторами.

Социологический опрос по выявлению особенностей и тенденций потребительского поведения студенческой молодежи, а также понимания ею концепции устойчивого развития моды, показал необходимость повышения эффективности просветительской работы и

практической деятельности для формирования активной позиции осознанного потребления. Выявлено, что в целом респонденты ассоциируют осознанное потребление с разумной экономией.

Практика ответственного поведения охватывает широкий спектр методов, которые сочетают традиционные подходы (ремонт, обновление одежды) с современными тенденциями (апсайклинг, ресейл, свопы, шеринг, бриколаж и др.). В процессе подготовки специалистов сферы моды освоение этих практик будет способствовать их успешной социализации в области практик осознанного потребления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Никоноров С.М. Концепция осознанного потребления / С.М. Никоноров, С.Г. Тяглов, В.Я. Чернеева // Экономика и социум: современные модели развития. — 2024. — Т. 14, № 3. — С. 307–315. — DOI 10.18334/ecsoc.14.3.121652.
2. Изюмова Н.Ю. Влияние осознанного потребления на маркетинг / Н.Ю. Изюмова, Д.Р. Шишкина // Современные проблемы и перспективы развития туризма и сферы услуг: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. Владимир, 2022. — с. 58–60. — EDN: SHXYLZ.
3. Герасименко В.В. Идеология осознанного потребления и восприятие ценностей бренда Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2021. Том 13. Выпуск 3. — DOI: 10.38050/2078-3809-2021-13-3-7-24.
4. Черченко Н.В. Осознанное потребление как императив устойчивого развития / Н.В. Черченко // Бизнес. Инновации. Экономика: сб. науч. ст. / Ин-т бизнеса БГУ. — Минск, 2023. — Вып. 8. — С. 72–77. — URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/309539> (дата обращения: 14.05.2026).
5. Zero waste: принцип одного аскета или способ спасти планету? Журнал «Эковестник», № 4 — 2020. — URL: <https://ekovestnik.ru/article/414951/> (дата обращения: 14.05.2026).
6. Сагинова О.В. Формирование паттернов ответственного потребления / О.В. Сагинова, Д.В. Завьялов, Н.Б. Завьялова МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2023. Т. 14. № 1. — URL: <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2023.14.1.146-160> (дата обращения: 14.05.2026).
7. Маричев С.Г. Институты осознанного потребления в России / С.Г. Маричев. — Текст: электронный // Российские регионы в фокусе перемен: сборник докладов XVIII Международной конференции (Екатеринбург, 16–18 ноября 2023 г.). — Екатеринбург: Издательство Издательский Дом «Ажур», 2023. — С. 28–29. — URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/134108> (дата обращения: 14.05.2026).
8. Васильева Ж.В. Влияние процессов глобализации на fashion-индустрию. Культурологический журнал 2013/2(12). — URL: http://cr-journal.ru/files/file/04_2014_17_07_30_1398517650.pdf. (дата обращения: 14.05.2026).
9. Флетчер Кейт. Медленная мода: изменить систему = Slow Fashion: An Invitation for Systems Change / К. Флетчер; пер. с англ. Т. Пирусской // Теория моды: Одежда. Тело. Культура. — 2019. — № 52. — С. 9–17. — EDN: EYOIZH.

10. Кларк Хейзел. Медленная мода: оксюморон или перспектива будущего? = Slow fashion — an Oxymoron — or a Promise for the Future? / Х. Кларк; пер. с англ. Т. Пирусской // Теория моды: Одежда. Тело. Культура. — 2019. — № 52. — С. 38–54. — EDN: EEDLSK.
11. Васильева Е.В. Стратегия моды: феномен нового и принцип устойчивости // Теория моды: тело, одежда, культура. № 52, 2019, с. 19–35. — EDN: ZYOPXF.
12. Флетчер Кейт. Долговечность, мода, устойчивое развитие: процессы и практики применения / Кейт Флетчер; пер. с англ. Софьи Абашевой // Теория моды: одежда, тело, культура. — 2019. — № 53: осень. — С. 9–27. — EDN: OXJXHZ.
13. Флетчер Кейт. Пересмотр концепции «долговечности»: идеи и практики. Декарбонизация, деколонизация и «долговечность» в модной индустрии / Кейт Флетчер, Анна Фицпатрик. // Теория моды: Одежда. Тело. Культура — 2025. — № 78. — С. 161–184. — URL: <https://nlobooks.ru/upload/iblock/e4c/lknr5oq0en72edrf2k0jccibp1m2t44i.pdf>.
14. Папушина, Ю.О. Мода в стране дефицита. Культура одежды, массовый пошив и ателье в позднем СССР. — М: Музей современного искусства «Гараж», 2025— 326 с. — URL: <https://publications.hse.ru/books/993744748>. (дата обращения: 14.05.2026).
15. Гурова О.Ю. Время и мода: продолжительность жизни вещей в советском и постсоветском обществе. ШАГИ / STEPS Том: 4 Номер: 3-4 — 2018 — С. 68–96. — EDN: YMCXOP.

Nozdracheva Tatiana Mikhailovna

South-West State University, Kursk, Russia

E-mail: noztat@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6984-846X>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=681380

Shcheglova Tatyana Mikhailovna

Starooskolsky College of Technology and Design, Starooskolsk, Russia

E-mail: tatyana.sttd2014@yandex.ru

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=947238

On the socialization of young people in the field of conscious consumption practices

Abstract. The article notes that global human problems related to environmental instability and the unsustainability of economic and social systems can only be resolved by implementing the concept of sustainable development proposed by the UN General Assembly. This concept also encompasses sustainable fashion, which aims to promote the long-term use of resources and a socially responsible and environmentally friendly approach to the production and consumption of goods throughout their entire life cycle. This approach has become increasingly popular with the rise of mass production and the depletion of natural resources in the second half of the 20th century. A shift from excessive consumption to conscious consumption is urgently needed. The authors emphasize that one of the most important elements in developing conscious consumption is social trust, which is fostered by the joint efforts of government, business, educational institutions, and society as a whole. To identify the characteristics and trends of consumer behavior among students, who make up a significant portion of the population, and their understanding of the concept of sustainable fashion development, the authors conducted a sociological survey. The survey demonstrated the need for more effective educational efforts and the development of conscious consumption practices in the fashion industry. The work highlights the significant potential of historical techniques that have evolved over time, reflecting social, cultural, and environmental changes. Creative works based on increasing the durability of products, upcycling, personalization elements, folkloric modules, and «emotionally sustainable» design are presented as examples of how students are developing conscious consumer practices. **Keywords:** environmental instability; fast fashion; sustainable development; fashion industry; conscious consumption; sociological survey; consumer practices

Приложение 1

АНКЕТА

(составлено авторами)

Исследование проводится с целью выявления особенностей и тенденций потребительского поведения студенческой молодежи, понимания ими концепции устойчивого развития моды.

Просим Вас ответить на следующие вопросы, проставив в поле выбранного ответа любой значок.

Заранее благодарны Вам за сотрудничество.

1. Знаете ли вы, что такое циркулярная мода?

А. Да

Б. Нет

2. Знаете ли вы, что такое устойчивая мода?

А. Да

Б. Нет

3. Готовы ли вы менять свои потребительские практики в пользу экологических и этических норм?

А. Да

Б. Нет

В. Затрудняюсь ответить

4. Какие покупки вы обычно совершаете?

А. Запланированные

Б. Импульсивные (реклама, акция и др.)

В. И те, и другие

5. Замечали ли вы за собой признаки избыточного потребления?

А. Да

Б. Нет

В. Затрудняюсь ответить

6. Могли бы отказаться от следования тенденциям моды в пользу осознанного потребления?

А. Да

Б. Нет

В. Затрудняюсь ответить

7. Какую одежду вы предпочитаете носить?

- А. Модную в масс-маркетах, не интересуясь экологичностью
- Б. Стильную в фирменных магазинах предпочтительнее из экологичных материалов
- В. Изготовленную самостоятельно из экологичных материалов

8. Храните ли вы вышедшие из моды предметы гардероба?

- А. Да, так как возможно они когда-нибудь снова войдут в моду
- Б. Нет, предпочитаю новые модные вещи
- В. Да, их можно носить дома

9. Как вы поступаете со старыми предметами гардероба?

- А. Выбрасываю на свалку
- Б. Переделываю и даю вещам вторую жизнь
- В. Предлагаю нуждающимся

10. Готовы вы приобретать предметы гардероба, бывшие в употреблении?

- А. Да
- Б. Нет
- В. Затрудняюсь ответить