

Эльзе Скьольд

(Else Skjold) — PhD в области дизайна и устойчивого развития, доцент, руководитель магистерской программы «Мода и текстиль» в Школе дизайна при Датской королевской академии изящных искусств (Копенгаген).

Поговорим об осязании?»:»:

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ТАКТИЛЬНОСТИ И ЧУВСТВЕННОГО ВОСПРИЯТИЯ В СВЕТЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Введение

В ноябре 2020 года на норковых фермах в Дании мутировал корона-вирус, и за несколько недель в стране было уничтожено все поголовье норок. В датской модной индустрии мех играл особенно важную роль, поэтому теперь, когда столетняя история производства меха в стране оборвалась, есть повод задуматься, какой след она оставила, какой урок мы можем из нее извлечь и что взять с собой в будущее.

Начиная с 1970-х годов, когда зародились движения против существующего порядка, мех стал одной из наиболее спорных тем в индустрии моды. К тому же нынешний климатический кризис склоняет к эгоцентрическому взгляду на мир, где устойчивое развитие несовместимо с промышленным животноводством, поэтому голоса противников меха звучат все громче. В тот же период модная индустрия завоевала репутацию одной из самых разрушительных отраслей на планете. Пожалуй, на сегодняшний день она выделяется на общем

фоне и наиболее линейной моделью развития, обусловленной логикой сезонных трендов, из-за которых одежда устаревает через несколько недель после производства. Однако лишь в последние десять лет авторитетные представители модной индустрии и общество в целом начали уделять внимание пагубным последствиям такой схемы. Возникает вопрос: почему же споры о мехе в экологическом контексте разгорелись еще полвека назад, а невероятно возросший ущерб, наносимый остальной модой окружающей среде, оставался незамеченным?

Возможно, ответ кроется в элементе тактильности, точнее, сочетании обонятельного, осязательного и визуального восприятия, включающегося, когда мы имеем дело с мехом. Демократическая утопия XX столетия, предполагавшая, что товары широкого потребления станут доступны всем, позволив облегчить жизнь менее обеспеченным, повлияла и на язык дизайна одежды. Дизайн почти всей современной одежды отражает индустриальную эстетику, стирающую все приметы природы и времени. Мы попросту не представляем себе, как изготавливают одежду, каково ее происхождение и что с ней будет, когда мы ее выбросим, — потому что мы не видим и не ощущаем этого. Но с мехом дело обстоит иначе. Пусть меховщики и умеют в процессе обработки устранять признаки конкретного животного, имитируя промышленное производство, запах, текстура и облик меха все-таки выдают в нем часть природы, отнятую у нее человеком для украшения своего тела (Skjold & Larsen 2020). Покупая онлайн джинсовую блузку, мы не усматриваем в ней вреда для экологии и общества, но при виде изделия из меха мы знаем, что для его создания убили животных. Здесь-то и заключается нечто, что нам следует усвоить, уловить и понять, если мы хотим приблизиться к экологической модели развития.

Статья состоит из нескольких разделов: сначала речь пойдет о событиях осени 2020 года в Дании, когда вековая история датской меховой промышленности практически полностью прекратилась. Затем я прослежу развитие датской индустрии моды в сторону более «зеленой» модели и остановлюсь на том, как этот процесс соотносится с полемикой вокруг меха. Далее следует экскурс в историю модной индустрии в Дании в XX веке, из которого будет видно, что всего пять-шесть десятилетий назад отрасль двигалась по гораздо более экологичному пути, чем сегодня. Ряд примеров из исследований меховой промышленности, охватывающих пятилетний период, послужит комментарием к сложившейся картине. Наконец, я обращусь к теме тактильности, чтобы осмыслить текущее положение датской модной

индустрии и дальнейшие пути ее развития, попытаться ответить на вопрос, что из достижений меховой промышленности можно сохранить, а от чего необходимо отказаться.

Сто лет разведения норок в Дании

В 2020 году, во время сентябрьского локдауна, все больше норок в Дании заражалось мгновенно мутировавшим коронавирусом. В итоге за чуть более чем три недели истребили около семнадцати миллионов животных, что положило конец столетней истории разведения норок в Дании. А это значит, что аукционный дом Copenhagen Fur, крупнейший в мире поставщик меха, вынужден был закрыться; кончилась целая эпоха в датском сельском хозяйстве и моде.

В среду 4 ноября на сайте Министерства пищевой промышленности, сельского хозяйства и рыболовства Дании появилось объявление, что из-за выявленных на датских норковых фермах мутаций коронавируса все норки в стране подлежат уничтожению. Кроме того, сообщалось, что первая мутация зафиксирована в середине июня в Северной Ютландии, где число зараженных ферм быстро выросло до двухсот семи. 1 октября было принято решение убивать всех норок в радиусе 7,8 километра от зараженной фермы¹. На протяжении нескольких недель датчане наблюдали в новостях жуткие картины беспорядочного, пугающего истребления норок, которым занимались работники в защитных костюмах и масках. После протестов со стороны фермеров им разрешили взять уничтожение животных на себя, и в вечерних новостях появились видеозаписи, на которых фермеры со слезами несут живых норок в грузовики, оборудованные под газовые камеры. В результате аукционный дом Copenhagen Fur, на тот момент крупнейший поставщик меха, 12 ноября 2020 года объявил о постепенном сворачивании всех операций в течение следующих двух-трех лет². Столетняя история разведения норок в Дании подошла к концу.

Иностранцам, вероятно, трудно понять, почему происходящее задело за живое большинство датчан. Дания — небольшая территория площадью 42 933 квадратных метра и численностью населения около шести миллионов человек. В середине 2010-х годов, когда аукционный дом Copenhagen Fur процветал, в сельской Дании действовало около 1200 норковых ферм, а значит, у большинства этнических датчан есть родственники, предки, соседи, когда-либо работавшие в сфере разведения норок, или же сами они входили в такого рода

профессиональные сообщества. К тому же Copenhagen Fur основан на датской традиции кооперативных бизнес-моделей, как и нынешняя сеть СООР, возникшая как объединение мелких датских торговцев под общим названием Brugsen (от датского brug — «употребление», также «хозяйство»). Поэтому среди фермеров, занимающихся разведением норок, сильны сплоченность и солидарность: они сообща разрабатывали системы анализа состояния животных и диагностики заболеваний, технологии классификации и контроля качества, маркетинга, продаж и взаимодействия с покупателями через аукционный дом, международной торговли и так далее.

Началось все с того, что по примеру норвежских фермеров, обеспечивших себе небольшим хозяйством дополнительный доход, датчане в 1920-е годы начали импортировать норок из США. На протяжении XX века фермеры, разводившие норок, превращались во все более организованное сообщество и объединялись с выращивавшими пушных животных фермерами из других скандинавских стран. Однако в 2005 году датчане, на чью долю приходилась большая часть норок и прибыли, вырвались вперед и создали бренд Copenhagen Fur. В следующие десять лет они необычайно успешно вышли на рынок Северного Китая, ставший для Дании основным: на него приходилось 80–90% экспорта. Его нельзя было назвать собственно модным рынком. Подавляющее большинство норковых шкурок шло на одежду для сельского населения, стремящегося жить так же, как средний класс, покупая те же товары, и постепенно получающего возможность удовлетворить свои потребности. В результате цены резко подскочили. В 2013 году самые дорогие изделия стоили около ста долларов, начался меховой бум. Северокитайский рынок оказался перенасыщен, так что к концу 2010-х годов цены существенно снизились. Сложилась ситуация, называемая обычно ценовым пузырем: рынок меха должен был стабилизироваться, прежде чем выпускать на него новую пушнину, которую он мог бы переварить. Учитывая, что после финансового кризиса 2008 года были введены строгие ограничения на банковские ссуды, многие фермеры оказались на грани банкротства, потому что ждали, пока рынок успокоится и цены снова поднимутся. Решение уничтожить всех норок сделало невозможным дальнейшее существование бренда Copenhagen Fur; десятилетия, ушедшие на разработку стратегий и технологий разведения норок, оказались потраченными впустую. Разведение пушных зверей будет продолжаться в других местах, но цель статьи — попытаться проанализировать и сделать вывод, чему этот опыт может нас научить, от чего требуется отказаться и что можно сохранить для будущего развития модной индустрии.

Мех и дискуссия об устойчивом развитии

За несколько лет до описываемых событий климатический кризис начал вызывать все более оживленные дискуссии по всему миру, и Дания не стала исключением. Выборы в датский парламент в 2019 году даже называли «климатическими выборами». На этом фоне в последние годы наблюдается новый всплеск экологического активизма и рост интереса к веганству, а датская общественность все чаще заговаривает о стремительном сокращении биологического разнообразия и глобальном климатическом кризисе в целом. Датская модная индустрия не спешила откликаться на подобные тенденции, и в те годы все чаще подвергалась критике. Так, 12 мая 2021 года датский совет потребителей «Думай» (Tænk) сообщил парламентскому уполномоченному по административным вопросам о пяти датских компаниях по производству и продаже одежды, обвинив их в «зеленом камуфляже»: они использовали в описании продукции слово «экологичный», не имея никаких доказательств, что изготовители одежды действительно ответственно подошли к условиям производства и его воздействию на климат и окружающую среду³.

И все-таки в мире Дания выделялась как страна, где индустрия моды пошла по пути, приближающему ее к модели устойчивого развития. Внимание ведущих игроков на модном рынке к Дании привлек прежде всего Копенгагенский саммит моды, впервые проведенный в 2009 году. Этому мероприятию удалось побудить ведущие модные бренды и конгломераты по всему миру заговорить о переходе к устойчивому развитию, однако исследователи и представители некоммерческих организаций все активнее критиковали саммит за то, что на нем не затрагивают ключевые проблемы — избыточного производства и линейного роста (Skjold & Pedersen 2019). Но Дания смогла снова привлечь к себе внимание: на местной Неделе моды была представлена одна из самых масштабных в мире экологических стратегий (CFW 2020). Ту же стратегию теперь собираются применять на Копенгагенской международной выставке моды — крупнейшей выставке одежды в Дании. Кроме того, датские политики, задавшиеся целью к 2030 году сократить выбросы углекислого газа в атмосферу на 70%, похоже, наконец задумались о роли модной индустрии. Поэтому легкая промышленность стала одним из пунктов так называемых климатических договоренностей, сформулированных представителями индустрии, НКО, министерскими чиновниками и внешними наблюдателями, в частности исследователями. Эти договоренности

и активное лоббирование их участниками новой политики привели к тому, что впервые в истории правительство согласилось выделить средства на внедрение научно обоснованных экологических методов в датскую модную индустрию и в легкую промышленность. В марте 2021 года Датский инновационный фонд призвал включить в стратегический план перехода к экологической модели текстильную промышленность, а само финансирование названных инициатив начнется с января 2022 года⁴. Это очень своевременный шаг, учитывая, что текстиль в Дании занимает четвертое место по объему экспорта, но большинство датских производителей одежды и тканей испытывают затруднения с переходом к экологической модели из-за отсутствия нужных знаний. Среди приблизительно шестисот компаний, составляющих сектор производства одежды и текстиля в Дании, большинство — малые и средние предприятия, плохо приспособленные к такому переходу. Как показал масштабный опрос, проведенный весной 2021 года датской торговой организацией «Датская мода и текстиль» (Dansk Mode & Textil), хотя многие компании уже приступили к подготовительной работе, им трудно найти нужную информацию и отойти от привычной модели (DM&T 2021).

Какое отношение все это имеет к спорам о мехе? Полемика вокруг меха началась в 1980-е годы, став одной из «главных дискуссий XX века» (Olsson & Goodnight 1994: 249). Поэтому спор о мехе напрямую связан с отказом от антропоцентрической картины мира, которую наиболее ярко иллюстрирует высказывание Иммануила Канта, утверждавшего, что «животные существуют только как средства... а человек является целью» (Кант 2000: 211), в пользу экоцентрического сознания, рассматривающего человека, животных и природу как равных, а их сосуществование — как один из принципов экосистемы нашей планеты (Imran et al. 2014). Из-за надвигающегося климатического кризиса эти споры возобновились, что привело, например, к созданию альянса «Нет меху» (Fur-Free Alliance), объединения, куда вошли люксовые модные бренды, полностью отказавшиеся от использования меха в своих коллекциях. На сегодняшний день объединение насчитывает 57 НКО, защищающих права животных по всему миру, а к 1 апреля 2021 года к организации присоединилось в общей сложности двенадцать ведущих международных брендов, включая Burberry, Balenciaga, Armani, Gucci, Versace и других. Поэтому связь между активным развитием движений за защиту окружающей среды перед лицом климатического кризиса и отказом от меха в модной индустрии очевидна.

Не замечают, как правило, другой связи — между полемикой вокруг меха и тем, что в тот же период происходило в модной индустрии.

В Дании производство одежды было переведено в другие страны лишь на несколько лет — с конца 1980-х годов по начало 1990-х. Считается, что как раз в этот период компания Zaga основала бизнес-модель быстрой моды (Jensen 2013). Аналогичные изменения наблюдались тогда по всей Европе, и в целом их на тот момент расценивали как прогресс. Впрочем, некоторые вскоре заявили, что навыки ручной работы с тканью и присущая мастерам изобретательность отмирают, — как, например, Анджела Макробби, проводившая исследование среди молодых талантливых дизайнеров оригинальной одежды. Макробби предостерегающе отметила, что модельеров возвышают до статуса звезд в мире искусства, при этом навыки ручной работы с тканью теряют былой престиж (McRobbie 2000). Подобные размышления вызвали в Дании ожесточенные споры, потому что на уровне Евросоюза было решено запустить процесс преобразования всех дизайнерских школ по модели академического образования. Идея заключалась в том, чтобы, упорядочив моду посредством общей для стран Евросоюза системы образования, превратить ее в творческую индустрию, управляемую принципами экономики знаний. На практике же эта инициатива вылилась в бурные дискуссии, нередко весьма болезненные, ссорившие между собой коллег и целые кафедры, потому что принадлежность к академической среде позволяла претендовать на более высокую должность и более престижную зарплату, нежели те, на которые могли претендовать преподаватели-практики, зачастую с солидным стажем работы в сфере дизайна. Вместе с тем из-за введения учебных планов и структурированных программ сократилось и время, отводимое на обучение разнообразным навыкам ручной работы, в том числе требующим высокого уровня мастерства, и дизайнерским школам приходилось бороться даже за сохранение рабочего оборудования, такого как ткацкие станки или швейные машины, ведь политики утверждали, что мода должна стать экономикой знаний, поэтому теперь едва ли понадобится учить практическим навыкам (Skjold 2008).

В целом можно сказать, что отказ престижных модных брендов от меха — явный шаг в сторону более экоцентрической культуры моды. Но правомерна и точка зрения тех, кто видит в этой тенденции очередную «стратегию фигового листка», аналогичную другим тактикам, нацеленным на устойчивое развитие, но скорее символическим, чем приносящим реальную пользу, в том числе потому, что остается в стороне ключевая проблема — модель линейного роста, из-за которой индустрия моды наносит огромный вред окружающей среде (см., например, Greenpeace 2017; Fletcher & Tham 2019).

Разрозненная система моды

Одна из важнейших задач, без решения которой невозможен переход модной индустрии к модели устойчивого развития, состоит в том, чтобы восстановить связи между разрозненными элементами системы моды. Трудно решить, с чего лучше начать. Цепочка создания ценности одежды распространена по всему миру, и изменить ее в одночасье, пока отрасль функционирует по нынешней модели, не получится. В результате индустрия сильно проигрывает в плане инноваций, создания ценности и ресурсов, и, чтобы двигаться дальше, надо наверстать эти убытки. Тому много свидетельств, последнее на момент написания статьи — отчет Европейской комиссии по вопросам охраны окружающей среды от ноября 2019 года, где представлены удручающие цифры, говорящие о росте объема текстильных отходов и сокращении сроков использования одежды в европейских странах (ЕСАР 2019). Исследователи, занимающиеся проблемой экологической моды, давно обсуждают срок службы одежды в контексте сформулированной Джонатаном Чепманом концепции «эмоциональной долговечности дизайна» (Чарман 2009). На протяжении последних десяти лет был разработан ряд подходов, направленных на продление срока использования одежды, и сейчас они включены в учебные программы многих дизайнерских школ (Kozłowski et al. 2019). К сожалению, большинство подходов не применяется на практике, поскольку, во-первых, традиция сотрудничества индустрии с научными институтами развита слабо, а во-вторых, такая тактика противоречит сезонной линейной модели.

В основе этих подходов — попытка восстановить связи, разорванные в 1990-е годы, обеспечить единство творческого процесса разработки дизайна и технических навыков, например кроя и других видов работы с материалом — прядения, вязания, окрашивания ткани. Тогда откроется путь оригинальным решениям, и одежда будет представлять для владельца бóльшую ценность. Об этом подробно пишет Улла Ребильд в диссертации, посвященной процессу разработки дизайна одежды, сфере, до сих пор очень слабо от-refлексированной в том, что касается ее сопоставления с другими направлениями дизайна (Ræbild 2015). Тимо Риссанен указывает на полное отсутствие навыков разработки продукта в модной индустрии, в результате чего на производство одного изделия в среднем тратится около двадцати минут (Rissanen 2019). Такие подходы роднит лежащая в их основе идея, разделяемая сторонниками так называемых гардеробных исследований: восприятие одежды ее владельцем должно играть гораздо

более заметную роль в разработке дизайна (Fletcher & Klepp 2017). Ученые, занимающиеся проблемой устойчивого развития в сфере моды, в последние десять лет уделяют все больше внимания не потреблению и производству, а использованию, так как именно в подходе самого пользователя видят ключ к созданию более экологичной и ответственной культуры моды, что Кейт Флетчер выразила в понятии «искусство использования» (Fletcher 2016).

Что это такое? В настоящее время среди всех отраслей модная индустрия работает по наиболее линейной схеме, и распространенное представление о моде как о чем-то «новом» заставляет непрерывно плодить устаревшие изделия. Если мы хотим выработать модель циклической и более бережной по отношению к ресурсам экономики, необходимо создавать продукты, в циркуляции которых заинтересованы все, чтобы первый владелец долго пользовался вещью, отдал бы ее другим или передал по наследству, чтобы за ней ухаживали, чинили, подгоняли, перепродавали и, наконец, когда других вариантов не осталось, отдавали на переработку, механическую или химическую (см., например, Niinimäki 2019).

Если говорить о Дании и текущем состоянии отрасли, новые, но низкокачественные изделия регулярно поступают в страну с Дальнего Востока. Но пандемия и локдаун сильно затруднили поставки. Груды нераспроданной одежды пылились в магазинах, а в цикле модной индустрии произошел сбой, потому что из него выпали два сезона, основной и промежуточный. 27 апреля 2020 года группа датских компаний, торгующих одеждой, тканями и аксессуарами, обратилась к правительству с открытым письмом: «Если мы не продадим свои товары сейчас, они не будут стоить ничего. Таковы реалии отрасли, живущей за счет ежесезонного обновления»⁵. Иными словами, в письме говорилось, что индустрия моды в Дании превратилась в экономику впечатлений, а подобный взгляд на отрасль означает полное безразличие к расходованию ресурсов впустую и к сокращению сроков службы одежды в погоне за очередной коллекцией, трендом или сезонными новинками.

Если оглянуться на прошлое датской индустрии моды, отношение к одежде и ее ценности в корне отличалось от нынешнего. В подтверждение можно сослаться на серию брошюр для ретейлеров одежды, изданных в начале 1960-х годов «Датской текстильной группой, бюро датских производителей тканей». В брошюре, посвященной сбыту текстиля, говорится:

«Товары широкого потребления должны решать конкретную задачу, быть удобными и подходящими для повседневной жизни, а порой

и для особых случаев. Замечание, что свойства товара должны отвечать разумным ожиданиям потребителя, кажется самоочевидным и излишним, но об этом правиле часто забывают, когда на первый план выходят низкие цены и конкуренция... Всем хочется купить подешевле, но разве мы пошли бы на это, если бы сознавали прискорбные последствия ситуации, когда выбор методов производства и материалов продиктован стремлением снизить цены? Ситуации, когда низкие цены определяют его качество при использовании? <...> Если мы хотим производить удобные в использовании товары, отвечающие пожеланиям покупателей, они должны быть высокого качества, а значит, следует исходить из стоимости идеально подходящих материалов, идеальных красителей, необходимых и порой сложных условий производства. Так получаются товары, которые приносят удовлетворение изготовителям, с чистой совестью распространяются продавцами и радуют покупателей» (Sterm 1960: 7–11).

Подобные цитаты наглядно показывают, как далеко модная индустрия отошла от производства одежды, представляющей ценность для владельца, и почему специалисты по дизайну борются за сохранение почти утраченных практик, распространенных еще пятьдесят или шестьдесят лет назад: практик, возможных лишь потому, что обработка и производство материала осуществлялись на локальном уровне или близко к рынку сбыта, одежда считалась вложением, требующим бережного отношения, а владение базовыми навыками обращения с текстильными изделиями, умение отличать качественную ткань от некачественной, ухаживать за гардеробом, аккуратно хранить, чинить, штопать, подгонять и перекраивать одежду еще были широко распространены среди рядовых покупателей. На протяжении XX века производство одежды и тканей в Дании процветало — прежде всего в Центральной Ютландии, где его средоточием был город Хернинг. Плодотворную для предпринимателей среду, обширные возможности трудоустройства и масштабы экспорта даже называли «хернингским чудом». Все это было утрачено, когда в 1980-е годы производство передали на аутсорсинг и вместо занятых в нем работников начали нанимать специалистов по продажам, маркетингу, менеджменту и тому подобному, оставив только команду дизайнеров, разрабатывавших новые модели и дававших инструкции производителям в странах Дальнего Востока. Аналогичные изменения коснулись процессов обработки материала, например прядения и ткачества, — почти все рабочие места в таких сферах были выведены за пределы Дании и сохранились теперь лишь в узких сегментах внутреннего производства, таких как изготовление ковров или тканей для обивки мебели (Holm-Jensen 2018).

Роль меха в переходе моды к устойчивому развитию

Если подытожить описанные выше исторические изменения и наблюдения исследователей, многие трудности, с которыми сегодня сталкивается модная индустрия, возникли в результате разрыва связей между дизайном, производством и использованием одежды. Однако если присмотреться к меховой промышленности, она развивалась по другому пути. Далее я постараюсь показать, какую роль здесь сыграли тактильные и другие свойства меха и почему из производства меха можно извлечь полезный урок, способствующий переходу к экологической модели, пусть кому-то такое утверждение и покажется весьма спорным.

Исследования меховой отрасли, проведенные в 2014–2019 годах, показали, что ее устройство во многих отношениях отличается от современных принципов работы модной индустрии. Мех плохо встраивается в концепцию быстрой моды. Во-первых, выведение новых пород с нужным цветом меха или специфическим окрасом занимает много лет, а убивают животных только раз в год, осенью. Во-вторых, работа с мехом требует высокого уровня мастерства, так как меховщику необходимо принимать в расчет длину шерсти и направление ее роста, отличия в свойствах кожи на разных частях тела и так далее. К тому же мех — очень дорогой материал, поэтому важно, чтобы ничего не пропало. Любые кусочки сшивают и используют для создания рисунка, и даже мельчайшие клочки, которым в ателье трудно найти применение, например хвосты или фрагменты шкуры со лба, собирают и продают, например меховщикам из Кастории (Греция), сшивающим их для дальнейшей продажи. Этот чрезвычайно сложный и трудоемкий процесс окупается из-за стоимости меха. В конечном счете упадок новаторских подходов к дизайну одежды, прослеживаемый Уллой Ребильд (Ræbild 2015), не столь заметен в дизайне меховых изделий, потому что всю высококвалифицированную работу не удалось передать в страны, где производство стоит дешево. Более того, меховщики довели до необыкновенного профессионализма навык разработки безотходного дизайна (Rissanen & McQuillan 2016), и их труд — образец для работы с другими материалами для пошива одежды.

Дизайн меховых изделий в гораздо большей степени ориентирован на пользователя, чем дизайн одежды в среднем. Опять же, ключевую роль играет, вероятно, стоимость: коль скоро покупатель готов заплатить за одежду крупную сумму, он хочет, чтобы она в точности

отвечала его потребностям и ожиданиям. Она должна подходить ему идеально. Поэтому чаще всего покупают меховые изделия, удобные в повседневной жизни, и лишь отчасти — те, что предназначены специально для вечеринок или других торжественных случаев. За весь рассмотренный период владельцы, ретейлеры, меховщики и дизайнеры думали прежде всего о практических аспектах: повседневная одежда из меха должна греть — особенно в так называемой «столице меха» в Северном Китае, где зимой температура опускается до минус пятидесяти градусов. Здесь, как правило, выбирают изделия относительно простого дизайна и однотонные — коричневые, черные, белые. Изделия из меха более неоднородных и пестрых расцветок, полученного путем селекции или крашеного, считаются «молодежными», и раскупают их обычно во вторую очередь, после более практичной одежды. Первые меховые вещи свидетельствуют о зрелости, в семье их обычно дарят детям, почти достигшим двадцатилетнего возраста, как признак статуса. Одежда из меха указывает, что семье удалось подняться до среднего класса и она в состоянии себя обеспечить. Такие вещи изготавливают недалеко от места сбыта, в крупных промышленных городах, таких как Юйяо, расположенный к югу от Харбина приблизительно в двух часах езды на поезде. Производители хорошо знают местных покупателей и ретейлеров и предоставляют дополнительные услуги: чистят изделия к зиме, берут на хранение, подгоняют, чинят или переделывают в аксессуары либо одежду для дома. По схожей модели работала датская меховая компания Birger Christensen, недавно закрывшаяся, но появившаяся в Копенгагене еще в XIX веке (Troelsø 2001). Исследователи осматривали помещение мехового ателье Birger Christensen и брали интервью у представителей бренда, придя к выводу, что между дизайнерами, меховщиками и клиентами здесь действительно происходит активный диалог. Важно отметить, что, хотя среднестатистический заказчик Birger Christensen живет в богатом районе Копенгагена или его северных окрестностях, наибольшей популярностью пользуется, по выражению исследователей, «повседневная роскошь» — практичные и простые фасоны.

Сказанное наводит на мысль, что, если говорить о дизайне изделий из меха в целом, при их создании уделяется намного больше внимания свойствам одежды и ценности, которую она может представлять для владельца. Кроме того, обычно такая вещь — затратная покупка, что, как показывает практика, побуждает владельцев дольше пользоваться одеждой и тщательнее ухаживать за ней; Ингун Клепп, норвежский специалист по «гардеробным исследованиям» и этнолог, называет такие вещи «фаворитами» (Klepp 2010). Поэтому большинство

меховых изделий соответствует уже описанным типичным практикам датской модной индустрии 1960-х годов, когда свойства одежды, делающие ее комфортной для владельца, ставились выше мимолетных сезонных трендов. Если вернуться к уже упоминавшимся принципам циклической экономики, требующей, чтобы пользователи ценили продукты настолько, что старались бы продлить их жизненный цикл (Niinimäki 2019), именно такую картину мы по большей части наблюдаем в случае с меховыми изделиями. Подобные соображения побуждают владельцев меховой одежды пользоваться разнообразными дополнительными услугами — экологичным обслуживанием товаров (Armstrong et al. 2015). Все это значит, что работа с мехом может служить примером для индустрии моды, а ее опыт стоит распространить на все виды ресурсов, используемых для изготовления одежды. Команда исследователей подготовила на основе таких наблюдений памятку для дизайнеров, включив в нее все виды материалов (Hasling & Ræbild 2017).

Возникает вопрос: почему же на этот аспект меховой отрасли не обращают внимания, если он дает столько рецептов для перехода к экологической модели развития? И почему именно мех вызвал у активистов столь бурные протесты и стал предметом споров в то самое время, когда модная индустрия превратилась в один из наиболее разрушительных и вредных для окружающей среды сегментов экономики, но не вызвала ни у кого особых возражений, пока не оказалось уже слишком поздно?

Давайте уже поговорим о тактильности?

Вот уже не одно десятилетие моду все чаще воспринимают как чисто визуальное явление, как образ. Не последнюю роль здесь сыграло появление блогов и соцсетей (Rossano 2011). Но, как показывают исследования практического взаимодействия с одеждой, когда мы одеваемся, включаются все пять чувств, и все они играют важную роль в восприятии собственной одежды. Джоан Айхер и Мэри-Эллен Роуч-Хиггинс в революционной для 1992 года статье «Идентичность в одежде» определяют костюм так:

«Совокупность модификаций тела и/или покрывающие тело дополнения, несводимые к внешности, так как они включают модификации и дополнения, регистрируемые всеми пятью чувствами, а не только зрением, к которому отсылает слово „внешность“. Незрячие люди не видят — тем не менее у них складывается определенное

впечатление о костюме, зависящее от тактильных, слуховых, обонятельных и вкусовых ощущений» (Eicher & Roach-Higgins 1992: 1).

Поэтому мех представляет интерес для исследователей, изучающих как гардеробные практики, так и тактильные свойства меха (см., например, Skjold 2018). Как отметила Джулия Эмберли, с XVI века тема меха поднималась в моральных дискуссиях о женственности, а указы о ношении меха в средневековой Британии объяснялись попыткой «контролировать женскую сексуальность, гендерно маркированные элементы наружности и украшения» (Emberly 1998: xii). В книге «Венера и меха: культурная политика меха» Эмберли прослеживает тесную связь между представлениями об осязании и женском теле, с одной стороны, и фетишизмом, а также тем, что она называет «либидинальным вложением средств в мех как объект желания, как главное воплощение женского лукавства» — с другой (Ibid.: xiii). Эти наблюдения соотносятся с не вполне признанным вплоть до недавнего времени статусом моды как объекта научных исследований — существует мнение, что такой предрассудок коренится в переплетении представлений о моде и женском теле (см., например, Entwistle 2000).

Мех фигурировал и в морально-этических диспутах, происходивших в Европе на заре Средневековья, равно как и более поздних спорах, сопряженных с борьбой за власть и культурными конфликтами, обусловленных, в частности, религиозными вопросами. Вот почему неудивительно, что мех вышел на первый план в моральной полемике между антропоцентризмом и экоцентрическим сознанием — пожалуй, важнейшей этической дискуссии нашего времени (как показано в другой работе, см.: Skjold & Csaba 2018). Это ясно дали понять Ингун Гримстад Клепп и Вильде Хаугрэннинг в докладе «Мех, пластик и эмоции», где они поставили вопрос: «Почему бы вам следующей зимой не облачиться в шубу из шкуры вашей старой собаки?» (Klepp & Haugrønning 2021: xx). Исследовательницы высказали провокационную мысль: пусть разведение животных ради меха и несовместимо с «зеленым» будущим, вероятно, для одежды можно использовать мех и шерсть, полученные без причинения вреда животным (не специально выращенным), например шкуры домашних питомцев или животных, сбитых на дороге, как раньше и поступали в Норвегии. Авторы объясняют отсутствие такой практики морально-этическими соображениями, утверждая, что эмоции, испытываемые человеком по отношению к домашним питомцам, «мешают нам использовать их шкуры для одежды». Клепп и Хаугрэннинг не случайно обращают внимание на эти парадоксальные нравственные оценки: в то время как любой мех считается неэкологичным, материалы, представляющие

собой продукт переработки ископаемого топлива, в частности полиэстер, позиционируют как экологичную альтернативу меху и даже рекламируют как «веганские», несмотря на неоспоримые доказательства серьезного ущерба, который наносит окружающей среде полиэстер, применяемый в модной индустрии. Известно, что нефтяные концерны и крупнейшие модные бренды сообща продвигали миф о продуктах переработки нефти как экологичной альтернативе натуральным волокнам, пытаясь обосновать систему быстрой моды (Changing Markets Foundation 2021). Здесь уместно вспомнить, что на протяжении XX века дизайнеры, стремясь осуществить утопическую идею демократичного и общедоступного дизайна, создавали одежду (и другие продукты), лишенную примет природы, времени и живой жизни. Стандартизация производства, особенно в 1950-е годы, привела к тому, что продукция датской модной индустрии теперь была ориентирована на среднего покупателя с целью снизить цены и увеличить объемы (публикации Министерства иностранных дел Дании от 1951 и 1952 годов). Именно в распространении такого взгляда на дизайн одежды — исток наших теперешних проблем. На примере меха мы видим, как важно понимать и учитывать телесные аспекты при разработке дизайна и ношении одежды. Если мы хотим изготавливать одежду, которую захочется носить и беречь, надо возродить навыки работы с тканью, существовавшие в Дании прежде. Взяв меховую отрасль за образец, мы можем создать эффективные управляющие организации по бизнес-модели Copenhagen Fur и СООР, уходящей корнями глубоко в датскую культуру, и таким образом помочь малым и средним предприятиям в сфере моды приблизиться к экологическим практикам.

Наконец, мех напоминает нам, что любая одежда имеет природное происхождение и когда-нибудь снова станет частью природы, пусть даже печать природы намеренно стерта, как и происходит сегодня. Опираясь на эти принципы, мы должны преобразовать культуру моды в целом. И тактильность — один из ключевых факторов на этом пути.

Перевод с английского Татьяны Пирусской

Литература

Кант 2000 — Кант И. Лекции по этике. М.: Республика, 2000.

Armstrong et al. 2015 — Armstrong C.M., Niinimäki K., Kujala S., Karrel E., Lang C. Sustainable Product-service Systems for Clothing: Exploring Consumer Perceptions of Consumption Alternatives in Finland // *Journal of Cleaner Production*. 2015. 97. Pp. 30–39.

CFW 2020 — CFW [Copenhagen Fashion Week]. Reinventing Copenhagen Fashion Week. Reducing Negative Impacts, Innovating our Business Model and Accelerating Industry Challenge. 2020. copenhagen-fashionweek.com/assets/pdf/CPHFW-SUSTAINABILITY-ACTION-PLAN-2020-2022.pdf (по состоянию на 11.09.2021).

Changing Markets Foundation 2021 — Changing Markets Foundation. Fossil Fashion: the Hidden Reliance of Fast Fashion on Fossil Fuels. 2021. changingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/01/FOSSIL-FASHION_Web-compressed.pdf (по состоянию на 11.09.2021).

Chapman 2009 — Chapman J. Design for (Emotional) Durability // Design Issues. 2009. 25 (4). Pp. 29–35.

Danish Ministry of Climate, Energy and Utilities 2019 — Danish Ministry of Climate, Energy and Utilities. Regeringens Klimapartnerskaber — Handel. 2019. kefm.dk/media/6665/klimapartnerskabsrapport-handel-rapport.pdf (по состоянию на 11.09.2021).

DM&T 2020 — DM&T. Bæredygtighed i den danske mode- og tekstilbranche. Report commissioned and co-authored by Danish Fashion and Textiles. Skjold E., Pedersen E.G. 2020.

EEA 2019 — EEA. Textiles and the Environment in a Circular Economy. Eionet Report — ETC/WMGE 2019/6. 2019. ecodesign-centres.org/wp-content/uploads/2020/03/ETC_report_textiles-and-the-environment-in-a-circular-economy.pdf (по состоянию на 11.09.2021).

Emberly 1998 — Emberly J.V. Venus and Furs, the Cultural Politics of Fur. London: I.B. Tauris, 1998.

Entwistle 2000 — Entwistle J. The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory. T.J. Great Britain: Polity Press / Blackwell Publishers Ltd, 2000.

Fletcher 2016 — Fletcher K. Craft of use. Routledge, 2016.

Fletcher & Klepp 2017 — Fletcher K., Klepp I. Opening up the Wardrobe. A Methods Book. UK: Novus AS, 2017.

Fletcher & Tham 2019 — Fletcher K., Tham M. Earth Logic Fashion Action Research Plan. UK: JJ Charitable Trust, 2019.

Greenpeace 2017 — Greenpeace. Fashion at the Crossroads. A review of initiatives to slow and close the loop in the fashion industry. 2017.

Hasling & Ræbild 2017 — Hasling K.M., Ræbild U. Sustainability Cards: Design for Longevity // Proceedings of the Product Lifetimes and the Environment (PLATE 2017). Delft, The Netherlands, 8–10 November 2017; Bakker, C.A. Mugge, R., eds; Delft University of Technology: Delft, The Netherlands, 2017. Pp. 166–170.

Holm-Jensen 2018 — Holm-Jensen K. ULD. Historien om den midtjyske tekstilindustri i det 20. århundrede. Danmark. Forlaget Stout, 2018.

- Imran et al. 2014* — Imran S. et al. Reinterpreting the Definition of Sustainable Development for a More Ecocentric Reorientation // Sustainable Development. 2014. 22 (2). Pp. 134–144.
- Jensen 2013* — Jensen K. Beklædningsindustriens møde med industrialiseringen. Brancheorganisationer og individuelle virksomheder under pres, perioden 1960–2000. Denmark: Syddansk Universitetsforlag, 2013.
- Klepp 2010* — Klepp I.G. Snapshot: Why Do Women Throw Out Clothes? // Skov L. (ed.) Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: West Europe, Vol. 8. Oxford: Berg, 2010. Pp. 169–170.
- Klepp & Haugrønning 2021* — Klepp I.G., Haugrønning V. Naturgarvet skinn i et miljøperspektiv. SIFO-rapport. 2021. No. 5.
- Kozłowski et al. 2019* — Kozłowski A., Bardecki M., Searcy C. Tools for Sustainable Fashion Design: An Analysis of Their Fitness for Purpose // Sustainability. 2019. 11. Pp. 35–81.
- McRobbie 2000* — McRobbie A. Fashion as a Culture Industry // Bruzzi S., Church-Gibson P. (eds) Fashion Cultures. Theories, Explanations and Analysis. Routledge/Taylor & Francis Group, 2000. Pp. 253–263.
- Niinimäki 2019* — Niinimäki K. (ed.) Sustainable Fashion in a Circular Economy. Aalto University School of Arts, Design and Architecture, 2019.
- Olsson & Goodnight 1994* — Olsson K.M., Goodnight T. Entanglements of Consumption, Cruelty, Privacy and Fashion: The Social Controversy over Fur // The Quarterly Journal of Speech. 1994. 80:3. Pp. 249–276.
- Ræbild 2015* — Ræbild U. Uncovering Fashion Design Method Practice: the Influence of Time, Body, Collection. Unpublished PhD thesis. Design School Kolding, 2015.
- Rissanen et al. 2018* — Rissanen T., Grose L., Riisberg V. Designing Garments with Evolving Aesthetics in Emergent Systems. Conference paper presented at: «What's Going On?». Global Fashion Conference 2018 at London College of Fashion. 2018.
- Rissanen & McQuillan 2016* — Rissanen T., McQuillan H. Zero Waste Fashion Design. London; N.Y.: Fairchild Books/Bloomsbury Publishing, 2016.
- Roccamora 2011* — Roccamora A. Hypertextuality and Remediation in the Fashion Media // Journalism Practice. 2011. 6:1. Pp. 92–106.
- Skjold 2008* — Skjold E. Fashion Research at Design Schools. Unpublished report commissioned by Design School Kolding. Printed in Denmark: Design School Kolding and MOKO, 2008.
- Skjold 2015* — Skjold E. Making Sense of Dress — on Sensory Perspectives of Wardrobe Research // Artifact: Journal of Design Practice. 2015. 5:1. Ph. 4.1–4.15 (1).

Skjold 2019 — Skjold E. ReFurbish. Copenhagen Fur + Design School Kolding 2013–2018. Booklet commissioned by Copenhagen Fur and Design School Kolding, 2019 (79 pages).

Skjold et al. 2018 — Skjold E., Larsen F., Ræbild U., Søndergaard S. The Re-New Project. Report commissioned by Copenhagen Fur and Design School Kolding, 2018.

Skjold & Csaba 2018 — Skjold E., Csaba F. Fur and Sustainability: Oxymoron or Key to «Deep» Luxury? // Fashion, Style and Popular Culture, Luxury Issue. Intellect, 2018. Pp. 131–149.

Skjold & Larsen 2020 — Skjold E., Larsen F. Design and Nature as Seen Through Fur — Systems of Manipulation and Care // Fletcher K., Tham M., St. Pierre L. (eds) Design and Nature: A Partnership, Oxon: Earthscan/Routledge, 2020. Pp. 124–129.

Skjold & Pedersen 2019 — Skjold E., Pedersen E.G. Sustainable Fashion Research Agenda Conference, 2019. June. Summary Report.

Sterm 1960 — Sterm P. Noget om Textilsalg. Dansk Textilkreds Publikationer. Textilfabrikantforeningens Informationskontor. Dyva og Jepsens trykkeri. København: Eberlin, 1960.

Troelsø 2001 — Troelsø O. En frakke med hår på. Finn Birger Christensen. En biografi af Ole Troelsø. Århus: Lindhardt og Ringhof, 2001.

Примечания

1. См. Foedevarestyrelsen.dk. 04.11.2020. www.foedevarestyrelsen.dk/Nyheder/Aktuelt/Sider/Nyheder%202020/Corona-virus-Alle-mink-i-Danmark-skal-aflives.aspx (по состоянию на 22.08.2021).
2. Copenhagenfur.com. 12.11.2020. www.kopenhagenfur.com/da/nyheder/2020/november/kopenhagen-fur-ser-ind-i-normal-drift-i-2021/ (по состоянию на 22.08.2021).
3. Tænk.dk. 12.05.2021. taenk.dk/aktiviteter-og-kampagner/stop-greenwashing-forbrugerraadet-taenk-anmelder-5-webshops (по состоянию на 22.08.2021).
4. См. заявление Датского инновационного фонда от 10 марта 2021 г.: innovationsfonden.dk/da/programmer/groenne-missioner/roadmaps-mission-driven-green-research-and-innovation-partnerships (по состоянию на 22.08.2021).
5. Dmøgt.dk. 27.04.2020. www.dmogt.dk/branchenyt/aabent-brev-til-folketinget-covid-19 (по состоянию на 23.08.2021).