

Rynek mody w kontekście zrównoważonego rozwoju

Szeroko rozumiane pojęcie zrównoważonego rozwoju obejmuje współcześnie zarówno kwestie ochrony i rozsądnego korzystania z zasobów naturalnych w skali państw oraz całej planety, jak i dbałość o przestrzeganie praw człowieka, dobry poziom i jakość życia społeczności lokalnych, poszanowanie dla unikalności i różnorodności kulturowej, kreatywne wykorzystanie tradycyjnych umiejętności i wzorców kulturowych oraz stabilne i sprawiedliwe relacje ekonomiczne. Wzrasta świadomość złożonego wpływu różnego typu działalności gospodarczych i nadmiernej konsumpcji na środowisko przyrodnicze oraz społeczno-gospodarcze. Jednym z obszarów rosnącego zainteresowania zarówno naukowców, jak i uczestników tego rynku z perspektywy wpisywania się w założenia zrównoważonego rozwoju jest projektowanie, produkcja i konsumpcja odzieży, w szczególności ubiorów użytkowanych przez indywidualnych konsumentów wybieranych zgodnie z ich upodobaniami określane zbiorczym mianem „mody zrównoważonej” (*sustainable fashion*). Różnymi odmianami tego zjawiska są m.in.: projektowanie i produkcja ubiorów z ekologicznych materiałów (np. bawełny ekologicznej) (*eco-fashion, organic fashion*) lub materiałów z odzysku (*recycling, upcycling*), nacisk na ekologiczne technologie produkcji (np. nie powodujące zanieczyszczeń chemicznych) i minimalizację strat materiałowych (tzw. *zero-waste fashion*), uwzględnianie wymogu sprawiedliwego podziału zysków oraz dobrego traktowania zaangażowanych w proces produkcji pracowników wśród istotnych czynników wyboru miejsca produkcji lub przedmiotu konsumpcji – „moda etyczna” oraz społeczna odpowiedzialność firm sektora mody (*fair trade, ethical fashion, CSR*), ograniczanie konsumpcji odzieży poprzez bardziej rozsądne zakupy, nacisk na możliwość jej długotrwałego użytkowania, trwałość i uniwersalność kroju, ograniczanie ilości kupowanej i utylizowanej odzieży poprzez przekazywanie jej innym osobom, używanie i współdzielenie (*slow fashion, collaborative fashion consumption*), ekologiczne postawy związane z dbałością o odzież (pranie, prasowanie, naprawa), lokalność produkcji i konsumpcji powiązaną z pewną dozą etnocentryzmu, wykorzystywanie lokalnych umiejętności i tradycji czy inspiracji lokalną lub regionalną kulturą, w polskiej wersji określane często jako tzw. „etnodizajn”. Proekologiczne i prospołeczne postawy mogą dotyczyć wszystkich uczestników rynku mody i różnych jej segmentów (np. moda luksusowa, odzież produkowana masowo, niezależni projektanci).

Celem projektu jest kompleksowa i wieloaspektowa analiza funkcjonowania i przestrzennych zależności występujących na rynku mody w Polsce w kontekście paradygmatu zrównoważonego rozwoju. Z jednej strony pod uwagę zostaną wzięte zarówno duże firmy działające w tej branży, jak i małe i średnie przedsiębiorstwa oraz niezależni projektanci mody odzwierciedlający podażową część tego rynku. Z drugiej strony analizie poddane zostanie zróżnicowanie postaw i zachowań konsumentów na tym rynku (popytowa strona rynku), a także kwestie kształcenia przyszłych projektantów mody – studentów szkół podyplomowych i uczelni oferujących kierunki związane z projektowaniem ubiorów.

Choć w ostatnim czasie zaobserwować można rosnącą liczbę inicjatyw związanych ze zrównoważonym podejściem do mody, widocznych przede wszystkim w przestrzeni większych polskich miast (nowe marki modowe, sklepy, wydarzenia takie jak targi i festiwale), a pewne aspekty tematu są wycinkowo podejmowane w opracowaniach naukowych, brak było jak dotąd całościowego spojrzenia na badane zjawisko, w tym rozpoznania jego przestrzennego zasięgu i charakteru. Proponowana inicjatywa badawcza stanowi nowatorskie przedsięwzięcie z perspektywy geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarki regionalnej, podejmując m.in. takie kwestie jak: uwarunkowania i mechanizmy rozprzestrzeniania się (dyfuzji) zrównoważonego podejścia do mody, rolę tego segmentu rynku mody w procesach restrukturyzacji i adaptacji tradycyjnego przemysłu, jakim jest przemysł lekki, nowych sieci powiązań pomiędzy tym przemysłem a działalnościami kreatywnymi związanymi z projektowaniem mody, jego wpływu na nowe wzorce i formy konsumpcji mody widoczne w polskich miastach (np. wydarzenia modowe, targi, butiki modowe) jako alternatywy dla dominujących w tym sektorze sklepów w dużych galeriach handlowych, roli technologii informacyjnych w kształtowaniu zjawiska i jego przestrzennego zasięgu, skupisk i zależności, w tym relacji hierarchicznych pomiędzy podmiotami i miejscami projektowania, produkcji oraz sprzedaży wytworów mody. W oparciu o wypracowane w ramach projektu autorskie koncepcje teoretyczne oraz pogłębione badania empiryczne, zamiarem autorów jest wniesienie wkładu w szerszą dyskusję na temat zrównoważonego rozwoju, uwarunkowań zrównoważonej produkcji i konsumpcji, gospodarki zamkniętego obiegu oraz kulturyzacji współczesnej gospodarki i ich uwarunkowań przestrzennych.

Zgłębienie tematu możliwe będzie dzięki zastosowaniu zróżnicowanych metod badawczych takich jak: wywiady (z projektantami, przedstawicielami przedsiębiorstw o różnej skali działania, wykładowcami uczelni artystycznych, przedstawicielami organizacji branżowych i specjalistycznych organizacji pozarządowych), ankiety wśród przedsiębiorstw, obserwacja (udział w wydarzeniach i spotkaniach związanych z modą, w szczególności modą zrównoważoną), ankiety wśród publiczności wydarzeń modowych oraz na reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski, kartowanie terenowe (mapowanie omawianego zjawiska w przestrzeni wybranych ośrodków miejskich).