

Ён Хён Чой

(Yeong-Hyeon Choi) — приглашенный доцент Колледжа бизнеса и технологий Сеульского национального университета науки и технологий. Магистр/PhD по специальности «Мода и текстиль» Хайнаньского университета. [betty40232@naver.com](mailto:betty40232@naver.com)

Сарам Хан

(Saram Han) — доцент Колледжа бизнеса и технологий Сеульского национального университета науки и технологий. PhD в Корнельской школе гостиничного администрирования при Колледже бизнеса Корнелла С. К. Джонсона, магистр программы аналитики данных при Мичиганском университете. [saramhan@seoultech.ac.kr](mailto:saramhan@seoultech.ac.kr)

# Моральная дилемма моды:

## игра «дилемма заключенного» применительно к зоозашите и экологической осознанности

### Аннотация

Статья впервые опубликована в журнале *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture* (2023. Vol. 27.3)

Целью настоящего исследования является поиск оптимального решения дилеммы веганской моды. Ориентируясь на выборку современных веганских или этичных модных брендов, заботящихся о благополучии животных, авторы ищут возможности для трансляции зоозащитной позиции, максимально внятной и приемлемой для потребителей моды. Для этого авторы обращаются к «дилемме заключенного», одной из классических моделей теории игр. Во-первых, удалось выяснить, что применение закона эффективности Парето к решению дилеммы веганской моды более

рационально, чем использование принципа равновесия Нэша. Во-вторых, исследование показало, что многие веганские модные бренды используют смеси синтетических материалов, а не материалы животного происхождения. Хотя все этичные модные бренды так или иначе озабочены защитой окружающей среды, некоторые из них лукавят и не отказываются от использования материалов животного происхождения. Кроме того, этичное производство развивается в основном в США и Канаде.

**Ключевые слова:** теория игр; дилемма заключенного; веганская мода; этичное отношение к животным; экологическая этика.

## Введение

Веганская мода — это концепция, в рамках которой веганская модель питания применима к модной индустрии. Это недавнее явление, стимулированное ростом осознанности потребителей, заботящихся о защите окружающей среды и дикой природы (Choi & Lee 2019). Согласно словарному определению, веганская мода — это одежда, изготовленная из искусственных или экологически чистых материалов, исключающих материалы животного происхождения (кожу, мех, шелк и шерсть) (Gottfried 2017). Веганская мода квалифицируется как этичная и по другим критериям, таким как экологическая ответственность, забота о благополучии работников модной индустрии и медленная мода (Reimers et al. 2016). Некоторые ученые трактуют веганскую моду широко — как умение взять на себя ответственность за состояние окружающей среды и защиту экосистемы и людей от вредных субстанций, образующихся в процессе производства и обработки сельскохозяйственного сырья (Bae 2020). Таким образом, веганская мода предполагает не только этичное отношение к животным; для нее важны и другие факторы — например, защита окружающей среды и социальная ответственность (Choi & Lee 2019).

Многие считают веганскую моду этичной, однако некоторые относятся к ней скептически. Как показало наше предыдущее исследование, дилеммы веганской моды включают в себя 1) дилемму, связанную с проблемой загрязнения окружающей среды, в частности с использованием в растениеводстве пестицидов и методов генной инженерии; 2) экологическую дилемму, связанную с использованием синтетических материалов, таких как искусственная кожа или искусственный мех; 3) дилемму продуктов животного происхождения: неясно, могут ли считаться веганскими шкуры животных, выращенных в неволе; 4) дилемму этичного менеджмента: как быть, если веганская

мода служит источником получения прибыли; 5) коммуникационную дилемму, то есть проблему выбора корректного и непротиворечивого веганского послания (Jeong & Kwon 2018).

Дилемма, связанная с выбором адекватных материалов — наиболее интуитивно взятная проблема веганской моды. Типы модных волокон обычно делятся на три категории: 1) натуральные, которые производятся из природного сырья — хлопка (целлюлозы) и шерсти (белковые материалы); 2) регенерированные, источником которых являются натуральные полимеры, требующие обработки; 3) синтетические, которые производятся в основном из нефтехимического (невозобновляемого) сырья — например, полиэстер и нейлон (Shirvanimoghaddam et al. 2020). В веганской моде используются натуральные материалы, но материалы животного происхождения для нее табу. Соответственно, веганская мода допускает использование любых натуральных материалов растительного происхождения (например, хлопка, льна, джута или рами), регенерированных материалов (например, вискозы, тенсела или модала) и синтетических материалов (например, акрила, нейлона, полиэстера или спандекса) (Gottfried 2017). В ряде случаев регенерированные и синтетические материалы идентифицируются как веганские с помощью маркеров «эко», «искусственный», «имитация» и «веганский» (Choi et al. 2021).

Веганская мода ставит своей задачей защиту животных. Непонятно, однако, можно ли ее считать экологически этичной, поскольку веганские модные бренды используют синтетические материалы. Вместо меха и кожи норки, лисы и енота они используют полиэстер для создания искусственного меха, а также заменяют крокодиловую, змеиную и телячью кожу материалами, полученными из волокон кокоса и ананаса, грибов и сои. Также используются экстрагированные биоматериалы (Gupta & Dave 2021), или искусственная кожа, например нейлон и полиэстер (Choi & Lee 2021). Если биоматериалы еще можно считать экологически этичными, то полностью синтетические волокна, без сомнения, опасны для окружающей среды.

Дилемма возникает, когда люди вынуждены выбирать между двумя альтернативными действиями или решениями, ни одно из которых не является «правильным» с точки зрения морали (Sinnott-Armstrong 1988). Моральная дилемма возникает, когда сталкиваются разные моральные принципы. Делая выбор, люди решают, какая из альтернатив важнее или уместнее в зависимости от ситуации или индивидуальных этических приоритетов (Sandel 2008). Классический пример — дилемма вагонетки (Thomson 1985). Дилемма веганской моды выглядит так: оправданно ли наносить дополнительный вред окружающей

среде, чтобы защитить животных (Choi 2021). Материалы, полученные из нефтепродуктов, оказывают более негативное воздействие на окружающую среду, чем натуральные волокна (Moazzem et al. 2021); именно они источник микропластика, загрязняющего воду (Corradini et al. 2019).

Некоторые утверждают, что модная продукция, изготовленная из меха и шкур животных, сбитых на автомобильных трассах, или из корректно собранного гусиного или утиного пуха, так же этична, как и веганская мода (Styles 2014). По сравнению с медленно разлагающимися синтетическими материалами и микропластиком, меха или шкуры животных — более экологичные материалы, поскольку они долговечные и биоразлагаемые (Breeze 2020). Тем не менее активисты и потребители, озабоченные правами животных, часто отдают предпочтение брендам, использующим вторично переработанное или синтетическое сырье как замену материалов животного происхождения (Choi & Lee 2021). По мере развития веганской моды не прекращаются дискуссии о том, можно ли считать ее экологичной или этот критерий вообще не важен, раз животные защищены. Таким образом, веганским модным брендам приходится доказывать свою этическую приемлемость.

Мы рассматриваем напряжение между этими двумя подходами, зоозащитным vs экологическим, как «дилемму веганской моды». Для того чтобы веганская мода без оговорок воспринималась как этичная, эта дилемма должна быть решена или сведена к минимуму. Цель нашего исследования — найти оптимальный баланс между экологической и зоозащитной этикой, проанализировав проблему в рамках классической «дилеммы заключенного». Кроме того, ориентируясь на выборку актуальных этических модных брендов, мы пытаемся понять, что значит этичный выбор в сфере модного веганства.

Мы ставим перед собой следующие задачи: 1) описать дилемму веганской моды в рамках теории игр; 2) определить оптимальные стратегии поведения в этой ситуации, ориентируясь на закон равновесия Нэша и закон эффективности Парето как возможные решения «дилеммы заключенного»; 3) понять, какой выбор делают веганские модные бренды в реальности. **Продолжение и иллюстрации в печатной версии.**