

**Тициана Ферреро-Реджис**

(Tiziana Ferrero-Regis) — адъюнкт-профессор Школы дизайна при Квинслендском технологическом университете. Опыт работы в индустрии моды (Vogue Italia) сочетается у Тицианы с исследовательской деятельностью в сфере теории и истории моды, культурологии и устойчивого развития. Один из руководителей исследовательской группы TextileR в Квинслендском технологическом университете.  
tiziana.ferreroregis@qut.edu.au

**Сильвия Гамби**

(Silvia Gambi) — итальянская журналистка, независимый исследователь. Специализируется на теме экологичной моды. Ведет контент-платформу Solo Moda Sostenibile (итал. «Только устойчивая мода»), куда входят журнал, подкаст и новостная рассылка. Специалист по переработке текстиля.  
silvia@solomodasostenibile.it

# #И нста- шерсть: нарративы устойчивого развития в Instagram<sup>1</sup>

Статья впервые  
опубликована  
в журнале

Fashion Practice:  
The Journal  
of Design, Creative  
Process & the  
Fashion Industry  
(опубл. онлайн  
16 июня 2023)

**Аннотация**

Сейчас потребление шерсти упало до минимума с 1950-х годов: согласно отчету организации Textile Exchange за 2021 год, шерсть составляет всего один процент мирового рынка тканей. Несмотря на непопулярность шерсти, на фоне постепенного осознания, что текстильные отходы загрязняют окружающую среду и снижают биоразнообразие из-за линейной экономической модели и делокализации, интерес к натуральным волокнам в последнее время



растет. Цель настоящего исследования — определить, какой контент международные организации, контролирующие шерстяную промышленность, используют, чтобы продвигать шерсть в соцсетях (а именно в Instagram), и как он соотносится с современной проблематикой устойчивого развития. Отсюда вытекает и другой вопрос: способствует ли этот нарратив росту потребления шерсти? Для сбора данных о рекламе шерсти в Instagram такими организациями, как Australian Wool Innovation, Woolmark, Campaign for Wool, British Wool, International Wool Textile Organisation и New Zealand Merino Co, был использован смешанный метод. Авторы предлагают новый взгляд на взаимодействие шерсти — основного продукта индустрии — и моды и на то, в какие публикации, образы и идеи выливается это взаимодействие в цифровых медиа. В результате исследования мы пришли к выводу, что потребителям шерсть представляют как идеальный материал. В той или иной мере все шесть организаций выстраивают нарратив устойчивого развития, ссылаясь на свойства шерсти как натурального волокна — от биоразлагаемости до способности перерабатывать содержащийся в атмосфере углерод. Материальные характеристики шерсти представлены изображениями и текстами, показывающими, что шерсть, мягкая, согревающая, универсальная, подходит для самых разных предметов одежды, а также в качестве защитного материала. Изображения овец и ягнят публикуются, чтобы вызвать у читателей эмоциональный отклик.

**Ключевые слова:** шерсть; устойчивое развитие; окружающая среда; мода; текстиль; Instagram

## Введение

Шерстяная промышленность — одна из базовых промышленных отраслей со своими хозяйственными процессами и обработкой волокна и вместе с тем культурная индустрия, имеющая определенный экономический и социальный статус. Основные продукты переработки шерсти — пряжа и текстиль, предметы, которые затем, следуя нематериальным законам, таким как мода на те или иные цвета, узоры и фасоны, преобразуются в одежду. Двойственность формы и материи шерсти, связанная с тем, что она как будто существует в двух обособленных друг от друга сферах, подводит нас к идее материальности, воплощающей непрерывные процессы преобразования шерсти, которая перекидывает мост между двумя областями — сельского

хозяйства и моды (Ferrero-Regis 2020). За счет дизайна, маркетинга и продвижения качества шерсти воплощаются в конечном продукте. Во многих странах, где торговля шерстью была основным источником ВВП, как в Австралии до 1950-х годов, шерсть была также неотделима от продвижения национальной идентичности и локального производства одежды (Ibid.).

Так как шерсть — сельскохозяйственный продукт, цены на нее всегда колебались в зависимости от того, производили ли ее в избытке или недостаточно, что, в свою очередь, зависело от погодных условий. В Австралии в производство и маркетинг шерсти, а также установку цен на нее часто вмешивалось государство (Massy 2011). Конкуренция со стороны дешевых синтетических волокон, изменившиеся предпочтения покупателей, снижение цен на шерсть, накопление ее на складах, нестабильное качество волокна, этические проблемы, связанные с практикой мьюлесинга<sup>2</sup>, и падение международного спроса привели к постепенному упадку мирового рынка шерсти в 1960–1990-х годах. Сегодня производится миллион тонн шерсти в год — это самое распространенное в мире волокно животного происхождения. Однако потребление шерсти снизилось до минимума: ее доля на мировом рынке волокон составляет всего 1%, тогда как на хлопок приходится 24,4%, а на синтетические волокна, среди которых лидирует полиэстер, — 62% (Textile Exchange 2019). При этом Австралия остается крупнейшим производителем и экспортером экстратонкой и тонкой мериносовой шерсти для качественных изделий, ежегодно поставляя около 345 миллионов килограммов шерсти; за Австралией следуют Китай, Россия, Новая Зеландия, Аргентина, ЮАР, Великобритания и Уругвай (Woolmark 2021a). **Продолжение и иллюстрации в печатной версии.**