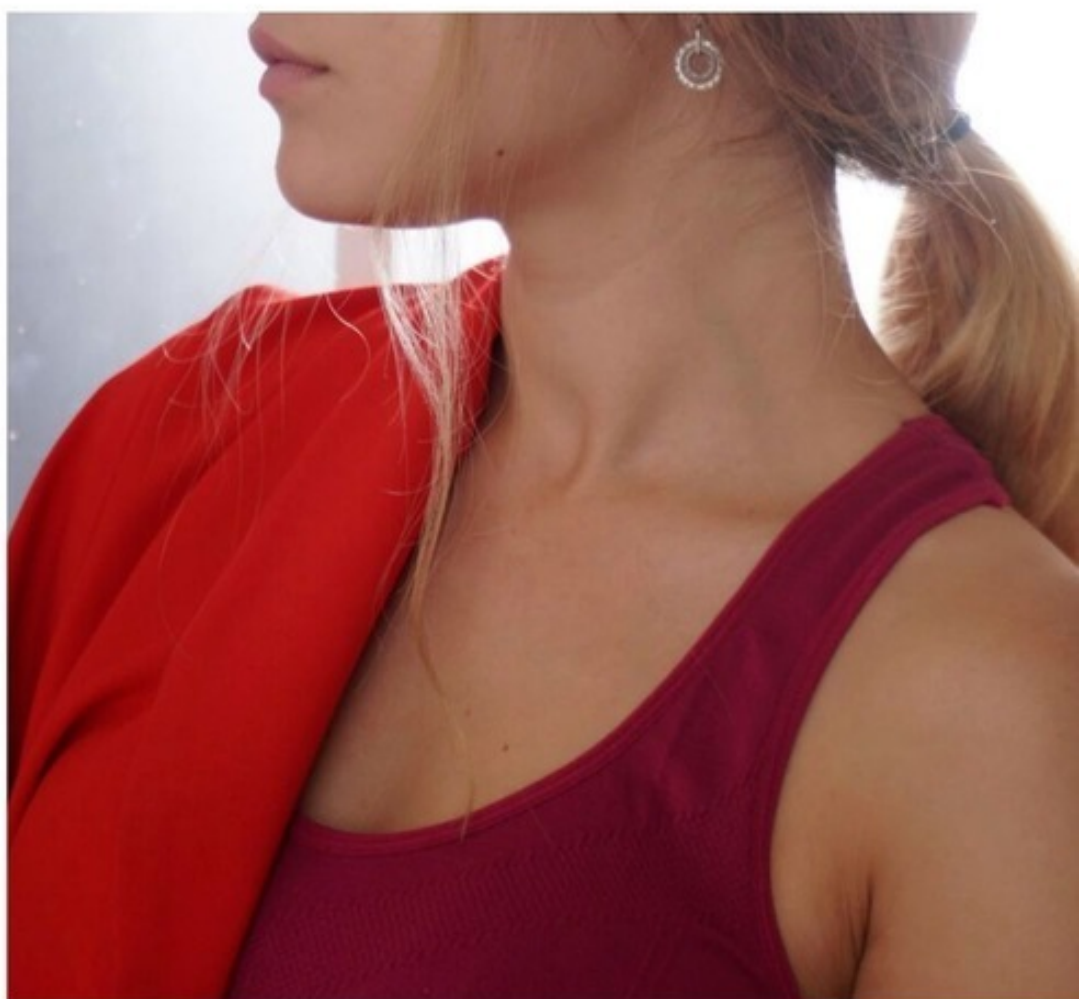


Маргарита Александровна
Котовщикова
ОСОЗНАННАЯ МОДА

Одежда — это бизнес и только потом искусство



МОДА ДЕРЖИТ НАС НА КРЮЧКЕ,
И С ЭТИМ НАДО ЧТО-ТО ДЕЛАТЬ...

Маргарита Котовщикова

**Осознанная мода. Одежда – это
бизнес и только потом искусство**

«Издательские решения»

Котовщикова М. А.

Осознанная мода. Одежда – это бизнес и только потом искусство /
М. А. Котовщикова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-505074-8

При производстве синтетических волокон тканей происходит выброс оксида и диоксида азота, который в разы опаснее углекислого газа. На то, чтобы произвести всего одну пару джинсов, уходит 10 тысяч литров воды. И это не говоря о количестве отходов: ежегодно в мире накапливается около 13 миллионов тонн ненужной одежды, часть из которой не была надета ни разу. Самое время узнать про осознанные покупки, которые помогут миру и тебе стать лучше!

ISBN 978-5-00-505074-8

© Котовщикова М. А.
© Издательские решения

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	7
ФИЛОСОФИЯ есть почти у каждого БРЕНДА	9
Про красоту	12
Случай из жизни	14
Обо мне	15
Список глупых правил, которые можно встретить на просторах интернета	18
Одежда и уверенность	20
Случай из жизни	21
Что происходит вокруг и как этого избежать?	23
Не бойся нового#	25
Конец ознакомительного фрагмента.	26

Осознанная мода Одежда – это бизнес И ТОЛЬКО ПОТОМ ИСКУССТВО

Маргарита Александровна Котовщикова

Идейный вдохновитель Евгений Касатов

Редактор София Кодзова

Фотограф (частично) Марьям Курова

Фотограф (частично) Дарья Луговая

© Маргарита Александровна Котовщикова, 2019

ISBN 978-5-0050-5074-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

**А вы задумывались,
куда деваются
тонны ненужных
вещей каждый
день?**

Не люблю, когда об одном и том же слишком длинно. Я ценю в людях немногословность и сама стараюсь говорить по делу. Поэтому тут нет длинных глав.

Если в книге слишком много строк посвящается какой-то теме, я откладываю ее в сторону и беру другую.

Не люблю, когда идет сплошной текст, без картинок. Поэтому картинок тут достаточно. Почти каждая мысль подкреплена визуализацией.

Не люблю стереотипы, правила и необдуманность. Здесь про разрыв шаблона и осознанность.

Я просто собрала все мысли об одежде в одном месте и оформила в единое целое.

В общем, наслаждайтесь!

ПРЕДИСЛОВИЕ

Мне нравится необоснованное повторение одних и тех же слов, мне нравится тавтология. Постоянно держу в голове, что три контакта с информацией дают ей шанс задержаться в долговременной памяти. Поэтому не так уж и плоха тавтология. Так есть шанс, что запомнят мою речь.

Невозможно написать идеальную книгу. В любом случае кому-то тема будет близка, и он сможет найти ответы на свои вопросы, а кому-то – нет, и он ничего не поймет.

Если точнее – почти нет шансов написать идеальную книгу, ведь нет ничего, в чем можно быть абсолютно уверенным.

Бывает, что ты не знаешь, чего хочешь. В таком состоянии хочется ничего. Просто лежать, просто ходить на работу, без рвения, целей и удовольствия. Это называется клинической депрессией.

Ты живёшь, но не ощущаешь жизни или просто не задумываешься о том, что может быть намного лучше.

Вот вы задумывались, почему время всегда движется вперед?

В отличие от неизменного времени механики Ньютона в теории относительности¹ время не абсолютно. Оно пластично и струится медленнее или быстрее в зависимости от системы отсчета наблюдателя. Время можно тормозить и ускорять, но оно никогда не останавливается и не поворачивает вспять.²

Есть много того, о чем мы не задумываемся, хорошо это или плохо.

Нет ничего, что было бы однозначно. Неоднозначна даже честность. К примеру, тебе подарили футболку, а тебе она не понравилась. Нужно ли демонстрировать свое разочарование? Конечно, нет. Подумай о том, что кто-то потратил своё время и деньги, чтобы сделать приятное именно тебе, одному из семи миллиардов людей, живущих на планете.

Мы много во что не вникаем. Когда тебе не хочется вникать, например, в процесс производства худи, ты просто смотришь. А когда хочешь что-то понять, например, как написать продающий пост, то наблюдаешь.

Всё просто, если не надо – смотришь или ещё проще: не смотришь, если надо – наблюдаешь.

А когда читаешь, можешь тут же «скинуть» информацию, а можешь сделать из нее выжимку и написать заметку.

Я выделила две модели поведения: «прочитал/забыл» и «прочитал/проанализировал».

А теперь о книге: эта история не о любви, не о дружбе и не об энтропии, что бы это ни было. Здесь не будет кульминации и развязки. И даже сюжета. Будут только мои мысли, на темы, которые волнуют.

¹ Источник: <https://fb.ru/article/311376/teoriya-otnositelnosti-prostyim-yazyikom-teoriya-otnositelnosti-eynshteyna>

² Источник: Всемирный банк <https://www.vsemirnyjbank.org/>

Я часто делаю заметки, но почему-то никогда не думала о том, что их можно соединять, переплетать и в итоге получать что-то цельное. Как только эта мысль пришла мне в голову, так и появилась эта книга.

Прошу читать и анализировать, наблюдать, задумываться и с пониманием относиться к тавтологии.

Теперь вопрос в другом: с чего начать?

Сначала думала начать с рассказа о себе. Но решила, что это лишнее.

Думала написать о бесполезности воздушных шаров, но тут даже и писать нечего.

Может начать сразу с брендов? Думаю, так и сделаю!



ФИЛОСОФИЯ есть почти у каждого БРЕНДА

«Будь дерзкой», «будь нежной» – говорят нам в наружной рекламе. «Будь строгой» или «сексуальной», «будь разной» – и вот тебе новый классный образ.

И ты веришь, и я верю, что так надо. Хоть мы крайне редко «ведёмся на рекламу».

Ты растёшь в среде, где модно быть модным.

Конечно, одежда не только для того, чтобы защищать тело от холода. Мы же не древние люди... Мы носим её, чтобы быть красивыми, чтобы показать свой статус, престиж, чтобы продемонстрировать своё отношение к окружающему миру.

Родители учат тебя выбирать вещи, сочетать их друг с другом. Если им что-то не нравится, они говорят, что это тебе не подходит.

По телевизору днём и ночью крутят модные программы, где рассказывают о трендах и различных стилях. В социальных сетях ты лайкаешь блогеров, одевающихся у именитых дизайнеров.

Со всех сторон тебя формирует философия брендов. Создатели одежды давно решили, какой фасон рукава и вырез платья тебе к лицу, и что именно ты купишь через пару месяцев. Мода распространяется в геометрической прогрессии, об этом нам говорит постоянно меняющийся ассортимент в магазинах Inditex³. Раз в две недели магазины обновляют ассортимент.

Ощущение, что нам постоянно предлагают новинки: ну и что, что это платье через пару месяцев после покупки будет уже не такое модное. Оно как раз успеет тебе надоест, и ты придешь за новым.

Мода захватывает развивающиеся страны, потому что развитые захватила уже давно...

В чем суть желания быть модным? В зависимости от общественного мнения? В боязни старости? В стремлении спрятаться или наоборот показать себя?

И в одном, и в другом и в третьем.

Одежда – это уже форма социальности, а не потребность в защите от окружающей среды. Бренды заставили всех верить в моду. И в то, что с конкретной вещью мы приобретаем уверенность.

Так, постепенно, мы все разделились во взглядах: кто-то любит спорт-стайл, тогда добро пожаловать в Adidas, а кто-то хочет быть бунтаркой, тогда ему в Zara.

Каждый бренд имеет свою философию, в которую верят гигантские группы людей.

Если я перестану верить в то, что Dolce & Gabbana – законодатель мод, это ничего не даст. Чтобы изменить веру в бренд, нужно чтобы произошло нечто массовое и глобальное. Создание натального покрытия, к примеру. При условии, что оно полностью заменит все функции одежды. Тогда пресловутая концепция брендов перестанет быть актуальной.

Но это вряд ли, потому что монополия брендов будет всегда гнездиться в сознании миллионов. Она нужна, но противостоять ей тоже нужно.

³ Информация с официального сайта Inditex <https://www.inditex.com/en/how-we-do-business/our-model/logistics>

А кто решает, что будет модным в следующем сезоне? По большей части, модные дома. В их арсенале есть методы составления прогнозов по трендовым фасонам, цветам. Специально обученные люди ходят по улицам и фиксируют предпочтения в одежде определенных социальных групп. Затем эти данные анализируются, добавляются новые детали, и лукбуки – составленные образы на следующий сезон готовы.

Всё чаще появляются новые коллекции и всё чаще нам говорят, что пора побаловать себя чем-то новым.

Если говорить языком маркетинга – происходит ежедневное стимулирование продаж и создание спроса. Навязывание – это уже норма.

Ты приходишь за футболкой, а уходишь с джинсами, потому что на них скидка 50%. Да ещё и с тремя футболками, потому что попал на акцию «3 по цене 2». Совсем круто, если уносишь с собой бесплатное украшение, полученное за то, что ты привел своего друга.

И вот ты уже не один в системе, ты уже вместе с другом.

Определенно, мода – это движение, которое затягивает. Только для природы в целом это не полезно. мода распространяется, коллекции отшивают всё чаще, заводы по производству тканей работают всё интенсивнее, природа загрязняется всё больше.

Не совсем понятно, зачем человек эволюционировал в сторону голого тела. Лицо очистилось от волос вследствие социализации, чтобы можно было ярче выражать эмоции. А почему волосы ушли с тела?

Люди стали носить одежду в холод по понятным причинам, а в экваториальном климате она зачем? Почему одежда вообще заняла такое значимое место в обществе? Вопросов много, а ответов почти нет.

Возможно, это связано с тем, что самореализация набирает обороты и готова посоревноваться за первое место в пирамиде Маслоу⁴.

⁴ Информация с сайта <https://fb.ru/article/311376/teoriya-otnositelnosti-prostyim-yazyikom-teoriya-otnositelnosti-eynshteyna>



**НАВЯЗЫВАНИЕ В
МАГАЗИНАХ -
ЭТО УЖЕ НОРМА**

Про красоту

Человек сам решает, что красиво, а что нет.

Ты сколько угодно можешь говорить, что коричневый не сочетается с бирюзовым, а я равно буду считать это красивым.

Потому что мы по-разному видим и по-разному воспринимаем одни и те же вещи. У нас разный бэкграунд и понятие прекрасного.

Бренды хотят, чтобы наш вкус был един, по мере развития масс-маркета вместе с ним развивается и однотипное понятие красоты.

Рыночные вещи не кажутся красивыми.

Почему?

Варианта два.

Первый: возможно, от природы существует внутреннее понятие красоты, схожее у многих, но это вряд ли.

Второй вариант менее оптимистичен: нас, скорее всего, загипнотизировали.

Все эти шорты, платья, юбки производят невероятный фурор. Вещи от именитых дизайнеров могут стоить огромных денег, и всегда найдутся те, кто будет готов их заплатить. Спрос на вещи гигантский. У всех моих подруг в шкафу висят по несколько десятков платьев, а им всё равно хочется чего-то новенького.

Если копнуть глубже, это может говорить о недостатке внимания, чувстве одиночества или внутренней пустоте.

А может человек таким образом получает ощущение свободы от покупок, ведь он смог купить очередной брендовый пиджак, пусть даже и не нужный.

Бывают времена, когда хочется отстраниться на время от всего и перестать быть частью этого мира. Кто-то переключается на еду, кто-то расслабляется с помощью запрещённых веществ, а есть люди, которые справляются с приступами депрессии только за счет походов в магазины, и я как раз из их числа.



Случай из жизни

*Надену-ка я свитер.
Нет, лучше платье.
Нет, лучше красную футболку,
хотя не стоит, она обтягивающая.
Ой, откуда у меня этот топ?
Ладно, надену-ка я свитер.*

Я люблю носить одежду по настроению. В то утро настроение было – рваные джинсы. Я оделась и пошла на работу, совершенно забыв, что у меня назначена деловая встреча с клиентом.

Прихожу в офис, замечаю на себе оценочно-негативный взгляд начальника. Понимаю, что надо как-то самой сделать акцент на своей одежде, пока он меня не опередил.

У меня ведь всё под контролем, так?

Пытаюсь пошутить, мол, путь на работу оказался не из легких, пришлось пройти через многое.

– Видите мои дырки на джинсах?!

Мой руководитель посмеялся и пошел дальше. Тогда я поняла, что в рекламных заголовках и цитатах из соцсетей что-то есть. Главное во всем и всегда – уверенно всё делать.

Встреча прошла, кстати, «на ура». Все заценили мои дырки на джинсах.

Обо мне

Я всегда пью чай без сахара, но вчера мне захотелось добавить пару ложек, и теперь я не чувствую гармонии с собой, ведь чай мне понравился. Подобное случается каждый день, и с каждым разом всё сложнее разбираться в том, что именно я люблю. Трудно жить без изменений и всё время пить чай без сахара.

Я долго думала, почему я так люблю новые платья.

Поначалу, я объясняла это недостатком внимания, потом у меня появился муж, и внимания стало предостаточно. Даже чересчур.

Чувство одиночества и внутренней пустоты тоже не про меня, я вполне адекватна и у меня полно разных желаний и целей.

Так зачем же я шью и шью эти красные, розовые и зеленые платья?

В новых вещах я чувствую себя увереннее.

Я осознаю это и не хочу ничего с этим делать.

Мне нравится открывать шкаф и видеть полки с юбками, футболками, шортами. В этот момент уровень дофамина и эндорфина в моем организме зашкаливает.

Если осознаешь причину покупки платьев и кайфуешь от неё, то ничего предпринимать не нужно.

Сила в осознанности.



ОТКУДА У МЕНЯ ТАКАЯ НЕПЕРЕНОСИМОСТЬ ПЛАТЬЯ БОЛОТНОГО ЦВЕТА

**СКОРЕЕ ВСЕГО, ИЗ
ДЕТСТВА.**

*Непереносимость
какого-то цвета связана
с неприятным
воспоминанием или
ассоциацией.*

Многие из зрительных
воспоминаний мы храним,
не помня в точности их цвета.
Но когда мы вспоминаем что-
то с определенным
намерением, мы более-менее
сознательно переписываем их
начисто, одновременно
придавая форму и цвет.

Из книги "Цвета нашей
памяти" М.Пастуро

Список глупых правил, которые можно встретить на просторах интернета

Существуют люди, которые не только верят в правила по сочетанию одежды, но ещё и учат этому своих детей.

Остановитесь! Сумка может быть красной, а туфли – синими, ничего не случится и всё будет окей, поверьте.

Красота субъективна. Если большинство считает, что так нужно, это говорит только об одном: большинству это нравится. Но не стоит забывать о меньшинстве, у него тоже есть мнение.

Правила сочетания цветов, объемов, симметричности ещё как поддаются сомнению.

Насмотренность – это то, что определяет вкус и понятие красоты. Ты можешь его развивать с помощью модных журналов, тогда примкнешь к «модникам», потому что именно они формируют моду. Или же ты можешь никак не развивать насмотренность, тогда «модники» будут считать, что у тебя нет вкуса. Ты же не как они. Мода относительна и понятие красоты в данном случае – тоже.

Поэтому найди свой стиль и то, в чем тебе комфортно, и кайфуй.



ПРАВИЛА, КОТОРЫЕ МОЖНО НАРУШАТЬ

ПРАВИЛО 1

НЕ НОСИТЕ СЛИШКОМ ЯРКИЕ БЛУЗКИ ДНЕМ: ИХ СЛЕДУЕТ ОСТАВЛЯТЬ НА ВЕЧЕР

ПРАВИЛО 2

ВЫСОКОЙ И СТРОЙНОЙ ЖЕНЩИНЕ ПОДОЙДЕТ УДЛИНЕННЫЙ ПИДЖАК С НАКЛАДНЫМИ КАРМАНАМИ, МАЛЕНЬКОЙ И ХРУПКОЙ – УКОРОЧЕННЫЙ

ПРАВИЛО 3

В ДЕЛОВЫХ КОСТЮМАХ ДОПУСТИМА ТОНКАЯ ПОЛОСКА

ПРАВИЛО 4

ДЛЯ ЖЕНЩИН ОБЯЗАТЕЛЬНЫ КОЛГОТКИ НА РАБОТЕ. ДАЖЕ ЕСЛИ НА УЛИЦЕ ЖАРА

ПРАВИЛО 5

НЕ НОСИТЕ БОЛЕЕ ТРЕХ ЦВЕТОВ В ОДНОМ ОБРАЗЕ

ПРАВИЛО 6

ТУФЛИ И СУМКА ДОЛЖНЫ БЫТЬ ОДНОГО ЦВЕТА

ПРАВИЛО 7

НИЗ НА ПАРУ ТОНОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕМНЕЕ ВЕРХА.

ПРАВИЛО 8

СЕРЕБРЯНОЕ С ЗОЛОТЫМ НЕ СОЧЕТАТЬ



Одежда и уверенность

Когда надеваешь пиджак, то начинаешь вести себя как начальник. Ты чувствуешь свою важность и хочешь важничать.

Когда надеваешь спортивки, сразу тянет расслабиться и не переживать по рабочим вопросам.

Одежда влияет на твои планы и решения. Пусть косвенно и не особо осознанно. Она влияет на твою уверенность, действия и круг общения. Длина юбки может привлекать внимание, вызывать удивление или одобрение.

Ты не можешь выйти на улицу без одежды, потому что так не положено. Ты не будешь чувствовать себя комфортно. Голое тело – слишком личная составляющая, а личное афишировать не принято.

То есть, это очередное правило, которое навязали нам другие люди и которое сохраняется на протяжении долгого времени.

Мы либо должны ему подчиняться, либо придумывать новые правила и стремиться их внедрить.

Без правил, увы, жить не получится. Отсутствие правил – это тоже правило.

Случай из жизни

Моя подруга трижды в месяц ходит по магазинам и покупает вещи по скидкам. Только по скидкам.

За один поход в магазин она приобретает, в среднем, четыре новые вещи.

Когда спрашиваешь ее: «Ну, и куда тебе столько?» она отвечает: «Одежда дешёвая, поэтому она быстро скатывается, окрашивается, растягивается, протирается, в общем – быстро выходит из строя. А покупать дорогую одежду я не хочу, ведь тогда придется реже ходить по магазинам».

На этом я её остановила, потому что сложно было уловить в её словах логику.

На самом деле причин походов по магазинам может быть много.

Прежде чем что-то купить, подумайте, зачем вам это надо. Нужно новое платье. Зачем? Обязательно придумывайте причину покупки, иначе ваше окружение может подумать, что у вас ониомания⁵. И маниакальная тяга к покупкам.

Можно прочесть кучу учебников по деловому стилю и вызубрить принципы создания респектабельного внешнего вида. Но это ничего не даст. Ведь эти правила придумали точно такие же люди, как и мы. Поэтому не стоит считать их святыми и бояться нарушать установленные ими порядки.

Важнее жить в гармонии со своими ощущениями и научиться понимать себя, свои желания и предпочтения. Определи свой вкус и придерживайся его. Никакие правила сочетания наряда не сделают тебя более успешным, поэтому не стоит тратить на это время.

Я не призываю нарушать все существующие нормы, я призываю не воспринимать их на 100%. Это нормально – пересматривать и менять устои. Только так мы и развиваемся.

⁵ Источник: <https://web.archive.org/web/20160417135143/https://oniomania.ru/psihologiya-dlya-vas/issledovanie-osobennostey-samoreguljaczii-lichnosti-s-oniomaniey/>

НЕ ВСЕГДА ДОЛЖНА БЫТЬ ПРИЧИНА - СКАЖИТЕ ВЫ.
А Я СКАЖУ, ЧТО ВСЕГДА

А ТЫ УЖЕ
ПРИДУМАЛА,
ЗАЧЁМ ТЕБЕ
СТОЛЬКО ВЕЩЕЙ?



ЛУЧШЕ ПРИДУМАЙ

ЧТОБЫ ДРУГИЕ НЕ ДУМАЛИ, БУДТО У ТЕБЯ ОНИОМАНИЯ

Что происходит вокруг и как этого избежать?

Этот стих, точно стоит прочтения и заучивания. Наберись терпения и через час ты уже будешь знать его наизусть.

Ты вряд ли замечаешь, что сейчас происходит вокруг:
Каждый становится учителем, который варится в собственном соку и не понимает чужих услуг.
Кругом гигантские центры, мегаполисы,
Они поглощают тебя полностью,
И твои желания, и твои стремления.
Из тебя создаётся новый продукт,
Которые сформирован нужными ценностями.
Сопротивляться глупо неприкосновенности.
Остаётся только хотеть, мечтать, делать всё, чтобы продолжать желать.
И учить так, как кажется тебе правильным, но конечно это всё сформировано уже давно,
А цикличность просто делает своё.

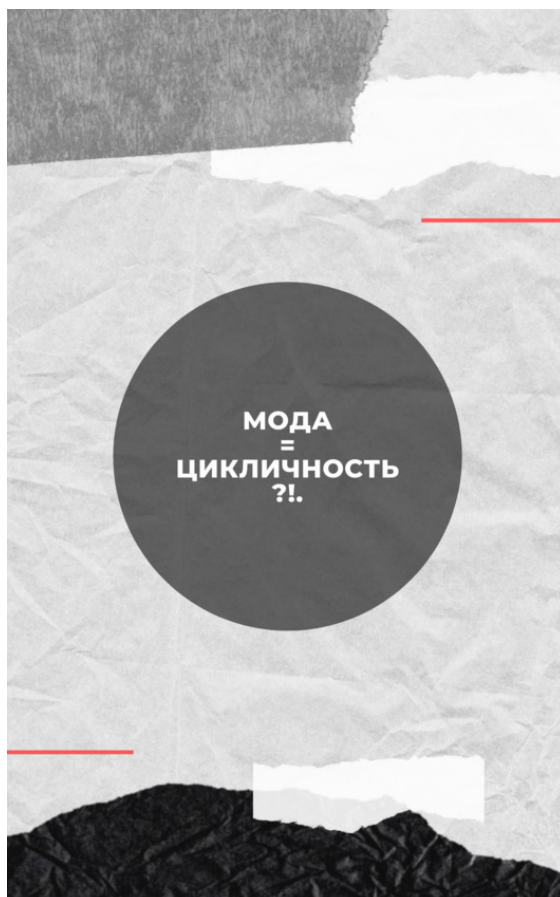
Повлиять на систему в одиночку – получится. При условии, если один начнет, другой подхватит и так запускается нечто новое.

Единственное, что может тебе помешать – это такой распорядок дня:
Понедельник – настрой взять себя в руки, заставлять себя что-то сделать.
Вторник – самый плодотворный день, много сил и желаний, но дела оставляешь на завтра.
Среда – настрой спадает, но жить можно.
Четверг – о, завтра пятница?!
Пятница – сегодня пятница! Хочу столько всего успеть на выходных.
Суббота – уже вечер? Я же только встала.
Воскресенье – надо отдохнуть, завтра же понедельник.

Не живи в состоянии вечного ожидания, старайся отпускать прошлое и воспринимать его только как воспоминание.

Не нужно оглядываться назад и пытаться поступать, как раньше. Каждый день мы узнаем много нового, меняемся, а значит – того, что было, не повторить. Борьба с устоями можно и нужно, если ты этого хочешь.

Наслаждайся переменами.



Не бойся нового#

*Для короткой человеческой жизни звёзды кажутся неизменными,
но они движутся,*

*Для людей, живущих в Северной Корее, интернет кажется
немыслимым, но он существует.*

*Для меня кажется невозможным не знать о носках в рубчик,
но не знают же!*

Коротко и просто: шоу-рум – это пространство, где продаётся одежда. Там более уютно, чем в обычном магазине одежды. Диванчик, журналы, если повезёт – фотозона, ароматный чай. Всё сделано для того, чтобы приятнее было делать покупки. Ты сразу отличишь шоу-рум от банальных рыночных павильонов.

#

Шоу-румы различаются по своей нацеленности на конкретный сегмент. Эти сегменты аудиторий имеют разное количество денег в кошельке.

- Шоу-румы, закупающие одежду на дешёвом китайском рынке и перепродающие её тут.
- Авторские шоу-румы, то есть одежда отшита от имени лица этого места и только для него. Отшивают коллекцию, скорее всего, на китайских фабриках.
- Шоу-румы экстра-класса. Как правило, это дизайнерская одежда, имеющая собственное производство.
- Шоу-румы, которые покупают ткань в одном месте, отшивают у других подрядчиков и выставляют модели у третьих.
- Шоу-румы только с моно-коллекцией (один вариант модели в разных цветах. Например, только футболки, только худи и т.д.).

И если ты не знала, что такое шоу-рум, то не нужно обходить его стороной, лучше зайти, чтобы узнать.

Если не знаешь, какой материал при пошиве использует любимый бренд – узнай. Эпоха «большого пальца» уже наступила, всю информацию можно получить буквально в несколько касаний по экрану.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.