

Analiza posljedica fast fashion-a

Košević, Rafaela

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:721843>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-11**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Studij Kulture i turizma



Rafaela Košević

Analiza posljedica fast fashion-a

Završni rad

Zadar, 2020.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Studij Kulture i turizma

Analiza posljedica fast fashion-a

Završni rad

Student/ica:

Rafaela Košević

Mentor/ica:

Dr. sc. Gabrijela Vidić

Zadar, 2020.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Rafaela Košević**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom *Analiza posljedica fast fashion-a* rezultat mojeg vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojeg rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojeg rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 23. rujna 2020.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. ŠTO JE <i>FAST FASHION</i>?	2
3. UTJECAJ <i>FAST FASHION</i>-A NA EKOLOGIJU	5
3.1. Zagađenje i prekomjerna potrošnja vode	6
3.2. Problemi s odlaganjem tekstilnog otpada	8
3.3. Uništavanje šuma i zagađenje zraka	9
4. UTJECAJ <i>FAST FASHION</i>-A NA ČOVJEKOVO ZDRAVLJE	11
4.1. Štetni materijali u proizvodnji odjeće	11
4.2. Kemikalije i toksini u odjeći	13
5. UTJECAJ <i>FAST FASHION</i>-A NA DRUŠTVO	16
5.1. Plaće u tekstilnoj industriji	17
5.2. Sigurnost i zdravstveni uvjeti	20
5.3. Iskorištavanje djece i prisilni rad	24
6. ODRŽIVA MODA I PRIMJERI DOBRE PRAKSE	26
6.1. Primjeri dobre prakse održive mode sa strane proizvođača	26
6.2. Primjeri dobre prakse održive mode sa strane potrošača	30
6.3. Kružno gospodarstvo	31
7. ZAKLJUČAK	33
SAŽETAK	35
SUMMARY	37
LITERATURA	39
ŽIVOTOPIS	49

1.UVOD

Cilj ovog završnog rada je analizirati utjecaj i posljedice koje brza moda tj. *fast fashion* ima na ekologiju i društvo. Ovaj izraz spominjat će se kroz rad na engleskom jeziku iz razloga što se on u hrvatskom jeziku rijetko prevodi te je u govoru, knjigama i drugim radovima također uvriježen kao izraz koji se ne prevodi. Također, svrha je pojasniti čemu teži današnja modna industrija, čemu bi trebala težiti u budućnosti te navesti neke preporuke kako se okrenuti prema održivoj modi. Ovaj rad se sastoji od ukupno sedam poglavlja. Drugo poglavlje odnosi se na općeniti pojam *fast fashion-a*, što on podrazumijeva, kako je modna industrija uopće došla do ovog modela te kakva je modna industrija bila prije nego što se pretvorila u jednog od najvećih zagađivača na svijetu. Tema idućeg poglavlja je utjecaj *fast fashion-a* na ekologiju te se ovo poglavlje grana na tri potpoglavlja: zagađenje i prekomjerna potrošnja vode, problemi s odlaganjem otpada te uništavanje šuma i zagađenje zraka. Detaljno će se po potpoglavljima pojasniti neki od glavnih problema u ekologiji koje uzrokuje model *fast fashion-a* te koje su posljedice nastale zbog nedostatka kontrole njegovog utjecaja. Četvrto poglavlje govori o negativnom utjecaju tekstilne industrije na ljudsko zdravlje. Također se dijeli na potpoglavlja: kemikalije i toksini u odjeći i štetni materijali. S obzirom da je zdravlje ljudi usko povezano sa zagađenjem prirode, nakon što su objašnjene posljedice *fast fashion* na ekologiju, potrebno je to povezati sa zdravljem ljudi te pojasniti na koje sve načine modna industrija kroz ovaj model može štetiti čovjeku. Nadalje, peto poglavlje je vezano za utjecaj *fast fashion-a* na društvo. Dijeli se na tri potpoglavlja: plaće u tekstilnoj industriji, sigurnost i zdravstveni uvjeti te iskorištavanje djece i prisilni rad. U ovom poglavlju navode se neki od problema koje uzrokuje model *fast fashion-a* radnicima u tekstilnoj industriji tj. problemi s plaćama, nehumanim uvjetima rada, nesigurnim radnim mjestima te se također navode i potresne posljedice koje su za sobom ostavile ljudske žrtve. U šestom poglavlju pojasnit će se na koje načine potrošači mogu utjecati na smanjenje negativnog utjecaja *fast fashion-a* te će se navesti konkretni primjeri dobre prakse. U ovom poglavlju će se pojasniti i koncept kružnog gospodarstva na primjeru modne industrije. Sedmo poglavlje rada je zaključak, u kojem se navodi osvrt na navedena poglavlja.

2. ŠTO JE *FAST FASHION*?

Pojam *fast fashion* može se pratiti od početka devedesetih kada je New York Times prvi put koristio taj izraz da bi opisao nevjerojatno brz proizvodni model koji bi odjeću od dizajna do gotovih proizvoda dopremio u trgovinu u roku od dva tjedna (New York Times Magazine, 2012). Različiti izvori opisuju *fast fashion* na različite načine; to je pojam koji označava masovnu proizvodnju jeftine, jednokratne odjeće (Sustain your style, 2020). Zatim, označava odjeću izrađenu neselektivno, nepromišljeno, često bez obzira na utjecaj na okoliš i radne uvjete u kojima se proizvodi (Chua, 2019). Prema autorici Dani Thomas (2019) to je proizvodnja modernih, jeftinih odjevnih predmeta u ogromnim količinama munjevitom brzinom u tvornicama s podugovorom, koje će se naći u tisućama trgovačkih lanaca.

Brza moda ili *fast fashion* postala je svakodnevnica i vrlo je teško kao potrošač oduprijeti se primamljivim tj. niskim i širokoj masi dostupnim cijenama moderne odjeće. S obzirom da je odjeća jeftina, jeftina je i proizvodnja što znači da materijali koji se koriste u izradi takve odjeće nisu kvalitetni i ne mogu dugo trajati. Kao rezultat toga, ona odmah izgleda izbljedjelo ili istrošeno te tjera potrošače da ponovno kupuju, i tako u krug. Nekvalitetna odjeća odlazi u otpad, a ormari se neprestano pune novom kratkotrajnom odjećom. Sve to za sobom nosi negativan utjecaj i na okoliš, društvo i zdravlje ljudi.

Potrošači se također često vode raznim trendovima, a danas ih je najlakše pratiti putem društvenih medija, primjerice, putem *Instagrama* i *Facebooka*. Modni trendovi se danas mijenjaju toliko brzo da nije rijetkost da *fast fashion* marke uvode nove proizvode više puta u tjednu kako bi ostali relevantni i moderni (Investopedia, 2020). Inditex je pionir među kompanijama „brze mode“ te zapravo preuzima izgled i dizajnerske elemente od vrhunskih modnih kuća, zatim ih imitira i reproducira brzo i jeftino (Good on you, 2018). Svi Inditexovi brendovi - Zara, Bershka, Stradivarius, Pull & Bear, Massimo Dutti, Oysho i Uterqüe – funkcioniraju na istom predlošku, dakle, trendi, jeftini proizvodi koji se prodaju u moderno uređenim trgovinama (Hansen, 2012).

Potrebno je dati povijesni pregled razvoja koncepta brze mode kako bi se u nastavku mogle pojasniti posljedice, odnosno utjecaji brze mode na ekologiju, zdravlje i društvo. Prije 1800-ih, moda je bila spora budući da je bilo nužno nabavljati vlastite materijale poput vune ili kože, pripremiti ih, tkati i zatim izrađivati odjeću, što je iziskivalo mnogo vremena, truda i sredstava (Good on you, 2018). Tijekom industrijske revolucije uvedene su nove tehnologije poput

šivaćeg stroja, stoga nadalje izrada odjeće postaje lakša, brža i jeftinija. Jeftinija i lakša izrada rezultirala je time da su se pojavile i prodavaonice odjeće za srednju klasu, što je omogućilo većem broju ljudi kupovanje odjeće umjesto kućne izrade, a samim time dolazi i potreba za većim brojem tekstilnih tvornica (Good on you, 2018). Otprilike u ovo doba pojavile su se prve velike tekstilne tvornice, zajedno s brojnim sigurnosnim pitanjima. Prva veća katastrofa u tekstilnoj tvornici dogodila se u New Yorku 1911. godine u tvornici Triangle, kad je izbio požar koji je odnio živote 146 tekstilnih radnica (History, 2009).

Do šezdesetih i sedamdesetih godina mladi su stvarali nove trendove, odjeća postaje oblik osobnog izražavanja, ali još uvijek je postojala razlika između visoke mode i *high street*-a. High street označava odjeću koja je dostupna javnosti za kupnju u trgovinama, a nije napravljena od strane modnih dizajnera i dostupna samo određenim osobama kao što je visoka moda. Kupovina odjeće nekada se smatrala događajem. Potrošači bi uštedjeli na kupnji odjeće u određeno doba godine, a krajem 1990-ih mijenjaju se i navike potrošača, jer kupovina odjeće postaje oblik zabave i druženja, te potražnja za odjećom raste (Investopedia, 2020). Krajem 1990-ih i 2000-ih započinje online kupovina, a marke brze mode preuzimaju glavnu ulogu. Godina 1994. bila je prijelomna za kupnju putem interneta, to je godina kada je pokrenut Amazon, a eBay je uslijedio 1995. godine. Zatim Rakuten, najveća japanska web stranica za e-trgovinu, koja se posljednjih godina proširila na zapadna tržišta, pokrenuta je 1997. godine, a 1999. godine osnovana je kineska Alibaba (The F Team, 2020). Te su tvrtke postavile temelje za novi način kupovine - širok izbor ponude, pristupačnost potrošačima i inovativna tehnologija.

Stalno smanjenje troškova proizvodnje i neprestan tehnološki razvoj industrije uzrokovali su pad cijena odjeće u posljednjih 20 godina te su omogućili kupnju sve više i više odjeće. To zauzvrat ima ozbiljne posljedice za zdravlje ljudi, planet i život radnika tekstilne industrije (Sustain your style, 2020).

Cilj modne, kao i svake industrije, trebala bi biti težnja za održivosti. Održivost u modi prožima produktivne karakteristike poput upotrebe eko održivih i obnovljivih materijala, trajnosti i dugovječnosti i društvenim svojstvima, uključujući sigurnost posla, poštene plaće i kvalitetu života (Pookulangara i Shephard, 2013).

Postoje pokazatelji da trend poslovnog modela *fast fashion*-a opada, kao što su, primjerice, sve veći broj novih održivih marki, brojne kampanje koje potiču i potrošače i proizvođače na promjene te bojkotiranje određenih marki, ali sve dok trgovačke, društvene i ekološke

inicijative provode proizvođači, a velika potražnja potrošača ostaje ista, brza moda će u doglednoj budućnosti i dalje ostati uspješan poslovni model.

3. UTJECAJ *FAST FASHION*-A NA EKOLOGIJU

Modna industrija ima velik negativan utjecaj na okoliš. Nakon naftne industrije, najveći je zagađivač na svijetu, a šteta raste paralelno s neprestanim razvojem neodržive modne industrije (Clean Clothes Campaign, 2020). Industrija odjeće i obuće zajedno čini više od 8 posto globalnog klimatskog utjecaja, što je više od svih međunarodnih zrakoplovnih letova i pomorskih brodskih putovanja zajedno (Clean Clothes Campaign, 2020). Poslovni model *fast fashion-a* doveo je do enormnog povećanja količine odjeće koja se proizvodi, prodaje i odbacuje. Od 2000. do 2014. godine, zahvaljujući padu troškova, pojednostavljenom poslovanju i rastućoj potrošnji potrošača, proizvodnja odjeće se udvostručila, a broj odjevnih predmeta koje prosječni potrošač svake godine kupi porastao je za čak 60 posto samo u tom razdoblju (McKinsey&Company, Remy, Speelman, Swartz, 2016). U gotovo svim kategorijama odjeće, potrošači svoje komade drže u ormaru otprilike upola manje nego prije 15 godina, dok se produženjem vijeka odjeće za samo devet dodatnih mjeseci aktivne uporabe mogu smanjiti tragovi ugljika, potrošnja vode i količina otpada za oko 20 do 30% (Wrap,2017). Neke procjene sugeriraju da potrošači odjeću s najnižim cijenama smatraju gotovo jednokratnom, odbacujući ih nakon samo sedam ili osam nošenja. U Europi su se modne tvrtke u 2000. godini kretale od prosječne ponude dvije kolekcije godišnje do pet već u 2011. godini. Neki brendovi nude i puno više, kao primjerice, H&M koji nudi između 12 i 16, dok Zara izdaje 24 kolekcije godišnje (Mc Fall-Johnsen, 2020). Globalno, čak 80 milijardi komada nove odjeće kupuje se svake godine, što godišnje znači 1,2 trilijuna dolara za globalnu modnu industriju (Claudio, 2007). Organizacije za nadzor i izdavanje certifikata poput „*Fair Trade*“ i Nacionalni odbor za tekstilnu organizaciju nude alate za procjenu i reviziju pravedne trgovine i standarda proizvodnje. Dok se neke marke odlučuju certificirati u jednom ili više neovisnih programa akreditacije i zapravo raditi na poboljšanju poslovanja, druge su uključene u proces „zelenog pranja“. Koristeći emocionalnu privlačnost ekološki prihvatljive odjeće, marke često lažno predstavljaju svoje proizvode kao „zelene“ tj. ekološki prihvatljive bez pridržavanja ikakvih kriterija, time kreirajući takozvani „*greenwashing*“ marketing (Lyon, Motgomery, 2015). Svjetski poznata modna marka, H&M, vrlo je često prozivana zbog *greenwashing-a*, konkretno, kad su izbacili kolekciju *Conscious Collection* koja je navodno izrađena od organskog pamuka i recikliranog poliester. Ispostavilo se da su podaci o kolekciji bili opći i nisu dovoljno precizirali stvarnu korist za okoliš svakog odjevnog predmeta, na primjer, količinu recikliranog

materijala, te su prozvani zbog obmane potrošača što ih dovodi do ekonomske odluke koju inače ne bi donijeli. (Petter, 2020).

Nakon informacija o tome koliko zapravo tekstilna industrija u modelu *fast fashion-a* količinski proizvodi te koliko potrošači kupuju, u ovom poglavlju detaljnije će se govoriti o negativnom utjecaju *fast fashion-a* na ekologiju. Točnije o zagađenju i prekomjernoj potrošnji vode, problemima s odlaganjem tekstilnog otpada, kemikalijama u tekstilnoj industriji te zagađenju zraka i uništavanju šuma.

3.1. Zagađenje i prekomjerna potrošnja vode

U većini zemalja u kojima se proizvodi odjeća, neobrađene otrovne otpadne vode iz tekstilnih tvornica bacaju se izravno u rijeke, što je izuzetno štetno za vodeni život i zdravlje milijuna ljudi koji žive na obalama rijeka (Sustain your Style, 2020). U ovom potpoglavlju govorit će se o tekstilnoj industriji kao prekomjernom potrošaču i zagađivaču vode, na koji način time šteti okolišu te koje su posljedice.

Za proizvodnju jedne pamučne košulje potrebno je oko 700 litara vode, a to je dovoljno vode da jedna osoba može piti najmanje osam čaša dnevno tijekom tri i pol godine (Mc Fall-Johnsen, 2020). Za proizvodnju jednog para traperica potrebno je oko 2000 litara vode, a to je više nego dovoljno da jedna osoba popije osam čaša dnevno tijekom 10 godina (Mc Fall-Johnsen, 2020). Traperice i košulja izrađeni su od pamuka, biljke u čijem se uzgoju koristi mnogo vode za rast, ali obično se uzgaja u toplim i suhim područjima. Za proizvodnju samo 1 kilograma pamuka potrebno je do 20 000 litara slatke vode (Sustain your Style, 2020). Pamuk čini gotovo 40% udjela u ukupnoj globalnoj potrošnji vlakana. Sirova pamučna vlakna moraju proći niz kemijskih procesa kako bi ih pretvorili u gotove proizvode (Muthu, Gardetti, 2016). To stvara ogroman pritisak na ovaj dragocjeni resurs i ima dramatične ekološke posljedice, poput upustošenja Aralskog jezera, gdje je proizvodnja pamuka, između ostalih industrija kao npr. ribolov, skoro u potpunosti iscrpila vodu (Mambra, 2019). Smanjenje Aralskog jezera smatra se jednom od najvećih ekoloških katastrofa na svijetu. Za spas Aralskog jezera predloženi su brzi koraci poput većih smanjenja uzgoja pamuka radi uštede vode, ali uzgoj pamuka ključna je gospodarska aktivnost i izvor zaposlenosti u slivu Aralskog jezera. Nagli veliki rezovi nanijeli bi velike štete gospodarstvima, znatno povećali nezaposlenost i pridonijeli socijalnim nemirima. Dugoročno, održiva rješenja ne zahtijevaju samo velika ulaganja i tehničke

inovacije, već i temeljne političke, društvene i ekonomske promjene koje zahtijevaju vrijeme (Micklin, 2014). Na slikama ispod prikazano je Aralsko jezero iz zraka, fotografija lijevo snimljena je 1989. godine, a fotografija desno 2014. godine.

Slika 1: Aralsko jezero



Izvor: We are water foundation (2019) https://www.wearewater.org/en/the-aral-sea-the-difficult-return-of-water_322871 (datum pristupa:15.9.2020.)

U proizvodnji svilenih i celuloznih vlakana također se koriste velike količine vode. Proizvodnja svilenih vlakana imala je vodni otisak od preko milijardu m³ vode za proizvodnju nešto više od 11.000 tona svile u 2016. godini (WRAP, 2017). Ogromna količina vode također se koristi za postupak bojanja i dorade odjeće. Na primjer, po jednoj toni obojene tkanine potroši se i do 200 tona vode. U procesu bojanja tkanine potroši se dovoljno vode za punjenje 2 milijuna olimpijskih bazena svake godine (Global Fashion Agenda, 2017). Tijekom postupka bojenja, određeni postotak boje ne veže se na tkaninu, već se gubi na struji otpadnih voda. Otprilike 10-15% boja ispušta se u okoliš tijekom procesa bojenja što čini vodu vrlo obojenom i zagađenom

kemikalijama . Takav je slučaj zabilježen 2011. godine na sjeveru Kine, kada je rijeka Jian poprimila crvenu boju, što je posljedica ilegalnog odlaganja boje iz lokalne kemijske tvornice. Utjecaj procesa bojenja na okoliš vrlo je značajan, a donešeni zakoni nisu se adekvatno provodili (Trusted Clothes, 2016). Predviđa se da će se upotreba vode povećati za 50% do 2030. godine. Kako nestašica vode postaje sve veća, države koje uzgajaju pamuk i modna industrija morat će se suočiti s dilemom izbora između proizvodnje pamuka i osiguranja čiste pitke vode (Global fashion agenda, 2017).

Enormna količina vode troši se i zagađuje u procesu izrade odjeće, dok u istim zemljama u kojima se voda prekomjerno troši stanovništvu nije omogućen pristup pitkoj vodi. Primjerice, 85% dnevnih potreba za vodom cjelokupnog stanovništva Indije bilo bi pokriveno vodom koja se koristi za uzgoj pamuka u zemlji, dok u stvarnosti 100 milijuna ljudi u Indiji nema pristup pitkoj vodi (Leahy, 2020).

Također, osim kod proizvođača, problem potrošnje vode javlja se i kod potrošača. Potrošači su u svojim kućanstvima odgovorni za prekomjernu potrošnju vode, te se preporuča odjeću prati manje, u hladnoj vodi na kraćim ciklusima i u ekološki prihvatljivim deterdžentima.

3.2. Problemi s odlaganjem tekstilnog otpada

Odjeća je očito postala proizvod za jednokratnu upotrebu. Iz tog razloga tekstilni otpad se gomila, a tek se 13% tog otpada reciklira ili daruje dok ostatak odlazi izravno na odlagališta ili se spaljuje. Protuvrijednost jednog kamiona smeća punog odjeće spaljuje se ili odbacuje na odlagalištu svake sekunde (World Economic Forum, Mc Fall-Johnsen, 2020). Jedna obitelj iz zapadnog svijeta svake godine baca u prosjeku 30 kilograma odjeće, a sintetička vlakna, poput poliester, plastična su vlakna, stoga nisu biorazgradiva te njihova razgradnja može potrajati duže od 200 godina. Pritom treba napomenuti kako se sintetička vlakna koriste u 72% naše odjeće (Sustain your Style, 2020). Manje od 1% materijala koji se koristi za izradu odjeće reciklira se u novu odjeću, što predstavlja gubitak od preko 100 milijardi dolara materijala godišnje. Većina recikliranja sastoji se od upotrebe u drugim industrijama i uporabe u manjim vrijednostima primjene, na primjer, izolacijski materijal, krpe za čišćenje i punjenje za madrace - a sve je to trenutno teško ponovno reciklirati i stoga vjerojatno predstavlja konačnu upotrebu (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

No, problem nije samo u navikama potrošača i sintetičkoj odjeći, određeni luksuzni brendovi priznali su da spaljuju svoju odjeću. Tako je Burberry, britanska modna marka, 2017. godine uništila svoju neprodanu odjeću, dodatke i parfeme u vrijednosti 28,6 milijuna funti kako bi zaštitila svoju marku (The Guardian, 2018). Oni uništavaju neprodane predmete kako bi spriječili njihovu krađu ili preprodaju proizvoda po jeftinijim cijenama. Burberry je ovaj incident pravdao time da je energija stvorena izgaranjem odjeće sačuvana i pohranjena te je tako cijeli proces ekološki prihvatljiv. Lu Yen Roloff iz Greenpeace-a komentirala je kako Burberry ovim činom, osim što je zagadio okoliš, pokazao nepoštovanje prema vlastitim proizvodima, marljivom radu svojih zaposlenika i prirodnim resursima koji se koriste u njihovoj izradi (BBC News, 2018).

Razvojem društvenih medija pojavio se još jedan problem, koji se naziva „Pepeljugin sindrom“, gdje se odjeća koja je jednom nošena i objavljena na društvenim mrežama (najčešće na Instagramu) više ne može nositi jer je već viđeno, tj. te odjeće se nakon jednog nošenja trebamo riješiti (Thomas, 2019).

Budućnost recikliranja odjeće najviše ovisi o primjeni recikliranih materijala u industriji i stvaranju inovativnih metoda ponovnog korištenja. Modne marke ključan su dio rješenja ovog problema jer su jedinstveno pozicionirani te mogu utjecati i poboljšati pristup potrošača, ali i vlastitog poslovanja u korist održivosti industrije.

3.3. Uništavanje šuma i zagađenje zraka

Modna industrija proizvodi 10% svih emisija ugljika u svijetu (Mc Fall-Johnsen, 2020). Ako modni sektor nastavi sadašnjom putanjom, taj bi udio mogao skočiti na 26% do 2050. godine (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Svjetska modna industrija stvara veliku količinu stakleničkih plinova zahvaljujući energiji koja se koristi tijekom proizvodnje i transporta milijuna odjevnih predmeta godišnje. Sintetička vlakna (poliester, akril, najlon, itd.) koja se koriste u većini naše odjeće, izrađena su od fosilnih goriva, što proizvodnju čini znatno energetske intenzivnijom od prirodnih vlakana (Sustain your style, 2020).

Nadalje, još jedan štetan utjecaj na okoliš trenutnog modnog sustava povezan je s transportom. Tekstilni proizvod, više nego u bilo kojoj drugoj industriji, sastoji se od različitih komponenti koje dolaze iz svih krajeva svijeta. Proizvodnja vlakana, obrada vlakana, odvojeni procesi proizvodnje i dorade, sastavljanje u konačni proizvod, pakiranje, sve se to odvija u različitim

tvornicama u različitim državama. To iziskuje velik broj transportnih vozila čiji ispušni plinovi svakako povećavaju stopu emisije CO₂, što u konačnici ima negativan utjecaj na okoliš i klimatske promjene (Earley, 2007 navedeno u Muthu, Gardetti, 2016).

Učinak odjeće na održivost i dalje raste nakon što potrošači napuste trgovinu s novo kupljenom odjećom. 11 kilograma stakleničkih plinova može se stvoriti pranjem i sušenjem uobičajenim metodama samo jednog kilograma odjeće tijekom cijelog njegovog životnog ciklusa (Sustain your style, 2020). Izbori koji nastaju nakon kupovine, kao što je pranje odjeće u hladnoj ili vrućoj vodi, kojim tipom deterdženta, također čine veliku razliku.

Svake godine se tisuće hektara ugroženih i starih šuma siječe kako bi se zamijenile nasadima drveća koje se koristi za izradu tkanina, kao primjerice, rajona (Sustain your style, 2020). Rajon je izuzetno popularna tkanina, a koristi ju većina većih marki odjeće. Kao i svi proizvodi koji potječu od drveća, i ovi se proizvodi mogu dobiti održivom šumarskom praksom, ali, kao što je već spomenuto, u nekim se slučajevima dobivaju krčenjem šume. Gubitak šuma prijete ekosustavu i autohtonim zajednicama, kao u Indoneziji u kojoj je tijekom posljednjeg desetljeća došlo do opsežnog krčenja šuma (Sustain your style, 2020). Prema Global Forest Watchu, Indonezija je izgubila preko 15 milijuna hektara (60.000 četvornih kilometara) drvenog pokrivača između 2001. i 2013. (Badore, 2014). Veliki svjetski modni brendovi rade na promjeni lanca opskrbe kako bi se izbjeglo ugrožavanje šuma. Tako su se, primjerice, 2014. godine, H&M i Zara, dva velika svjetska proizvođača odjeće udružila s neprofitnom tvrtkom Canopy kako bi uklonili ugrožene i stare šume iz svojeg lanca opskrbe celulozom zbog rajonskih tkanina (McCullough, 2014). Viskoza, modal i liocel specifične su vrste rajona (Fibre2Fashion, 2014). Svaka ima različite proizvodne postupke i svojstva. Viskozna se vlakna također proizvode od celuloze iz drvne pulpe. Kako bi se zadovoljile potrebe ove ogromne industrije, svake godine siječe se sedamdeset milijuna stabala diljem svijeta, a očekuje se da će se ta brojka udvostručiti u narednih 20 godina (Fibre2Fashion, 2014). Pitanje krčenja šuma je ogromno, a kako ljudi pridodaju sve više pažnje ovom problemu, stvara se pritisak na velike modne brendove. Potrebno je raditi na pronalaženju održivijih izvora drvne celuloze. Udruge koje se bave ovim problemom, primjerice *The Rainforest Action Network*, ne žele da brendovi i potrošači u potpunosti bojkotiraju materijale kao što je rajon. Oni žele vidjeti promjene u samoj industriji te nove ideje kojima bi ovakvi materijali mogli postati održivi.

4.UTJECAJ *FAST FASHION*-A NA ČOVJEKOVO ZDRAVLJE

Tema ovog poglavlja je negativan utjecaj koji tekstilna industrija kroz model *fast fashion-a* ima na ljudsko zdravlje. Dakle, govorit će se o mikrovlaknima u vodi, štetnim kemikalijama, materijalima i ostalim tvarima koje kroz tekstilnu industriju dolaze u čovjekovo tijelo i okolinu te mogu imati vrlo štetne posljedice.

4.1. Štetni materijali u proizvodnji odjeće

U nastavku se detaljnije opisuju štetni utjecaji određenih materijala na ljudsko zdravlje. Materijali koji se navode su: pamuk, koža, poliester, viskoza i bambus.

U 2018. godini globalna proizvodnja vlakana iznosila je oko 107 milijuna tona. Proizvodnja vlakana se više nego udvostručila u posljednjih 20 godina i očekuje se da će doseći 145 milijuna tona do 2030. godine ako se ovakva proizvodnja nastavi. To je povećanje za više od jedne trećine u sljedećih 10 godina u odnosu na današnji volumen proizvodnje vlakana (Textile Exchange, 2019).

Održivost vlakana odnosi se na prakse koje smanjuju zagađenje okoliša i minimiziraju iskorištavanje ljudskih ili prirodnih resursa. Smatra se da su prirodna celulozna i proteinska vlakna bolja za okoliš i zdravlje ljudi, ali u nekim se slučajevima smatra da su proizvedena vlakna više održiva. Tkanine poput Lyocell-a, od celuloze bambusa, izrađene su u zatvorenom proizvodnom ciklusu u kojem se reciklira 99% kemikalija koje se koriste za razvoj vlakana (Bick, Halsey, Ekenga, 2018). Upotreba održivih vlakana bit će ključna za minimaliziranje utjecaja tekstilne proizvodnje na okoliš, a time i na ljudsko zdravlje.

Pamuk, iako prirodni proizvod, daleko je od ekološki prihvatljivog. Zahtijeva potrebno puno vode, 99,3% pamuka uzgaja se gnojivima i genetski modificiranim sjemenkama. Na pamuk odlazi 10% pesticida i 25% insekticida koji se koriste u svijetu (Sustain your Style, 2020).

Prava koža, osim očitog problema ubijanja životinja, može stvarati zdravstvene probleme čovjeku. Uglavnom su povezani s postupkom tamnjenja: toksične kemikalije, točnije krom, koriste se za pretvorbu u nosivu kožu. Osim što se tim tvarima zagađuju vode, radnici takvih

tvornica nemaju adekvatnu zaštitu te dolazi do problema s kožnim, očnim i respiratornim bolestima zbog direktne izloženosti kemijskim tvarima (Sustain your Style, 2020).

Poliester je vlakno koje se najčešće koristi u proizvodnji odjeće te se može pronaći u čak 52% naše odjeće. To je sintetički tekstil sa sirovinama koje potječu od petrokemikalija poput nafte i prirodnog plina. Primarni sastojak poliester, PET, proizvodi se u predivu koje je pleteno ili utkano u tekstil (Kirchain et al., 2015). Svaki ciklus perilice rublja može pustiti više od 700.000 mikroskopskih plastičnih vlakana u okoliš. Utjecaj mikroplastičnog onečišćenja nije u potpunosti razumljiv, ali studije su sugerirale da on ima potencijal otrovati prehrambeni lanac, najviše podvodnu floru i faunu, koja takva lako može doći u ljudski organizam (The Guardian, 2016). Akril, poliamid, najlon, polipropilen, PVC, spandeks (likra), sve su različite vrste sintetičkih vlakana koja se dobivaju iz nafte, kao i poliester, te zbog toga imaju vrlo sličan utjecaj na okoliš (Sustain your Style, 2020).

Viskoza se izrađuje od drvene pulpe koja se obrađuje kemikalijama, potom filtrira i umotava u finu nit. To je postupak koji jako zagađuje i ispušta mnoge otrovne kemikalije u zrak i vodene puteve koji okružuju proizvodna postrojenja. Ugljikov disulfid, kemikalija koja se upotrebljava u tom procesu, toksični je sastojak koji je povezan s višom razinom koronarne srčane bolesti, urođenim oštećenjima, kožnim bolestima i rakom, i to ne samo kod tekstilnih radnika, već i kod lokalnog stanovništva koje živi u blizini tvornica viskoze (Good on you, 2020). Udruženje za promjenu tržišta (The Changing Markets Foundation) provelo je istraživanje 2017. godine u kojem su otkrili da su brendovi H&M, Inditex i Asos povezani s tvornicama viskoze koje zagađuju okoliš i štete radnicima te ostalom stanovništvu u Kini, Indiji i Indoneziji. Ove kompanije danas rade na poboljšanju situacije nakon što su potpisale ugovor sa spomenutim udruženjem (Changing Markets Foundation, 2018).

Biljka bambusa, potencijalno jedan od najodrživijih resursa na svijetu, prodaje se kao ekološki tekstil. Međutim, u pretvorbi bambusa u vlakno, on prolazi obradu u jakim kemijskim otapalima i pesticidima koji mogu biti štetni za zdravlje proizvodnih radnika, potrošača koji nose odjeću te za okoliš, kada se kemikalije ispuštaju u otpadne vode (Good on you, 2016).

Optimalna upotreba prirodnih vlakana poput vune, svile, pamuka, jute, fleksa i sličnih, proizvedena bez ili s minimalnim korištenjem pesticida i insekticida, i prirodnih boja umjesto sintetičkih može prevladati opterećenje na petrokemijskim proizvodima i narušavanje okoliša (Shabbir, 2019). Puno se treba učiniti za sanaciju onečišćenja koje je uzrokovala tekstilna industrija kako bi potrošači i tekstilni radnici bili zaštićeni od navedenih štetnih utjecaja.

U bojenju i obradi tekstila, kao što se ranije navodi, industrija troši značajne količine vode i kemikalija, ali kemijska obrada tekstila ključna je za osiguranje potrebnog dodavanja vrijednosti tekstilnim podlogama. Posljednjih nekoliko godina, zbog povećane svijesti o ljudskom zdravlju, globalnom zagrijavanju, zagađenju okoliša, klimatskim promjenama i ugljičnom otisku, potrazi za prirodnim tekstilnim proizvodima pridaje se značajna pozornost u akademskim istraživanjima i razvoju industrijskih proizvoda.

4.2. Kemikalije i toksini u odjeći

Svake godine u ocean odlazi oko pola milijuna tona plastičnih mikrovlakana, što odgovara broju od 50 milijardi plastičnih boca u oceanu. Najveći je problem što je mikrovlakna vrlo teško izvući iz vode i mogu se proširiti po cijelom prehrambenom lancu (The World Bank, 2019). Procjenjuje se da će između 2015. i 2050. godine u oceane dospjeti još 22 milijuna tona mikrovlakana (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Svaki put kad se odjeća pere u perilici rublja, milijuni plastičnih mikrovlakana puštaju se u vodni sustav i kreću u oceane. Pri prosječnom opterećenju perilice rublja od 6 kg po jednom pranju može se osloboditi preko 700 000 mikrovlakana (Napper, Thompson, 2016). Plastična mikrovlakna su sitne plastične žice koje otpuštaju sintetičke tkanine poput poliestera, rajona i najlona (Ross, 2019). Svjetska zdravstvena organizacija, WHO, poziva na daljnju procjenu mikroplastike u okolišu i njihovog potencijalnog utjecaja na zdravlje ljudi, nakon objavljivanja analize trenutnih istraživanja koja se odnose na mikroplastiku u pitkoj vodi. Organizacija također poziva na smanjenje plastičnog onečišćenja kako bi se smanjila zagađenost okoliša, a time i izloženost ljudskog zdravlja. Do danas još uvijek ne postoje pouzdani rezultati istraživanja o utjecaju mikrovlakana u pitkoj vodi na ljude (WHO, 2019). Potreban je razvoj novih materijala i proizvodnih procesa koji sprječavaju puštanje plastičnih mikrovlakana te istodobno povećavanje učinkovitosti tehnologija koje hvataju već oslobođena mikrovlakna iz okoliša (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Već postoje inovativna rješenja koja je potrebno implementirati u svakodnevni život. Primjerice: Cora Ball - lopta za pranje rublja koja je inspirirana načinom na koji koralji filtriraju ocean. Ona prikuplja mikrofibre u nakupine, tako da se one mogu odložiti na pravilan način. Zatim Guppyfriend, torba za pranje koja filtrira mikro vlakna oslobođena iz tekstila tijekom pranja. Torba je izrađena od posebno dizajniranog materijala koji korisnicima omogućuje prikupljanje i odlaganje vlakana. Na sličan način funkcionira i Filtrol, filter koji zaustavlja mikrovlakna u perilici rublja (Textile Exchange, 2019).

Greenpeace vodi kampanju pod nazivom „The Detox campaign“ koja se zalaže za sprječavanje trovanja vode opasnim kemikalijama kroz proizvodnju u tekstilnoj industriji. Detox kampanja izaziva velike brendove da rade sa svojim dobavljačima na uklanjanju svih opasnih kemikalija kroz cijeli lanac opskrbe i cijeli životni ciklus njihovih proizvoda (Greenpeace, 2020). U ovoj kampanji navode 11 kemikalija koje su prioritet za uklanjanje, a neki od njih spomenut će se u nastavku poglavlja.

Greenpeace u svojem popisu navodi ftalate, skupinu kemikalija, koji se koriste u proizvodnji umjetne kože i gume, a mogu štetno utjecati na reproduktivne organe (Wei Yet al., 2010). Zatim azo bojila koja se vrlo često koriste, a mogu se razgraditi tijekom uporabe i osloboditi kemikalije poznate kao aromatski amini, od kojih neke mogu izazvati rak (Dom N et al., 2010). Najpoznatiji organotinski spoj tributilin, skraćena TBT, koristi se za bojenje odjeće te se zadržava i nakuplja na tijelu i može utjecati na imunološki i reproduktivni sustav (OSPAR, 2004). Perfluorirane kemikalije koriste se u proizvodnji tekstilnih i kožnih proizvoda koji su otporni na vodu i mrlje. Pokazalo se da ove kemikalije mogu štetno utjecati na jetru te djeluju kao hormonski razarači, mijenjajući reproduktivne hormone i hormone rasta (Wilbur, Abadin, Fay, 2008). Klorirana otapala poput trikloroetana, skraćeno TCE, koriste se za otapanje drugih tvari tijekom proizvodnje i čišćenja tkanina. TCE je tvar koja, osim što oštećuje ozon, utječe na središnji živčani sustav čovjeka, jetru i bubrege (Wilbur, Abadin, Fay, 2008). Zatim se navode i teški metali, kao što su olovo, kadmij, krom i živa, koji se koriste u određenim bojama i pigmentima. Ovi se metali s vremenom mogu akumulirati u tijelu i vrlo su toksični, s nepovratnim učincima, uključujući oštećenja živčanog sustava (olovo i živa) ili bubrege (kadmij). Za kadmij je također poznato da može uzrokovati rak. Krom se koristi za određene tekstilne postupke i završne radove na koži te je vrlo otrovan čak i u malim koncentracijama (Baral et al., 2006).

Kemijska obrada neizbježan je postupak u tekstilnoj industriji. Osim za velike potrošnje energije i vode te stvaranje velike količine otpadnih voda, odgovorna je i za ugrožavanje zdravlja ljudi. Primjena strogih zakona i mjera koji se odnose na okoliš, uvođenje standarda eko-oznaka i konkurentnih tržišnih uvjeta tijekom posljednjih nekoliko godina prisilili su tekstilnu industriju da traži nove eko alternative. Također se povećala svijest u industriji o novijim tehnologijama kao što su, među ostalim, plazma, laser i digitalni tisak (Muthu, Gardetti, 2016). Ove nove tehnologije mogu se smatrati održivim alternativama konvencionalnim tehnologijama, jer ti procesi ne samo da smanjuju potrošnju vode i energije, već i značajno smanjuju opterećenje otpadnih voda te samim time ima manji utjecaj na čovjekovo zdravlje

(Sustain your Style, 2020). Dužnost je svakog sudionika tekstilne industrije promoviranje i usvajanje održive tehnologije za obradu tekstila kako bi se osiguralo čisto okruženje za buduće generacije.

5. UTJECAJ *FAST FASHION*-A NA DRUŠTVO

Prema Rossu (2004) jedan običan radni dan žene koja radi u tekstilnoj tvornici izgleda ovako: dolazak na posao u radionicu u 7 ujutro, a nekad i ranije, gdje je previše radnika u premalom prostoru, zagušljivo je i tmurno. Cijeli dan trpi uvrede od nadređenih, pogrdne nazive, a nerijetko se psihičko nasilje pretvara u fizičko. Posao je monoton, dosadan, repetitivan, ali zahtjeva potpunu koncentraciju jer ako joj iti u jednom trenutku misli odlutaju dok rukuje teškim strojevima može se ozbiljno ozlijediti. Šef joj je otkucao karticu u 17 sati, ali ona ne smije doma, već ostaje raditi dok ne dosegne radnu kvotu još dva ili tri sata, koja joj možda neće biti ni isplaćena. Ono što će joj biti isplaćeno, nije ni minimalna plaća s kojom bi mogla prehraniti svoju obitelj. Ali, ne smije se buniti (Ross, 2004).

Većini je potrošača poznata informacija da se velik postotak odjeće koju kupujemo i nosimo proizvodi u zemljama u kojima radnici nemaju osnovna radnička i ljudska prava, npr. Kina, Indija, Bangladeš itd. Tvornice često mijenjaju lokacije, u potrazi za još jeftinijom radnom snagom u zemljama u kojima radnička prava nisu nešto o čemu se pretjerano vodi računa (Tahir, Mughal, 2012). Često se kompanije pravdaju time da stvaraju i osiguravaju radna mjesta siromašnima te da je bolje „išta nego ništa“. Iako će se neki složiti s tim, u drugu ruku, oni zapravo iskorištavaju siromaštvo ljudi koji nemaju drugog izbora, već raditi za takve kompanije, koje im nude posao u lošim uvjetima za minimalnu plaću, a često i manje od toga. Europski parlament također koristi izraz „robovski rad“ (eng. *slave labour*) kako bi opisali trenutnu situaciju radnika u tekstilnoj industriji koja se vrlo sporo mijenja, iako se brojne organizacije bore za njihova prava (Clean Clothes Campaign, 2020). Realna situacija je da će se, ako se uvjeti rada poboljšaju u jednoj državi, tvrtke samo prebaciti u drugu koja ima lošije uvjete. Od korporacija ili od vlada ne može se puno očekivati ako potrošači sami ne zahtijevaju promjenu.

U ovom poglavlju radi se o utjecaju *fast fashion*-a na društvo, tj. o tome kako su plaćeni radnici tekstilnih tvornica, kakvi su sigurnosni uvjeti njihovih radnih mjesta te imaju li adekvatne zdravstvene uvjete. Također će se govoriti i o problemima vezanim za iskorištavanje djece, prisilni rad, nemogućnosti osnivanja sindikata te sličnim problemima s kojima se neprestano susreću radnici tekstilne industrije.

5.1. Plaće u tekstilnoj industriji

U ovom potpoglavlju govorit će se o problemima vezanim za plaće radnika tekstilnih tvornica, uvjetima rada u njima, tj. broju radnih sati i dana te problemima s ugovorima i iznosu udjela plaća radnika u cijenama koje potrošači plaćaju za proizvode koje oni rade.

Tvornice u kojima rade tekstilni radnici često se nazivaju tvornicama za znojenje (eng. „*sweatshops*“). Engleski izraz *sweatshop* može se pojasniti kao posao koji redovito krši zakone o plaćama, dječjem radu te o sigurnosti i zdravstvenim uvjetima (Ross, 2004). Modni brendovi često uvjeravaju potrošače da svoje radnike plaćaju barem minimalnu zakonsku plaću, što znači da neke marke ne plaćaju svoje radnike niti toliko. Svaka zemlja ima različiti iznos za minimalnu plaću. U zemljama koje imaju najveći broj tekstilnih tvornica, kao što su Kina, Bangladeš i Indija, minimalna zakonska plaća je između pola do jedne petine minimalne plaće koja je dovoljna za život (eng. „*Living wage*“). „*Living wage*“ je minimum koji je jednoj obitelji potreban da bi zadovoljila svoje osnovne potrebe kao što su hrana, stanarina, zdravstvo, obrazovanje i slično. Iz toga možemo zaključiti da se modne marke zapravo hvale kako plaćaju svoje radnike 5 puta manje nego što prosječna osoba treba da bi dostojanstveno živjela (Clean Clothes Campaign, 2020). Minimalne plaće postavljaju se na razini koja ne odgovara troškovima života u navedenim zemljama kako bi osigurale da ostanu konkurentne i privuku strane investicije. Veća minimalna plaća dovela bi do toga da modne kompanije prebace svoje narudžbe u jeftinija područja (Oxfam, 2017). Izvješće Centra za poslovanje i ljudska prava Sveučilišta u New Yorku analiziralo je situaciju s posebnim naglaskom na afričko brzorastuće gospodarstvo - Etiopiju. U žurbi s privlačenjem stranih ulaganja, Etiopija je promovirala najnižu minimalnu plaću od bilo koje države koja se bavi proizvodnjom odjeće - samo 26 američkih dolara mjesečno (McCarthy, 2019). Neki od 20 najvećih proizvođača u svijetu, poput Bangladeša, Vijetnama, Indije, Pakistana, Kambodže i Šri Lanke, imaju esktrernno nisku minimalnu plaću u tekstilnoj industriji, između 50 i 100 američkih dolara mjesečno (International Labour Organization, 2014).

Pritom treba napomenuti kako je Njemačka jedan od najvećih svjetskih uvoznika i izvoznika odjeće (Gavranović, 2018). U Ukrajini, Srbiji, Hrvatskoj i Bugarskoj procjenjuje se da oko 120.000 tekstilnih radnika šije za njemačke marke. Niti jedan od proizvodnih pogona koji opskrbljuju njemačke marke nije uspio zaraditi iznad europskog praga siromaštva - čak ni uz dodatak prekovremenog rada (Musiolek et al., 2020). Još je 2015. godine Clean Clothes Campaign pokrenuo peticiju protiv velike modne kompanije Hugo Boss, tražeći bolje radne

uvjete i veće plaće za radnike u Turskoj i Hrvatskoj (Clean Clothes Campaign, 2015). U Hrvatskoj oko 2000 radnika šije za Hugo Boss. Radnici su napomenuli istraživaču da im je dodijeljen bonus ako su se odrekli bolovanja tijekom određenog broja mjeseci (200–300 hrvatskih kuna). Ako radnici moraju na bolovanje, bit će kažnjeni odbitkom plaće (približno 500 kuna za odgovarajući mjesec). Svi anketirani krojači (94% ispitanika) navode da im se uplaćuje minimalna plaća u iznosu od 3.000 kuna (405 EUR) u što je uračunat prekovremeni rad (Musiolek et al., 2020). Dakle, radnici moraju raditi prekovremeno da bi dostigli svoju proizvodnu kvotu - i tek tada zarađuju minimalnu plaću, a to se naziva prisilnim radom (International Labour Office, 2007). O prisilnom radu više će se govoriti u sljedećim potpoglavljima.

Kad se već govori o brojkama, valja spomenuti koliko zapravo proizvode i zarađuju modni brendovi. Primjerice Zara, jedan od najvećih modnih brendova, 2018. godine proizvela je 450 milijuna komada odjeće. Njezina matična tvrtka „Inditex“ u 2017. godini izvijestila je o zaradi 25,34 milijarde eura, ili 28,63 milijarde dolara, od čega je Zara činila dvije trećine, odnosno približno 18,8 milijardi američkih dolara. Dok tek 2% zaposlenih u tekstilnoj industriji zarađuje dovoljno za dostojanstven život, tj. „*living wage*“ (Thomas, 2019), vlasnik „Inditex“ tvrtke, Amancio Ortega, prema Forbesovom popisu najbogatijih ljudi na svijetu iz 2020. godine, sedmi je najbogatiji čovjek na svijetu čija neto vrijednost iznosi 59,9 milijardi američkih dolara (Forbes, 2020). U istraživanju već spomenute kampanje Clean Clothes Campaign iz 2019. godine, sudjelovalo je 20 velikih kompanija. One su se 2014. godine obvezale da će raditi na osiguravanju minimalne plaće za tekstile radnike koje zapošljavaju te je istraživanje provedeno s namjerom da se provjeri jesu li kompanije održale svoja obećanja. Neke od kompanija su: Inditex, H&M, C&A, Adidas, Amazon, Puma, Nike itd. Nijedna kompanija u ovom istraživanju nije uspjela dati dokaze koji pokazuju da je iti jednom radniku u Aziji, Africi, Srednjoj Americi ili Istočnoj Europi isplaćena minimalna plaća (Bryher, 2019). Osim što kompanije ne osiguravaju radnicima dostatna primanja za život, ne osiguravaju ni propisane radne uvjete.

Tekstilni radnici su često prisiljeni raditi od 14 do 16 sati dnevno, svakog dana u tjednu. Često su primorani raditi i od 2 do 3 sata u noći, kako bi ispunili teško dostižnu kvotu koju zahtijevaju modni brendovi. 96 sati tjedno je normalan broj radnih sati za radnika u tekstilnoj tvornici (Ross, 2004). U nekim slučajevima prekovremeni sati uopće nisu ni plaćeni. Osim toga, oni koji odbiju prekovremene sate ili traže veću dnevnicu te slobodne dane, dobit će otkaz, a nerijetko se zbog toga susreću i s fizičkim nasiljem (The Guardian, 2012). U slučaju da se pojavi revizor koji provjerava stanje u tvornicama, radnici moraju lagati. Prije njegovog dolaska, radnici se okupljaju i nadređeni im govori što će mu reći, te im prijeti otkazom ako ne

kažu ono što im je rečeno, o čemu svjedoče i hrvatski radnici koji šiju za Hugo Boss. Oni navode kako Hugo Boss pregledava radne uvjete te razgovaraju s radnicima no njima nije dopušteno reći istinu. Također svjedoče o tome da si ne mogu priuštiti bolovanja i godišnje odmore zbog straha da ostanu bez posla ili da ih premjeste u drugu tvornicu (Musiolek et al., 2020).

Još jedna od brojnih stvari oko koje kompanije nisu transparentne je to koliki dio cijene koju potrošači plaćaju odlazi na plaće radnika. Primjerice, službeni dres koji je nosila Engleska nogometna reprezentacija na Svjetskom prvenstvu 2018. godine na sebi ima logo poznatog brenda sportske odjeće. Ti dresovi prodavali su se navijačima po cijeni od 180 eura, dok su radnici u Bangladešu koji su izrađivali dresove zaradili manje od 2 eura po danu (Clean Clothes Campaign). Prema procjenama, konačna cijena proizvoda glavnih lanaca brze mode sastoji se od samo 1% proizvodnih troškova (Adams, 2002). Ipak, raste trend modnih brendova koji prihvaćaju transparentnost lanca opskrbe - počevši od objavljivanja imena, adresa i drugih važnih podataka o tvornicama u kojima proizvode svoje proizvode. Takva transparentnost moćan je alat za promicanje korporativne odgovornosti za prava tekstilnih radnika u globalnim lancima opskrbe (Stauffer, 2017). Pokret Fashion Revolution svake godine objavljuje indeks transparentnosti brendova (Fashion transparency index). U ovom istraživanju iz 2020. godine, objavljeno je da je H&M na vrhu ljestvice pri transparentnosti, no transparentnost ne znači održivost već samo početak k održivosti. H&M se na svojim društvenim mrežama ponosno lažno predstavljao kao najtransparentniji brend na svijetu, iako Fashion Revolution obavlja ovo istraživanje samo na 250 većih brendova (Fashion Revolution, 2020). Ono što kompanije zapravo trebaju učiniti jest: osigurati osnovna radnička prava, osigurati vjerodostojnu obvezu prema plaćanju minimalne plaće dovoljne za dostojan život te provesti i nadzirati isplate tih plaća u cijelom lancu tekstilne industrije (Oxfam, 2017). Brendovi i kompanije moraju postaviti javne, konkretne te mjerljive korake u svom lancu opskrbe. Također bi trebale pregovarati i potpisivati pravno obvezujuće, izvršne sporazume s predstavnicima radnika koji zahtijevaju plaćanje većih cijena dobavljačima, pružajući im financijsku sposobnost za isplatu životnog dohotka koji pokriva osnovne potrebe radnika i njihovih obitelji (Labour Behind the Labour, 2019).

Iako su se kompanije u zadnjih nekoliko godina probudile i odlučile poraditi na spomenutim problemima, još je mnogo rada i ulaganja potrebno da dođe do većih promjena. Ono što potrošači mogu učiniti jest tražiti od brendova da budu transparentniji, zalagati se za prava tekstilnih radnika i prije svega informirati se o uvjetima u kojima se izrađuje odjeća koja se nepromišljeno kupuje. Udruge i kampanje koje se bore za prava tekstilnih radnika često citiraju jednu Ghandijevu rečenicu: „Nema ljepote ni u najfinijoj tkanini, ako stvara glad i nesreću.“

5.2. Sigurnost i zdravstveni uvjeti

Potruga za najnižim troškovima svjetske industrije odjeće dolazi uz visoku cijenu: zdravlje, a ponekad čak i život radnika. Nakon više od stoljeća industrijskog iskustva i razvoja nacionalnih propisa i međunarodnih konvencija, radnici i dalje gube zdravlje i živote dok šiju odjeću. U nastavku će se pobliže opisati tri tragedije nastale u tekstilnim tvornicama koje su bile posljedice nehumanih uvjeta rada te ostali problemi vezani uz sigurnost radnika tekstilne industrije. Ove užasne tragedije potaknule su brojne udruge koje se bave pravima radnika i uvjetima rada da se bore kako se ovakve nesreće više nikada nebi dogodile.

Rana Plaza, srušena osmerokatna poslovna zgrada smještena u Dhaki, glavnom gradu Bangladeša, u kojoj je bilo nekoliko trgovina, banaka i tvornica odjeće, bolan je simbol teške tragedije s kojom se susreću tekstilni radnici te je otkrila neprihvatljive radne uvjete cijele modne industrije u svijetu (The Guardian, 2018). U urušavanju ove zgrade, 24. travnja 2013. godine, poginule su 1,134 osobe, a na tisuće je ozlijeđeno. Dan prije urušavanja, na zgradi su se pojavile velike pukotine u konstrukciji, nakon čega su se banka i trgovine na nižim katovima odmah zatvorile. No vlasnici tekstilnih tvornica na višim katovima ignorirali su upozorenja da se zgrada prestane koristiti te je radnicima bilo naređeno da se vrate na posao idućeg dana. Ova užasna tragedija, promijenila je živote tisućama radnika i obiteljima poginulih i ranjenih. Iako je ovaj događaj skrenuo pozornost medija na uvjete u kojima rade radnici u tekstilnim tvornicama, u Bangladešu se do današnjeg dana, nažalost, nije puno promijenilo. Modni brendovi povezani s ovom tragedijom uključuju španjolsku marku Mango, talijansku marku Benetton i francusku trgovinu Auchan (Becker-Leifhold, Heuer, 2018). Neposredno nakon tragedije, Benetton je platio 500.000 dolara BRAC-u, uglednoj bangladeškoj nevladinoj organizaciji, kako bi žrtvama pomogao u hitnoj medicinskoj skrbi. Benettonova najava uplate odštete u iznosu od 1,1 milijun dolara, aktivisti nisu odobrali te su smatrali da ovaj brend duguje radnicima puno više, no Marco Airoldi, glavni izvršni direktor Benettona, smatra da je brend dao više nego što je trebao i želi zatvoriti to poglavlje (Financial Times, 2015). Auchan se pravdao time da nisu mogli znati da je jedan od njegovih proizvođača proizvodio narudžbu u Rana Plazi (Scherpa, 2014), dok je Mango tvrdio da su u to vrijeme planirali proizvesti neke uzorke za različite linije, uzorke koji još uvijek nisu bili započeti. Također su tvrdili da uvijek provode vanjske socijalne revizije svih dobavljača s kojima rade kako bi provjerili radne uvjete svojih zaposlenika (Business & Human Rights Resource Centre, 2013).

U Pakistanu, 11. rujna 2012., tvornica Ali Enterprises buktala je u plamenu, uzimajući živote preko 250 radnika te ozbiljno ozlijeđivši njih 55. Dok je vatra buknila kroz tvornicu Ali Enterprises, radnici su bili zarobljeni u zgradi, iza prozora sa rešetkama i zaključanih izlaznih vrata (Worker Rights Consortium, 2012). Ali Enterprises bila je zgrada bez opreme za gašenje požara ili protupožarnog alarma, samo s jednim funkcionalnim izlazom iz zgrade. Ipak, samo tri tjedna prije požara, Ali Enterprises dobila je certifikat prema međunarodno priznatom standardu SA8000 talijanske revizorske kuće RINA (Clean Clothes Campaign, 2020). Ova tvornica proizvodila je za njemačkog diva „KiK“. Ubrzo nakon požara, KiK je preživjelima i obiteljima poginulih isplatio 1 milijun američkih dolara. Od prosinca 2012. godine, u tijeku su pregovori između KiK-a, pakistanske organizacije PILER i kampanje Clean Clothes Campaign glede dugoročne naknade. Cilj je bio nadoknada gubitka prihoda glavnog hranitelja u mnogim obiteljima, a obitelji su tražile isplate jednake pakistanskoj minimalnoj plaći za tri godine. K tome, KiK je trebao prihvatiti zajedničku odgovornost za nedostatke u požarnoj sigurnosti (ECCHR, 2019).

Iste godine, 24. studenog 2012., u Dhaki se dogodila još jedna tragedija. Tada je u tekstilnoj tvornici „Tazreen Fashions“ izbio požar u kojem su radnici ostali zatočeni jer su svi izlazi bili zaključani. Zbog količine tkanine i materijala koji su se nalazili u tvornici požar se vrlo brzo proširio. Jedni izlaz je bio kroz prozore na višim katovima zgrade jer je požar krenuo iz skladišta u prizemlju. Poginulo je više od 120 ljudi, a stotine su teško ozlijeđene dok su se pokušavali spasiti skakanjem kroz prozore s velike visine. Posljednjih 8 godina obitelji poginulih i ranjenih bore se za naknadu za gubitak svojih najmilijih ili gubitak vlastite sposobnosti za rad. Tazreen je proizvodio robu za američkog diva „Walmart“, njemački „KiK“ i „C&A“, britansku kompaniju „Edinburgh Woollen Mill“ te poznate američke brendove „Disney“, „Sears“ i „Dickies“ (The Guardian, 2012). Voditelj održivog poslovnog razvoja tvrtke C&A, Philip Chamberlain, posjetio je Bangladeš odmah nakon požara, ali nije se uspio sastati sa sindikatima koji predstavljaju Tazreenove radnike. Walmart nije surađivao ni s jednim sindikatom ili radnom skupinom koji prate slučaj. Oni su odbili uložiti u zaštitu tekstilnih radnika na sastanku u Bangladešu u travnju 2011. (Clean Clothes Campaign, 2012). KiK je ponovno bio povezan sa još jednom tragedijom te su priznali odgovornost, kao i Edinburgh Woollen Mil. Američke kompanije Dickies, Sears i Disney uopće nisu reagirali (Clean Clothes Campaign, 2012). Prema informacijama iz 2016. godine, C&A, Walmart i KiK, ispunili su svoje obaveze i isplatili radnicima 2,5 milijuna dolara, dok ostale kompanije nisu dale nikakav doprinos (Tazreen Claims Administration Trust, 2016).

No radnicima ne prijete samo nesigurne zgrade. Opasne prakse, poput nezaštićene uporabe raznih kemijskih tvari, i dalje su česte u industriji. Pa čak i radnici koji stoje iza šivaćeg stroja izloženi su potencijalnim opasnostima poput buke, visokim temperaturama i repetitivnim kretnjama. Nesvjestica je česta u tvornicama u kojima radnici rade duge sate bez odgovarajuće ventilacije ili klimatizacije i plaćaju se premalo da bi se pravilno prehranili. Nesreće, ozljede i bolesti vrlo su česta pojava na tekstilnim pogonima (Labour behind the label, 2020). Ovakvi uvjeti nisu pojava samo u zemljama poput Bangladeša i Indije. Čak 72 posto radnika tekstilne industrije u Los Angelesu izjavilo je da su tvornice prljave; 60 posto njih reklo je da su slabo prozračene i da dovode do respiratornih tegoba; 47 posto izvijestilo je o nehigijenskim zahodima; a 42 posto ih je reklo da su vidjeli štakore u radnim prostorijama (Thomas, 2019). Hrvatske radnice koje proizvode za Hugo Boss navode da tijekom ljeta temperature u glavnoj dvorani tvornice mogu doseći od 40 do 50 °C te radnice padaju u nesvjest kao posljedica vrućine, radnog pritiska, nehranjenosti i iscrpljenosti. Sanitarni uvjeti su loši: toaletni papir dostupan je samo ujutro, sapuna nema, radna mjesta i ostale prostorije su također prljave (Musiolek et al.,2020).

Osim toga, tekstilni radnici redovito se suočavaju s verbalnim i fizičkim zlostavljanjem na poslu. U nekim slučajevima, kad ne postignu svoj (nedostižni) dnevni cilj, vrijeđaju ih, uskraćuju im pauze ili im nije dopušteno piti vodu (Ross, 2004). Lululemon, marka sportske odjeće, čije tajice od 88 funti nose poznate ličnosti i influenceri, nabavljaju odjeću iz tvornice u Bangladešu u kojoj radnice tvrde da ih se fizički i psihički zlostavlja. Navode da ih nazivaju pogrđnim imenima, tjeraju da rade i kad nisu dobrog zdravstvenog stanja, tuku ih ako zbog toga ranije napuste radno mjesto, te svjedoče o svakodnevnim incidentima (The Guardian, 2019).

S obzirom da su u ovoj industriji najvećim dijelom zaposlene žene, one se još dodatno suočavaju s rodno uvjetovanim nasiljem i seksualnim zlostavljanjem. O tome govore brojne ispovijesti radnica tekstilnih tvornica kao, primjerice, Roja R., udana žena u 30-ima, koja je radila na odjelu za rezanje materijala. Navela je kako ju je njezin nadređeni uhodio i više puta zvao na mobitel nakon radnog vremena tražeći seksualne usluge, obećavajući da će joj dati lakše poslove i slobodne dane kad god poželi. Kad se žalila upravi tvornice, rečeno joj je da je on nadzornik koji ima visoku produktivnost te da je takvo ponašanje "normalno" (Human Rights Watch, 2019). Žene su također vrlo često lišene roditeljskog dopusta, mogućnosti zbrinjavanja djeteta i sigurnog putovanja na posao (Ross, 2004). U Kambodži je pet žena, tekstilnih radnica, izgubilo udove nakon što je preopterećen kamion kojim su se vozili i drugi radnici sudjelovao u nesreći s drugim kamionom u pokrajini Kampong Speu. Kamioni koje mnoge tvornice koriste za prijevoz radnika vrlo su opasni; nemaju sjedala i radnici moraju

stajati i držati se kako bi spriječili da padnu tijekom naleta ili naglih zastoja (Radio Free Asia, 2019). Zatim, žene nose teret brige za kućanstvo i brige o djeci pored svog tvorničkog posla i često nemaju vremena da se organiziraju i bore za svoja prava. Njihova nametnuta uloga u društvu omogućuje im da izgube puno toga kada izraze svoje neslaganje. Njihov nedostatak mogućnosti organiziranja ponekad jača stereotip o ženama kao poslušnim bićima, što je između ostalog jedan od razloga zašto su većinom žene zaposlene u ovoj industriji (Ross, 2004).

Stotine tisuća migranata zaposleno je u lancima opskrbe odjećom i tekstilom širom svijeta. Tekstilna industrija Malezije, Tajlanda i Tajvana, dugo je ovisila o radnicima migrantima iz susjednih zemalja. Novije tvornice odjeće s trgovinama na Bliskom Istoku često zapošljavaju azijske migrante. Koriste se i nemiri u zonama razorenim ratom: prema procjenama, 250.000 do 400.000 sirijskih izbjeglica ilegalno radi u Turskoj, što ih čini izloženijima zlostavljanju (Business & Human Rights Resource Centre, 2015). Mnogi su migranti očajni jer plaća koju dobivaju nije dostatna da pokriju svoje troškove. Također, brojni nisu u mogućnosti legalno se zaposliti zbog strogih politika azila ili imigracije u zemljama domaćinima, dok legalni radnici često riskiraju da izgube svoj pravni status nakon otkaza. Radnici migranti žive u stalnom strahu od uhićenja ili deportacije; mnogi se uopće ne usuđuju napuštati tvornice u kojima rade (Clean Clothes Campaign, 2020).

Brojne tvrtke su svjesne da im slike koje dolaze u medije o radnim uvjetima u kojima se proizvodi njihova roba mogu naštetiti prodaju, stoga se umjesto poboljšanja uvjeta rada okreću nekim drugim rješenjima. Tako je primjerice Vivienne Westwood, dizajnerica luksuzne odjeće koristila slogan „*Made with love in Nairobi*“ („Napravljeno s ljubavlju u Nairobiju“) kako bi zapravo lažno predstavila svoj brend kao da vodi računa o radnicima u tekstilnim tvornicama gdje se odjeća njezinog brenda izrađuje te kako bi se njezini potrošači osjećali kao da kupuju savjesno i etički, iako je situacija radnih uvjeta daleko od predstavljenog (Brooks, 2014). Ova djela „ljubavi“ predstavljaju interakciju između radnika koji su izradili odjeću i kupca koji ju kupuju. Dakle, s jedne strane, odjeća je izričito izrađena „s ljubavlju“ i pažljivo proizvedena, a s druge strane, implicira se da potrošač kupnjom te odjeće vrši recipročni čin ljubavi prema Afrikanki koja je izradila taj komad odjeće. Vrlo učinkovit način zataškavanja neravnopravnih odnosa između potrošača i proizvođača.

5.3. Iskorištavanje djece i prisilni rad

U ovom potpoglavlju govorit će se iskorištavanju djece, prisilnom radu ali i nemogućnosti radnika da formiraju sindikate kako bi se zajedno borili za svoja prava.

Čak 170 milijuna djece širom svijeta prisiljeno je raditi u nekom dijelu tekstilne industrije. Budući da ova industrija ne zahtijeva kvalificiranu radnu snagu, iskorištavanje djece je osobito česta pojava (Clean Clothes Campaign, 2020). Na primjer, u Južnoj Indiji postoji praksa nazvana Sumangali u koju je uključeno oko 250.000 mladih djevojaka i djevojčica. Ova praksa uključuje slanje mladih djevojaka iz siromašnih obitelji na rad u tvornicama tekstila, na tri ili pet godina, u zamjenu za osnovnu plaću i jednokratnu isplatu za njihov miraz. Djevojke rade svakog dana do iznemoglosti i žive u groznim uvjetima što se može smatrati modernim ropstvom. Ironično riječ „Sumangali“ u prijevodu znači sretno udana žena (Fair Labor Association, 2012). U Kambodži je minimalna dob za rad 15 godina, ali nedostatak inspekcije rada omogućava zapošljavanje djevojčica od 12 godina koje napuštaju školu kako bi pomogle svojim obiteljima zbog nezaposlenosti (Quinn, 2017). Još jedan šokantan primjer iskorištavanja djece je tvornica u Hondurasu, gdje su trinaestogodišnjakinje radile trineastosatne smjene u tvornici pod oružanim nadzorom kako bi izrađivale odjeću iz kolekcije Kathie Lee Gifford, koja se kasnije prodavala u američkom Walmartu. Svaka je radnica primala 0,31 američkih dolara na sat tj. 26 hrvatskih kuna dnevno (Adams, 2002 navedeno u Muthu, 2019).

Zabilježeni su i mnogi slučajevi prisilnog rada duž lanca opskrbe modne industrije. Jedan od najgorih primjera događa se i danas u Uzbekistanu, jednom od najvećih svjetskih izvoznika pamuka. Svake jeseni Vlada prisili preko milijun ljudi da napuste svoje uobičajene poslove i беру pamuk, a osim odraslih ljudi također se i djeca izvode iz škole kako bi i oni brali pamuk. Prisiljeni su pod prijetnjom kazne, uključujući izbacivanje iz škole, gubitak posla te gubitak socijalne sigurnosti. Prisilni rad i dječji rad u pamučnom sektoru Uzbekistana jedinstven je slučaj u svijetu, to je sustav pod kontrolom države, koji krši osnovna prava milijuna Uzbekistanaca svake godine (Cotton Campaign, 2020).

Prema podacima iz 2016. godine, 40.3 milijuna ljudi bilo je u modernom ropstvu, od čega je čak 71% žena. Na listi vlada koje poduzimaju najviše akcija da odgovore na suvremeno ropstvo jesu većinom europske zemlje, na drugom mjestu je SAD, a šesto mjesto zauzima Hrvatska (Walk Free Foundation, 2018). Iako se Hrvatska nalazi na visokom mjestu ovog popisa, još je mnogo borbe i rada potrebno da se stane na kraj iskorištavanju tekstilnih radnika.

U većini ovih tvornica radnicima nije dopušteno da formiraju sindikate koji bi zajednički branili svoja prava. Primjerice, u Bangladešu samo 10% od 4.500 tvornica odjeće ima registriran sindikat (Brooks, 2015). Vodeće zemlje u proizvodnji odjeće, poput Kine, Bangladeša, Indonezije, Filipina, Turske i Vijetnama, spadaju u najgore zemlje u kojima se radnici mogu organizirati. Vlade to ograničavaju iz straha od radničke snage te želje da budu što privlačniji stranim ulagačima te zakonski ograničavaju radnicima pravo da formiraju vlastite sindikate, pokrenu štrajkove i druge radničke akcije. Vlasnici tvornica u Bangladešu i mnogim drugim zemljama prakticiraju mjere uništavanja sindikata koje uključuju: otpuštanje vođe sindikata i radnika koji štrajkaju, zatvaranje ili premještanje tvornice kako bi se riješili sindikata te nasilje nad članovima (Clean Clothes Campaign, 2020).

Iskorištavanje djece i prisilni rad nije prošlost. Poslovni model *fast fashion-a* dozvoljava da se milijuni ljudi nalaze na određeni način u modernom ropstvu. Brendovi moraju biti transparentni, ne sakrivati gdje se njihova odjeća izrađuje te surađivati s udrugama koje se bave zaštitom prava radnika kako bi zajedno mogli promijeniti ovu industriju i zaustaviti suvremeno ropstvo.

6. ODRŽIVA MODA I PRIMJERI DOBRE PRAKSE

U ovom poglavlju pojasnit će se pojam održive mode, objasniti na koje načine potrošači mogu utjecati na smanjenje negativnog utjecaja *fast fashion-a* te će se navesti konkretni primjeri dobre prakse. Primjeri se odnose na marke, zaklade i kampanje koje se bore za održivu modnu industriju. Poglavlje je podijeljeno na tri potpoglavlja. Prvo će se govoriti o primjerima dobre prakse održive mode kod pojedinih proizvođača, zatim kod potrošača, te će na kraju biti riječ o kružnom gospodarstvu.

6.1. Primjeri dobre prakse održive mode sa strane proizvođača

Iako je modna industrija u cjelini kriva za činjenje mnogih zločina protiv ljudi i okoliša, to se najviše očituje kada je u pitanju *fast fashion*. Spora moda i održive modne marke su pomak prema pažljivoj proizvodnji, poštenim pravima radnika i prihvatljivim radnim uvjetima, prirodnim materijalima te odjevnim predmetima koji mogu trajati. U nastavku ovog potpoglavlja prikazane su dvije tablice, u prvoj se nalaze dobre prakse raznih kampanja i zaklada, a u drugoj dobre prakse modnih marki. U tablicama su ukratko opisane, a u tekstovima ispod tablica detaljnije objašnjene.

Tablica 1: Dobre prakse kod zaklada i kampanji

NAZIV		CILJEVI I INTERESI
Clean Clothes Campaign	međunarodni savez	Potiče kompanije i Vlade da preuzmu odgovornosti osiguraju poštovanje i provedbu prava radnika
Fair Wear Foundation	zaklada	Poboljšanje uvjeta na radnim mjestima u tekstilnoj industriji
Fashion Revolution	globalni pokret	Provode kampanju <i>#whomademyclothes</i>
ZDHC	zaklada	zalaganje za široku primjenu održive kemije i prihvatljive prakse kod rada s kemikalijama
Detox Greenpeace	kampanja	zalaganje za budućnost tekstilne industrije bez otrovnih tvari i uklanjanje uporabe opasnih kemikalija

Izvor: Obrada autora

„Clean Clothes Campaign“ međunarodni je savez posvećen poboljšanju radnih uvjeta i osnaživanju radnika u svjetskoj industriji odjeće. Clean Clothes Campaign potiče kompanije i vlade da preuzmu odgovornost i osiguraju poštovanje i provedbu prava radnika; podiže svijest i mobilizira ljude da se uključe; poduzima akcije na konkretnim slučajevima kršenja prava radnika i aktivista; istražuje pravosudne mehanizme i lobira za zakonodavstvo kojim se štite prava radnika i smatra kompanije odgovornima (Clean Clothes Campaign, 2020). Nadalje, Zaklada „Fair Wear“ (Fair Wear Foundation), kao i Clean Clothes Campaign, surađuje s robnim markama, tvornicama, sindikatima te nevladinim organizacijama kako bi provjerila i poboljšala uvjete na radnim mjestima u tekstilnoj industriji. Zaklada Fair Wear traži višestruka rješenja zajedno s brandovima kako bi poboljšali loše radne uvjete korak po korak. Surađuju sa 140 brendova, a neki od njih su: Phillipa K, Takko, Acne Studios, Eskimo itd. (Fair Wear, 2020). Sličnim problemima bavi se i „Fashion Revolution“, globalni pokret čija je misija ujediniti ljude i organizacije koji rade zajedno na radikalnoj promjeni načina na koji se naša odjeća proizvodi i konzumira. Oni vjeruju da je suradnja u cijelom lancu vrijednosti - od poljoprivrednika do potrošača - jedini način preobrazbe industrije. Provode kampanju *#whomademyclothes* kojom potiču potrošače da traže transparentnost brendova i pitaju tko je izradio njihovu odjeću te isto tako i brendove i proizvođače da odgovore oznakom *#imadeyourclothes* i demonstriraju transparentnost u svom lancu opskrbe (Fashion Revolution, 2020).

Misija Zaklade ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) je napredovanje ka minimaliziranju opasnih kemikalija u lancu proizvodnje tekstila, kože i obuće, s ciljem poboljšanja stanja okoliša i dobrobiti ljudi. Njihova vizija je široka primjena održive kemije i prihvatljivih praksi. Program ZDHC Roadmap to Zero surađuje sa 70 brendova (The ZDHC Roadmap to Zero, 2020). Ovim problemom se također bavi i Greenpeace u već ranije spomenutoj kampanji. Kampanju Detox, Greenpeace je pokrenuo 2011. godine kako bi razotkrio izravne veze između svjetskih marki odjeće, njihovih dobavljača i zagađenja toksičnom vodom širom svijeta. Organizacija je provela istraživanja u proizvodnim zemljama, zajedno s testiranjem robnih marki na tragove opasnih kemikalija. To je rezultiralo objavljivanjem revolucionarnih izvještaja, otkrivajući svijetu otrovnu opasnost iza naše odjeće. (Greenpeace, 2020) Kampanja je izazov svjetskim modnim markama za borbu za budućnost bez otrovnih tvari i uklanjanje uporabe opasnih kemikalija. Kampanja je uspjela osigurati javne obveze od devetnaest međunarodnih modnih kompanija kao što su: Nike, Adidas, Puma, H&M itd. (Sustain your style, 2020). Marke koje se navode u tablici ispod već su na dobrom putu ka održivom poslovanju.

Tablica 2: Dobre prakse kod modnih marki

NAZIV MARKE	VRSTA MARKE	DOBRE PRAKSE
Patagonia	Marka odjeće i opreme za vanjske sportove	Oglas "Ne kupuj ovu jaknu" , prodaja korištene odjeće i opreme
Fillipa K	modna marka	Korištenje lokalnog organskog pamuka, održivi materijali
Boomerang	modna marka	Koncept "Boomerang efekt", vintage odjeća
Nudie Jeans	modna marka	Besplatne usluge prepravljanja odjeće
Reformation	modna marka	Detaljno praćenje količine otpada i onečišćenja, recikliranje
Toms shoes	marka obuće	Doniranje u humanitarne svrhe, prirodni materijali
Miret	marka obuće	Obuća od 97% prirodnih materijala

Izvor: Obrada autora

Patagonia je dizajner i prodavač odjeće i opreme za vanjske sportove: penjanje, surfanje, skijanje, snowboarding, ribolov i trčanje. 2011. godine ususret crnom petku objavili su oglas na kojem je pisalo "Ne kupuj ovu jaknu." U oglasu su govorili o utjecaju na okoliš jednog od najprodavanijih džempera od flisa te su tražili od potrošača da razmisle prije kupnje proizvoda i umjesto toga se odluče za rabljeni proizvod. (Thangavelu, 2020) Ovim oglasom privukli su mnogo pažnje te se i danas bore za održiviju tekstilnu industriju. Patagonia na svojim web stranicama prodaje, osim nove, korištenu odjeću i opremu. Potrošači mogu prodati svoju rabljenu opremu i odjeću koja je iskoristiva, a više ju ne žele, ali i popraviti što je pokvareno ili rasparano (Patagonia, 2011).

Brojni švedski modni brendovi zalažu se za održivu modu, proizvode kvalitetnu bezvremensku odjeću te nude potrošačima različite opcije kako bi njihova odjeća imala što duži životni vijek. Brendovi koji se navode u nastavku su: Fillipa K, Boomerang i Nudie Jeans.

„Fillipa K“ je modni brend čija je misija savjesna potrošnja: poticanje potrošača da ulažu u manje komada veće kvalitete koji će se nositi i voljeti dugi niz godina. Suraduju sa lokalnim proizvođačima organskog pamuka u Švedskoj što pomaže dobrobiti životinja, smanjenju ugljičnog otiska i pomaže malim lokalnim proizvođačima (Fillipa K, 2020). Obvezuju se da će do 2030. godine koristiti isključivo održive materijale koji se mogu reciklirati, osigurati

potpunu transparentnost u cijelom lancu opskrbe, proizvoditi samo količinu koja je potrebna i kupovati materijale samo u količinama koje su potrebne te ulagati u daljnji organski rast tvrtke (Jastram, Schneider, 2018). Zatim je, modna marka Boomerang, uspostavila koncept pod nazivom „Boomerang efekt“ koji uključuje povratni sustav, vintage kolekciju (s rabljenom odjećom koja zadovoljava određene ocjene kvalitete i preprodaje se „onakva kakva jest“) te redizajnira onu koja nije kvalificirana kao vintage. Također švedska marka, Nudie Jeans, dodatno se bavi besplatnim uslugama popravljavanja u nekim od svojih trgovina (u Stockholmu, Berlinu, Goteborgu i Londonu). Osim toga nudi priručnik i alate za popravak odjeće svojim korisnicima koji se mogu besplatno naručiti putem Interneta (Muthu, Gardetti, 2016).

Osim švedskih navode se i dvije američke marke- Reformation i Toms shoes. „Reformation“ je tvrtka nastala 2009. godine koja dizajnira i proizvodi odjeću u Los Angelesu. Ova tvrtka se temelji na održivoj praksi i detaljno prate količinu otpada i onečišćenja koju smanjuju, kao i količinu vode i odjeće koja se može reciklirati. Reformation navodi da prate ekološke troškove svoje odjeće putem ljestvice koja se zove RefScale, koja izračunava količinu emitiranog ugljičnog dioksida, litre korištene vode i kilograme otpada. Ove su informacije vidljive na njihovoj web stranici, kako bi potrošači imali pristup informacijama o utjecaju njihove odjeće na okoliš (Back, 2017). Osim informacija o održivim materijalima koje koriste, na njihovim stranicama navedeno je da u svojim uredima, trgovinama i ostalim prostorima također koriste samo netoksično, biorazgradivo i reciklirano, npr. namještaj, sredstva za čišćenje, uredski pribor (Reformation, 2020). Zatim, „Toms shoes“, brend čiji je vlasnik Blake Mycoskie, jedan je od primjera kako je moguće izgraditi svjetski uspješan i održiv brend. Toms je član Fair Labor Assotiation-a, što znači da vode računa o radnim uvjetima u kojima zaposlenici izrađuju njihove proizvode. Cipele su izrađene od prirodnih materijala, bez štetnih kemikalija, koriste materijale koji ne zahtijevaju velike količine vode u svojoj proizvodnji. Na svaka 3 dolara koje brend zaradi 1 dolar donira organizacijama kao što su Think Outside Da Block (bavi se fizičkom sigurnosti u zajednicama), The Mix (bavi se mentalnim zdravljem) i Magic Bus (pomaže djeci i mladima da završe svoje obrazovanje i izgrade potrebne vještine za izlazak iz siromaštva) (TOMS, 2020). Također, iz dana u dan rade na tome da njihov utjecaj na okoliš bude još manji, mjere vlastiti ugljični otisak, pakiraju proizvode u recikliranu ambalažu te planiraju do 2025. godine koristiti samo održivi pamuk (Brooks, 2015).

Na zadnjem mjestu tablice nalazi se i jedan hrvatski proizvođač obuće. Brend Miret, jedan od rijetkih hrvatskih proizvođača obuće, a još k tome proizvodi obuću od 97% prirodnih materijala. U proizvodnji koriste: konoplju, kenaf, lan, pluto, hrastovo drvo, kukuruz, drvenu celulozu,

jutu, eukaliptus i novozelandsku vunu. Pokretači ovog brenda dva su brata koji su naslijedili tvornicu obuće od oca, izrađivali obuću za brojne kompanije te uvidjeli da je ovoj industriji potrebna promjena (Miret, 2020).

Ovakvih primjera je posljednjih godina sve više, a s obzirom da brojni potrošači prepoznaju trud i zalaganje pojedinih proizvođača odjeće potražnja za održivim proizvodima raste. Također, proizvođači se sve češće odlučuju priključiti spomenutim zakladama i kampanjama, iako tu nastaje pitanje, priključuju li se iz stvarne želje da budu dio održive budućnosti modne industrije, ili samo kako bi poboljšali imidž marke bez puno truda i ulaganja.

6.2. Primjeri dobre prakse održive mode sa strane potrošača

Osim podržavanja održivih brendova i akcija, potrošači mogu doprinijeti smanjenju lošeg utjecaja *fast fashion-a* na razne načine. Jedan od njih je voditi se konceptom „The Four R’s of Fashion“. Dakle, četiri R mode su: Reduce (smanjiti), Reuse (ponovno upotrijebiti), Repair (popraviti) i Resale (preprodati). Najvažnija stavka na ovom popisu je kupovati manje i kupovati po kvaliteti umjesto po cijeni (Good on you, 2019). Često se na ovaj popis dodaju i: Research (istražiti), Rent (unajmiti/iznajmiti), Refuse tj. odbiti kupovati proizvode brendova koji na neki način nanose štetu okolišu, svojim radnicima ili potrošaču (Tree Hugger, 2019). U ovaj koncept također spada i recikliranje, koje ima pozitivan utjecaj i na ekonomiju i okoliš. Recikliranje rabljenog tekstila smanjuje troškove odlaganja otpada, pri preradi se troši manje energije nego kod stvaranja novih materijala, dakle štedi energiju, smanjuje zagađenje i pritisak na nove resurse (Kandhavadivu, Parthiban, Srikrishnan, 2018).

Još neki od savjeta kako individualni potrošači mogu doprinijeti održivoj modi:

- Odabrati odjeću izrađenu u zemljama sa strožim ekološkim i sigurnosnim propisima za tvornice
- Odabrati proizvode od organskih i prirodnih vlakana koja ne zahtijevaju kemikalije u proizvodnji
- Odabrati vlakna s niskom potrošnjom vode kao što su lan, reciklirana vlakna itd.
- Odabrati održive marke
- Kupiti proizvode bolje kvalitete
- Pokloniti svoju odjeću

- Kupiti second hand ili unajmiti odjeću (Sustain your Style, 2020)
- Prati odjeću na 30° i na kraće cikluse
- Sušiti odjeću na zraku (WhatsInMyWash?, 2020)

Vodeći se navedenim savjetima, potrošači mijenjaju svoje navike, te će kompanije prateći nove potrošačke trendove također morati mijenjati svoje poslovanje. Potrebne su mnoge promjene, no pojedinac može uvelike utjecati na cjelokupan sistem, stoga je potrebna transparentnost brendva i informiranje potrošača o utjecaju *fast fashion*-a.

6.3. Kružno gospodarstvo

U proteklih nekoliko godina kružno gospodarstvo zabilježilo je značajan porast interesa i nastavlja dobivati na važnosti. Preporuke koje se navode u ovom poglavlju dio su elemenata kružnog gospodarstva. U kružnom gospodarstvu ekonomska aktivnost gradi i obnavlja cjelokupno zdravlje sustava. Ovaj koncept prepoznaje važnost gospodarstva koje mora učinkovito raditi na svim razinama - za velika i mala poduzeća, za organizacije i pojedince, globalno i lokalno. Kružno gospodarstvo definira se na različite načine, no postoji nekoliko ključnih elemenata od kojih se ono sastoji. To su: dizajn za budućnost, uključivanje digitalne tehnologije, očuvanje onog što je već napravljeno, prioritiziranje regenerativnih sredstava te korištenje otpada kao resursa (Circle Economy, 2020). Održivi brendovi koji su navedeni u ovom poglavlju također se vode elementima ovog koncepta. U nastavku će se pojasniti još neke dobre inicijative koje se zalažu za prelazak na kružno gospodarstvo. Fashion Positive Plus je skupina marki odjeće posvećenih razvoju i usvajanju materijala koji su dizajnirani tako da omogućuje temelj kružne ekonomije mode. Yerdle podržava marke za otkup i preprodaju rabljenih predmeta pružajući im tehnologiju i logistiku za razvoj programa. Bank & Vogue je veleprodajni dobavljač i kupac rabljene robe širom Sjeverne Amerike. Imaju vlastiti lanac prodavaonica, Beyond Retro, koji prodaje vintage i recikliranu odjeću. TEXAID prikuplja, sortira i reciklira preostale zalihe, ostatke i drugi tekstilni otpad iz drugih trgovina kako bi dobio sirovine za novu upotrebu (Textile Exchange, 2019). Ovo su samo neki primjeri, a ovakvih je inicijativa sve više i više. Promjena je potrebna, *fast fashion* treba postati prošlost, a promjena započinje individualnim radom. Zanimljiv primjer individualnog rada je Parapluiestandupcycling, brend belgijske Melanie Iudica koji koristi tkaninu slomljenih kišobrana i iz njih stvara kabanice i torbe. Svaki je komad jedinstven te pruža istu vrstu zaštite

kao i sam kišobran (EuropeanUnion, 2020). Da bi koncept kružnog gospodarstva bio jasniji, u nastavku je grafički prikazan.

Slika 2: Kružno gospodarstvo



Izvor: Obrada autora prema European Parliament News (2015) <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20150701STO72956/circular-economy-the-importance-of-re-using-products-and-materials> (datum pristupa: 20.9.2020.)

U dizajnu možemo ubrajati razvoj novih, alternativnih i inovativnih proizvoda i usluga s većom dodanom vrijednošću. Kod proizvodnje i prerade povećana je učinkovitost procesa, smanjeni su troškovi te povećane marže i prihod, kroz smanjenje troškova energije i nabave sirovina. Nadalje, kod distribucije proizvoda potrebne su logističke prakse i tehnike koje olakšavaju prijevoz i distribuciju, izbjegavajući nepotrebne i skupe Transporte. Optimiziranje ruta transporta i distribucije smanjuje potrošnju te vrijeme isporuke (The Porto Protocol, 2020). Kod korištenja, ponovnog korištenja i popravka stvar je u rukama potrošača. Ovdje se mogu primijeniti već spomenuti savjeti kao npr. zašiti gumb na jakni, zakrpati rupu na hlačama, prenamjeniti proizvode. Zatim dolazimo do prikupljanja i recikliranja materijala. Ova faza procesa već iskorištene resurse pretvara u sirovinu za ponovnu proizvodnju te zatvara krug. Dio otpada nije moguće reciklirati stoga on izlazi izvan kruga.

7. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada bio je analizirati utjecaj i posljedice koje *fast fashion* ima na ekologiju i društvo. Globalna modna industrija suočena je s brojnim izazovima u pogledu održivosti i društvene odgovornosti. *Fast fashion* izaziva brojne društvene i ekološke probleme. Iako je održivo upravljanje modnom industrijom napredovalo tijekom posljednjih godina, kršenje ljudskih prava i onečišćenje okoliša i dalje postoje u svakodnevnom poslovanju nekih sudionika modne industrije. S obzirom da zakon trenutno pruža vrlo ograničenu zaštitu prava radnika u modnoj industriji i često nije učinkovit u poboljšanju odnosa između korporacija i radnika, inicijative društvene odgovornosti i održivosti mogu pomoći u borbi protiv nejednakosti u modnoj industriji, kao i poboljšanju standarda i ponašanja. Zdravlje tekstilnih radnika neprestano je ugroženo tijekom dugih radnih sati, izloženosti štetnim kemikalijama i čestog fizičkog i psihičkog zlostavljanja. Zaposlenici koji izrađuju odjeću za *fast fashion* brendove potvrdili su da su nedovoljno plaćeni i gurnuti do svojih granica jer često nemaju drugih mogućnosti. Stoga su potrebne pravne reforme i veća podrška tvrtkama koje teže održivosti kako bi se modna industrija i potrošači preusmjerili od *fast fashion* modela prema održivijim izvorima nabave, proizvodnje, distribucije, marketinga i potrošnje. Tvrtke koje usvajaju sporu tj. održivu modnu praksu trebale bi biti primjer budućnosti modne industrije. Prava održivost može proizlaziti samo iz sistemskih promjena u industriji, što mora uključivati propisane radne uvjete, „living wage“ i dostojanstven život tekstilnim radnicima te odgovorno korištenje prirodnih resursa. Kolektivna je odgovornost, od proizvođača do krajnjeg potrošača, kako bi se osiguralo okruženje koje ne šteti ni čovjeku ni prirodi za vrijeme cjelokupnog ciklusa proizvodnje i potrošnje. Bez toga promoviranje održivosti postaje samo *greenwashing* i u osnovi potpuno pogrešan poslovni model.

U knjizi autora Nikolaya Anguelova, „Prljava strana tekstilne industrije“, među savjetima za čitatelje na posljednjem mjestu kao najvažniji savjet navodi da nikada više ne bi trebali zakoračiti u H&M, Zaru ili bilo koju drugu *fast fashion* trgovinu. No, je li bojkotiranje rješenje problema? Ono što bi čitatelji i potrošači trebali učiniti jest izboriti se za prava radnika tekstilne industrije, izboriti se za prakse koje ne štete okolišu i ljudskom zdravlju, podići glas i aktivirati se jer je *fast fashion* problem, ne samo tekstilnog radnika, već svakog pojedinca.

Na kraju, nužno je osvrnuti se i spomenuti što u ovom radu nije obrađeno, s obzirom da je nemoguće dotaknuti se svih problema koje ovaj poslovni model izaziva u jednom radu.

Primjerice, problemi koje izaziva *fast fashion* ne odnose se samo na jeftinu odjeću koju proizvodi npr. Zara i H&M, već se ovaj model proširio i na luksuzne modne marke. Kroz istraživanje tokom pisanja rada primjećeno je da oni nisu pod svjetlom javnosti zbog svog načina poslovanja u tolikoj mjeri kao i jeftine modne marke. Također, jedan od problema je utjecaj influencera i poznatih osoba putem društvenih medija promoviranjem *fast fashion* marki na svojim društvenim profilima. Jedan od dobrih načina kako potrošače educirati o održivosti i negativnom utjecaju fast fashion-a u današnje vrijeme bi definitivno bio preko poznatih ličnosti koje imaju široku publiku. Trenutna situacija, globalna pandemija virusa Covid-19, također je bacila svjetlo na probleme koje izaziva modna industrija i poslovni model *fast fashion*. Brojne marke ne plaćaju radnike, ne plaćaju narudžbe, ne osiguravaju sigurna radna okruženja i slično.

SAŽETAK

Razvojem tehnologije i tekstilne industrije, krajem 1990-ih i 2000-ih razvija se i poslovni model koji se naziva *fast fashion*. *Fast fashion* masovna je proizvodnja jeftine, jednokratne odjeće izrađene nepromišljeno, često bez obzira na utjecaj koji proizvodnja ima na okoliš i pod kojim uvjetima ju radnici tekstilne industrije izrađuju.

S obzirom na prekomjernu i nepromišljenu proizvodnju odjeće ovaj poslovni model ima vrlo negativan utjecaj na ekologiju. U proizvodnji i tretiranju različitih materijala industrija stvara problem zagađivanja i prekomjerne potrošnje vode. Zatim, kako procjene sugeriraju, potrošači odjeću s najnižim cijenama smatraju gotovo jednokratnom te ju bacaju nakon samo sedam ili osam nošenja. Tu dolazi do idućeg ekološkog problema, a to je odlaganje tekstilnog otpada. Većina odjeće odlazi na odlagališta dok se tek 1% materijala koji se koristi za izradu odjeće reciklira u novu odjeću. Svjetska modna industrija stvara veliku količinu stakleničkih plinova zahvaljujući energiji koja se koristi tijekom proizvodnje i prijevoza milijuna odjevnih predmeta godišnje te time dolazimo do idućeg problema - zagađenja zraka. Budući da se neki materijali, npr. rajon, dobivaju preradom drveća ne čudi informacija da su veliki modni brendovi odgovorni za jedan dio problema prekomjernog krčenja šuma.

Osim što je *fast fashion* veliki neprijatelj prirode, također ima negativan utjecaj na ljudsko zdravlje. Kemikalije i materijali koji se koriste u proizvodnji odjeće mogu imati strašne posljedice na zdravlje čovjeka, primjerice: na imunološki i reproduktivni sustav, središnji živčani sustav, jetru i bubrege, te u nekim slučajevima mogu izazvati rak. Radnici u tekstilnoj industriji susreću se s brojnim problemima: plaće koje im ne omogućuju dostojanstven život, loši zdravstveni i sigurnosti uvjeti, prisilni rad, iskorištavanje djece i brojni drugi. Teška tragedija koja je otkrila neprihvatljive radne uvjete cijele modne industrije je Rana Plaza, tekstilna tvornica u čijem je urušavanju poginulo 1 134 radnika. Ovakve i slične tragedije nažalost nisu rijetkost te je hitno potrebna promjena u cijelom poslovnom modelu prije nego još radnika izgubi svoje živote.

Iako je put prema većim promjenama modne industrije još uvijek jako dug, primjera dobre prakse iz dana u dan ima sve više. Neke modne marke zalažu se za održivu modu, proizvode kvalitetnu bezvremensku odjeću te nude potrošačima različite opcije kako bi njihova odjeća imala što duži životni vijek. Također, tu su i brojne udruge, kampanje, zaklade i pokreti kojima

je misija zaustaviti *fast fashion* i okrenuti se prema održivoj modi.

Ključne riječi: *Fast fashion, održivost, posljedice, modne marke, primjeri dobre prakse*

SUMMARY

THE ANALYSIS OF CONSEQUENCES OF FAST FASHION

Alongside the development of technology and textile industry, in the late 1990s and 2000s, a business model called “fast fashion” was also developing. Fast fashion is a name for mass production of cheap, disposable clothing, often created recklessly, regardless of the industry’s impact on the environment and the conditions under which the workers are producing.

Given its excessive and inconsiderate production of clothing, this business model has a largely negative impact on ecology. In the production and treatment of different materials, the industry overly pollutes and exploits water. Furthermore, suggested by different assessments, consumers often consider cheap items of clothing to be disposable and throw them away after only seven or eight uses. This behaviour creates another problem, which is the textile waste disposal. Majority of the clothing winds up at junk yards, while only 1% of disposed material is recycled into new items of clothing. World fashion industry creates a large amount of greenhouse gasses owing to the energy used during production and distribution of millions of clothing items annually, which leads to the next ecological problem – air pollution. Owing to the fact that some materials, e.g. rayon, are produced by processing wood, it comes as no surprise that big fashion brands are responsible for part of the deforestation problem.

Not only is fast fashion a great enemy of nature, it also has a negative influence on people’s health. Chemicals and materials used in production of clothes can have horrifying effects on the immune, reproductive and central nervous system, liver, kidneys, and in some cases can even cause cancer. Workers in textile industry are facing many problems: payments below the living wage, poor health and safety conditions, forced labour, child labour and many others. A terrible tragedy that uncovered the unacceptable working conditions of the entire fashion industry is Rana Plaza, a textile factory which collapsed and took the lives of 1134 workers. Such and similar tragedies are, unfortunately, not rare, and witness to the need of urgent change in the entire business model before even more workers lose their lives.

Even though the journey to major changes in the fashion industry is a long one, the number of examples of good practice continues to grow each day. Some fashion brands advocate sustainable fashion, produce quality and timeless clothing and offer different options to their

customers in order to prolong the life of their clothing items. There are also many associations, campaigns and movements whose mission is to stop fast fashion and turn to sustainable fashion.

Key words: *Fast fashion, sustainability, consequences , fashion brands, examples of good practice*

LITERATURA

Knjige:

Micklin, P., Aladin, N.V., Plotnikov I. (2014) *The Aral Sea: The Devastation and Partial Rehabilitation of a Great Lake*, London, Springer

Thomas D. (2019) *Fashionopolis- The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes*, Penguin Press

Ross, R. J. (2004) *Slaves to fashion- poverty and abuse in the new sweatshops*, The University of Michigan Press

Shabbir M.(2019) *Textiles and Clothing: Environmental Concerns and Solutions*, New Jersey, John Wiley & Sons Inc

Muthu,S. S. (2017) *Textile Science and Clothing Technology*, Hong Kong, Springer

Muthu, S.S., Gardetti, M. A.(2016) *Green Fashion*, Singapur, Springer

Earley, R. (2007) *The new designers: working towards our eco fashion future*, Oslo, Dressing Rooms: Current Perspectives on Fashion and Textiles Conference navedeno u Muthu, S.S., Gardetti, M. A. (2016) *Green Fashion*, Singapur, Springer

Brooks, A. (2014) *Clothing Poverty- the hidden world od fast fashion and second hand clothes*, London, Zed Books

Thomas, D. (2019) *Fashionopolis: The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes*, New York, Penguin Press

Muthu, S.S. (2019) *Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption*, Singapur, Springer

Becker-Leifhold C., Heuer (2018) *Eco-friendly and Fair-Fast Fashion and Consumer Behaviour*, New York, Routledge

Jastram, S. M., Schneider, A. (2018) *Sustainable Fashion*, Springer International Publishing

Brooks, A. (2014) *Clothing Poverty- the hidden world od fast fashion and second hand clothes*, London, Zed Books

Kandhavadvu, P., Parthiban, M., Srikrishnan, M. R. (2018) *Sustainability in fashion and apparels*, New Delhi, WPI Publishing

The F Team (2020) *F**k Fast Fashion: 101 ways to change how you shop and help save the planet*, Hachette UK

Wilbur S., Abadin H., Fay M., et al. (2008) *Toxicological profile for chromium*, United States Public Health Service, Agency for Toxic Substances and Disease Registry, Division of Toxicology and Human Health Sciences, Atlanta

Znanstveni radovi:

Napper, E.I., Thompson, R. C. (2016) *Release of synthetic microplastic plastic fibres from domestic washing machines: Effects of fabric type and washing conditions*, U: Galgani F., Hutchings P, Yang G., *Marine Pollution Bulletin*, Elsevier, 112(2), 39-45

Wei Y, Han I-K, Hu M, Shao M, Zhang J & Tang X (2010) *Personal exposure to particulate PAHs and anthraquinone and oxidative DNA damages in humans*, *Chemosphere*, Europe PMC, 81(10), 1280-1285

Dom, N., Knapen, D., Benoot, D., Nobels, I., Blust, R. (2010) *Aquatic multi-species acute toxicity of (chlorinated) anilines: Experimental versus predicted data*, *Chemosphere*, Pub Med.gov, 81(2), 86-177

OSPAR (2004) Pentachlorophenol, OSPAR Priority Substances Series 2001, *OSPAR Convention for the Protection of the Marine Environment of the North-East Atlantic*, OSPAR Commission, London, 1(1), 1-5

Baral, A., Engelken, R., Stephens, W., Farris, J., Hannigan, R. (2006) *Evaluation of aquatic toxicities of chromium and chromium-containing effluents in reference to chromium electroplating industries*, *Archives of Environmental Contamination and Toxicology*, 50(4), 496-502

Gavranović, A. (2018) *How to deal with new challenges? Economic, technological and social aspects of the textile and clothing industry*, *Textile leather review*, 1(1), 29-33

Back, J. (2017) *Sustainable and Ethical Practices for the Fast Fashion Industry*, Occidental College, UEP Student Scholarship, 12-14

Članak u časopisu:

Tahir, M., Mughal, K. (2012) *Textile Industry of Pakistan, China, India & Bangladesh : An Analysis*, New Cloth Market magazine

Pookulangara S., Shephard S.,(2013) *Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions—An exploratory study*, Journal of Retailing and Consumer Services, Elsevier, 20(2)

Članak u elektroničkom časopisu ili online bazi podataka:

Claudio, L. (2007) *Waste couture: environmental impact of the clothing industry*, Environmental Health Perspectives, 115(9), <https://ehp.niehs.nih.gov/doi/full/10.1289/ehp.115-a449>, datum pristupa: 18.4.2020.

Bick, R., Halsey, E., Ekenga, C.C. (2018) *The global environmental injustice of fast fashion*, Environmental Health Perspectives, 17(92), <https://ehjournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12940-018-0433-7#citeas>, datum pristupa: 18.4.2020.

Lyon, T.P., Montgomery, A.W. (2015) *The means and end of greenwash*, SAGE Journals, 28(2), <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1086026615575332>, datum pristupa: 16.4.2020.

Adams, R.J. (2002) *Retail profitability and sweatshops:a global dilemma*, Journal of Retailing and Consumer Services, 9(3), <https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.elsevier-1cb0b8b9-2cc2-3d75-9219-82769853061c/tab/summary?locale=en>, datum pristupa: 10.4.2020.

Online publikacije i izvještaji:

Ellen MacArthur Foundation (2017) *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*, <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>, datum pristupa: 17.4.2020.

Textile Exchange (2019) *Preferred Fiber & Materials Market Report 2019*, <https://store.textileexchange.org/product/2019-preferred-fiber-materials-report/>, datum pristupa: 16.4.2020.

Changing Markets Foundation (2018) *Fashion Dirty on track for transformation*, [http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2018/07/Dirty Fashion on track for transformation.pdf](http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2018/07/Dirty_Fashion_on_track_for_transformation.pdf), datum pristupa: 15.4.2020.

WRAP (2017) *Valuing Our Clothes: the cost of UK fashion*, https://www.wrap.org.uk/sites/files/wrap/valuing-our-clothes-the-cost-of-uk-fashion_WRAP.pdf, datum pristupa: 10.4.2020.

Global fashion agenda (2017) *Pulse of the fashion industry*, Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf, datum pristupa: 11.4.2020.

Kirchain, R., Olivetti, E., Miller, T.R., Greene, S. (2015) *Sustainable Apparel Materials*, Massachusetts Institute of Technology Cambridge, MA, <https://matteroftrust.org/wp-content/uploads/2015/10/SustainableApparelMaterials.pdf>, datum pristupa: 10.4.2020.

Walk Free Foundation (2018) *The global slavery index 2018*, <https://www.globallslaveryindex.org/>, datum pristupa: 10.4.2020.

Emran, S. N., Kyriacou, J. (2017) *What she makes-power and poverty in the fashion industry*, Oxfam Australia, https://whatshecreates.oxfam.org.au/wp-content/uploads/2017/10/Living-Wage-Media-Report_WEB.pdf, datum pristupa: 15.4.2020.

Bryher, A. (2019) Clean Clothes Campaign, *Tailored Wages 2019*, <http://labourbehindthelabel.net/wp-content/uploads/2019/06/TailoredWagesUK-FP.pdf>, datum pristupa 17.4.2020.

International Labour Organization (2014) *Wages and Working Hours in the Textiles, Clothing, Leather and Footwear Industries*, Geneva, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_300463.pdf, datum pristupa: 16.10.2020.

Tekst s interneta:

Chua, M.J. (2019) Vox, *The environment and economy are paying the price for fast fashion — but there's hope*, <https://www.vox.com/2019/9/12/20860620/fast-fashion-zara-hm-forever-21-boohoo-environment-cost>, stranica posjećena 17.4.2020.

Hayes, A.(2020) Investopedia, *Fast fashion*, <https://www.investopedia.com/terms/f/fast-fashion.asp>, stranica posjećena 17.4.2020.

History (2009) *Triangle Shirtwaist Factory Fire*, <https://www.history.com/topics/early-20th-century-us/triangle-shirtwaist-fire>, stranica posjećena 17.4.2020.

Clean Clothes Campaign, *Waste and pollution*, <https://cleanclothes.org/fashions-problems/waste-and-pollution> stranici pristupljeno: 10.4.2020.

McKinsey and Company (2016), *Style that's sustainable: A new fast-fashion formula*, <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula> stranici pristupljeno: 10.4.2020.

Mc Fall-Johnsen, M. (2020) World Economic Forum, *These facts show how unsustainable the fashion industry is*, <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/fashion-industry-carbon-unsustainable-environment-pollution/> stranici pristupljeno: 10.4.2020.

Sustain your Style, *Fashion's Environmental Impact*, <https://www.sustainyourstyle.org/old-environmental-impacts> stranici pristupljeno: 11.4.2020.

Leahy S. (2015) The Guardian, *World Water Day: the cost of cotton in water-challenged India*, <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2015/mar/20/cost-cotton-water-challenged-india-world-water-day> stranici pristupljeno: 11.4.2020.

The World Bank (2019) *How Much Do Our Wardrobes Cost to the Environment?*, <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/09/23/costo-moda-medio-ambiente> stranici pristupljeno: 14.4.2020.

Greenpeace (2020) *Detox My Fashion*, <https://www.greenpeace.org/international/act/detox/> stranici pristupljeno: 16.4.2020.

World Health Organization (2019) *WHO calls for more research into microplastics and a crackdown on plastic pollution*, <https://www.who.int/news-room/detail/22-08-2019-who-calls-for-more-research-into-microplastics-and-a-crackdown-on-plastic-pollution> stranici pristupljeno: 16.4.2020.

Robertson L. (2020) Good on you, *Material Guide: Is Viscose Really Better For The Environment?* <https://goodonyou.eco/material-guide-viscose-really-better-environment/> stranici pristupljeno: 16.4.2020.

Trusted Clothes (2016) *Synthetic dye's impact on the environment*, <https://www.trustedclothes.com/blog/2016/06/23/impact-of-dyes/>, stranici pristupljeno: 16.4.2020.

Mambra, S.(2019) Marine Insight, *Aral Sea Disaster: Why One of the Biggest Inland Seas Dried Up?*, <https://www.marineinsight.com/environment/aral-sea-disaster-why-one-of-the-biggest-inland-seas-dried-up/>, stranici pristupljeno: 16.4.2020.

Badore, M., (2014) Tree Hugger, *How rainforest destruction hides in our clothes*, <https://www.treehugger.com/sustainable-fashion/how-rainforest-destruction-hides-our-clothes.html>, stranici pristupljeno: 20.4.2020.

Clean Clothes Campaign, <https://cleanclothes.org/>, datum pristupa stranici: 16.3.2020.

Cotton Campaign, *To end forced and child labor in the cotton fields of Uzbekistan and Turkmenistan*, <http://www.cottoncampaign.org/>, datum pristupa stranici: 18.3.2020.

Forbes (2020) *The world's real-time billionaires*, <https://www.forbes.com/real-time-billionaires/#16bc53b43d78> , datum pristupa stranici: 18.3.2020.

Fair Labor Association (2012) *Understanding the sumangali scheme in tamil nadu's garment & textile industry*, <https://www.fairlabor.org/blog/entry/understanding-sumangali-scheme-tamil-nadus-garment-textile-industry>, datum pristupa stranici: 30.3.2020.

Labour behind the label, *Worker safety-The right to work without fear for your life is a human right*, <https://labourbehindthelabel.org/campaigns/worker-safety/>, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

Sherpa (2014) *Auchan and the Rana Plaza, deceptive business practices?*, <https://www.asso-sherpa.org/auchan-and-the-rana-plaza-deceptive-business-practices>, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

Business & Human Rights Resource Centre (2013) *Response by Mango: Rana Plaza garment factory collapse in Bangladesh*, <https://www.business-humanrights.org/en/response-by-mango-rana-plaza-garment-factory-collapse-in-bangladesh-over-1100-dead>, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

Tazreen Claims Administration Trust (2016) *Press release: Tazreen Claims Administration completes payments to victims*, <http://tazreenclaimstrust.org/2016/07/01/press-release-tazreen-claims-administration-completes-payments-to-victims/>, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

Human Rights Watch (2019) *Combating Sexual Harassment in the Garment Industry*, https://www.hrw.org/news/2019/02/12/combating-sexual-harassment-garment-industry#_ftn1, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

Quinn, S. (2017) *Listverse, 10 Truly Troubling Facts About The Clothing Industry*, <https://listverse.com/2017/03/17/10-truly-troubling-facts-about-the-clothing-industry/>, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

Fashion Revolution (2020) *The Fashion Transparency Index 2020*, <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

McCarthy, N. (2019) Statista, *Where Pay Is Lowest For Cheap Clothing Production*, <https://www.statista.com/chart/17903/monthly-minimum-wage-in-the-global-garment-industry/>, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

Business & Human Rights Resource Centre (2015) *Syrian refugees in Turkish garment supply chains: An analysis of company action to address serious exploitation*, <https://www.business-humanrights.org/en/syrian-refugees-in-turkish-garment-supply-chains-an-analysis-of-company-action-to-address-serious-exploitation>, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

Miret (2020) *Super-ecological sneakers*, <https://www.miret.co/> stranici pristupljeno 15.4.2020.

Reformation, *Sustainable practices*, <https://www.thereformation.com/pages/sustainable-practices> stranici pristupljeno 15.4.2020.

Fair Wear Foundation, *Get to know fair wear*, <https://www.fairwear.org/about-us/get-to-know-fair-wear>, stranici pristupljeno 15.4.2020.

Fashion Revolution, *Manifesto for a fashion revolution*, <https://www.fashionrevolution.org/manifesto/>, stranici pristupljeno 15.4.2020.

The ZDHC Roadmap to Zero, *Our Roadmap*, <https://www.roadmaptozero.com/about>, stranici pristupljeno 15.4.2020.

Patagonia, *Don't Buy This Jacket, Black Friday and the New York Times*, <https://www.patagonia.com/stories/dont-buy-this-jacket-black-friday-and-the-new-york-times/story-18615.html>, stranici pristupljeno 17.4.2020.

Thangavelu, P. (2020) Investopedia, *The Success of Patagonia's Marketing Strategy*, <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/070715/success-patagonias-marketing-strategy.asp>, stranici pristupljeno 16.4.2020.

Martinko, K.(2019) Tree Hugger, *7 Rs for sustainable fashion*, <https://www.treehugger.com/sustainable-fashion/7-rs-sustainable-fashion.html>, stranici pristupljeno 15.4.2020.

European Union(2020) *One-woman's initiative in Belgium transforms broken umbrellas into raincoats and bags*, <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/good-practices/one-womans-initiative-belgium-transforms-broken-umbrellas-raincoats-and-bags>, stranici pristupljeno 20.4.2020.

The Porto Protocol (2020) *Circular Economy As A Way Of Increasing Efficiency In Organizations*, <https://www.portoprotocol.com/circular-economy-as-a-way-of-increasing-efficiency-in-organizations/>, stranici pristupljeno 20.4.2020.

Athalye A. (2018) *Know your rayon*, <https://www.fibre2fashion.com/industry-article/8119/know-your-rayon>, stranici pristupljeno: 10.8.2020.

Petter, O. (2020) *H&M accused of greenwashing over plans to make clothes from sustainable fabric*, <https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/hm-greenwashing-sustainable-circulose-venetia-falconer-manna-a9312566.html>

Novinski članak na internetu:

Kazmin, A. (2015) Financial Times, *How Benetton faced up to the aftermath of Rana Plaza*, <https://www.ft.com/content/f9d84f0e-e509-11e4-8b61-00144feab7de>, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

Radio Free Asia (2019) *Five Cambodian Garment Sector Workers Lose Arms in Truck Accident*, <https://www.rfa.org/english/news/cambodia/cambodia-truck-accident-workers-04042019172152.html>, datum pristupa stranici: 16.4.2020.

The Guardian (2012) *Bangladesh textile factory fire leaves more than 100 dead*, <https://www.theguardian.com/international>, datum pristupa stranici: 16.3.2020.

The Guardian (2018) *Rana Plaza, five years on: safety of workers hangs in balance in Bangladesh*, <https://www.theguardian.com/global-development/2018/apr/24/bangladeshi-police-target-garment-workers-union-rana-plaza-five-years-on> datum pristupa stranici: 16.3.2020.

BBC News (2016) *Burberry burns bags, clothes and perfume worth millions*, <https://www.bbc.com/news/business-44885983> stranici pristupljeno: 14.4.2020.

McCullough, D.G. (2014) The Guardian, *Deforestation for fashion: getting unsustainable fabrics out of the closet*, <https://www.theguardian.com/sustainable-business/zara-h-m-fashion-sustainable-forests-logging-fabric>, stranici pristupljeno: 20.4.2020.

Hansen, S.(2012)The New York Times Magazine, *How Zara Grew Into the World's Largest Fashion Retailer*, <https://www.nytimes.com/2012/11/11/magazine/how-zara-grew-into-the-worlds-largest-fashion-retailer.html>, stranica posjećena 17.4.2020.

POPIS ILUSTRACIJA

Popis slika	Stranica
Slika 1: Aralsko jezero	7
Slika 2: Kružno gospodarstvo	32

Popis tablica	Stranica
Tablica 1: Dobre prakse kod zaklada i kampanji	26
Tablica 2: Dobre prakse kod modnih marki	28

ŽIVOTOPIS

OSOBNJE INFORMACIJE

Rafaela Košević

📍 Marcela Kušara 28, 23000 Zadar (Hrvatska)

☎ 0977694069

✉ r.kosevic@gmail.com

Spol Ž | Datum rođenja 22.3.1998. | Državljanstvo Hrvatsko

Radno iskustvo

1. 25.5.2019 – DANAS

Konobarica

Caffee bar Daloro

 - Priprema i posluživanje hrane i pića
2. 01.10.2017.–
30.5.2019.

Pomoćnica u trgovini odjeće

Stradivarius

 - Rad u skladištu
 - Slaganje odjeće
3. 26.3.2018.–
22.4.2018.

Pomoćnica u trgovini odjeće

Bershka

 - Rad u skladištu
 - Slaganje odjeće
4. 02.9.2016.–
15.6.2017.

Konobarica

Caffee bar Ruber

 - Priprema i posluživanje pica
5. 15.6.2016.–
01.9.2016.

Pomoćna konobarica

Hotel Pinija

 - Priprema i posluživanje pica
6. 01.12.2014.–
01.6.2016.

Hostesa

Agencije Ross media, Prospera, Diversus

 - povremeni poslovi hostesiranja na eventima, animacija za djecu, promoviranje raznih proizvoda i slično

OBRAZOVANJE I
OSPOSOBLJAVANJE

01.10.2016.– danas

Preddiplomski studij Kulture i turizma, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Sveučilište u Zadru

26.2.2020. - danas

Šivač klasične ženske odjeće
Pučko otvoreno učilište, Zadar

01.9.2012.–15.7.2016

Hotelijsko turistički tehničar
Hotelijsko turistička i ugostiteljska škola, Zadar

OSOBNJE VJEŠTINE

JEZICI

	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	SLUŠANJE	ČITANJE	GOVORNA INTERAKCIJA	GOVORNA PRODUKCIJA	
ENGLJSKI	C1	C1	C1	C1	C1
NJEMAČKI	A2	A2	A2	A2	A2

Komunkacijske vještine

- dobre komunikacijske vještine stečene u radu u ugostiteljstvu
- sposobnost prilagođavanja novim okruženjima i zadacima

Vozačka dozvola

- B, AM