

# DERMESZTŐ DIVAT FAST FASHION A RUHA ÁRA

▷ SZÖVEG: MENVÁN ESZTER

Aki ma Magyarországon fokozottan foglalkozik megjelenésével, ruháival, a divattal, könnyen negatív megjegyzések céltáblájaként találhatja magát. Sokan pedig nemcsak, hogy nem törődnek a divattal, de nem is tudják, milyen globális problémaforrás a mai divatipar, amely a világgazdaság közel 2 százalékát teszi ki, éves bevétele pedig becslések szerint 3000 milliárd dollár. És a divat nemcsak jelentős gazdasági szereplő, hanem egyúttal a világ egyik legkörnyezetszennyezőbb iparága is



Méregző anyagoktól, vegyszerektől habzó indiai folyók, éjjel-nappal permetezett észak-amerikai gyapotföldek, európai szemmel nézve lehetetlen körülmények között, 40 °C-ban, naponta 12–16 órát robotoló ázsiai ruhagyári munkások. A The True Cost című dokumentumfilmet nézem. A megdöbbentő képek, az interjúk készülhetek volna akár Thaiföldön, Bangladesben, Pakisztánban vagy Kambodzsában is. Az utóbbi évtizedben ugyanis ezekben az országokban készülnek a piacot uraló mainstream ruhamárkák, amelyek egy része Magyarországon is megtalálható. Az előállítás errefelé nemcsak olcsóbb, de nyomós érv, hogy lazák a szabályozások, alacsony az adó, virágzik a korrupció, nem kell foglalkozni biztosítással, a munkások jogai minimálisak, megélhetésre viszont szükségük van. Szabnak-varrnak, bőrt cserzenek, olcsó ruhát, cipőt, táskát és még ki tudja, mi mindent (illetve mit nem) állítanak elő a nyugati világ számára. Elég csak kiemelni egy-két ruhadarabot a szekrényünkéből, és megnézni a címkéjét, a legtöbbször ez áll: Made in China, Made in Bangladesh, Made in Thailand. Kevés kivételtől eltekintve e címkék azt jelentik, hogy az adott darab eldobható, nem minőségi, tömegtermék és nagyon olcsó. A kérdés az, vajon mi az olcsóság ára?

#### A RANA PLAZA TRAGÉDIÁJA

2013. ÁPRILIS 24-ÉN  
KONSTRUKCIÓS HIBA  
MIATT ÖSSZEOMLOTT  
A BANGLADESBEN  
TALÁLHATÓ RANA PLAZA.  
A NYOLCEMELETES ÉPÜLETET  
EREDETELEG NÉGYEMELETESRE  
TERVEZTÉK. A KÉSŐBBI  
RÁÉPÍTÉS ENGEDÉLYEK  
NÉLKÜLI TÖRTÉNT

## RANA PLAZA

**A ruhaiparban dolgozók 80%-a nő, legtöbbször 18 és 24 év közötti, és nem ritka a gyermekmunka sem. A nők szinte az egész életüket a gyárban töltik: ott dolgoznak, ott esznek, sokszor a túlórák miatt ott is alszanak, és ha úgy alakul, ott szülnék.**

Andrew Morgan, a The True Cost rendezője ugyanannyit foglalkozott a divattal, mint a ruhavásárlók többsége. 2013. április 24-én azonban történt valami: Banglades fővárosában, Dakkában összedőlt egy nyolcemeletes ruhagyár, a Rana Plaza. A tragédiában 1134 ember vesztette életét, száznál is többet eltűntnek nyilvánítottak, és több ezren – többségében nők és gyerekek – megsérültek. Nem véletlen: a ruhaiparban dolgozók 80%-a nő, legtöbbször 18 és 24 év közötti, és nem ritka a gyermekmunka sem. A nők szinte az egész életüket a gyárban töltik: ott dolgoznak, ott esznek, sokszor a túlórák miatt ott is alszanak, és ha úgy alakul, ott szülnék.

A Rana Plaza tragédiája után a helyszínen készült drámai felvételek bejárták a világot, a média elkezdett foglalkozni az úgynevezett fast fashion jelenséggel, a divatipar leggyorsabban fejlődő, legagresszívabb, legkörnyezetszennyezőbb ágával, amely számára a profit mindennél fontosabb. A rendező, Morgan maga is úgy döntött, feltesz néhány nagyon egyszerű kérdést: kik készítik a ruháit, amiket nap mint nap visel? Milyen körülmények között dolgoznak ezek az emberek? Vajon mennyit keresnek?

Tényleg nagyon egyszerű kérdések, nem lehet azonban eléggé hangsúlyozni, mibe tenyerelt bele... Csak egy példa: a Forbes 2017-es listája szerint a Föld negyedik leggazdagabb embere Amancio Ortega, a spanyol Inditex divatbirodalom vezetője. Olyan, itthon is elérhető márkák tartoznak a vállalatához, mint a Massimo Dutti, a Zara, a Stradivarius, a Pull&Bear vagy a Bershka ruházat, az Oyso fehérnemű vagy a Zara Home lakástextil és -dekorációs márka.

FOTÓ: ISTOCKPHOTO



#### A MÁRKÁK SEM TUDJÁK, HOL KÉSZÜLNEK A RUHÁK?

A RANA PLAZA-TRAGÉDIA UTÁN A CÉGEK TÖBBSÉGE AZT ÁLLÍTOTTA, NEM ÁLLT KAPCSOLATBAN A GYÁRRAL, BESZÁLLÍTÓKTÓL VÁSÁROLTAK. MA MÁR NYUGATI MULTICÉG ILYET NEM ENGEDHETNEJ MEG MAGÁNAK. A CÉG ÉS A GYÁR KÖZÖTTI KÖZVETÍTŐNEK FONTOS SZEREPE VAN, A MÁRKA HIRNEVE BÁNJÁ, HA NEM MEGFELELŐEK MEG A GYÁRTÁS KÖRÜLMÉNYEI



## DIVAT, IPAR, MODELL

Ahhoz, hogy megértsük, miért lett a divat, ezen belül is a fast fashion globális problémaforrás, látnunk kell a működését. A divat, egészen pontosan az öltözködés a kezdetek kezdete óta jelen van az életünkben. Társadalmunkban alapvető norma, hogy felöltöztetjük a testünket, így ruhát vásárolnia mindenkinek kell. Ha innen nézzük, a divatipar problémája mindenki gondja.

Az öltözködés – praktikus voltán túl – egyfajta kódrendszer is, amely évezredek alatt folyamatosan változott. Ki tudná ma már megmondani (a divattörténet kutatóin kívül), mit jelentett a rómaiak arannyal hímzett, festett, lila tógája, mikor hordhatott egy férfi olyan cipőt, amelynek magas, vörös sarka volt? Vagy mikor kezdtek el inkább a nők díszesebben öltözni, hogy az egyre egyszerűbb viseletekben megjelenő, dolgozó férfiak helyett ők reprezentálják a férjek vagyonát? Ma más kódrendszer van érvényben, de ma is ugyanúgy sokat elmond rólunk, hogy milyen ruhát viselünk – vagy milyen nem –, hogy követjük-e a divatot. De az is kód, ha éppen nem követjük. Ha belépünk egy helyiségbe és a csoport vezetőjét keressük, nagyobb valószínűséggel előbb lépünk oda egy öltönyt viselő úrhoz vagy elegáns hölgyhöz. Nagy zavart kelt, ha kiderül, hogy az öltözeke miatt egy gyakornokot néztünk vezetőnek, nem pedig azt a farmeros-pólós fickót, aki a monitor mögött piszmozg valamin...

A 20. században kialakult egy „klasszikus” divatipari modell, amely sokáig tartotta magát, ám

### A DIVAT MONDJA MEG, HOGY KI VAGY?

A TÁRGYAKKAL SOKSZOR MAGÁT AZ ÉLETÉRZÉST VÁSÁROLJUK MEG, IGY VAN EZ A DIVATTÁRGYAK ESETÉBEN IS. A KÖZÖSSÉGI MÉDIA (ÉS MA FŐKÉNT AZ INSTAGRAM) MÉG INKÁBB RÁSEGÍT, HOGY HAMIS KÉPET FESZTHESSÜNK MAGUNKRÓL MÁSOK – ÉS SOKSZOR SAJÁT MAGUNK – SZÁMÁRA

**Ki tudná ma már megmondani, mit jelentett a rómaiak arannyal hímzett, festett, lila tógája, mikor hordhatott egy férfi olyan cipőt, amelynek magas, vörös sarka volt?!**

**Korábban, hosszú ideig évente kettő (tavasz–nyár, ősztél), később négy kollekciónal jelentkeztek a trendeket diktáló divatházak, és a tömegtermelés is ezt a menetrendet követte. Aztán valami megváltozott...**

az utóbbi egy-két évtizedben drasztikusan átalakult. Korábban, hosszú ideig évente kettő (tavasz–nyár, ősztél), később négy kollekciónal jelentkeztek a trendeket diktáló divatházak, és a tömegtermelés is ezt a menetrendet követte. Aztán valami megváltozott: Észak-Amerikában megjelent a fast fashion mint gyártási modell. Ez az amerikai textilgyártók érdekvédelmi lépése volt: fel akarták venni a versenyt a külfölddel, szerették volna gyorsabban kielégíteni a piaci igényeket. A módszer bevált, ma már a fast fashion modell alapján működő láncok (Zara, H&M, Mango, Primark) uralják a divatot.

### KI MONDJA MEG, MI A (SZÍN)TREND?

SZÍNBIZOTTSÁGOK SEGÍTIK A GYÁRTÓKAT ÉS A TERVEZŐKET, HOGY NEMZETKÖZI SZINTEN PIACKÉPES TERMÉKEKET ÁLLÍTHASSANAK ELŐ. 2017-BEN A SZÍNRENDSZERÉRŐL ISMERT PANTONE CÉG A „GREENERY” FANTÁZIANÉVRE KERESZTELTE ÁRNYALATOT (PANTONE 15-0343 TPG) VÁLASZTOTTA AZ ÉV SZÍNÉNEK



FOTÓ: ISTOCKPHOTO

## SOK, OLCSÓ, KACAT

A rendszer lényege: termelj olcsón, termelj sokat, adj el minél többet! Ennek megfelelően ezek a márkák évente nem kettő-négy, hanem 52 kollekcióval lépnek piacra! Hatékonyan serkentik az igényt, hogy azt érezzük: szükségünk van új ruhákra, különben nem azt kommunikáljuk magunkról, hogy képesek vagyunk tartani a lépést a világgal, jól nézünk ki, képben vagyunk, tartjuk a tempót a fiatalokkal és nem öregszenk. Mai kultúránk ezt követeli, és a fast fashion márkák ezt használják ki.

És még mást is! Korábban csak kevesen engedhették meg maguknak, hogy olyan ruhákat viseljenek, amit a legnagyobb tervezők mutattak be. A fast fashion azonban demokratizálta a divatot, a tervező-sztároktól „merít inspirációt”. Egy tizenéves, egy huszonéves egyetemista vagy egy pályakezdő ma pont ugyanannyira divatos lehet egy, az eredetihez nagyon hasonló, de olcsóbb darabban, mint az, aki az eredeti Chanelt vagy Louis Vuittont vásárolja meg.

**Egy tizenéves, egy huszonéves egyetemista vagy egy pályakezdő ma pont ugyanannyira divatos lehet egy, az eredetihez nagyon hasonló, de olcsóbb darabban, mint az, aki az eredeti Chanelt vagy Louis Vuittont vásárolja meg.**

**A hétköznapi használati tárgyak életciklusát átgondolva magunk is látjuk, hogyan minősül át a csillogó, áhított árucikk először kacattá, majd lesz belőle szemét.**

Plusz a divat olyan gyorsan változik, hogy mire a nagy cégek levédethetnének egy-egy modellt, az már ki is ment a divatból. A hétköznapi használati tárgyak életciklusát átgondolva magunk is látjuk, hogyan minősül át a csillogó, áhított árucikk először kacattá, majd lesz belőle szemét. Ugyanez a ruháknál is érvényes, hiszen a divatos, trendi, menő darab egyszer csak gönccé vagy ronggyá változik a szemünkben, amikor reggelente a teli gardrób előtt állva nem tudjuk eldönteni, mit vegyünk fel, miközben folyamatosan új és trendi darabokért járjuk a boltokat. Aztán, amikor a göncöket hordhatatlan szemétté fokozzuk le, akkor szeretnénk tudni rajta, lehetőleg minél előbb, mert csak foglalja a helyet.

Bármennyire is azt gondoljuk, ellent lehet állni ennek az örült körforgásnak, a számok nem ezt bizonyítják. 2016-ban körülbelül 80 milliárd ruhadarab készült a Földön! Ez négyszerese a 1996-os termelésnek! Ráadásul a divat problémája nem a ruhák kiszabásánál kezdődik és nem a boltba kerüléssel ér véget. Egy ruha elkészítése egészen hosszú folyamat, amelyet szinte lehetetlen minden ízében pontosan átlátni. És nemcsak a fogyasztó, a márká részéről is...

FOTÓ: ISTOCKPHOTO

**A FAST FASHION ÜZLETEK „TRÜKKJEI”**

A HETENTE MEGÚJULÓ KÍNÁLAT, FOLYAMATOS LEÉRTÉKELÉS, A VÁSÁRLÓT AZ EGÉSZ ÜZLETEN VÉGIGVEZETŐ ELRENDEZÉS, AZ OTTHONI PRÓBÁLÁS LEHETŐSÉGE MIND-MIND CSAK AZT CÉLOZZA, HOGY MINÉL TÖBBET VÁSÁROLJUNK

**A STREET FASHION URALKODÓI**

RÉGEN A KIRÁLYI UDVAR LAKÓI, MAJD AZ ARISZTOKRATÁK, AZTÁN A SZTÁROK DIKTÁLTÁK A DIVOT. MA A DIVAT- ÉS SZÉPSÉGBLOGGEREK, YOUTUBE-EREK, INSTAGRAM-BLOGGEREK MUTATJÁK MEG, MIT VISELJÜNK HOLNAP. EHHEZ SOK PÉNZ SEM KELL: GYAKRAN ŐK IS A FAST FASHION ÜZLETEK KÍNÁLALÁBÓL ÖLTÖZNEK



FOTÓ: ISTOCKPHOTO



## A FEHÉR PAMUTPÓLÓ ÉLETE

Elég végigkövetni egy egyszerű fehér póló útját, hogy lássuk, mennyi buktatója van a történetnek. Szükség van alapanyagra, amely lehet természetes (növényi, állati) vagy mesterséges szálás anyag. Ha nem bírjuk a műszálát, nagy valószínűséggel pamutpólót választunk. De vajon tisztában vagyunk-e azzal, hogy a pamutot az egyik legnagyobb vízigényű haszonnövényből, a gyapotból állítják elő? A WWF különkampányt épített arra, hogy felhívja a figyelmet: egyetlen pamutpóló előállításához 2700 liter(!) édesvízre van szükség (egy ember 2 és fél évi ivóvízszüksége). A gyapot ráadásul rendkívül érzékeny, így a Földön az évente felhasznált növényvédő szerek 25%-át végső soron a hagyományos pamut előállításához alkalmazzák. A mérgező anyagok pedig nem kímélik az élő és védendő szervezeteket sem. Az így kialakuló betegségek persze eddig is jelen voltak, de az elmúlt húsz évben az esetek száma drasztikusan emelkedett – és nemcsak a harmadik világban, hanem Észak-Amerikában is!

Ha megvan az alapanyag (jelen esetben a pamut), el kell jutnia a termék gyártási helyszínére. Minél messzebb van a textilgyár a ruhagyártól, annál jobban terheljük a környezetet. A ruhagyárban kiszabják a pólónk alkatrészeit, és ezeket összevarrják. Az, hogy kik és milyen körülmények közt végzik ezt a munkát, a legtöbb vásárló számára ismeretlen.

### MINDEGY, MILYEN A MÁRKÁJA

ÁZSIÁBAN UGYANABBAN A GYÁRBAN, UGYANOLYAN KÖRÜLMÉNYEK KÖZÖTT, MEGKÖZELÍTŐLEG AZONOS FIZETÉSÉRT KÉSZÜLHET EGY FAST FASHION ÉS EGY PRÉMIUM MÁRKA FEHÉR PÓLÓJA. ATTÓL, HOGY VALAKI PRÉMIUM TERMÉKEKEN DOLGOZIK, NEM LESZ TÖBB A BÉRE

**A gyapot rendkívül érzékeny, így a Földön az évente felhasznált növényvédő szerek 25%-át végső soron a hagyományos pamut előállításához alkalmazzák. A mérgező anyagok pedig nem kímélik az élő és védendő szervezeteket sem.**

### A LEGOLCSÓBB MUNKAERŐ

A TEXTILIPARBAN BANGLADESBEN TALÁLHATÓ; A DOLGOZÓK TÖBBSÉGÉVEL HATÁROZATLAN IDEJŰ SZERZŐDÉST KÖTNEK, ÍGY NEM KELL NEKIK A SZABADSÁGOKAT VAGY A TÁPPÉNZT FIZETNIŰK, NEM KAPNAK VÉDŐFELSZERELÉST, NINCS BIZTOSÍTÁSUK, A TÚLÓRA VISZONT KÖTELEZŐ

**A legtöbb darab nem marad évekig a szekrényben, hiszen a divatos holmik pillanatok alatt divatjamúlttá válnak. (És persze az olcsó alapanyagok és a silány minőség miatt hamar tönkre is mennek.)**

A divatipar napszamosai nem véletlenül arctalanok és névtelenek. Könnyebb a vásárlók lelkiismerete, ha nem gondolnak bele: a ruháikat emberek készítik...

Az elkészült ruhadaraboknak aztán el kell jutniuk az üzletekbe, s innen már csak egy lépés, hogy hozzánk kerüljenek. De a történet még korántsem ért véget! Elkezdjük viselni, közben pedig tisztítani kell, amely újabb kérdéseket vet fel. Nem mindegy, hányszor mossuk, milyen hőfokon, milyen vegyszerekkel küzdünk, használunk-e szárítógépet vagy sem.

Bár eddig biopamutról volt szó, ám tegyünk egy kis kitérőt a műszál anyagok felé! (Már csak azért is, mert 2017-ben egyre több szó esik a mikroműanyag-szennyezésről, ezen belül is a műszál ruhák mosása okozta mikroszál-szennyezésről. Egy ruhadarabról ekkor aprócska, szabad szemmel nem látható szálak szakadnak le, amelyek a természetes vizeinkbe kerülnek, és előbb-utóbb bekerülnek a táplálékláncba is. A következmények pedig nem épp megnyugtatóak.)

És még mindig nincs vége az életútnak. A legtöbb darab nem marad évekig a szekrényben, hiszen a divatos holmik pillanatok alatt divatjamúlttá válnak. (És persze az olcsó alapanyagok és a silány minőség miatt hamar tönkre is mennek: a javítás gyakran többre kerül, mintha új ruhát vásárolnánk. Így hát irány a kuka!)



FOTÓ: STOCKPHOTO

**2016 elején több afrikai ország (Burundi, Kenya, Ruanda, Tanzánia és Uganda) is tiltakozott a beáramló használtruha- és bőrárudömping ellen, mert megfojtja a helyi kézművesipart.**

Ruanda, Tanzánia és Uganda) is tiltakozott a beáramló használtruha- és bőrárudömping ellen, mert megfojtja a helyi kézművesipart.

És tudatában vannak, hogy a használt ruha végül is olcsó kínai, indiai vagy bangladesi holmi, ami egy kicsit „megáll” Európában vagy Amerikában, és onnan jut hozzájuk. Akkor miért ne vennék meg egyenesen Ázsiából, teljesen újonnan, ha épp szükségük van rá?

Panipat 400 ezres város Indiában. Évente 100 000 tonna használt ruha érkezik ide. A nyugati ember által levetett, eldobott holmikat hasznosítják újra: szálakra bontják, majd silány minőségű fonalat, textilárut készítenek belőlük. Ezek tovább folytatják felesleges útjukat a világban: Ázsia és Afrika szegényebb országaiba kerülnek sálak, takarók, textilek formájában. Jó, ha egy-két szezon kibírnak.

És a panipati asszonyok azon tanakodnak a tökéletes állapotú „használt ruhák” fölött, hogy vajon a szegény nyugati népeknél vízhiány van-e, vagy olyan drága a víz, hogy inkább nem mosnak? Olcsóbb nekik inkább újat venni, és a régiüket néhány használat után eldobni?

**SZEMÉT-LÉT**

Csak azzal, hogy eldobhatóvá vált a divat, rendkívüli környezetterhelés jelent meg. Itthon évente kb. fél kiló ruhát dobunk ki, ezzel szemben Nyugat-Európában fejenként 4 kilótól válnak meg, az Egyesült Államokban pedig évente összesen 14 millió tonna ruhaszemét keletkezik! (Ez fejenként 43 kg-ot jelent!)

Bár egyre több fast fashion márka hirdeti, hogy visszaveszi a ruhákat és újakat készít belőlük, ahogy a gyártási körülményekkel sem lehetünk teljesen tisztában, úgy nagyon nehéz nyomon követni, mi is történik a fast fashion cégekhez visszavitt ruhákkal. Ráadásul az adatok sem meggyőzőek: jelenleg csak a ruhák töredékét tudják újrahasznosítani, nincs meg a megfelelő infrastruktúra, a visszaszolgáltatott mennyiség pedig óriási.

**HÁNY BALESET KELL?**

BANGLADES EXPORTBEVÉTELÉNEK 80%-A A RUHAIPARBÓL SZÁRMAZIK. A RANA PLAZA TRAGÉDIÁJA ÓTA VÁLTOZÁST ÍGÉRTEK, TÖBB NAGYSZABÁSÚ ELLENŐRZÉST TARTOTTAK. 2017 JÚNIUSÁBAN 11 RUHAGYÁRI MUNKÁS ÉLETÉT KÖVETELTE, AMIKOR A MULTIFABS LIMITED RUHAGYÁRBAN FELROBBANT EGY KAZÁN

**RUHÁK A „RÁSZORULÓKNAK”**

A FELAJÁNLOTT RUHÁK ESETÉN IS TUDATOSNAK KELL LENNÜNK! AZT HINNÉNK, MILYEN JÓ, HA A NEM HASZNÁLT VAGY MEGUNT RUHÁINKAT AFRIKÁBA KÜLDJÜK, KÖZBEN ELKÉPZELHETŐ, HOGY PONT EZZEL TESSZÜK TÖNKRE A HELYI RUHAIPART, AMELY AZ ÖNFENNTARTÁS FONTOS ELEME LEHETNE



**BŐRCIPŐ, BŐRTÁSKA, BŐRÖV**

INDIA BŐRIPARA AZ EGYIK LEGJELENTŐSEBB A VILÁGON, LEGNAGYOBB FELVÁSÁRLÓJA AZ EU. NEMCSAK AZ ÁLLATOKKAL TÖRTÉNŐ BÁNÁSMÓD MIATT MEGKÉRDŐJELEZHETŐ A TEVÉKENYSÉGÜK, DE A CSERZŐMŰHELYEK KÖRNYEZETSZENNYEZÉSE IS RENDKÍVÜL SÚLYOS





FOTÓ: ISTOCKPHOTO

## CSAK TUDATOSAN!

Eldöntöttem, nem vásárolok többé fast fashion üzletben. Később már a kíváncsiságom hajtott ennél is tovább: e cikk írásakor épp kilenc hónapja és öt napja döntöttem el, hogy nem vásárolok ruhát, cipőt, táskát, egyéb kiegészítőt. Az egyéves fogadalmam majd októberben jár le. Az elmúlt hónapokban több, fenntartható és etikus szellemben alkotó tervezővel, személyi stylisttal, divatszakkemberrel, újságíróval beszélgettem erről, akikkel mindig arra jutottunk, hogy nem ez a követendő példa.

Sokkal inkább: legyünk tudatában annak, hogy vásárlóként óriási hatalom van a kezünkben! Mert e problémakörre a gyakori reakció: ugyan, mi nem környezetszennyező? Valamibe meg kell halni, nem? Engem nem érdekel, nekem csak egy új pólóra van szükségem! Értem, értem, de ha egyszer imádom vásárolni, akkor mit tegyek? Jó, hogy te ezt csinálod, én nem bírnám! Jaj, ne is mondd, annyi szörnyűség van, nem lehet mindent a vállunkra venni!

Mindent nem is, de – mondjuk – a ruhavásárlásainkkal pont olyan kérdésekben vagyunk döntéshozó helyzetben, mint a gyerekmunka, a női munkaerő, a vízkészlet, a természet kizsákmányolása, a környezetszennyezés.

Addig nem lesz változás, ameddig csak azt kérdezzük egy ruhadarabra nézve: „Mégis, mi kerül ezen ennyibe?”. Vannak viszont olyan kérdések, amelyeket fel kell tennünk ahhoz, hogy tudatos vásárlókká váljunk.

Ha nem merülnek fel bennünk egyre élesebben e kérdések, a fast fashion ipar szabadon működhet ebben a formában. Kérdezzük meg,

**A ruhavásárlásainkkal pont olyan kérdésekben vagyunk döntéshozó helyzetben, mint a gyerekmunka, a női munkaerő, a vízkészlet, a természet kizsákmányolása, a környezetszennyezés.**

FÖLDGÖMB VILÁGLÁTÓ A TREND FM-EN  
CSÜTÖRTÖKÖNKÉNT 16.35-KOR.  
A RÁDIÓBAN VENDÉGÜNK A TÉMÁRÓL:  
**MENGYÁN ESZTER**

**TREND FM** 94.2  
GAZDASÁG RÁDIÓ CSOPORT

KORÁBBI MŰSORAINK MEGHALLGATHATÓK:  
[WWW.TREND FM.HU](http://WWW.TREND FM.HU)

### HAJNALTÓL NAPESTIG

BANGLADES – KÍNA UTÁN – A VILÁG MÁSODIK LEGNAGYOBB KÉSZRUHA-ELŐÁLLÍTÓJA. A 160 MILLIÓS LAKOSSÁGBÓL 4 MILLIÓAN DOLGOZNAK A TEXTILIPARBAN. A MUNKÁT 85%-BAN NŐK VÉGEZIK, AKIK A VIDÉKI FALVAKBÓL ÉRKEZNEK A FŐVÁROSBA, NAPI 10–16 ÓRÁT DOLGOZNAK, ÉS SOKSZOR ŐK AZ EGYEDÜLI CSALÁDFENNTARTÓK

### KONTROLL NÉLKÜL

A NYUGATI VILÁGBAN ÉRTÉKESÍTETT MÁRKÁK EGYRE INKÁBB ODAFIGYELNEK AZ ÁTLÁTHATÓSÁGRA, DE MI VAN AZ IPARNAK AZZAL A RÉSZÉVEL, AMIRE RÁLÁTÁSUNK SINGCS? A HELYI IGÉNYEKET KISZOLGÁLÓ OLDALT SENKI SEM ELLENŐRZI...

milyen az alapanyag, legyünk kíváncsiak arra, mivel kezelték a bőrt, mivel festették a textilt, ami a bőrünkkel érintkezik! Próbáljuk kideríteni, kik és milyen körülmények között gyártották az adott cipőt, sálát vagy kabátot! Mielőtt megvesszük, tegyük fel a kérdést: biztosan viselni fogjuk-e az adott ruhadarabot legalább harmincszor, vagy még annál is többször? Ha pedig már megvettük, akkor használjuk, szeressük, legyen olyan ruhadarab, aminek története van!

A tudatosságban nincsenek mindenkire egyaránt érvényes szabályok, csupán lehetőségek. Mi fér bele az érzékenysgünkbe? Mi a megengedhető az élethelyzetünkben? Ha viszont abban a kiváltságos helyzetben vagyunk – mert valószínűleg európaiak vagyunk, nem a létminimum alatt élünk, internetezünk, Földgömböt olvasunk –, hogy döntéseket hozhatunk a fogyasztási szokásainkkal kapcsolatban, akkor azt tegyük felelősséggel! Ehhez az kell, hogy ismerjük magunkat, nézzünk szembe a motivációinkkal, értsük meg, mit és miért teszünk! Például: miért vásárolunk annyi ruhát és épp ott, ahol...



**MENGYÁN ESZTER**  
FENNTARTHATÓ DIVATTAL  
FOGLALKOZÓ BLOGGER,  
ÚJSÁGÍRÓ

[HTTP://WWW.HOLYDUCK.HU](http://WWW.HOLYDUCK.HU)

