



Fenntarthatósági Témahét 2021.

FENNTARTHATÓ DIVAT PROGRAM

SZILÁGYI-CSÜLLÖG MÓNIKA

Budapesti Metropolitan Egyetem

Szakvezető/Fenntartható divatmárka menedzsment képzés

Eötvös Lóránd Tudományegyetem

Pszichológia Doktori Iskola

Kutatás: Fenntartható divat fogyasztói elfogadása



TARTALOM

- I. BEVEZETŐ, A FENNTARTHATÓ DIVAT PROGRAM OKTATÁSI CÉLJA**
- II. A FENNTARTHATÓ DIVAT TÁRSADALMI VONATKOZÁSA**
- III. A FENNTARTHATÓSÁG DIVATIPARRA GYAKOROLT GAZDASÁGI ÉS ÜZLETI HATÁSAI**
 - 1. GAZDASÁGI HATÁSOK
 - 2. ÜZLETI MODELLEK ÁTALAKULÁSA
- IV. FENNTARTHATÓ DIVAT – KÖRNYEZETVÉDELMI SZEMPONTBÓL**
- V. A FENNTARTHATÓ VÁSÁRLÁS PSZICHOLOGIÁJA**
 - 1. VÁSÁRLÁSOK CÉLJA
 - 2. DÖNTÉST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK
 - 3. SZÉLSŐSÉGEK
 - 4. MIT TEHETÜNK?
- VI. PRAKTIKUS FOGYASZTÓI TANÁCSOK - ÍGY LESZ KÖRNYEZETTUDATOSABB A RUHATÁRUNK LÉPÉSRŐL LÉPÉSRE**
- VII. LINKGYŰJTEMÉNY**

I. BEVEZETŐ, A FENNTARTHATÓ DIVAT PROGRAM OKTATÁSI CÉLJA

A Fenntarthatósági Témahét 2021. keretén belül megrendezésre kerülő **Fenntartható Divat Program** célja a diákok szemléletformálása változatos, élmény alapú oktatás segítségével. Célunk, hogy tudatosítsuk a diákok körében a mértéktelen divatcikk-fogyasztás hatásait, felhívjuk a figyelmet a textilipar környezetszennyezésére, és párbeszédet kezdeményezzünk a divatipar fenntarthatóságához kapcsolódó kérdéskörében. A divat egy nagyon jó kommunikációs felület, és egyben csatorna is a fenntarthatóság fogalmának megismertetése, mert a 6-12. évfolyam számára központi téma az önkifejezés és a csoporthoz való tartozás kérdése. A divatos öltözködéssel a diákok énfogalmukat fejezhetik ki, bizonyos márkák és termékek vásárlásával és viselésével bemutathatják gondolataikat, értékrendjüket, akár csak azt, hogy kik ők valójában, vagy kik szeretnének lenni.

A programot úgy állítottuk össze, hogy mindenki megtalálhassa azt a felületet, amin keresztül a fenntartható divat témájához kapcsolódni tud.

A Budapesti Metropolitan Egyetem Fenntartható divatmárka menedzsment képzés hallgatóival egy gondolatébresztő **Slow fashion-fast fashion workshopot** tartunk, melynek során egy bírósági tárgyalást imitálva érvel a fast fashion és a slow fashion csapat. A Témahéten résztvevő iskolák választhatnak, hogy levetítik az általunk felvett workshopot, majd megbeszélik a hallottakat, vagy ha kedvük van hozzá, akár magunk is megszervezhetnek egy hasonló vitát.

E feladat során fejlődik a diákok szóbeli kifejezőkészsége, szókinccse a társadalmi, gazdasági, és környezetvédelmi kontextusok skáláján. Vitakultúrát és szociális érdekérvényesítést tanulhatnak a verbális interakció révén, és a csapatmunkában való együttműködést is fejleszthetik. A játékos feladaton keresztül továbbá mások véleményének és érveinek nyitott módon történő megközelítése és a konstruktív, kritikai párbeszéd folytatása mellett a nyilvánosság előtti magabiztos megszólalást is gyakorolhatják a diákok.

Gondolva az inkább kreatív tevékenységet kedvelő, gyakorlatias beállítottságú diákokra, meghirdetünk egy **Fenntartható divattervező pályázatot is: Reduce, Reuse and Recycle kapszulakollekció-pályázat** címen, melynek során kreatív technikákkal textilhulladékból készült ruha alkotására ösztönözzük a diákokat. Ezzel a kreatív, problémamegoldó gondolkodásra ösztönző feladattal a háztartásunkban fellelhető textilhulladék újrahasznosítását szeretnénk bemutatni, illetve erre ötleteket adni. A pályázatra csoportok jelentkezhetnek, így ennél a feladatnál is megjelenik a csapatmunka, fejlődhet a kompromisszumkészség és egyéb szociális és kulturális kompetenciák. Készség szinten megjelenik az egyéni kifejezési szempontok és megnyilatkozások másokéhoz való viszonyítása, illetve a különböző stílusokon keresztül történő művészi önkifejezés.

II. A FENNTARTHATÓ DIVAT TÁRSADALMI VONATKOZÁSA

A fenntartható divatot lehetetlen egyetlen rövid „képlettel” leírni, olyan inkább, mint egy színes mozaik: a teljes képhez minden kisebb-nagyobb összetevőre nagy szükség van. Ezek a mozaikdarabok jelképezhetnek alapanyagokat, szabástechnikákat, etikus gyártókat, tudatos vásárlókat, újrahasznosítható csomagolást, és még ezernyi tényezőt. Amikor azonban a társadalmi vonatkozásokat vesszük szemügyre, mélyen gyökerező és átfogó megoldásokért kiáltó problémákat láthatunk. Ismerjük meg, melyek ezek, hogy élesebb szemünk legyen gardróbunk – és egyben jövőnk – alakításához!

Életünk megkerülhetetlen része az öltözködés és a divat, így nem szabad elmennünk amellett a tény mellett, hogy a divatipar működése milyen környezeti és társadalmi problémákat okozott és (változtatás hiányában) fog még okozni a jövőben. Az utóbbi években és napjainkban egyre élénkebben és egyre több tartalommal megtöltve zajlik a beszélgetés a fenntarthatóságról az emberek, közösségek és szervezetek között. Milyen életmódot folytatunk, mit vásárolunk, tudjuk-e, mi a háttere, története, eredete annak a terméknek, amire költünk, s amit utána – a divatcikkek esetében – magunkra öltünk?

Erről az **információszerzésről** azt gondolnánk, nem is olyan nehéz, hiszen digitálisan átszótt, információs és tudásalapú társadalomban élünk, képletesen: zsebünkben hordjuk az egész világot. A forgalomban lévő divatcikkekre természetesen bizonyos szabályok is vonatkoznak, amelyek kapcsán máris információhoz jutunk – gondoljunk csak a ruhákba varrott cédulákra! Ezekon bátran megnézhetjük, hogy hol készült az adott darab. Információt azonban nemcsak részleteiben, hanem széleskörűen, egy nagyobb képet nézve is érdemes, sőt kellene is gyűjtenünk.

Amikor ilyen szemüvegen keresztül nézzük a divatipart, olyan problémákra is ráfókuszálhatunk, mint amik a társadalmat, az emberek bizonyos csoportjait érik. Olyan csoportokat, akik adott esetben egy textilgyárban vagy a divattermékek létrehozásához szükséges egyéb helyeken vállalnak munkát. Világszerte **több tízmillió ember dolgozik a ruhaiparban**. Túlnyomó többségük rendkívül hosszú órákat robotol, nagyon alacsony fizetésért. Ezek a súlyosan alacsony bérek Ázsiától kezdve, Kelet-Európán át, Latin-Amerikáig megtalálhatók. Több nagy márka is beismerte, hogy szinte egyik munkavállalójuk sem keres rendes megélhetést.

Ezek a munkahelyek nemcsak **etikátlan bérezésükről** ismertek, hanem sok esetben biztonsági problémáikról is. Az alacsony gyártási költségre való törekvésnek súlyos ára van: a dolgozók egészségét, akár életét is kockáztatják. Ezrek haltak már meg gyári tüzesetekben és összeomlásokban. Sőt, egyéb fenyegetettségek is rejtőznek, mint például a veszélyes vegyi anyagok használata. Emellett egészségtelen mértékű zajban és melegben, valamint rosszul szellőző épületekben kell a munkásoknak helytállniuk. Sajnos a folytonos kétségek is végigkísérik a ruhaiparban dolgozók mindennapjait. Bevett gyakorlatnak számít

az alvállalkozói munka, gyakran több szintű mélységben, aminek következtében a munkavállalók nem kapnak rendszeres szerződést, sőt sokszor még rövidtávú szerződések sorozatát sem. Emellett a kényszerített túlórák is gyakoriak.

Említettük feljebb a termékekbe varrt címkékről való tájékozódást, az éremnek azonban ebben az esetben is két oldala van. Ha a címkén azt olvashatjuk, hogy „Made in China”, abból még nem jövünk rá arra, hogy az ország több ezer gyára közül melyikben készült az adott darab, arra pedig végképp nem, hogy milyen munkakörülmények között.

A gyári munkások gyakran szembesülnek elnyomással vagy elbocsátással. A divatmárkák olykor azzal próbálnak takarózni, hogy kiszervezik a termelésüket, hiszen nem akarják, hogy felelősségre vonhassák őket. A nemzetközi normák azonban egyértelművé teszik, hogy a cégeknek gondoskodniuk kell arról, hogy minden **munkajogot** tiszteletben tartanak, és teljes jogorvoslatot tesznek a jogsértések bekövetkezésekor.

Sajnos itt még nem érnek véget a problémák. Arról is szót kell ejteni, hogy mekkora fokú **diszkriminációval** szembesülnek a ruhaipari dolgozók. Becslések szerint, a 40-60 millió ruházati dolgozó 80 százaléka nő, akiket gyakran megfosztanak a szülési szabadságtól, a gyermekgondozástól és a munkahelyre való biztonságos utazástól. Ezeket a megsértéseket a velük szembeni erőszak is súlyosbítja.

A divatmárkák weboldalán szépen megfogalmazott szabályzatokat olvashatunk. A probléma azonban az, hogy ezek többsége önkéntes és messze nem kötelező. A gyárellenőrzéseket pedig gyakran előre bejelentik, és azokat olyan cégek végzik, akiket az adott márka fizet ki, sőt a munkavállalókat egyáltalán nem vonják be az ellenőrző folyamatba.

Végül, de nem utolsósorban egy olyan problémára is rá kell világítani, ami több mint egy éve változtatta meg a világ működését. A COVID-19 járvány az egész bolygót érinti, a ruhaiparban dolgozók pedig különösen nagymértékben sújtva vannak. Kockára teszik az egészségüket, amikor nap, mint nap megfelelő védelem nélkül gályáznak a zsúfolt gyárakban. Amikor pedig fizetés nélkül hazaküldik őket, akkor megélhetésük kerül veszélybe.

A fentieket olvasva megdöbbenően súlyos kép rajzolódik ki a divatipar társadalmi vonatkozásairól. A fenntartható divat sok-sok eleme közül tehát megannyi szől (kell, hogy szóljon) ezeknek a mélyen gyökerező problémáknak a megoldásáról, méghozzá úgy, hogy azok hosszútávon is fennmaradjanak. Nem elég egy jó nagy ragtapasz, a seb teljes begyógyítására szükség van. Ehhez a jogalkotók, a közszféra, a magánszektor és a hétköznapi emberek felelős döntései is kellenek. Már számos olyan szervezet létezik, amely támogatja a fenntartható divatot, érdemes ezeket nyomon követni és folyamatosan informálódni, tanulni.

III. A FENNTARTHATÓSÁG DIVATIPARRA GYAKOROLT GAZDASÁGI ÉS ÜZLETI HATÁSAI

A világ jelentős részén olyan üzleti modellek és vásárlói magatartásformák gyökeresedtek meg, továbbá olyan infrastruktúrák alakultak ki, melyek **nem szentelnek kellő figyelmet az erőforrás-hatékonyságnak**. Az idők azonban változnak, és mára már egyértelművé vált, hogy leáldozott a napja annak a korszaknak, amikor az erőforrások korlátlan mennyiségben álltak a rendelkezésünkre. Eljött az ideje, hogy az összes ágazatban **erőforrás-hatékony szemlélet** honosodjon meg, amely éles szemléletváltás a divatipart is érinti.

Az iparág nagyobb mértékben felelős a szén-monoxid kibocsátásért, mint a légiközlekedés és a hajózás együttesen, illetve a divatipar a második legnagyobb vízfelhasználó szektor. Jól szemlélteti ezt az a tény, hogy egy pamutpóló előállításához 3000 l vizet használnak, ami megközelítőleg 30 teli fürdőkádnyi vízzel egyenlő.

1. Gazdasági hatások

A fenntarthatóság térnyerése a legszembetűnőbb változást az iparág szereplői tekintetében hozta. Egyre nagyobb számban és egyre jelentősebb pozícióban tevékenykednek a divatiparban a **slow fashion** („lassú divat”) képviselői. A slow fashion márkákról általában elmondható, hogy a **„kevesebb több”** és a **„minőség a mennyiség felett”** elveit szem előtt tartva, természetes vagy újrahasznosított anyagokkal dolgozik, hazai tervezők és termékek támogatásával. A slow fashion alapja az etikus kereskedelem, a környezetbarát anyagok felhasználása, az egyedi, minőségi, tartós darabok előállítása. A slow fashion a tudatos vásárlásra ösztönöz, szemben a **fast fashion** márkákkal, amelyek az olcsó, aktuális trendnek megfelelő darabok folyamatos, nagy mennyiségű beszerzésére buzdítja a vásárlókat.

A **fast fashion márkák** számára óriási kihívást jelentett a fenntarthatósági követelményeknek való megfelelés. A fenntartható divatipar célkitűzései teljes mértékben ellentétesek a fast fashion cégek üzleti modelljével – a **„gyorsan, olcsón, minél többet”** –, ebből következően esetükben az azonnali és teljes átalakulás, az etikus divattal összhangban történő működés kivitelezhetetlen. A fast fashion márkák jelentős része fokozatosan farag az ökológiai lábnyomából, az anyagbeszerzés és a gyártás vonatkozásában is etikusabb megoldásokat választanak, emellett igyekeznek javítani a divatiparban dolgozók munkakörülményein, támogatják az innovatív technológiai megoldások kialakítását, egyes cégek gondoskodnak a már nem használt termékeik visszavételéről, és azoknak a gazdasági folyamatokban történő újrahasznosításáról.

Számtalan kritika éri a fast fashion márkákat, amely szerint csupán azt a látszatot keltik (**„greenwashing effect”**), hogy működésük fenntartható, de valójában a háttérben ugyanolyan környezetszennyező, etikátlan tevékenységet folytatnak, mint korábban. Nem vitatva a fast fashion márkák törekvéseit, elgondolkodtató,

hogy mennyiben válthat egy fast fashion márka fenntarthatóvá, amennyiben a korábbi üzleti modelljén - **„gyorsan, olcsón, minél többet”** – nem hajlandó változtatni. Ezzel az üzleti modellel ugyanis a fogyasztókban a **„soha nem elég”** érzetet erősíti, és továbbra is ösztönzi őket a folyamatos vásárlásra, amely azonban ellentmond a fenntarthatóság követelményeinek.

2. Üzleti modellek átalakulása

A **lineáris gazdasági folyamatok**, amelyek alapján a termék elkészül, a fogyasztó által használatban van, majd hulladékként– sokszor még használható állapotban – kidobásra kerül, egyértelműen nem veszik figyelembe ezen folyamat környezetkárosító és egyben pazarló jellegét.

A lineáris gazdasági folyamatok mellett megjelent az **újrahasznosítás („recycling”)** üzleti modellje, amelynek célja volt, hogy a termékből keletkezett hulladékot felhasználja, újrahasznosítsa. Ez azonban nagy kihívást jelent bizonyos iparágak számára, illetve a környezetszennyező tevékenység nem szűnik meg, csupán a hulladék mértéke redukálódik köszönhetően az újrahasznosítási folyamatoknak.

A fenntarthatóságot leginkább támogató, egyre több iparágban megjelenő üzleti modell a **körforgásos gazdasági folyamatok** kialakítása, amely nagyfokú tudatosságot igényel a termék előállítóiól. A körforgásos üzleti modell legfőképp abban különbözik az előző két üzleti modelltől, hogy ebben az esetben a terméket már eleve úgy tervezik meg, hogy amennyiben az eredeti funkcióját, rendeltetését elveszti, úgy egy előre kigondolt gazdasági folyamatba integrálják, így a termék használati élettartama jelentősen meghosszabbodik.

A körforgásos gazdaság, mint a jövő gazdasági modellje számos **előnyös következményt** indukál nem kizárólag a környezet, hanem a gazdaság szereplői vonatkozásában is. Egyrészt **csökken a hulladéktermelés**, hiszen a termékek részben vagy egészben visszakerülnek a körkörös folyamatokba, ezáltal a **vállalkozások anyagköltsége**, illetve a rendelkezésre álló **energiaforrások igénybevétele is redukálódik. Innovatív megoldásokat** hív életre a termékek körkörös folyamatokba való visszaépítése iránti igény, ezáltal **fejlődik a termékdesign és a termékek funkciója** is szerteágazóbb lehet az eddig megszokotthoz képest, amely **új piacok**, ezáltal új gazdasági szereplők megjelenéséhez vezetnek.

Ezzel együtt a **fogyasztók tudatosabbá válnak**, jobban megbecsülik a „van” állapotát, inkább a meglévő felújítása, átalakítása, megjavítása lesz az elsődleges cél ahelyett, hogy folyton az újat, a jobbat, a szebbet hajszojják.

Megállapítható, hogy a fenntartható divat gazdasági hatásai, és ennek megfelelően az újonnan kialakult üzleti modellek szoros összefüggésben állnak a környezetvédelmi és társadalmi elvárásokkal. A gazdasági átalakítása nem megy egyik napról a másikra, azonban minden lépés, legyen az kicsi vagy nagy, de közelebb visz a fenntartható divat, mint közös érdek megteremtéséhez.

IV. FENNTARTHATÓ DIVAT – KÖRNYEZETVÉDELMI SZEMPONTBÓL

A divat környezetre gyakorolt hatása kapcsán a következő aspektusokat érdemes vizsgálni: **vízfelhasználás, vízszennyezés, üvegházhatásúgáz-kibocsátás és textilhulladék a hulladéklerakókban.**

Nemzetközi statisztikák szerint 2015-ben a textil- és ruhaipar 79 milliárd köbméter vizet használt fel. Becslések szerint csupán 1 pamutpóló gyártásához 2700 liter víz felhasználására van szükség, ami alapvetően megegyezik 1 személy 2,5 évi ivóvízigényével. Továbbá 13 év alatt innánk meg annyi vizet, amennyit egy farmer és egy póló készítéséhez használnak. Lássuk be mindenki szekrényében sokkal több ruhadarab található 1 db pamutpólónál és 1 db farmernál.

Szomorú tény, hogy a divatipar egyes szakértők szerint a második legnagyobb környezetszennyező a világon az olajipar után. Az ENSZ szerint önmagában ez az **iparág felelős a szennyvíz 20%-áért**. Egy év alatt 342 millió hordó olajat használnak fel a textilszálak gyártásához, egy átlagos mosásban pedig körülbelül 7000 mikroszál jöhet ki a műszálás (pl. poliészter) ruháinkból, szennyezve ezzel vizeinket. A legnagyobb probléma ezekkel az úgy nevezett **mikroszálakkal, mikroműanyagokkal**, hogy napjainkban fellelhetőek a tengerekben, óceánokban, ezáltal a tengeri élőlényekben és az ivóvizekben egyaránt. Ezek által bekerülnek az élelmiszerláncba, ami jelenleg még ismeretlen egészségügyi károsodáshoz is vezethet a későbbiekben.

További kutatások szerint a **divatipar felelős a globális szén-dioxid-kibocsátás 10%-áért**, ami több, mint a nemzetközi repülőjáratok és a tengeri szállítás kibocsátása együttesen. Egy új fehér pamutpóló megvásárlása annyi kibocsátással jár, mintha 56 kilométert vezetnénk autóval. Valamint 2017-ben az EU-ban a ruhavásárlások személyenként 654 kg CO₂-kibocsátást eredményeztek. Évente 150 milliárd új ruhadarabot gyártanak le világszerte – és ez a szám egyre csak nő. A statisztikák szerint 2014-ben 60%-kal **többet vásároltunk**, mint 2000-ben. Ezzel szemben annak átlaga, hogy egy ruhát hányszor hordunk 36%-kal csökkent a 15 évvel ezelőtti adatokhoz képest.

A probléma az egész textiliparban fennáll. A fast fashion arra ösztönözte az embereket, hogy a ruhákat dobják ki (az alacsony árak és a kevésbé jó minőségű anyagok miatt egyaránt). Az európaiak évente közel 26 kg ruhát vásárolnak és körülbelül 11 kg-ot dobnak ki. A használt ruhák exportálhatók az EU-n kívülre, de többnyire (87%) sajnos elégetik vagy hulladéklerakóban helyezik el azokat. Világszerte a ruhák kevesebb mint 1%-át hasznosítják újra ruházatként, részben a nem megfelelő technológia miatt.

Szerencsére egyre többen foglalkoznak ezzel a globális problémával, legyen szó az Európai Parlament által meghatározott irányelvekről, egyes szakmai szervezetekről (pl.: Innovatext), szakemberekről, márkákról vagy magánszemélyekről.

Számunkra talán a legkézelfoghatóbb kérdés, hogy mi, mint fogyasztók, mit tehetünk a divatipar ökológiai lábnyomának csökkentése érdekében. Tájékozódjunk a témában, majd gyűjtsünk össze néhány (2-5 db) célkitűzést a 2021-es évre, amit meg szeretnénk valósítani környezetünk védelme érdekében!

V. A FENNTARTHATÓ VÁSÁRLÁS PSZICHOLÓGIÁJA

Fontos megvizsgálni önmagunkat és a vásárlási szokásainkat annak érdekében, hogy felmérjük a klímaváltozásban betöltött szerepünket. Mindannyian ruházkodunk, de nem mindegy hogyan tesszük ezt. A XXI. század gazdasági motorja nem csak a gyártó cégek felelősségében rejlik, hiszen gondoljunk bele, hogy ők nekünk gyártanak. Mi is tehetünk valamit a változás érdekében és fontos felismerni, hogy a vásárlásaink elköltött forintjával szavazunk és kommunikálunk az iparági szereplők felé. Ezért arra buzdítunk most mindenkit, hogy tartson velünk, és segítségünkkel ismerje meg jobban önmagát, a szükségleteit és kialakult szokásait.

1. Vásárlások célja

Öltözetünkkel takarjuk a testünk, felkészülünk az időjárás viszontagságaira, azonban nem csak funkcionális céllal ruházkodunk. A divat végigkísérte a történelmünket, de soha nem volt ekkora szabadságunk, mint napjainkban a tekintetben, hogy mikor és hogyan szeretnénk kinézni. **Öltözetünkkel kommunikálunk, ez önkifejezésünk egyik legalapvetőbb eszköze.** Vannak személyes preferenciáink: kedvenc stílusunk vagy színünk, esetleg ruha fazonunk, és van, ami a kultúránkból vagy egyéb társadalmi szerepünkből ered. Máshogy öltözik egy európai orvos és egy japán festőművész. A divat segítségével megnyilvánul az a személyiség, amely beszél helyettük a ruhák által.

Gondoljunk az első benyomás kérdésére is: az első, amit verbális kommunikáció nélkül észreveszünk egy másik emberen, hogy milyen a megjelenése és mit visel. Természetesen ez nem adhat okot arra, hogy rosszul és elhamarkodottan ítéljünk meg másokat, de kétségkívül befolyásolja, hogy kihez vonzódunk és kitől ódzkodunk.

Emellett az ember társas lény, szereti megélni az összetartozás élményét - de sok esetben a valamitől való elkülönülést is - és sokszor az öltözetében kerül mindez kifejezésre. Főleg tinédzser korban gyakori a lázadás megjelenésben rejlő kifejezése, vagy akár a csoporthoz való tartozás iránti vágy megnyilvánulása a hasonló öltözködésben.

2. Döntést befolyásoló tényezők

Az adott ruhadarab vagy divatipari termék jellege, ára, elérhetősége és az üzletek kommunikációja mind hat a vásárlóra. Az általános környezeti ingerek mellett (gazdasági, kulturális, technológiai és politikai) meghatározó az is, hogy az üzletek marketing ingereire mennyire vagyunk fogékonyak. Mire megtörténik a vásárlás,

addig a "fekete dobozunkban" végiggondoltuk, hogy mi lenne a legjobb nekünk, majd agyunk ezeket az élményeket elraktározza a következő vásárlásig.

Motiváció

Az agyban elhelyezkedő **jutalmazó rendszer** (rewarding system) bekapcsol a vásárlási folyamat során. Az ember alapvetően kétféle állapotot él meg: a fájdalom és öröm kialakulását. Mindez leképződik az agyban, melyért a prefrontális lebeny felelős. Ekkor dopamin és endorfin termelődik, amelyek boldogsághormonokat juttatnak a véráramba és így jelentősen növelik a jókedvünket. Így alakul ki az **élményvásárlás**, és ez motiválja az úgynevezett **impulzus vásárlásokat** is. Szélsőséges esetben pedig komoly függőség is kialakulhat.

Vásárlásaink gyakoriságát egyre jobban növeli, hogy számos **vásárlásösztönző inger** ér minket nap mint nap, beleértve az online világot. A percepció az a folyamat, melynek során a vevő kiválasztja, elrendezi és értelmezi a környezetében fellépő hatásokat. Az érzékelés többféle lehet, de minden esetben szelektálunk. Egyes esetekben a csatornákat az alapján, hogy hol informálódunk, így csak bizonyos stimulációk jutnak el hozzánk. A Facebook és a Google nekünk szánt felugró hirdetései is jól példázzák merre barangolunk, honnan informálódunk. Miután megvan a vágyunk tárgya, fókuszálni kezdünk azokra a boltokra, amik szóba jöhetnek előzetes preferenciáink alapján. Majd szabadon asszociálunk meglévő tapasztalataink szerint. Vásárlásaink során is a biztonságot keressük és az olyan élményeket szeretnénk újraélni, amelyhez valami pozitív emlék társul. Ezért könnyen megtörténhet az, hogy idővel szelektíven emlékezünk vagy kifejezetten elfogultan látunk márkákat és termékeket. A divatcégek tudatosan beleépítik marketing stratégiájukba, hogy az érzelmeinkre hassanak. Olyan személyiséget kreálnak a márkának, amellyel a viselője azonosulni tud és önmagát látja benne.

3. Szélsőségek

A **vásárlásfüggők** és a **klímaszorongók** tábora folyamatosan növekszik. Ezek az erős mentális reakciók az egyik csoportot a folytonos vásárlás felé sodorják, míg a másikat rettegésben és kilátástalanságban tartják.

4. Mit tehetünk?

Legyen szó családi vagy munkahelyi környezetekről, iskolai beilleszkedésről, hatással vagyunk egymásra. Pedagógusként, szülőként jó példával járhatunk elő a fiatalabb generáció számára a fenntartható divattal kapcsolatban azzal, ha lerántjuk a leplet a nehezen átlátható ellátási láncú divatiparról.

Kezdjük egyszerű dolgokkal! Ha tisztában vagyunk azzal, hogy egy ruhadarab akkor térül meg ökológiai szempontból, ha legalább harmincszor használtuk, meg fogjuk gondolni, hogy a tizenötödik felsőt is megvegyünk-e.

Próbáljunk ezt a tényt a mindennapokban is szem előtt tartani, hiszen a kihasználatlan ruhadarabok nagy része szemétként végzi, minthogy túlmutat a mindennapi szükségleteinken. A probléma felismerésével indul minden vásárlás.

Tegyük fel magunknak a következő kérdéseket! Igazán szükségem van erre a ruhadarabra? Tönkrement, elhasználódott, vagy csak újra vágyom? Vegyünk részt, vagy szervezzünk gardrobe vásárokat! Vásároljunk használt ruhákat, vagy házilag újítsuk fel régi és megkopott ruháinkat! Számos szórakoztató forrás van a közösségi médiában, ahol ismert bloggerek DIY ötleteiből csemegézhetünk.

VI. PRAKTIKUS FOGYASZTÓI TANÁCSOK - ÍGY LESZ KÖRNYEZETTUDATOSABB A RUHATÁRUNK LÉPÉSÉRŐL LÉPÉSRE

A fentieket elolvasva, valószínűleg sokan szeretnének változtatni a közeljövőben. Mit tehetünk, ha szeretnénk környezettudatosabban öltözködni? Hol vásároljunk? Milyen szempontokat vegyünk figyelembe?

Vásároljunk a szekrényünkben! A legfenntarthatóbb darabok már a szekrényünkben vannak, hiszen ezeket valaki, valahol már elkészítette, mi pedig megvásároltuk. A környezettudatos ruhatár első lépése, hogy rendszeresen viseljük a már meglévő ruháinkat, átalakítjuk, javítjuk, megfelelően ápoljuk őket. A rendezett gardrób szekrény abban segít, hogy átlássuk, milyen darabjaink vannak, és minden ruhánkat rendszeresen viseljük és használjuk.

Tanuljunk meg ruhát javítani, foltozni, hímezni! Ahhoz, hogy a szeretett darabokat minél tovább viselhessük, érdemes megtanulni a ruhajavítás, a hímezés vagy éppen a ruhafoltozás alapjait. A YouTube és az Instagram felületein sokan osztanak meg do it yourself (DIY) tartalmakat, amelyekből rengeteget lehet tanulni. Ha úgy gondoljuk, ez nem nekünk való, keressünk egy aranykezű varrónőt, aki segíthet a javításban vagy az átalakításban.

Adjuk tovább tudatosan! A ruháink az önkifejezésünk elsőszámú eszközei. Teljesen természetes, ha velünk együtt a gardróbunk is folyamatosan változik. A még jó állapotú, hordható ruhákat adjuk tovább tudatosan: adjuk el, adjuk tovább családtagoknak, barátoknak, kollégáknak, vigyük el közösségi bizományi ruhaüzletekbe, adományboltba, anyaoththonba, családsegítőbe.

Nem adható tovább? **Dobjuk a ruhagyűjtő konténerbe!** Ha egy ruha olyan állapotban van, amit már nem tudunk továbbadni, semmiképp se dobjuk a kommunális szemetesbe. Az elnyűtt, hordhatatlan ruhákat vigyük el a ruhagyűjtő konténerekbe, ahonnan ruhaválogatókba kerülnek, ahol feldolgozzák őket különböző módon.

Szerezzük be a ruháinkat másodkézből! Így tovább a körforgásban tarthatjuk őket. A turkálók mellett keressük fel a bizományi üzletet, a válogatott ruhákkal kereskedő second hand ruhaboltokat, az adományboltokat, a vintage lelőhelyeket, a bolhapiacokat, a használtruha-webshopokat, a Facebook csoportokat, a Facebook Marketplace-t is. Ma már számtalan lelőhelyen vásárolhatunk minőségi használt ruhát.

Vásároljunk lokálisan! Ha mégis új ruhát vásárolunk, keressük a Magyarországon vagy Európában gyártott termékeket! Még többet tehetünk, ha arra is odafigyelünk, hogy ezek etikus körülmények között, minimális környezetterheléssel készüljenek. Sokat segíthet az adott cég honlapja, de például a Good On You alkalmazás is, amely környezettudatos szempontok szerint osztályozza a márkákat. A magyar márkáknál érdemes a honlapjuk mellett magukat a tervezőket, tulajdonosokat kérdezni, ha kíváncsiak vagyunk valamire.

És végül: **ismerjük fel a zöldre festést!** A már említett Greenwashing egyre gyakoribb jelenség a divat-kommunikációban. A zöldre festés tulajdonképpen egy PR-stratégia. Azok az óriáscégek alkalmazzák, amelyek természetromboló tevékenységük ellenére megpróbálnak környezetbarátnak tűnni, hogy ne veszítsék el a vásárlóikat, vagy éppen meggyőzzék fenntartható működésükről a kevésbé tájékozott fogyasztókat. A valódi környezetbarát megoldások bevezetése és a felelősebb működés helyett sokkal jobban megéri nekik a marketingen változtatni. Szerencsére könnyen felismerhetjük a zöldre festést, azaz a greenwashingot.

A következő marketing kifejezések zöld látszatot keltenek, de a legtöbb esetben nem jelentenek semmit:

- „környezetbarát” vagy „környezettudatos” alapanyag használata (pontosan melyik alapanyag és hány százalékban van jelen?)
- a termékek „fenntarthatóan készülnek” (ez mit jelent pontosan, van-e erről bővebb tájékoztatás?)
- a termékek „hulladékmentesek” (ez pontosan mit jelent?)
- az adott ruhadarab „viszkózban gazdag” vagy „biopamut felhasználásával készült” (a viszkóz alapanyag már nem számít a legfenntarthatóbb megoldásnak, a valami felhasználása pedig még nem jelenti azt, hogy teljesen abból készült)

Jó, ha tudjuk, hogy egy fast fashion márka sosem lehet elég zöld vagy fenntartható, hiszen a fast fashion maga a gyártási modell, amelynek lényege, hogy sokat, olcsón és gyorsan tudjanak gyártani. Teljesen mindegy, mennyi biopamutot használnak, ha a gyártás közben szennyezik a környezetet és kizsákmányolják a dolgozókat.

A divatipar környezetünket, és az emberi erőforrást is kizsákmányoló működésének megváltoztatáshoz út lehet az iparág fenntartható működésének elterjedése. Ebben a szükségszerű paradigmaváltásban mi magunk, mint fogyasztók is szerepet játszhatunk vásárlói döntéseinkkel, pedagógusként pedig edukációval a fenntartható divat szerepéről. Bízunk abban, hogy a Fenntartható Divat Programmal elindítunk egy tudatosabb, felelősségteljesebb gondolkodást mindazokban, akik ezt a háttéranyagot elolvasták.

A Fenntartható Divat Program háttéranyagának összeállításában közreműködött: Dr. Bakos Bettina, Bolla Daniella, Ihász Nóra, Mengyán Eszter, Pintér Ildikó, Szilágyi-Csüllög Mónika, Vincze Noémi

VII. LINKGYŰJTEMÉNY

1. HASZNOS LINKEK, VIDEÓK A DIVATIPAR TÁRSADALMI HATÁSÁHOZ MAGYAR NYELVEN

- Vászonzsákoslány, beszéljünk a fast fashionról:
<https://www.youtube.com/watch?v=IzooZt8QTII>
- Műhely – Fenntartható divat, Kék Bolygó Alapítvány:
<https://www.youtube.com/watch?v=7Efy8JEKYKE>
- Az etikus divat, Multiverzum, M5:
<https://www.youtube.com/watch?v=9jHpsxHgAVQ>
- Mengyán Eszter-interjú, OzoneTV:
<https://www.youtube.com/watch?v=rEUN1ansD-U>
- Mengyán Eszter-interjú, M2 Petőfi TV:
<https://www.youtube.com/watch?v=ynFJX-YyL3U>
- Véres varrodák: a dél-ázsiai textilmunkások lázadása, euronews:
<https://www.youtube.com/watch?v=5GS97eOvg-M>
- HFDA Academy: New View | 12. epizód | Új irányelvek a fenntarthatóságban: <https://www.youtube.com/watch?v=KbT5BKw3Szo>
- Podcast: Dr. Köves Alexandra ökológiai közgazdász a divatipar átalakításáról:
<https://holyduck.hu/2020/07/07/podcast-dr-koves-alexandra-okologiai-kozgazdasz-divatipar-atalakitasa/>
- Négy dokumentumfilm a divatipar működéséről:
<https://fenntarthatodivat.hu/4-dokumentumfilm-a-divatipar-mukodeserol/>
- Fiatalok, akik a használt ruhákra szavaznak – elmondják, miért:
<https://www.fashionrevolution.org/fiatalok-akik-a-hasznalt-ruhakra-szavaznak-elmondjak-miert/>
- Fenntartható-e a divat:
<https://u-szeged.hu/sztechirek/2019-november/fenntarthato-divat>
- Fenntartható divat kezdőknek:
<https://szputnyikshop.hu/blogs/szputnyik-shop/fenntarthato-divat-megmutatjuk-hogyan-csinald>
- Mi az a Fashion Checker:
https://fashionchecker.org/hu/about_us.html
- Honnan tudod, hogy a ruhád etikus címkéje nem átverés:
<https://tudatosvasarlo.hu/etikus-meltanyos-kereskedelem-ruha-cimke-nem-atveres-fairtrade-okotex-gots/>
- Miből készüljön a ruhánk, hogy ne ártsunk még jobban a Földnek:
<https://holyduck.hu/2019/07/17/ruha-alapanyag-fenntarthatosag-kevesbe-kornyezetterhelo/>
- Daalarna, Nanushka és a többiek – mennyire etikusak a hazai brandek:
<https://holyduck.hu/2019/01/28/mennyire-etikusak-a-hazai-brandek-tudatos-vasarlok-egyesulete/>
- Miért feminista ügy a fast fashion:
<https://fenntarthatodivat.hu/feminista-ugy-fast-fashion-feminizmus-nonap/>
- Ruháink rejtett költségei:
<https://www.dearsociety.hu/cikk/79/ruhaink-rejtett-koltsegei>

ANGOL NYELVEN

- Wearing nothing new (magyar felirat elérhető):
- https://www.ted.com/talks/jessi_arrington_wearing_nothing_new
- Az idénydivat bemutatása öt percben (magyar felirat elérhető):
- <https://www.youtube.com/watch?v=fR7bXsoNwwE>
- The Problem With Fast Fashion, Teen Vogue:
- <https://www.youtube.com/watch?v=iq0--DfC2Xk>
- The life cycle of a t-shirt (magyar felirat elérhető):
- https://www.youtube.com/watch?v=BiSYoeqb_VY
- 3 creative ways to fix fashion's waste problem (magyar felirat elérhető):
- https://www.ted.com/talks/amit_kalra_3_creative_ways_to_fix_fashion_s_waste_problem/up-next?language=en
- Fashion is fuel for innovation:
- <https://www.ted.com/watch/ted-institute/ted-tommy/fashion-is-fuel-for-innovation>
- Undercover in a Bangladesh clothing factory:
- <https://www.youtube.com/watch?v=W1mvcFuiTts>
- The true cost of fast fashion, The Economist:
- <https://www.youtube.com/watch?v=tLfnUD0-8ts>
- How to Engage with Ethical Fashion:
- <https://www.youtube.com/watch?v=WXOd4qh3JKk>
- What Primary School Children Need To Know About Fast Fashion:
- https://www.huffingtonpost.co.uk/entry/what-primary-school-children-need-to-know-about-fast-fashion_uk_5a2fe693e4b0bad78712701d
- Sustainable fashion for kids:
- <https://www.mygreenpod.com/articles/sustainable-fashion-for-kids/>
- Fashion's Problems, Clean Clothes Campaign:
- <https://cleanclothes.org/fashions-problems>
- The Labor We Wear: Artist Rachel Breen Shares the Stories Behind our Clothes:
- <https://www.fashionrevolution.org/the-labor-we-wear-artist-rachel-breen-shares-the-stories-behind-our-clothes/>
- International Women's Day: Women's rights and the environment in fashion:
- <https://www.fashionrevolution.org/international-womens-day-2021/>
- Five reasons why you should check out charity shops:
- <https://learnenglishteens.britishcouncil.org/magazine/fashion/five-reasons-why-you-should-check-out-charity-shops>
- Ethical fashion: Can high street fashion be fair:
- <https://learnenglishteens.britishcouncil.org/magazine/fashion/ethical-fashion-can-high-street-fashion-be-fair>

**2. HASZNOS LINKEK, VIDEÓK A DIVATIPAR GAZDASÁGI HATÁSÁIRÓL
MAGYAR NYELVEN**

- <https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/korforgasos.pdf>

- <https://www.hello-life.eu/bejegyzesek/oltozkodes/10-napos-divat-kihivas-10x10-challenge/>
- https://www.youtube.com/watch?v=pvLlygqt0Dc&ab_channel=euronews%28magyarul%29
- https://chikansplanet.blog.hu/2019/05/10/vizlabnyom_hany_litert_is_fog_yasztunk_naponta
- <https://vjm.hu/slow-fashion-hogyan-lesz-a-divat-kornyezettudatos/>
- <https://www.fashionrevolution.org/hungary-blog/valaszok-a-fenntarthato-divat-kritikaira/>
- <https://qubit.hu/2019/07/29/hiaba-zoldulne-ki-a-zara-nem-letezik-olyan-hogy-fenntarthato-fast-fashion>
- https://www.youtube.com/watch?v=9_Wyr5a7oDA&ab_channel=Zsebibog_y%C3%B3

ANGOL NYELVEN

- <https://www.pbslearningmedia.org/resource/ee18-sci-fashion/raising-environmental-awareness-through-fashion/>
- <https://sustainability-innovation.asu.edu/sustainabilitysolutions/programs/teachersacademy/teacher-resources/>
- https://www.youtube.com/watch?v=BqkekY5t7KY&t=17s&ab_channel=TheStoryofStuffProject
- https://www.youtube.com/watch?v=elU32XNj8PM&ab_channel=CBCNews
- https://www.youtube.com/watch?v=ZoiU8sprXpQ&ab_channel=BBCEarth
- https://www.youtube.com/watch?v=BiSYoeqb_VY&ab_channel=TED-Ed
- https://www.youtube.com/watch?v=2F5nOEfttIk&ab_channel=QuantumTechHD

3. HASZNOS LINKEK, VIDEÓK A DIVATIPAR KÖRNYEZETI HATÁSAIRÓL MAGYAR NYELVEN

- Dokumentumfilmek: The True Cost, Sweatshop, The Next Black – A film about the Future of Clothing, Where the future if fashion is headed?
- <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20201208STO93327/a-textilgyartas-es-a-textilhulladek-kornyezetre-gyakorolt-hatasa-infografika>
- Fenntarthatósági kérdések a divatiparban
- <https://bencecsalar.com/fenntarthatosagi-kerdesek-a-divatiparban/>
- A divatipar az egyik legnagyobb környezetszennyező a világon
- <https://hu.euronews.com/2019/12/11/a-divatipar-az-egyik-legnagyobb-kornyezetszennyezo-a-vilagon>
- Divat és fenntarthatóság – kezdődik a Fashion Revolution Week
- <https://media.elte.hu/blog/2020/04/19/divat-es-fenntarthatosag-kezdodik-a-fashion-revolution-week/>
- [Hulladékmentes.hu: Mi köze a ruhaiparnak a globális hulladékproblémához?](https://hulladekmentes.hu)
- <https://holyduck.hu/2019/11/14/hulladekmentes-ruhaipar-globalis-hulladekproblema/>
- Mikor lesz divat a fenntarthatóság?

- <https://mondolo.hu/mikor-lesz-divat-a-fenntarthatosag/>
- A gyűjtögetéstől a tudatosságig – út a fenntartható divat felé
- <https://www.dearsociety.hu/cikk/7/a-gyujtogetestol-a-tudatossagig-ut-a-fenntarthato-divat-fele>
- Fenntartható divat: Hogyan öltözködünk és szépülünk zölden és egyben divatosan?
- <http://ecolounge.hu/eletmod/fenntarthato-divat-hogyan-oltozkodjunk-es-szepuljunk-zolden-es-egyben-divatosan>
- Mégis mi az a fenntartható divat?
- <https://fenntarthatodivat.hu/mi-fenntarthato-divat/>
- Új trendek a fenntartható divatban
- <https://marieclaire.hu/divat/2020/03/31/uj-trendek-a-fenntarthato-divatban/>
- Nyolc kezdeményezés, ami bizonyítja, a divatipar komolyan veszi a klímaválságot
- <https://marieclaire.hu/divat/2020/01/09/nyolc-kezdemenyezes-ami-bizonyitja-a-divatipar-komolyan-veszi-a-klimavalsagot/>
- 4 fontos kutatás a fenntartható divattal kapcsolatban a közelmúltból
- <https://marieclaire.hu/eletmod/2019/07/13/4-fontos-kutatas-a-fenntarthato-divattal-kapcsolatban-a-kozelmultbol/>
- Újévi fogadalom: így lesz fenntarthatóbb a ruhatáram 2021-ben
- <https://holyduck.hu/2021/01/07/ujevi-fogadalom-igy-lesz-fenntarthatobb-a-ruhataram-2021-ben/>
- Lehet-e olcsóbb a fenntartható divat? Ha igen, hogyan?
- <https://www.fashionrevolution.org/hungary-blog/lehet-e-olcsobb-a-fenntartato-divat-ha-igen-hogyan/>
- Ruháink valódi ára | Eszter Mengyán | TEDxBekescsaba
<https://www.youtube.com/watch?v=qfCdDEvVRxE>
- Dallos Bogi Ruhastoryja
<https://www.youtube.com/watch?v=9s77h63qtw>
- Kovács Patrícia Ruhastoryja
<https://www.youtube.com/watch?v=G2cNAoYgdaw>
- A mikroszálások története (angol)
<https://www.youtube.com/watch?v=BqkekY5t7KY>

4. HASZNOS LINKEK, VIDEÓK A DIVATIPAR PSZICHOLÓGIA HATÁSAIRÓL MAGYAR NYELVEN

- <https://www.youtube.com/watch?v=7dfHfgByuDU>
- <https://www.youtube.com/watch?v=0t8WsdVITiw>
- <https://mindsetpszichologia.hu/mit-vasarolunk-es-miert-az-attitudok-szerepe-a-fogyasztói-dontésekben>
- <https://holyduck.hu/hol-vasaroljak/>
- https://nepszava.hu/3092812_az-etikus-divat-nem-lehet-luxus

ANGOL NYELVEN

- <https://www.youtube.com/watch?v=WXOd4qh3JKk&t=9s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=V3CLRL32Mcw>

- <https://goodonyou.eco/most-ethical-and-sustainable-clothing-brands-from-europe/>
- [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI\(2019\)633143_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI(2019)633143_EN.pdf)

5. HASZNOS LINKEK, VIDEÓK A FENNTARTHATÓ FOGYASZTÁSRÓL

MAGYAR NYELVEN

- Az utóbbi évtizedek legnagyobb ruhagyári balesete, a Rana Plaza tragédiája sokak szemét felnyitotta. Képriport a túlélőkről két évvel a tragédia után.
https://index.hu/nagykep/2016/04/20/rana_plaza_banglades_osszeomlas_nagykep_katasztrofa_poszttraum_stressz/
- Mégis mi az a fenntartható divat?
<https://fenntarthatodivat.hu/mi-fenntarthato-divat/>
- Mennyire fenntartható egy fast fashion márka „fenntartható” kollekciója?
<https://holyduck.hu/2020/03/26/mennyire-fenntarthato-a-hm-conscious-exclusive-kollekcioja/>
- „Zöldrefestés” a divatban – Honnan ismered fel, ha csúsztatnak a márkák?
<https://hulladekmentes.hu/2020/06/04/zoldrefestes-a-divatban-honnan-ismered-fel-ha-csusztatnak-a-markak/>
- Miért olyan „drága” a fenntartható és etikus divat? Mi kerül egy ruhán annyiba, amennyibe?
<https://holyduck.hu/2019/02/25/miert-kerul-enyibe-egy-magyar-marka-termeke/>
- A műszálas alapanyagok térhódítása figyelhető meg az utóbbi évtizedekben, években. Miért baj ez, és mit tehetünk ellene?
<https://tudatosvasarlo.hu/eljott-a-fossil-fashion-kora-ruhaink-fele-mar-koolajbol-van/>
- 10 tipp mosáshoz, hogy kevesebb mikroműanyag kerüljön a természetbe
<https://holyduck.hu/2019/08/03/mikromuanyag-ellen-tippek-mosashoz/>
- Miből készüljön a ruhánk, hogy ne ártsunk jobban a Földnek?
<https://holyduck.hu/2019/07/17/ruha-alapanyag-fenntarthatosag-kevesbe-kornyezzetterhelo/>
- Attól, hogy egy alapanyag természetes, még nem biztos, hogy környezettudatos. A probléma összetettségét segít megérteni a pamutról szóló cikk.
<https://holyduck.hu/2020/09/03/organikus-pamut-alapanyag-kornyezzettudatos-ruhatarhoz/>
- Az iparág új, fenntarthatóbb alapanyagokkal kísérletezik. Ezek egyelőre nem elérhetőek széles körben. Egy budapesti lakásműhelyben például gombabőr növekszik.
<https://fenntarthatodivat.hu/gombabor-kombucha-alapanyag-keszítése/>
- Hova kerülnek a ruhák, amit a használt ruha gyűjtő konténerbe dobunk?
<https://hulladekmentes.hu/2020/04/02/hova-kerul-a-hasznalt-ruha-a-gyujtokontenerbol/>
- Ruhastory vlog:
https://www.youtube.com/channel/UCZPb_r8ecSmkLp4lkrIR_jQ
- Zöld Gardrób webshop szemléletformáló blogja:
<https://www.zoldgardrob.hu/blog>

- Fenntarthatodivat.hu: <https://fenntarthatodivat.hu/>
- Nincs egy göncöm se! podcast:
<https://open.spotify.com/show/5NxrKFo2z8cmzxlex7uHMQ>

ANGOL NYELVEN

- A Good On You alkalmazás és weboldal különböző márkákat értékeli fenntarthatósági szempontok szerint: <https://goodonyou.eco/>
- Mennyire átlátható egy márka? Ebben segít a Fashion Revolution Fashion Transparency Index:
<https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/> (Fontos! Attól, hogy egy márka átlátható, még nem fenntartható vagy etikus.)
- Tanulmány a körkörös divatról:
<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/our-work/activities/make-fashion-circular/report>
- Tanulmány a globális divatipar változásáról:
<https://www.businessoffashion.com/reports/news-analysis/the-state-of-fashion-2021-industry-report-bof-mckinsey>