



Osnovna šola KIDRIČEVO
s podružnico Lovrenc na Dravskem polju
in enoto Vrtec Kidričevo



PONUĐIMO OKOLJU PRIJAZNO MODO

EKOLOGIJA Z VARSTVOM OKOLJA

Raziskovalna naloga

Avtorice: Sara Jambriško
Ana Merc Fric
Lenja Ripak

Mentorice: Jana Jerenec
Sonja Lenarčič

Kidričevo, 2021

Raziskovalna naloga: PONUDIMO OKOLJU PRIJAZNO MODO



Obleka naredi človeka ali človek naredi obleko?

ZAHVALA

Pri izdelavi raziskovalne naloge se za pomoč, strokovno usmerjanje in nasvete zahvaljujemo mentoricama Sonji Lenarčič in Jani Jerenec ter učiteljicama Ankici Pikula in Maji Lukman za pomoč pri izvajanju dejavnosti. Iskreno se zahvaljujemo tudi učitelju Tomaž Klajdariču za angleški povzetek naloge.

Zahvaljujemo se tudi OŠ Kidričevo, vsem sodelujočim anketirancem ter vsem, ki so nas spodbujali (starši, stari starši, sorodniki ...) in nam pomagali pri nastanku raziskovalne naloge.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	8
1.1	Opredelitev področja in opis problema	8
1.2	Cilji naloge in namen.....	8
1.3	Raziskovalne hipoteze	9
1.4	Raziskovalne metode.....	9
2	TEORETIČNI DEL	10
2.1	Oblačila.....	10
2.1.1	Zgodovina oblačil.....	10
2.2	Moda.....	14
2.3	Primeri dobre prakse.....	20
2.3.1	Recikliranje	21
2.4	Kaj lahko naredi posameznik	23
2.5	Zelene modne znamke	24
3	RAZISKOVALNI DEL	26
3.1	Metode dela	26
3.2	Analiza anketnega vprašalnika	26
3.3	Akcija izmenjava oblačil Prineseš 3, odneseš 3	34
3.4	Intervju z gospo Ankico Pikula	36
3.5	Učna ura Izdelajmo iz starega nekaj novega	38
4	RAZPRAVA.....	40
5	ZAKLJUČEK	41
6	LITERATURA IN VIRI	42
6.1	Internetni viri	42
6.2	Slikovno gradivo	42
7	PRILOGE.....	43
	Priloga 1	43

KAZALO SLIK

Slika 1: (a) Prvi materiali za izdelavo oblačil in (b) Prvi pripomočki za izdelavo oblačil.....	11
Slika 2: Moda skozi čas.....	13
Slika 3: (a) Od predenja na kolovratu (b) do izuma prvih strojev	14
Slika 4: Vrste obnovljive mode.....	20
Slika 5: Trajnostna moda.....	21
Slika 6: Trajnost se začne ob rojstvu	35
Slika 7: Okrasne blazine	39
Slika 8: (a) in (b) Iz starega novo	39

KAZALO TABEL

Tabela 1: Spol	26
Tabela 2: Starost	27
Tabela 3: Pogosto kupuješ - kupujete novo obleko?	27
Tabela 4: Kako pogosto kupuješ/kupujete obleko?	28
Tabela 5: Obleka, ki jo kupujem, je:	28
Tabela 6: Oblačila kupujem glede na modne trende:	29
Tabela 7: Nosiš/nosite vse obleke, ki jih imaš/imate v omari?	29
Tabela 8: Kako dolgo nosiš/nosite obleko?	30
Tabela 9: Strgano, premajhno ... obleko:	30
Tabela 10: Si/ste že slišal/slišali za kroženje mode?	31
Tabela 11: Rad/rada bi sam/sama predelal/predelala staro oblačilo	31
Tabela 12: Rad/rada bi, da mi nekdo predelal staro oblačilo.	32
Tabela 13: Poznaš/poznate akcijo Prinesi 3, odnesi 3 (kose oblačil)?	32
Tabela 14: Bi zamenjal/zamenjali oblačilo z drugo osebo?	33

POVZETEK

Smo najstnice in se rade modno oblačimo, saj redno spremljamo sodobne modne tokove in se na ta način identificiramo s svetom mladih. Ko smo se pri pouku pogovarjali o negativnih vplivih modne industrije na naravo, smo se zamislile in se odločile, da pregledamo dosedanje stanje teh negativnih vplivov in poskušamo najti ideje, kako biti modno oblečen, a ne greš takoj v trgovino in kupiš nov kos garderobe. Upoštevamo rek, da obleka sicer naredi človeka, a ni nujno, da je vedno nova.

S pomočjo najrazličnejše literature smo na kratko smo povzele zgodovino mode človeštva nasploh in na naših tleh, povzele seznam oblačil naših dedkov in babic, nadaljevale smo z industrijsko revolucijo in globalizacijo mode, z aktualnimi modnimi trendi, z negativnimi vplivi na človekovo okolje in poskušale najti rešitve za čistejše okolje.

Spremljale smo aktualno modo, modo mladih, reciklirano modo, hitro modo, primere iz prakse, vizijo ohranitve »zdrave mode«, krožno gospodarstvo, kroženje mode, ogljični odtis, eko modo prihodnosti, iz starega novo, medsebojno izmenjavo in njeno koristnost.

Po temeljitem pregledu literature in po naših praktičnih izkušnjah – iz starega novo in medsebojna izmenjava oblačil ter po kratki anketi o vplivu mode na okolje (učenci, starši in učitelji) smo prišle do naslednjih ugotovitev:

1. S skrbno izbranim ciljem po nakupu novih oblačil lahko razbremenimo planet pred negativnimi vplivi modne industrije.
2. Planet lahko ohranjamo čist z uveljavljanjem eko mode.
3. Z medsebojno izmenjavo in predelavo oblačil lahko občutno izboljšamo dejansko stanje.

Ključne besede: skrb za planet, moda, eko moda, iz starega novo, medsebojna izmenjava oblačil

ABSTRACT

We are teenagers and love to dress fashionably. When we talked about the negative effects of the fashion industry on nature during classes, we decided to review the current state of these negative effects and tried to find ideas on how to dress fashionably. However, you don't just go to the store and buy a new piece of clothing. We followed the saying that a man is judged by his clothes, but it is not necessarily that the clothes have to be new.

We briefly summarized the history of human fashion in general. Then we continued with the industrial revolution and globalization of fashion. We have looked at the current fashion trends and their negative impacts on the human environment. We have tried to find solutions for a cleaner environment.

We have followed many genres of fashion, such as current fashion, youth fashion, recycled fashion, fast fashion, as well as a vision of maintaining "healthy fashion", circular economy, fashion circulation, carbon footprint, eco fashion of the future, from the old to new, mutual exchange and its usefulness.

After a thorough review of the literature and our practical experience - from the old to the new and mutual exchange of clothes and a short survey on the impact of fashion on the environment, conducted by students, parents and teachers, we came to the following conclusions:

1. With a carefully chosen goal after buying new clothes, we can relieve the planet from the negative influences of the fashion industry.
2. We can keep the planet clean by enforcing eco fashion.
3. We can significantly improve the actual situation by exchanging and processing clothes with each other.

Keywords: caring for the planet, fashion, eco fashion, from old to new, mutual exchange of clothes

1 UVOD

1.1 Opredelitev področja in opis problema

Smo učenke sedmega razreda. Zavzemamo se za varovanje okolja, zato v okviru programa Ekošole sodelujemo v najrazličnejših oblikah njenega delovanja in se trudimo ohranjati čisto okolje. Hkrati pa smo najstnice, ki se rade modno oblačimo. Ko smo se pri pouku pogovarjali o negativnih vplivih modne industrije na naravo, smo se zamislile in se odločile, da pregledamo dosedanje stanje teh negativnih vplivov in poskušamo najti ideje, kako biti modno oblečen, a ne greš takoj v trgovino in kupiš nov kos garderobe. Upoštevamo rek, da obleka sicer naredi človeka, a ni nujno, da je vedno nova.

Ob pogledu na oblačila smo prišle do ideje, da bi skušale ozavestiti učence in starše, na kakšen način bi lahko ohranjali čisto okolje in hkrati poskušale ostati modno oblečene. Najprej smo raziskovale gradivo po knjigah in spletu, a največji pokazatelj onesnaževanja planeta vidimo v praksi – tukaj in sedaj. Vsak dan se seznanjamo z novimi oblačili sošolcev in sošolk, s »firmami«, s tem, da hitro prerastemo moderna kupljena oblačila. Nekako še ne znamo izmenjevati oblek med seboj.

V najrazličnejši dostopni literaturi smo potrdile problem, ki ga zasledujemo že, odkar se zavedamo: okoli nas je vse preveč odpadnega tekstila, vse preveč kupujemo oblačil, ki jih ne potrebujemo, vse preveč nas zasušnjuje moda oz. vrstniški »trendi« oblačenje. Na začetku smo na kratko povzele zgodovino mode človeštva nasploh in na naših tleh, nadaljevale smo z industrijsko revolucijo in globalizacijo mode, z aktualnimi modnimi trendi, z negativnimi vplivi na človekovo okolje in poskušale najti rešitve za čistejše okolje. Spremljale smo aktualno modo, modo mladih, reciklirano modo, hitro modo, primere iz prakse, vizijo ohranitve »zdrave mode«, krožno gospodarstvo, kroženje mode, ogljični odtis, eko modo prihodnosti, iz starega novo, medsebojno izmenjavo in njeno koristnost.

Nato smo izvedle še spletni anketni vprašalnik, s katerim smo dobile povratno informacijo glede trenutnega stanja potrošništva. Prav tako smo izvedle še akcijo izmenjave oblačil in praktični prikaz obnovitve garderobe.

Cilj naše naloge je bil, da trenutno stanje raziščemo v populaciji naših učencev, staršev in učiteljev, ga kritično ovrednotimo in predlagamo rešitve. Pri tem smo si pomagale z anketnim vprašalnikom.

Upamo, da bo naša raziskovalna naloga bralcem med prebiranjem le-te zanimiva in bo mogoče še koga navdušila za drugačen pogled oz. ravnanje na tem področju. Menimo, da bi bilo potrebno več izobraževanja o trajnostni modi in se osebno spremeniti, da bi menjava oziroma predelava oblačil postala del našega vsakdana.

1.2 Cilji naloge in namen

- skrbno izbrani cilj po nakupu oblačil, saj le na takšen način lahko razbremenimo planet pred negativnimi vplivi modne industrije;
- kako lahko planet ohranjamo čist z uveljavljanjem eko mode;
- kako lahko z medsebojno izmenjavo in predelavo oblačil izboljšamo dejansko stanje;
- pripraviti aktivnost »kroženja« mode na način: prineseš 3, odneseš 3; to pomeni, da posameznik prinese tri kose uporabnega oblačila in po želji izbere tri nove kose zase;
- s pomočjo ankete ugotoviti, kaj o trajnostni modi mislijo anketiranci in poiskati rešitve glede trajnostne mode.

Glavni namen naloge je ugotoviti, v kolikšni meri lahko posameznik in družba vplivata na ohranjanje okolja.

1.3 Raziskovalne hipoteze

Predpostavljamo, da:

- **Hipoteza 1:** Z recikliranjem in menjavo tekstila lahko omilimo vpliv na onesnaževanje okolja.
- **Hipoteza 2:** Iz starih kosov oblačil lahko ustvarimo nova.
- **Hipoteza 3:** Anketiranci bi se sami lotili predelave starega oblačila.
- **Hipoteza 4:** Ljudje se bi odločili za zamenjavo oblačila z drugo osebo.

1.4 Raziskovalne metode

Teoretični del raziskovalne naloge je nastal na podlagi deskriptivne in komparativne metode, s pomočjo katerih smo predstavile zgodovino modne industrije, recikliranje, ideja o trajnosti itd.

V raziskovalnem delu naloge smo za pridobivanje podatkov uporabile metodo anketiranja ter praktičnega dela. Metodo anketiranja smo uporabile v spletni obliki. S pomočjo anketnega vprašalnika smo pridobile informacijo o trenutnem stanju potrošništva. Odgovore smo statistično obdelale in prikazale v empiričnem delu naloge. Nato smo izvedle še akcijo izmenjave oblačil ter učno uro gospodinjsva, kjer smo s praktičnim prikazom prikazale obnovitev garderobe.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 Oblačila

Prof. dr. Anton Trstenjak je zapisal: »Obleka je za človeka civilizirane družbe tako neposredno, res nikoli prav povsem odložljivo sredstvo javnega obnašanja, da se niti ne zavedamo, kako zelo in res primarno je obleka sama na sebi pozivanje javnosti in oglaševanje pred javnostjo, da se ozre na človeka, da pritegne nase, torej dobesedno reklama.« Kar oblečemo, to sporočamo. Sporočamo, s čim se ukvarjamo, za kaj si prizadevamo, katere osebne lastnosti izražamo. Obleka postane naše komunikacijsko sredstvo.

Torej oblačila zajemajo vse, kar pokriva človeško telo, kar se nosi. Nošenje oblačil je izključno človeška lastnost in je značilnost skoraj vseh človeških družb. Količina nošenja in vrsta oblačila je odvisna od funkcionalnih vidikov (na primer potreba po toploti ali zaščito pred vremenskimi vplivi) in socialnih vidikov. V mnogih družbah oblačila odražajo standard, vero, spol in družbeni položaj. Oblačila lahko delujejo tudi kot neke vrste okras in izražanje osebnega okusa in stila. Z oblekami že od nekdaj izražamo sebe in jih prilagajamo času, v katerem živimo. So statusni simbol, govorijo o tem, kdo in kaj smo, kaj delamo in kako živimo.

Oblačila so torej predmeti, s katerimi dopolnjujemo in spreminjamo svoj zunanji videz. Z njimi ne izražamo samo estetskega vidika, ampak imajo oblačila več funkcij: uporabno, simbolično in estetsko. Namen oblačil je, da nas zaščitijo pred mrazom, pripeko in drugimi negativnimi vplivi okolice. Včasih obleka sporoča pripadnost neki organizaciji (vojaška, gasilska ... uniforma). Razlikuje se tudi po namenu uporabe (pižama, trenerka, smoking ...).

Funkcija oblačil - delo, ki ga morajo opravljati - zelo pomembno vpliva na njihovo oblikovanje. Naloga oblačil za slabo vreme je, da ščitijo človeka pred mrazom, vetrom in dežjem. Videz ali barva nista tako pomembna. Oblačila za prosti čas se nosijo za različne vrste dela doma in za šport. Športna oblačila morajo biti lahka, takšna, da se v njih gibljemo z lahkoto, in pralna. Delovna oblačila imajo žepe za orodje, se lahko perejo in ne ovirajo gibanja. Biti morajo tudi brez dodatkov, s katerimi bi se zatikali v stroje. Delavci npr. gasilci ali delavci v nuklearnih, potrebujejo obleke, ki jih varujejo pri delu - plinotesne obleke, kemično odporne, vodoodporne, za enkratno uporabo itd. Čebelar se obvaruje pred čebelami z obleko z dolgimi, tesnimi rokavi in čebelarskim pokrivalom s pajčolanom. Ljudje, ki pripadajo isti skupini ali organizaciji, pogosto nosijo podobna oblačila, tako jih zelo lahko prepoznamo. Takšna oblačila se imenujejo uniforme. Uniforme spodbujajo občutek pripadnosti in tovarištva, zato so mnogi ljudje ponosni na svoje uniforme (Obleka, 2019; Clothing, 2020).

Običajno je oblačilo narejeno iz blaga, usnja ali iz umetnega materiala. Najbolj pogosta oblačila so: hlače, krilo, majica, srajca, bluza, jakna, plašč, pullover, jopica in drugo. V širšem pomenu besede sodijo sem tudi obuvala, pokrivala in rokavice. Oblačila za hladno podnebje so že od nekdaj narejena iz živalske kože. Krzno, ki ga nosimo obrnjenega navznoter, ujame plast zraka in tako zadrži odtok toplote iz telesa. Moderne bunde in hlače so izdelani iz gosto tkanega najlona in ne prepuščajo vetra in vode. Vatirana podloga ujame zrak med perje in zadržuje toploto. Ljudje, ki živijo v puščavskem podnebju, nosijo dolge, ohlapne bombažne obleke. Halje imajo dvojno nalogo: varujejo kožo pred škodljivimi sončnimi žarki in ohranjajo telo hladno, ker ohranijo plasti zraka med gubami blaga (Obleka, 2019; Clothing, 2020).

2.1.1 Zgodovina oblačil

Razvoj oblačil sega že daleč v prazgodovino, ko so bila namenjena zaščiti, pa do sedaj, ko se z njimi ponašamo in izražamo in so namenjena dekoraciji. Skozi različna zgodovinska obdobja lahko spremljamo, kako so oblačila in obutev spreminjala funkcionalen, estetski in simbolični pomen.

Človeku je zunanji videz že v preteklosti veliko pomenil. Z oblačili so ljudje izražali sebe, skupnost in čas v katerem, so živeli. Najprej so bila oblačila zelo preprosta, vendar so kmalu začela postajati okras.



Slika 1: (a) Prvi materiali za izdelavo oblačil in (b) Prvi pripomočki za izdelavo oblačil (Das, 2019)

Oblačila so se skozi stoletje spreminjala. Obleke starih Grkov so bili kosi blaga, nabrani okrog telesa. V 14. stoletju so bile evropske obleke krojene tako, da so se prilagale telesu. V 16. stoletju so bili ženski životci utrjeni z ribjo kostjo. Tesno podlaganje s kostjo je bilo v modi vse do konca 19. stoletja. V dvajsetih letih tega stoletja pa je prišlo do nenadne spremembe: krila so bila prvokrat kratka. V šestdesetih letih našega stoletja so bili mladi bolj neodvisni kot kdaj koli prej. Ženske so svojo svobodo izražale tako, da so nosile kratka krila (Bellis, The History of Clothing).

O prvih oblačilih pričajo arheološke najdbe in stenske slikarije. Oblačila so si predniki delali iz prepletenega ločja, trav in živalskih kož. Zаметki preprostega tkanja segajo 27 tisoč let nazaj. Sčasoma so se kožam naučili odstraniti dlako in nastalo je usnje. Oblačila so sešili s koščnimi iglami ali posukanimi žilami. V poznejšem obdobju sta se pojavila lan in volna. Tako so začeli na primitivnih statvah tkati in dodajali vzorce. Na Japonskem so v tem času že uporabljali svilo (Bellis, The History of Clothing).

Proizvodnja tekstilnih materialov je zelo napredovala v starem Egiptu, saj so poznali že volnene, bombažne in svilene tkanine najboljših kvalitet. Tkanino so pričeli barvati, oblačila so bila praktična. Najosnovnejša obleka je bil predpasnik, ki je segal do kolen. Prav tako pa so že začeli uporabljati nakit in obutev (Bellis, The History of Clothing).

Asirska in babilonska oblačila so bila na visoki razvojni stopnji. Že zelo zgodaj so barvali bombaž in na njem risali različne vzorce. Moško oblačilo sta sestavljala dolgo krojena tunika s kratkimi rokavi in dolg pisan šal. Ženske so nosile oblačilo, ki je pokrivalo levo ramo in segalo do gležnjev. Na noge so obuvali sandale iz jermencev ali visoke gležnarje iz mehkega usnja (Bellis, The History of Clothing).

V takratni Evropi so bila oblačila narejena iz mešanice jelenove dlake in volnenih vlaken, kar je ustvarila zelo debelo toplo blago, pogosto pobarvano rumeno, zeleno ali rjavo. Ženska je nosila kratko jakno in mehko naguban kilt, prevezan z usnjenim pasom ali s pasom volnene vrvi iz rese. Keltska obleka je bila najbolj podobna grškim oblačilom, le tkanine so bile bolj barvite, grobe in težje. Rastlinska barvila iz rastlin in jagod so bila uporabljena za barvanje (Bellis, The History of Clothing).

V 6. st. pr. n. š. so Perzijci vpadli v Evropo in s svojo razvitejšo vzhodno kulturo vplivali na evropsko kulturo oblačenja. Značilna so bila njihova anatomsko oblikovana oblačila in orientalsko geometrijski vzorci. Oblačili so se tudi v hlače in tuniko z rokavi. Značilni za perzijsko obutev so bili usnjeni gležnarji ali škornji s kljukasto oblikovano konico (Bellis, The History of Clothing).

Osnovo grškega oblačenja so sestavljala preprosta oblačila štirikotnih oblik: hiton (moško in žensko platneno oblačilo), hlamida (volneno kvadratno ogrinjalo) in peplos (žensko oblačilo, speto s sponkami). V vseh svojih obdobjih so Grki najpogosteje uporabljali oblačila bele barve. Lepota enostavnih, nagubanih oblačil je poudarjala skladnost človeških telesnih razmerij. Grki so v glavnem hodili bos, nosili pa so tudi preproste sandale z jermeni, s plutovinastim ali lesenim podplatom, imenovane krepide, in usnjene škornje (Bellis, The History of Clothing).

Vplivi grške arhitekture se odražajo tudi v rimljanskih oblačilih. Osnovno oblačilo obeh spolov je sestavljala tunika, ki so jo nosili preko lanenega, v pasu prevezanega predpasnika. Preko tunike so nosili različne oblike ogrinjal. Značilno vrhnje oblačilo dostojanstvenikov je bila obsežna toga. Poleg oblačil so tudi obuvala odražala statusni položaj posameznika. Najbolj razširjena obutev so bili sandali z jermeni, nosili pa so tudi natikače in usnjene škornje. Sandali so bila vsakdanja obutev, zaprta obuvala pa so uporabljali samo ob svečanih priložnostih (Bellis, The History of Clothing).

V romaniki je bil viden velik vpliv antičnega časa. Revnejši ljudje so ohranili tunike, vendar so jim prišli rokave. Na osnovi romanskih oblačil so se kasneje razvila srednjeveška oblačila. Usnjena obutev je bila visoko zaprta in spredaj oblikovana v konico. Z začetki obrtništva v 11. stoletju se je začelo razvijati tudi poklicno krojaštvo in čevljarstvo. Oblačila so postajala vedno ožja in zahtevnejših krojev (Bellis, The History of Clothing).

Za obdobje gotike so značilna ozka oblačila z izrazito poudarjeno vzdolžno linijo, dolge vlečke, visoki rogljati in stožčasti klobuki. Zaradi udobnosti nošenja so začeli vedno tesnejša oblačila na pregibnih delih prerezovati, tako da se je skozi razpoke videlo kontrastno spodnje oblačilo. Obutev so še vedno kljunasto oblikovali (Bellis, The History of Clothing).

Renesančna oblačila so poudarjala osebnost, telesno moč, lepoto in bogastvo. Obris telesa ni bil več krhko spotegnjen, temveč se je začel širiti. Lepotni ideal sta postala polnejša ženska izrazitih bokov in prsi ter plečat moški z mišičastim telesom. Med ženskimi oblačili so bili predvsem nabrano krilo, korzet in srajca s čipkami. Na oblačila evropskih narodov je vplivala italijanska, nemška in španska moda. Značilen poudarek v širino se je kazal v pretiranem razrezovanju zgornjih plasti oblačil. Pri ženskem oblačilu se je pojavil steznik in krinolina, ki je popolnoma zabilasala obliko telesa. Nova linija renesanse se je odrazila tudi v širini obuval, ki so postajala širša (Bellis, The History of Clothing).

V obdobju baroka in rokoka so bili priljubljeni težki materiali - žamet, svileni taft, saten in brokat. Tako ženska kot moška oblačila so postajala bolj sproščena in udobnejša, saj so odstranili steznike. Razkošna oblačila v škrlatno rdečih, zelenih, modrih in rumenih tonih so bogato krasili z dragocenimi čipkami, rozetami, trakovi, zlatimi vezeninami ipd. Najpogostejša obutev so bili oglati gležnarji z okrasno zaponko in visoko peto v drugi barvi. Rdeče pete so bile znak plemenitega stanu (Bellis, The History of Clothing).

Obdobje klasicizma odlikujeta preprostost in eleganca. Oblačila so postala enostavnejša, udobnejša, bolj praktična in so zajemala širši sloj ljudi. Meščanski način oblačenja brez pretiranega okraševanja je začelo povzemati tudi plemstvo. Pojavile so se prve trgovine s konfekcijo. V času revolucije so ženske odvrgele steznike in tako se je razširila moda preprostih, pod prsmi prevezanih belih srajčk, ki so spominjale na antična oblačila. Moški so nosili frak s polfazonskim ovratnikom, telovnik in podkolenske hlače. Ženske čevlje so nadomestili z nizkimi copati ali s sandali z jermeni po antičnem vzoru. Tudi moški so nosili nizke čevlje brez pet, ki so jih zavezovali s pentljami (Bellis, The History of Clothing).

V romantiki je bil frak najprej jahalni suknjič, spredaj segajoč do pasu, zadaj podaljšan do kolen. V tem delu so krojači s škarjami tudi visoko zarezali, razporek pa je pomagal jezdecu, da se je brez sramotnih zapletov v oblačilo elegantno zavihtel na konja. Po letu 1800 sta k fraku sodila obvezna sprehajalna palica in cilinder, pod frakom pa so si gospodje naredili steznik za čim bolj ozek pas (Bellis, The History of Clothing).

Od 20. stoletja naprej živi frak le za najbolj slovesne prireditve, diplomatske sprejeme, nosijo ga simfoniki, igralci v plesnih predstavah, kabareti ... Še vedno pa ostaja kralj moške garderobe (Bellis, The History of Clothing).

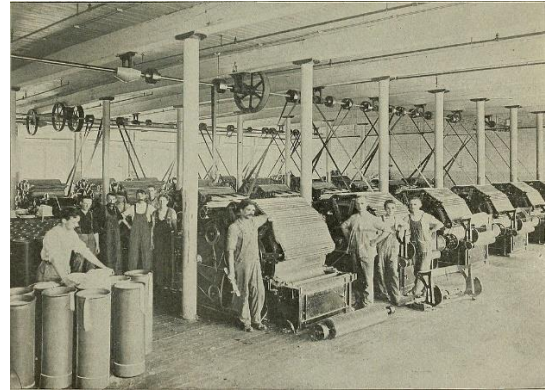
V obdobju 19. in 20. stol. so se najprej nosile prozorne srajce in tunike, pas pa je bil dvignjen tik pod prsi. Pojavil se je bidermajerski slog oblačenja, podoben romantiki. Spet so se pojavila krila, imenovane krinoline. Po prvi svetovni vojni so bile značilne srajce in predvsem oblačila manj strogih oblik. Krila so se še vedno krajšala. Pojavljala pa so se tudi oblačila, ki so jih lahko nosile tako ženske kot moški (Bellis, The History of Clothing; Bellis, The Textile Industry; Bellis, The History and Process).

Revolucija se je zgodila leta 1837, ko so v ZDA izdelali prve kavbojke iz modrega jeansa. Sprva je bilo jeans blago mešane sestave. V 18. stoletju so se povečali trgovina, suženjsko delo in bombažni nasadi in jeans so začeli izdelovati samo iz bombaža. Delavci so ga dolgo nosili, ker je material zelo močan in se ni dolgo izrabil. Blago je bilo navadno pobarvano z indigo, barvo so pridobivali iz rastlin v Ameriki in v Indiji, jeans tkanine so običajno temno modre barve. Kasneje so oblačila uporabljali kopalci zlata, kavboji itd. Danes pa je jeans prisoten po vsem svetu (Bellis, The History of Clothing; Bellis, The Textile Industry).



Slika 2: Moda skozi čas (artFido, 2018)

Prava revolucija se je pravzaprav zgodila z uvedbo izumov v tekstilni industriji, ki so se pojavili med industrijsko revolucijo. Industrijska revolucija je bila prehod v nove proizvodne procese v obdobju od leta 1760 do nekje med leti 1820 in 1840. V tem prehodu so se ročne proizvodne metode spremenile v stroje in uvedli novo kemično proizvodnjo in postopki proizvodnje železa. Izboljšal se je izkoristek vode in povečala se je povečana uporaba parne moči. Razvili smo strojna orodja in tovarniški sistem je bil v porastu. Tkanine so bile glavna industrija industrijske revolucije glede zaposlovanja, vrednosti proizvodnje in kapitala. Tudi tekstilna industrija je bila prva, ki je uporabljala sodobne proizvodne metode. Industrijska revolucija se je začela v Veliki Britaniji, večina pomembnih tehnoloških inovacij pa je bila britanska. Industrijska revolucija je bila glavna prelomnica v zgodovini; skoraj vsak vidik vsakdanjega življenja se je na nek način spremenil (Bellis, The History of Clothing; Bellis, The Textile Industry).



Slika 3: (a) Od predenja na kolovratu (Das, 2019) (b) do izuma prvih strojev (Textile School, 2018)

Kako so se oblačili naši dedki in babice? Po pripovedovanjih in starih fotografijah smo povzele naslednje:

Imeli so malo oblačil, boljše so hranili za šolo in k maši, za vsak dan so imeli navadna oblačila, dekleta so doma nosila obvezen predpasnik. Obleke so šivale šivilje, fantom in moškim pa krojači obleke, hlače in suknjiče. Kdor je imel denar, je lahko kupil veliko blaga in so vsi otroci dobili nova oblačila, sicer so jih nosili drug za drugim. Tudi spodnje hlače so iz platna šivale šivilje.

Dolgih hlač deklice niso nosile. Obleke so bile iz preprostih materialov, brez rokavov za poletje, v hladnejših dneh pa so pod obleko nosili srajčke, čez pa še pleteno jopico z gumbi. Hlačne nogavice so pletle pletilje. Fantje in dečki so nosili hlače in srajce, poleti pa dečki kratke hlače in srajce s kratkimi rokavi. Pozimi sta bila obvezna moška oprema tudi klobuk in zimski suknjič. V tistih časih so bile moderne že tudi plisiranke in za mlada dekleta so prihajal v modo kostimi.

Vsake toliko časa postane med mladimi popularna moda s kosi babičinih oblačil – predvsem pletenine, kajti naše babice so veliko pletle in kvačkale.

Ne bi poskusili tudi mi?

Dandanes smo ljudje veliko bolj svobodomiselní in ne sledimo samo eni določeni modni smernici. Ni več določenih zapovedi, kako se smemo oblačiti (z izjemo določenih verskih skupin, ki jim to narekuje veroizpoved). Pravzaprav ima vsak posameznik izdelan svoj določeni slog, ki mu najbolj ustreza (Bellis, The History of Clothing; Bellis, The History and Process; Bellis, The Sewing Machine).

2.2 Moda

Móda pomeni način življenja v določenem času in prostoru. Obvladuje področje navad, oblikovanje prostora, poslušanje določene glasbe, obiske določenih prireditelj... Moda nenehno spreminja oblike oblačil v duhu in okusu časa, kateremu pripada. Izraz so prvi uporabili Francozi v 17. stoletju (kavalir à la mode) (Moda, 2020).

V ožjem pomenu pa pomeni moda zadnje modne smernice in najnovejši način oblačenja. Moda kot kulturni fenomen sodobnega časa je postala sestavni del življenjskega sloga ljudi. Na njo vplivajo številni dejavniki, od družbenih pojavov, popularne kulture, medijev, svetovne politike, do razvoja v znanosti, tehnologiji in umetnosti (Moda, 2020).

Vsaka generacija ljudi želi vsaj malo vplivati in spremeniti modo in tako pustiti svoj pečat v zgodovini.

Moda in oblačila nam dajejo možnost, da z njimi vsak dan prikažemo različni slog ali celo identiteto. Od zapeljivega do zadržanega stila, prav tako lahko z njimi eksperimentiramo tudi na ravni spola - se oblačimo v oblačila, 'primerna' za nasprotni spol. Lahko se oblačimo drzno, seksi, retro ali alternativno, posamezne kategorije se med seboj lahko mešajo in združujejo, s tem pa si oblikujemo lastno modno

identiteto. Ker je od tega, kako smo oblečeni, neposredno odvisno tudi naše počutje, je moda zelo pomemben dejavnik v posameznikovem življenju (Moda, 2020).

Moda je način razločevanja med posamezniki in posameznicami, z njo lahko izražajo edinstvenost, drugačnost. Posamezniki oziroma posameznice lahko svojo izvirnost izrazijo skozi oblačila, ki so redka ali pa s kombiniranjem različnih kosov in stilov oblačil (Moda, 2020).

Z modo in oblačenjem pa si ljudje pridobijo tudi družbeno veljavo oziroma status, saj ljudje nemalokrat presojujejo prav na osnovi oblek in njihovih znamk ali porekla. Status je odvisen od različnih virov, med drugim tudi poklica, družine, biološkega in družbenega spola, starosti in rase, delimo pa ga na pridobljenega in pripisanega (Moda, 2020).

Globalna oblačilna industrija je od leta 2000 do leta 2014 podvojila svojo proizvodnjo, med trendi prevladuje "hitra moda", ki zapoveduje kupovanje novih in novih kosov oblačil, ponavljanje videza pa med tistimi, ki zapovedujejo trende, velja za "modni zločin" (Moda, 2020).

Strokovnjaki pravijo, da naj za oblačila na leto ne bi porabili več kot 5 odstotkov svojih prihodkov. Ena od raziskav je pokazala, da je Instagram "kriv", da ljudje kupujejo več in dražje znamke - pa naj gre za pijačo, ki bo vidna na fotografiji, drage počitnice ali oblačila, ki naj bi bila po nekih nenapisanih pravilih vedno nova, po možnosti pa naj bi bil viden še znak katere od prestižnih znamk (Moda, 2020).

Drugi dejavnik rasti je vse večja kupna moč v Aziji. Do leta 2030 naj bi se po podatkih *World Resources Instituta* število pripadnikov srednjega razreda globalno - z okoli 3 milijarde leta 2015 - povzpelo na 5,4 milijarde. Ob tem trendu naj bi se povpraševanje v oblačilni industriji potrojilo (Moda, 2020).

S pojavom družbenih omrežij fotografiranja niso več rezervirana le za ljudi, ki se ukvarjajo z modo ali svetom zabave, ampak je lahko vsakdo spletni model. To vpliva na vse pogostejše nakupe oblačil. K vse bolj obsedenemu nakupovanju oblačil pa spodbuja tudi njihova dostopnost. Tako so se prodaje oblačil lotili tudi supermarketi, ki imajo celo svoje cenovno dostopne modne linije. Kar v praksi pomeni, da lahko ob kosu mesa in solati za nedeljsko kosilo v isti trgovini kupite še šal in bundo. Še nekoliko dlje so šli Japonci, kjer so se lotili prodaje oblačil na avtomatih. Potem pa so tukaj še spletne trgovine z neomejeno ponudbo (Moda, 2020).

Tretji pomemben dejavnik pa je ob zunanji rasti povpraševanja ustvarila kar industrija sama - z optimizacijo proizvodnih procesov so dosegli, da so oblačila izdelana hitreje in za nižjo ceno (Moda, 2020).

Medtem ko se večina strinja, da so termoelektrarne ali rafinerije simbol umazane industrije, redko kdo med to šteje pisana oblačila, ki se bohoto iz izložb. A Eileen Fisher, ameriška modna oblikovalka, poudarja prav to - da je bolj umazana od oblačilne le še naftna industrija. Poudarja, da tovarne, iz katerih se najbolj kadi, morda niso najhujši sovražniki okolja (Moda, 2020).

Težave oblačilne industrije se začnejo že na polju pri pridelavi bombaža. Ta je eden najpomembnejših virov tekstilnih vlaken. Bombaž potrebuje za rast veliko vode, veliko pesticidov in insekticidov. Največ ga raste na Kitajskem, v Indiji, ZDA, Pakistanu in Braziliji. Čeprav so z njim posajeni le okoli 3 odstotki obdelovalnih površin na svetu, "skrbi" za 11 odstotkov globalne porabe pesticidov in kar četrtno globalne porabe insekticidov. Območja, kjer poteka pridelava, so pogosto izsušena zaradi namakanja (Moda, 2020).

Bombaž je rastlina, ki potrebuje veliko količino vode. Čeprav je samo 2,4 % kmetijskih zemljišč na svetu zasajenih z bombažem, porabi le-ta skoraj 10 % skupne količine vseh kmetijskih kemikalij in 25 % pesticidov. V eni najbolj uničujočih okoljskih katastrof, ki jih je človek kdajkoli ustvaril, sta bili dve reki, ki sta polnili Aralsko jezero, preusmerjeni s strani Sovjetske zveze, da bi vzdrževali plantažo bombaža. Brez teh dveh glavnih vodnih virov se je skoraj v celoti posušilo Aralsko jezero, kjer je ostala sušna puščava (Moda, 2020).

Na drugi strani bombaža so sintetični polimeri, ki pa se ne gojijo, temveč proizvajajo. Pri proizvodnji najlona nastaja dušikov oksid, toplogredni plin, kar 300-krat močnejši od ogljikovega dioksida. Tako

poliester kot najlon se uničujeta (luščita) med pranjem v pralnih strojih, kar vodi do kopičenja mikroplastike v naših vodnih sistemih. Znanstveniki odkrivajo, da mikroplastika vstopa v prehransko verigo in kakšne posledice bo to na dolgi rok prineslo, še ni znano zagotovo. Poceni oblačila nizke kakovosti se uničujejo še veliko hitreje kot oblačila višje kakovosti, kar to težavo samo še poslabša (Moda, 2020).

Trajnostni ali organski bombaž je razglašen za eno od okolju najbolj škodljivih poljščin, predvsem zaradi ogromne porabe vode in uporabe insekticidov in pesticidov, ki omogočajo njegovo donosno rast. Približno 20 tisoč litrov vode potrebujemo, da pridobimo en kilogram bombaža, iz katerega potem nastane ena majica ali kavbojke. Gojenje organskega bombaža sicer zmanjšuje porabo vode, prepoveduje uporabo škodljivih kemikalij in dovoljuje le uporabo gensko nespremenjenih rastlin, vendar to pomeni veliko manj pridelka (Moda, 2020).

Nerazumljiva poraba modne industrije in velika količina tkanin, ki jih vsako leto izdelujejo za oblačila, je tisto, zaradi česar je modna industrija tako uničujoča. Tovarne za proizvodnjo oblačil hitre mode so največji porabniki energije in posledično oddajalci toplogrednih plinov. Približno 80 % energije, ki se uporablja v modni industriji, se porabi v proizvodnji tekstila. Električna energija se potrebuje za pogon strojev, kot so šivalni stroji in zračne črpalke v tekstilnih tovarnah, pralni stroji, sušilni stroji in stroji za barvanje oblačil, za kar je potrebno ogromno toplotne energije. Večina teh tovarn deluje na Kitajskem, ki je v veliki meri odvisna od premoga za proizvodnjo energije. Nadalje stroški prevoza oblačil ustvarjajo dodaten CO₂, saj velika večina oblačil potuje na končno prodajno lokacijo z ladjami. Ladje kurijo gorivo, ki vsebuje 1800-krat več žvepla kot gorivo, ki ga trošijo vozila v ZDA, zaradi česar so ladje pomemben sektor onesnaževanja (Moda, 2020).

Številne tekstilne tovarne prav tako odlagajo neobdelane kemikalije v reke in so odgovorne za nekaj najbolj onesnaženih rek na svetu. Odlaganje strupenih kemikalij, ki se večinoma uporabljajo za barvanje tkanin, je vzrok, da so velike reke (kot sta reka Citarum v Indoneziji in Biserna reka na Kitajskem), neprimerne za življenje rib in drugih živali. Poleg teh okoljskih težav pa predstavljajo reke mnogim tudi vir pitne vode, umivanja in kopanje, namakanja zemlje ali neposredni vir hrane. V skupnostih, ki živijo v bližini onesnaženih rek (zlasti v bližini tekstilnih tovarn), so se pričele kazati visoke stopnje raka in drugih bolezni (Moda, 2020).

Zaradi takšne množice dejavnikov, ki prispevajo k onesnaževanju v modni industriji, se težava lahko zdi tako velika, da jo je težko sploh začeti reševati. Glavni dejavnik vsega tega onesnaževanja je na žalost povpraševanje po nizkocenovnih oblačilih, ki so v bistvu oblačila za enkratno uporabo – z enim samim ciljem in željo – biti kul za novo Instagram objavo (Moda, 2020).

Poliester ni alternativa bombažu, saj je ogljični odtis njegove izdelave še večji kot v primeru pridelave bombaža (Moda, 2020).

Tehnologija barvanja blaga na leto porabi okoli 5 bilijonov litrov vode ali toliko, da bi lahko napolnili 2 milijona olimpijskih bazenov. Velik del te vode vrnejo v okolje, ne da bi jo očistili (Moda, 2020).

Naslednje okoljsko breme, povezano z oblačilno industrijo, je transport. Večina oblačil nastane v Aziji, od tam potujejo po vsem svetu. V ZDA na primer na leto prodajo okoli 22 milijard novih kosov oblačil. Na ameriških tleh jih izdelajo okoli 2 odstotka (Moda, 2020).

Koliko od okoli 9000 tovornih ladij je polnih oblačil, sicer strokovnjaki ne vedo natančno, bi pa naj ena sama ladja v enem letu v zrak poslala toliko onesnaženja kot 50 milijonov avtomobilov v istem časovnem obdobju (Moda, 2020).

Potem pa je tukaj še obremenjevanje okolja z vlakni. Ko perete oblačila, se od njih trgajo slabo razgradljiva poliestrska vlakna, ki še posebej obremenjujejo vodotoke. Ekolog Michael Browne, ki se ukvarja z analizo sedimentov ob obalah rek, pravi, da majhna sintetična vlakna vse bolj ogrožajo ekosisteme - skupaj z njimi pa v okolje prehajajo tudi strupene snovi, s katerimi so obdelana (Moda, 2020).

Danes se z modo v največji meri ukvarjajo predvsem mladi, ki so ji s strani medijev tudi najbolj izpostavljeni. V najstniškem obdobju posamezniki in posameznice iščejo in ustvarjajo lastno identiteto ter oblikujejo svoj modni slog. V tem obdobju je mladim zelo pomembno odobravanje in pozitivno mnenje vrstnikov, ki ju uvrščamo med potrebe v obdobju odraščanja, pod katere spadajo tudi eksperimentiranje, odgovornost in neodvisnost (Moda, 2020).

Vendar pa nima zgolj moda vpliva na mlade, temveč imajo mladi velik vpliv na modo. Mladi so najbolj dovzetni za novosti in posebnosti ter tako prvi, ki povzemajo najnovejše modne smernice. Prav zaradi njihove potrošnje in želje po novostih so glavna ciljna skupina oglaševalcev (Moda, 2020).

Ločimo več vrst mode:

Hitro modo

Globalizacija je vidna tudi na področju mode. Ljudje na različnih delih sveta se oblačimo podobno in sledimo modnim smernicam. Gore oblačil vsako leto končajo v smetnjakih. Študija je ugotovila, da naj bi Avstralci vsako leto zavrgli za 500 milijonov dolarjev uporabnih oblačil, piše *Economist*. Poročilo organizacije Oxfam pa ocenjuje, da gre v britanske smetnjake vsakih 5 minut 9513 kosov oblačil. Nič bolje ni v ZDA. *Wall Street Journal* piše, da Američani vsako leto povprečno kupijo 70 kosov novih oblačil, skupaj pa jih zavrnejo okoli 10 milijonov ton (Švab, 2019).

Modna industrija na žalost drastično posega v naravno okolje. Hitra moda, ki je nasprotje trajnostni modi, je slaba kopija luksuznih oblačil in omogoča ljudem, da se poceni približajo sanjam. V modni industriji je veliko smrtnih žrtev zaradi toksičnih barvil, slabih delovnih pogojev, velikega števila kožnih bolezni in rakavih obolenj. Pri tem je odgovornost predvsem na strani trgovcev, ki imajo moč odločanja, kaj bo na trgovskih policah (Švab, 2019).

Slovenke imamo v omari 70 odstotkov oblačil, ki jih ne nosimo. Povprečen Slovenec letno odvrže okoli 14 kilogramov oblačil. Pol kilograma odvrženih oblačil pa ustvari 26 kilogramov ogljikovega dioksida, zato ni nenavadno, da recikrirana oblačila postajajo modna smernica. Za milijon ton novih oblačil potrebujemo 6 milijard litrov nafte, pri izdelavi ene majice pa se porabi 140 gramov pesticidov. Za proizvodnjo bombaža se namreč porabi kar 16 odstotkov svetovne porabe insekticida. V Sloveniji letno nastane od 5.000 do 6.000 tekstilnih materialov, na odlagališčih pa jih zberejo 1.000 ton, čeprav je mogoče kar 90 odstotkov tekstila reciklirati (Švab, 2019).

Ocenjujejo, da lahko oblačilna industrija samo v južni Aziji zaposli še par milijonov žensk. Nekaj sicer na račun vse dražje delovne sile in poslovanja na Kitajskem, kar je povzročilo, da se tekstilna in oblačilna industrija vse bolj selita v države, kot so Šrilanka, Bangladeš, Indija in Pakistan (Švab, 2019).

Čeprav so pogoji dela običajno brutalni, plačilo pa nizko, strokovnjaki menijo, da bi trajnostna oblačilna industrija lahko tem območjem občutno pomagala, ko gre za reševanje revščine in družbene izolacije deklet in žensk. Raziskave tudi kažejo, da so zaposlene ženske bolj samostojne, imajo manj otrok, ti pa so pogostejše vključeni v šolanje. Na Šrilanki ženske že predstavljajo dobrih 70 odstotkov delovne sile v šiviljski industriji, okoli 35 odstotkov v Indiji in Bangladešu, v Pakistanu pa je oblačilna industrija takoj za kmetijstvom najpomembnejši delodajalec za ženske. Skupaj tekstilna industrija v regiji zaposluje okoli 5 milijonov ljudi, posredno še nekajkrat toliko (Švab, 2019).

Veliko tržno nišo si oblačilna industrija obeta od "personalizacije mode" - torej od tega, da se vse bolj prilagaja kupcem. Da trenutni odnos človeštva do oblačil z vidika planeta dolgoročno ni vzdržen, opozarja vse več ljudi (Švab, 2019).

Skupaj se je že več kot 30 podjetij zavezalo k temu, da bodo do leta 2020 povečala količino oblačil, izdelanih z recikliranjem starih oblačil. Mnoge od teh trgovin kupce že spodbujajo, da oblačila, ki jih več ne želijo, prinesejo nazaj v trgovino (Švab, 2019).

A strokovnjaki opozarjajo, da recikliranje ob tako velikem povpraševanju enostavno ne bo dovolj. Cilj bo moral postati proizvodnja manj oblačil. Nekatera podjetja se zatekajo že tudi k tem možnostim (Švab, 2019).

Oblačila iz bio bombaža - ki sicer še vedno porablja ogromno vode, a nič škropiv - ali oblačila iz recikliranih materialov so še vedno med manj prodajanimi. Okoljevarstveniki pa računajo tudi na večjo vlogo izobraževalnega sistema, za katerega ocenjujejo, da bi moral k ozaveščanju o varovanju okolju pristopiti bolj celostno, informativno, pa tudi preko dobrega zgleda (Švab, 2019).

Tudi masovni nakupi majic po tri evre se hitro širijo. Ali veste, da za izdelavo običajne T-majčke porabimo 2700 litrov vode in 30 do 50 različnih kemikalij za obdelavo materiala? Za par kavbojk od vzgoje bombaža do barvanja in končnega izpiranja pa 8500 litrov vode? Zaradi majčk po tri evre bo do leta 2030 tako polovica svetovne populacije živel na območjih z onesnaženo vodo (Švab, 2019).

Zaradi kemikalij v proizvodnji in kasneje pralnih praškov razpadajo bombažna oblačila več kot 200 let, pri tem se sproščajo velike količine toplogrednega plina metana. Medtem ko majica iz organskega bombaža razpade v šestih mesecih (Švab, 2019).

Ženska s povprečno slovensko plačo v sedmih letih za oblačila, ki jih ne nosi, vrže v zrak kar 3410 evrov! Izračunan je glede na povprečno plačo in ob nasvetih finančnikov, da je racionalno potrošiti pet odstotkov mesečne plače za oblačila, kar je okoli 58 evrov na mesec. Večina Slovenk potroši več, polovica moških pa približno toliko (Švab, 2019).

Za hitro modo je značilna hitra proizvodnja oblačil in dobesedno kopiranje trendov visoke mode. Vsako leto je v trgovinah tudi po 10 različnih kolekcij. Oblačila se šivajo v revnih državah s poceni delovno silo. Taka oblačila so slabe kakovosti in zato ne zdržijo dolgo. Težava pa se pojavi tudi pri potrošnikih. Ti hitro menjajo oblačila, jih nosijo le nekajkrat, potem pa odvržejo v smeti in kupijo nova. Hitra moda se skriva v vseh naših omarah (Švab, 2019).

Modna industrija je ena od treh najbolj onesnažujočih panog na svetu. Hitra moda je preoblikovala modno industrijo in je eden glavnih dejavnikov velikih industrijskih emisij toplogrednih plinov in uničujočega vpliva na okolje. Hitra moda je poslovni model, ki spodbuja hitro proizvodnjo neverjetno poceni oblačil, ki sledijo najnovejšim modnim trendom. Številni veliki trgovci hitre mode lahko v le nekaj tednih spravijo idejo oblikovalca na police trgovine. Hiter vzpon in uspeh tovrstnih blagovnih znamk pri prodajanju poceni, trendovskih oblačil množicam, je privedel do velikih sprememb v vedenju potrošnikov. Američani so leta 2014 kupili petkrat večjo količino oblačil kot leta 1980 (Švab, 2019).

Končni in največji strošek tega neomejenega porasta porabe pa so odpadki in onesnaževanje okolja. V prizadevanju za znižanje stroškov so podjetja pričela najemati delovno silo iz držav v gospodarskem razvoju, saj je le-ta tam cenejša, zakonodaja o delu pa je pogosto veliko bolj ohlapna. Ponavljajoči se škandali glede pogojev dela, vključno s popolnim neupoštevanjem osnovnih varnostnih ukrepov, nizkimi plačami in nasiljem na delovnem mestu ter otroškim delom, so sprožili veliko pogovorov, vendar žal zelo malo sprememb (Švab, 2019).

Hitra moda spodbuja tudi izdelavo oblačil slabše kakovosti. Kakovost in trajnost oblačil, ki ustrezajo trenutnemu trendu v modi, nista pomembni, saj bo trend še pred koncem sezone izpuhtel in oblačila ne bodo več interesantna (Švab, 2019).

Počasno modo

Počasna moda pa nasprotno zagovarja kupovanje manjšega števila oblačil, ki so bolj kakovostna. Zato tudi zdržijo dalj časa. Cilj ni imeti ogromne omare, ampak nekaj ključnih kosov, ki jih pogosto nosimo (Švab, 2019).

Trajnostno modo

Definicija trajnostnega je opredeljena že od l. 1987, ko so Združeni narodi zapisali: "Trajnosten je tisti razvoj, ki ustreza potrebam sedanosti, ne da bi pri tem ogrožali sposobnost prihodnjih generacij, da zadovoljijo svoje potrebe" (Benedetti, 2020).

V skladu s to definicijo se trajnostna moda nanaša na okolju prijaznejši pristop k oblikovanju, izdelavi in porabi oblačil, s čimer bomo zagotovili, da ne bomo škodovali našemu planetu in ne bomo porabili

vseh njegovih naravnih virov. Trajnostna moda se osredotoča tudi na podaljšanje življenjske dobe oblačil, uporabo recikliranih materialov in recikliranje na splošno (Benedetti, 2020).

Eno od trajnostnih načel je, da kupujemo manj, medtem pa modna industrija vsakih nekaj mesecev (ali celo tednov) producira nove kolekcije. Ko govorimo o trajnosti z veliko začetnico, govorimo o trajnostnem bivanju na Zemlji. Če nam uspe kot civilizaciji vso industrijo preoblikovati v čisto in trajnostno, nam bo uspelo omogočiti življenje še marsikateri generaciji na Zemlji (Benedetti, 2020).

Tovarne, ki so ostale in proizvajajo v Sloveniji, večinoma niso trajnostne, so pa pravične, saj je delovna sila, v primerjavi z drugimi državami, pošteno plačana.

Trajnostna moda ni modna muha ali modni trend. Je sprememba z izjemno močnimi argumenti. Je nuja. Je odgovor na hude posledice hitre mode in nenehne potrošnje. Tukaj govorimo o zdravju, ekologiji, etiki, vrednotah. O življenjskem ciklu, v katerega je vpeto naše življenje in življenje naših potomcev. Moramo spremeniti to modno tekmo! Skupaj! Eko moda je mlada, prav tako razumevanje trajnostnega razvoja (Benedetti, 2020).

Hiter način življenja, ki ga živimo, močno onesnažuje naše okolje, prav tako pa našemu planetu precej škodi tudi hitra moda. Tekstilna industrija je namreč kar druga največja onesnaževalka okolja na svetu. Tekstilna industrija namreč zaradi masovne proizvodnje porablja veliko pitne vode, uporablja mnoge kemikalije, ki onesnažujejo podtalnico, proizvaja ogromno količino odpadkov, zaradi pridelave surovin za tkanine, kot je bombaž, pa izsekava tudi neverjetne količine gozdov, ki jih planet sicer nujno potrebuje za normalno delovanje in ohranjanje atmosfere, v kateri živa bitja lahko dihamo.

A modi se na srečo kljub skrbi za okolje ni treba popolnoma odreči. Da pa mu ne bi škodovali, moramo biti pri nakupovanju bolj premišljeni in preudarni (Benedetti, 2020).

Ideja trajnosti je na zadnjih modnih dogodkih stopila v ospredje. Reciklirani materiali so povsod – ostanki pri izdelavi avtomobilskih sedežev se pretopijo v kapsule, plastenke v tkanine, milanski teden mode pa je šel še korak dlje. Iz starih oblačil, mehanske kaše in plastenk je ustvaril visoke palme. Dior je svojo pisto opremil z več kot 160 pravimi drevesi, ki so bila po dogodku presajena nazaj (Benedetti, 2020).

Druga skupna lastnost zadnjih tednov mode po celem svetu je želja modnih gigantov, da svojim pistam nalepijo oznako ničelnega ogljičnega odtisa. Številni so modne dogodke izkoristili za najavo, da bodo njihova podjetja postala 100-odstotno brez ogljičnega odtisa – v vseh svojih operacijah in preko celotne svoje nabavne verige (Benedetti, 2020).

Kaj pojem 'trajnostna moda' sploh pomeni, kako ga določimo? Strokovnjaki pravijo, da za oznako trajnostne mode ni dovolj, da podjetje uporablja reciklirane materiale. A nekateri že opozarjajo, da niti uporaba recikliranih materialov niti ničelni ogljični odtis ne pomenita, da je znamka s tem postala trajnostna. Da bi znamke prepričale potrošnike, da so zares trajnostne, morajo popolnoma spremeniti svoje poslovne modele, vključno s popolno preglednostjo v celotni dobavni verigi, varovanjem pravic delavcev in energetske učinkovitosti ter ponovno uporabo tekstila. Odgovori zgolj na eno ali dve vprašanji, tako ne bodo dovolj (Benedetti, 2020).

Trajnostno je tudi, da kupimo manj oblačil in jih nosimo dlje časa. Strokovnjaki zato opozarjajo, da je trajnost problematično širok pojem. Namesto cenenih oblačil za enkratno uporabo, kupujemo manj in nosimo dlje. Resnično se moramo osredotočiti na to, da kupujemo manj, kar imamo, pa da nosimo dlje časa, in ne da namesto tega kupujemo preveč poceni oblačila za enkratno uporabo (Benedetti, 2020).

Etično modo

Od trajnostne se razlikuje v tem, da se osredotoča na socialni vpliv modne industrije. To je moda, ki se ozira na moralno pravično ustvarjanje oziroma proizvodnjo. Etična moda je pogosto veganska oz. živalim prijazna, saj zagovarja spoštljivo ravnanje do vseh živih bitij (Benedetti, 2020).

✚ Čuječno modo

Ta moda spodbuja k premišljenim nakupom (Benedetti, 2020).

✚ Počasno modo

”Kupujte manj, hkrati pa poskrbite, da stvari uporabljate čim dlje,” je moto počasne mode, ki poskuša kupce ozavestiti o okoljskih težavah, ki jih povzroča moda. Zato znamke pogosto učijo kako skrbeti za oblačila, nekatere ponujajo tudi brezplačno popravilo (Benedetti, 2020).

✚ Krožno modo/ Circular Fashion

Nanaša se na oblačila, ki so zasnovana, proizvedena in prodana tako, da je krogotok sklenjen ... odpadki postane ponoven vir, ki se ga obogati, oblikuje v nov izdelek in pozneje, ko odsluži, ponovno predružači v nekaj uporabnega. Krožna moda se oddaljuje od tradicionalnega poslovnega modela “ustvari – zavrzi” (Benedetti, 2020).



Slika 4: Vrste obnovljive mode (Alves, 2021)

2.3 Primeri dobre prakse

Nekoč so ekološka oblačila nosili posebneži, danes pa jih nosi skoraj vsak modno ozaveščen posameznik. Še pred nekaj leti je bila eko moda novost, ki ji nihče ni posvečal pretirane pozornosti. Maja 2007 je oblačila v skladu z ekološkimi smernicami na modni zemljevid prihodnosti postavil sloviti magazin Vogue in danes je to globalna smernica. Eko moda je osvojila tudi Slovenijo, kjer se ponudba počasi, a vztrajno širi (Benedetti, 2020).

Ravna se v skladu s trajnostno filozofijo. Kreacije v nobeni fazi do končnega izdelka ne smejo vključevati dejavnosti, ki škodujejo okolju, živalim in človeku. Sem spadajo reciklirana oblačila in oblačila iz druge roke, taka iz organskih materialov, etnično obarvane obleke, ki ohranjajo nacionalno kulturo, obleke iz tako imenovane pravične trgovine, v kateri skrbijo, da proizvajalci, večinoma iz dežel tretjega sveta, delajo v razmerah, ki niso sporne, in pod pravičnimi pogoji, veganskim standardom prilagojena oblačila, katerih nastanek ni povezan z izkoriščanjem živali (Benedetti, 2020).

2.3.1 Recikliranje

Recikliranje je predelava že uporabljenih, odpadnih snovi v nove izdelke. Z recikliranjem zmanjšujemo količino odpadkov, ki sicer zavzamejo dragocen prostor na odlagališčih, poleg tega pa zmanjšamo porabo naravnih surovin, ki jih sicer potrebujemo za izdelavo novih izdelkov ter prihranimo vodo in energijo. Z recikliranjem torej pomembno prispevamo k zmanjševanju onesnaževanja in ohranjanju našega okolja. Neuporabni stvari (potencialnemu odpadku) z recikliranjem dodamo ponoven smisel in namen uporabe. V modi se vse pogosteje reciklira platenke v preje, iz katere izdelujejo 'blago' ali čevlje (Benedetti, 2020).

Termin 'trajnosten' v zadnjem času kroji modne dogodke in modno industrijo nasploh. Oblikovalci in blagovne znamke se prodajajo z recikliranimi materiali, zato da lahko svojim pistam prilepijo oznako ničelnega ogljičnega odtisa. Izraz ogljični odtis (angleško »carbon footprint«) uporabljamo za ponazoritev količine izpustov ogljikovega dioksida (CO₂) in drugih toplogrednih plinov (TGP), za katero sta odgovorna posameznik ali podjetje oziroma organizacija. Strokovnjaki opozarjajo, da je pojem preveč nedorečen, trajnostno pa je na primer tudi, če kupimo manj oblačil in jih nosimo dlje časa (Benedetti, 2020).

Podjetja čedalje bolj stavijo na trajnostno naravnost. Ideja trajnosti je na zadnjih modnih dogodkih stopila v ospredje. Reciklirani materiali so povsod – ostanki pri izdelavi avtomobilskih sedežev se pretopijo v kapsule, platenke v tkanine, milanski teden mode pa je šel še korak dlje. Iz starih oblačil, mehanske kaše in platenk je ustvaril visoke palme. Dior je svojo pisto opremil z več kot 160 pravimi drevesi, ki so bila po dogodku presajena nazaj (Benedetti, 2020).

Moda se hitro spreminja in nič kaj okolju prijazno ni, da še uporabne majice zavržemo samo zato, ker si želimo biti oblečeni po zadnjih modnih smernicah. A brazilski modni oblikovalec Joel de Souza poskuša ravnati drugače in ustvarja obleke, bluže in nakit iz odpadkov, celo iz pločevink (Benedetti, 2020).



Slika 5: Trajnostna moda (V. Š., 2019)

Nadcikliranje

Angleški termin "upcycling" je dokaj nov, kar potrebujemo, je nadcikliranje, kjer stari izdelki dobijo večjo vrednost, ne manjšo". Nadcikliranje (oziroma nadrecikliranje) je nadgradnja recikliranja, pri čemer odpadku povečamo kakovost z manjšo predelavo, ki zahteva manj energije kot recikliranje. Nadcikliranje je odlično, saj iz sistema odstranjuje odpadke, poleg tega pa spodbuja ustvarjalnost in inovativnost (Benedetti, 2020).

Proizvodni odpadek

To je material, ki je bil zavržen, preden je bil pripravljen za uporabo potrošnikov. Gre za odpadke, ki nastanejo pri proizvodnji nekega izdelka. To je pri proizvodnji barvic višek barvne paste, ki se ne oblikuje v mino. V naslednji pridelavi ga ponovno vključijo v proizvodnjo. Gre torej za boljše izrabo osnovnih surovin (Benedetti, 2020).

Potrošniški odpadki

Je material, ki ga potrošniki zavržemo po uporabi in ne nastane pri proizvodnji novega izdelka. V modi so to pogosto na primer plastenke (Benedetti, 2020).

Sledljivost

Prvi korak k bolj trajnostni proizvodnji in modi nasploh je, da podjetje vzpostavi sledljivost v celotni dobavni verigi, od surovine do zadrge in vsega vmes. Šele tako lahko vzpostavi preglednost, izboljšave, kupcu pa ponudi uvid v vsak sestavni del izdelka (Benedetti, 2020).

Transparentnost

Preglednost je praksa, v kateri odkrito izmenjujemo in podajamo informacije o tem, kako in kje je bil narejen izdelek, kdo vse je bil vključen v njegovo proizvodnjo. Preglednost pomeni objavljanje vseh informacij o vseh akterjih, ki sodelujejo v procesu proizvodnje, od začetka do konca, od polja do trgovine (Benedetti, 2020).

Organsko

Ta izraz poznamo iz prehranske industrije, razširil se je v kozmetiko (in tam smo se naučili, da ima lahko veliko različnih pomenov), prisoten pa je tudi v modi. Tu se predvsem nanaša na surovine (materiale), ki niso gensko spremenjene (GM) in so bile gojene brez kemičnih pesticidov in insekticidov. Te kemikalije so lahko škodljive za planet, ljudi, rastline in potrošnika, ki nosi končni izdelek. Kot rezultat tega postajajo priljubljeni organski materiali, zlasti organski bombaž (Benedetti, 2020).

Živalim prijazno

Govorimo o modi, ki nastaja na živalim prijazen način. Lahko na primer vsebuje volno, a ta je pridobljena brez mučenja živali. Prav tako takšni kosi (končni izdelki in sestavni deli) niso preizkušeni na živalih (Benedetti, 2020).

Vegansko

pomeni, da je bilo oblačilo izdelano brez živalskih materialov ali živalskih produktov, torej ne vsebuje živalske kože, dlak, čebeljega voska, svile, kašmirja, angore, moherja, školjčnih lupin ... (Benedetti, 2020).

Kapsulna garderoba

Cilj takšne zbirke oblačil oziroma garderobne omare je s čim manj kosi doseči stiliranje, primerno za vsako priložnost. Izraz kapsulna omara je v 70. letih prejšnjega stoletja skovala Susie Faux, lastnica londonskega butika Wardrobe. Gre za zbirko nekaj osnovnih oblačil (ne več kot 50 z dodatki vred), ki so minimalistični in nikoli niso iz mode (Benedetti, 2020).

Minimalizem

Kot pri notranji opreми tudi v modi minimalizem opeva preprostost – krojev, oblačil, materialov – in zmanjševanje kopičenja. Spodbuja k razmišljanju, da je manj več in da moraš imeti v garderobi le kose, ki jih res pogosto nosiš, ki so preprosti za kombiniranje ali večuporabni (Benedetti, 2020).

Z druge roke

To so oblačila, ki jih je že nekdo nosil, za kar v tujini pogosto uporabljajo izraz pre-loved. Prejšnji lastnik jih iz neznanega razloga podari ali proda trgovinam in ustanovam, ki jih odkupijo, lahko tudi popravijo

ali predelajo in prodajo naprej. Nakup takšnih, rabljenih oblačil je ena od najbolj trajnostnih modnih možnosti, saj svoj odtis zmanjšaš tako, da ne kupuješ 'novega'. S tem preprečuješ porabljanje novih virov in zmanjšuješ kup oblačil, ki konča na odlagališčih (Benedetti, 2020).

Čim manj zavreči, čim več znova uporabiti, je eno osnovnih vodil ekološko ozaveščenih. Oblačila iz druge roke so kot naročena zanje. V Sloveniji imamo kar nekaj takih trgovin, nekatere so prava zakladnica izjemnih vintage kosov, tudi s podpisom prestižnih modnih hiš. Oblačila iz druge roke lahko med drugim kupujemo v trgovinah *2nd Chance* ali *Gvant* v Ljubljani. Če si poleg nakupovanja želite še malce zabave, se lahko odpravite na katero od izmenjav oblačil, ki jih organizira *Tekstilnica*. Prinesete do deset čistih in lepo ohranjenih kosov oblačil ali obutve, nato pa za pridobljene točke izberete prav toliko kosov, ki so jih prinesli drugi obiskovalci (Benedetti, 2020).

Biorazgradljiv

Če se predmet v naravi razgradi, ne da bi pri tem povzročil škodo, je biorazgradljiv. Res da se sčasoma v naravi razgradijo vsi materiali, a tisti, ki niso biorazgradljivi, lahko pri tem sprostijo kemikalije in škodljive snovi, prav tako je razkrajanje lahko zelo počasno in traja več tisoč let (Benedetti, 2020).

Modna revolucija

Fashion Revolution je globalno gibanje, ki verjame v modno industrijo, ki v enaki meri ceni ljudi, okolje, ustvarjalnost in dobiček. Rodilo se je 24. aprila 2013, ko se je porušila tekstilna tovarna Rana Plaza, pri čemer je bilo ubitih 1138 ljudi in še veliko ranjenih (Benedetti, 2020).

Pravična trgovina

Nanaša se na splošno gibanje, ki si prizadeva za večjo pravičnost v mednarodni trgovini in spodbuja trajnostni razvoj (Benedetti, 2020).

2.4 Kaj lahko naredi posameznik

Trajnostna garderoba

V zadnjem času se veliko govori o trajnostni modi, to je eko moda, ki je naravnana k naravi oziroma stremi k temu, da naravo s proizvodnjo čim manj obremenjuje. V tem smislu so trajnostna moda na primer reciklirana oblačila, oblačila iz druge roke in izposojena oblačila. To so trije sistemi, ki bodo v prihodnje kot kažejo trendi, izredno pomembni in bodo nadomestili tako imenovano hitro modo. Za trajnostno modo je značilno, da oblačilo nosimo čim dlje časa in da so narejena iz razgradljivih materialov po metodah, ki ne škodujejo okolju (kemikalije) in/ali ljudem (izkoriščanje delovne sile).

Za izdelavo ene same majice je potrebnih skoraj 2700 litrov vode. Če to majico kupimo iz druge roke, od nekoga, ki jo je že kupil pred nami, smo s tem prihranili natanko toliko litrov vode (Benedetti, 2020).

Izposoja ali izmenjava

Oblačila in modne dodatke si izmenjujmo ali izposodimo. Izmenjava deluje podobno kot nakup second hand oblačil, le da oblačila ne obdržite, ampak to kroži. Na ta način ponovno naredimo nekaj za okolje. Statistike kažejo, da proizvajalci oblačil vedno hitreje menjajo svoje kolekcije in da potrošniki oblačila nosimo vedno manj časa. Kar je ponovno izredno škodljivo za okolje, saj ta oblačila po navadi končajo v smeteh ... (Benedetti, 2020).

Investirajmo v svojo garderobo

Pomembno je, da nakupujemo preudarno in raje kupimo kakšno majico manj in zanjo odštejemo več denarja, kot pa da bi kupovali kar povprek. Oblačila priznanih in trajnostnih znamk so seveda dražja od znamk hitre mode, a upoštevati moramo, da nam bodo taka oblačila zagotovo služila dalj časa - že zato, ker smo zanje plačali več, jih bomo bolj cenili (Benedetti, 2020).

Podpirajmo trajnostne znamke. Vedno več je znamk, ki se odločajo za trajnostno modo, med njimi tudi nekateri modni giganti, kot je H&M, katerega conscious kolekcija je trajnostno naravnana. Trajnostno modo na spletu ponujajo: Verse, Comovita, Take It Slow, The Wearness, The Slow Mode, Reformation in Wertvoll Berlin. Od znamk višjega cenovnega razreda velja omeniti Stello McCartney in našo Mateo Benedetti, ki ustvarja okolju prijazna oblačila iz jabolčnih in ananasovih olupkov (Benedetti, 2020).

Skrbimo za svoja oblačila

Pred pranjem oblačila obrnemo, peremo na nizkih temperaturah, kavbojke peremo čim manj, oblačila sušimo na zraku ne v sušilcu, uporabljajmo vrečke za pranje in vedno imejmo pri roki odstranjevalec madežev (Benedetti, 2020).

Donirajmo ali prodajmo svoja odslužena oblačila

Oblačila, ki so odslužila svoj namen in so še v dobrem stanju, podarimo dobredelnim organizacijam ali pa jih prodamo. Nekomu bodo zagotovo še prav prišla. Nikakor pa jih ne vrzimo v smeti! (Benedetti, 2020).

2.5 Zelene modne znamke

Pomembna veja ekološko naravnane mode so reciklirana oblačila, čevlji in modni dodatki. Navadno so narejeni iz umetnih materialov, ki se, ko jih zavržemo, težko razgradijo, zavrženi pa so velika grožnja za okolje. Ena od znanih domačih blagovnih znamk s tovrstnimi izdelki je *Smetumet*, ki izdeluje modne kose izključno iz odpadnih materialov oziroma, kot pravijo sami, iz lokalno zbranih smeti in ki so izdelek slovenskih rok. Trenutno med drugim ponujajo SPORTaško malho, narejeno iz cerad za avtomobile ali reklamnih panojev, starih naramnic in avtomobilskih varnostnih pasov (Benedetti, 2020).

Marsikatera modna znamka se je zavezala k varstvu našega planeta in svoja oblačila proizvaja na okolju bolj prijazen način. Med najbolj znane ekološko naravnane znamke spada *People Tree*, za katero je pred leti ustvarila svojo prvo linijo eko oblačil igralka Emma Watson. Priljubljene so tudi *Kuyichi*, *Ciel* in *Beyond Skin*. Med domačimi izstopa luksuzna znamka *Terra Urbana* modne oblikovalke Mateje Benedetti. Benedettijeva ustvarja skupaj z grafično oblikovalko Sašo Kladnik, ki skrbi za potiske blaga in posveča pozornost vsem merilom trajnostne filozofije – prednost daje domačemu, spogleduje se z etnologijo, uporablja naravne in do okolja prijazne materiale ter prisega na etično izdelavo, prodajo in uporabo. Njuna kolekcija za sezono 2014/15 je posvečena arktičnemu volku, ki mu zaradi podnebnih sprememb grozi izumrtje (Benedetti, 2020).

Med naravnimi materiali, iz katerih so izdelana eko oblačila, sta zelo priljubljena organski bombaž in konoplja. Nekateri strogo zavračajo oblačila iz navadnega bombaža, saj številni pesticidi, ki se uporabljajo pri gojenju rastlin, škodujejo okolju. Med znamke oblačil iz organskih materialov spadajo denimo *KanaBeach*, ki je znana po udobnih, surferskih kosih, in oblačila iz konoplje *UpRise* – obe znamki sta pri nas na voljo v trgovini *Hannah biz Shop* v Ljubljani oziroma na njihovi spletni strani. Ena najbolj vročih domačih etno znamk je *Amulet*, ki ponuja oblačila z romskim pridihom. Ekološki so od A do Ž – poleg etno pridiha jih odlikujeta uporaba rabljenih materialov in zaposlovanje ljudi, ki so trenutno brez zaposlitve. Končni izdelki so delo izjemnih domačih mladih modnih ustvarjalcev, združenih v *SQUAT*. V *Amuletovem* ateljeju lahko kupite ogrlice, torbice, krila in tunike, kmalu pa bodo na voljo še obeski za ključke v obliki punčk iz cunj in copati (Benedetti, 2020).

Med eko modne znamke sodijo tudi:

DRUŽBA C&A

Njihova vizija: naj bo trajnostna moda nov vsakdan. Družba C&A posluje že 176 let in si nenehno prizadeva k izdelavi privlačnih in cenovno ugodnih oblačil za vse. Ogromno vlagajo v trajnost. Imajo več kot 2 milijona strank dnevno, skoraj 60.000 zaposlenih in več kot 1 milijon delavcev, ki pri dobaviteljnih izdelujejo oblačila (Benedetti, 2020).

Želijo se približati industriji oblačil, ki uporablja reciklirane materiale, ščiti ekosisteme in zagotavlja ljudem dostojno delo. Verjamejo v "krožno modo". Njihova vizija je, da se premaknejo proti obnovljivemu krožnem gospodarstvu, kjer med izdelavo oblačil ne nastajajo odpadki. Narejena so iz varnih in biorazgradljivih materialov ter kemikalij, družbeno odgovorno in s spoštovanjem narave (Benedetti, 2020).

Oblačila so narejena iz široke palete surovih materialov, vključujoč naravna vlakna, kot so bombaž, puh, volna ter sintetična vlakna, kot so poliester, umetna celuloza in viskoza. Zagotavljanje, da so materiali bolj trajnostni pomeni, da so gojeni in proizvedeni na način, da se uporabi čim manj naravnih virov, da se spoštuje naravo ter zagotavlja dobro počutje živali v celotni dobavni verigi (Benedetti, 2020).

LEVI'S

Za izdelavo enega običajnega para kavbojk je potrebna poraba kar 7570 litrov vode. Levi's se je tako zavezal, da bo poizkusil porabo pitne vode za proizvodnjo svojih kosov zmanjšati. S kolekcijo WaterLess pri proizvodnji tako porabijo kar 96 odstotkov manj vode, kot pri običajnih kavbojkah (Benedetti, 2020).

VEJA SUPERGE

Večina superge je izdelanih iz plastike, usnja in drugih materialov, ki so precej neprijazni do našega okolja. Veja superge pa so proizvedene iz ekološko pridelanega bombaža in naravne gume, prav tako za barvanje usnja uporabljajo naravne barve, pridobljene iz rastlin (Benedetti, 2020).

EILEEN FISHER

Je ena redkih luksuznih znamk, ki je vodilna v svetu ekološke mode. Pri proizvodnji svojih oblačil je namreč pozorna na potencialno škodo okolju pri prav vsaki stopnji, od niti do končnega izdelka. Zaradi tega so njeni kosi precej dragi, a odslužene kose lahko znamki prodate nazaj, ta pa jih bo obnovila in ponovno prodala po nižji ceni, da so lahko dostopni širšim množicam (Benedetti, 2020).

BENEDETTI LIFE

Slovenska modna oblikovalka se je ob svojem delu zavezala k varovanju okolja tako, da ne uporablja nobenih umetnih materialov ali barvil, ki bi lahko škodila našemu planetu. Prav tako so vsi kosi izpod njenih rok veganski, kar pomeni, da ni bila zanje ubita ali mučena nobena žival (Benedetti, 2020).

CUYANA

Moto znamke Cuyana je proizvesti manj, a bolje in kakovostnejše. Tako želi potrošnike spodbuditi, da bi kupovali manj, saj si ob nakupu kakovosti zagotovimo, da bo izdelek držal dlje. Znamka proizvaja brezčasne kose, ki ne gredo iz mode, prav tako pa svoje tovarne postavlja blizu poljem s surovinami ter tako zmanjša ogljični odtis, ki bi ga sicer naredil transport (Benedetti, 2020).

EPOQUE EVOLUTION

To podjetje daje velik poudarek dejstvom, kje in kako so proizvedene surovine, iz katerih proizvajajo oblačila. Velik del blaga pa reciklirajo tudi iz odpadnih materialov drugih podjetij in tako zmanjšujejo potrebo po proizvodnji novega materiala (Benedetti, 2020).

3 RAZISKOVALNI DEL

3.1 Metode dela

Da bi pridobile podatke o ekološki osveščenosti oz. o našem odnosu do garderobe in mode, smo pripravile anketni vprašalnik. Vzorec anketiranih so bili učenci od 5. do 9. razreda ter starši učencev OŠ Kidričevo s podružnico Lovrenc na Dr. polju. Zaradi epidemije novega koronavirusa smo se odločile, da pripravimo spletno anketo. Izpolnjenih in primernih za obdelavo je bilo 426 vprašalnikov (Priloga 1).

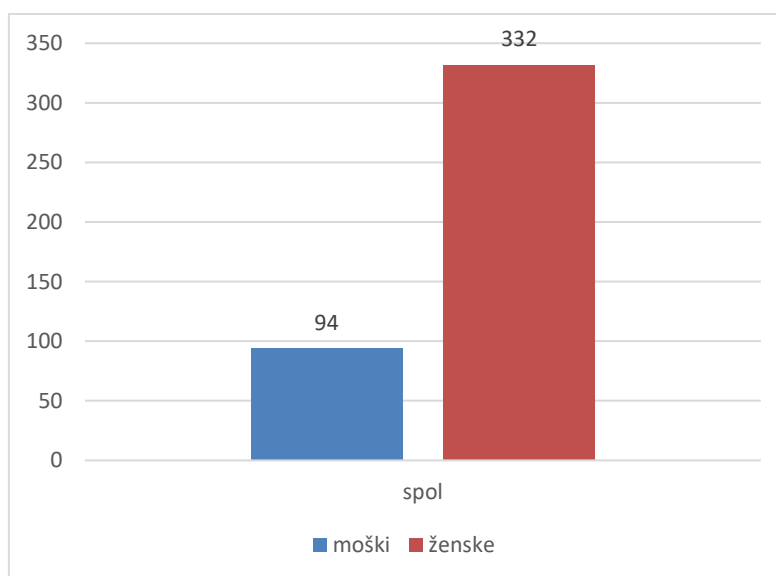
Nato smo izvedle delno strukturiran intervju. Intervjuvale smo gospo Anico Pikulo, ki je mentorica Ekošole.

Načrtovale smo tudi akcijo izmenjavo oblačil Prineseš 3, odneseš 3, katerega doslej žal nismo mogle izvesti. Vseeno vam bomo predstavile naše ideje in cilje, ki so ostali neuresničeni.

Prav tako smo načrtovale tudi učno uro Iz starega izdelajmo nekaj novega, ki smo jo s pomočjo gospe Maje Lukman izvedle na daljavo. Priložile smo nekaj slik končnih izdelkov.

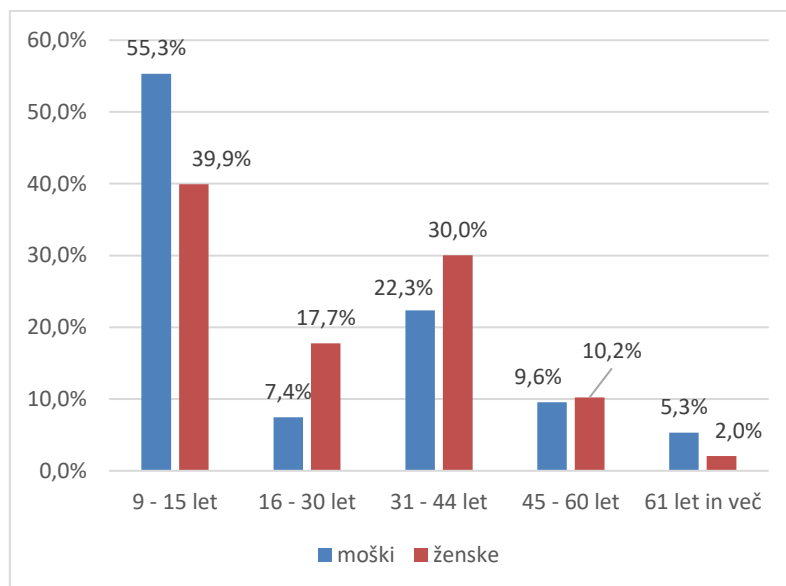
3.2 Analiza anketnega vprašalnika

Tabela 1: Spol



Na anketni vprašalnik je odgovarjalo 94 moških. Njihov delež torej znaša 22,1 % vseh anketirancev. 77,9 % anketiranih oseb je bilo ženskega spola. Na anketni vprašalnik je odgovorilo 332 žensk, kar pomeni, da je moda v ženski domeni.

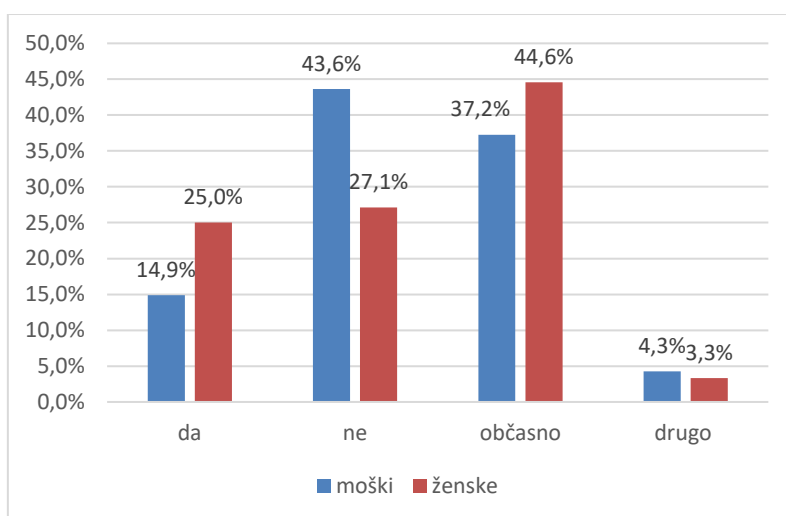
Tabela 2: Starost



Na anketni vprašalnik je odgovorilo kar 169 oseb, mlajših od 16 let; od tega je bilo 52 fantov in 117 deklet od 5. do 9. razreda. Delež vseh mlajših, ki so odgovorili na anketni vprašalnik, je 39,7 %.

Preostali del, 60,3 % anketiranih, je bil starejši od 16 let.

Tabela 3: Pogosto kupuješ - kupujete novo obleko?



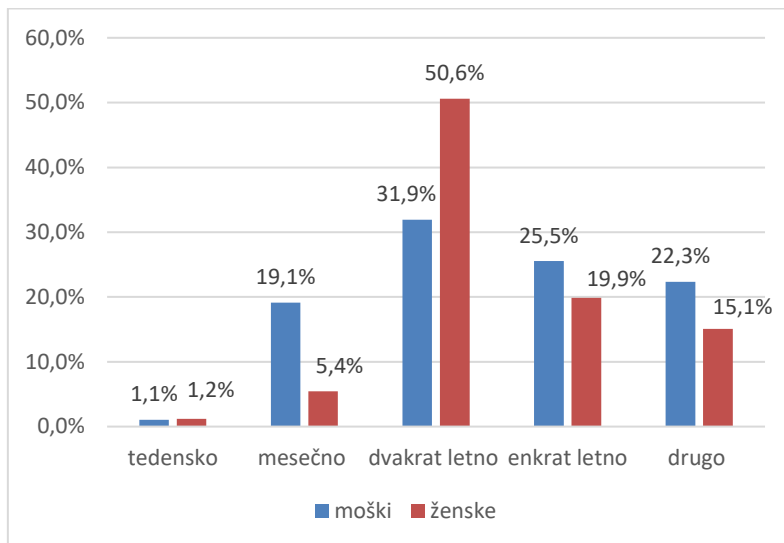
43,6 % anketiranih moških oblačil ne kupuje pogosto, medtem ko je 37,2 % oseb odgovorilo, da ne kupujejo oblačil. Le 14,9 % jih je odgovorilo, da oblačila kupujejo redno. Podatki kažejo, je med temi 14,9 %, ki so odgovorili, da redno kupujejo oblačila, največ oseb mlajših od 16 let. To je dejstvo, da mladi v času pubertete želimo slediti modnim trendom in radi kupujemo nova oblačila.

44,6 % anketirank je odgovorilo, da kupujejo svoja oblačila občasno, 27,1 % pa ne.

Delež ženskih anketirank, ki je odgovorilo, da pogosto kupujejo oblačila, je pri njih večji, saj znaša natanko 25 %. Tudi tukaj je od 83 oseb, ki so odgovorile z da, 57 oseb mlajših od 16 let. Po tehtnem razmisleku smo prišle do sklepa, da punce v obdobju pubertete sledimo trendom, z oblačili izražamo svojo osebnost in pripadnost, kar je tudi vzrok, da večkrat zavijemo v trgovino z oblačili.

4,3 % moških in 3,3 % žensk je odgovorilo drugo. Med odgovori so zapisali, da kupujejo oblačila po potrebi, da jih včasih dobijo, da jih kupijo, ko se uničijo oziroma da kupijo oblačila zelo redko.

Tabela 4: Kako pogosto kupuješ/kupujete obleko?

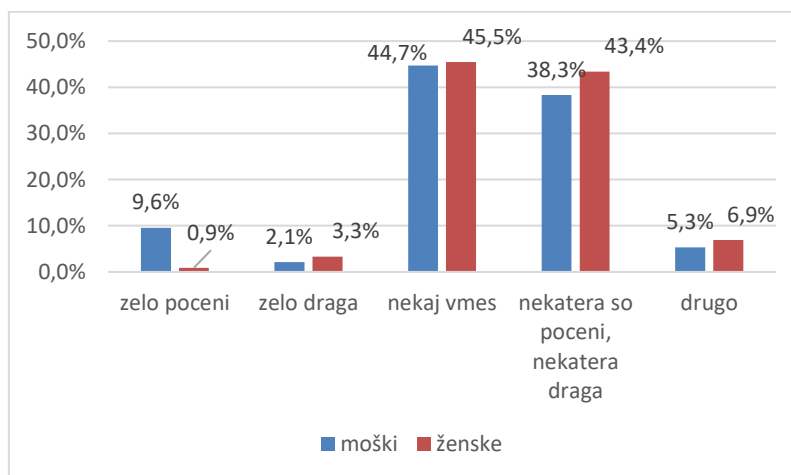


31,9 % moških je odgovorilo, da oblačila kupujejo dvakrat letno. 25,5 % jih je odgovorilo, da oblačila kupujejo enkrat letno, 19,1 % jih je odgovorilo, da oblačila kupujejo mesečno in le 1,1 % oziroma 1 moški je odgovoril, da to počne tedensko.

Največ anketirank, 50,6 %, je odgovorilo, da oblačila kupujejo dvakrat letno, 19,9 % jih je odgovorilo, da oblačila kupujejo enkrat letno in le 1,2 oziroma 4 ženske so odgovorile, da to počnejo tedensko.

Kar 22,3 % moških in 15,1 % žensk je odgovorilo drugo. Največ jih je odgovorilo, da kupujejo oblačila štirikrat letno. Med ponujenimi odgovori so anketiranci odgovorili tudi, da kupujejo oblačila po potrebi oziroma ko jih potrebujejo, glede na navdih, občasno za kakšne posebne priložnosti, enkrat na dva meseca, na sezono, da ne kupujejo oblačil, temveč dobijo rabljena oblačila, dokupijo oblačila, ko jih otroci prerastejo ter vsakih nekaj mesecev dokupijo kakšen nov kos oblačila.

Tabela 5: Obleka, ki jo kupujem, je:

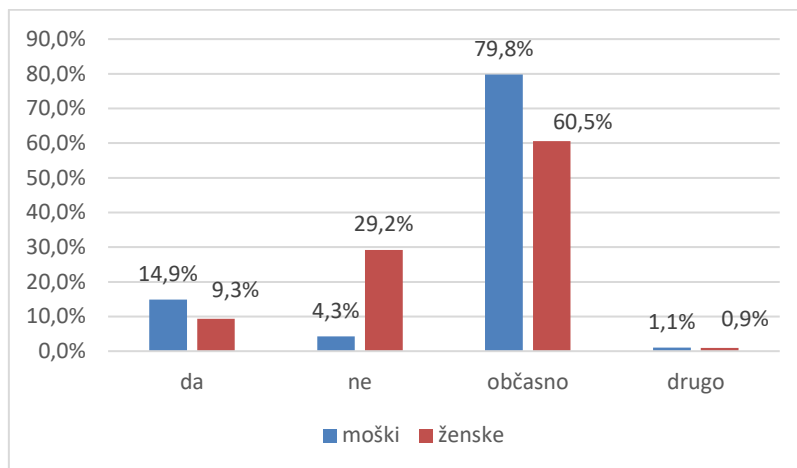


44,7% vprašanih oseb moškega spola je odgovorilo, da kupujejo oblačila, ki niso niti draga niti poceni, torej so nekje vmes. 38,3 % jih je odgovorilo, da kupijo nekatera oblačila, ki so poceni, spet nekatera, ki so draga. 9,6 % jih je odgovorilo, da kupijo oblačila, ki so cenovno zelo poceni oz. temu bi lahko rekli, da so ugodna. Le 2,1 % jih je odgovorilo, da kupujejo zelo draga oblačila.

45,5 % anketiranih žensk je odgovorilo, da kupijo oblačila, ki stanejo nekaj vmes. 43,4 % kupijo tako poceni kot draga oblačila. 3,3 % jih je odgovorilo, da raje kupijo draga oblačila, ter 0,9 %, da kupijo oblačila, ki so poceni. Ravno v tej postavki je razlika med moškimi in ženskami velika, iz česar sklepamo, da moški svojim oblačilom ne posvečajo toliko pozornosti.

5,3 % moških in 6,9 % žensk je odgovorilo drugo. Odgovorili so, da jim cena ni toliko pomembna, da jim je pomembnejša kvaliteta, in kako jim oblačilo pristaja.

Tabela 6: Oblačila kupujem glede na modne trende:

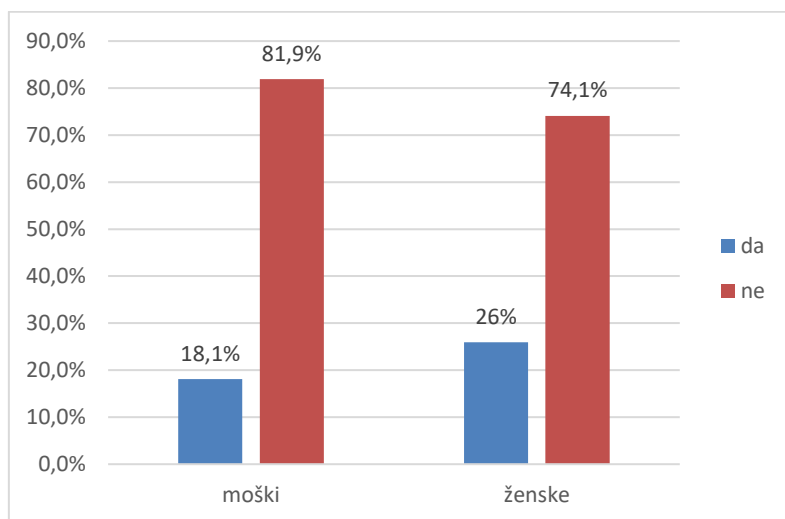


79,8 % anketiranih moških je odgovorilo, da občasno kupijo oblačilo glede na modne trende. 14,9 % jih je odgovorilo, da kupujejo oblačila glede na trende, in 4,3 %, da oblačil ne kupujejo glede na trende.

Tudi 60,5 % žensk je odgovorilo, da občasno kupijo oblačila glede na modne smernice. Kar 29,2 % jih je odgovorilo, da ne, in 9,3 % je trditvi pritrnilo.

1,1 % moških in 0,9 % žensk je odgovorilo drugo. Zapisali, da redko oz. občasno kupijo kos oblačila glede na trende ter da kupijo oblačilo glede na smernic, a le če jim pristaja.

Tabela 7: Nosiš/nosite vse obleke, ki jih imaš/imate v omari?

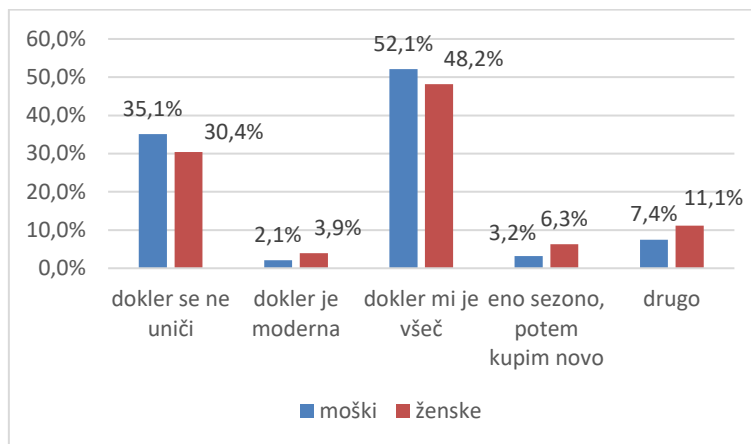


81,9 % anketirancev je odgovorilo, da ne nosijo vseh oblačil iz omare. 18,1 % pa redno nosijo oblačila, spravljena v omari.

Medtem ko tudi 74,1 % žensk odgovarja, da vseh oblačil iz omare ne obleče. 26 % pa jih nosi oblačila iz omare.

Če pogledamo v naše omare, ta podatek niti ni toliko presenetljiv, saj redkokdaj oblečemo vsa oblačila, kajti nosimo običajno tista, v katerih se dobro počutimo in nam pristajajo. Včasih imamo v omarah celo oblačila, ki smo jih prerastli oz. niso več modna. V omarah naših staršev in starih staršev lahko zasledimo nekatera oblačila, ki so stara več desetletij. Kar ni tako slabo, saj se moda vrača in je dobro pogledati v babičino skrinjo, kjer se najdejo wintage oblačila.

Tabela 8: Kako dolgo nosiš/nosite obleko?



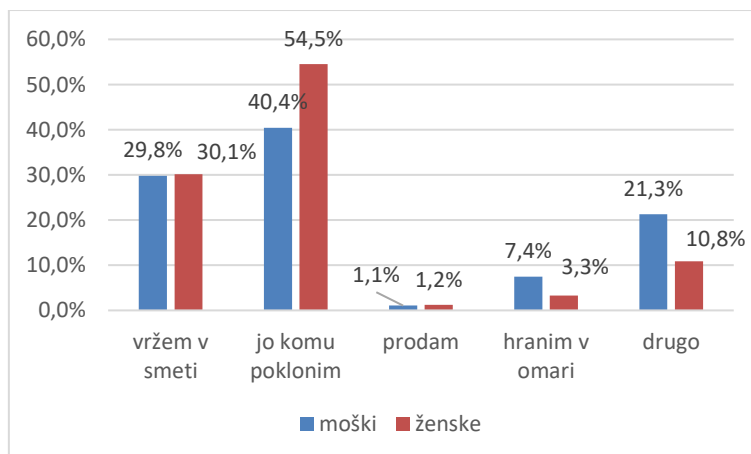
52,1 % anketirancev je odgovorilo, da nosijo obleko, dokler jim je všeč, medtem ko je 35,1 % vprašanih odgovorilo, da jo nosijo tako dolgo, dokler se ne uniči. 3,2 % jih je odgovorilo, da jo nosijo eno sezono, potem kupijo novo; in 2,1 %, dokler je moderna.

48,2 % anketirank je odgovorilo, da jo nosijo, dokler ji je všeč, in 30,4 %, dokler se ne uniči. 6,3 % jih je odgovorilo, da jo nosijo eno sezono, in 3,9 %, dokler je moderna.

Iz analize odgovorov sklepamo, da naši anketiranci ne kupujejo oblačil, dokler so le-ta še funkcionalna, dokler so jim še všeč in v dobrem stanju.

7,4 % moških in 11,1% žensk je odgovorilo z drugo. Odgovorili so, da oblačilo nehajo nositi, ko mu/ji je premajhna oz. prav.

Tabela 9: Strgano, premajhno ... obleko:



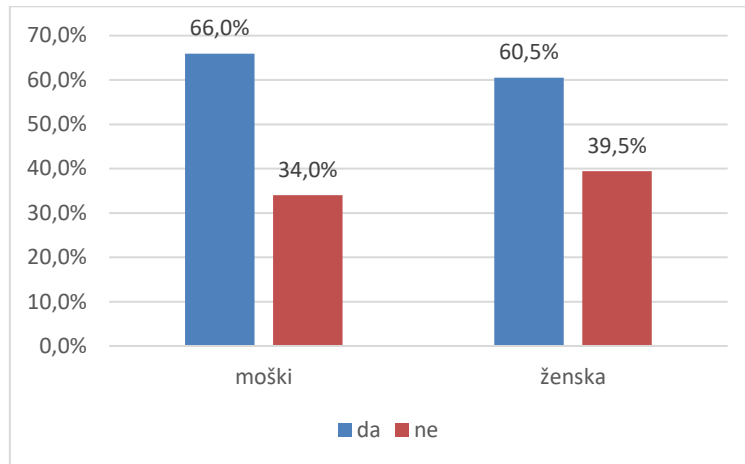
40,4 % anketirancev je odgovorilo, da se obleke, ki jim je premajhna, strgana ali je ne želijo več nositi, rešijo tako, da jo nekomu poklonijo. 29,8 % jo vrže v smeti, 7,4 % jo hrani v omari in le 1,1 % jo proda.

54,5 % anketirank obleko pokloni, 30,1 % jo odvrže v smeti, 3,3 % jo hrani v omari in 1,2 % jo proda.

Najbolj nas je presenetil podatek, da zelo malo ljudi oblačila, ki jim ne odgovarja, proda, saj smo že velikokrat na spletu (Facebook, bolha ...) zasledile, da ljudje prodajajo rabljena oblačila.

21,3 % moških in 10,8 % žensk je odgovorilo z drugo. Največkrat so odgovorili, da oblačila odvržejo v zbiralnik, strgana oblačila ali zašijejo ali pa uporabijo za krpe, mama podari oblačila hčerki, da jih ponosi doma, nekateri jih skladiščijo, da jih bodo lahko nosili, če bodo še kdaj aktualna, jih reciklirajo ...

Tabela 10: Si/ste že slišal/slišali za kroženje mode?

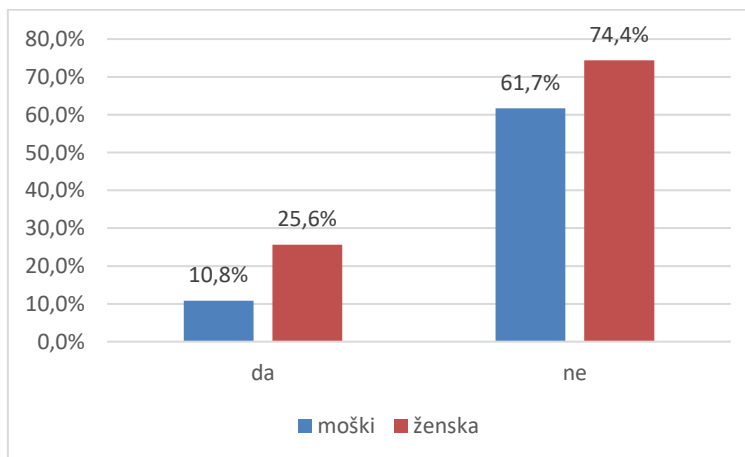


Kar 66 % moških je odgovorilo, da so že slišali za kroženje mode. Medtem ko je 34 % anketirancev na to vprašanje odgovorilo nikalno.

Odstotek žensk, ki so slišale za kroženje mode, je prav tako velik, saj je 60,5 % anketirank odgovorilo, da so že slišale za ta pojav. 39,5 % jih je odgovorilo z ne.

Odstotek je tako pri ženskah kot pri moških zelo velik. To pripisujemo temu, da se zadnja leta veliko govori in piše o trajnostni modi, varovanju okolja in da nas razni okoljevarstveniki spodbujajo k varovanju okolja. Varovanje se namreč začne doma. Poleg ločevanja odpadkov lahko posameznik ohranja naravo tudi na področju oblačil, saj lahko oblačilo zamenjamo, predelamo, prodamo in s tem oblačila, ko nam ne odgovarjajo več, samo odvržemo.

Tabela 11: Rad/rada bi sam/sama predelal/predelala staro oblačilo.

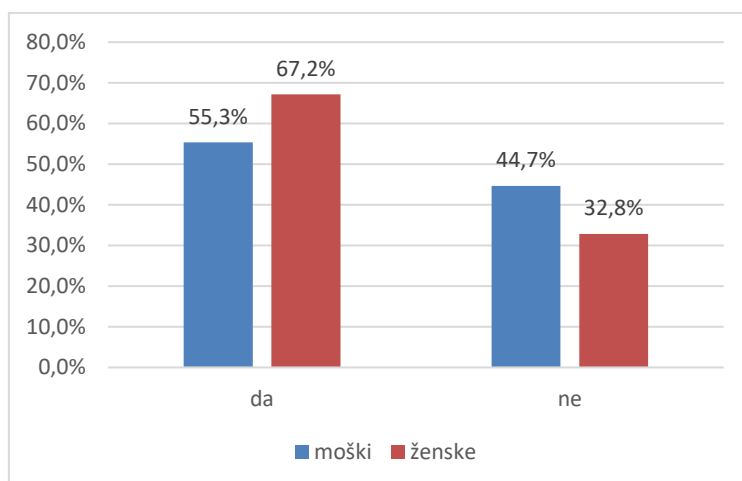


61,7 % moških je odgovorilo, da ne želijo sami predelati oblačila. Medtem ko jih je le 10,8 % odgovorilo, da bi si to želeli.

Tudi 74,4 % žensk je odgovorilo, da si tega ne želijo, 25,6 % pa je odgovorilo z da.

Velik odstotek jih je odgovorilo, da si tega ne želijo. Njihov odgovor ni presenetljiv, saj veliko anketirancev po našem mnenju niti ne ve, kako bi se tega lotili, po drugi strani hiter tempo življenja ne dopušča veliko časa, da bi se lotili predelave oblačil. Verjetno pa se posameznik tega tudi ne loti zato, ker ga je strah, da bi pri predelavi oblačila uničil oblačilo.

Tabela 12: Rad/rada bi, da mi nekdo predela staro oblačilo.

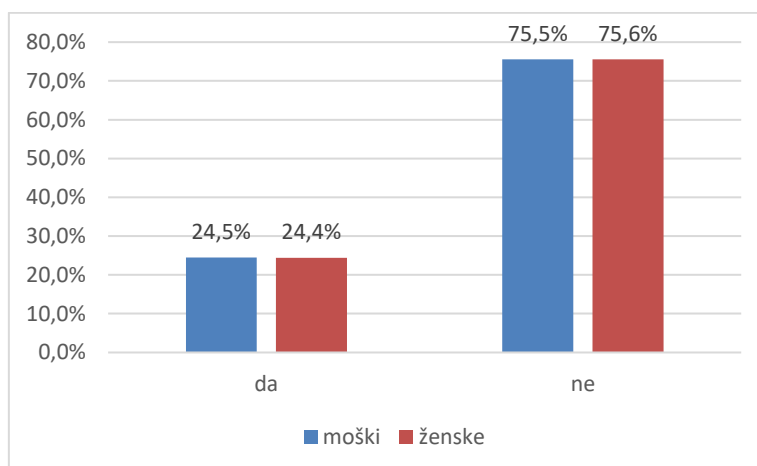


55,3 % anketirancev je odgovorilo, da bi si želelo, da bi jim nekdo predelal oblačilo. Medtem ko je 44,7 % moških odgovorilo z ne.

67,2 % anketirank je odgovorilo z da in 32,8 % z ne.

Podatki kažejo, da bi si velika večina, tako moških kot žensk, želela, da jim nekdo predela oblačilo. To nam nakazuje, da bi ta dejavnost lahko postala tržna niša. Več šivilj oz. krojačev bi lahko ponudilo možnost predelave oblačil v svojo ponudbo.

Tabela 13: Poznaš/poznate akcijo Prinesi 3, odnesi 3 (kose oblačil)?

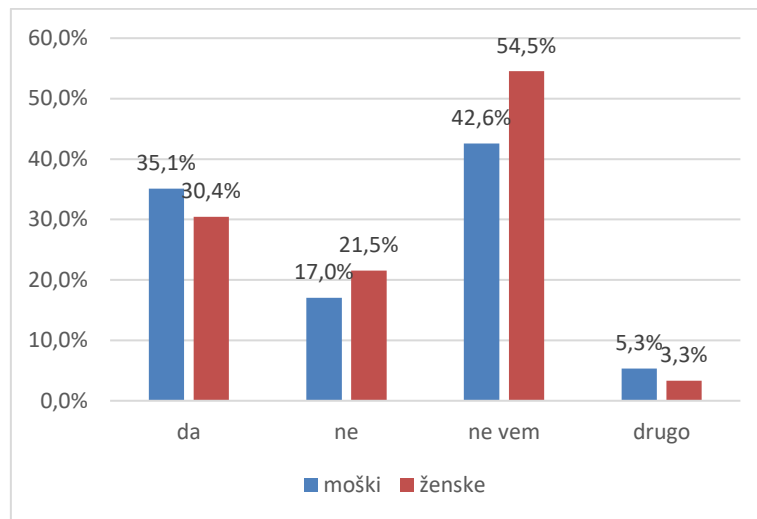


75,5 % anketirancev te akcije ne pozna, medtem ko le 24,4 % anketirancev ve za to akcijo.

75,6 % anketirank je prav tako odgovorilo, da te akcije ne pozna in 24,4 % akcijo Prinesi 3, odnesi 3 pozna.

Po pregledanih podatkih smo ugotovile, da to akcijo poznajo predvsem učenci naše šole, ki so o tej akciji spregovorili na razrednih urah ali pri pouku. Skrbi nas podatek, da je širša javnost zelo slabo osveščena o tej možnosti.

Tabela 14: Bi zamenjal/zamenjali oblačilo z drugo osebo? Pojasni/pojasnite, zakaj ja in zakaj ne.



42,6 % moških je odgovorilo, da ne vedo, ali bi zamenjali oblačilo z drugo osebo. Kar 35,1 % jih je odgovorilo z da in 17 % da ne.

54,5 % žensk je odgovorilo z ne vem in 30,4 % z da. Medtem ko je 21,5 % anketirank odgovorilo z ne.

5,3 % moških in 3,3 % žensk je odgovorilo z drugo.

Tisti, ki so odgovorili z da, so večinoma naši sovrstniki, ki bi želeli menjati oblačila, saj bi na takšen način obnovili oz. posodobili svojo garderobo. Torej bi imeli večji nabor oblek, oblečeni bi bili drugače, kar jim je še posebej zanimivo. Nekateri bi menjali oblačilo samo z osebo, ki jo poznajo. Nekateri so zapisali tudi, da bi to storili, da bi zaščitili okolje pred negativnimi vplivi tekstilne industrije. Zapisali so, da ker če nečesa ne nosijo, oz. jim ni všeč, bo mogoče všeč oz. koristilo komu drugemu. Spet drugi zatrjujejo, da to že počnejo in jim menjava oblačil odgovarja in jim je takšen način všeč, ker je menjava oblačil brezplačna in je s tem denarnici prijazna. Zanimiv je tudi odgovor, da menjava oblačil omogoča, da osebi ni treba iti po nakupih, ker jih sovraži. Nekateri bi menjali oblačilo, če bi jim bilo resnično všeč oz. bi menjali, ker se hitro naveličajo svojih oblačil.

Tisti, ki so zapisali, da ne, so odgovorili, da jih ne bi menjali, ker ne vedo, kdo je oblačila nosil in kako jih je vzdrževal. Tudi zato ker bi bila razlika v ceni, kvaliteti ... Ne bi jih menjali, ker se jim zdijo oblačila nekaj osebnega. Drugi so zapisali, da to ni možno, saj vsa oblačila, ki jih kupijo, ponosijo do konca.

3.3 Akcija izmenjava oblačil Prineseš 3, odneseš 3

V šolskem letu 2019/2020 se je naša šola v okviru ekošol vključila v dvoletni mednarodni projekt E-SPACE (Eco-Schools Project to Advance circular economy). E-SPACE je poskusni projekt, ki se uvaja v ekošole v Sloveniji in Latviji, podpira pa ga podjetje Lucart Group. Na naši šoli projekt vodi ga. Ankica Pikula.

Krožno gospodarstvo je nov vidik trajnosti, ki ga navdihuje narava. Od nekdaj je bila narava eden od sistemov, ki so ljudi navdihovali za učenje in prilagajanje. Narava je sistem, ki se obnavlja, ponovno vzpostavlja in raste sam, brez koncepta odpadkov. Krožno gospodarstvo je ideja, ki teži k naravnemu dogajanju in projekt E-SPACE je poskus poenostavitve konceptov krožnega gospodarstva v šolskem sistemu z namenom opismenjevanja otrok. Kot vsebinsko področje vključuje ukrepe na različnih področjih, povezane s hrano, papirjem, obleko.

Na šoli poteka že veliko dejavnosti z namenom spreminjanja miselnosti in kritičnega razmišljanja o rabi energije in drugih virov pri uresničevanju naših potreb z namenom ohranjanja narave: zbiramo odpadni papir, baterije, kartuše, tonerje, mobilnike, plastične zamaške, plastenke, KEMS embalažo. Veliko pozornosti smo v tem šolskem letu namenili odnosu do hrane, se dotaknili reciklirane kuharije, učenci obdelujejo šolski eko vrt. Vse smiselno vodene dejavnosti potekajo z namenom opolnomočenja učencev za sprejemanje odločitev po konceptu »9 R«:

- 1 – Zavrni (**Refuse**)
- 2 – Zmanjšaj (**Reduce**)
- 3 – Ponovno uporabi (**Reuse**)
- 4 – Popravi (**Repair**)
- 5 – Obnovi (**Refurbish**)
- 6 – Ponovno izdelaj (**Remanufacture**)
- 7 – Spremeni namen (**Repurpose**)
- 8 – Recikliraj (**Recycle**)
- 9 – Pridobi energijo (**Recover**)

Dejavnosti v dvoletnem projektu E-SPACE so skrbno načrtovane z akcijskim načrtom, ki so ga sestavile članice Eko odbora in so smiselno vključene v kurikulum. Prve dejavnosti smo pričeli izvajati v šestih razredih v okviru gospodinjstva. Učenci so se seznanili z načeli krožnega gospodarstva, se ukvarjali z različnimi tematskimi področji: higiena za trajnostni svet, krožni sistem LOOP, etika v pametnem telefonu, s kolesom do trajnosti, trajnost se začne ob rojstvu, grda živila - nesmiselni odpadki. Učenci so delali v skupinah, ugotovitve strnili na plakatih in nato poročali o svojem delu. Posebej zanimivi temi za učence sta bili Trajnost se začne ob rojstvu in Grda živila-nesmiselni odpadki.

Po predstavitvi primerov smo diskutirali o primerih na podlagi vprašanj. Izpostavili smo okoljske, socialne in ekonomske koristi izdelka in storitev. Osredotočili smo se predvsem na izdelke in storitve, ki se jim zdijo najbolj uporabni v Sloveniji. Učenci so podajali svoja mnenja, zakaj se jim zdi primer najbolj ustrezen z vidika krožnega gospodarstva.

V času pandemije in zaprtja šol smo uspešno izvedli teme krožnega gospodarstva na daljavo.

Na daljavo smo v času korona virusa izvedli tudi tehniški dan, v katerega so bili vključeni učenci od prvega do devetega razreda. Učenci predmetne stopnje so postali okoljski detektivi, ki so imeli nalogo ozaveščanja članov gospodinjstva glede skrbi za okolje in ločevanja odpadkov ter pripraviti različne izdelke iz odpadnega materiala, pri čemer so upoštevali načela krožnega gospodarstva. Izvedba tehniškega dne je bila predstavljena tudi v Ekošolskem listu. Ob vrnitvi v šolske klopi nam je v juniju uspelo izvesti naravoslovni dan z vsebinami krožnega gospodarstva tudi v osmih razredih.

Vseh načrtovanih dejavnosti po akcijskem načrtu v iztekajočem šolskem letu zaradi pandemije nismo uspeli realizirati. Zaradi dogajanja v zvezi z epidemijo korona virusa se je podaljšala tudi izvedba programa E-SPACE do zaključka šolskega leta 2020/2021.



Slika 6: Trajnost se začne ob rojstvu (Lenarčič, 2020)

V mesecu juniju smo načrtovali še izmenjavo sezonskih oblačil (Second hand clothes - oblačila iz druge roke). Morda nam izvedba uspe v začetku novega šolskega leta. V šoli se vsako leto nabere veliko » pozabljenih oblačil« in morda bodo našla novega lastnika.

Tekstilna industrija sodi med velike onesnaževalce okolja in le s spremembo našega vedenja bomo prispevali svoj delež k ohranjanju narave in naravnih virov.

Bodimo eko, razmišljajmo eko, vedimo se eko.

Še EKO misel v razmislek:

»Če ni mogoče zmanjšati količine virov in materialov, če izdelka ni mogoče ponovno uporabiti, popraviti, zgraditi na novo, obnoviti, ponovno dokončati, ponovno prodati, reciklirati ali kompostirati, ga je treba omejiti, preoblikovati ali odstraniti iz proizvodnje.« (Pete Seeger)

Ideja za izmenjavo se nam je porodila v sklopu EKO šole ob lanskoletni izmenjavi igrač in knjig, kar se je zelo dobro obneslo. Učenci so na ta način izmenjali različne primerke, ki so jim bili všeč ali pa so se jih naveličali. Ob tem se navajamo na varčevanje in krepimo pozitiven odnos do lastnine.

V letošnjem šolskem letu smo na naši šoli načrtovale akcijo izmenjave oblačil, a je žal zaradi epidemije korona virusa nismo mogle izvesti. Učencem bi poslale obvestilo z naslednjo vsebino:

S seboj prineseš do tri kose oblačil in jih toliko tudi odneseš (po želji). Oblačila, ki jih prinesete na izmenjavo, naj bodo čista in v dobrem stanju. Lahko torej prinesete:

- nova oblačila
- skoraj nova (nošena enkrat ali dvakrat)
- že nošena oblačila (nošena, vendar v zelo dobrem stanju)

Odvečna oblačila lahko tudi samo oddate.

3. 4 Intervju z gospo Ankico Pikula, pomočnico ravnateljice, učiteljico razrednega pouka in vodjo eko projektov na naši šoli

1. Katere projekte vodite na naši šoli?

Na šoli vodim več projektov: Zdrava šola, Pomahajmo v svet, Projekt proti nasilju, Šolski Ekovrt v okviru EKO šole, Simbioza šola, Trajnostna mobilnost, E-space. Menim, da sta za vašo raziskovalno nalogo vsebinsko najbližje projekta E-space ter vsebina EKO šole.

2. Kako si vi zamišljate izvajanje izmenjave oblačil?

Veliko sem razmišljala o sami izvedbi izmenjave oblačil. Prav tako smo o tej temi govorili na timskem sestanku oblikovanja akcijskega načrta E-space- projekta, v katerega so vključene tudi ga. Marjetka Sušec, ga. Valerija Krivec, ga. Klavdija Murko in ga. Maja Lukman. V akcijskem načrtu smo načrtovali prvo t.i. menjalnico oblačil že ob koncu šolskega leta 2020, a je zaradi pandemije s COVID-19 nismo mogli izpeljati. Ideja je ostala, izvedli jo bomo v času, ki bo to dovoljeval.

Načrtovale smo sezonsko izmenjavo oblačil na prehodu iz pomladi v poletje in jeseni v zimo.

3. Katera oblačila bi izmenjevali?

Izmenjevali bi samo oblačila. Sezonska, vsa oblačila, razen obutve in intimnih kosov oblačil. Obutev je posebno poglavje. Čevlji se namreč dodatno oblikuje po stopalu in težko verjetno je, da se bomo dobro počutili v čevljih nekoga drugega. To bi lahko razumeli tudi metaforično.

4. Kako bi te vsebine načrtovali v okviru pouka?

V okviru pouka se nam zdi izredno pomembno vzgajati vas, mlade, v kritično razmišljujoče osebe. Osebe, ki se boste znale upreti pastem potrošništva, da boste kupovali zmerno, preiščljeno glede na resnične potrebe in ne zaradi namišljenih potreb, spodbujenih z vsakodnevnimi reklamnimi sporočili povsod okrog vas. Na televiziji, radiu, med nakupovanjem v trgovskih centrih, na velikih, vse prevelikih reklamnih panojih ob prometnicah, pri brskanju po spletu, na socialnih omrežjih. Skratka, naš vsak dan je prežet z reklamnimi sporočili, ki se z vsakodnevnim ponavljanjem vtisnejo v našo podzavest in vplivajo na to, da kupujemo stvari, ki jih nujno ne potrebujemo.

Vzgojiti mlade v odgovorne potrošnike, ki pred nakupom izdelka pomislijo tudi o njegovem okoljskem pečatu, je danes prioriteta vzgoje. Zakaj? Sami smo in boste namreč odgovorni za svet, v katerem boste živeli, vi in vaši zanamci.

5. Katera trendovska oblačila predlagate? Katere materiale predlagate?

Predlagamo izmenjavo vseh oblačil, ne glede na material.

6. Na katere načine bi predelali kos oblačila?

Nekaterim rabljenim in delno uničenim oblačilom lahko preprosto podaljšamo življenjsko dobo tako, da jih skrajšamo in npr. iz dolgih hlač naredimo kratke, majica dolgih rokavov postane poletna majica. Na poškodovanih mestih lahko prišijemo na oblačila kakšen dekorativen kos drugega materiala. Včasih so mame doma vsako luknjo na oblačilu zakrpale, danes so oblačila tako poceni, da se to več ne splača. Tako bo rekla večina ljudi in to je tudi namen proizvajalcev. Da se ne splača popravljati, temveč raje kupiti novo. S tem nekomu ustvarjamo profit, denar kroži, povečujemo odpadke, Zemlja pa ...

Iz že uničenih oblačil se da izrezati cele uporabne kose materiala, jih sešiti skupaj v nekaj novega, morda samo predpražnik, pregrinjalo, odevico za hišnega ljubljénčka ... Tukaj pride na plan kreativnost posameznika.

Zelo uničena oblačila lahko porabimo za čiščenje, lahko jih razrežemo na trakove, le- te uporabimo za vezanje, privezovanje, morda iz njih z rokami spletemo nekaj dekorativnega, posebnega ...

Veliko je idej. Pomembno je, da oblačilu podaljšamo življenjsko dobo tudi, ko ga več ne uporabljamo, čim dlje. Na kocu seveda slej ko prej postane odpadek.

Videla sem že lepo izdelane, moderne torbice in denarnice iz obrabljenega jeansa, nakupovalne vrečke iz majic, pletene izdelke iz narezanih trakov odsluženih oblačil.

7. Kaj menite o projektu 3 za 3 (3 kose oblačil podarimo, 3 pa dobimo)?

Ideja projekta se mi zdi dobra. Seveda pa ga ne poznam v celoti. Postavlja se mi več vprašanj ob tem projektu.

Sama menim, da so med nami ljudje, odrasli in na žalost otroci, ki nujno potrebujejo oblačila. Oblačila, ne smemo pozabiti, sodijo v osnovne človekove potrebe. Nekateri jih jemljemo kot sama po sebi umevna, omare doma se šibijo pod težo obešalnikov. Veliko otrok danes pa na žalost nima takšne sreče, družine nimajo materialnih sredstev za takšno razkošje. Njihove omare so skromno založene, oblačila stara, obrabljena.

In tukaj se mi postavlja vprašanje: kako naj takšen otrok zastavi tri kose oblačil, da bo dobil tri druge?

Zato se bolj nagibam k drugačni izvedbi izmenjave oblačil. Izmenjave glede na potrebo.

8. Ali poznate kakšno institucijo za predelavo oblačil?

Ne, ne poznam institucije za predelavo. Sem pred kratkim nekaj zasledila na televiziji o recikliranju tekstila. Bojim se, da ga zelo malo uspejo predelati, proizvedejo pa ga, nasprotno, zelo veliko. Gre za poceni izdelavo v revnih deželah s poceni delovno silo in na račun velikega onesnaževanja okolja in zdravja okoliških prebivalcev. Obstaja kar nekaj dokumentarnih filmov na to temo.

Sama se najbolj nagibam k temu, da oblačila neposredno predam tistim, ki jih potrebujejo.

Ne odlagam jih v zabojnike za oblačila. Tudi tukaj imam pomisleke. Kam gredo ta oblačila? V ponovno prodajo? Vsekakor.

Sama sem bila v Keniji in videla na kupe rabljenih oblačil, ki so jih prodajali na cestah. Spraševala sem se, od kod vsa ta oblačila, čevlji, ki so bili vrženi na kup, in so ljudje brskali za parom.

Če bi jih podarili vsem tem revnim prebivalcem, bi bilo humano dejanje, tako pa je samo še en primer človeškega pohlepa in želje po dobičku.

Lahko to razmišljanje spremenimo? Tukaj nastopite vi, mladi. Pokažite voljo, interes in pogum za spremembe. Človeštvu vrnite noto človečnosti.

Najlepše se vam zahvaljujemo za vaše ideje, nasvete, mnenja. Vemo, da jih imate na stotine, zato se bomo še večkrat obrnile na vas.

Obilo uspeha pri vašem EKO delu vam želimo.

3. 5 Učna ura Izdelajmo iz starega nekaj novega

Kot smo ugotovile iz intervjuja z go. Ankico Pikula, naši učenci do danes niso preoblikovali oblačil, smo pa se odločile, da bomo znanje o trajnostni modi ter recikliranju oblačil delile z mlajšimi učenci. Izvedle smo učno uro – delavnico v 6. razredu.

Glavna cilja učne ure sta ugotavljanje negativnih vplivov masovne proizvodnje oblačil na okolje ter da izdelajo predelano, novo in uporabno oblačilo ali izdelek iz odpadnih oblačil in drugih odpadnih materialov.

Pripravile smo načrt in tudi realizirale uro na daljavo.

1. Motivacija: Kviz

Učence razdelimo v skupini in izvedemo kviz, ki smo ga pripravile. Poskušajo prepoznati različne materiale, vrste oblačil.

2. Usvajanje nove učne snovi

S pomočjo ppt- predstavitev učencem predstavimo nekaj ugotovitev organizacije Greenpeace. Ugotavljali so vsebnost nevarnih kemikalij. Ugotovili so prisotnost nevarnih kemikalij v cenejših oblačilih in prav tako v dražjih.

Te kemikalije lahko povzročajo glavobole, slabost, omotičnost, hiperaktivnost, alergije, hormonske spremembe, tudi motnje v razvoju živčevja.

Zastavimo naslednja vprašanja:

- Kritično razmisli!
- Si velik potrošnik oblačil?
- Kaj narediš z oblačili, ko jih prerasteš?
- Ali vedno kupiš nova oblačila?
- Ali bi lahko tvoja stara oblačila kako uporabil?
- Ali je mogoče podaljšati življenjsko dobo oblačila in ga prenoviti?
- Kaj bi lahko izdelal iz tvojih starih oblačil?
- Razmislite po skupinah.

Učenci odgovarjajo na vprašanja.

3. Izdelovanje izdelkov

Učenci bodo iz starih oblačil in odpadnih materialov izdelali novo, posodobljeno, uporabno oblačilo.

Navodila kako uspešno naredite izdelek?

1. Najprej si boste narisali načrt.
2. Nato boste izdelali kroj za oblačilo ali uporabni izdelek.
3. Kroj boste prerisali na odpadno blago in izrezali posamezne dele krojev.
4. Iz blaga izrežite posamezne dele krojev, sešijemo posamezne dele krojev.
5. Sešili boste posamezne dele krojev.
6. Pomagate si lahko tudi z lepilom za vroče lepljenje.
7. Pri izdelavi lahko uporabite tudi poljubne druge postopke.
8. Bodite izvirni.

4. Predstavitev narejenih izdelkov in njihova uporabna vrednost

Učenci predstavijo svoje izdelke. Izpostavijo njihovo uporabno vrednost ter pojasnijo kaj vse so uporabili pri izdelavi izdelka.

5. **Zaključek:** Učenci si ogledajo izdelke, sledi pogovor o novih spoznanjih.



Slika 7: Okrasne blazine (Merc Fric, 2021)



Slika 8: (a) in (b) Iz starega novo (Merc Fric, 2021)

4 RAZPRAVA

Eko moda, predelava oblačil, menjava oblačil in nakup rabljenih oblačil je zaradi zavedanja o varovanju narave postaja zaradi lažje dostopnosti vse bolj zanimiva. Že v osnovni šoli se učenci izobražujemo o pomenu varovanja okolja, ter skrbi vsakega posameznika za ohranjanje narave in kako bi puščali manjše odtise na okolju.

Pred pričetkom raziskovanja smo si zastavile štiri hipoteze, ki jih bomo v nadaljevanju potrdile oz. ovrgle.

- ✓ **Hipoteza 1:** Z recikliranjem in menjavo tekstila lahko omilimo vpliv na onesnaževanje okolja.

Prvo hipotezo smo potrdile, saj se anketiranci zavedajo, da s kroženjem mode ter z recikliranjem varuje okolje. Anketiranci se zavedajo, da se varovanje okolja namreč začne doma. Poleg ločevanja odpadkov lahko posameznik ohranja naravo tudi na področju oblačil, saj lahko oblačilo zamenjamo, prodamo in s tem oblačila, ko nam ne odgovarjajo več, samo odvržemo.

- ✓ **Hipoteza 2:** Iz starih kosov oblačil lahko ustvarimo nova.

Drugo hipotezo smo potrdile, saj se anketiranci zavedajo, da se lahko stari kosi oblačil predelajo v nova oblačila.

- x **Hipoteza 3:** Anketiranci bi se sami lotili predelave starega oblačila.

Hipotezo smo ovrgle, saj je kljub velikemu deležu anketiranih, ki poznajo predelavo oblačil večina odgovorila, da se predelave ne bi lotila samih. To pa ni presenetljivo, saj se večina ne zna lotiti predelave, nekatere je strah, da bi oblačilo uničili, nekateri pa zaradi hitrejšega tempa življenja nimajo časa za to. Je pa veliko število anketiranih odgovorilo, da bi želeli, da jim nekdo predela oblačilo, kar pa bi lahko bila tržna niša v prihodnje.

- x **Hipoteza 4:** Ljudje se bi odločili za zamenjavo oblačila z drugo osebo.

Četrto hipotezo smo ovrgle, saj je večina anketiranih odgovorilo, da ne vedo, ali bi oblačila menjali z drugo osebo. Med anketiranci so menjavi oblačil bolj naklonjene anketiranke ženskega spole. Med osebami, ki so odgovorile pritrdilno, so večinoma naši sovrstniki, ki bi si tega želeli, saj bi na takšen način obnovili oz. posodobili svojo garderobo. Torej bi imeli večji nabor oblek, oblečeni bi bili drugače, kar jim je še posebej zanimivo. Med tistimi, ki bi oblačila menjali, je veliko število takšnih, ki so odgovorili, da bi menjali oblačilo samo z osebo, ki jo poznajo. Nekateri so zapisali tudi, da bi to storili, da bi zaščitili okolje pred negativnimi vplivi tekstilne industrije. Zapisali so, da ker če nečesa ne nosijo oz. jim ni všeč, bo mogoče všeč oz. koristilo komu drugemu. Spet drugi zatrjujejo, da to že počnejo in jim menjava oblačil odgovarja in jim je takšen način všeč, ker je menjava oblačil brezplačna in je s tem denarnici prijazna. Nekateri bi menjali oblačilo, če bi jim bilo resnično všeč oz. bi menjali, ker se hitro naveličajo svojih oblačil.

5 ZAKLJUČEK

V najrazličnejši dostopni literaturi smo potrdile problem, ki ga zasledujemo že, odkar se zavedamo: okoli nas je vse preveč odpadnega tekstila, vse preveč kupujemo oblačil, ki jih ne potrebujemo, vse preveč nas zasužnjuje moda oz. vrstniško »trendi« oblačenje.

S pomočjo raziskovalne naloge smo prišle do spoznanja, da lahko tako posameznik kot družba pripomore k ohranitvi narave. Tako lahko:

- kupujemo lokalno,
- izberemo raje kakovost pred količino,
- kupujemo znamke, ki si prizadevajo za trajnostno modo in varovanje okolja,
- izberemo oblačila, izdelana na okolju prijazen način iz ekoloških materialov oz. trajnostnih tkanin (kot so lan, konoplja, svila, organski bombaž in trajnostna volna ali reciklirane tkanine),
- preverimo, od kod prihaja oblačilo in kako je izdelano,
- nosimo vsak kos čim dlje in šele nato kupimo novega,
- oblačila, ki se jih naveličamo, podarimo tistim, ki jih potrebujejo,
- oblačila peremo na nizkih temperaturah in ne prepogosto – tako bodo oblačila dlje ostala v dobrem stanju in poraba vode bo manjša,
- oblačila posušimo na zraku namesto v sušilcu,
- uporabljajmo ekološki prašek ...

Vsak majhen korak lahko pomeni veliko spremembo. Čas je, da se vsi skupaj začnemo zavedati, da živimo na enem planetu, druge izbire ni, zato ne smemo zaničevati onesnaževanja okolja in globalnega segrevanja, raje skupaj zberimo moči in ohranimo ta svet in naravo takšno, da bo še naprej primerna za življenje tako za nas kot naše potomce.

Hitra moda uničuje naš planet. Za rast bombaža se porablja ogromno vode in površin. Delavci šivajo v nečloveških pogojih in za plačo dobijo le drobiž. Bolj kakovostni kosi so mogoče res dražji, ampak zdržijo veliko dlje kot pa cenene majice, ki se razvlečejo že po prvem pranju. Rabljena oblačila so veliko prijaznejša do okolja. Vsak posameznik lahko pri sebi naredi razliko. Cilj je v tem, da kupujemo manj in kakovostno. Rabljena oblačila so super, s prijateljicami si lahko izmenjate kose, ki jih ne nosite več. Predvsem pa poskrbimo za svoja oblačila, da bodo dolgo zdržala.

Kaj storimo z oblačili, ki jih več ne nosimo?

Podarimo jih prijateljem, lahko jih dostavimo v zabojnike Humana, oblačila lahko prodamo tudi na bolha.com, podarimo varni hiši, Karitasu, menjamo v menjalnicah, kot je npr. Tekstilnica, ali pa najljubše kose predelamo v nov kos.

Če bi se na modno industrijo vsi odzvali kot na koronavirus, bi bil problem rešljiv v zelo kratkem času, ker bi bili ukrepi precej lažje obvladljivi kot pri epidemiji.

6 LITERATURA IN VIRI

6.1 Internetni viri

- Bellis, M. (23. februar 2019). *The Sewing Machine and the Textile Revolution*. Pridobljeno 30. oktobra 2020 s <https://www.thoughtco.com/textile-revolution-sewing-machine-1991938>.
- Bellis, M. (29. junij 2019). *The History of Clothing*. Pridobljeno 30. oktobra 2020 s <https://www.thoughtco.com/history-of-clothing-1991476>.
- Bellis, M. (1. julij 2019). *Textile Industry and Machinery of the Industrial Revolution*. Pridobljeno 30. oktobra 2020 s <https://www.thoughtco.com/textile-machinery-industrial-revolution-4076291>.
- Bellis, M. (7. november 2019). *The History and Process of Textile Production*. Pridobljeno 30. oktobra 2020 s <https://www.thoughtco.com/history-of-textile-production-1991659>.
- Benedetti, M. (10. junij 2020). *Trajnost ne pomeni stopiti nazaj v čas, ampak je nov način bivanja na Zemlji*. Revija Elle. Pridobljeno 30. oktobra 2020 s <https://elle.metropolitan.si/moda/trajnost-ne-pomeni-stopiti-nazaj-v-cas-ampak-je-nov-nacin-bivanja-na-zemlji/>.
- Clothing*. Wikipedia. (29. oktober 2020). Pridobljeno 30. oktobra 2020 s <https://en.wikipedia.org/wiki/Clothing>.
- Moda*. Wikipedia. (26. avgust 2020). Pridobljeno 30. oktobra 2020 s <https://sl.wikipedia.org/wiki/Wikipedija>.
- Obleka*. Wikipedia. (19. maj 2019). Pridobljeno 30. oktobra 2020 s <https://sl.wikipedia.org/wiki/Obleka>.
- Švab, N. (22. februar 2019). *Groza me je, da bi se dvakrat pojavila v istih oblačilih*. Pridobljeno 30. oktobra 2020 s <https://zelenigenij.24ur.com/zivljenjsko/groza-me-je-da-bi-se-dvakrat-pojavila-v-istih-oblacilih.html>.

6.2 Slikovno gradivo

- Alves, A. (15. januar 2021). *Sustainable Fashion – A Comprehensive Guide + 10 New Designers 2021*. [Fotografija s spleta]. Pridobljeno 12. aprila 2021 s <https://wtvox.com/fashion/sustainable-fashion/>.
- ArtFido. (30. avgust 2018). *An Illustrated Timeline Of Women's Fashion For Every Year from 1784-1970*. [Fotografija s spleta]. Pridobljeno 12. aprila 2021 s <https://www.artfido.com/an-illustrated-timeline-of-womens-fashion-for-every-year-from-1784-1970/>.
- Das, M. (17. maj 2019). *Origin and History of Clothing*. [Fotografija s spleta]. Pridobljeno 12. aprila 2021 s <https://www.textileschool.com/4639/origin-of-clothing/>.
- V. Š. (13. oktober 2019). *Vsaka reciklirana 'cunja' še ni trajnostna moda*. [Fotografija s spleta]. Pridobljeno 12. aprila 2021 s <https://www.24ur.com/novice/gospodarstvo/trajnostna-moda.html>.
- Textile School. (9. september 2019). *History of Textiles*. [Fotografija s spleta]. Pridobljeno 12. aprila 2021 s <https://www.textileschool.com/182/history-of-textiles-ancient-to-modern-fashion-history/>.

7 PRILOGE

Priloga 1

Anketa za raziskovalno za raziskovalno nalogo z naslovom PONUDIMO OKOLJU PRIJAZNO MODO

Spoštovani, smo učenke sedmega razreda in mlade raziskovalke. Letos nas zanima tema, in sicer trajnostna moda, zato vas prosimo za sodelovanje v naslednji anketi:

1. Obkrožite vaš spol: m ž

2. Starost:
 - 9- 15 let
 - 16- 30 let
 - 31- 44 let
 - 45- 60 let
 - 61 let in več

3. **Pogosto kupuješ – kupujete novo obleko?**
 - a) da
 - b) ne
 - c) občasno
 - č) drugo

4. **Kako pogosto kupuješ/kupujete obleko?**
 - a) vsak dan
 - b) tedensko
 - c) mesečno
 - č) enkrat letno
 - d) drugo

5. **Obleka, ki jo kupujem, je:**
 - a) zelo poceni
 - b) zelo draga
 - c) nekaj vmes
 - č) nekatera je poceni, nekatera draga
 - d) drugo

6. **Oblačila kupujem glede na modne trende:**
 - a) da
 - b) ne
 - c) občasno
 - d) drugo

7. **Nosiš/nosite vse obleke, ki jih imaš/imate v omari?**
 - a) da
 - b) ne

8. **Kako dolgo nosiš/nosite obleko?**
 - a) dokler se ne uniči

- b) dokler je moderna
- c) dokler mi je všeč
- č) eno sezono, potem kupim novo
- d) drugo

9. Strgano, premajhno ... obleko:

- a) vržem v smeti
- b) jo komu poklonim
- c) prodam
- č) hranim v omari
- d) drugo

10. Si/ste že slišal/slišali za kroženje mode?

- a) da
- b) ne

11. Rad/rada bi sam/sama predelal/predelala staro oblačilo.

- a) da
- b) ne

12. Rad/rada bi, da bi mi nekdo predelal staro oblačilo.

- a) da
- b) ne

13. Poznaš/poznate akcijo Prinesi 3, odnesi 3 (kose oblačil)?

- a) da
- b) ne

14. Bi zamenjal/zamenjali oblačilo z drugo osebo?

- a) da
- b) ne
- c) ne vem
- d) drugo

15. Pojasni/pojasnite, zakaj ja in zakaj ne.

Najlepša hvala za odgovore.

Anketiranke: Ana Merc Fric, Lenja Ripak in Sara Jambriško, 7. a