

# **STŘEDOŠKOLSKÁ ODBORNÁ ČINNOST**

**Obor č. 14: Pedagogika, psychologie, sociologie a problematika volného času**

## **Fast Fashion – otroky módního průmyslu**

**Magdaléna Adámková,  
Barbora Koudelková  
Ústecký kraj**

**Ústí nad Labem, 2017**

# STŘEDOŠKOLSKÁ ODBORNÁ ČINNOST

**Obor č. 14:** Pedagogika, psychologie, sociologie a problematika volného času

**Fast Fashion – otroky módního průmyslu**

**Fast Fashion – enslaved by the Fashion industry**

**Autoři:** Magdaléna Adámková, Barbora Koudelková

**Škola:** Gymnázium Jateční 22, Ústí nad Labem, příspěvková organizace

**Kraj:** Ústecký kraj

**Konzultant:** Mgr. Iva Munduchová, Mgr. Anna Skalská

Ústí nad Labem 2017

## **Prohlášení**

Prohlašujeme, že jsme svou práci SOČ vypracovaly samostatně a použily jsme pouze prameny a literaturu uvedené v seznamu bibliografických záznamů.

Prohlašujeme, že tištěná verze a elektronická verze soutěžní práce SOČ jsou shodné.

Nemáme závažné důvody proti zpřístupnění této práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Ústí nad Labem dne 13.2.2017 .....

## **Poděkování**

Tímto bychom chtěly poděkovat naší učitelce výtvarné výchovy ze ZUŠ paní Mgr. Ivě Munduchové za poskytnutí cenných informací a zkušeností z oblasti módního průmyslu. Naše další díky patří Mgr. Anně Skalské za nedocenitelné rady při odevzdávání práce.

## **Anotace**

Práce se zabývá problematikou tzv. „rychlé módy“ neboli Fast Fashion. V posledních letech totiž zřetelně přibývají tuny levného oblečení, jež je zpracováváno na úkor kvality a životní úrovně pracovníků. V teoretické části jsme chtěly přiblížit a shrnout tento problém. V rámci praktické části jsme provedly několik výzkumů (zaměřených nejen na ostatní, ale i na nás samotné) a zároveň se pokusily rozšířit povědomí o Fast Fashion našeho okolí.

## **Klíčová slova**

Fast Fashion; Rychlá móda; Módní průmysl; Sweatshop; Cottonfarming; Lidská práva

## **Annotation**

Our work deals with the so-called term of "Fast Fashion". In recent years, there clearly has been an increase in the production of tons of cheap clothing, mostly processed at the expense of quality and living standards for workers. In the theoretical part, we wanted to approach and summarize this problem. As for our practical part, we have done some reasearch concerning not only others, but ourselves as well. We have also attempted to make people around us more aware of the problem.

## **Keywords**

Fast Fashion; Fashion industry; Sweatshop; Cottonfarming; Human rights

1	Úvod .....	6
2	Teoretická část .....	7
2.1	Co je to Fast Fashion .....	7
2.1.1	Zpracování bavlny (Cottonfarming) .....	7
2.1.2	Semenný byznys .....	8
2.2	Světové řetězce .....	8
2.3	Youtube Haul .....	9
2.4	Sweatshopy .....	10
2.4.1	Princip sweatshopů .....	10
2.4.2	Spojitosť sweatshopů s Fast Fashion .....	10
2.4.3	Jaké řetězce užívají sweatshopy? .....	10
2.4.4	Životy dělníku ze sweatshopů .....	10
2.4.5	Smrt pod sutinami .....	11
3	Dopady na životní prostředí .....	12
3.1	Kontaminace vod .....	12
3.1.1	Nonylfenoly .....	12
3.2	Skládky s oblečením .....	13
4	Dopady na lidské zdraví .....	14
4.1	Dopady kontaminované vody .....	14
4.1.1	Kožní problémy .....	14
4.1.2	Žloutenka .....	14
4.1.3	Rakovina jater .....	14
4.2	Chemické výpary .....	14
5	Řešení problému .....	15
5.1	My, jednotlivci .....	15
5.1.1	Z druhé ruky .....	15
5.1.2	Podpora menších výrobců .....	15
5.1.3	Produkty z organické bavlny. ....	15
5.2	Velké značky .....	15
6	Vlastní průzkum .....	16
6.1	Průzkum vlastní skříně .....	16
6.2	Dotazník .....	17
	Ot. č. 1: Jak často nakupujete oblečení? .....	18
	Ot. č. 2: Záleží Vám na ceně oblečení? .....	19
	Ot. č. 3: Kde převážně nakupujete? .....	20
	Ot. č. 4: Slyšeli jste někdy o pojmu „Fast Fashion“? .....	21
	Ot. č. 5: Pokud jste o tomto tématu slyšely, jaký si myslíte, že má dopad? .....	22
6.3	Cenová relace podobného oblečení .....	23
6.4	Vlastní přednáška .....	25
7	Závěr .....	26
8	Použitá literatura .....	27
9	Seznam obrázků a tabulek .....	27
10	Seznam použitých internetových odkazů .....	28
11	Příloha 1: Módní dotazník/anketa .....	29
11	Příloha 2: Letáček .....	30

# 1 ÚVOD

Volba tématu naší práce byla pro nás již od samého začátku jednoznačná. Obě již po jedenáct let navštěvujeme výtvarný obor místní základní umělecké školy a s tématem módy jsme se během hodin setkaly nesčetněkrát. A setkat se s tímto tématem znamenalo setkat se i s jeho problémy, kterých je více, než si většina lidí uvědomuje. Pojem Fast Fashion jsme poprvé slyšely již před několika lety a obě jsme byly šokovány tím, do jaké míry je jí dnešní svět ovládnán. Ovšem je tu ještě jedna věc, jež nás zarazila. Nedostatek informací. Tím, že mě téma zaujalo, a chtěla jsem se o něm dozvědět více, zašla jsem před třemi lety do ústecké knihovny a s naivním úsměvem jsem se paní za pultem dotázala, zda by mi mohla doporučit nějakou literaturu na toto téma. Očekávala jsem, že přede mne vyskládá pěknou hromádku knih, mezi nimi tituly jako „101 zajímavostí o Rychlé módě“, a „Kompletní historie Fast Fashion“, ovšem paní jen zdvihla obočí a zeptala se „Fast co?“. Po rozsáhlém internetovém pátrání, do něžž byla zapojena i druhá autorka práce, jsme zjistily šokující věc: v českém jazyce neexistuje ani jedna kniha o této problematice, dokonce ani žádná, jež by se tohoto tématu alespoň blíže dotýkala. Dokonce ani stará dobrá Wikipedie, v současné době s více než 5 338 000 články o všem možném, nemá v českém jazyce k tomuto tématu, jež ovlivňuje celou naši planetu a zapříčiňuje ročně smrt tisíců lidí, ani řádku.

Proto jsme cítily potřebu se tomuto často tabuizovanému tématu podrobněji věnovat, pokusit se nashromáždit co nejvíce informací (ať už z nemnohých zahraničních knižních publikací, dokumentů či časopisů) a zároveň informovat naše okolí. V teoretické části jsme tedy sestavily základní obraz, který celý koncept Fast Fashion představuje. Nejprve jsme daný pojem podrobněji vysvětlily a zaměřily se i na základní stavební kameny rychlé módy, což je výroba bavlny a semenný byznys, a tzv. sweatshopy, tedy továrny, v nichž je oblečení vyráběno (jejich téma je ovšem tak rozsáhlé, že tvoří samostatnou podkapitolu). Ve zbytku teoretické části se zabýváme dopady, jež Fast Fashion má, a to jak naši planetu, tak i na zdraví lidí (převážně ze zemí třetího světa), jež v důsledku tohoto šíleného módního koloběhu trpí.

Praktická část naší práce má dvě části: tou první byly dva výzkumy, jeden veřejnosti, a druhý nás samotných. Zkoumaly jsme to, zda my samotné rychlou módu podporujeme tím, že jsme zapátraly v hlubinách našich šatníků. Následně jsme sestavily online dotazník pro širokou veřejnost. Ten se ptal jednak na to, zda dotazovaní pojem Fast Fashion někdy slyšeli a jak ho vnímají, ale i na to, kde a jak často nakupují oblečení. Jelikož nebylo naším cílem pouze dozvědět se o povědomí lidí o daném pojmu, ale i rozšířit jej, pokusily jsme se předat informace veřejnosti. Pro naše spolužáky jsme si připravily přednášku s názvem „Fast Fashion – jste její součástí?“ pomocí níž jsme je chtěly o dané problematice informovat, a zároveň je přimět k zamýšlení a pokusům o změnu. Vytvořily jsme také webové stránky (na adrese **FastFashion.wgz.cz**), která obsahuje detailní informace, a zároveň tipy na změnu. Na

existenci stránky upozorňujeme letáky a plakáty, které jednak rozdáváme našim spolužákům a přátelům, a také vyvěšujeme v našem gymnáziu i ZUŠ. Účelem naší činnosti je co největší množství osob s konceptem Fast Fashion seznámit, a zároveň přimět k zamyšlení, protože čím více lidí je o problému dobře informováno, tím máme větší šanci věci změnit.

## **2 TEORETICKÁ ČÁST**

### **2.1 Co je to Fast Fashion**

Fast Fashion, v českém překladu "rychlá móda", je styl, jakým dnes funguje módní byznys. Vyrostla ze snahy mezinárodních módních značek vymámit z nasyceného trhu s oblečením větší poptávku. Hlavním cílem Fast Fashion jsou tedy rychlé a velké zisky, jež jsou dosaženy hlavně její rychlostí. Trendy z módních mol jsou výrobci schopni ve velmi krátké době přesunout do obchodních domů. Sortiment je v obchodech často obměňován a cílem je to, aby zákazník nakupoval co nejčastěji. Konzument tedy nakupuje po celý rok, ne pouze před novou sezónou.

Dalším hlavním znakem Fast Fashion jsou také ceny, za něž je oblečení prodáváno. Cílem je totiž dosáhnout toho, aby byl častý nákup oblečení dostupný nejen pro lidi s vyššími příjmy, ale pro běžného člověka ze střední třídy. To, aby bylo pro každého normální nakupovat nové oblečení několikrát do měsíce, nikoli párkrát ročně. To, že jsou ceny nižší a dostupnější, je dosahováno sníženou kvalitou materiálů a nízkými platy v továrnách (tzv. „Sweatshopech“), jež jsou většinou v zemích třetího světa, jako je Bangladéš, Indie, Dominikánská republika, Kambodže či Thajsko. Oblíbená je stále samozřejmě i Čína.

#### **2.1.1 Zpracování bavlny (Cottonfarming)**

Abychom pochopili komplexnost tohoto problému, je potřeba začít od pěstování základního „stavebního kamene“ textilního průmyslu – bavlny.

Za pouhých posledních deset let došlo k tak vysokému nárůstu v množství modifikované bavlny, že je v současné době geneticky modifikováno přes 80% bavlny, jež se vypěstuje. Většina z toho je tzv. Roundup Ready, což znamená, že farmáři místo místních postřiků plevele na poli dle potřeby postřikují celé pole. Jaký dopad to ale může mít na půdu na mikrobiální úrovni? Pro přírodu je to neskutečná dávka pesticidů v množství větším než malém. Půda je zvyklá obnovovat se po malých částech ve velmi pomalém sledu a poté, co byla takto zdecimována velká část plání v USA, začíná se bavlný byznys přesídlvat do Indie a jiných rozvojových zemí.



## 2.1.2 Semenný byznys

BT Bavlna, která by měla kontrolovat škůdce bez dodatečných pesticidů, byla navržena tak, aby společnosti mohly vlastnit semena. Patentováním těchto geneticky upravených rostlin se firma jménem Monsanto stala jednou z největších chemických a sazenicových korporací v dějinách. Firma Monsanto vytvořila v Indii prakticky monopol na semena. Farmáři se při nákupu semen zadluží v důsledku jejich vysoké ceny (která je navýšena o 17 000 procent)<sup>1</sup>. A dostanou se do ještě větších dluhů, protože semena nesplňují sliby o kontrole před škůdci, takže musí nakoupit více pesticidů. Tragedie s chemikáliemi, ať už jsou to hnojiva nebo pesticidy, je v tom, že to jsou ekologické drogy: čím více je používáte, tím více je potřebujete používat. Na určitou dobu výnos produktu stoupne, ovšem poté začne klesat, protože došlo ke kontaminaci půdy.

## 2.2 Světové řetězce

Za hlavní „pohonnou“ jednotku zrychlující už tak šílené tempo textilního průmyslu můžeme jednoznačně označit světové módní řetězce. Módní řetězec Zara, hlavní odběratel španělského obchodníka Inditex, dle časopisu Forbes neustále mění maloobchodní praktiky prostřednictvím rychlého a integrovaného systému dodavatelského řetězce. Zara se stala lídrem v rychlém rozvoji rychle se měnící módy. „*Například v roce 2015 měla společnost tržby ve výši \$19,7 miliard v porovnání s H&M s \$20,2 miliardami, Primarkem, \$7,5 miliardy, Mangem s \$2,1 miliardami. V minulém roce tržby Inditexu vzrostly až o 8%, což je mnohem více než u jeho konkurentů.*“

Neustálým měněním maloobchodních praktik v módním odvětví myslíme například to, že místo klasických 4 módních (ročních) sezón, tj. Jaro, Léto, Podzim, Zima, Zara a podobné řetězce zavedly těchto sezon za rok až 58. V praktickém životě to znamená, že je celkem normální co každé dva týdny očekávat na pultech módních obchodů nové kolekce. Přesvědčit se o tom můžete sami, stačí navštívit libovolný oděvní obchod zmíněného typu. Cena zboží označeného jako „Nová kolekce“, většinou vystaveného v předních částech obchodu, bývá vždy uměle navýšena oproti zboží v zadních regálech. „Nová kolekce“ je pak v průběhu 2 týdnů přesunuta do zadních sekcí. Tam je po třech týdnech označena cedulkou „Výprodej“ a „Sleva“, příp. „Sale“.

Další změnou běžné maloobchodní praktiky je rozuměno kombinované využívání dodavatele – několik obchodů různých značek využívá stejného dodavatele látek a materiálu (např. výše zmíněného Inditexu), liší se pak pouze zadaným střihem a dle prestiže značky i cenou. Není proto zvláštností, že lze ten samý kousek, šitý ve stejné textilní továrně a lišící se jen drobnými detaily, nalézt v několika obchodech. Ale o tom v naší praktické části.

---

1 *Why does everyone hates Monsanto* [online]. [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: <http://modernfarmer.com/2014/03/monsantos-good-bad-pr-problem/>

## 2.3 Youtube Haul

Co v poslední době trend častých a co nejlevnějších nákupů výrazně podporuje, jsou tzv. Youtube hauly. Haul je označení pro videa nahraná na stránku youtube.com, ve kterých lidé ukazují nově zakoupené oblečení (zároveň zmiňují i obchod, v němž bylo zakoupeno a cenu). Již samotné slovo „haul“ (v překladu „úlovek“) naznačuje, že hlavním mottem „haulerů“ je „co nejvíce, za co nejméně“. Tato videa mívají délku od patnácti do čtyřiceti minut. *Videa jsou často seskupena podle názvu obchodu nebo podle druhu výrobku (kosmetika, doplňky, boty, poštovní známky, atd.)* <sup>2</sup>. Fascinující jsou čísla odběratelů, kanál nejznámějších "haulerů" měsíčně odebírá až 7 milionů uživatelů.

Problémem těchto videí je samozřejmě veřejná propagace rychlé módy. Počinání jejich tvůrců často motivuje jejich diváky, převážně teenagery (mezi nimiž je stránka youtube.com velmi oblíbená) k tomu, aby stejně jako jejich oblíbení „youtubeři“ vyrazili na „lovy“ oblečení.

Módní hauly jsou záležitostí nejen celosvětovou, ale v poslední době i domácí scény. Krátkým průzkumem jsme zjistily, že naše spolužačky obdivují například youtuberky jako je *Luxy Lady*, nebo tu úplně nejznámější v oblasti českého haulu, *Teri Blitzen*. Veškerá haul videa jsou volně dostupná na stránkách YouTube.

Za pravděpodobného prapůvodce této záležitosti máme trend tzv. "Unboxing.", neboli rozbalování. Unboxing funguje na totožné bázi, ale z hlediska rychle opadajících trendů, jedná se o záležitost postaršího data. *Znamená to rozbalování nových produktů, zejména spotřební výrobky elektronického typu, kde je tento proces zachycen na videu a následně uploadován. Podle Google Trends, vyhledávání výrazu "Unboxing" se začal objevovat v posledním čtvrtletí roku 2006.* <sup>3</sup>

---

2 Youtube Haul. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Haul\\_video](https://en.wikipedia.org/wiki/Haul_video)

3 Unboxing. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Unboxing>

## 2.4 Sweatshopy

### 2.4.1 Princip sweatshopů

Anglický termín „sweatshop“ bývá užíván pro pracovní místa se špatnými, sociálně nepřijatelnými pracovními podmínkami. Práce, jež zde bývá prováděna, bývá náročná, nebezpečná a nedostatečně placená. Pracovníci ve sweatshopech pracují mnoho hodin denně za mizivé mzdy, navzdory zákonům upravujících přesčasy či minimální mzdu; neobvyklá není ani dětská práce. Podle Fair Labor Association (Asociace Spravedlivé Práce) jsou sweatshopy běžné v minimálně 18 zemích, mezi nimi například Bangladéš, Čína, Dominikánská republika či Indie.

### 2.4.2 Spojitost sweatshopů s Fast Fashion

Lze říci, že je na sweatshopech založen celý systém Rychlé módy, a to z jednoznačného důvodu: cena práce. Zatímco na materiálech nelze moc ušetřit (nejlevnější látka v Číně a v USA stojí skoro stejně), náklady na práci se v USA a zemích, jako jsou Čína, Bangladéš či Indie velmi liší. Zatímco měsíční plat americké šičky se pohybuje okolo 1660 dolarů, v Číně je to pouze 147<sup>4</sup> – tedy více než desetkrát méně. Drtivá většina řetězců tedy volí druhou možnost.

### 2.4.3 Jaké řetězce užívají sweatshopy?

Mezi nejznámější řetězce, o nichž „se ví“, že vyrábí své zboží v zemích třetího světa, patří H&M, Zara, Primark, Mango, C&A, či Camaieu. Ovšem sweatshopů užívají i řetězce, u nichž by to člověk nejspíše nečekal. Nejedná se totiž vždy jen o ty, jež prodávají výhradně levné (a často nekvalitní) oblečení, ale například i sportovní značky, jejichž ceny nejsou zrovna nejnižší, a honosí se kvalitou svých výrobků. Proč tedy platíme tolik peněz, jsou-li náklady na výrobu nízké? Odpovědí je více peněz pro danou značku.

### 2.4.4 Životy dělníku ze sweatshopů

Jak tedy vypadá každodenní život zaměstnance „obchodu s potem“, jak lze z angličtiny tento termín přeložit? Jejich pracoviště bývá většinou místo s velice ubohými pracovními podmínkami, jež nedodrhuje zákoník práce, s na naše poměry až směšně nízkými platy, jež většinou dělníkům nevystačí na pokrytí jejich základních nákladů jako je živení rodiny. Platy navíc často bývají postupem času ještě snižovány, a to v důsledku kompetitivity módních značek. „*Obchody tam soupeří mezi sebou. Když obchodníci přicházejí k nám a vyjednávají, říkají nám: 'Koukejte, ten konkrétní obchod prodává toto tričko za 5 dolarů, takže já ho potřebuji prodat za 4. Takže byste měl snížit cenu.' Tak ji snížíme. Pak přijde jiný obchodník a řekne: 'Oni to prodávají za*

---

4 CLINE ELIZABETH *Overdressed: The Shockingly High Cost of Cheap Fashion* V New York: The Penguin group; 2012. ISBN 8601400313541

4 dolary. Cílová cena jsou 3 dolary. Pokud to uděláte za 3 dolary, uděláme obchod, jinak ho nedostanete.", jak říká nejmenovaný vedoucí jednoho z bangladéžských sweatshopů v dokumentu *The true cost*. Snižování nákladů a ignorování bezpečnosti se stalo akceptovanou součástí tohoto nového obchodního modelu. To, že v továrnách pracují děti, je také na denním pořádku. A co je možná nejvíce šokující, jsou pracovní doby. Pracovníci totiž často pracují devatenáctihodinové směny, přičemž se pracuje sedm dní v týdnu. Takové podmínky jsou pro většinu z nás nejspíš nepředstavitelné. Ovšem je to všechno zase tak negativní, jak to zní? Někdo by mohl namítnout, že tyto továrny přináší do zaostalých zemí technologii, že přináší pracovní místa miliónům lidí, kteří jsou rádi, že vůbec nějakou práci mají. To je pravda. Ovšem neexistuje lepší řešení?

## 2.4.5 Smrt pod sutinami

23. dubna roku 2013 došlo v továrně Rana Plaza v bangladéžské Dháce k jedné z největších katastrof novodobého módního průmyslu. Tím, že nebyla budova dobře udržovaná, došlo k jejímu zhroucení. V budově v té chvíli pracovalo přibližně 3500 lidí, z nichž 1 129 pod troskami budovy zemřelo a dalších 2000<sup>5</sup> lidí bylo zraněno. Následná šetření ukázala, že k pádu budovy přispělo několik faktorů: nekvalitní základy, na nichž budova stála, nevhodná parcela, a to, že její majitel Muhammad Sohel Rana k původně šestipodlažní budově bez povolení přistavěl dvě patra<sup>4</sup>. Ve zřícené budově vyráběli dodavatelé pro 29 velkých západních společností, mezi nimi C&A, H&M, Camaieu či Benneton. Podobné tragédie ovšem nejsou ojedinělé. K podobným případům došlo například v roce 2005 (pád fabriky Spectrum), či 2012 (požár textilky Tazreen Fashion). Odborníci z univerzity v Dháce přitom při průzkumu tamních továren zjistili, že u celých 60% zkoumaných budov může v blízké době dojít ke zhroucení. Ovšem tím, že téměř nikoho nezajímá, zda dělníci pracují v bezpečných podmínkách, můžeme v budoucnu očekávat další tragédie.

---

5 2013 Savar building collapse. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/2013\\_Savar\\_building\\_collapse](https://en.wikipedia.org/wiki/2013_Savar_building_collapse)

## 3 DOPADY NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

Stejně tak, jako je výroba oblečení prováděna jinde. Jak píše Elizabeth L. Clineová, autorka

knihy *Overdressed: The Shockingly High Cost of Cheap Fashion*, které osobně navštívila okolí Šen-čenu, (nejrozvinutější průmyslové město Číny), je situace v této oblasti tak kritická, že jí znemožňovala vyfotit cokoli ve vzdálenosti čtyř set metrů od silnice. Dále zmiňuje to, jak se odpad z barvíren vypouští přímo do řek a prakticky žádné město v provincii Kuang-tung, kde leží Šen-čen, nemá čističku odpadních vod. Ovšem není to pouze Čína, kde si naše touha po levném oblečení vybírá svou daň.

### 3.1 Kontaminace vod

Textilní průmysl je spolu s papírenským a petrochemickým jedním ze tří největších znečišťovatelů vody. V rozvojových zemích, především pak v jihovýchodní Asii a Číně, nemá kvůli znečištění přes miliardu lidí přístup k pitné vodě. Znečištění vody je velký celosvětový problém, který je zároveň také hlavní příčinou úmrtí a onemocnění v těchto zemích. Více než 14.000 lidí denně zemře v důsledku znečištění vody, a to jak povrchové, tak i podzemní.<sup>6</sup>

#### 3.1.1 Nonylfenoly

Nonylfenoly, dále jako NPE jsou nebezpečné závadné látky náležící do skupiny organických aromatických sloučenin a mající vysoký toxický potenciál pro vodní prostředí, jež narušují funkci hormonů – jedná se o tzv. endokrinní disruptory<sup>7</sup>

Tyto látky se hojně vyskytují v industriálně znečištěných vodách nejen Indie, ale vyskytovaly se i v řekách České republiky a Evropy obecně. Na to ostatně poukázala i analýza vydaná v říjnu roku 2011 skupinou Greenpeace<sup>8</sup>. Velmi pravděpodobnou příčinou kontaminace českých řek je textilní zboží dovážené ze zemí mimo EU. Jak ukázala studie Greenpeace, NPE bylo nalezeno v 52 výrobcích ze 78 testovaných textilních produktů. Greenpeace si jako ikonu nesmírně znečištěných řek vybrala právě nonylfenoly, jejíž obsah testovala jak v oblečení, tak i v řekách, pod názvem projekt DETOX Tour.

---

6. Znečištění vody. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2017-02-13]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Zne%C4%8Di%C5%A1t%C4%9Bn%C3%AD\\_vody](https://cs.wikipedia.org/wiki/Zne%C4%8Di%C5%A1t%C4%9Bn%C3%AD_vody)

7. Nonylfenoly. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2017-02-13]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Nonylfenol>

8. *DETOX Tour* [online]. [cit. 2017-02-13]. Dostupné z: <http://www.greenpeace.org/czech/cz/Kampan/Toxicke-znecistenivoda/detoxtour/Detox-Tour-2011/>

Testované zboží bylo zakoupeno na různých místech na světě včetně ČR. Jak studie ukázaly, jsou tyto látky obsaženy nejen v dováženém textilu, ale uvolňují se z něho i při praní. Pokud se oblečení s obsahem NPE vypere, je velká pravděpodobnost, že se uvolní do odpadní vody a čistírnami se dostane do řeky, kde se přemění na NPE. Čistírny NPE nezlikvidují, naopak často ještě urychlí jeho přeměnu na toxický nonylfenol.

Všechny členské státy EU hlasovaly pro zákaz toxických nonylfenoethoxylátů (NPE) v dováženém textilu. Toto rozhodnutí uzavřelo toxický kruh okolo této látky, na který Greenpeace poprvé upozornilo více než před pěti lety právě v České republice.

## 3.2 Sklárky s oblečením

Nadprodukce levného oblečení vede k tomu, že se nepotřebné oblečení hromadí na skládkách. Módní řetězce neprodané věci z kolekcí vyhazují přímo, namísto toho aby pro ně našly další upotřebení. Oblečení tedy zůstává na skládkách, kde znečišťuje půdu a vodu. Oblečení navíc bývá vyráběno s použitím syntetických, anorganických materiálů. Údaje z textilních trhů uvádějí, že se v módním průmyslu poptávka po umělých vláknech v posledních 25 letech<sup>9</sup> dvojnásobila. Na jejich výrobu jsou používány zcela neekologické postupy (viz. znečištění životního prostředí)

Ovšem nejsou to jen módní řetězce, kdo vyhazuje oblečení. V průzkumu provedeném na 100 studentech univerzity West Chester se 16% z nich přiznalo k tomu, že oblečení vyhazují do odpadkového koše. Dle průzkumu bývá nesprávně zlikvidováno přibližně 65 liber oblečení a textilií za rok, jen osmina z toho jde na charitu pro opakované použití.<sup>10</sup> Je zkrátka jednodušší hodit kdysi nošené tričko z poslední sezóny do koše, než ho raději vzít do darovacích center.

---

9 ROSENTHAL, Elisabeth. Environmental Issues [online]. [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: <http://fastfashion.weebly.com/environmental-issues.html>

10 Environmental Cost of Fast fashion [online]. [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: <http://www.triplepundit.com/2016/12/high-environmental-cost-fast-fashion/>

## **4 DOPADY NA LIDSKÉ ZDRAVÍ**

Fast Fashion si ovšem nevybírání svou cenu jen na naší planetě, ale i na jejích obyvatelích. Zdravotní problémy (a někdy i úmrtí) způsobené koloběhem rychlé módy jsou rozmanitá – přes popáleniny způsobené požáry v továrnách, přes kožní problémy způsobené kontaminovanou vodou po rakovinu a zmrzačení.

### **4.1 Dopady kontaminované vody**

Posvátná Indická řeka Ganga, poutní místo důležité pro 800 milionů Hinduistů, je kontaminována Kanpurskými továrnami na kůži. Denně do ní z koželužen vytéká přes 50 milionů litrů toxické odpadní vody z místních koželužen, což se neobejde bez následků. K ošetření kůže se totiž užívají chemické komplexy jako je chrom-6, které tečou do pitné vody a způsobují četné zdravotní problémy. Jak je to ale možné? Na místech jako je Kanpur, schovaných před očima světa, totiž dostávají velké západní značky levnější materiál, zatímco se vyhýbají zodpovědnosti za ničení lidského zdraví i životního prostředí.

#### **4.1.1 Kožní problémy**

V důsledku znečištěné vody napadají lidi různé druhy kožních problémů. Nejčastější jsou vyrážky kůže, puchýře či vředy. V těchto oblastech ovšem většina lidí nemá přístup či prostředky na potřebné medikace a tak si poškození kůže nesou po konec života.

#### **4.1.2 Žloutenka**

Každý rok onemocní vysoké procento lidí ve zmiňovaném indickém regionu žloutenkou. Chrom ve vodě totiž přímo napadá játra, což vytváří trávicí potíže, a dále vede i ke žloutence či dokonce rakovině jater. A jak bylo již zmíněno, léčba nebývá pro chudé Indy zrovna dostupná.

#### **4.1.3 Rakovina jater**

U rakoviny jater, tak jako u jiných nádorových onemocnění, dochází k velice rychlému dělení pozměněných buněk. Důsledkem tohoto procesu je většinou vznik nádoru. To bývá bez léčby často smrtelné a v oblastech s kontaminovanými vodami bohužel ne ojedinělé.

## **4.2 Chemické výpary**

Negativní dopady na lidské zdraví mají také chemické výpary z textilií v továrnách. Jen v roce 2013 bylo v Kambodži v textilních továrnách zaznamenáno 1222 případů omdlávání a tři úmrtí, přičemž na vině byla zmíněná otrava chemickými výpary. K těm navíc přispívá špatná hygiena a dlouhé přesčasy.

## 5 ŘEŠENÍ PROBLÉMU

Existuje hned několik způsobů, jimiž lze rychlý svět Fast Fashion zpomalit. Něco můžeme ovlivnit my, obyčejní smrtelníci, a některé kroky jsou zase na velikých módních řetězcích.

### 5.1 My, jednotlivci

Nejspíš není překvapivé, že se opak rychlé módy, tedy Fast Fashion, nazývá Slow Fashion, tedy pomalá móda (někdy se také užívá termínu „Sustainable Fashion“, tedy udržitelná móda). Je to snaha dosáhnout toho, aby došlo ke zlepšení v současné době kritické situace, tj. hlavně k zamezení negativních dopadů módního průmyslu na životní prostředí. Snaží se také zamezit tomu, aby byly ročně vyhazovány miliardy tun oblečení. Příznivci Slow Fashionu chtějí také dosáhnout toho, aby byly naše šatníky stálejší, abychom si namísto spousty nekvalitního levného oblečení kupovali spíše pár kousků opravdu kvalitního. Jaké jsou ale způsoby, jimiž může běžný konzument módního průmyslu situaci zlepšit?

#### 5.1.1 Z druhé ruky

Jedním z míst, kde je dobré nakupovat, nechce-li člověk podporovat rychlou módu, jsou jednoznačně second-handy. Nejenže se tak dále využije oblečení, jež často bývá ve velmi dobrém stavu, ale zároveň zde lze najít originální a zajímavé kousky. Druhým způsobem je také dědit oblečení – například po rodině či přátelích (existují i webové stránky, na kterých lidé pouze za poštovné nabízejí své staré kousky). Zároveň je dobré pokoušet se najít další využití i pro vlastní oblečení.

#### 5.1.2 Podpora menších výrobců

Dalším způsobem je podpora menších značek, jež například oblečení šijí ručně. Jejich produkty mohou být sice dražší, ovšem zato bývají vyrobeny z kvalitních látek a člověk, jež je vyráběl, byl za svou práci řádně zaplacen.

#### 5.1.3 Produkty z organické bavlny.

Některé společnosti, jako například H&M, nabízí oblečení označené cedulkou „Organic cotton“, což znamená, že k jeho výrobě nebylo použito geneticky modifikované, ale organické bavlny. Tyto výrobky většinou nebývají v porovnání se zbytkem sortimentů moc cenově navýšené (rozhodně se stále pohybují v cenově dostupné kategorii) a pohlídat si to, že je na cedulce symbol zeleného lístečku a nápis „organic“ je rozhodně jedním z nejsnadnějších kroků v boji proti ničení planety, jež lze podniknout.

### 5.2 Velké značky

Na veliké módní řetězce je již delší dobu velký tlak, aby věci změnil. Některé z nich se odpovědnosti stále vyhýbají, ovšem jsou i také, jež již kroky ke změně podnikly. Představitelé



oděvních značek společně s bangladéšskou vládou přijali 15. května 2013 Dohodu o požární a statické bezpečnosti, která má zaměstnancům textilek zajistit lepší podmínky. Dohoda byla podepsána celkem 150 oděvními značkami.

Jak bylo již zmíněno, některé značky se také snaží nabízet Slow Fashion alternativy, tedy oblečení vyrobené z organické bavlny, a některé kupříkladu uspořádaly i sbírky starého oblečení, jež se dá dále využít. Ovšem rozhodně je tu mnohem víc věcí, které by měly být změněny, mezi nimi hlavně mzdy a pracovní doby pracovníků (které již v některých továrnách zlepšeny byly, ovšem rozhodně ne všech) či změna v pěstbě bavlny či kvalitě výrobků. Proto bychom se my, zákazníci, měli snažit požadovat změny, protože to je jediný způsob, kterým můžeme velké řetězce přinutit k opravdovým změnám.

## 6 VLASTNÍ PRŮZKUM

Jak je již zmíněno v úvodu, je naše praktická část poměrně rozsáhlá, a skládá se hned z několika částí. Tou první je online anketa, která zjišťovala, do jaké míry jsou lidé s Fast Fashion seznámeni, a zda ji podporují.

### 6.1 Průzkum vlastní skříně

V této části jsme prověřily samy sebe. Prošly jsme kompletně celý obsah našich šatníků, a sepsaly, odkud (z Fast Fashion řetězce, butik, second-handu či z druhé ruky po někom známém) pochází každý kousek oblečení. Následně jsme sestavily menší statistiku.

<b>Původ oblečení</b>	<b>Autorka 1</b>	<b>Autorka 2</b>
FF řetězec	64% oblečení	71% oblečení
Butik	8% oblečení	21% oblečení
Second-hand	11% oblečení	0% oblečení
Poděděno	17% oblečení	8% oblečení

*Foto z procesu*



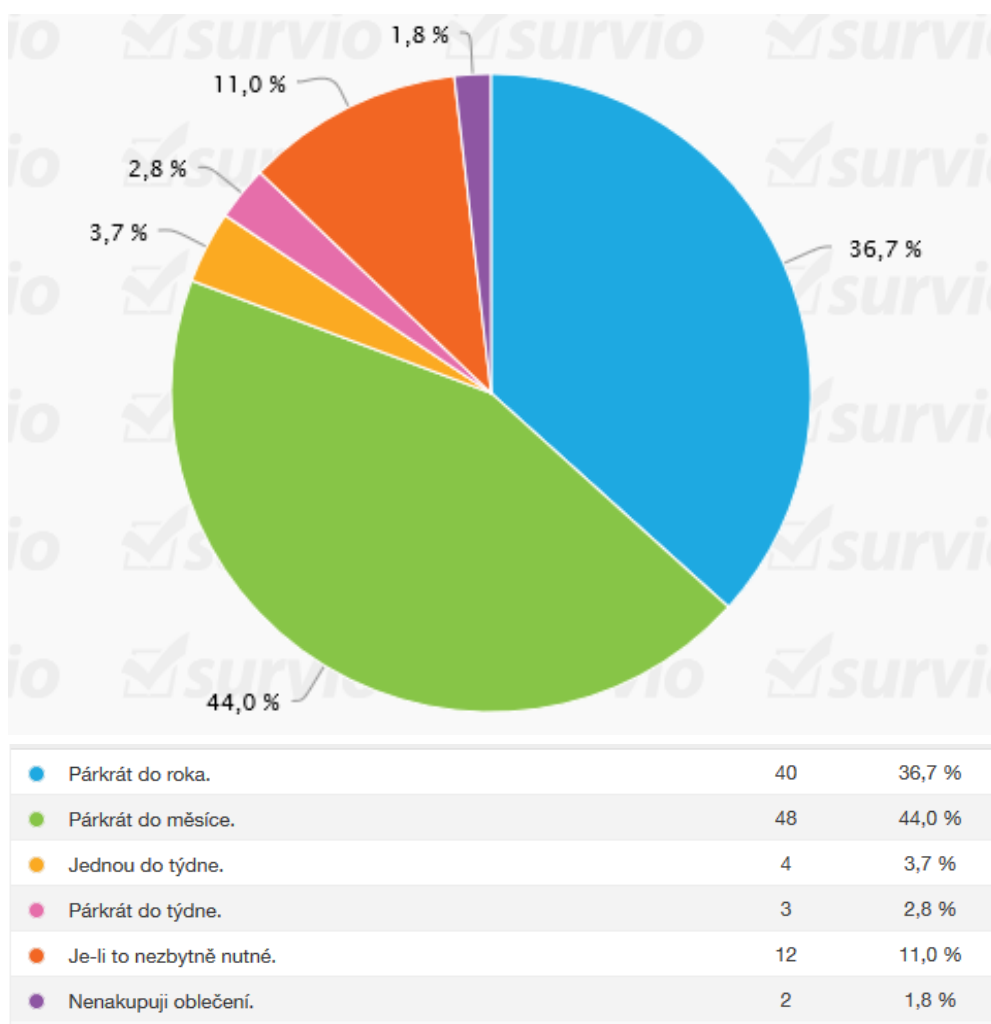
A nutno říci, že výsledky překvapily nás samotné. Tím, že jedna z nás poměrně často „vymetá“ second-handy a často dědí po známých a rodinných příslušnících, a druhá si zase potrpí na originalitu a osobní styl (tudíž má ráda butikové oblečení), rozhodně jsme nečekaly, jak moc bude v našich šatnicích Fast Fashion převažovat! Rozhodně nás to přimělo k zamýšlení nad tím, abychom se příště zamyslely dvakrát, než prohlásíme, že rychlou módu podporujeme jen minimálně!

## **6.2 Dotazník**

Pro zjištění veřejného povědomí o tématu jsme seznaly za nutné vytvoření krátké ankety (viz. *Příloha 1*). V ní jsme se ptaly na preference respondentů (z kvantitativního hlediska) zdali jim záleží na kvalitě a pokud pojem Fast Fashion někdy slyšeli. Anketa byla vytvořena přes webový dotazník [survio.com](https://www.surveymonkey.com), přičemž byl dotazník anonymní, s celkovým počtem respondentů 109. Anketa probíhala v období od 21. ledna 2017 do 12. února 2017. Výsledky jsou následující:

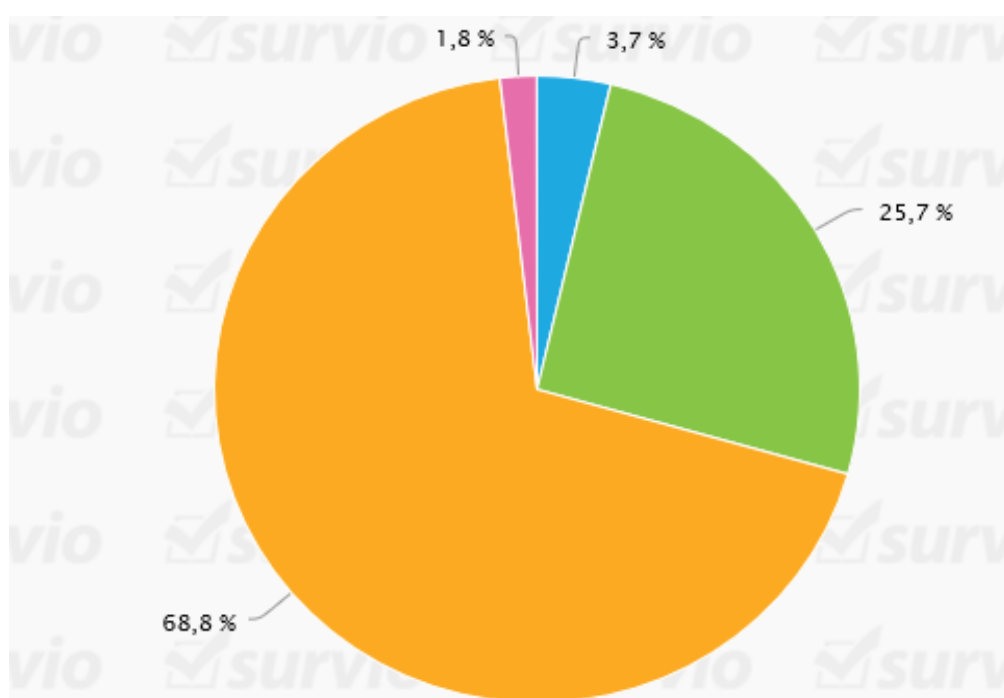
## Ot. č. 1: Jak často nakupujete oblečení?

Na tuto otázku odpověděla největší část respondentů (44%) „Párkrát do měsíce,“ což byl dle našeho názoru vcelku očekávatelný, ovšem zároveň alarmující výsledek. Několikrát měsíčně je totiž rozhodně častěji, než průměrný člověk potřebuje, a vyplývá z toho, že většina takových lidí s největší pravděpodobností podporuje Fast Fashion (což se nám v další části dotazníku víceméně potvrdilo). Druhá nejčastější odpověď – „Párkrát do roka“, již byla mnohem přijatelnější. Co nás ovšem mírně šokovalo, bylo 2,8% lidí, jež na nákupy vyráží dokonce párkrát do týdne.



## Ot. č. 2: Záleží Vám na ceně oblečení?

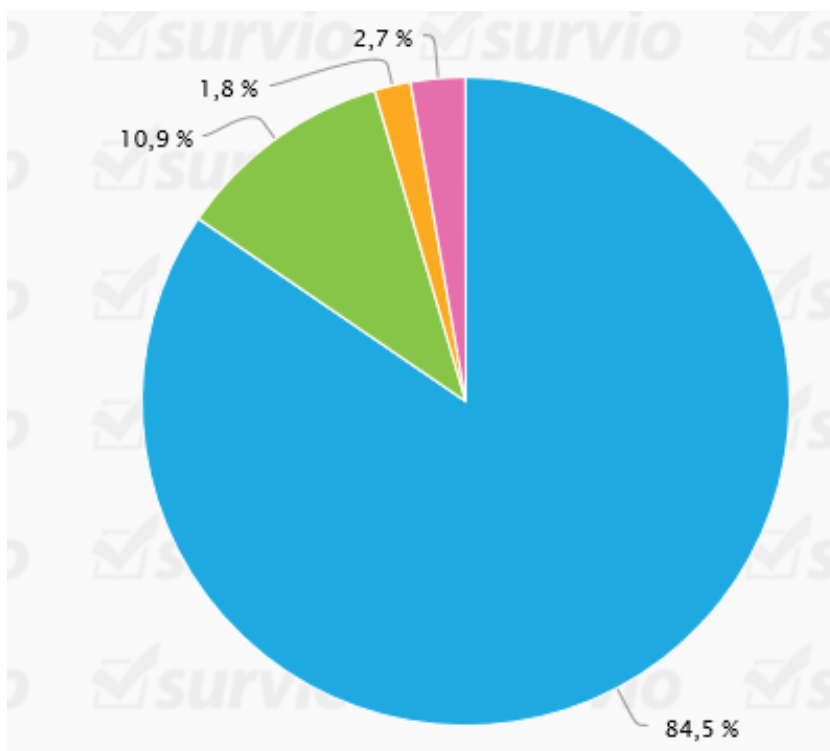
Výsledky této otázky byly více než alarmující. Pouze pro 3,7% dotazovaných je při nákupu nejdůležitější kvalita. 1,8% respondentů odpověděla, že preferují dražší výrobky, což většinou také znamená, že nepocházejí z Fast Fashion řetězců. Ovšem zbylých 94,5% lidí buď na cenu hledí (i když ne vždy je pro ně rozhodujícím faktorem), nebo dokonce záměrně nakupují co nejlevnější výrobky. Tím se ukazuje, jak moc lidí rychlou módu (ač třeba nezáměrně) vlastně podporuje.



● Ne, hlavní je kvalita.	4	3,7 %
● Co nejvýhodnější cena.	28	25,7 %
● Hledím na cenu, ale není rozhodující.	75	68,8 %
● Záměrně preferuji dražší výrobky.	2	1,8 %

### Ot. č. 3: Kde převážně nakupujete?

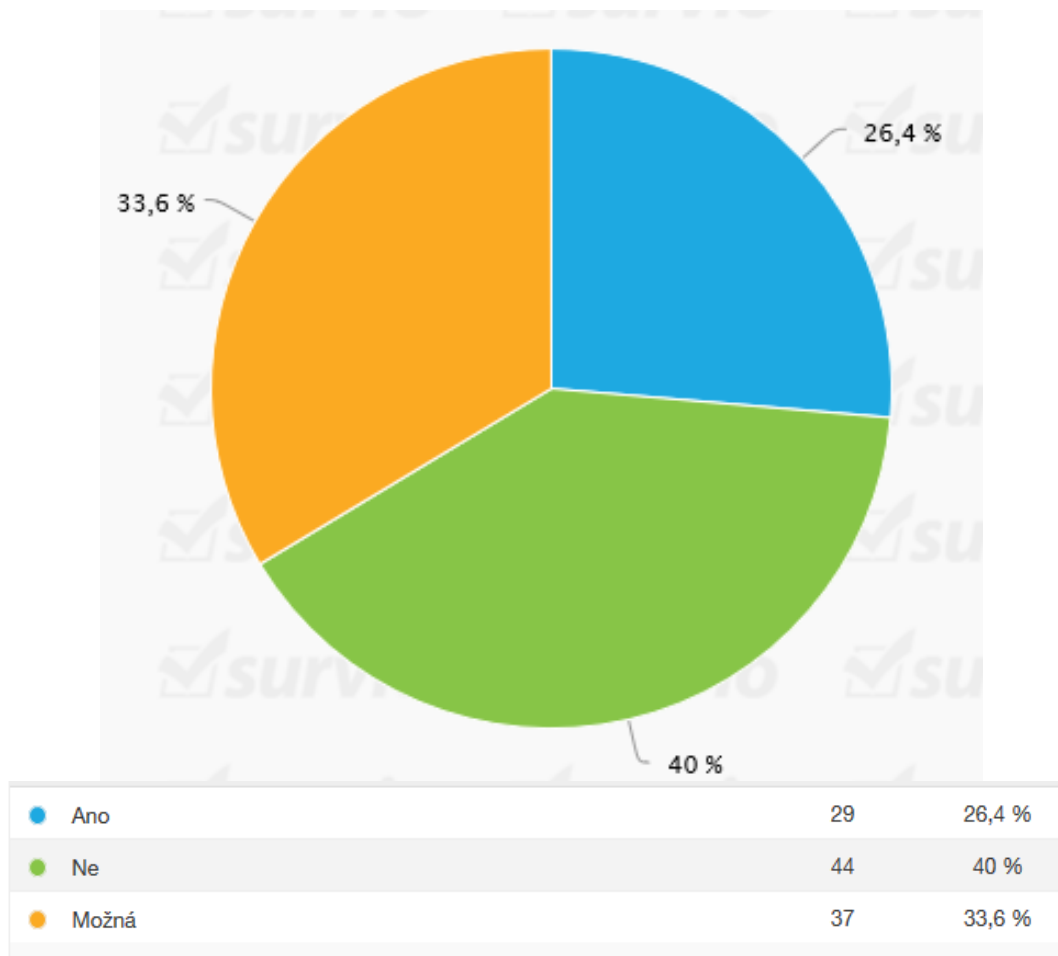
Výsledky třetí otázky jsou zcela jednoznačné. Naprostá většina respondentů (84,5%) nakupuje v typických Fast Fashion řetězcích – tedy V Zaře, H&M či třeba v Ústí nad Labem velmi oblíbeném NewYorkeru. Pouze 10,9% dotazovaných oblečení dědí, či pořizuje v second-handech, a naprostá menšina (1,8% a 2,7%) lidí preferuje butiky, či tzv. „handmade“ kousky. Přesně takové výsledky jsme očekávaly.



● Řetězce typu NewYorker, HM, ZARA...	93	84,5 %
● Second-hand/dědím oblečení.	12	10,9 %
● Výhradně butikové oblečení.	2	1,8 %
● Preferuji menší značky/ručně šité kousky.	3	2,7 %

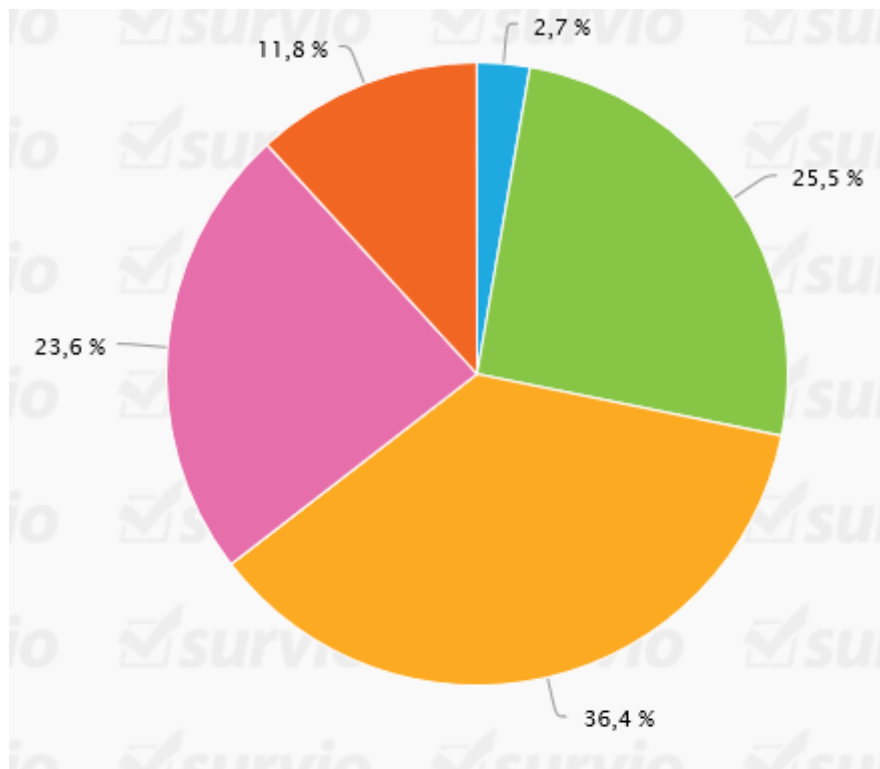
#### Ot. č. 4: Slyšeli jste někdy o pojmu „Fast Fashion“?






Pouze 26,4% dotázaných lidí již o pojmu Fast Fashion někdy slyšelo, což, abychom pravdu řekly, je ještě méně, než jsme očekávaly. Zbýlých 73,6% respondentů buď pojem možná někde zaslechlo (33,6%), nebo ho neslyšelo nikdy (40%). Když jsme dotazník vytvářely, očekávaly jsme, že alespoň tak 40% lidí odpoví, že již pojem slyšeli. Namísto toho však oněch 40% (tedy nejvyšší ze tří čísel) pojem paradoxně neslyšelo nikdy.



### Ot. č. 5: Pokud jste o tomto tématu slyšely, jaký si myslíte, že má dopad?

Velká většina odpovídajících o tomto tématu nebyla dostatečně obeznámena na to, aby mohla otázku objektivně zodpovědět (23.6%), nebo o něm neslyšela vůbec (36.4) 11.8% zastávalo neutrální postoj. Podle 25,5% respondentů jsou dopady rychlé módy negativní, s čímž nesouhlasila pouhé dvě procenta, která jsou přesvědčena o pozitivních důsledcích industrializace zemí třetího světa.



	Je pozitivní, zemím třetího světa přináší mnoho pracovních míst a lepší životní úroveň.	3	2,7 %
	Je negativní, rychlá móda má negativní dopad jak na planetu, tak i na lidské zdraví.	28	25,5 %
	Neslyšel/a jsem o tomto pojmu.	40	36,4 %
	Nevím, nejsem s ním dostatečně obeznámen/a.	26	23,6 %
	Zastávám neutrální postoj	13	11,8 %

Z výsledků máme důvodné podezření, že většina respondentů o tomto pojmu nikdy v životě neslyšela. Dále je možno předpokládat, že vysoké číslo odpovědi týkající se módních řetězců naznačuje, že většina dotazovaných nevědomky zrychlování módy jak přímo, tak i nepřímo podporuje. Pokud bychom těchto 84,4% přenesly na celosvětové měřítko<sup>7</sup> (respondenti se skládali výhradně z českých občanů), pak je tento výsledek alarmující. Důvodu k znepokojení může být i vysoké číslo týkající se ceny výrobku, nemůžeme ovšem zaručit 100% přesnost, pokud bychom totiž mohli parafrázovat českou národu, jsme národem doslova vysazeným na slevy a nízkou cenu.

### 6.3 Cenová relace podobného oblečení

Jak jsme se již zmiňovaly v teoretické části, chtěly jsme se přesvědčit, jestli zmiňované řetězce využívají stejného dodavatele látek a materiálu a zdali se liší pak jen v zadaném střihu a eventuelně cenou. Vybraly jsme 5 známých řetězců – bohužel je nemůžeme kvůli povolení jmenovat, ovšem jedná se o řetězce, jež jednoznačně patří do skupiny těch Fast Fashion podporujících. V každém jsme dle posledního trendu vybraly a vyzkoušely 3 kusy oblečení, a to:

- ❖ Kabelku s min. rozměry 35x20 cm, nejlépe koženkovou, černou se zlatými přezkami. (kromě obchodu č.5 testováno ve všech)
- ❖ Parku, nejlépe v khaki barvě, s napodobeninou kožešinového límce.
- ❖ Šál či pléd jiného nežli bavlněného materiálu.

V tabulce jsme vyhodnotily následující:

	Obchod 1	Obchod 2	Obchod 3	Obchod 4	Obchod 5
Země výroby	Bangladéž	Bangladéž, Čína	Turecko, Bangladéž	Turecko, Bangladéž	Bangladéž
Cena za komplet	2797 Kč	2557 Kč	1858 Kč (bez kabelky)	1997 Kč	1897 Kč

Pořídily jsme také fotografie z jednotlivých obchodů, na nichž lze posuzovat podobnost:

<sup>7</sup> Čímž jsou myšleny pouze země, v nichž se tyto řetězce vyskytují, tj. většina zemí vyjma rozvojových apod.



(Pozn. U tří obrázků se nám nepodařilo zakrýt cedulky (na nichž byl někdy vidět i název řetězce), proto jsme je v programu na úpravu fotografií zakryly černými skvrnami s nápisem „zakrytá cedulka.“)



Jak jde vidět na přiložených obrázcích, podobnost byla často veliká – obzvláště mezi parkami na obrázcích 2 až 5, a kabelkami na obrázku 4 a 5. Také nám připadalo, že jsou šály na obrázcích 1 a 3 nejen vzhledově podobné, ale i vyrobené z naprosto stejného materiálu. I většina testovaných bund se zdála být vyrobena z identických materiálů, a někdy se opravdu lišily se jedině odstínem (obchod 4 a 5). Ovšem bundy z obchodů 2 a 3 nám připadaly stejné jak materiálově, tak stříhově, tak barevně. Ovšem jejich ceny se lišily o 740 Kč (v obchodu 2 stála bunda 1259 Kč a v obchodu 3 stála 1999 Kč.)

Je tedy dost možné, že mohlo být oblečení šito ve stejných fabrikách, jak je zmíněno ve článku 2.2.

## 6. 4 Vlastní přednáška

Poté, co jsme udělaly průzkum, rozhodly jsme se o tomto problému informovat i své nejbližší okolí – rodinu a spolužáky. Základní Umělecká Škola Evy Randové v Ústí nad Labem nám poskytla prostory pro konání pár skromných přednášek, které jsme nazvaly – „*Fast Fashion – jste i vy otroky rychlé módy?*“, ve kterých jsme o tomto tématu přednášely a volně diskutovaly. (viz. Přiložené foto) a vytvořily i informační stránku (adresa: [FastFashion.wgz.cz](http://FastFashion.wgz.cz)) a propagační letáček naší přednášky (viz. Příloha 2)



## 7 ZÁVĚR

V naší práci jsme se věnovaly jak teorii, tak i praktické části. Vysvětlily jsme pojem Fast Fashion a základní pilíře, na nichž stojí. Věnovaly jsme se také jejím dopadům, a to jak na životní prostředí, tak na lidi, jež jsou v módním průmyslu zaměstnáni či žijí v oblasti, jež je jím ovlivněna. V rámci praktické části jsme poté provedly několik výzkumů, jejichž výsledky byly pro nás překvapivé – ovšem ne pozitivně. Byly jsme šokovány například tím, jak málo lidí vůbec o rychlé módě někdy slyšelo, či jak moc jsme jí ovlivněny i my samotné. Obě doufáme, že díky naší malé přednášce a prezentaci v rámci této Středoškolské Odborné Činnosti jsme v nemalé míře přispěly k povědomí v řadách studentů. Co nás ale překvapilo, je jak moc jsme Fast Fashion samy ovlivněny a že jsme dost možná na rychlé módě závislé.

Z důvodů toho, že se jedná o globální problém, je bohužel pak už na každém jednotlivci, který se přinejmenším doslechl o našem tématu, jestli hodlá tento problém řešit. Pokud se tedy bude osvěta ohledně tohoto moderního problému mezi konzumenty Fast Fashionu šířit, k čemuž doufejme, přispěla i tato práce, mohlo by se částečně zastavit zhoršování životních podmínek a zrychlování módy samotné.

Ke zlepšení poměrů můžeme nanejvýše doporučit pokusit se tento trend obrátit, zpomalit ho – nastolit nový trend módy, a to módu pomalou – „Slow Fashion.“ Nejlepším takovým řešením je rozumně uvažovat o adekvátnosti ceny materiálu a lidské práce, zaměřovat se více na nákup v second-handech či bojkotovat postupy velkých módních řetězců.

Pokud by tato myšlenka inspirovala velký počet zájemců, máme důvod se domnívat, že by došlo nejen k zlepšení podmínek v rozvojových zemích, ale i v těch **primárně** industrializovaných – textilní průmysl by se teoreticky mohl vrátit do našich končin, díky čemuž by pak našlo uplatnění mnoho nezaměstnaných lidí, nejen bez středoškolského titulu.

## 8 POUŽITÁ LITERATURA

HOSKINS, TANSY *Stitched Up: The Anti-Capitalist Book of Fashion* V Londýně: Fernwood publishing, 2014. ISBN 9780745334561

EAGAN GRETA *Wear No Evil: How to Change the World with Your Wardrobe* Ve Philadelphii: Running Press; 2014. ISBN 9780762451890

CLINE ELIZABETH *Overdressed: The Shockingly High Cost of Cheap Fashion* V New York: The Penguin group; 2012. ISBN 8601400313541

SIGLE LUCY *To Die for: Is Fashion Wearing Out the World?* V Londýně: Fourth Estate; 2011. ISBN 9780007264094

MINNEY SAFIA *Slow Fashion: Esthetics Meets Ethics* V Oxfordu: New Internationalist ebook; 2016. ISBN 9781780262857

BROOKS ANDREW *A Cut from Clothing Poverty; the hoden World of Fast Fashion and Second-hand Clothes* V Londýně: Zed Books; 2015

Draze vykoupená móda. *100+1*. 2016, 52. (speciál - zahraniční zajímavosti), str. 52 - 55.

.

## 9 SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

Obr. 1: Proces ze skříně .....	17
Obr. 2: Koláčový graf 1 .....	18
Obr. 3: Koláčový graf 1 - legenda .....	18
Obr. 4: Koláčový graf 2 .....	19
Obr. 5: Koláčový graf 2 - legenda .....	19
Obr. 6: Koláčový graf 3 .....	20
Obr. 7: Koláčový graf 3 - legenda .....	20
Obr. 8: Koláčový graf 4 .....	21
Obr. 9: Koláčový graf 4 - legenda .....	21
Obr. 10: Koláčový graf 5 .....	22
Obr. 11: Koláčový graf 5 - legenda .....	22
Obr. 12: Obchod 1 .....	23
Obr. 13: Obchod 2 .....	23
Obr. 14: Obchod 3 .....	23

Obr. 15: Obchod 4 .....	23
Obr. 16: Obchod 5 .....	23
Obr. 17: Přednáška.....	24

Tab. 1: Průzkum vlastní skříně, Times New Roman 12b.....	16
----------------------------------------------------------	----

Tab 2: Průzkum cenové relace a identity oblečení, Times New Roman 12 b.....	23
-----------------------------------------------------------------------------	----

## 10 SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ODKAZŮ

*Zara a Fast Fashion* [online]. [cit. 2017-02-13]. Dostupné z: <http://www.forbes.com/sites/walterloeb/2015/03/30/zara-leads-in-Fast-Fashion/#247dbd6061d7>

*Why does everyone hates Monsanto* [online]. [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: <http://modernfarmer.com/2014/03/monsantos-good-bad-pr-problem/>

*2013 Savar building collapse*. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/2013\\_Savar\\_building\\_collapse](https://en.wikipedia.org/wiki/2013_Savar_building_collapse)

*Znečištění vody*. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2017-02-13]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Zne%C4%8Di%C5%A1t%C4%9Bn%C3%AD\\_vody](https://cs.wikipedia.org/wiki/Zne%C4%8Di%C5%A1t%C4%9Bn%C3%AD_vody)

*Nonylfenoly*. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2017-02-13]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Nonylfenol>

*DETOX Tour* [online]. [cit. 2017-02-13]. Dostupné z: <http://www.greenpeace.org/czech/cz/Kampan/Toxicke-znecistenivoda/detoxtour/Detox-Tour-2011/>

## 11 PŘÍLOHA 1: MÓDNÍ DOTAZNÍK/ANKETA

Příloha obsahuje celý online dotazník, který jsme použily pro náš výzkum.

Jak často nakupujete oblečení

- Párkrát do roka.
- Párkrát do měsíce
- Jednou do týdne
- Párkrát do týdne
- Je-li to nezbytně nutné
- Nenakupuji oblečení.

Záleží Vám na ceně oblečení?

- Ne, hlavní je kvalita
- Co nejvýhodnější cena.
- Hledím na cenu, ale není rozhodující.
- Záměrně preferuji dražší výrobky

Kde převážně nakupujete oblečení?

- Řetězce typu NewYorker, HM, ZARA...
- Second-hand/dědím oblečení.
- Výhradně butikové oblečení.
- Preferuji menší značky/ručně šité kousky.

Slyšeli jste někdy o pojmu Fast Fashion?

- Ano
- Ne
- Možná

Pokud jste slyšely o pojmu „Fast Fashion“, má podle Vás negativní nebo pozitivní dopady?

- Je pozitivní, zemím třetího světa přináší mnoho pracovních míst a lepší životní úroveň.
- Je negativní, rychlá móda má negativní dopad jak na planetu, tak i na lidské zdraví.
- Neslyšel/a jsem o tomto pojmu.
- Nevím, nejsem s ním dostatečně obeznámen/a.
- Zastávám neutrální postoj



## 11 PŘÍLOHA 2: LETÁČEK

○



# CO JE TO FAST FASHION



*Provázaný systém, jež ovládá svět...*

Práce v otrockých podmínkách, ničení planety i lidských životů.  
To vše je součástí "Rychlé módy."

Jsi také její součástí?

Informuj se! → [fastfashion.wgz.cz](http://fastfashion.wgz.cz)