

A FENNTARTHATÓ DIVATIPAR JOGI SZABÁLYOZÁSA

FARKAS Dóra
PhD-hallgató (PPKE JAK)

1. Bevezetés

A divatipar elmúlt húszéves fejlődése környezeti és társadalmi katasztrófák okozójává vált, ez az iparág a Föld negyedik legszennyezőbb termelési ágazata lett. Nehéz elhinni, hogy a ruháink gyártása során annyi szennyező anyag kibocsátása történik a természetbe, hogy ezzel a fenntartható fejlődést teljes egészében veszélybe sodorja. Nemcsak a környezetszennyezés a textilipar káros velejárója, hanem a gyártást végző munkások szociális és társadalmi helyzete is embertelen, ez a modernkori kiszákmányolás. Kialakult, illetve létrejött az 1990-es évek végén, egy új üzleti modell melynek neve „*fast fashion*”, azaz a gyors (gyorsan változó) divat, amely a profit termelésben is az elsők között szerepel az iparágak versenyében. A vásárlók a textilipar által okozott drámai hatásokra akkor figyeltek fel először, amikor Bangladesben egy gyár összeomlott, ami több mint ezer ember halálát okozta. Ekkor indultak el azok a mozgalmak, amelyeket a környezettudatos társadalmi szervezetek indítottak, hogy megállítsák az embertelen körülmények között készülő olcsó ruhaneműk tucat gyártását. Ezekből a társadalmi törekvésekből nőtték ki azok a megállapodások, amelyeket az ENSZ és az Európai Unió szorgalmazott, hogy valós cselekvési terv kell a környezeti és szociális katasztrófák megállítására. Elengedhetetlen, hogy mi, vásárlók, ne változtassunk az öltözködési szokásainkon, annak érdekében, hogy megvédjük a Földünket. Így alakult ki a „*slow fashion*” irányzata, amely tudatos fogyasztókat igényel, akik nem befolyásolhatók a közönségi média által sem, hogy mindig az új divatnak megfelelően nézzenek ki. Ferenc pápa enciklikája a Laudato Si, nemcsak a keresztény világnak szól, hanem az egész emberiségnek, hogy noha az utolsó órában vagyunk, de összefogással még mindig megmenthető a Föld és annak természeti kincsei, s amelynek legfontosabb üzenete az egyéni felelősség, hogy mi is tehetünk a megmentésért, sőt első az önvizsgálat és az önszabályozás. „A tényleges változtatás stratégiája megkívánja, hogy folyamatok egészét gondoljuk át, mert már nem elég felületes ökológiai megfontolásokkal megtüzdelni azokat, miközben nem

kérdőjelezzük meg a mai kultúra alapjául szolgáló logikáját.¹ Ennek szükséges része a divatipar, illetve a textil gyártás egész folyamatának azonnali jogi szabályozása, annak érdekében, hogy az iparág fenntarthatóvá válhasson rendkívül rövid időn belül. A csel-evési tervek elkészültek, de lépni kell és minden érintett államban szabályozni kell a körforgásos gazdálkodásra történő átállást. Szabályozni kell a káros anyagok kibocsátásának minimalizálását és az etikus, emberjogi normáknak megfelelő munkahelyek megteremtését is. Az oktatás részévé kell válnia, hogy tudatos vásárlókat neveljünk a jövő generációiból. Ahogy XIV. Benedek pápa mondta: „Bátor döntések kellenek, amelyek újratertik a szoros szövetséget az ember és a Föld között.”² A tanulmányban a ‘gyors divat’ kialakulását, az iparág környezetre gyakorolt hatásait, és az arra vonatkozó nemzetközi, és az uniós jogi szabályozási rendszereket ismertetem, amelyek már hatályban vannak, illetve a közeljövőben hatályba lépőket.

2. A divat kialakulása

Nehéz meghatározni, mit is jelent a divat: valójában mindannyian egy látványra, külsőségre asszociálunk a szó hallatán, pedig minden ruha és szokás mögött van valami több. A divat olyan társadalmi jelenség, amely egy adott földrajzi területen, egy adott történelmi pillanatban, egy kultúrán belül, személyes megerősítést céloz meg, olyan viselkedési és esztétikai modellekkel, amelyek célja, hogy egy csoport vagy kollektíva részének érezzük magunkat.³ A divat kifejezés, a latin modusból származik, ami módot, normát, szabályt, mértékletességet és álcázást is jelent, jelentését nézve nem csak az öltözködésre utal, a társadalmi szokások több területén is megjelenik, és a különböző korok viselkedési normáit is felöleli. Ruházatunk hatalmas fejlődésen ment keresztül attól kezdve, hogy a paleolitikumban az ember az időjárás viszonyosságaitól védte testét és szőrrel takargatva magát, túlélte a jégkorszakot. A történelem előtti idők után, amikor az öltözet csak a védelmet látta el és szükségből született, lassan átalakulva már a szépséget kereste, és az emberi vágy is motiválta, hogy valami mélyebbet képviseljen – megszületett a divat. Már a neandervölgyi ember idején szokás volt bogycsőrű kinyert festékekkel színezni a testet és kagylókkal díszíteni az állatbőrrel készült ruha-kezdemenyeket, hogy kifejezzék az egyéniségüket és az együvé tartozásukat. Az öltözködés a történelem előrehaladtával egyre fontosabb társadalmi funkciót kapott, amelynek immár célja a különböző társadalmi osztályok megkülönböztetése volt.⁴ A feudalizmusban a ruházat pontosan arra szolgált, hogy megkülönböztesse az urat a vazallusaitól és a plebejusoktól. A ruhák színeiben gazdagok voltak és azon család címerét viselték, amelyhez tartoztak. Ebben az időben a társadalmi osztályok

¹ FERENC pápa: *Laudato si'* kezdetű enciklikája közös otthonunk gondozásáról. Róma, 2015. jún. 18. [a továbbiakban: LS] 197. pont. <https://katolikus.hu/dokumentumtar/laudato-si>

² A pápa zöld üzenete. *Hetek* online, XI. évf., 37. szám, 2007. szeptember 14. <https://epa.oszk.hu/00800/00804/00499/66043.html>

³ F. DÓZSA Katalin – SZATMÁRI Judit Anna – SZENTESI Réka (szerk.): *Divat, kultúra, történelem. Divat-történelmi tanulmányok*. Budapest, ELTE Eötvös, 2018.

⁴ Yuniya KAWAMURA: *Fashion-ology. An Introduction to Fashion Studies* Berg Publishers, 2004. 13–42.

öltözete nagyban különbözött az egymáséitól, amit szigorú szabályok határoztak meg, mikor ki és mit viselhet. A ruházat egyfajta személyazonosító igazolvány volt.⁵ Ez a szokás a francia forradalom alatt kezdett megváltozni, amikor életveszélyes volt nemesi ruhában és parókában járni az utcán. Majd megjelent a mechanikus szövőszék, ami forradalmasította a textilgyártást és ezáltal a divatot is, az alsóbb társadalmi rétegek számára ettől kezdve elérhetőbbé vált a változatos ruha, bár az elmúlt évszázadokban a divatos ruházat csak a gazdagok kiváltsága volt, főleg a textilek és a színező anyagok költségessége miatt. A huszadik század hozta a legnagyobb változást az öltözködésben, a nők elhagyták a fűzöt, megrövidítették a szoknyát, a hajukat, és nadrágot kezdtek el viselni. A mai divat teljesen más megjelenést ölt, valójában sokkal inkább demokratizálódott a ruházatunk, mint bármi más a történelemben. A divat folyamatosan fejlődik és változik, a közösségi hálózatok megjelenésével egy olyan gyorsaságot ért el, amire senki nem számított.

2.1. A fast fashion kialakulása

Maga a jelenség az 1990-es évek végén megszületett üzleti modell neve, amely a Föld lakóinak az öltözködését teljes egészében átalakította, megváltoztatta és ezzel együtt új vásárlási szokásokat alakított ki. Ez az angol kifejezés a kereskedelem azon ágazatát jelöli, amely nagyon alacsony áron állít elő gyenge minőségű ruhákat, az új kollekciók az üzletekben gyorsan elérhetőek és folyamatosan megújulnak, akár szinte naponta.⁶ A *fast fashion* üzleti modell arra épül, hogy a vezető nagy divatházak által bemutatott új kollekciókat lemásolják és már két héttel később töredék áron megvásárolhatóak a rossz minőségű kópintások. Ennek a gyors gyártásnak a feltétele az olcsó, korlátlanul terhelhető munkaerő és – sajnos – a kontinensek közötti textilkereskedelemre vonatkozó jogi szabályozás hiánya. Az ázsiai országokban található alacsony költségű munkaerő hozzájárult a *fast fashion* iparág fejlődéséhez és növekedéséhez.⁷ Az alacsony munkaerőköltség, a laza munkajogi szabályozások és a tömeggyártás infrastruktúrája vonzóvá tette ezeket az országokat a nemzetközi ruházati cégek számára, mert lehetővé teszi, hogy rendkívül alacsony áron gyártsák termékeiket.⁸ Banglades, Kína, Vietnam, Kambodzsza és India mind nagy szerepet játszanak a globális ruházati gyártásban. A divatosság érzését bárki átélheti, nem kell gazdagnak lenni ahhoz, hogy a legújabb divat diktálta kosztümöket és öltönyöket viselhessék már a magazinokban való megjelenéskor. A *fast fashion* a divat demokratizálódási folyamatának is tekinthető, amely jelenség lehetővé teszi, hogy mindenki a legújabb trendek szerint öltözködjön. Az így gyártott termékek különösen vonzzák a stílusra és a divatra jobban odafigyelő fiatal

⁵ Sorpresa: anche l'uomo di Neanderthal si vestiva alla moda. *ilGiornale.it*, 23 Febbraio 2011. <https://www.ilgiornale.it/news/sorpresa-anche-l-uomo-neanderthal-si-vestiva-moda.html>

⁶ Glenn SCHLOSSBERG: The Effect of Globalization on Fast Fashion. *Medium*, 24. 09. 2019. <http://tinyurl.com/5avcx5e>

⁷ Thomas DANA: *Fashionopolis: The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes*. Penguin Press, 2019.

⁸ Rashmila Maiti: Fast Fashion and Its Environmental Impact. *Earth.Org* 2024.01.5. <https://earth.org/fast-fashion-detrimental-effect-on-the-environment/>

nőket és lányokat, akik szeretnek lépést tartani a legfrissebb irányzatokkal, de nem tudnak vagy nem akarnak túl sokat költeni az öltözetükre. Ez önmagában támogató törekvés lehet, de ami az egész iparág mögött húzódik és számokban kifejezhető, az viszont drámai. A fő gond az a mód, ahogy ez megvalósul és az a pszichológiai hadviselés – mert nyugodtan nevezhetjük annak –, ami folyamatos vásárlásra buzdít, különösen a közösségi média által. Bárhol tudunk ruhaneműt vásárolni, a világ bármely pontján és bárhol, nincs akadály, az online vásárlás nem szab határt, napi huszonnégy órában egy kattintással már miénk is a legújabb divat szerinti viselet.⁹ Egy kiló cseresznye áráért tetőtől talpig felöltözködhetünk. A gyors divat nem különbözik a gyorsétteremtől, a kifejezés is innen ered: a termék addiktív, első ránézésre tökéletes, olcsón megvásárolható és szinte bárhol megtalálható, de nem tápláló, inkább káros.¹⁰ 2016-ban csak a H&M 427 új üzletet nyitott, ez majdnem napi 1,17 üzlet.¹¹ A képernyőről, a kirakatokból csak azt sulykolják, hogy ezt vedd meg, ez nagyon olcsó, ez megéri; ha nem ilyet viselsz, már nem vagy trendi, és ha hármat veszel a negyedik ingyen van. A kisgyerekeket mesefigurák és focisták képeivel befolyásolják, de háromhavonta változik a celebek listája. A marketing hihetetlen széles eszköztára miatt már nem csak a nőket befolyásolják, hogy milyen ruhát és kiegészítőt válasszanak. Az influencerek, akik a hivatalos befolyásolók, folyamatos nyomás alatt tartják az embereket, sőt a gyártó cégek alkalmazzák őket, hogy a forgalmukat növeljék.¹² „A gazdasági hatalmak folytatják a mostani világrendszer igazolását, amelyben a spekuláció és az anyagi haszon hajszolása áll első helyen. [...] A piac, amely azonnali haszonra törekszik, tovább gerjeszti a keresletet. Ha valaki kívülről figyelné a bolygó társadalmát, elképedve látná ezt az olykor öngyilkosnak tűnő magatartást.”¹³ A profit hajszolása mellett a globalizáció eredménye, hogy ma már divatosnak lenni nem kiváltság, igaz ennek az az ára, hogy elveszítette az emberiség azt a fontos lehetőséget, hogy az öltözetünk, a személyiségünk és az egyéniségünk kifejezésének módja maradjon. Virginia Woolf egykor így fogalmazta meg: „a ruhák viselnek minket, nem mi őket.”¹⁴

2.2. A vásárlási szokások változása

A kényszeres vásárlás, vagy impulzusvásárlás olyan vásárlási szokás, amelyet a hirtelen és gyors döntések jellemeznek, gyakran anélkül, hogy a vásárló alaposan megfontolná a vásárlás következményeit. Ez a jelenség gyakori a fogyasztói társadalomban, ahol a folyamatos marketing és reklámozás arra ösztönzi az embereket, hogy vásároljanak, gyakran olyan dolgokat is, amelyekre valójában nincs szükségük. Ennek számos oka lehet, így stresszreakció vagy érzelmi reakció, amikor vásárlással próbálják

⁹ SCHLOSSBERG i. m.

¹⁰ Samantha LEIGH: Fast fashion and fast food. *Huffpost*, 10.04.2017. <http://tinyurl.com/389sbmc8>

¹¹ H&M Annual Report. 2016. <http://tinyurl.com/ywjb52a4>

¹² Mi az influencer jelentése? Az influencerek négy típusa. Ld.: <http://tinyurl.com/33rs45we>

¹³ LS 55. pont.

¹⁴ Dana THOMAS: *Fashionopolis. The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes*. London, Head of Zeus, 2019. 3.

enyhíteni a negatív érzéseiket. Egyesek számára a vásárlás egyfajta szórakozás, míg mások számára a fogyasztás az önazonosság részét képezi, és segít abban, hogy jobban érezzék magukat. A *fast fashion* iparág különösen elősegíti a kényszervásárlást, gyakori kollekcióváltásaival, alacsony áraival és folyamatos marketing kampányaival, amelyek folyamatosan újabb és újabb vásárlásra ösztönzik a fogyasztókat. Mindez egyrészt hozzájárul a túlfogyasztáshoz és a pazarláshoz, ami környezeti problémákat okoz, másrészt az impulzusvásárlások gyakran anyagi terhetek rónak a vásárlókra, és hozzájárulnak a túlzott adósságok kialakulásához. A fogyasztók számára is könnyebb és egyszerűbb az olcsó, rövid élettartalmú textil termékeket vásárolni, mint a kiváló minőségű, tartós, de rövid időn belül divatból kimenő ruhákat. Ezen üzleti modell arra készíti a fogyasztókat, hogy folyamatosan, szinte nap, mint nap olcsó és rossz minőségű ruhákat vásároljanak, amelyeket gyorsan eldobnak, illetve a megvásárolt termékeknek a hatvan százalékát soha fel sem veszik.¹⁵ A szektor a lakosság egyre nagyobb igényeit szolgálja, míg a fogyasztók hihetetlen mértékben növelik a textilipar évről évre történő növekedését, amit az alábbi ábra is jól mutat számokban kifejezve.



Az ábra forrása: <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20201208STO93327/>

Számos tanulmány kimutatta, hogy a fogyasztók jelentős része rendszerint nem használja az általuk vásárolt ruhákat. Egy 2019-es brit tanulmány szerint például a brit

¹⁵ Olivia LAI: What is fast fashion? *Earth.Org.*, 10. 11. 2021. <https://earth.org/what-is-fast-fashion/>

fogyasztók ruhatárában átlagosan 57 darab nem használt ruha található, sőt az emberek átlagosan 16 darabot vásárolnak minden évben, amit soha nem viselnek. A Wall Street Journal 2016-os cikkében azt állította, hogy az amerikaiak átlagosan csak húsz százalékát viselik rendszeresen ruhatáruk tartalmának.¹⁶ Ez azt jelenti, hogy a ruhák nagy részét ritkán vagy soha nem használják. Nem csak a fogyasztók nem használják a megvásárolt ruhaneműket és kiegészítőket, és pakolják egyik szekrényből a másikba, a még soha fel nem vett darabokat, hanem az áruházak és a raktárak is tele vannak eladatlan textil termékek tonnáival. A ruházati termelés 2000 óta nagyjából megduplázódott. Míg 2014-ben az emberek hatvan százalékkal több ruhát vásároltak, mint 2000-ben, addig csak feleannyi ideig tartották meg a ruhákat. Európában a divatcégek a 2000-es évi átlagos évi két kollekcióról 2011-re ötre nőttek és jelenleg a H&M 12-16 közötti kollekció számnál tart. Egyes márkák még többet kínálnak, a Zara a spanyol divat óriás, évente 24 kollekciót ad ki. Sok ruha a szeméttelenen köt ki. Számítások szerint a Földön egy ruhával teli kukásautónak megfelelő mennyiséget égetnek el vagy dobnak ki hulladéklerakóba minden másodpercben.¹⁷ A textíliák nyolcvanöt százaléka kerül évente hulladéklerakókba.¹⁸ Ez elég ahhoz, hogy évente megtöltse a sydney-i kikötőt. Becslések szerint globálisan évente 92 millió tonna textilhulladék keletkezik, és ez a szám 2030-ra várhatóan évi 134 millió tonnára fog emelkedni¹⁹. „A probléma az, hogy a ruházat, biológiailag nem lebomló, és vegyi termékekkel rendelkezik, ezért nem fogadják el a városi hulladéklerakókban.” – mondta Franklin Zepeda, az EcoFibra alapítója, aki szigetelő paneleket gyárt az eldobott ruházati termékek felhasználásával. Ezért az elmúlt években, miután a hulladéktelepek megteltek és már nem veszik át a divatipar dömping mennyiségű, soha nem használt termékeit, kellett találni egy megoldást a termékek eltüntetésére, ami egy sivatag, jó messze a lakott területektől Dél-Amerikában. Chile már régóta a használt és eladatlan ruházat központja, amelyet Kínában vagy Bangladesben gyártottak, és áthaladt Európán, Ázsián és az Egyesült Államokon, mielőtt ide érkezett volna. Évente mintegy 59 000 tonna ruha érkezik az észak-chilei Alto Hospicio vámszabad területén található Iquique kikötőjébe, a fővárostól, Santiagótól 1800 km-re délre.²⁰ A ruhák égetése globálisan elterjedt gyakorlat, amelyet a ruházati cégek használnak a nem eladott készletek megsemmisítésére. Ezt a gyakorlatot sokan kritizálják környezeti és etikai szempontból, mivel hozzájárul a légszennyezéshez és a globális éghajlatváltozáshoz, valamint pazarló módon kezeli a ruházati termékeket, amikor ezeket más módon is fel lehetne használni vagy újrahasznosítani. Ma már az űrből is látszik az égő ruházati termékek gomolygó füstje, ami

¹⁶ Aja BARBER: *Consumed: The Need for Collective Change; Colonialism, Climate Change & Consumerism*. Brazen, 2021. 34–75.

¹⁷ Morgan McFALL-JOHNSEN: These facts show how unsustainable the fashion industry is. *World Economic Forum*, 31. 01. 2020. <http://tinyurl.com/2bttu6xu>

¹⁸ Shari NIJMAN: UN Alliance For Sustainable Fashion addresses damage of fast fashion. *UN Environment Programme*, 14. 03. 2019. <http://tinyurl.com/2hcffttf>

¹⁹ Martina IGINI: 10 Concerning Fast Fashion Waste Statistics. *Earth. Org.*, 21. 08. 2023. <https://earth.org/statistics-about-fast-fashion-waste/>

²⁰ Chile's desert dumping ground for fast fashion leftovers. *Aljazeera*, 08. 11. 2021. <http://tinyurl.com/yr9jvp7y>

az Atacama sivatagból száll fel. A ruházati cégek gyakran használják ezt az égetési módszert annak megakadályozására, hogy a nem eladott termékek alacsony áron kerüljenek a piacra, s így fenntartsák termékeik értékét és exkluzivitását.²¹ A régi évi két klasszikus kollekció mára már ötvenkettő lett. A divatipar a világ 4. legszennyezőbb iparága lett, kevesebb mint 20 év alatt. A természeti erőforrások túlfogyasztása katasztrofálissá vált.

3. A divatipar által okozott károk

3.1. Vízszennyezés

A textilgyártás sok vizet, valamint földet használ a gyapot és más rostok termesztésére. Becslések szerint a globális textil- és ruhaipar 2015-ben 79 milliárd köbméter vizet használt fel, míg a teljes uniós gazdaság szükségletei 2017-ben 266 milliárd köbmétert tettek ki. Egyetlen pamutpóló készítéséhez a becslések szerint 2700 liter vízre van szükség – ez a mennyiség egy személy 2,5 évi ivóvízigénye. 2020-ban a textilipar volt a harmadik legnagyobb víz- és földfelhasználó az Unió területén, abban az évben minden uniós polgár esetében átlagosan kilenc köbméter vízre, 400 négyzetméter földre és 391 kilogramm nyersanyagra volt szükség a ruhák és cipők előállításához.²² A textilgyártás a termékek festéséből és elkészítéséből adódóan a globális vízszennyezés mintegy 20%-áért felelős. A szintetikus anyagok mosása révén a becslések szerint évi 0,5 millió tonna mikroszál kerül az óceánokba. A szintetikus anyagok mosása a környezetbe juttatott elsődleges mikroműanyagok 35%-át teszi ki. Egyetlen mosásnyi poliészter ruha 700 000 mikroműanyag szálát szabadíthat fel, amelyek bekerülhetnek az élelmiszerláncba. A textíliákból a mikroműanyagok nagy része az első néhány mosás során szabadul fel. A szintetikus termékek mosása miatt több mint 14 millió tonna mikroműanyag halmozódott fel az óceánok fenekén. A globális probléma mellett a ruhagyártás által okozott szennyezés pusztító hatással van a helyi emberek, állatok egészségére és az ökoszisztémákra, ahol a gyárak találhatóak, mert a festékek, a rovarirtó szerek, amit a termékek előállításakor használnak, közvetlenül hatnak a gyártás és védekezés során a munkásokra.²³

3.2. Üvegházhatásúgáz-kibocsátás

A divatipar felelős a globális szén-dioxid-kibocsátás 10%-áért – ez több, mint a nemzetközi repülőjáratok és a tengeri szállítás együttesen. Nemcsak a gyártás során keletkezik széndioxid, hanem a textil termékek szállítása okozza a legjelentősebb szennyezést. A termékek nagy része többször körbe utazza a Földet egyrészt a ruhaneműk

²¹ Anna GARRISON: Piles of Discard Fast Fashion Items in the Atacama Desert are visible from Space. *Greenmatters*, 2023. 06. 01. <https://www.greenmatters.com/news/atacama-desert-clothes>

²² Ld. a korábbi infografikát.

²³ Joao SOUSA: Microplastics: A global disaster in the Arctic Ocean. IUCN, 29. 01. 2016. <https://www.iucn.org/content/microplastics-a-global-disaster-arctic-ocean>

gyártása Ázsiában történte miatt, másrészt az el nem adott divatcikkék elszállítása és elégetése is rendkívüli környezetterhelést okoz. Az Európai Környezetvédelmi Ügynökség szerint az EU-ban 2020-ban történt textilvásárlások személyenként körülbelül 270 kg CO₂-kibocsátást eredményeztek. Ez azt jelenti, hogy az EU-ban vásárolt textiltermékek 121 millió tonna üvegházhatású gáz kibocsátásáért felelősek.²⁴

3.3. Textilhulladék a hulladéklerakókban

Az is megváltozott, ahogyan az emberek megszabadulnak a felesleges ruháktól, mivel azokat inkább kidobják, mintsem eladományozzák. Sajnos a használt ruhák kevesebb mint felét gyűjtik össze újrahasználatra, és csak az egy százalékát hasznosítják újra, új ruhákká. Most jelennek meg azok a technológiák, amelyek lehetővé teszik a ruhák új szálakká történő újrahasznosítását. 2000 és 2015 között a ruhagyártás megduplázódott, miközben egy-egy ruhadarab átlagos felhasználása csökkent. Az európaiak évente közel 26 kg textilt vásárolnak és körülbelül 11 kg-ot dobnak ki. A használt ruhák exportálhatók az EU-n kívülre, de többnyire (nyolcvanhét százalékát elégetik vagy hulladéklerakóban helyezik el azokat).²⁵

3.4. Modernkori rabszolgaság

A fast fashion üzleti modelljének alapja az olcsó ázsiai munkaerő, ezen az országok munkaerejének kihasználása számos etikai és jogi kérdést vet fel. A világnak ezen a felén a munkajogi szabályok szinte teljesen ismeretlenek, ezért alkalmazhatnak gyerekeket és nőket napi tizenkét-tizenhatórás műszakokban. Sok esetben a gyári munkások rendkívül alacsony bért kapnak, általában rossz munkakörülmények között dolgoznak, és folyamatosan szembesülnek emberi jogaik megsértésével. A munkahelyi biztonság és a védő felszerelések is gyakran hiányoznak, ami tragikus eseményekhez vezethet és vezet is, mint például a 2013-as Rana Plazában bekövetkezett épület-összeomlás Bangladesben, ahol több mint 1100 munkás halt meg. Ekkor figyelt fel a világ a divatipar mögött meghúzódó árnyékokra, ami egyre nagyobbra nő. Az iparág környezeti és társadalmi vonatkozásait ma már széles körben ismerik és szabályozni próbálják. Mára már nem titok, hol készülnek az olcsó, színes ruhaneműk, emiatt fokozódik a nyomás, hogy a cégek tegyenek lépéseket a munkások jogainak védelme érdekében és javítsák munkakörülményeiket. Ezzel egyidejűleg egyre több fogyasztó dönt úgy, hogy támogatja a fenntarthatóbb és etikusabb ruházati márkákat, amelyek tiszteletben tartják a munkások jogait és gondoskodnak a környezetvédelemről. A 2013-ban történt katasztrófa után elindultak azok a társadalmi megmozdulások és mozgalmak, amelyek felhívták a fogyasztókat, a nemzetközi szervezeteket és a kiskereskedők figyelmét a gyors divat által okozott környezetvédelmi károkozásra, szennyezésre és a szabályozatlanság hiányára. Ekkor jelent meg a 'zöldre mosás' eszköze a textiliparban, mint bevált

²⁴ Morgan McFALL-JOHNSEN: These facts show how unsustainable the fashion industry is. World Economic Forum, 31. 01. 2020. <http://tinyurl.com/2bbtu6xu>

²⁵ [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2019\)633143](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2019)633143)

módszer a figyelem elterelésre, ami előtte már több iparágban jól bevált, elég csak az autópárra gondolnunk.²⁶

4. A ‘greenwashing’

Olyan marketingtechnika, amelyet a vállalatok gyakran használnak annak érdekében, hogy termékeiket vagy szolgáltatásaikat környezetbarátnak tüntessék fel. Az egyik gyakori *greenwashing* eszköz a *fast fashion*ben az, hogy a vállalatok a ‘fenntartható’ vagy ‘zöld’ kollekciókat dobznak piacra. Ezek a termékek gyakran tartalmaznak organikus vagy újrahasznosított anyagokat, és a vállalatok nagy hangsúlyt fektetnek rájuk a marketingben. Azonban ezek a kollekciók gyakran csak a vállalatok teljes termékvalasztékának egy kis részét teszik ki, és a vállalatok többi tevékenysége továbbra is jelentős káros környezeti hatást gyakorol a környezetre. Egy másik gyakori *greenwashing* eszköz a *fast fashion*ben a fenntarthatósági jelentések és célkitűzések megjelentetése.²⁷ Ezek a jelentések és célkitűzések gyakran nem ellenőrizhetők vagy mérhetők, és a vállalatok gyakran nem teszik közzé, hogy valójában milyen előrehaladást értek el a célok elérésében. Ezért gyakran félrevezetik a fogyasztókat, akik azt hiszik, hogy azzal, hogy ezeket a termékeket vásárolják, segítenek a környezetvédelemben. Ezért fontos, hogy a fogyasztók kritikusan vizsgálják a vállalatok állításait, és keressék az átláthatóságot és a megbízható információkat a vállalatok fenntarthatósági gyakorlatáról. A jogi szabályozás szerepe is kulcsfontosságú lehet a *greenwashing* elleni küzdelemben a fogyasztói információk ellenőrzésével és a megtévesztő marketing gyakorlatok szankcionálásával. Annak ellenére, hogy a zöldre mosás, mint káros eszköz jelen van a divatipar egész területén, kialakult egy tudatos vásárlói réteg, akiket bizony nem lehet megtéveszteni mindenféle címkével, hogy ökotyapjú és fenntartható gumicsizma, mert pontosan tudják, hogy csak az árcédula van újrahasznosított papírból. Az, hogy a H&M felszerel egy napelemet az európai irodájának a tetejére és lebomló papíron nyomtat, vagy spórol a nyomtatással, nem jelenti azt, hogy a ruhaneműk, amiket árul valóban fenntarthatóak.²⁸ A mozgalom, ami a valódi válasz a *fast fashion*re az a ‘*slow fashion*’. A lassú divat koncepciója a 21. század elején jött létre. A lassú divat mozgalom kiemeli a minőséget a mennyiség helyett, az etikus termelést, a fenntarthatóságot, valamint a hosszú élettartamú és időtálló ruhadarabokat. A *slow fashion* kifejezés alapját a *slow food*, vagyis a lassú étkezés mozgalom adta, amely a 80’-as években kezdődött Olaszországban, mint reakció a gyorséttermi kultúra terjedésére. A *slow food* arra ösztönzi az embereket, hogy élvezzék az étkezést, támogassák a helyi termelőket és a hagyományos étkezési szokásokat, valamint vegyék figyelembe az étkezés környezeti hatásait. A lassú divat hasonló elveket követ a divat terén. Arra ösztönzi a fogyasztókat, hogy vásároljanak kevesebb ruhát, de nagyobb gondot fordítsanak a minőségre és az etikus

²⁶ BARBER i. m. 112–152.

²⁷ Alden Wicker: H&M Is Being Sued for Greenwashing. What Does That Mean For Fashion? *The Cut*, 19. 08. 2022. <https://www.thecut.com/2022/08/h-and-m-greenwashing-fashion.html>

²⁸ Sara D’AVERSA :Cos’è il greenwashing, l’ecologismo di facciata di cui è accusata anche H&M. *TAG24*, 29. agosto 2022. <http://tinyurl.com/24n6xk7b>

termelésre. A lassú divat hívei gyakran támogatják a helyi tervezőket és készítőket, a kézműves technikákat és a fenntartható anyagokat.²⁹ A lassú divat arra is ösztönzi a fogyasztókat, hogy hosszabb ideig tartsák meg ruháikat, javítsák őket, ha szükséges, és gondolják újra az öltözködési és fogyasztási szokásaikat. A *slow fashion* mozgalom ma még relatíve kis méretű, de egyre növekvő befolyással bír a divatiparban és a fogyasztói magatartásban. Egyre több márka és tervező követi a lassú divat alapelveit, és sok vásárló keres fenntarthatóbb és etikusabb divatopciókat. Így több figyelem irányul a fenntarthatóbb és tudatosabb vásárlási szokások kialakítására, amelyek magukban foglalják a szükségletek és kívánságok megkülönböztetését, a vásárlások alapos megfontolását, valamint a minőségi és hosszú élettartamú termékek előnyben részesítését. Felhívják a többi vásárló figyelmét a szennyezésre, követelik a szektor minél előbbi jogi szabályozását, szorgalmazzák az információk azonnali nyilvánosságra hozatalát és az oktatás megreformálását. A legfontosabb cél az lenne, hogy a jövő nemzedékek érdekeit képviseljük, a Földet megvédjük a pusztulástól, aminek első lépése az információterjesztés és az oktatási programok megtervezése.³⁰

5. A divat jogi szabályozása

A 'divatipar jogi szabályozása' kifejezés több, különböző jogi kérdést érint, amelyek a textiliparban tevékenykedő vállalkozásokra és fogyasztókra vonatkoznak. A divat és a hozzá kapcsolódó gyártási folyamatok jogilag jelenleg rendkívül aluszabályozottak.³¹ Ezen jogi területekhez tartoznak többek között a szerzői jogok, a védjegyek, a szabadalmak oltalma, a munkajog, a zöldremosás szabályozása, a fogyasztóvédelem, a fenntarthatóság és az etikai kérdések pontos megfogalmazása. A textilek egészségre gyakorolt hatásának jogszabályi felsorolása is várat még magára. A legfontosabb jogi terület, ami a teremtésvédelemmel a legszorosabb kapcsolatban van, a környezetvédelmi jog és a munkajog, melyeket részletesebben vizsgálok a jelen tanulmányban.

5.1. Környezetvédelmi jog kialakulása

A nemzetközi környezetvédelmi jog az 1972-es Stockholmi Nyilatkozattal kezdődött, amely először rögzítette, hogy „Az embereknek joga van a szabadsághoz, az egyenlőséghez és a megfelelő életfeltételekhez egy olyan környezetben, amely lehetővé teszi, hogy életét méltóságban és jólétben töltsse.”³² A legfontosabb megfogalmazása a nyilatkozatnak, hogy „a Földet nem őseinktől örököltük, hanem unokáinktól vettük kölcsön”. 1992-ben születik meg az a fogalom, amit ma a legtöbbet hallunk, ha környezet

²⁹ MENGYÁN Eszter: *Hello, Slow fashion*. Budapest, Ginko, 2021.

³⁰ Uo.

³¹ DOBOS Emese – Éltető Andrea: Ellátási láncok a divatiparban – szabályozási kísérletek és gyakorlat. *Külgazdaság*, LXVI. évf., 2022. július–augusztus, 74–101.

³² Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment. In: Report of the United Nations Conference on the Human Environment. A/CONF.48/14/Rev.1. Stockholm, 5-16 June 1972.; New York, United Nations, 1973. 1. elv. online elérhető: <https://www.folkrorelser.org/johannesburg/stockholm72.pdf>

vagy természetvédelemről beszélnek, hogy fenntartható fejlődés. A fenntartható fejlődés úgy érhető el, hogyha a népesség és a növekedés harmóniában van az ökoszisztéma változó termelőképességével.³³ 1992-ben megszületett a Riói Nyilatkozat, amelyben megfogalmazták és elfogadták a résztvevő országok, a környezet védelméről, az erőforrások hasznosításáról és a fenntartható fejlődésről szóló együttműködés alapelveit. Ezek szintén a *soft law* kategóriába tartoznak. A legfontosabb elvek a fenntartható fejlődés érdekeinek középpontjában az emberek állnak és deklarálja az egészséges élethez való jogot.³⁴ 2002-ben fenntarthatósági célok megvalósításának elérése érdekében konkrétabb teendők megfogalmazására került sor, nemcsak a kormányok, de a különböző szintű ENSZ-testületek és a nemzetközi szervezetek számára is.³⁵ Kezdtet körvonalazódni, hogy nincs egység a nemzetek között és nem írnak alá olyan megállapodásokat, amellyel saját gazdaságuk növekedését korlátoznák. Igaz, megszületett a megfogalmazás és az elvárás, de csak az előzőekben elfogadott nyilatkozataikat erősítették meg. Igazán jelentős lépés 2015-ben történt az ENSZ Fenntartható Fejlődési Célok (SDG) elfogadásával.³⁶ Ezen az úton tovább haladva az ENSZ Ember Jogi Tanácsa 2021-ben emberi jogként ismerte el a tiszta és egészséges környezethez való jogot Glasgow-ban.³⁷

5.2. A Laudato si'

„Mindenekelőtt azt érdemes tisztázni, hogy a környezetvédelem a természetet terhelő káros hatások ellen harcol, mint a légszennyezés, zajszennyezés, illetve a víz és föld szennyezése hulladékkal, és még sorolhatnánk. Ebből következik, hogy a fogalom az utóbbi öt évtizedben valóságos politikai mozgalommá nőtte ki magát. Ezzel szemben a teremtésvédelem, a teremtett világ megóvásán dolgozik. A vatikáni forrású dokumentumok már 1971-ben megnyilatkoztak a teremtésvédelem jegyében, csak épp ez kevesebb figyelmet kapott”³⁸

A Laudato si' kezdetű enciklika a katolikus egyház hivatalos tanításának része, melyet Ferenc pápa írt és 2015-ben adott ki. Az enciklika teljes egészében az emberi tevékenység hatásait és az egyház szerepét a környezeti kérdésekben tárgyalja. Az írás alapvető üzenete, hogy az embereknek nagyobb felelősséget kell vállalniuk a Földért,

³³ FLEISCHER Tamás: A fenntarthatóság fogalmáról. In: KNOLL Imre – LAKATOS Péter (szerk.): *Közszolgálat és fenntarthatóság*. Budapest, NKE, 2014. 9–24.

³⁴ Az Egyesült Nemzetek Környezet és Fejlődés Konferenciája által elfogadott Riói Nyilatkozat, 1992. június 3–14. között Rio de Janeiro-ban. online elérhető: http://www.nfft.hu/dynamic/Rio_Decl_m.pdf

³⁵ FARAGÓ Tibor: A fenntartható fejlődéssel foglalkozó nemzetközi együttműködés négy évtizede. *Külügyi Szemle*, 2012/3. 191.

³⁶ Világunk átalakítása: Fenntartható Fejlődési Keretrendszer 2030, Az Egyesült Nemzetek Közgyűlése által 2015. szeptember 25-én elfogadott, 70/1. sz. határozat (a továbbiakban: 70/1. számú határozat, kifejezetten a célokra vonatkozóan: SDG) magyar fordítás online elérhető: <http://tinyurl.com/2s4ejenx>

³⁷ ENSZ Ember Jogi Tanácsa 2021-ben emberi jogként ismerte el a tiszta és egészséges környezethez való jogot Glasgow-ban a 2021. október 8-án, 48/13. sz. határozatában.

³⁸ TÓTH Gábor: Legyünk a Föld őrői. *Vasárnap*, 2021. szeptember 24. <http://tinyurl.com/3jks3zdd>

amit Isten adományaként kaptak. A Laudato si' hozzájárulhat a *fast fashion* átalakításához, mivel a pápa arra hívja fel a figyelmet, hogy milyen mértékben érinti a természetet és az emberi társadalmakat a túlzott fogyasztás és a gazdasági növekedés, valamint a gazdasági egyenlőtlenségek hajszolása. Az enciklika kihívást jelent azok számára, akik a divatiparban dolgoznak, hogy fenntarthatóbb módszerekkel dolgozzanak és megfontolják az etikai kérdéseket, beleértve a munkavállalók jogait és a környezeti hatásokat.

5.3. Lépések a divatipar jogi szabályzásában

A Clean Clothes Campaign 1989-ben alapították Hollandiában, egy globális hálózattá fejlődött, amelynek célja a munkakörülmények javítása és a munkavállalói jogok védelme a globális ruházati és sportruházati iparban³⁹. A CCC és a többi civil szervezet, mint például a Greenpeace indították azokat a mozgalmakat, amelyek a szektor jogi szabályozását követelték. Az első igazán nagy eredmény a 2013-ban elfogadott Textil- és Ruházati Ipari Egészségügyi és Biztonsági Nemzetközi Egyezmény volt, ami Bangladesi Fenntarthatósági Megállapodásként⁴⁰ vált ismertté, s amely szabályozta a dolgozók biztonságos munkakörülményeit, célja pedig a független ellenőrző programok felállítása. Ezt követte a 2018-ban Divatipari Klíma Politikai Charta,⁴¹ amely már az ENSZ Éghajlatváltozási Keretegyezményével összhangban 2050-re a nettó zero kibocsátást tűzte ki elérendő célként, összhangban a 2015-ben született Párizsi Klíma megállapodással⁴². 2018. július 10-én New Yorkban tartott „Az ENSZ fenntartható divattal és a fenntartható fejlődési célokkal kapcsolatos partnersége” című kísérőrendvényen 10 különböző ENSZ-szervezet állapodott meg arról, hogy létrehozza az ENSZ fenntartható divattal foglalkozó szövetségét. A divatipar is hozzájárul az SDG célok eléréséhez. Az ENSZ-EGB ügyvezető titkára, Olga Algayerova hangsúlyozta, hogy itt az ideje, hogy „a fenntarthatóságot a következő divatos trenddé tegyük.”⁴³

5.4. Az EU fenntartható és körforgásos textíliára vonatkozó stratégiája

Az Európai Unió már régóta elkötelezett a fenntartható fejlődés mellett és ez az elkötelezettség kiterjed a textiliparra és a körforgásos gazdaságra is. A fenntartható textilipar előmozdítása érdekében az EU több jogszabályi és politikai intézkedést is meghozott.

³⁹ About – Clean Clothes Campaign. <https://cleanclothes.org>

⁴⁰ 2001/332/EK határozat: A Tanács határozata (2001. február 26.) az Európai Közösség és a Bangladesi Népi Köztársaság között létrejött, a partnerségről és a fejlesztésről szóló együttműködési megállapodás megkötéséről. HL L 118., 2001.4.27.

⁴¹ Fashion Industry Charter for Climate Action, United Nation. Elérhető: <http://tinyurl.com/wpp6a66n>

⁴² A Tanács (EU) 2016/1841 határozata (2016. október 5.) az ENSZ Éghajlat-változási Keretegyezménye keretében létrejött párizsi megállapodásnak az Európai Unió nevében történő megkötéséről. HL L 282., 2016.10.19., 4–18. o., Magyarországon kihirdette: a 2016. évi L. törvény. online elérhető: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:22016A1019\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:22016A1019(01))

⁴³ UN Alliance aims to put fashion on path to sustainability. 12. 07. 2018.

<https://unece.org/forestry/press/un-alliance-aims-put-fashion-path-sustainability>

Az EU textilbehozatalának 70%-a Ázsiából érkezett, ahol a nagy divatmárkák olcsó árakat és rövid határidőket diktálnak. Ennek a következményeit a dolgozók viselik. Uniós szabályokra van szükség, hangzott el 2017-ben Brüsszelben, hogy a textilipar szereplői tiszteletben tartsák a dolgozók jogait. A világ textilipari dolgozói, akik gyakran nők vagy gyermekek, veszélyes körülmények között dolgoznak, alacsony bért kapnak, és sokszor bántalmazták is őket. A 2013. áprilisi Rana Plázához hasonló katasztrófák elkerülésére a képviselők azt javasolták, hogy az EU vezessen be az egész terméklánra kiterjedő, OECD ajánlásokon alapuló felelősségi szabályokat, kényszerítse a vámkedvezményekben részesülő exportáló országokat a szabályok betartatására, és a fogyasztói tudatosság növelése érdekében alkalmazzanak külön márkajelzést a felelősen előállított termékekre. Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság 2020 márciusában fogadta el a körforgásos gazdaságra vonatkozó új cselekvési tervet.⁴⁴ Ez az európai zöld megállapodás, Európa fenntartható növekedési menetrendjének egyik fő építőköve. A körforgásos gazdaságra való uniós áttérés csökkenteni fogja a természeti erőforrásokra nehezedő nyomást, és fenntartható növekedést és munkahelyeket teremt. Ez előfeltétele az EU 2050-re kitűzött klímasemlegességi céljának elérésének és a biológiai sokféleség csökkenése megállításának is.⁴⁵ Az Európai Parlament 2017 áprilisában kiadott, a ruházati ágazatra vonatkozó állásfoglalásában kiemelte, hogy a textil- és ruházati termékek piacán Kína után az EU a második legnagyobb exportőr, egyben hangsúlyozta a felelős fogyasztás és a nyomon követhetőség fontosságát. Az Európai Unió 2015-ben cselekvési tervet fogadott el a körforgásos gazdaság bevezetése érdekében (bővebben: Körforgásos gazdaság, Infokörkép, 2019). A 2018-ban életbe lépett változások értelmében a papírhoz, a kartonhoz vagy más termékekhez hasonlóan a textiltermékek szelektív gyűjtését 2025-ig a gyakorlatba át kell ültetni. A 2018-ban elfogadott, a műanyagok körforgásos gazdaságban betöltött szerepével kapcsolatos európai stratégia felszólítja a Bizottságot, hogy dolgozzon ki mini munkakövetelményeket a mikroműanyag-kibocsátás csökkentése érdekében. Az Európai Parlament által 2018-ban elfogadott hulladékról szóló keret-irányelve⁴⁶ értelmében az uniós országok 2025-ig kötelesek külön gyűjteni a textiltermékeket. Az új bizottsági stratégia olyan intézkedéseket is tartalmaz, amelyek kezelik a veszélyes vegyi anyagok jelenlétét és segítik a fogyasztókat abban, hogy fenntartható textíliákat válasszanak. Ez magában foglalja a „hulladékhierarchiát”, amely előnyben részesíti a hulladék nem inkább: hulladék képződésének? megelőzését és újrahasznosítását a lerakással szemben. A textilipar számára ez azt jelenti, hogy a vállalatokat ösztönzi arra, hogy csökkentsék a hulladékot a terméktervezés és a gyártás során, valamint, hogy ösztönözzék a textil-hulladék újrahasznosítását. A 2022. március 30-án az Európai Bizottság által elfoga-

⁴⁴ A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának a tisztább és versenyképesebb Európát szolgáló, körforgásos gazdaságra vonatkozó új cselekvési terv. COM (2020) 98 final, Brüsszel, 2020.3.11.

⁴⁵ S. A. Sharpe – T. Brydges – M. Retamal – R. Pugh – M. Lavanga: Wellbeing Wardrobe: A wellbeing economy for the fashion and textile sector. European Environmental Bureau, March 2022. <http://tinyurl.com/4w3pf3ey>

⁴⁶ 2018/851 irányelv (2018. május 30.) a hulladékokról szóló 2008/98/EK irányelv módosításáról, HL L 150., 2018.6.14., 109—140. o. online elérhető: <http://tinyurl.com/yeyf9h84>

dott, fenntartható és körforgásos textíliákra vonatkozó uniós stratégia meghatározza azokat a jövőképeket és konkrét intézkedéseket, amelyek biztosítják, hogy 2030-ra az EU piacon forgalomba hozott textiltermékek hosszú élettartamúak és újrahasznosíthatók legyenek, a lehető legnagyobb mértékben újrahasznosított szálakból készüljenek, veszélyes anyagoktól mentesek legyenek, és a szociális jogok és a környezet tiszteletben tartásával készüljenek.⁴⁷ A versenyképes, reziliens és innovatív textilágazatban a termelőknek felelősséget kell vállalniuk termékeikért, beleértve azt is, amikor hulladékká válnak. A konkrét intézkedések magukban foglalják a textiltermékekre vonatkozó környezettudatos tervezési követelményeket, az egyértelműbb információkat, a digitális termékútlevelet és a kötelező uniós kiterjesztett gyártói felelősségi rendszert. Intézkedéseket irányoz elő a mikroműanyagok textiltermékekből történő nem szándékos kibocsátásának kezelésére.⁴⁸ Az EU-nak jogilag köteleznie kell a gyártókat és a nagy divatcégeket a fenntarthatóbb működésre. Az emberek és a bolygó fontosabbak, mint a textilipar nyeresége.⁴⁹

6. Záró gondolatok

A legjobb törvények sem tudják a fogyasztást mérsékelni, a politikusok, a divatipar szakemberei és a jogászok mind olyan szlogeneket találnak ki, hogy szelektív hulladék gyűjtés, használt ruhák, kézzel varrott textilek, kapszula gardrób, de igazán keveset beszélnek, beszélünk a legfőbb problémáról és annak megoldásáról: a mértéktelen túlfogyasztásról, és annak megoldásáról, hogy vásároljunk kevesebbet. Nem azon van a hangsúly, hogy melyik szeméttelenen égetik el a textilt, amit nem használunk, hanem hogy ne termeljünk felesleget, de ezt kevesen vállalják fel, mint megoldási formát. Ferenc pápa igen, megtette, és azt javasolja, hogy legyünk mértékletesek, és nem csak mondja, hanem mutatja is. A fényűző életmódot felcserélte szerényre, méltón példaképéhez, Szent Ferenchez.⁵⁰ Itt az idő, hogy mi is azt tegyük, mint Ferenc, a ruháinkat cseréljük szerényebbre, nem szükséges a hetente megújuló divatot követni, fontosabb a felesleges ruhadarabjaink szétosztása a szegények között. Igen, gondolnunk kell a bolygónkra és a szegényekre és nem csak a profitot hajszolni, olcsó ruhaneműk gyártásával. „Nem dőlhetünk hátra Istenre hárítva a környezetünk jövőjéről való gondoskodást, hiszen felruházott minket a teremtett világ iránti felelősséggel.”⁵¹

⁴⁷ Consolidated Version of the Treaty on European Union. OJ C 202/13. 7.6.2016.
<http://tinyurl.com/49vvt5m3>

⁴⁸ Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles. COM/2022/141 final. <http://tinyurl.com/4cerrzuj>

⁴⁹ <https://table.media/europe/en/news-en/burkhardt-declares-war-on-fast-fashion/>

⁵⁰ Andreas ENGLISCH: *A Vatikán harcosa*. Budapest, Lazi, 2016. 6–112.

⁵¹ Martin J. HODSON – Margot R. HODSON: *Teremtett világunk megóvása*. Budapest, Harmat, 2023. 103.