

Řekni mi, co oblékáš, a já ti řeknu, kdo jsi



Zuzana Menšíková

„Hashtagy, protesty, petice, jakákoli forma tlaku, všechno má smysl,“ zaznělo v Knihovně Václava Havla při diskusi nad knihou *Život na míru* Marka Rabije, která popisuje problém globálního oděvního průmyslu a situaci pracovníků bangladéšských oděvních továren. V diskusi hovořil Marek Rabij o své knize a svých cestách do Dháky a spolu s Karolínou Břinkovou z online magazínu *Slow Femme* uvažovali, jak o tomto problému referovat a jaké cesty mohou vést k jeho řešení. Potřebuje *fast fashion* svůj coming out stejně jako #MeToo, aby se něco změnilo?



Fast fashion kvete. Regály obchodů, skříně domácností i kontejnery s vyhozeným oblečením přetékají hadříky, přesto „obchody po celém světě prodají každý den kolem 5,5 milionu triček“, stojí na přebalu knihy *Život na míru* polského reportéra Marka Rabije. Kniha vyšla v Polsku v roce 2016 a v uplynulém roce ji v českém překladu Michaly Benešové vydalo nakladatelství Absynt v edici Prokletí reportéři. V reportáži autor odhaluje pozadí globálního oděvního průmyslu, píše o drsných pracovních podmínkách v dháckých továrnách i o pokrytectví západních značek, které si v Bangladéši nechávají šít tuny oblečení.

Marek Rabij přijel do Dháky poprvé v květnu 2013, jen dva týdny po zhroutilí Rana Plaza, oděvní továrny, v níž zahynulo téměř tisíc dvě stě lidí. Jednalo se o největší katastrofu v dějinách oděvního průmyslu, respektive o největší katastrofu, o níž se díky médiím dozvěděl celý svět. Byl to jeden z prvních kroků vedoucích k tlaku na západní oděvní společnosti, aby se od podobných událostí nemohly distancovat. A že podobných událostí už bylo

nadmíru, se dočteme i v Rabijově reportáži.

Díky medializaci tragédie se zvedla vlna protestů proti západním značkám, které v bangladéšských továrnách šijí. Ty se zavázaly finančně odškodnit přeživší a pozůstalé, financovat nezbytné stavební úpravy, doporučily továrnám konkrétní bezpečnostní opatření a souhlasily, že budou spolupracovat jen s těmi subdodavateli, kteří dodržují bezpečnostní standardy. Hurá! Ušli jsme první krůček na mnohakilometrové cestě, na jejímž konci zodpovědné firmy šijí ve vedlejších městě, fěrově platí své zaměstnance a uvědomělý spotřebitel si kupuje jen takové oblečení, které potřebuje a které poctivě donosí.

Nicméně třetí svět je přece jen příliš daleko.

Slibovali jim hory doly, peníze, bydlení, práci, pomoc psychologů, školky, školy a stipendia pro děti, které přišly o rodiče. „Zatím si od každého vzali pět set tak jako poplatek za registraci,“ objasnila žena. „A tím to skončilo.“ [...] Problém jménem Rana Plaza byl velmi rychle zameten pod koberec,

↑ **Sweatshop**

konstatuje v knize Marek Rabij. Oděvním firmám jejich strategie mrtvého brouka vychází zčásti díky tomu, že žádné továrny přímo nevlastní a objednávky zajišťují jen prostřednictvím kontraktorů. Pokud se po nehodě žádnému novináři nepodaří vyfotit v ruinách oblečení s cedulkou značky, a tím dokázat, že tam šila, pak dané společnosti nic neřeší. První cesta Marka Rabije do Dháky se uskutečnila právě za tímto účelem a fotky oblečení konkrétních polských značek v ruinách Rana Plaza nakonec získal.

Kromě důkazního materiálu a svědectví o fungování globálního oděvního průmyslu přináší Rabijova reportáž i jedinečný pohled na každodenní životní realitu nejchudších Dháčanů a zasazuje ji do patričního historického i současného kontextu, jak popsal i v Knihovně Václava Havla:

Prapříčinou chudoby v Bangladéši není oděvní průmysl. Je to prostě nejchudší země vůbec od počátku dějin. To, co se tam v posledních letech stalo, se dá přirovnat k situaci,



jako kdyby nějaká země skočila z konce patnáctého století do dvacátého století a k tomu ještě připočtete obrovský přírůstek obyvatel.

Rabijově knize bylo v loňském roce věnováno v médiích poměrně dost prostoru, ale masový dopad intelektuální reportáž vydaná malým, okrajovým nakladatelstvím nejspíš mít nebude. Tahle „absyntovka“ necílí na módní blogery, influencery a jejich sledující, kteří ochotně několik hodin denně sjíždějí desetiminutová videa na YouTube, přičemž podobnou stopáž by knize věnovali jen s obtížemi.

Takovému publiku jde však naproti například norský dokument *Sweatshop. Deadly Fashion* (režie Joakim Kleven, 2014). Štáb přiveze tři mladé *fashion* blogery do Kambodže, aby se seznámili s prostředím oděvních továren, kde vzniká jejich trendy oblečení, a aby poznali život lidí, kteří je šijí. Výsledek nemůže být předvídatelnější — mladík a dvě dívky postupně odhazují úsměvy i své názory, jsou v šoku, hrouť se a zpět do Norska se vracejí jako noví lidé. Jedna z blogerek se stane aktivistkou proti *fast fashion* a na svých mediálních kanálech s desítkami tisíc sledujících upozorňuje na vykořisťovatelské praktiky západních

oděvních společností. Dosah tohoto dokumentu byl na rozdíl od Rabijovy reportáže masový, na YouTube je dokument dostupný s titulky nebo dabingem v několika jazycích, sdílely ho slavné osobnosti na svých profilech. Scénář dokumentu *Sweatshop. Deadly Fashion* je poměrně schematický, lehce zavání reality show, což je ale přesně ten formát, který je schopen zabodovat u youtubové generace a stát se virálem.

Dokumentů o *fast fashion* je nespočet, několik dobrých tipů lze najít na stránkách online magazínu pro pomalou a udržitelnou módu *Slow Femme* (slowfemme.com, například článek „Knihy a filmy o fast fashion“), případně stačí klíčové slovo *fast fashion* nebo *sweatshops* zadat do vyhledávače na YouTube nebo na vaší oblíbené streamovací platformě, a dostanete dlouhý seznam výsledků. Pak už jen sdílejte, umístějte hashtagy, podepisujte petice. Jak poznamenala Karolína Brňková ze *Slow Femme* v diskusi v Knihovně Václava Havla:

Každá forma nějakého tlaku, všechno má smysl. A může to dopadnout podobně jako u #MeToo, kdy zdánlivě osamělé hlasy byly vyslyšeny a mělo to původně nečekaný obrovský vliv.

Konzumovat a neškodit

Informovat o tragických pracovních podmínkách v továrnách a tlačít oděvní společnosti k odpovědnosti je tím prvním krůčkem. Další kroky mají navést spotřebitele k jiným možnostem, jak konzumovat módu a co nejméně přitom škodit.

Publikace Američanky Dany Thomasové *Vláda módy* (Host, 2020) představuje několik způsobů tvorby a výroby oblečení, při níž se nezneužívají lidé a neničí se životní prostředí. První část knihy se věnuje špinavému módnímu byznysu, který porušuje lidská práva a devastuje životní prostředí nešetrným pěstováním bavlny; v druhé části jsou představeni návrháři a technologické firmy, kterým se povedlo najít způsob, jak šít oblečení férově, lokálně, ekologicky a zároveň vydělávat.

Při čtení o technologiích, které dokážou vyrábět umělou kůži z odpadu z jablek, nebo o fermentaci neživočišného kolagenu, z něž se následně vyrábí materiál nerozpoznatelný od pravé kůže, nebo o produkci vláknů ze směsi s celulózou z mořských řas, jež může nahradit neekologické pěstování bavlny, lze snadno získat dojem, že oděvní byznys se posunul zase o něco dál a je pomalu vyhráno. Dokud si nepřčtete cenovku



na šatech, na níž stojí cifra přesahující osm set dolarů. Pak máte chuť vrátit se s prosíkem do nejbližšího H&M.

Na druhou stranu, příběh o vzniku zmíněných šatů za osm set dolarů od návrhářky Natalie Chaninové, ušitých ručně z dvouvrstvého bio bavlněného žerzeje, je přinejmenším zajímavý. Od výběru látek a jejich barvení místním barvířem přes přenašení vzorů na látku, střihání a výběr švadlen, které daný kousek ušijí a jsou za to odměněny dvaceti pěti až padesáti procenty z koncové prodejní ceny. A to je fér. To přesvědčí nejednoho milovníka pomalé módy, aby sáhl hluboko do kapsy.

Vláda módy je napsaná výrazně emotivněji než Rabijova reportáž. Dana Thomasová do jisté míry také využívá reportážní postupy, vydává se na exkurze do oděvních firem i do bangladéšských továren, hovoří s eko návrháři, technologi, pěstiteli biobavlny a vypráví jejich příběhy. Některé smutné, některé velkolepé, ale čtenář pokaždé s jistotou ví, jestli má danému protagonistovi fandit, nebo ho odsuzovat. Autorka k tomu místy používá až úsměvné postupy, když popisuje „nadutého muže, kterého vlastně neměl nikdo rád a který byl svárlivý a vůbec celkově odpudivý“, anebo si povídá s někým, „kdo má veselé světlé oči a medově hebký hlas, popíjí šálek lahodného mátového čaje a hovor plyne za rytmického ukusování báječného sendviče z lokálních surovin“. To v reportáži Marka Rabije není takto jednoznačné nic. Ani nepřipustná dětská práce v továrnách — tu podle Rabije nahlížíme nesprávně, optikou našich představ, místo abychom hodnotili tamní realitu:

Ty děti nevybírají z možnosti chodit do školy a být šťastné, nebo pracovat v továrně; ta volba je pracovat, nebo žebrať a nemít co jíst. Určitě to nejsou nejšťastnější děti na světě, ale znám spoustu dětí, co jsou na tom hůř. [Marek Rabij v Knižovně Václava Havla, 26. 10. 2021]

Kromě emotivních popisů a jednoznačných hodnocení se kniha Thomasové a Rabije liší i v jiném bodě, a ten pak ve výsledku přičítám Thomasové. Zatímco Marek Rabij

nenášel při svých putováních Dhákou žádného přeživšího ani pozůstalého z Rana Plaza, který by byl vládou nebo oděvními společnostmi reparován, Dana Thomasová našla!

Z desítek přeživších, s nimiž jsem se v Savaru sešla, byl [M. H. Hriday] jediný, komu se podařilo vymáčkout z fondu na vyrovnání za Rana Plaza nějaké peníze. Otevřel si za ně malou lékárnu. Založil také podpůrnou skupinu pro ostatní přeživší [...], aby se členové mohli vzájemně psychicky podporovat.

Ale happy end to rozhodně není. Obě knihy jsou především smutným svědectvím o důsledcích globálního oděvního průmyslu, obě stojí za přečtení.

Slovníček:

Fast fashion, rychlá móda — levné a snadno dostupné oblečení, které se vyrábí v obrovském množství, zpravidla v rozvojových zemích, bez ohledu na životní prostředí a pracovní podmínky zaměstnanců

Slow fashion, pomalá móda — udržitelný přístup k módě založený na odpovědném nakládání s přírodními zdroji a na etickém zacházení se zaměstnanci a na jejich férovém ohodnocení

Sweatshop — podnik/výrobná, kde se pravidelně porušují pracovní právní předpisy, zaměstnanci pracují za nízké mzdy a v nevyhovujících, často nebezpečných podmínkách

Tradwife — konzervativní pojetí ženské role založené na představě, že náplní života ženy je pečovat o domácnost a věnovat se rodině a výchově dětí

Virál — video (případně jiný formát šířený prostřednictvím internetu), který se stane populárním díky sdílení na internetu; šíří se jako virus

Můj děda nikdy neměl tričko

Knihu *Vláda módy* přeložila módní publicistka a autorka knihy *Vše, co jste chtěli vědět o módě* (Jota, 2018) Adéla Bartlová. Ponecháme-li stranou otázku, do jaké míry se překladatelka zapojila do přehnaně nadšeneckých a emotivních popisů v knize, pak je namísto výběr překladatele ocenit.

Vláda módy není jen o rozhovorech a příbězích pomalu ušitých šatů, předkládá i výrobní postupy, složení látek a různá typová připodobnění, technologické popisy, inovátorské nápady a překladatel bez potřebných znalostí by mohl tápat. Adéla Bartlová znalostí má, její kniha *Vše, co jste chtěli vědět o módě* se právě látkám, jejich původu, způsobu výroby a jejich vhodnému využití (například kapitoly

Obě knihy jsou především smutným svědectvím o důsledcích globálního oděvního průmyslu





„Hodný polyester“ a „Zlý polyester“) věnuje. Jedná se veskrze o čtení pro ženy (sama autorka v úvodu poznamenává, že začlenit i mužské oblékání by bylo příliš velké sousto), popisují se zde různé střihy a jejich schopnost něco zdůraznit či upozadit, je zahrnuta i barevná typologie a v závěru je rozsáhlá kapitola „Encyklopedie stylů“. Uvedené styly a jejich prezentace na mě působily nemoderně už před třemi lety, předpokládám, že s přibývajících roky to bude jen horší, v jiných ohledech jsou však informace v knize a rady autorky nadčasové.

Nadčasové a konzervativní. A v tomto duchu se nesl i populární blog *Módní peklo*, který Adéla Bartlová založila a který se ve své době (přibližně před deseti lety) stal fenoménem. Blog se snažil Čechy kultivovat v oblékání, avšak nabízené rady povětšinou nabádaly poněkud jednostranně ke konzervativnímu a uměřenému stylu spořádané dámy a spořádaného gentlemana.

↑ **Zřícení textilky Rana Plaza v Bangladéši, kde zahynulo 1134 lidí, převážně šiček**

Fast fashion má v knize *Vše, co jste chtěli vědět o módě* také svou skromnou kapitolu, ale mnohem zajímavější čtení k tomuto tématu autorka uveřejňuje na webu časopisu *Heroine* (heroine.cz). Pobaví třeba poučný článek o influencerkách, které nerozumějí módě, což ale nemění nic na tom, že počet jejich sledujících mnohonásobně přesahuje počet čtenářů článků Adély Bartlové nebo článků Karolíny Břínkové o trendech v oblasti pomalé módy na jejím blogu nebo na webu *Slow Femme*. Trendy však stále určují břídičské *fast fashion* blogerky v krátkých a banálních videích na YouTube, které akceptují nízkou kvalitu oblečení a jeho efemérnost, a podporují tak obrovskou nadprodukcí a vytváření dalšího odpadu. Všudypřítomné reklamy, tlak sociálních sítí, levné a snadno dostupné hadříky, touha přiblížit se vzorům, touha

být in. To je koloběh, z něhož není snadné se vymanit.

Pateticky vzpomínám na svého dědu, kterého jsem nikdy neviděla v tričku. Zásadně nosil jen košile, které mu šila babička tak, že jednu padnoucí košili rozpárala, obkreslila na novou látku a díly sešila. On pak novou košili nosil na parádu, později do práce, pak na práci na zahradě, a když se skoro rozpadla, roztrhal ji na cáry, do nichž v dílně utíral skvrny od oleje. Babička mu šila i kalhoty, pyžama a trenýrky z toho nejjemnějšího batistu, také mu pletla svetry a ponožky. Byla dokonalým předobrazem současné *tradwife*, ženy, která na sebe převezme veškerou odpovědnost za šťastnou domácnost, a tím naplní svůj život. Proč ne.

Na druhou stranu, návrat ke konzervativnímu pojetí role ženy v rodině a to, že místo bangladéšských žen posadíme doma k šicím stojům naše ženy (ale klidně i muže), nevyřeší problém s globální nadprodukcí oblečení.

Některé návyky našich prarodičů, které byly ještě přede dvěma generacemi samozřejmostí, však mohou být jedním z těch drobných krůčků vedoucích k udržitelnému životnímu stylu — kupříkladu schopnost zašít si drobné dírky na oblečení, zkrátit dlouhé nohavice; donosit oblečení a zrecyklovat ho na hadry na uklízení, s čímž souvisí výběr oblečení jen z kvalitních látek (polyesterovým rukávem se okno vyleštit nedá); méně často prát a obecně méně nakupovat.

Koncový zákazník určitě má svůj neoddiskutovatelný vliv při boji proti *fast fashion* byznysu, a to nejen díky schopnosti zašít si díru na ponožce. Podle Marka Rabije je to především tlak, který veřejnost vytváří na oděvní firmu, když se ptá, kde a za jakých podmínek se šije její oblečení. Pozice nás spotřebitelů je podstatná — dávat firmám najevo, že nejsou beztrestné, že nás zajímá, co se děje devět tisíc kilometrů daleko, a záleží nám na tom. Vydávat a číst o tom knížky, natáčet reportáže a přinášet svědectví o vykořisťovatelských praktikách oděvních firem, sdílet, ptát se, zajímat se. Být zodpovědný, mít respekt k věcem, které někdo vyrobil, a přirozenou úctu k přírodě a jejím zdrojům.

Autorka je literární kritička.

**Koncový zákazník
určitě má svůj
neoddiskutovatelný
vliv při boji proti
*fast fashion***

