

ŠIUOLAIKINĖS TVARIOS MADOS PARADIGMA: GREITA MADA IR SĄMONINGAS VARTOJIMAS

Taira Milušauskaitė
Šv. Ignaco Lojolos kolegija

ANOTACIJA

Mada kaip konceptas nuolat keičiasi, leisdama žmonėms kurti savo identitetą ir atrodyti šiuolaikiškai. Perteklinė gamyba ir neatsargus vartojimas lėmė didelį drabužių kiekį, kuris atsiduria sąvartynuose. Tai prisideda prie pasaulio šiltnamio efektą sukeliančių dujų išmetimo, skatina miškų naikinimą, taršą, klimato kaitą ir ekosistemų nykimą. Gamybos procesas taip pat generuoja tekstilės atliekas, padidindamas bendrą mados pramonės taršos kiekį. Tvarios mados koncepcija atsirado kaip priešprieša greitajai madai. Verslai pradėjo keisti gamybos procesus į tvarius, o vartotojai atsakingiau renkasi, kiek ir kokių gaminių perka. Tvarumas mados industrijoje tampa vis svarbesnis šiandienos pasaulio kontekste, todėl tvarios mados įtraukimas į rinką tampa svarbiu verslo aspektu. Daugelis mados gamintojų įsitraukia į tvarios mados pramonę, siekdami sumažinti žalos aplinkai mastą.

Apžvelgiant madą kaip visuomenės reiškinį, kurį formuoja pokyčiai ir kuris savo ruožtu išreiškia tuos pakitimus, straipsnyje pateikiamos vertingos įžvalgos ir svarbiausi veiksniai siekiant tvarumo madoje. Pastaraisiais metais mados industrijoje pastebimas išaugęs susidomėjimas tvaria ir etiška mada. Vartotojai vis labiau suvokia neigiamą greitosios mados pramonės poveikį aplinkai ir visuomenei ir ieško alternatyvių variantų. Straipsnyje analizuojami mokslinės literatūros šaltiniai, aprašantys greitosios ir tvarios mados veikimo principus. Akivaizdu, kad greitosios mados industrijos veikimo modelis paremtas trumpesniu gamybos laikotarpiu už mažesnę kainą, renkantis pigesnius audinius ir išnaudojant besivystančių šalių žmonių darbo jėgą. Šis mados industrijos sektorius labai prisideda prie aplinkos taršos ir skatina vartotojiškumą visuomenėje. Tvarios mados aktualumas mados istorijoje žymi lūžį – nauja ne visada yra gerai. Viena iš tvaryų alternatyvų greitajai madai yra dėvėti drabužiai, kurie paskutiniu metu tampa vis populiariausiu vartotojų pasirinkimu. Madoje terminas „antrų rankų prabanga“ ar *vintažinis*, skamba kaip šių dienų mados paradigma. Ši paradigma mados pasaulį verčia aukštyn kojom, kartu atverdamą kelią į atsakingą ir sąmoningą vartojimą. Šiandien, Europos širdis užkariavęs lietuviškas pasididžiavimas, internetinė drabužių platforma – „Vinted“, su misija antrų rankų prekes paversti pirmuoju pasirinkimu visame pasaulyje, įvardijamas kaip vienas sėkmingiausių startuolių ir tapo pirmuoju 2023 m. Lietuvos vienu. Aptariama „Vinted“ kompanijos sėkmės formulė, bei aktualumas, įgyvendinant tvarios mados siekiamybę, kaip aplinką tausojantį pasirinkimą.

Raktiniai žodžiai: vartotojiškumas, greitoji mada, tvari mada, dėvėti drabužiai, *vintažinė* mada.

Įvadas

Temos aktualumas. Tvarumo samprata šiais laikais sulaukia vis didesnio pasaulinio dėmesio ir yra labai svarbi viso pasaulio tema. Kadangi visos pramonės šakos vertina žmogaus poveikį planetai ir gyventojams, mados pramonė siekia iš naujo atrasti būdus, užtikrinančius savo aktualumą ir saugotų sudėtingą globalią Žemės ekosistemą. Žmonės vis labiau suvokia savo pasirinkimų poveikį aplinkai ir pradeda vartoti sąmoningiau. Visos pramonės šakos yra priverstos taikyti tvaresnę ir etišką gamybą. Viena pramonės šakų, kuri patyrė nepaprastą transformaciją, yra mada. Mados pramonė siejama su sparčiai besivystančiomis naujomis tendencijomis. Madai svarbiausia naujumas. Dabar tvari mada skelbia naują sąmoningumo erą, kartu keisdama mados vartojimo sampratą. Gyvename

perteklinio vartojimo amžiuje ir tai ypač akivaizdu mados industrijoje. Tvari alternatyva, siekiant atrodyti naujai, yra kokybiški dėvėti drabužiai, kurie parduodami per „Vinted“ platformą. Žinodamas kad kokybišką drabužį bus galima parduoti, vartotojas atsakingai jį prižiūri. Šis modelis keičia požiūrį į vartojimą ir prisideda prie žiedinės ekonomikos ir mūsų planetos ekosistemos saugojimo.

Tyrimo naujumas. Teikdama pirmenybę aplinkai, socialiniam teisingumui ir ekonominiam gyvybingumui, šių dienų moda gali keisti pramonę ir kurti ateitį, kurioje moda derėtų su vartotojų vertybėmis ir saugotų aplinką. Tvari alternatyva greitajai madai yra dėvėti – *vintažiniai* drabužiai, kurie paskutiniu metu tampa vis populiareniu vartotojų pasirinkimu. Šis tvarios mados modelis mados istorijoje žymi lūžį – mados funkcijos paradigmą, kai nauja ne visada yra gerai.

Tyrimo objektas – moda yra didelė ribotų išteklių vartotoja. Tvari moda skelbia naują sąmoningumo erą, kartu keisdama mados vartojimą; greitos mados daroma žala yra akivaizdi; tvarios mados privalumai ir ateitis; „Vined“ dėvėtų drabužių platforma ir tvarus vartojimas.

Tikslas – atskleisti tvarumo svarbą mados industrijoje; aprašyti greitos mados gamybos modelį. Išanalizuoti Lietuvos tvarios mados „Vined“ platformos sėkmės formulę, įgyvendinant tvarios mados siekiamybę.

Uždaviniai.

1. Aptarti tvarumo sampratą ir vartotojų pasirinkimą;
2. Išryškinti greitos mados daromą žalą;
3. Išanalizuoti tvarios mados svarbą;
4. Apibūdinti *vintažinių* drabužių svarbą šiuolaikinėje visuomenėje;
5. Įvardinti tvarios mados ateitį.

Tyrimo metodai – uždaviniams išspręsti faktai surinkti iš skirtingų šaltinių: naudojama mokslinės literatūros analizė bei sintezė, apibendrintos mokslinių tyrimų ataskaitos, informaciniai straipsniai, konferencijų medžiaga. Dalinuosi ir savo asmenine patirtimi, dirbant dizainere, mados gamyboje.

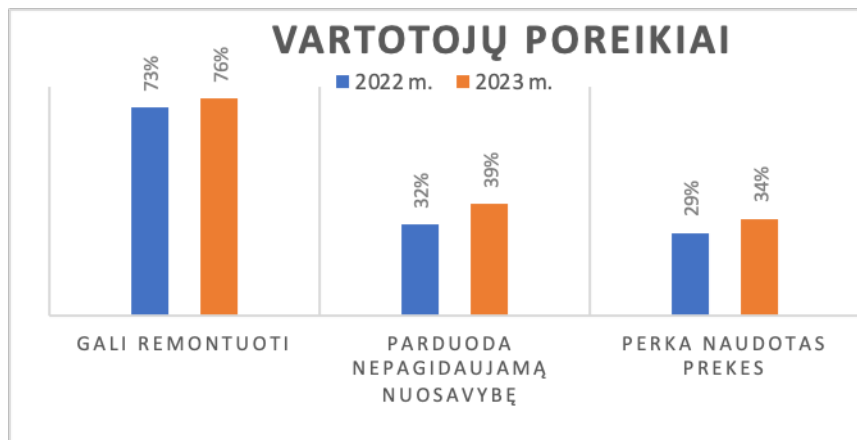
1. Tvarumo samprata ir vartotojas

Pastaraisiais metais pasaulyje įvyko reikšmingas vartotojų elgesio į tvaraus gyvenimą pokytis. Šiais laikais žodžiai „ekologiškas“, „etiškas“ ar „tvarus“ yra plačiai paplitę ir turi teigiamą reikšmę. Tačiau kartais gali būti sunku atskirti prekės ženklą, kuris iš tikrųjų padeda paversti planetą geresne vieta, nuo prekės, kuri tik naudoja šiuos terminus, kad rinkoje taptų aktualia. Dažnai kalbos apie tvarumą ir sąmoningą vartojimą lieka tik teoriniame lygmenyje, arba tampa ekologinio manipuliavimo (angl. greenwashing) įrankiu, siekiant pritraukti naują vartotoją. Didėjant prekių pasiūlai, didėja ir vartotojiškumas, o tai ilgainiui daro neigiamą poveikį aplinkai ir ekologijai. Pirkėjai dažnai lankosi parduotuvėse, o greitosios mados prekių ženklai skatina vartojimą. Naujos kolekcijos pristatomos ne keturis kartus metuose (kaip buvo anksčiau), bet kas du mėnesius. Tokio didelio kiekio naujų produktų gamybai išsekvojama be galo daug neatsinaujinančių gamtos resursų, atsiranda dideli kiekiai perteklinių gaminių, kurie yra utilizuojami (dažniausiai deginami).

Vartotojai ne visada domisi parduotuvėse parduodamų produktų kilme ir gamybos ypatumais. Tačiau situacija gerėja, O. Pinnock (2022), teigia: „Šiandien paskelbti skaičiai

rodo, kad 50% medžiagų, kurias naudojo 292 dalyvaujančios įmonės, dabar yra ekologiškos, perdirbtos ar mažiau taršios, palyginti su 2020 m., įmonės naudojo 44% mažiau taršių medžiagų“. Įtakos turėjo ir krizės, kurios nušlavė ilgus metus trunkančią SDG (angl. Sustainable Development Goals - Darnaus vystymosi tikslai) pažangą, ir yra susijusios tarpusavyje ir skatina ieškoti naujų efektyvių galimybių. Sukrėtimų bangos: COVID-19 pandemija, konfliktai daugelyje pasaulio regionų, įskaitant karą Ukrainoje, pragyvenimo išlaidų ir skolų krizė, ir klimato kaita. Šios nelaimės tarpusavyje yra susipynusios per aplinkos, ekonomines ir socialines sistemas ir sukuria stiprėjančią SDG nuosmukį. Tie patys ryšiai, sustiprinantys krizes, suteikia naujas galimybes integruotos strategijos ir sisteminės rizikos mažinimui, teigiama Jungtinių Tautų 2024 gegužės 2 d. ataskaitoje, (United Nations [UN], 2024).

Tvarumo samprata šiais laikais sulaukia vis didesnio dėmesio ir yra labai svarbi tema, analizuojant visas pramonės šakas. Paskutiniu metu, atsižvelgiant į pasaulinę finansų rinką ir infliaciją, tvarus gyvenimo būdas gali būti susijęs ir su taupumu. Didžiojoje Britanijoje (2023), buvo atlikta apklausa internetu. Joje dalyvavo daugiau nei 2000 suaugusių gyventojų, vyresnių nei 18 metų. Nepriklausomos kompanijos „YouGov“ teigimu, šiais metais vartotojai laikosi tvaresnio gyvenimo būdo, renkasi prekes, kurios yra tvaresnės, arba kurias galima pakartotinai naudoti ar pataisyti. Per pastaruosius 12 mėnesių padidėjo vartotojų, teigiančių kad jie pasirinko tvaresnį gyvenimo būdą: net 11 iš 23 respondentų, (Fenech, Walton, Majuty, 2023). Šie skaičiai rodo, kad pragyvenimo išlaidų krizė turi įtakos vartotojų pasirinkimui. Tai apima naudotų daiktų pirkimą, bei vartotojų pasirinkimą mokėti daugiau už ilgai tarnaujančius daiktus. 2023 m. pirkdami vartotojai daugiau atsižvelgė ne tik į pinigus taupančią tvarią elgseną, bet ir į ilgaamžiškumą, ar galimybę prekę pataisyti, 5% įsigijo naudotas prekes, (žr. 1.pav.). Taip pat vartotojai atsižvelgė, ar produktai yra atsakingo gamintojo, ar palaiko biologinę gerovę. Didžiausi pokyčiai susiję su žiedine veikla, kur siekiama sutaupyti.



1 pav. Didžiojoje Britanijoje vartotojų pasirinkimas, 2022 m. ir 2023 m. Fenech, C., Walton, B., Majuty, A. *Understanding consumers' attitudes to sustainability*, 2023. Prieiga per internetą: <https://www.deloitte.com/uk/en/Industries/consumer/research/sustainable-consumer.html>

Pagal pateiktus duomenis schema sudaryta autorės. Pagrindinis ir galutinis vaidmuo mados pramonėje tenka vartotojui. Tendencijoms nuolat keičiantis ir didėjant vartotojų skaičiui, remiantis nepriklausomos kompanijos „YouGov“ atlikta apklausa (2023), matomas teigiamas impulsas tvarių prekių pasirinkimui. Vartotojų elgsenos supratimas ir analizavimas leidžia susidaryti realistišką požiūrį apie vartotojiškumą. Tvari moda prasideda nuo kūrėjo, gamintojo ir baigiasi ties vartotoju. Tai savotiškas ciklas, kuris apima daugybę grandžių, tačiau kiekvienos iš jų indėlis į tvarumą yra svarbus.

2. Greitosios mados žala

Greitos mados dizaino, gamybos ir verslo modelis orientuotas į naujausias mados tendencijas, ir didelę drabužių kiekio gamybą, dažniausiai remiantis globaliomis tiekimo grandinėmis, kurios priklauso nuo pigios darbo jėgos. Greitoji moda pasižymi nebrangiais, masinės gamybos drabužiais. Gyvename perteklinio vartojimo amžiuje ir tai ypač akivaizdu mados industrijoje. Greitos mados industrijai būdinga greita kolekcijų kaita, dažnos nuolaidos ir reklamos. Greitosios mados tikslas yra kuo greičiau sukurti naują, madingą drabužį ir pateikti jį į rinką, kol jis yra populiarumo viršūnėje. Tačiau dėl greitos gamybos ir pigios kainos, drabužio kokybė yra prasta. Šio modelio žala aplinkai yra didžiulė, nes pigių drabužių gamybai reikia daug vandens, energijos ir žaliavų, o tai lemia miškų naikinimą, vandens taršą ir anglies dvideginio išmetimą. Be to, drabužių yra pagaminama daug daugiau, nei reikia. Taip susidaro didžiuliai tekstilės atliekų kiekiai, kuriems sąvartynuose suirti prireikia dešimtmečių, arba jie sudeginami. Šis modelis kritikuojamas dėl didelio poveikio aplinkai ir perteklinio vartojimo.

Greitoji moda turi neigiamą ir teigiamą pusę. Mados industrija ženkliai prisideda prie ekonomikos augimo, nes daugiau nei 2% pasaulinio bendrojo vidaus produkto (BVP) ir užtikrina užimtumą (Stankevičiūtė, 2024). Mados pramonėje dirba daugiau nei 75 milijonai žmonių, dauguma jų yra jaunos moterys. Tačiau drabužių gamyboje naudojama pigi vaikų darbo jėga, ilgos darbo valandos ir chemikalų naudojimas gamybos procese, neigiamai veikia darbuotojų ir šalia gamybos vietų gyvenančių bendruomenių sveikatą. Besivystančiose šalyse gaminama 90% visų pasaulio drabužių.

Mados industrija yra viena taršiausių ir didelį neigiamą poveikį aplinkai darančių ir socialiai išnaudojančių pramonės šakų pasaulyje; per metus pagaminama 100 milijardų drabužių, bet net 40% tekstilės gaminių išmetama nepanaudota, (Gwilt, Payne, Rüttschilling, 2019, p. XXII). Šios masinės gamybos apimtys yra netvarios, tiek socialiniu, tiek aplinkosaugos požiūriu, tiek visame gamybos etape, tiek ir vėliau, pasibaigus drabužių tarnavimo laikui.

Vieniems medvilniniams marškinėliams pagaminti reikia 2,700 litrų gėlo vandens, kurio užtenka vieno žmogaus vandens poreikiui 2.5 metams. Tekstilės gamyba yra atsakinga už maždaug 20% pasaulio švaraus vandens taršos, dėl dažymo ir produktų apdailos. Iš vieno poliesterio audinio drabužių skalbimo gali išsiskirti 700 000 mikroplastiko pluoštų, kurie teršia mūsų planetą, patenka į žemės dirvą ir mūsų geriamąjį vandenį. Greitoji drabužių moda prisideda prie šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijos padidėjusio anglies dioksido (CO₂) išmetimo. Apskaičiuota, kad mados pramonė išmeta 10% viso pasaulio anglies dvideginio – daugiau nei tarptautiniai skrydžiai ir jūrų laivyba kartu sudėjus. Europos aplinkos agentūros (EAA) duomenimis, perkant tekstilės gaminius Europos Sąjungoje (ES), 2020 m. vienam žmogui buvo išmetama apie 270kg CO₂. Tai reiškia, kad ES suvartojami

tekstilės gaminiai išmetė 121 mln. tonų šiltnamio efektą sukeliančių dujų. Ir tik 1% naudotos tekstilės buvo perdirbta (The impact of textile production and waste on the environment (infographics), 2020). Europoje tekstilės vartojimas daro ketvirtą didžiausią poveikį aplinkai ir klimato kaitai: po energijos vartojimo namų ūkiuose, transporto ir maisto vartojimo. Naujausia informacija dalinasi Vilniaus apskrities atliekų tvarkymo vadovas Tomas Vaitkevičius, (SUSTAINABLE FASHION WEEK SUBMIT / Vilnius 2024). Europos Sąjungoje išmetama apie 5,2 mln. tekstilės tonų per metus, 14 kg vienam gyventojui Europoje. Lietuvoje 35 tūkst. tonų, (2035 m. bus apie 55 tūkst. tonų), o 78% deginama arba pašalinama (žr. 1. Lentelė.). ES surenkama 8 160 tonų gryną tekstilės atliekų, 20% šalinamos arba deginamos ir tik 24% perdirbama. Lietuvoje vienas gyventojas išmeta 19 kg komunalinės tekstilės atliekas,³ iš jų 88 % sudeginama arba šalinama ir 3,7 % perdirbama, (Vaitkevičius, 2024).

1 Lentelė. Išmetamos tekstilės palyginimas Europos Sąjungoje ir Lietuvoje, 2023 m.

2023 metai	Išmetama tekstilės tonų	Vienas gyventojas išmeta per metus	Deginama / šalinama
ES	5,2 mln.	14 kg	78%
Lietuva	35 tūkst.	19 kg	88%

Pagal pateiktus duomenis, lentelė sudaryta autorės.⁴

Mados pramonė sulaukia nemažai kritikos dėl aplinką naikinančios praktikos. Kiekvienas drabužių gamybos ciklo etapas – nuo žaliavinio pluošto auginimo, iki pagaminto ir drabužio išsiuntimo, – turi žalingų pasekmių, o greitas mados ciklo tempas tik apsunkina šią problemą. Taip pat pasikeitė ir drabužių vertė, tačiau ne į gerąją pusę, kaip tvirtina tvarios mados šalininkai. Kadaisė mada buvo gerbiama prekė, dabar ji dažnai laikoma vienkartinė.

Visgi, nepaisant šių neigiamų pasekmių klimatui ir žmonėms, mados pramonė ir toliau auga, o toks augimas daugiausia paaiškinamas greita mada, bei „pirk ir išmesk“ filosofija, kai mažos gamybos sąnaudos ir žemos kainos kuria kultūrą, kurioje asmenys skatinami daryti tris dalykus: pirkti daugiau, pirkti dažniau bei dėvėti drabužius trumpiau. Kyla klausimas, ar galimi pokyčiai? Ar gali vartotojai priimti tvarius sprendimus? Ir kaip mados kūrybos procesą, kuris skatina atrodyti šiuolaikiškai, padaryti tvarų?

Vieni prekės ženklai mados industrijoje palaiko tvarumą, kiti – priešingai, neprisideda prie tvarumo plėtojimo. Kai norima įsigyti naują tekstilės gaminį, reikėtų patikrinti, iš kokių medžiagų jis pagamintas, ar gaminyje yra perdirbtas, ar pagamintas iš atliekų. Tvarumą palaikantys prekių ženklai gaminius turėtų gaminti iš atsinaujinančių medžiagų. Pavyzdžiui:

³ Vertinant, kad mišrių komunalinių atliekų 2023 m. Lietuvoje surinkta 676,2 tūkst. t., o tekstilės atliekų, kasmet išmetamų su mišriomis komunalinėmis atliekomis, galėtų būti iki 49,1 tūkst. t. Tekstilės atliekos apdorojamos mechaninio ar mechaninio biologinio atliekų apdorojimo įrenginiuose, dalis atskiriama, didesnė dalis nukreipiama į deginimą ar pašalinama sąvartyne. Atliekų deginimo metu išsiskiria teršalai, didinamas anglies dvideginio kiekis, o atliekos, laikomos sąvartyne, suyra, išskirdamos metaną bei anglies dvideginį (Marius Banaitis, mariusb@vaatc.lt, laiškas rašytas dėl tekstilės atliekų. 2024-10-15).

⁴ Vaitkevičius T., SUSTAINABLE FASHION WEEK SUBMIT / Vilnius. 2024. 08. 29. Prieiga per internetą: <https://www.youtube.com/live/lzik5VpLCAA>

linas, šilkas, Tencel ir organinė medvilnė – tai vienos iš pagrindinių medžiagų, iš kurių gaminami tvarių mados prekių ženklų gaminiai. Priešingai nei genetiškai modifikuota medvilnė, nes ją auginant ir gaminant gaminius, sunaudojama labai daug vandens ir cheminių medžiagų. Gaminiai iš perdirbtų plastikinių butelių, jų panaudojimas gaminant drabužius taip pat neprideda prie tvarum, kadangi perdirbimui sunaudojama labai daug vandens, o išplautos plastiko mikrodetalės teršia vandenyną.

Naujos strategijos, skirtos šiai problemai spręsti, apima: naujų drabužių nuomos verslo modelių kūrimą; gaminių kūrimą taip, kad būtų lengviau pakartotinai naudoti ir perdirbti (naudoti žiedinę tekstilės ekonomikos strategiją); įtikinti vartotojus pirkti geresnės kokybės drabužius, kurie tarnauja ilgiau (lėtoji moda) ir apskritai nukreipti vartotojų elgesį prie tvaresnių pasirinkimų. Siekdama išspręsti šią problemą, Europos Komisija (EK) pradėjo kampaniją „ReSet the Trend“, padėsiančią įtraukti europiečius į kovą su greitąja moda, siekiant didinti visuomenės informuotumą apie ES tvarios ir žiedinės tekstilės ekonomikos strategiją. Norint sukurti sąmoningų vartotojų kartą, švietimas turėtų būti įtrauktas į mokyklos mokymų programas, ypač su dizainu ir moda susijusiuose dalykuose.

3. Tvarumo svarba mados industrijoje

Mada kaip konceptas nuolat keičiasi, leisdama žmonėms kurti savo identitetą ir prisitaikyti prie aplinkos. Tačiau perteklinė gamyba ir neatsargus vartojimas lemia didelį drabužių kiekį, kuris dažnai atsiranda sąvartynuose. Naujų drabužių gamybos procesas taip pat generuoja tekstilės atliekas, padidindamas bendrą mados pramonės taršos kiekį. Tvarios mados koncepcija atsirado kaip priešprieša greitajai madai. Verslai pradėjo keisti gamybos procesus į tvarius, o vartotojai atsakingiau renkasi, kiek ir kokių gaminių jiems reikia. Pastaraisiais metais verslas ir vartotojai vis daugiau galvoja apie biologinės įvairovės nykimą, klimato kaitą ir savo atsakomybę saugojant aplinką.

Tvarios mados gamyboje siekiama atkreipti dėmesį į aplinkos ir socialinius klausimus: energijos, vandens suvartojimą, vengti ar visiškai atsisakyti kenksmingų medžiagų ir dirbtinių dažų naudojimo. Straipsnyje S. Rocharam (2023) teigia, kad tvari moda apima įvairias praktikas, kuriomis siekiama sumažinti neigiamą mados industrijos poveikį planetai ir jos gyventojams. Straipsnio autorius išskiria šias pagrindines tvarios mados atsakomybes ir įtaką (Rocharam, 2023):

Atsakomybė už aplinkos apsaugą. Tvari moda skatina aplinką tausojančią praktiką per visą drabužio gyvavimo ciklą. Tai apima ekologiškų medžiagų, tokių kaip organinė medvilnė, kanapės ar perdirbtas pluoštas naudojimą, vandens suvartojimo mažinimą, atsinaujinančių energijos šaltinių naudojimą gamyboje ir atliekų mažinimą įgyvendinant perdirbimo iniciatyvas.

Socialinis teisingumas. Tvari moda pabrėžia sąžiningą ir etišką darbo praktiką, saugias drabužių siuvėjų sąlygas. Tai skatina skaidrumą drabužių gamyboje, užtikrinant, kad darbuotojams būtų mokamas teisingas atlyginimas ir jie nebūtų išnaudojami.

Ekonominis gyvybingumas. Dažnai manoma, kad tvari moda yra brangi. Tačiau ilgainiui pasirodo, kad ji yra ekonomiškai perspektyvi. Sutelkdama dėmesį į kokybę ir ilgaamžiškumą, tvari moda skatina vartotojus investuoti į nesenstančius gaminius, kurie tarnauja ilgiau. Populiarėja naujoviški verslo modeliai, tokie kaip drabužių nuomos paslaugos ir naudotos mados platformos, siūlančios pigesnes ir tvaresnes alternatyvas.

Vartotojų sąmoningumas. Augant tvarumo problemų suvokimui ir atsakingam vartojimui, keičiasi vartotojų elgsenos įpročiai. Šiandieniniai vartotojai, ypač jaunesnės kartos, iš mados prekių ženklų vis dažniau reikalauja skaidrumo, etikos ir nekenksmingų pasirinkimų aplinkai. Jie pasirenkę mokėti daugiau už produktus, kurie atitinka jų vertybes ir aktyviai ieško tvarios mados alternatyvų.

Pramonės atsakomybė ir naujovės. Pripažindami augančią tvarios mados paklausą, daugelis prekių ženklų priima pokyčius ir taiko ekologišką praktiką. Įsikūrę mados namai ir nauji dizaineriai naudoja tvarias medžiagas, įgyvendina perdirbimo programas ir tiria naujoviškus gamybos metodus. Tekstilės ir mados renginiai visame pasaulyje skiria platformas tvariai madai demonstruoti.

Pastaraisiais metais mados industrijoje pastebimas išaugęs susidomėjimas tvaria ir etiška mada. Vartotojai vis labiau suvokia neigiamą greitosios mados pramonės poveikį aplinkai ir visuomenei ir ieško alternatyvių variantų. Pakartotinio naudojimo drabužių ir tekstilės perdirbimo praktika egzistavo šimtmečius. Nors tai buvo neatsiejama mados industrijos dalis iki XX-ojo amžiaus vidurio pabaigos, tačiau retai tai buvo dokumentuojama. Dėvėtų drabužių pirkimas ilgą laiką buvo stigmatizuojamas ir sietinas su mažas pajamas gaunančiais vartotojais (Jennifer, Hill, 2015). Terminas antros rankos ar padėvėtas (angl. *secondhand*) – vartojamas kalbant apie drabužius, kurie jau turi naują vartotoją, netgi ir tuomet, kai tas vartotojas yra naujas šeimos narys, ar parduotas per padėvėtų prekių platformą, ar įsigytas parduotuvėje. Daug padėvėtų gaminių būna perdaryti savo šeiminių. Dėvėti drabužiai taip pat gali būti visiškai pakeisti, o kai kuriais atvejais ir visiškai perdaryti į naujus drabužius ar gaminius. Nors terminai pakartotinai panaudoti ir perdirbti dažnai vartojami pakaitomis, tačiau iš tiesų jie yra skirtingi.

Šių dienų mados industrijoje, kai madingi marškinėliai gali kainuoti pigiau nei kavos puodelis, tad vargu ar vartotojams atrodo patrauklu pirkti naudotas prekes ar jas taisyti, kad jie tarnautų ilgiau. Ekologiškai mąstančiam pirkėjui dėvėtų drabužių pirkimas yra laikomas ypač tvariu pasirinkimu, nes tai sumažina tekstilės atliekų kiekį ir naujos produkcijos poreikį. Be to, daugybė dizainerių eksperimentuoja, kad sukurtų unikalią madą iš išmestų ar nereikalingų daiktų. Naudotų drabužių perdirbimas į naujas medžiagas taip pat tapo gyvybiškai svarbus, siekiant išsaugoti vertingus ir greitai nykstančius gamtos išteklius. Praeityje, iki tekstilės gamybos industrializacijos, naudoti arba perdirbti drabužiai buvo naudojami dėl labai skirtingų priežasčių; tokių, kaip taupumas ar ekonominė būtinybė.

Per pastaruosius keletą metų mados industrijoje įvyko daug pokyčių. Išmanių iniciatyvų ir mados startuolių bumą 2019 m. sustabdė COVID-19 (2020) krizė. „Business of Fashion“ ataskaitoje skelbiama, kad 2020 m., vos per 8 karantino mėnesius elektroninė mados prekyba patyrė šešerių metų šuolį, beveik trečdalis visų mados prekių buvo nupirkta internetu (prieš 2020 m., šis skaičius tesiekė 16%). Tikimasi, kad ši tendencija tik stiprės – pagal „Thredup“ ir „GlobalData“ prognozes, 2029 m. perpardavimo platformos jau generuos didesnius pardavimus nei greitoji moda (Nanda, 2020).

4. *Vintažiniai drabužiai šiuolaikinėje visuomenėje*

XX amžiaus antroje pusėje, dėvėtų drabužių nešiojimas, tapo sąmoningu mados pasirinkimu (ne kaip ekonominė būtinybė), ir išsivystė kaip svarbus subkultūrinis stiliaus komponentas (Jennifer, Hill, 2015). Pavyzdžiui, hipiai ir pankai, ieškojo nebrangių drabužių sendaikčių parduotuvėse ir sendaikčių turguose, kad išreikštų savo atmetimą pagrindinėms vartotojiškoms vertybėms. Tačiau tuo pat metu kūrėsi ir kita dėvėtų drabužių rinka. 1960 metų gale, žodis *vintažinis* buvo naudojamas atskirti konkretų, dėvėtų drabužių rinkos segmentą.

Žodis *vintažinis* tradiciškai buvo naudojamas apibūdinti vyrams, – o madoje šis žodis rodo tam tikrų drabužių elito statusą dėvėtų drabužių hierarchijoje. *Vintažiniai* drabužiai yra geros kokybės, turintys estetinę vertę, kuri išskiria juos iš daugybės kitų naudotų drabužių. *Vintažinių* drabužių pirkimas nėra taupus pasirinkimas. Ypač jei lygintume su greita mada, nes *vintažiniai* drabužiai dažnai kainuoja daugiau nei nauji. Daugelis vartotojų yra pasirengę mokėti papildomai už *vintažinę* madą, nes ją suvokia, kaip labiau individualų ir išskirtinį pasirinkimą, nei šiuolaikiniai drabužiai (Palmer, 2005, p. 202.). *Vintažinės* mados rinka XXI amžiuje plečiasi. *Vintažinis* drabužis dabar siejamas ne tik su originaliu pasirinkimu, bet ir su tvarios mados koncepcija: „Rinkitės dėvėtus drabužius. *Tapkite istorijos dalimi ieškodami vienetinių vintažinių drabužių, kurie neretai pasižymi geresne kokybe nei šiuolaikiniai greitosios mados pirkiniai*“, teigiama straipsnyje ReSet the Trend: ES kviečia jaunimą rinktis žiedinę ir tvarią madą (2023).

Plačiai paplitęs *vintažinės* mados pripažinimas padėjo pakelti ilgai gyvavusį stigmatizuotą dėvėtų drabužių statusą. Dėvėtų drabužių tendencija taip pat sukėlė diskusijų dėl termino *vintažinis* vartojimo: kas būtų, jei drabužis pagamintas namuose, ar ne iš aukštos kokybės audinio? Ar *vintage* turėtų būti naudojamas apibūdinti drabužius, kuriems yra mažiau nei 20 metų? Rinkoje, kurioje gausu dėvėtų drabužių prekiautojų, atrodo, kad pirkėjas turi nuspręsti, ar *vintažinis* drabužis yra vertas savo kainos. Suprantama, kad terminas „antrų rankų prabanga“ ar *vintažinis* madoje skamba kaip paradigma. Bet šių dienų diskusijose apie tvarumą, produkcijos mažinimą, bei pilno naudojimo potencialo nepasiekiančius daiktus, tai tampa aktualia tema. *Vintažinis* – tai geros būklės ir kokybės brangus drabužis bei aksesuaras, kadaise pirktas už pilną kainą, o dabar šeimininkui tiesiog nebereikalingas. Vietoje to, kad drabužis būtų išmetamas, ar nemokamai paaukotas, atsiranda galimybė jam rasti naują šeimininką, už adekvačią kainą.

Lietuvių sukurta elektroninė prekyvietė „*Vinted*“ (2008), ar Paryžiuje įkurta „*Vestiaire Collective*“ (2009), Italijoje „*Roncadèje*“ (2011) ir už Atlanto itin populiari „*The Real Real*“ sistema, šiandien joms dedikuotos atskiros internetinės platformos. Atvejų, kai vidutinės pajamos gaunantys mados gerbėjai perka kokybišką, bet dėvėtą drabužį, ateityje tik daugės. Tai rodo ne tik gausėjančios investicijos į perpardavinėjimo verslus („*Vestiaire Collective*“ iki šiol surinko apie 116 milijonų eurų verslui vystyti, o „*The Real Real*“ – 148 milijonus eurų), bet ir pirkėjų apklausos bei elgesio tyrimai, (Nanda, 2020).

Taip pat skaičiuojama, kad šiuo metu drabužių perpardavimo apimtys kasmet išauga beveik 50%, o tuo tarpu tradiciniai pardavimai paauga vos 2%. Prognozės patvirtina ir apklausti jaunosios kartos atstovai (vadinamieji „*millennials*“ ar „*Z*“ karta – gimusi 1980-2000), kurių 77% teigia prioritetą teikiantys tvarumą skatinantiems prekių ženklams.

Daugiau nei 40%, 18–24 metų amžiaus grupės respondentų per praėjusius metus naudojo drabužių perpardavimo platformomis, (Amed, 2023).

„Vinted“ prieš 16 metų lietuvių Mildos Mitkutės ir Justo Janausko sukurta elektroninė prekyvietė, vėliau (2011) prie komandos prisijungė Mantas Mickus, kaip pirmas investuotojas ir vykdomasis direktorius. „Vinted“ naudotojai gali vieni kitiems parduoti, arba vieni iš kitų pirkti naudotas mados prekes. 2019 m. „Vinted“ įkurtas startuolis pranešė pritraukęs 128 mln. investiciją ir tapo pirmuoju Lietuvos vienuaragiu⁵ (Chockeivičiūtė, 2019). 2023 m. internetines naudotų mados prekių tarpusavio prekybos platformas valdanti „Vinted Limited“ gavo 596,3 mln. Eur pardavimo pajamų – 61% daugiau, nei 2022 m., kai apyvarta sudarė 370,2 mln. Eur. (Vizbalienė, 2024). 2023 m. „Vinted“ augo sparčiau, nei planavo, grupės ataskaitoje EBITDA⁶ (angl. Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) rašoma, kad pelnas siekė 76,6 mln. Eur. Prekybos platformos augimą „Vinted“ užsitikrino keliose skirtingose srityse: toliau didino rinkos dalį esamose rinkose ir tęsė plėtrą į prabangios mados segmentą. Paspartinio pristatymo paslaugų plėtrą su „Vinted Go“. 2022 m. įsigijo naudotų dizainerių kurtų daiktų platformą „Rebelle“. Subūrė abiejų bendrovių komandas ir pradėjo teikti daiktų tikrinimo paslaugą, suteikiančią galimybę „Vinted“ nariams prekiauti dizainerių ir prabangos segmento daiktais. Ši paslauga šiuo metu prieinama devyniose „Vinted“ rinkose ir toliau bus plečiama, (Vizbalienė, 2024). „Vinted“ naudotų mados prekių platforma yra ne tik pelninga, bet ir prisideda prie vartotojų tvaraus vartojimo skatinimo, bei saugo mūsų planetą.

Pirmaujanti Europos internetinė naudotų mados prekių tarpusavio prekybos platforma „Vinted“ keičia spintų turinį visame žemyne. Naujausioje BNS Spaudos (2024) centro bendrovės parengtoje poveikio klimato ataskaitoje teigiama, kad:

- Vien per 2023 m. „Vinted“ nariai vietoj naujų daiktų rinkdamiesi naudotus padėjo išvengti 679 kilotonų CO₂ dujų išmetimo į aplinką;
- Dviejų trečdalių (65 proc.) „Vinted“ narių spintas sudaro ketvirtadalis ar daugiau naudotų daiktų;
- Dauguma (84 proc.) apsiperkančių „Vinted“ naudotų daiktų kokybę vertina gerai ar net geriau nei naujų daiktų;

2 pav.

Pagrindinės išvados: mūsų narių apsipirkimo įpročiai



3 pav. ⁷

Pagrindinės išvados: naudotų daiktų poveikis klimatui



⁵ Technologiniais „vienaragiais“ (angl. Unicorn company) vadinami startuoliai, kurie pritraukę investicijas išauga į didesnės nei 1 mlrd. eurų vertės kompanijas.

⁶ EBITDA (angl. Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) vadinamas pelnas prieš palūkanas, mokesčius, nusidėvėjimą bei amortizaciją.

⁷ Vinted Tvarumo kampanija. (2023). *Kartu mes keičiamės ir pereiname prie tvaraus vartojimo*. Prieiga per internetą: <https://company.vinted.com/lt/sustainability>

Lyderėmis tapo Vokietija, Prancūzija, Lenkija ir Jungtinė Karalystė, kuriose daugiau nei 48% „Vinted“ narių teigia (žr. 2. pav.), kad daugiau nei pusę jų garderobo sudaro naudoti daiktai.⁸ Pirkdami naudotą daiktą, žmonės ne tik prisideda prie aplinkos tvarumo, bet kartu ir sutaupo. 48% apklaustųjų įsigijo daiktą iš antrų rankų, nes jis buvo pigesnis už naują, teigiama naujausioje BNS ataskaitoje, (BNS, 2024). Tačiau svarbu ne vien sutaupyti pinigai. Daugelis keičia savo požiūrį į vartojimą ir renkasi žiedinę ekonomiką. Pirkimas žiediniu principu tampa įpročiu, nes taip vartotojas randa kokybiškų, unikalių ir puikios būklės prekių. 65% apklaustųjų teigia (apklausoje dalyvavo 94,4 tūkst. narių), kad daiktai iš antrų rankų sudaro bent ¼ jų spintos, („Vinted“ Tvarumo kampanija, 2023), mieliau perka mažiau ir kokybiškus daiktus, kurie tarnauja ilgai. Žinojimas, kad mados prekės gali gyventi antrą ir trečią gyvenimą pas kitus vartotojus, įkvepia narius geriau rūpintis savo drabužiais. „Vinted“ platforma suteikė galimybę milijonams žmonių tapti naudotų daiktų pardavėjais. Sėkmingai plėsdami savo verslo idėją, jie tapo tvarios mados sėkmės pavyzdžiu, (žr. 3. pav.).

5. Tvarios mados ateitis

XX a. pradžioje atsiradusi mados pramonė pradėjo globalias permainas mados pasaulyje, kurios vyksta iki dabar. Anuomet, prieš šimtą metų, mada tapo tarptautine ir niveliavo socialinių sluoksnių ribą. Tačiau šiandien madingi drabužiai tapo lengvai prieinami vartotojui. Mados prekių ženklai, stengdamiesi neatsilikti nuo rinkos, privalo greitai reaguoti į naujausias tendencijas, kurti naujus dizainus, kad išsaugotų savo klientus, o su jais ir pajamas. Tačiau to rezultatas, perteklinė mados rinka, – tiek aukštos, tiek žemos kokybės drabužių. Pasaulinė tendencijų prognozavimo įmonė Worth Global Style Network (WGSM), kasmet pateikia naujausias mados ir spalvų tendencijas kūrėjams. WGSM siekia, kad mados tendencijų prognozavimas, suteiktų išsamias žinias ir duomenis, kurios leistų efektyviau ir tvariau vykdyti mados kūrimo veiklą. Teigiama, kad dėl aplinkosaugos ir socialinių motyvų svarbos gaminiai neturėtų apsiriboti viena funkcija, skatinama ir biologinė gaminių įvairovė. Akcentuojama svarba planetai bei socialinis teisingumas. Rinkos lyderiais taps progresyvieji, ieškantys, kaip šiuos svarbius aspektus integruoti visose grandyse (WGSN, 2024).

Mados pramonė yra viena taršiausių pasaulyje. Nors ilgą laiką atrodė, kad situacija blogėja, panašu, kad griūna senos mados verslo taisyklės ir iš esmės keičiasi svarbiausi procesai. Griežtėja teisiniai reikalavimai, auga tvarios mados pardavimai, didėja technologijų, orientuotų į atsakingą madą. Lietuvoje įkurtas rizikos kapitalo fondas „&Beyond“ investuoja tik į tvarios mados technologijų verslus Europoje ir už jos ribų, (Lietuviai – tarp pirmųjų: ką tik įkurtas fondas investuoja išskirtinai į tvarios mados inovacijas, 2023).

Šiais metais rugpjūčio 29 dieną, Vilniuje įvyko Tvarios mados konferencija, kurią organizavo dizaineris Seržas Gandžumianas ir Indre Jakaitytė. Seminare dalyvavo išskirtiniai pranešėjai, savo srities ekspertai, pasidalino vertingomis įžvalgomis bei patirtimi apie mados tvarumą, šiandienos kūrybinius iššūkius (SUSTAINABLE FASHION WEEK SUBMIT / Vilnius, 2024).

⁸ Ataskaitoje, parengtoje remiantis daugiau nei 100 000 narių tyrimu, nepriklausoma klimato technologijų startuolio „Vaayu“ atlikta analize ir pačios „Vinted“ tyrimais.

Europos komisija skatina spręsti tekstilės sektoriaus problemas didinant informuotumą apie tekstilės sektoriaus pertvarkos naudą aplinkai, socialiniams, ekonominiams veiksniams ir sveikatai ir galimybes, kurias tvari moda atveria tiek žmonėms, tiek vartotojams. Pasak už aplinką atsakingo Europos Komisijos nario Virginijaus Sinkevičiaus, „ReSent the Trend“ kampanijos tikslas ne drausti, bet informuoti visuomenę apie pasirinkimų galimybes, (ReSet the Trend, 2023). Kadangi greitoji moda yra stipriai įsišaknijusi šiuolaikiniame pasaulyje ir pokyčiai nevyksta taip greitai, kaip norėtusi – siekiama suteikti žinių ir tapti sektiniais pavyzdžiais ir prisidėti prie to, kad greitoji moda taptų nemadinga. Poreikį keisti mados vartojimą ir pradėti saugoti mūsų planetą, skelbia ir naujausia CNN klimato ataskaita. Mokslininkai įspėja, apie katastrofišką situaciją pasaulyje, kad pirmą kartą žmonijos istorijoje sutrikdytas Didysis vandens apytakos ratas. Didysis vandens apytakos ratas – tai sudėtinga sistema, kuria vanduo juda aplink Žemę. Dešimtmečius trukęs destruktivus žemės naudojimas ir netinkamas vandens išteklių valdymas išgyvena žmogaus sukeltą krizę. Ši vis didėjanti katastrofa įtakos turi ekonomikai, maisto produkcijai ir žmonių gyvybėms, (Paddison, 2024). Ką mes darysime, kai mūsų planetoje negalėsime gyventi?

Išvados

1. Tvarumas – tai kompleksiška ir sudėtinga tema. Nevartoti mes negalime, tačiau kiekvienas vartojimas yra netvarus. XX amžiuje nepaprastai išaugo techninė žmonijos galia. Žmonės gamtos išteklius vartoja neatsakingai ir savo veikla daro žalą Žemei. Kaip išmokyti vartoti etiškai? Kas lemia vartotojų pasirinkimą? Pirkėjai dažnai lankosi parduotuvėse, o greitosios mados prekių ženklai skatina vartojimą. Gaminiai perkami neatsakingai, o didžioji pramonės dalis nestabdo teikiamų produktų pasiūlos. Kad pagamintų tokį didelį kiekį naujų produktų, išsekvojama be galo daug neatsinaujinančių gamtos resursų, atsiranda dideli kiekiai perteklinių gaminių, kurie yra utilizuojami (dažniausiai deginami). Pasekmės mūsų planetai yra matomos.
2. Šiuolaikiniame pasaulyje moda išsivystė į didesnį konceptą, negu tik drabužiai. Jei anksčiau drabužis žmogų saugojo nuo šalčio ir lietaus – šiandien drabužis tapo galinga asmeninės raiškos, kultūrinių komentarų ir net socialinių judėjimų priemone. Augant žmogaus kūrybinei galiai ir jos poveikiui aplinkai, keičiasi ir žmogaus sąmoningumas. Į klausimą, ar tikrai įmanoma, kad mados industrija taptų tvaria atsakyti sunku, nes moda vadovaujasi pokyčiu – sena pakeičiama nauju. Madoje šiuolaikiškumas asocijuojasi su progresyvumu, atvirumu pokyčiams ir kūrybai. Tačiau pigių drabužių gamybai reikia daug vandens, energijos ir žaliavų, o tai lemia miškų naikinimą, vandens taršą ir anglies dvideginio išmetimą. Pavyzdžiui, dėl vyraujančios vienkartinės „greitosios mados“ tendencijos, daugelis šiandieninių nebrangių drabužių yra išmetami ar dėvimi vos keletą kartų. Aplinkosaugos ekspertai teigia, kad dabar drabužių yra pagamintą tiek, kad užtektų šešioms ar septynioms žmonijos kartoms. Pasirodė ir skaičiavimų, kad kas sekundę pasaulyje pilnas tekstilės sunkvežimis, išvyksta į sąvartynus. Taip susidaro didžiuliai tekstilės atliekų kiekiai, kuriems sąvartynuose suirti prireikia dešimtmečių, arba jie sudeginami. Tvarūs audiniai yra naujai sukurti ir ne visada pasiteisina: jie būna brangūs ir abejojama dėl jų kokybės. Tvariu pasirinkimu dažnai įvardijami perdirbti iš plastikinių butelių audiniai, tačiau jų gamyba neprisideda prie tvarumo. Mados

industrija yra viena taršiausių ir užima ketvirtą vietą po energijos vartojimo, transporto ir maisto pramonės šakų. Mados produkcija sukuria 10% pasaulio anglies dioksido emisijos. Tekstilės gamyba yra atsakinga už maždaug 20% pasaulio švaraus vandens taršos, dėl dažymo ir produktų apdailos.

3. Pastaraisiais metais verslas ir vartotojai vis daugiau galvoja apie biologinės įvairovės nykimą, klimato kaitą ir savo atsakomybę saugoti aplinką. Todėl tvarumas tapo bene dažniausiai vartojama sąvoka, net savotiškai madinga. Siekdamos būti konkurencingos rinkoje, maisto, gyvenimo būdo ir mados industrijos įmonės pradėjo keisti gamybą ir produktus, pasirinkdamos tvarias alternatyvas. Tačiau tvarumas yra labai plati sąvoka: tvari moda skatina aplinką tausojančią drabužių gamybą; socialinį teisingumą; vartotojų sąmoningumą; ekonominį gyvybingumą, nes kokybiškas drabužis yra ilgaamžiškesnis, o vėliau jį galima parduoti per drabužių perpardavimo platformas. Atsakingai mėstančiam pirkėjui dėvėtų drabužių įsigijimas laikomas ypač tvariu pasirinkimu. Per pastaruosius keletą metų mados industrijose įvyko daug pokyčių. Pastebėta, kad po COVID-19 pandemijos, vartotojai ėmė geriau suvokti tvarumą ir greitosios mados poveikį aplinkai. Išaugo pardavimai internetu ir perpardavimo platformos, ši tendencija vis stiprėja. Prognozuojama, kad 2029 m. perpardavimo platformos jau generuos didesnius pardavimus nei greitoji moda.
4. Tvaru pirkti dėvėtus – *vintažinius* drabužius. Nors *vintažinių* drabužių pirkimas nėra taupus pasirinkimas, tačiau vartotojai pasirenkę mokėti papildomai už įdomų, kokybišką ir išskirtinį pasirinkimą. XXI amžiuje *vintažinės* mados rinka plečiasi, tai siejama ne tik originaliu pasirinkimu, bet ir su tvarios mados koncepcija. Šiuo metu drabužių perpardavimo apimtys kasmet išauga beveik 50%, tuo tarpu tradiciniai pardavimai paauga vos 2%. Prognozes patvirtina ir apklausti jaunosios kartos atstovai (vadinamieji „millennials“ ar „Z“ karta), iš kurių 77% prioritetą teikia tvarumą skatinantiems prekių ženklams. Šiandien, Europos širdis užkariavęs lietuviškas pasididžiavimas, internetinė drabužių platforma – „Vinted“, su misija antrų rankų prekes paversti pirmuoju pasirinkimu visame pasaulyje, įvardinamas kaip vienas sėkmingiausių startuolių ir tapo pirmuoju Lietuvos vieneragiu. 2023 m. „Vinted“ pelnas siekė 76,6 mln. eur. O „Vinted“ platforma suteikė galimybę milijonams žmonių tapti naudotų daiktų pardavėjais ir pirkėjais. Kartu plėsdami savo verslo idėją, jie tapo tvarios mados sėkmės pavyzdžiu. Rinkadamiesi naudotus drabužius „Vinted“ nariai padėjo išvengti 679 kilotonų CO₂ dujų išmetimo į aplinką. Daugelis jau keičia savo požiūrį į vartojimą ir renkasi žiedinę ekonomiką.
5. Tvarios mados augimas reiškia svarbų mados, kaip naujumo koncepcijos, paradigmą. Madinga ir tvaru – ne tai, kas naujausia. Nors perėjimas prie visiškai tvarios mados pramonės užtrunka, tačiau iki šiol daroma pažanga teikia vilčių. Žmogaus poveikis aplinkai jau beveik penkis dešimtmečius buvo intensyvių emocijų ir diskusijų šaltinis. Dabartinės įvairių pramonės šakų iniciatyvos sustabdyti, sumažinti ir atitaisyti aplinkai daromą žalą yra ne tik sąžiningos – jos yra labai svarbios. Kadangi vis daugiau vartotojų renkasi etiškas ir ekologiškas tvarias galimybes, mados prekės ženklai yra priversti teikti pirmenybę tvarumui, kad išliktų aktualūs. Investicijos į tvarių medžiagų ir technologijų mokslinius tyrimus ir plėtrą toliau didins tvarios mados galimybes. Tvarus ir etiškas turi būti mūsų gyvenimas, mūsų kūrybą ir pažangą. Moda negali tapti iššūkiu mūsų planetai. Norime dėvėti gražius madingus

drabužius, bet nenorime, kad jie terštų mūsų aplinką, būtų išmesti ar sudeginti. Pažangos stabdyti nereikia, tačiau vartoti atsakingai būtina. Mūsų atsakomybė prasideda nuo to momento, kai mes nusiperkame drabužį. 2023 m. Didžiojoje Britanijoje atliktas tyrimas parodė, kad vartotojai renkasi tvaresnius, ilgiau tarnaujančius gaminius, tikėtina, kad šie rodikliai ateityje augs. Netrukus daugiausia perkamosios galios turės jaunesnės kartos. Štai kodėl turime apsiginkluoti žiniomis ir siekti teisingesnės ateities, nes žinios yra raktas į pokyčius.

Literatūra

1. Amed, B. (2023). *The State of Fashion 2024: Riding Out the Storm*. Prieiga per internetą: <https://www.businessoffashion.com/reports/news-analysis/the-state-of-fashion-2024-report-bof-mckinsey/>
2. Biswas, A. A. (2017). *Consumption value-gap analysis for sustainable consumption*. Prieiga per internetą: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11356-016-8355-9>
3. Black, S. (2008). *Eco-Chic: The Fashion Paradox*. London: Black Dog Publishing.
4. BNS (2024). *Naujausia „Vinted“ poveikio klimatui ataskaita parodė, kad naudoti daiktai europiečių spintose keičia naujus*. Prieiga per internetą: <https://sc.bns.lt/view/item/486820>
5. Chockevičiūtė, V. (2019.11.28). *Lietuva turi savo pirmą vienerą: „Vinted“ vertė pasiekė 1 mlrd. Eurų*. Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/verslas/verslas/lietuva-turi-savo-pirma-vienaragi-vinted-verte-pasieke-1-mlrd-euru-82898163>
6. Fenech, C., Walton, B. ir Majuty, A. (2023). *Understanding consumers' attitudes to sustainability*. Prieiga per internetą: <https://www.deloitte.com/uk/en/Industries/consumer/research/sustainable-consumer.html>
7. *Global Sustainable Development Report 2023*. (04/18/2024). GSDR 2023 Key Messages. Prieiga per internetą: https://sdgs.un.org/sites/default/files/2023-09/GSDR%202023%20Key%20Messages_1.pdf
8. Gwilt, A., Payne, A. ir Rüthschilling, E. A. (2019). *Global Perspectives on Sustainable Fashion*. BLOOMSBURY VISUAL ARTS, London, New York, Oxford, Sydney.
9. Jennifer, F., Hill, G. C. (2015). *Sustainable FASHION. Past, Present and Future*. BLOOMSBURY. London, New Delhi, New York, Sydney.
10. Kawamura, Y. (2006). *Fashio-ology (An Introduction to Fashion Studies)*. London.
11. *Lietuviai – tarp pirmųjų: ką tik įkurtas fondas investuoja išskirtinai į tvarios mados inovacijas*. (2023.09.22). Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/lietuviai-tarp-pirmuju-ka-tik-ikurtas-fondas-investuoja-isskirtinai-i-tvarios-mados-inovacijas-94602659>
12. Nanda, M. C. (05 March 2020). *Inside the Secret World of Vintage Fashion Scouting*. Prieiga per internetą: <https://www.businessoffashion.com/articles/retail/inside-the-secret-world-of-vintage-fashion-scouting/>
13. Paddison L., CNN. (October 16, 2024). *The system that moves water around the Earth is off balance for the first time in human history*. Prieiga per internetą: <https://edition.cnn.com/2024/10/16/climate/global-water-cycle-off-balance-food-production/index.html>
14. Palmer, A. (2005). *Vintage Whores and Vintage Virgins: Second Hand Fashion in the Twenty-first Century*. ISBN 9781859738573. Bloomsbury Publishing.

15. Pereira, L., Carvalho R., Dias A., Costa R. ir Antonio N. (2021). *How Does Sustainability Affect Consumer Choices in the Fashion Industry?* Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/350966398_How_Does_Sustainability_Affect_Consumer_Choices_in_the_Fashion_Industry/link/607d5441907dcf667babc158/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uliwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19
16. Pinnock, O. (April 2022). *Half Of Fashion's Materials Now Come From Sustainable Sources, But More Needs To Be Done To Meet Climate Goals.* Prieiga per internetą: <https://www.forbes.com/sites/oliviapinnock/2022/06/27/half-of-fashions-materials-now-come-from-sustainable-sources-but-more-needs-to-be-done-to-meet-climate-goals/>
17. ReSet the Trend: *ES kviečia jaunimą rinktis žiedinę ir tvarią madą.* (Vasario 13, 2023.) <https://lamuslenis.lt/straipsnis/reset-the-trend-es-kviecia-jaunima-rinktis-ziedine-ir-tvaria-mada>
18. Rocharam, S. (May 17, 2023.). *The Rise of Sustainable Fashion: A Paradigm Shift in the Fashion Industry.* Prieiga per internetą: <https://www.linkedin.com/pulse/rise-sustainable-fashion-paradigm-shift-industry-sudesh-rocharam/>
19. Stankevičiūtė, Ž. (2024-04-26). *Sąmoningas vartojimas: kas moterims trukdo rinktis tvarią madą?* Prieiga per internetą: <https://ktu.edu/news/samoningas-vartojimas-kas-moterims-trukdo-rinktis-tvaria-mada/>
20. SUSTAINABLE FASHION WEEK SUBMIT / Vilnius, 2024. 08. 29. Konferencija. Prieiga per internetą: <https://www.youtube.com/live/lzik5VpLCAA>
21. *The impact of textile production and waste on the environment (infographics).* (21-03-2024). <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20201208STO93327/the-impact-of-textile-production-and-waste-on-the-environment-infographics>
22. United Nations. *Progress towards the Sustainable Development Goals.* (2 May 2024, A/79/79-E/2024/54) *SDG Progress Report (2024)* Prieiga per internetą: <https://sdgs.un.org/goals>
23. Vaitkevičius, T. (2024. 08. 29). SUSTAINABLE FASHION WEEK SUBMIT / Vilnius. Prieiga per internetą: (kalba: 4.41.40) <https://www.youtube.com/live/lzik5VpLCAA>
24. *Vilniaus apskrities atliekų tvarkymo centras.* Prieiga per internetą (žiūrėta 2024.10.30): <https://www.vaatc.lt/apie-bendrove/visuomenes-informavimas/>
25. Vinted Report (2023). *Making second-hand first choice.* Prieiga per internetą: https://press-center-static.vinted.com/Impact_Report_EN_2023_d4e3d4399e.pdf
26. Vinted Tvarumo kampanija. (2023). *Kartu mes keičiamės ir pereiname prie tvaraus vartojimo.* Prieiga per internetą: <https://company.vinted.com/lt/sustainability>
27. Vizbalienė, R. (2024-04-29). „Vinted Limited“ nuostolį pakeitė 17,8 mln. Eur grynasis pelnas. Prieiga per internetą: <https://www.vz.lt/prekyba/2024/04/29/vinted-limited-nuostoli-pakeite-178-mln-eur-grynasis-pelnas>
28. *Water Footprint Implementation.* Prieiga per internetą: https://www.linkedin.com/posts/water-footprint-impementation_sustainability-fashionindustry-ecofriendly-activity-7212478873588875264-0qbg/
29. WGSN. (2024). *Could fashion forecasting technology help fashion's overproduction problem?* Prieiga per internetą: <https://www.wgsn.com/en/blogs/could-fashion-forecasting-technology-help-fashions-overproduction-problem>

A PARADIGM IN MODERN SUSTAINABLE FASHION: FAST FASHION AND CONSCIOUS CONSUMPTION

Taira Milusaukaite

Summary

Fashion as a concept is constantly changing, allowing people to create their identity and look modern. Excessive production and careless consumption have led to a large amount of clothing ending up in landfills. This contributes to global greenhouse gas emissions, encourages deforestation, pollution, climate change, and the degradation of ecosystems. The production process also generates textile waste, increasing the overall pollution caused by the fashion industry. Sustainability is a complex and challenging topic. We cannot stop consuming altogether. However, every form of consumption is unsustainable. In the 20th century, humanity's technical power grew tremendously. In the modern world, fashion has evolved far beyond just clothing. Whereas in the past, clothing protected the human body from cold and rain. These days, clothing has become a powerful tool for personal expression, cultural commentary and even social movements. For example, due to the prevailing trend of disposable fast fashion, many of today's inexpensive clothes are either discarded or worn only a few times. The concept of sustainable fashion emerged as a counterbalance to fast fashion. Businesses began changing their production processes to be more sustainable, and consumers are making more responsible choices about the quantity and type of products they purchase. Sustainability in the fashion industry is becoming increasingly relevant in today's world. Therefore, incorporating sustainable fashion into the market is becoming an important aspect of business. Many fashion manufacturers engage in the sustainable fashion industry to reduce their environmental impact.

Fashion is viewed as a societal phenomenon that is shaped by changes, while also reflecting those changes. This article offers valuable insights and key factors for achieving sustainability in the fashion industry. In recent years, there has been a significant rise in interest surrounding sustainable and ethical fashion within the fashion industry. Consumers are becoming increasingly aware of the negative impacts of fast fashion on both the environment and society, leading them to seek out alternative options. This article examines various literature sources that discuss the underlying principles of fast fashion. It is clear that the operating model of fast fashion industries is based on shorter production times at lower costs, choosing cheaper fabrics, and exploiting the labour force in developing countries. This sector of the fashion industry significantly contributes to environmental pollution and promotes consumerism in society. Over the past few years, the fashion industry has undergone more changes. It has been observed that after the COVID-19 pandemic, consumers have become more aware of sustainability and the impact of fast fashion on the environment. Online sales and resale platforms have grown, and this trend is continuing to strengthen. It is predicted that by 2029, resale platforms will generate more sales than fast fashion.

The relevance of sustainable fashion in fashion history marks a turning point where new is not always better. One of the sustainable alternatives to fast fashion is second-hand clothing, which has recently become an increasingly popular consumer choice. It is understood that the term "second-hand luxury" or *vintage* in fashion, sounds like today's paradigm. However, in today's discussions about sustainability, production reductions, and items not reaching their full potential, this has become a relevant topic. This paradigm turns the fashion world upside down, simultaneously paving the way for responsible and conscious consumption. It is sustainable to buy second-hand – *vintage* clothes. Although buying *vintage* clothing is not necessarily a budget-friendly choice, consumers are willing to pay extra for an interesting, high-quality, and exclusive option. In the 21st century, the *vintage* fashion market is expanding, and this is associated not only with consumers' original choices but also with the concept of sustainable fashion. Currently, the volume

of clothing resale is growing by almost 50% annually, while traditional sales increase by only 2%. The forecasts are confirmed by surveyed representatives of the younger generation (so-called millennials or Generation Z), 77% of whom prioritize brands that promote sustainability. Today, the Lithuanian online clothing platform *Vinted*, which has captured the heart of Europe, is on a mission to make second-hand goods the first choice worldwide. It is recognized as one of the most successful startups and has become Lithuania's first unicorn. In 2023, *Vinted* generated a profit of 76.6 million euros. The *Vinted* platform gave millions of people the opportunity to become sellers and buyers of used goods. By expanding their business idea, they became a success story of sustainable fashion. By choosing second-hand clothing, *Vinted* members helped avoid 679 kilotons of CO₂ emissions into the environment. Many fashion consumers are already changing their attitudes toward consumption and choosing a circular economy. Our lives, our creativity, and our progress must be sustainable. Fashion cannot become a challenge for our planet.

Keywords: Consumerism; Fast fashion; Sustainable fashion; Second-hand clothes; *Vintage* fashion.