



Coimisiún na Scrúduithe Stáit
State Examinations Commission

LEAVING CERTIFICATE EXAMINATION, 2024

CROATIAN

HIGHER LEVEL

Monday, 17 June
09:30 - 12:30

Pažljivo pročitajte cijeli tekst i odgovorite na pitanja iz svih triju dijelova. Na pitanja odgovorite svojim riječima, a odgovori neka se temelje na tekstu, izbjegavajući pritom doslovno prepisivanje izraza ili rečenica. Svi odgovori moraju biti na hrvatskome jeziku.

I. dio

(30 bodova)

Brza moda – o čemu ne razmišljamo dok kupujemo

1. Brza moda je globalni fenomen koji se ubrzano razvija posljednjih 20 godina. To je veliki sektor modne industrije čiji se poslovni model oslanja na jeftinu, brzu i masovnu proizvodnju nekvalitetne odjeće. Iako su **pristupačne** cijene i proizvodi koji odražavaju najnovije modne trendove iznimno privlačni, osobito mlađim kupcima, utjecaji industrije na okoliš i društvo često se zanemaruju.
2. Svake se godine proizvede 100 milijardi odjevnih predmeta. To znači gotovo 14 odjevnih komada za svako ljudsko biće na planetu. Moderan model kupovine, koji se oslanja na brzu proizvodnju i jeftine ponude, potiče prekomjernu potrošnju jer ljude privlači jeftina roba. Za pojedine kupce također je lakše i ekonomičnije ugrabiti jeftinu odjeću koja ima kratak vijek trajanja u usporedbi s kupnjom skupljih, visokokvalitetnih i dugotrajnih komada koji će vrlo brzo izaći iz mode.
3. Studija iz 2016. pokazala je da proizvođači brze mode svjesno ciljaju na mlade potrošače, često studente s niskim primanjima, a žene ove dobne skupine kupuju u trgovinama brze mode više od bilo koje druge demografske skupine. Nije iznenađujuće da su niske cijene i popularni stilovi **ključni** mamci za takvu publiku. Zapravo, autori studije tvrde da su mladi potrošači obično spremniji žrtvovati vrhunsku kvalitetu za nižu cijenu i veću raznolikost. Ipak, unatoč posjedovanju velikih količina modnih komada, studije pokazuju da većina ljudi uvijek iznova nosi iste stvari, dok u većini slučajeva barem 50% njihove garderobe ostane netaknuto.
4. Brojke nam pokazuju da globalna proizvodnja odjeće predstavlja treću najveću proizvodnu industriju na svijetu, a ispred nje su samo automobilska i tehnološka industrija. Tvornice brze mode stvaraju više onečišćenja od međunarodnog zrakoplovstva i pomorskog transporta zajedno. Zbog svog poslovnog modela, brza moda je među industrijama koje najviše štete okolišu i na velik način pridonosi globalnom onečišćenju i klimatskim promjenama. Da je brza moda država, njezine bi emisije ugljika bile gotovo jednako visoke kao cijeli europski kontinent. Emisije proizlaze ne samo iz samog procesa proizvodnje, već i od otpreme odjeće diljem svijeta, kao i njezinog zbrinjavanja.
5. Osim što su količine ugljičnog dioksida jedan od glavnih izvora onečišćenja koji proizlazi iz industrije brze mode, odjevni predmeti su također veliki izvor mikroplastike. Veliki dio današnje odjeće koristi izdržljive i jeftine materijale kao što su najlon ili poliester. Procjenjuje se da se oko 60 posto proizvoda brze mode izrađuje od tkanina na bazi plastike. Tijekom svog životnog ciklusa, ove tkanine značajno pridonose svjetskoj krizi zagađenja plastikom. Svakim pranjem i sušenjem izbacuju se mikročestice koji se kreću kroz naše kanalizacijske sustave i završavaju u vodenim putovima. Istraživači procjenjuju da pola milijuna tona tih zagađivača svake godine stigne u ocean.
6. Da bi se proizveo jedan običan par traperica, potrebno je oko 7,6 kubičnih metara vode. Kada sastavite sve traperice i odjeću proizvedene svake godine, modna industrija svake godine troši nevjerojatne količine vode. No, to nije jedino pitanje koje se tiče ekologa. Velik dio korištene vode

ostaje zagađen otrovnim kemikalijama. Na primjer, prema Programu Ujedinjenih naroda za okoliš, 20 posto globalne otpadne vode dolazi od bojenja tekstila.

7. U svijetu se odbacuje 92 milijuna tona tekstilnog otpada godišnje. Od odjeće koja nam više ne stoji, predmeta koji su izašli iz mode, pa čak i odjeće koja nikada nije nošena, potrošači svake godine odbacuju ogromne količine odjevnih predmeta. U Europskoj Uniji se baci 5,8 milijuna tona ukupnog tekstilnog otpada na godinu. U Hrvatskoj je to 50 tisuća tona tekstilnog otpada i obuće, 12 kilograma po stanovniku.

8. Osim utjecaja na okoliš, brza moda ima i velike društvene posljedice. Niske cijene često su znak da nešto nije u redu u **pozadini**. Prečesto je industrija povezana s pitanjima poput dječjeg rada, iskorištavanja radnika, kao i kršenja osnovnih radničkih prava kao što su nedostatak sigurnosnih pravila, niske plaće i prekomjerno radno vrijeme. Brendovi brze mode daju prednost masovnoj proizvodnji i zaradi u odnosu na dobrobit ljudi. Neki sociolozi idu tako daleko da industriju brze mode opisuju kao “moderni oblik ropstva”.

9. Češće nego ne, ekološke tvrdnje o održivosti tvrtki brze mode nisu ništa drugo nego marketinška strategija, kako je pokazalo istraživanje zaklade Changing Market Foundation iz 2021. Posjedovanje održive linije odjeće ne znači automatski da je brend ekološki prihvatljiv. Veliki broj tvrtki troši mnogo više vremena i resursa na marketing svojih planova održivosti nego što ih stvarno provode. Modni divovi promoviraju **obmanjujuće** informacije kako bi potrošači povjerovali da su etični ili se čini da cijene transparentnost dijeleći informacije o svojim onečišćenjima ali zaboravljaju postaviti jasne ciljeve za njihovo smanjenje. U travnju 2022. Europska komisija najavila je planove za zaustavljanje brze mode do 2030. uvođenjem obvezne minimalne upotrebe recikliranih vlakana i zabranom tvrtkama da šalju neprodanu odjeću i tekstilne proizvode na odlagališta. Prema novom proširenju postojećih pravila Europske Unije o ekološkom dizajnu, tvrtke koje posluju unutar Unije morat će uključiti određenu količinu recikliranog sadržaja u svoju robu ili ograničiti korištenje materijala koje je teško reciklirati..

10. Iako brza moda predstavlja razumljivo primamljivu kombinaciju stila i uštede, sada, više nego ikad, jednostavno ne možemo tvrditi da je stvarna cijena naše odjeće ona cijena na etiketi. Brza moda je zapravo privilegija. Itekako je privilegija kupovati odjeću isključivo zbog nekog novog modnog trenda, a privilegija je i zanemariti ekološke posljedice toga. Međutim, još uvijek postoji nada da svi postanemo savjesniji kupci. Svi nosimo odjeću što znači da svi imamo ulogu u kreiranju bolje i ekološki prihvatljivije modne industrije. Kada potrošači žele obnoviti svoju garderobu, mogu to učiniti i na održiv način kupujući u trgovinama rabljenom robom, prepravljajući stare odjevne predmete ili istražujući ekološki **osviještene** brendove.

(prilagođeno prema: Danijela Goreta, green.hr, lipanj 2023.)

1. Objasnite svojim riječima sljedeće pojmove:

- a) **pristupačne** cijene i proizvodi (1)
- b) **ključni** mamci za takvu publiku (3)
- c) u **pozadini** (8)
- d) promoviraju **obmanjujuće** informacije (9)
- e) ekološki **osviještene** brendove (10)

[5 × 1 bod]

2. Opišite, na temelju teksta, ali svojim riječima, što je to brza moda? O kakvom se trendu radi, na čemu se temelji, tko joj je ciljna skupina?
[5 bodova]
3. Opišite, na temelju teksta, ali svojim riječima, kako je uživanje u brzoj modi povezano s okolišom i etičkim pitanjima?
[5 bodova]
4. Opišite, na temelju teksta, ali svojim riječima, u kakvom su odnosu industrija brze mode i održive linije odjeće?
[5 bodova]
5. U prvom ulomku članka autorica tvrdi da je brza moda popularan trend jer su pristupačne cijene i proizvodi koji odražavaju najnovije modne trendove iznimno privlačni, osobito mlađim kupcima, dok se utjecaji industrije na okoliš i društvo često zanemaruju. Slažete li se s tom tvrdnjom? Privlače li vas modni trendovi i brza moda? Razmišljate li prilikom kupnje odjeće o okolišu? Iscrpno argumentirajte svoj odgovor.
[5 bodova]
6. U 10 ulomku članka piše „još uvijek postoji nada da svi postanemo savjesniji kupci. Svi nosimo odjeću što znači da svi imamo ulogu u kreiranju bolje i ekološki prihvatljivije modne industrije.“ Što autorica time želi reći? Obrazložite svoj odgovor.
[5 bodova]

II. dio

(30 bodova)

U članku autorica ističe: „sada, više nego ikad, jednostavno ne možemo tvrditi da je stvarna cijena naše odjeće ona cijena na etiketi“. Slažete li se s ovom tvrdnjom? Vlastitim riječima (100 - 150 riječi) argumentirajte svoje mišljenje.

III. dio

(40 bodova)

Napišite esej (od najmanje 300 riječi) o jednoj od sljedećih tema:

1. „Odišlo ne čini čovjeka”

ili

2. „Riječi nisu dokazi. Tko osjeća, zna dokazati i djelima.”

(Marija Jurić Zagorka, Gordana – kraljica Hrvata)