

# A MEGVÁLTOZOTT DIVATFOGYASZTÁS TEORETIKUS FOGALMAI ÉS FOGYASZTÓI ATTITÚDJEI

**Keszeg Anna, PhD habil**

*habilitált egyetemi docens*

Moholy-Nagy Művészeti Egyetem

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

keszeg.anna@mome.hu

DOI: 10.15170/ktk-fogyszimp-2023-04

A divatfogyasztás a fogyasztás sajátos területe, ahol a racionális és az irracionális, az élmény- és a presztízs-fogyasztás rendhagyó módon ér össze. Így a fogyasztáskutatás általában a sajátlagosságot hangsúlyozza – annak elismerésével, hogy a presztízs-fogyasztás formáit általában a divatjavak által tudjuk leírni, modellezni.

Miközben ez a terület hagyományosan a növekedésre és a tervezett többlettermelésre fókuszált, az elmúlt időszakban az iparágat ért külső és belső kritikák, az ökológiai aggodalom hatására egyre erőteljesebben fogalmazódik meg a nemnövekedés fogalma szerint elképzelt ruhakultúra kialakításának igénye. Itt a ruhakultúra a divatkultúra fogalma helyett áll. Tansy Hoskins divatújságíróé az a javaslat, hogy érdemes lenne a nem-kapitalista öltözködési rendszerek logikáját használni arra, hogy a divatot kimentsük a jelenlegi problematikus válságos állapotból (Hoskins, 2022). Hoskins részletes körképet ad az iparágon belüli működések fenntarthatatlanságáról. Fogyasztói szempontból a legfőbb probléma szerinte is az, hogy az iparág a túlfogyasztásra kondicionálja a fogyasztóit, így a nem-fogyasztás, újrahasznosítás, körkörös felhasználás stb. működési modelljei az egyéni tervezői és fogyasztói felelősségre apellálnak.

## TAGADÓ FOGALMAK

A változtatás módoszataival kísérletező megközelítések általában abból indulnak ki, hogy a meglévő állapotok tagadása hozhat megoldást. A negatív tér strukturális működésének mintájára kidolgozott fogalmak (antidivat - Edelkört, é.n., csendes luxus, defashion - Niessen, 2022) közös állítása, hogy a rendszer megváltoztatása csak radikálisan érhető el. A kapitalizmussal szembeni attitűdök a Mark Fisher-féle realizmuson (Fisher, 2020) túllépve egyre inkább a radikalizmus irányába mozdulnak el (Demos, 2023). A radikalizmus a rendszer teljes tagadását, a belülről jövő, organikus változással szembeni szkepszist jelenti. Pozitív fogalomként jelent meg legutóbb a klímásiker kifejezés, mely az eredmények megünneplését, az ökológiai lábnyom csökkentésében küldetésüket betöltött kollektívok értékelését jelenti.

Ezeknek a belátásoknak a nyomvonalán haladva a problémafelvetés négy kérdéskört érint, a defashion, az antidivat, a csendes luxus és a klímásiker jelenségeit.

## RADIKALIZÁLÓDHAT-E A FOGYASZTÓ ÉS A FOGYASZTÁS?

A fogyasztás megváltozásának modelljei két elemmel dolgoznak: egyrészt a fogyasztás ritmusát változtatják, serkentik a gyorstól a lassú felé való átmenetet. Másrészt a ruhákhoz kapcsolódó érzelmi kultúra (át)alakításával próbálkoznak.

A defashion mint divatellenes mozgalom tud-e érdemi változást elérni? Az említett fogalmak közül a leginkább radikális kifejezés, mely a globális iparági működés rendszeres és teljes kritikáját adja – antropológiai alapokról. A defashion egy tipikusan post-truth korszakhoz kapcsolódó jelenség, mely érzelmeket visz a fogyasztási dinamikák megváltoztatásába. A düh rendszeres megélésével és felhasználásával tervez új divatrendszert kialakítani.

Az antidivat mint trendellenes jelenség mennyire képes elkerülni a kapitalizmus esztétizáló logikáját, mely a forradalmi megközelítések vitorlájából rendszeresen kifogja a szelet? Az antidivat trendjelenség, mely a javak túltermelésével áll összefüggésben. A fogyasztót azonban arra kényszeríti, hogy alternatív helyek után nézzen, meghosszabbítsa a divatjóság megtalálásával eltöltött időt. Így a gyors fogyasztás helyett a tájékozódást, a keresés intenzitását is magába foglaló lassabb építkezés jön létre.

A csendes luxus jelensége be tudja-e fékezni a fogyasztást? A Succession című televíziós sorozat által népszerűvé tett jelenség egyelőre nem a fogyasztás lefékezését, hanem a fennálló fogyasztói attitűdök hangsúlyváltozását jelenti. A fogyasztó divatjavakra költött tőkéje nem csökken, csökken viszont a javak száma és növekszik a javak használatának élettartama. A csendes luxusban is megjelenik az érzelmi vonatkozás. A divattárgyhoz kapcsolódó érzelmi kötődés kialakítása és kibontakoztatása a tét.

A klímasiker/climate success jelensége képes-e inspirálni a tervezői munkásságot és milyen fogyasztásmodellek következnek belőle? A rituális ünneplés beépítése a fogyasztási dinamikákba (1. táblázat).

**1. táblázat: A megváltozó divatfogyasztás kortárs jelenségei és az azokhoz kapcsolódó értékvonatkozások.**

Fogalom	Időkezelés	Közösség	Érzelmi vonatkozások
Defashion	diszkontinuus	közösségi	düh, felháborodás
Antidivat	lassú	egyéni	értéktagadás
Csendes luxus	lassú	egyéni	érzelmi kötődés
Klímasiker	diszkontinuus	közösségi	eufória

Forrás: saját szerkesztés

## HIVATKOZÁSOK

- Demos, T. J. (2023), *Radical futurisms: Ecologies of collapse, chronopolitics, and justice-to-come*. Sternberg Press, London
- Edelkoort (é.n.). Anti\_Fashion Manifesto | lidewij edelkoort. Letöltés helye: [https://www.edelkoort.com/2015/09/anti\\_fashion-manifesto-2/](https://www.edelkoort.com/2015/09/anti_fashion-manifesto-2/) 24 September 2023
- Fisher, M. (2020), *Kapitalista realizmus* (Tillmann Ármin, Trans.). Napvilág Kiadó, Budapest
- Hoskins, T. E. (2022), *The anti-capitalist book of fashion*. Pluto Press, London
- Niessen, S. (2022), „Defining defashion: A manifesto for degrowth”, *International Journal of Fashion Studies*, 9, Issue Decolonizing Fashion as Process, 439–444. [https://doi.org/10.1386/infos\\_00082\\_7](https://doi.org/10.1386/infos_00082_7)