

A REJTŐZKÖDŐ MÁRKAESSZENCIA

Csalár Bence: *SZÍNFALAK MÖGÖTT – A magyar divat*

■ Csalár Bence divatújságíró, stylist, a Budapesti Metropolitan Egyetem állandó előadója és a Werk Akadémia divatszakértője. Szakmai hitvallásának lenyomataként 2020 októberében, a BOOOK Kiadó gondozásában megjelentette első könyvét. A *SZÍNFALAK MÖGÖTT – A magyar divat* című 352 oldalas album, az íróra jellemzően könnyed hangvételű olvasmány. A kortárs magyar divatot újszerű, bensőséges módon közelíti meg, melyhez könnyen fogyasztható, szakmailag színvonalas tartalom társul. A könyv megszólítja a divatkedvelő közönséget, inspirálja a divattervező tanulókat, és a divatipar résztvevőinek is új megközelítésekkel vonultat fel, az albumban szereplő tervezők pedig munkásságuk lenyomatát tarthatják a kezükben. A dizájn- és divatelméleti diskurzust folytató szakemberek számára szintén hiánypótló munka, hiszen felsorakoztatja az utóbbi 20-25 év hazai dizájn-szférát meghatározó divattervezőket, és részletesen bemutatja a márkák mögött rejlő tervezői gondolatokat, gyakorlatokat és módszereket. A munka aktualitását mi sem bizonyítja jobban, mint hogy jelenleg is toplistás helyet foglal el a magyar könyvpiacra. A könyv angol nyelvű kiadásban is megjelent, mellyel kapcsolatban kirajzolódik a magyar divat nemzetközi keringésbe való beemeléseinek célja. A szemléletmód formálásának fontosságáról Csalár Bence több riportban is hangot ad. Kiemeli, hogy a magyar divat nem kizárólagosan a folklór újrafogalmazását jelenti. A könyvben a sokszínű, színvonalas és magas minőségű kortárs magyar divat kerül fókuszba. Az egyedi stílusjellemzőkkel meghatározható tervezők életmű-válogatása a

nemzetközi piaci igényeket előtérbe helyező szűrőn keresztül kerül bemutatásra.

Az album nyolc egységre osztható: tartalomjegyzék, előszó, nagykövetünk, bevezetés, a tervezők, köszönetnyilvánítás, fogalomtár és felhasznált irodalom. A könyv előszóval indít, melyben Csalár Bence elmeséli, hogyan vált egy gyermekkori álom valósággá, s ugyanúgy megnyílik az olvasó előtt, mint a tervezők a vele folytatott beszélgetés során. A könyv megszületése felfogható egy közösségi projekt-ként is, melyben az író célján túl minden résztvevő számára kiemelkedően fontos a magyar divat népszerűsítése. Elsőként a projekt nagykövete, Mihalik Enikő topmodell életének fordulópontjait ismerhetjük meg. Karaktere és életpályája összekötő kapocs a hazai és a nemzetközi szintér, a tervezők és a közönség között. A könyv köré felépített marketingkampány arcaiként csodásan fémjelzi a divatipar kulturális szerepét. A róla készült fotósorozat háttérben, melyből egy a borítókép, 19. századi magyar festők műveinek reprodukciói láthatók: Munkácsy Mihály: *Poros Út II.* Deák Ébner Lajos: *Vadmályvák útja*, Ligeti Antal: *Morsky záliv vo vecernom slnci* (szabad fordításban: Tengeri öböl esti napfényben). Ez a gesztus a divatot, a divatfotót, a stylingot művészetként értelmezi, mely szemlélet áthatja a könyvet.

A bevezetésben a rendszerváltást megelőző két évtized divattörténeti áttekintését olvashatjuk, kisebb egységekre tagolva. *A II. világháború előtt és után*, a *Kelet Párizsa*, illetve az *Intézményesülés* című bevezetésekben a neves budapesti divatbutikokra, áruházakra fókuszálva, mint a Párisi Nagy

Áruház, a Rotschild-szalonn, Skála-Coop, összefoglalja a korabeli változó piaci helyzetet, a tervezés és a készítés viszonyrendszerét. A nyolcvanas évekhez érkezve külön alegységet szentel Király Tamás, új látásmódot képviselő, meghatározó tervezői munkásságának bemutatására. Az egyedi termékek megjelenését előmozdító, kisvállalkozói butikok és varrodák fontosságáról, a privatizáció okozta nehézségekről a *Rendszerváltás – stílusváltás?* bekezdésben olvashatunk. *Az Egy új korszak kezdete* bekezdés a kilencvenes évek új iparművész-generációhoz köthető márkákat tárgyal, mint az Art'z modellt, a LUAN divatház és a Manier, Náray Tamás, Makány Márta, emellett utalást tesz több, a riportorozatban is megjelenő márkára. *Az ezredforduló után* bekezdésben az újabb nemzedék és a nemzetközi piacra való kilépés igényét súlyozza. Kiemel olyan jelentős márkákat is, akikkel nem készült interjú, de korszakmeghatározó a tevékenységük, többek között az Anh Tuan és a Sandor Lakatos Menswear. Ismerteti továbbá az első öltözéktervezési pályázat, a *Gombold Újra! Divat a magyar szervezési hátterét és működésének sikereit*. A tervezői interjúkban tapasztaltak alapján *A USE örökség* címen, külön bekezdésben olvasható a szakma számára is meghatározó USE Unused márka rövid bemutatása. A bevezető fejezet utolsó két egysége az *Új szemlélet, ígéretes jövőkép* és az *Elhivatott szakember*, a 2018-ban megalakult Magyar Divat & Design Ügynökség bemutatására, majd az ügynökség CEO-ja, Bata-Jakab Zsófia méltatására fekteti a hangsúlyt. A bekezdés kitér a divatügynökség tevékenységi köreire, elért eredményeire, és kiemeli, hogy a magyar divatot az országimázs részeként kezeli, szakképzésfejlesztési és gyártásfejlesztési programokon túl professzionális mentorprogrammal segíti a hazai tervezők nemzetközi piacra lépését. A magyarországi tervezőket segítő és összefogó szervezetek között a 2004-ben alakult Nemzeti Divat Liga Magyarország – Global Sustainable Fashion

Week – és a Fashion Revolution Hungary tevékenységéről nem tesz említést, ugyanakkor a fenntartható divat és a felelős tervezés fogalmakkal a tervezői interjúk többségében találkozunk.

A bevezető fejezet jó alapot nyújt a könyv fő egységének értelmezéséhez és a viszonyrendszerek felállításához. Az album alapját az ötven tervezővel lefolytatott interjúsorozatra épülő szöveg adja. A brandek alapítás szerinti időrendi sorrendben kerülnek bemutatásra. Az interjúkra a műhelyekben vagy a tervezők otthonaiban került sor. A beszélgetés közvetlen hangneme a szövegekben is visszaköszön, és őszinte, nyílt válaszokat eredményez. Az albumban szereplő interjúkat a gazdag képanyag teszi teljessé, melyek tervezői portré-, műhely-, termék- és werkfotók, illetve divatfotók. Tehát nem csupán dizájnert tárgyakat látunk, hanem az azokat létrehozó feltételek összességét. A munkakörnyezetet, a részfolyamatokat és persze az alkotókat. Így kapunk teljes képet a márkákról. A kép együtt él a szöveggel, alátámasztja és kiegészíti azt. Valóban a színpad mögé láthatunk, leomlanak a falak. A márkák mindegyikét az átgondolt tervezői magatartás, az egyedi hangvétel, a felismerhető stílusjegyek és érdekes tervezői attitűd jellemzi. Mindegyik brand jól megkülönböztethető márkaculattal és hitvallással rendelkezik. Minden márkát kezdő oldalán a tervezői portréfotóhoz rendelt háromszavas fő jellemző tartozik, mely segít eligazodni a tartalmak kavalkádjában, és meghatározza számunkra a márkatevékenység főbb csapásirányait. A Katti Zoób-márka jellemzői a minőségi, formabontó, elegáns, a Nanushka-márkáé pedig a funkcionális, letisztult és bohém. A márkaalapítási év és a termékprofil is feltüntetésre kerül. Az interjút Csalár Bence bevezetője nyitja, melyben röviden összefoglalja az adott tervező és a márkátörténetét, sikereit, a brand szellemiségét, stílusjegyeit. Az életút-interjúkból kitűnik, hogy egyszerre tartalmaz strukturált, előre meghatározott kérdéseket, ugyanakkor

mélyinterjúvá alakul, ahogy egyre közvetlenebbé és őszintébbé válik a beszélgetés. A narratívára jellemző ez a fajta építkezés, hiszen a gyermekkortól, a neveltetéstől, a szülők foglalkozásán, a tanulmányokon keresztül jutunk el a márkaalapítás kérdésköréhez, majd az abban rejlő sikerek és esetleges kudarcok is felszínre kerülnek. A karrierutakon keresztül megismerjük a szakma szépségét és röögös útjait. Megszűnik a határ a megfoghatatlan dizájnerlét és a magánember között. Visszatérő gondolat a motiváció kérdésköre, a kitörési pontok a tervezői felelősségvállalás és a márkaesszencia. Az interjúk során számos kulturális inspirációról, technológiai folyamatról, stílusirányzatról, fogalomról és üzleti vonatkozásról is szó esik. Különleges és motiváló történetekkel találkozunk, melyek számos idézettel tűzdeltek. Az interjúkat áthatja az alázatos szakmai elkötelezettség. A magyar márkák bemutatása után a könyv köszönetnyilvánítással zár, majd a fogalomtár és a felhasznált irodalom nyújt fontos információkat az olvasó számára.

Az album elegáns kivitelezése és igényes, kreatív tipográfiája emeli az olvasásélményt. A könyv külleme, magas minőségű kivitelezése és tartalmi rendszere alapján a coffee-table book kategóriába sorolható. Az olvasás ritmusa is ennek a kategóriának megfelelő, kisebb egységekben, a képeket nézegetve nyugalmi helyzetben, kapcsolódásként olvasható. Szakmai szempontból szintén kitűnő olvasmány, a színvonalas és hozzáértő fogalomhasználat az író és a tervezőket is dicséri. Divattervezőként és divatelméleti kutatásokat folytató PhD-hallgatóként is kifejezetten élménydús volt számomra mind a szöveges, mind pedig a képi tartalom. A könyv tartalmi kiegészítéseként közösségi médián keresztül online instagram live interjúkra is sor került. Összesen hat, a könyvben is szereplő tervező mesélt részletesebben jelenlegi tevékenységéről és 2021-es terveiről. Csalár Bence a divatipart érintő szakmai tevékenysége szerzője, könyve biztosi iparági háttérrel rendelkezik.

Balogh Dóra

MÉRLEGEN A MÉDIA

A média gazdaságtanának kézikönyve.

Szerkesztette: Gálik Mihály – Csordás Tamás

■ Immár huszonhat éve, hogy megjelent Magyarországon az első átfogóbb, kutatási és oktatási célokra egyaránt használható médiagazdaságtani tankönyv Gálik Mihály médiakutató, a diszciplína első hazai művelőjének tollából (*Média-gazdaságtan 1.*, Aula Kiadó Kft., Budapest, 1995.). Maga a szaktudomány a közgazdaságtan, illetve a médiatudományok határán található, és a huszadik század utolsó harmadában keletkezett a nyugati, kapitalista országokban. Az eltérő gazdasági-társadalmi környezet miatt hazánkba azonban csak késéssel, az 1980-as évek végén

kezdett el beszivárogni. Ugyan már ekkor elkezdődtek a vizsgálódások ebben a tárgykörben, ám nagyobb lendületet csak a rendszerváltozás (1990) után, a piacgazdaság kiépülésekor kapott itt-hon a diszciplína. Jól jelzi ezt, hogy a felsőoktatásban részt vevő hallgatók először 1993-ban vehették fel kurzusként a mai Budapesti Corvinus Egyetem jogelődjén, a Közgazdaságtudományi Egyetemen. Mindez valóban megkívánolta egy könnyen forgatható, magyar nyelvű tudományos összefoglaló, ha úgy tetszik lexikon létrejöttét. A több mint negyed évszázada kiadott mű a