

Zsubrinszky Zsuzsanna

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Idegen Nyelvi Központ

A nyelv, ami öltöztet – a divatiparág nyelvi kifejezőeszközei

<https://doi.org/10.48040/PL.2022.1.17>

A tanulmány célja egy, a divatiparágra fókuszáló üzleti nyelvi kommunikációs kurzus bemutatása alapképzéses hallgatók számára. A divat és a hozzá kapcsolódó márkák rendkívül fontos szerepet játszanak az egyetemisták életében, mégis az üzleti nyelvi kurzuskönyvek nem, vagy csak érintőlegesen említik a divatot és a hozzá kapcsolódó innovatív megoldásokat. Mivel az innováció szerepe a ruhák előállításában, a termékek, az üzleti modellek és a vállalat-szervezés szempontjából igen jelentős, ezért a kurzus tematikáját e témakörök, valamint a hallgatók érdeklődési irányultsága, tantermi gyakorlatok, személyes tapasztalatok adják. A kurzus felépítését a következő kutatási kérdések határozták meg: Az elmúlt évtizedek során milyen innovatív megoldások befolyásolták a divatiparágat? Mely innovációt tartja a legjelentősebbnek és miért? Hogyan képesek a divatiparág résztvevői megőrizni szerepüket a versenytársakkal szemben? A technikai újítások (internet, okostelefonok, közösségi média) miként befolyásolják az innovációt a divatiparágban? Fontosnak tartja-e a fenntarthatóságot a divat területén? A kutatás ismerteti az eredményeket, melyek internetes divatportálokról, blogokból, videókból, csoportos megbeszélésekből, egyéni kutatások rövid prezentációjából származnak. Ezek a sokféle forrásból származó szaknyelvi kifejezések jól hasznosíthatóak más hasonló témájú kurzusok fejlesztése során.

Kulcsszavak: divatipar, fenntarthatóság, innováció, márka, szaknyelv-kutatás

Bevezetés

A divattal kapcsolatban általában három dolog jut eszünkbe: a megjelenés fontossága, a nemek közötti különbség és a társadalmi réteghez való tartozás. Mint az önkifejezés egyik legfontosabb eszköze, a divat csak a társadalmi környezetbe ágyazva válik érthetővé, hiszen létrejöttében meghatározó egy-egy csoport véleménye, preferenciája egy bizonyos időszakban. Míg korábban évszakonként jött ki egy-egy új kollekció, mostanra már sokkal gyorsabban cserélik termékeiket a ruhaláncok. A ruhavásárlás gyakorisága is megváltozott, éppen ezért a cégek abban érdekeltek, hogy minél hamarabb kisöpörjék az üzleteket.

A tanulmány először különbséget tesz a divat és a ruházkodás között, majd ismerteti az innováció jelentőségét az iparágban. Ezután kitér arra, hogyan képesek a divatiparág résztvevői megőrizni szerepüket a versenytársakkal szemben, és hogy a technikai újítások milyen szerepet játszanak a divatiparág fejlődésében. Végül a fenntarthatósággal kapcsolatos kérdések tárgyalására kerül sor.

Innováció a divatiparágban

Sok ember számára a divat mindössze a ruházkodásról szól, és bár bizonyos fokig nekik is igazuk van, mégis egy sokkal összetettebb jelenségről van szó (Edwards, 2017). A divat valójában olyan megfoghatatlan erőt képvisel, amely kézzel fogható termékek formájában jelenik meg, képes megújulni és nem utolsó sorban, tükröződik benne a társadalom és a kultúra minden szegmense (Reilly, 2014:12). Ezzel szemben ruházkodás alatt értjük mindazt, amit magunkra aggatunk (egy-egy ruhadarab vagy kiegészítő), vagy éppenséggel azt, amit az előnyösebb külső érdekében magunkkal teszünk (pl. tetoválás, frizura) (Reilly, ibid).

Sproles és Burns (1994) a „Változó megjelenés: Az öltözködés megértése a kortárs társadalomban” című művükben két fontos kérdést vizsgálnak meg: (1) hogyan születik egy új stílus és (2) milyen társadalmi, gazdasági és pszichológiai tényezők befolyásolják az egyént a

stílus elfogadásában vagy elutasításában. A szerzők nyomon követik a divat fogalmának alakulását és a divatdiktátorok hatását a fogyasztói magatartásra.

Az elmúlt időszakban a technikai újításoknak, például a kötőgép felfedezésének köszönhetően (Matković, 2010), új trendek és termékek jelentek meg a divat piacán. Felgyorsult a ruhadarabok elkészítésének ideje, melyek ezáltal megfizethetőbbé, könnyebben elérhetővé váltak. Az innovációnak számos megjelenési formája van (Dougherty, 1992). A három leggyakrabban említett típusa: (1) a termékinnováció (pl. a mezőgazdasági termelés hulladékából kifejlesztett nemszőtt textília); (2) a termelési folyamatot megkönnyítő innováció (pl. az „okostükrök”, melyek azonnal megmutatják, hogy a kirakatban kinézett ruhadarab hogyan állna rajtunk) és (3) a szolgáltatások területén alkalmazott innováció (pl. a divat környezeti lábnyomának csökkentése). Mindezek kiegészülnek a szervezeti innovációval (pl. minőségbiztosítás) és az üzleti modell innovációval is (Lundvall, 1988), melyek mögött a technikai háttér rendkívül fontos szerepet játszik.

Amilyen gyorsan változik a divat, ugyanolyan gyorsan változnak a ruházkodással kapcsolatos terminusok is (Craik, 1993), melyeket leginkább a hatékonyság, a racionalitás és egységesség (Rey, 1963), valamint a közérthetőség, a tömörség és a szépség (Tauli, 1968) jellemez.

A következő részben a divat technológiai újításaival, a hatásukra született új nyelvi kifejezésekkel, és a divatipar múltjával, jelenével és jövőjével foglalkozom.

Az „Innováció a divatiparágban” című kurzus bemutatása

Az „Innováció a divatiparágban” című angol szaknyelvi kurzus ötletét egyfelől az adta, hogy az egyetemisták életében a divat és a hozzákapcsolódó márkák rendkívül fontos szerepet játszanak, másfelől pedig érdekes volt látni, hogy az államvizsgázók, illetve az alapképzéses hallgatók közül is milyen sokan foglalkoztak saját divatmárkájuk és az arra épülő vállalkozásuk fejlesztésével. Feltűnő módon az angol üzleti nyelvi kurzuskönyvek azonban nem, vagy csak érintőlegesen említik a divatiparágat és a hozzá kapcsolódó innovatív megoldásokat. Ennek a hiánynak a pótlására született meg a kurzus, melynek során a következő kérdésekre kerestük a választ:

- (1) Az elmúlt évtizedek során milyen innovatív megoldások befolyásolták a divatiparágat?
- (2) Mely innovációt tartják a hallgatók a legjelentősebbnek és miért?
- (3) Hogyan képesek a divatiparág résztvevői megőrizni szerepüket a versenytársakkal szemben?
- (4) A technikai újítások (internet, okostelefonok, közösségi média) miként befolyásolják az innovációt a divatiparágban?
- (5) Fontosnak tartja-e a fenntarthatóságot a divat területén?

Az angol szaknyelvi kurzus során a hallgatók szóbeli és írásbeli feladatokat oldottak meg, interjúkat, rövid esszéket készítettek angol nyelven, internetes portálokról információt gyűjtöttek, esettanulmányokat elemeztek, videókat néztek, és kiscsoportos megbeszéléseken vettek részt, melynek eredményeként létrehoztak egy divat szaknyelvi szókincstárat. A kutatási kérdéseket és az adatgyűjtés, illetve adatelemzés folyamatát az 1. táblázat tartalmazza. Az első oszlopban lévő kutatási kérdések megválaszolásához az adatokat hallgatói interjúkból, videókból, esettanulmányokból, online forrásokból és saját tapasztalatból gyűjtöttem. Az összegyűjtött adatok (interjúk, prezentációk, divattal foglalkozó videók és szaknyelvi szövegek) elemzésével állt össze a *Divat Szókincstár*, mely a divat és a hozzá kapcsolódó új terminusok gyors fejlődésével nagy valószínűséggel folyamatosan bővülni fog.

A tananyagot angol üzleti szaknyelv kurzuson próbáltam ki elsőéves alapképzéses

hallgatókkal a 2019-es őszi szemeszterben a Budapest Gazdasági Egyetemen. A hallgatók nyelvi szintje B2-es (középfokú szintű) volt, de néhányan C1-es szintű nyelvtudással rendelkeztek. A csoportos, idegen nyelven történő megbeszélések, tapasztalatcsere nagyszerű lehetőséget biztosítottak a gyengébb nyelvtudással rendelkező hallgatók nyelvi szintjének fejlesztéséhez.

1. táblázat. A kutatási kérdésekhez kapcsolódó adatgyűjtés

Kutatási kérdések	Adatgyűjtés módja	Adatelemzés módszere
1. Az elmúlt évtizedek során milyen innovatív megoldások befolyásolták a divatiparágot?	Interjú készítése legalább 3 hallgatóval	Jegyzetek készítése Prezentáció
2. Mely innovációt tartja a legjelentősebbnek és miért?	Video: Fashion is fuel for innovation TED Institute	Jegyzetek készítése szövegelemzés Divat Szókincstár létrehozása Esszé írása
3. Hogyan képesek a divatiparág résztvevői megőrizni szerepüket a versenytársakkal szemben?	Esettanulmány (a Marks & Spencer archívumából)	szövegelemzés jegyzetkészítés szóbeli beszámoló (tudásmegosztás) Divat Szókincstár kiegészítése
4. A technikai újítások (internet, okostelefonok, közösségi média) miként befolyásolják az innovációt a divatiparágban?	Online források Saját tapasztalat	Szövegelemzés tudásmegosztás Divat Szókincstár kiegészítése
5. Fontosnak tartja-e a fenntarthatóságot a divat területén?	Video: Marks & Spencer Innovation Management Video	Jegyzetek készítése Divat Szókincstár bővítése

Eredmények

Innovatív megoldások a divatiparágban

A hallgatók egymással készített rövid interjúiból számos innovatív megoldás került elő a divat világából a régmúltból és napjainkból. Elsőként az öv feltalálását említették, mely mind praktikusság (pl. munkaruha rögzítése) mind a divat szempontjából is jelentős: „*Manapság a legegyszerűbb öltözékeket is feldobja egy öv, és kétségtelenül változatosabbá teszi megjelenésünket, mintegy „megfűszerezi” öltözékünket.*” (Idézet az 1. interjúból)¹

A következő, meglehetősen egyszerű újítás, a ruhák elemeinek összekapcsolására, rögzítésére a gomb feltalálása volt, melyet idővel azután felváltott a tépőzár. A hallgatók internetes kutatásából kiderült, hogy a VELCRO rögzítő elemeket a tépőzár technológiájának úttörőinek tekinthetjük. A Wikipédia segítségével megtudhattuk, hogy a szó egy szóösszetételből származik: a *velour* (bársony) és a *crochet* (horgolás) szavakból. George de Mestral svájci feltaláló nevéhez fűződik a termék elnevezése, aki először a cégét, majd az ott gyártott termékeit hívta VELCRO-nak: „*A tépőzár kezdeti elfogadtatásának nehézségét követően a tépőzár mára meghódította a ruha iparágat, különösen a sportruházatot. Én személy szerint nem nagyon szeretem, mert jó néhány pulóveremet tette már tönkre.*” (Idézet a 2. interjúból)

Számos hallgató említette, hogy napjainkban a termék-innováció leginkább a ruhaanyagokban mutatkozik meg. A gyártók mindenféle anyagból készítenek ruhát:

¹ Angol nyelvű kurzusról lévén szó, a hallgatók írásbeli és szóbeli munkáinak idézeteit a szerző fordította.

hulladékból (pl. narancshéjból vagy ananászból) sőt szemétből is (pl. Adidas). Az anyagok közül fontos megemlíteni a HEAT-TECH (meleget tároló technika) és GORE-TEX (vízálló, szélálló, lélegző membrán) termékeket, melyek kiválóan ellenállnak az időjárás viszontagságainak és kényelmes viseletet biztosítanak viselőjüknek.

A legjelentősebb innovációk

A második kérdés megválaszolásához a „*Fashion is fuel for innovation*” című TED videót néztük meg, melyben az előadó arról beszélt, hogy a divat milyen elképesztő módon járul hozzá az újításokhoz, milyen jelentős szerepet játszik abban, hogyan nézünk ki, hogyan gondolkodunk, hogyan érezzük magunkat, és mindezek következtében hogyan alakul át a nappalink „bemutatóteremmé”. Az otthon említése nyomán, a divatújítás egy ritkán emlegetett válfaja került elő az egyik hallgató esszéjében; ez pedig az adaptív ruházat, melyet idős nagyszülők, műtétet követően lábadozók, illetve a fogyatékkal élők számára találtak ki. Ezeket a ruhákat úgy tervezték meg, hogy tulajdonosaik tépőzárak, mágneszárak segítségével önállóan fel-le tudják venni felsőruházatukat mindenféle segítség nélkül.

Az innovációval kapcsolatban többen említették esszéjükben a különböző tapintású anyagokat. Az egyik hallgató például, aki allergiás a gyapjúra, óriási áttörésnek tartotta az elasztán (Lycra) térhódítását, mely szerinte a gyapjúhoz hasonlóan kiválóan szigetel, ám vékony és pehelykönnyű: „*Mi sportrajongók (kerékpárosok) jól tudjuk, milyen fontos ezeknek a szintetikus szálaknak a használata, mivel testbarát tulajdonságai biztosítják nekünk a szabad mozgást*”. (Idézet az 5. esszéből).

Egy környezettudatos, állatbarát lány szerint pedig a szintetikus „bőr” feltalálása az igazi innováció az anyagok piacán, hiszen így nem kell többé megölni az állatokat:

„Szerintem a szintetikus bőr egy fantasztikus újítás. Már nem kell kegyetlenségből kioltani az állatok életét és mégis divatos bőrkabátot hordhatunk. A Piñatex® például az ananászüzem hulladékleveleiből származó rostokból készül. Ezek a levelek a meglévő ananászszüret melléktermékei, ezért a nyersanyag előállításához nincs szükség további környezeti erőforrásokra.” (Idézet a 8. esszéből)

A bőrtermékek viszonylag magas ára miatt a műbőr azok közé az anyagok közé tartozik, amelyek sosem mennek ki teljesen a divatból, hiszen cipők, táskák és dzsekik formájában hordják őket férfiak és nők egyaránt.

A versenyképesség megőrzése a riválisokkal szemben

A történelem során az egyik legmeghatározóbb piacvezető divatcég a Marks and Spencer volt, mely Magyarországon is hosszú évtizedeken át uralta a divat piacát. A cég esettanulmányának feldolgozásával a hallgatók átfogó képet kaphattak arról, hogyan változott a divat a II. világháborútól kezdődően napjainkig. Az esettanulmányból kiderült, hogy a háborút követően, az iparosodás felgyorsulásával a konfekcióruházat került előtérbe, majd a mai szóhasználattal élve a „business look”, a munkahelyi divat vált fontossá. Az anyagok sokfélesége (pl. a gyapjú és a jersey), a szoknyák hossza és a nadrág szárának változása jelentősen meghatározta a divatot. A hallgatók a versenytársak szempontjából az alábbi következtetést vonták le:

„Az M&S már régóta nem az iparág vezetője, időközben valahogy eltűntek a süllyesztőben. Talán hiányzik belőlük az irány, a merre-tovább, a ruháik minősége pedig igen erősen romlott. Ők már nem azok a megbízható és stabil márkák, amelyek korábban voltak”. (Idézet a 3. beszámolóából)

Az árat illetően többen azzal érveltek, hogy a M&S igen drága termékei miatt fordultak el a vásárlók a cégtől:

„Szerintem egyértelmű, hogy a társadalom már nem a legjobb minőséget akarja a ruházatában, hanem azt,

hogy minél olcsóbban trendi ruhákhoz jusson. Ezért az M&S-nek meg kell vizsgálnia, hogy a versenytársak mindezt hogyan érik el”. (Idézet a 7. beszámolóéból)

A hallgatók közül nem mindenki elégedett a mai divattrendekkel és csak reméli, hogy a mostani divat körülbelül tíz év múlva visszatér a „rendes” kerékvágásba:

„Azt hiszem, tíz éven belül visszatér az igazi divat (ami azért időbe telik, amíg a tervezők elkészítik a ruhákat), ezért az M&S-nek arra kellene összpontosítania, hogy funkcionális, hétköznapi is viselhető ruhákat készítsen. Ezzel nem azt mondom, hogy unalmasnak, vagy fantáziátlanoknak kellene lenniük, sőt, megőrizve a korábbi minőséget, és egyediséget azt hiszem, az emberek továbbra is megfizetnék a kicsit magasabb árat.” (Részlet az 5. beszámolóéból)

A mai generáció elvárja, hogy egy márka értéket képviseljen, és hajlandók is többet fizetni érte, ha azt úgy érzik, hogy megéri, de ugyanolyan örömet szerez nekik az is, ha néha egy olcsóbb, de trendi ruhadarabbal gazdagíthatják ruhatárukat.

Technikai újítások

A divatban bekövetkező technikai újítások közül elsőként az okostelefon, az internet és a közösségi média szerepét hangsúlyozták a hallgatók, melyek megjelenésük óta rendkívüli mértékben befolyásolták a divatinnovációt és a stílusirányzatokat. Az internet segítségével a kisebb városokban élő embereknek is lehetőségük van saját vállalkozásukat beindítaniuk és ingyenesen reklámozniuk termékeiket. Mivel a legújabb termékek pillanatok alatt elérhetők a világ minden tájáról, így a kiskereskedők és a vásárlók naprakészen tudják követni a divatot. Az utánzás révén a divatszakemberek létrehozták az ún. „gyors divat” fogalmát, mely erre a felgyorsult folyamatra utal:

„Ha például valaki feltesz egy képet egy új ruhában az Instagramjára, valahogy ez arra készíttet, hogy "wow! Ez jól néz ki. Valami ilyesmit is szeretnék és is és már keresem is hol lehet azt a ruhát kapni. De az is igaz, hogy valószínűleg kevesebb, mint ötször viselek csak egy-egy ruhadarabot, ezért az alacsony ár is nagyon számít”. (Részlet a 5. hallgatói beszámolóéból)

A felgyorsult, kényelmes életmódunknak köszönhetően egyre többen vásárolnak ma már divatcikkeket is online, annak ellenére, hogy így éppen a ruhavásárlás legizgalmasabb része, a ruha felpróbálása vész kárba:

„A vásárlás is sokkal könnyebbé vált, a vásárlók otthonról, a saját kanapéjukról akár pizsamában is leadhatják rendelésüket. A vállalatok közvetlen kapcsolatban állnak fogyasztóikkal és érezhetően egyre több és több ember vásárol online. Azonban rettegek attól, hogy egyszer végérvényesen megszűnnek a boltok és onnantól csak online fogunk vásárolni”. (Idézet a 3. beszámolóéból)

A neten történő vásárláskor az okostelefonok jelentőségét emelte ki az a hallgató, aki egy személyes tapasztalatot mesélt el:

„Az okostelefonon megnézhetjük az üzlet helyét, a termékek elérhetőségét, az árakat és a kedvezményeket. A legfőbb újítás a netes vásárláskor a szolgáltatás javítása, pl., néhány hónappal ezelőtt, amikor szükségem volt egy esőálló kabáttra a téli túrázáshoz, és néztem néhányat az interneten, azt tapasztaltam, hogy egy francia cég részletes videókat mutatott online minden termékről, amelyet valódi modellek viseltek és "demonstráltak", hasznos szolgáltatást nyújtva az ügyfélnek, amelyet csak a modern technológia tud biztosítani.” (Idézet az 1. beszámolóéból)

A divatiparág legújabb kihívásai közül az alkalmazottak tisztességes bérezése és a környezetszennyezés minimálisra csökkentése is gyakran előfordult az esszéekben. A vásárlók hatékony kiszolgálására új módszerek, eddig ismeretlen, izgalmas technológiák szükségesek. Ilyen például, a mesterséges intelligencia alkalmazása a márkaépítésben, mely hozzájárul az

ügyfelek vásárlási élményének javításához, az adatok elemzéséhez, az értékesítés növeléséhez és a trendek előrejelzéséhez.

A 3D nyomtatók megjelenése óta előtérbe került a vásárlói igény szerinti gyártás, a testreszabás és a fenntarthatóság. A saját magunk által tervezett ruhákkal inspirációt adhatunk egymásnak, de az iparágban dolgozó szakembereknek is. Bár az így készült ruhák munkaigényesebbek, de mintegy 35%-kal kevesebb hulladékot eredményeznek.

Fenntarthatóság

A tudományos kutatásokon alapuló technikai újítások, illetve az értéknövelő újrahasznosítás ('upcycling') lehet a jövő a divatiparágban. Ez a folyamat azon túl, hogy rendkívül izgalmas és kreatív, az ökológiai lábnyomot is csökkenti. Egyes márkák (pl. H&M) már most is kiemelt figyelmet fordítanak erre.

A fenntarthatóságra a hallgatók találtak pozitív és negatív példákat is. Köztudomású, hogy a divatipar ma a második legpiszkosabb iparág, mivel sem a gyártásra sem a ruhaszemét kezelésére nincs megnyugtató megoldás, és a márkák közti verseny egyre örültebb tempót diktál. A Burberry luxusmárka gyártó 2018 szeptemberi bejelentése, mely szerint többé már nem égeti el az el nem adott termékeit, meglehetősen felborzolta a kedélyeket. Pedig ezt a gyakorlatot számos divatcég alkalmazza. A fast fashion cégek egyfelől azért égetik el az el nem adott ruhákat, hogy minél hamarabb kijöhessenek az új kollekcióval, másfelől a raktározás is gondot okoz nekik. Elméletileg újra lehetne hasznosítani a ruhákat, de a kevert alapanyagok miatt ez elég nehézkes. A gombokat, zipzárokat igen időigényes leszedni, egyszerűbb elégetni. Korábban adományként a harmadik világban landoltak ezek a termékek, de a fejlődő országok mára már nem kérnek belőle. Kenya és Uganda például már megtiltotta a használt ruhák (second-hand) importját, mert ez teljesen tönkretette a helyi ruhaipart.

A luxusmárkák nem a polctisztítás miatt semmisítik meg a méregdrága termékeket, hanem azért, hogy megőrizték exkluzivitásukat, hogy más ne adhassa el őket olcsóbban, csökkentve ezzel a termékek értékét. Ami nem ég el, azt módszeresen szétszabdalják. Indiában készült erről egy kisfilm Unravel címmel.

Divat Szókinestár

Végül a kurzus során felhasznált, sokféle forrásból származó leglényegesebb kifejezéseket tartalmazza a következő táblázat, melyeket a hallgatók a feladatok készítése közben gyűjtöttek. A lista nem teljes, csak a fordítási nehézséget okozó kifejezéseket gyűjtöttem egybe.

2. táblázat. Divat Szókinestár

Angol terminológia	Magyar terminológia
adaptive clothing	adaptív ruházatkodás
an adequate fit with brands	megfelelő illeszkedés a márkákhoz
automated wardrobe planning tool	automatizált szekrénytervező eszköz
bell bottoms	trapéz nadrág
business look	munkahelyi divat
catwalk	kifutó
civilian clothing	civil ruházat
custom threads	egyedi szálak
cutting-edge	legkorszerűbb (technológia)
double-jersey tailoring	kétfalás dzsörzé stílus
easy closure slippers	könnyen záródó papucs
hook-and-loop fastener	tépőzárás rögzítő
insulation	szigetelés
fabric	textúra, anyag

fast fashion	(tömegpiaci) fast fashion
faux leather	műbőr
flared trousers	trapéz nadrág
fleece jacket	polár dzseki
Gore-tex	vízálló, szélálló, lélegző membrán (Gore-tex)
Heat tech	meleget tároló technológia (Heat tech)
iconic product	ikonikus termék
intricate embroidery	bonyolult hímzés
knee-length skirt	térdig érő szoknya
ladder-resistant hosiery materials	létra-rezisztens harisnya anyagok
loom	szövőszék
Lycra®	elasztán (A DuPont cég által előállított)
magnetic closure	mágneszár
masculine tailoring trend	férfias szabás trend
mass-made clothing	konfekció ruha
mini silhouette	mini sziluett
nautical-themed blazers	tengerész blézerek
patterned fabrics	mintás anyagok
post-surgical recovery garment	műtét utáni ruhák
power dress	ütős ruhák, (hatalommal ruháznak fel)
ready-to-wear clothing	konfekció ruha
ruffled blouse	fodros blúz
safari-inspired tunic	safari-ihlette tunika
shoulder pads	válltömés
smart shift dress	divatos váltóruha
smartly tailored two-pieces	divatos kétrészes
softer tailoring	lágyabb szabás
spandex	spandex
sustainable materials	fenntartható ruhaanyagok
synthetic fibres	szintetikus szál
trend potters and influencers	trend figyelők és influenszerek
waste material	hulladék (anyag)
upcycling	értéknövelő újrahasznosítás
wool-crepe dresses	gyapjú krepp ruhák
Wool-worsted skirt	gyapjúruhás szoknya

Konklúzió

A divat és az öltözködés, ahogy láttuk, mindig is az egyik fő önkifejezési eszköznek számított a történelem során, mely viszonylag gyorsan és látványosan változott a társadalmi, technikai fejlődés révén. Ez a folyamat - ahogy napi szinten érzékeljük - a jövőben is folytatódni fog, ezért a legfontosabb feladat a divatszakemberek számára, hogy úgy tudják kielégíteni a vásárlói igényeket, hogy az ökológiai lábnyomot a minimumon tudják tartani.

A divat kurzus kidolgozása során nagy figyelmet szenteltem a hallgatók nyelvi tudásának megfelelő források felkutatására. Ennek ellenére adódtak olyan terminusok, melyek néhány hallgató számára teljességgel ismeretlenek voltak (pl. dzsörzé, spandex). A kurzus legnagyobb részét kitevő csoportmunka lehetőséget biztosított az együttműködésre, a tapasztalatcserére és a hallgatók nyelvi szintjének fejlesztéséhez. A kurzus végén létrejött Divat Szókinccsár nemcsak a hallgatók, hanem más szaknyelvi kurzusok, tolmács-szakfordítói képességek tanmenetébe is jól beilleszthető.

Hivatkozások

- Craik, J. (1993): *The face of fashion. Cultural studies in fashion*. Routledge: London and New York.
 Edwards, L. (2017). *How to Read a Dress: A Guide to Changing Fashion from the 16th to the 20th Century*.

- Bloomsbury Academic: New York. ISBN: 9781472534521
- Lundvall, B-Å (1988): *Innovation as an Interactive Process: From User-Producer Interaction to National Systems of Innovation*. In: Dosi, G et al. (ed.) (1988): *Technical Change and Economic Theory*. Pinter: London.
- Matković, V. (2010): The power of fashion: The influence of knitting design on the development of knitting technology. *Textile*, 8/2. 122–147
- Rey, A. (1996): Beyond Terminology. In: Somers, H. (ed.) (1996): *Terminology, LSP and Translation. Studies in Language Engineering in honour of Juan C. Sager*. John Benjamins: Amsterdam/Philadelphia.
- Reilly, A. (2014): *Key concepts for the fashion industry*. Bloomsbury: London
- Sproles, G. – Burns, L. D. (1994): *Changing Appearances*. Fairchild Publications: New York
- Tauli, V. (1968): Introduction to a Theory of Language Planning. *Acta Universitatis Upsaliensis, Studia Philologiae Scandinavicae Upsaliensia*, 8. University of Uppsala:Uppsala.

Internetes hivatkozások

- <https://www.youtube.com/watch?v=RVOgHi0ZMis>
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Velcro>
- <https://nymag.com/vindicated/2016/11/an-idea-that-stuck-how-george-de-mestral-invented-velcro.html>
- <https://www.origo.hu/gazdasag/20170830-innovaciok-a-narancshej-feldolgozasara.html>
- <http://ecolounge.hu/art/elindult-az-adidas-oceani-szemetbol-gyartott-cipoinek-tomegtermelese>
- <https://www.silverts.com/>
- <https://marksintime.marksandspencer.com/ms-history>
- <https://www.businessmodelsinc.com/death-of-fast-fashion-business-models/>
- <https://techpacker.com/blog/design/top-7-fashion-technology-trends/>
- <https://3dinsider.com/3d-printing-fashion/>
- <https://youmatter.world/en/definition/upcycling/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=bOOI5LbQ9B8>