

Monika Murzyn-Kupisz: Az európai fél-periférikus divat változó földrajza. Fenntarthatóságba való átmenet? (2025)

Dobos Emese

Hiánypótló könyv jelent meg a neves Springer kiadó gondozásában, amely a lengyel divatipar átalakulását mutatja be, a fenntarthatóság „tükrén” keresztül. A rendkívül informatív kötetet Monika Murzyn-Kupisz, a krakkói Jagelló Egyetem professzora szerkesztette, és egy, sok éven át tartó kutatási projektjének eredményeit összegzi.



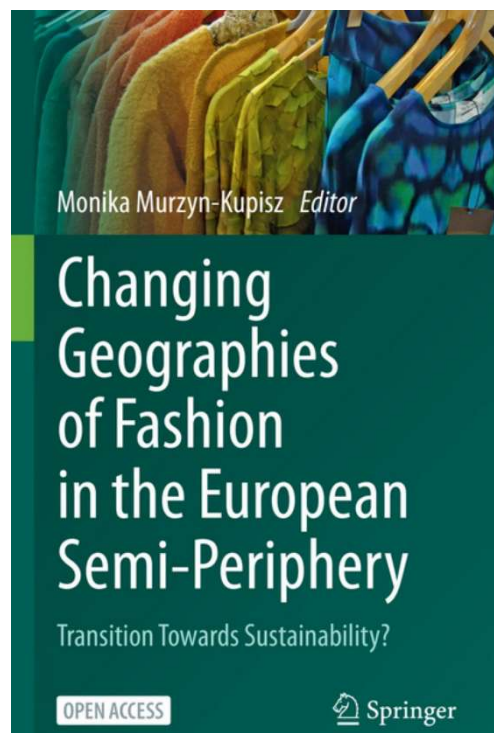
A lengyel gazdaság példaértékűen, folyamatosan növekedett a rendszerváltás óta, és olyan cégek indultak innen, mint a hazánkban is számos üzlettel rendelkező LPP csoport, vagy a cipőiparban jelen lévő CCC. Bár Lengyelország piaca jóval nagyobb, mint a hazai, és a vásárlóerőparitás is magasabb, számos hasonlóságot fedezhetünk fel a lengyel és a hazai iparág átalakulása és sorsa között, ugyanakkor számtalan tanulsággal is szolgálhatnak a lengyel példák.

A *Changing Geographies of Fashion in the European Semi-Periphery. Transition Towards Sustainability?* [Az európai fél-periférikus divat változó földrajza. Fenntarthatóságba való átmenet?] című könyv több, mint 500 oldalon, és 10 fejezeten keresztül mutatja be a lengyel divatipar változását. Földrajzi, kulturális értelemben is vizsgálja a hagyományosnak tekinthető könnyűipar dizájnvezérelt kreatívparrá avanzsálásán keresztül az oktatás fenntarthatóságban betöltött szerepét, és bemutatja a lengyel divatcégek, független kreatívok stratégiáján túl egészen a divatpiacokat és a fogyasztást meghatározó tendenciákat is. A továbbiakban főleg a könyv 2. fejezetének tartalmi ismertetésére koncentrálok, helyenként magyar párhuzamok felállításával. A fejezet a zsugorodáson túl mutatja be a kortárs lengyel textil- és ruházati ipar történelmi gyökereit, változó természetét és földrajzát. A lengyel textil- és ruházati ipar kortárs földrajza szorosan kapcsolódik az ország történelméhez (és annak viharaihoz), a jelenlegi zsugorodását pedig az aktuálisan ható kulturális és gazdasági erők formálják.

A középkori lengyel textilipar bővelkedett gyapjúból, kenderben és lenben, ipari léptékben működő és termelő textilipari gyárak pedig a 18. században honosodtak meg, az akkori lengyel arisztokrácia gyárlétesítése nyomán. Míg ezek a vállalatok inkább a felsőosztály (lu-

xus)igényeit tartották szem előtt, a gyáralapítók és befektetők egy másik csoportját képezték azok a városiak, akik általánosabb, társadalmilag diverzebb igényeket szolgáltattak ki. Érdekes egyébként, hogy az utóbbiak bizonyultak ellenállóbbnak, és sok esetben a már modernnek tekintett gyárak alapjait is ezek biztosították. A textil- és ruházati ipar első állami fejlesztése pedig a Lengyel-Litván Nemzetközösség (1569-1795) idejére tehető. Mennyiségi értelemben a 18. század végére Szilézia és Nagy-Lengyelország térsége emelkedett ki textilipari központokként. **Történelmi előzményeit tekintve**, a lengyel textil- és ruházati ipar fő, ipari körzetei már a 19. századra, a kapitalista iparosítás ideje alatt kialakultak: Łódź és Varsó mellett a középkori, iparági hagyományokkal is rendelkező Bielsko-Biala, Poznań és a Szudéták hegység térsége voltak az iparág fő központjai. 1945-re a Białystok vált a gyapjúipar központjává, miközben Bielsko és Biala, valamint Łódź is meghatározóak voltak, ahol a legjelentősebb a pamutfeldolgozás volt. A két világháború közötti időszakban a lengyel gazdaságban a fém- és az élelmiszeripar mellett a textil- és ruházati ipar is kiemelt szerepet játszottak, és elindult a szintetikus szálak gyártása is.

A II. világháborúnak számos ipari létesítmény is áldozatul esett, a gazdaság újjáépítésében pedig a textilipar kiemelt szerepet játszott és államosításra került. A **Lengyel Népköztársaság ideje** (1945-1989) alatt a könnyűipar jelentősen nőtt, mind foglalkoztatás tekintetében, mind abban a tekintetben, hogy a felülről jövő kezdemé-



nyezés hatására korábban iparági hagyományokkal egyáltalán nem rendelkező, periférikus régiókban jelent meg. A tervgazdaság nyomán a vállalatok jelentős létszámfelesleggel rendelkeztek, nehézkes munkakörülményekkel rendelkeztek, miközben nem piaci alapon működtek. Mindeközben egyre nagyobbá vált, technológiai értelemben is a szakadék a kapitalista országokhoz képest. Ezek a vállalatok azonban technológiailag nem voltak olyan innovatívak és a piaci igényekre sem tudtak megfelelően reflektálni. Az összes ipari ágazat – így a textil- és ruházati ipar is – a kormányzati szintről voltak irányítva. A Textilipari Központi Tanács az Ipari Minisztérium közvetlen felügyelete alá tartozott. Mind az alapanyagok beszerzése, mind a köztes és késztermékek disztribúciója központosítva volt, az erős központosítás azonban 1958 után enyhült. A szocialista tervgazdaság doktrínáinak szellemében a fogyasztási cikkek gyártó könnyűipar a háttérbe szorult a nehézipar mellett, és csak másodlagos szerepet játszott. A foglalkoztatás és a termelés volumenje (házánkhoz hasonlóan) az 1970-es években érte el a csúcst. Ebben az időszakban kezdtek el a lengyel vállalatok nyugati bér munkára is termelni, miközben megjelent több, újszerű lengyel divatház is. Ugyanebben az időszakban, elvégre divatos ruhákra akkor is volt igény, a do-it-yourself (csináld magad) gyakorlatok és az otthoni átalakítások voltak jellemzőek – ami nekünk megszokott, ám a nyugat-európai fogyasztókhoz képest jelentős különbség. Ugyanebben az évtizedben – néhány befektetésnek köszönhetően – könnyebbé vált a gyáralapítás periférikusabb, kisebb önkormányzatok számára is, ami azt a célt szolgálta, hogy ezek az új gyárak felszívják a munkanélküli, akár fejletlenebb vagy iparosított térségek női munkavállalóit. Jelentős különbség azonban, hogy míg a textiliparban jellemzően nagy, állami vállalatok domináltak, a ruházati iparban csak a foglalkoztatottak harmada dolgozott állami vállalatnál, és jellemző volt a kismértékű, kézműves tradíciókon nyugvó ruhakészítés – a tervgazdaság ellenére is. A szocialista időszakban a ruhagyártásnak két világa volt: az egyiket nagyvállalatok és divatházak fémjelezték. Néhányuk tehetségesnek tartott divattervezőket foglalkoztatott és a termékeket dicsérték a dizájn és a (magas) minőség miatt. A Moda Polska (Lengyel Divat) áruház bizonyos értelemben nem volt tipikus, szocialista vállalat: a kínálata korlátozott volt és felső kategóriás termékek voltak itt megtalálhatóak. Mindemellett a magas minőségű termékek exportra készültek, nem a lengyelek vásárolhatták meg ezeket, akik pedig egyfelől informális csatornákon vagy tevékenység révén jutottak divatos ruhadarabokhoz, ha csak nem ők maguk csinálták meg, vagy cserélték el ezeket.

Az 1980-as évek végére a lengyel ruhaimport fő forrása már Ázsia volt, rengeteg kínai és török bazar jelent meg ekkor az országban. 1989-ben legalább 65 textil- és ruhagyár volt, melyek több, mint 1000 főt foglalkoztattak és ezek közül 44-et felszámoltak. **1989 után** a lengyel könnyűipar – a régió többi országához hasonlóan – a gazdasági-társadalmi átalakulás nyomán új kihívásokkal szembesült, amelyeket a globalizáció és a szektor-specifikus erők hoztak magukkal: megszűnt a korábban a korábbi, biztos szovjet piac, miközben az egyre növekvő európai és ázsiai importtal is fel kellett venni a versenyt. Az 1990-es évek végére nagyjából stabilizálódott a könnyűipar helyzete, azonban a textilipar nagyobb mértékben csökkent, mint a ruházati, ami mind belföldre, mint nyugati bér munkára egyaránt termelt. Bár a 2000-es évek eleje a korábban a textil- és ruházati termékek kereskedelmét szabályozó egyezmények megszűnésével, és az

EU-s bővítéssel még fokozottabb versenyhelyzetet teremtett, a könnyűipari központok megőrizték fontosságukat. Ennek fényében az 1990-es évek és a 2000-es évek eleje – mint a lengyel iparágot érintő legnehezebb időszak – a nyugat-európai bér munkára való utaltság fokozódásával, a nagyvállalatok privatizációjával és összeomlásával és megannyi lengyel márka eltűnésével járt. Bár néhány márka túlélte ezt a viharos időt, számtalan kis, piacorientált vállalkozás ült fel a fejét ebben az időszakban, amelyek leginkább a globális trendeket követték és miközben a kulcsfontosságú, logisztikai és kreatív feladatokat országon belül tartották, a gyártást mind inkább kiszervezték. A lengyel szereplők ugyanakkor hamar kitalálták a marketing új formáit, hogyan fedezzenek fel új piaci lehetőségeket, illetve hogyan szolgálják ki a turbulensen változó divattrendeket és a fogyasztók változó preferenciáit. Szó sincs azonban arról, hogy le kellene írunk a hagyományosnak tartott lengyel textil- és ruházati ipart: az elmúlt években ez a zsugorodás lassul és átalakulóban van, amelyet több okra is visszavezethetünk. Ilyenek a feljebb lépés, a nemzetköziesedési folyamatok, a kapcsolódó divatszektor horizontális integrációja, a vezető lengyel vállalatok magas hozzáadott értékű tevékenységei, és a kis, pezsgő kreatív szcéna megjelenése is, miközben a textilipar egyre inkább a műszaki textiliák fejlesztése és gyártása felé fordult. 1991-ben indult a világszerte ismert LPP csoport, amely olyan márkákat foglal magába, mint a Reserved, a Cropp, a House, a Mohito és a Sinsay: a gyártást kiszervezik (legtöbb esetben külföldre), míg a székhelyük, a tervezés, a logisztika „házon” (és országon) belül van. Míg 1993-ban a lengyel textil- és ruházati ipar adott munkát a foglalkoztatottak 12,9%-ának, ez az arány 2021-re 4,2%-ra csökkent. A lengyel piac azonban a magyarhoz képest óriási, és a lengyel vállalatok tudtak alapozni a közigazgatás, a szállítás, logisztika, építkezési, sport, szabadidős, stb. szektorok igényeire. A formaruhagyártás funkcionális, magas minőségű, strapabíró és speciális dizájnnal rendelkező termékeket igényelt. A könyv a fogyasztói etnocentrizmust is említi: érzékelhető tendencia, mind a lengyel vállalatok beszerzéseinél, mind az átlagfogyasztóknál, hogy számít a textiliák származási helye, a magas minőség és a fenntarthatóság. S bár Lengyelország esetében az ukrán menekültek foglalkoztatása némileg enyhített a munkaerőgondokon, a fejezet hangsúlyozza azt is, hogy a kreatív ágazatként számon tartott, globális jelenléttel bíró lengyel márkáknak is nehézséget okoz és igencsak kihívást jelent, hogy egyre inkább kiöregednek azok a szakemberek, akik még speciális, könnyűipari tudással rendelkeznek.

A legújabb, a textil- és ruházati ipart érintő - változások részben útfüggőek (tehát a korábbi hagyományokat, gyakorlatokat követik), azzal a különbséggel, hogy a textilipar egyre szorosabban kapcsolódik a vegyi iparhoz, a hagyományos iparágak kreatívsektorral alakulása pedig néhány nagyvárosban koncentrálódik. A könyv, tudományterületeken és témákon átívelő természetéből fakadóan is informatív, tanulságos olvasmányt nyújt a könnyűipari szakembereknek, vállalatvezetőknek, oktatóknak, múzeumi szakembereknek, (társadalom) földrajz, illetve közgazdasági és kreatívipari, marketing érdeklődésűeknek is.

Szerkesztő: Monika Murzyn-Kupisz

Kiadó: Springer Cham

DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-031-89254-7>

Elérhető e-book, papírkötéses és keményborítós formában is.