

## Harmincöt év harmincötezer karakterben

# Curriculum vitae Csanák Edit DLA

Csanák Edit DLA

Óbudai Egyetem

„Iz tvojih usta u Božije uši!” (Szerb szólás)

Kurai Edit néven anyakönyveztek 1965-ben a szecessziós építészetéről híres Szabadkán, a hajdani Jugoszlávia Vajdaság nevű bőtermő tartományában, amit errefelé Délvidéknek szokás nevezni. Általános iskolai, majd gimnáziumi tanulmányaimat magyarul végeztem el, folyékonyan beszélve a soknemzetiségű délszláv közösség egyetemes nyelvjárását, de leginkább a vajdasági magyarokra oly jellemző, keveréknyelvű tájszólást, amit a mai napig sem tudok letagadni.

Családunkat számon tartották a helyi értelmiség köreiből, és ennek megfelelően kiterjedt társasági életet élünk. Kiskamaszként hegedülni és zongorázni tanultam, no meg persze – rajzolni. Fiatal felnőttkori önmagamra leginkább úgy emlékezem vissza, hogy a Városháza előtti parkosított téren, a hírhedt *Majomplacon* életem gondtalanul a '80-as évek szabadkai fiataljainak pezsgő társasági életét. Kulturológia szakos osztálytársaimhoz hasonlóan nem tudtam, hogy mi is szeretnék lenni, de szinte már idegesítő volt, hogy mennyit költögetek meg horgolok, és kisajátítva a háztartási varrógépet, ruhákat eszkábálok. Megállapítást nyert tehát, hogy divattervező leszek. 1983-ban felvettek a Belgrádi Művészeti Egyetem Iparművészeti és Ipari Formatervezési Karának Öltözéktervezési tanszékére, ahol Szabadka város ösztöndíjasaként 1989-ben rendben lediplomáztam. A tanszékvezető, *Andelka Slijepčević* professzorasszony, Jugoszlávia ruhaipari szaktekintélye, az alábbi szavakkal bocsát utamra: „Te kis Kurai! Már most megmondom, hogy kiváló szakember lesz tebeled! S ha nem is a kimagasló művészi érdemeid folytán, de hallani fogunk még rólad, Editem!” Mélységesen megbántva éreztem magam, amiért „ilyen lapokat osztott nekem”; de, ahogy a szerbek mondják: „Az ő szájából Isten fülébe szálljon!”

Abszolvensként foglalkoztatott a 2500 fős szabadkai „Željezničar” ruhagyár. Ennek női részlegén kezdtem el divattervezői pályafutásomat, megtanultam a konfekciós szakma csinját-binját, és létrehoztam első, forrófejű és lázadó ROVER márkanévre keresztelt kollekcióm, amely nagy sikert aratott. Mindenki szerint ígéretes jövőnek néztem elébe; Párizs, Milánó és Köln divat szakvásárai, iroda, divatlapok, magazinok – „hattól-kettőig”. Félévnnyi reményekkel teli közjáték következett Hollandiában...



1. kép. Szabó-Hangya Teréz: Földre szállt divatdiktátorok, 7 Nap, 1992 június. Fotó: Szabó Attila

1989-ben férjhez mentem, '90-ben anyuka lettem, '91-ben pedig a ruhagyár férfi részlegének divattervezője. SOHO férfiruházati márkakollekcióm sikere keveseket érdekelt már, annál inkább foglalkoztatott mindenkit a kibontakozó délszláv háború. Kilátástalan napok vették kezdetüket, az élet napról-napra lehetetlenült el. A Željezničar (amely magyarul Vasutat jelent) volt a Jugoszláv Vasutak és a Honvédelmi és Rendészeti Szervek egyenruha beszállítója. Kollektciók helyett egyenruhát terveztem, fizetés helyett, másokhoz hasonlóan, krumpelit, cukrot, melegételt vittem haza. Elkeseredett voltam és sokat sírtam. Megtanultam túlélni.

## Újrakezdés

„Le hasard ne favorise que les esprits préparés.” (Louis Pasteur)

1992-ben egy teherautónyi holmival és egy két és fél éves gyerekkel átköltöztünk Magyarországra. A letelepedési folyamatok ügyintézése koránt sem volt gördülékeny; ég és föld között lebegve úsztunk az árral, és éltünk máról-holnapra. Szakmai pályafutásom újrakezdését a kilátástalanság jellemezte: kétségbeesetten kerestem munkát, de a szakmai-művészeti élet és itteni kollégák helyett a vadkapitalizmus korszakának divatipari szélhámosaival ismerkedhettem meg. Az 1993-as Ayers International divattervező pályázaton elnyert különdíj mit sem hozott közelebb a szakmai beilleszkedéshez. Tengődünk, tengődtem: festettem, halomszámra gyártottam „haszontalan divatrajzaimat”, s jobb híján, egyedi díszítésű sapkákat és kalapokat varrtam azon a háztartási varrógépen, amin egykor megtanultam varrni. Idővel ügyesen értékesíteni tudtam ezeket néhány belvárosi butikban. Az egyikben egyik nap megkérdezték, hogy „ismerek-e, esetleg, valami divattervezőt?”

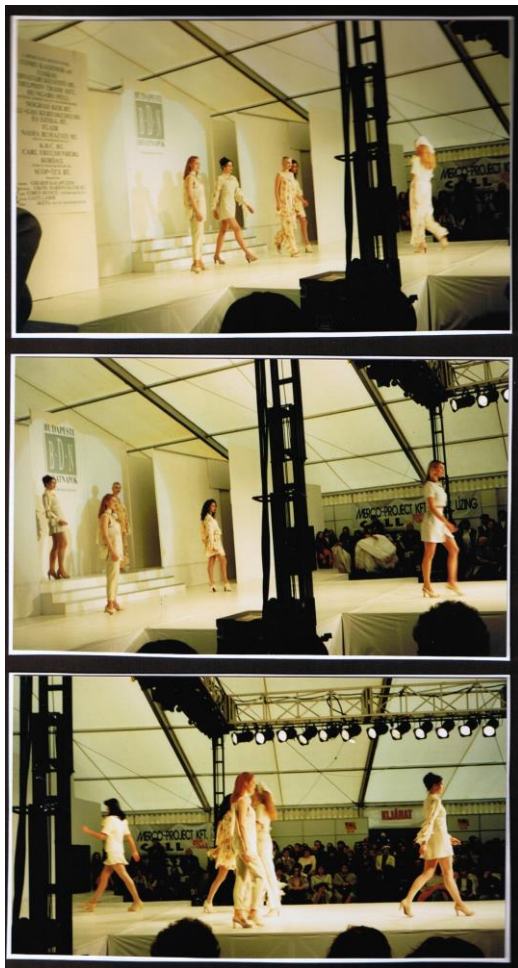
Ennél fogva, jelentős mérföldköve pályafutásomnak a SWING, amely női finomkonfekciót gyártó vállalatnak 1993-tól 1996-ig voltam a divattervezője (2., 3., 4. kép). 1995-1996 őszi-téli női kollekcióm a Magyar Divattervezők Nagydíja pályázat helyezését érte el 1994-ben. Ugyanakkor a Magyar Iparművészeti Egyetem Öltözéktervező-iparművészként nosztrifikálta a diplomámat, 1997-ben pedig Göncz Árpád köztársasági elnök magyar állampolgárként



2. kép. SWING '93 Tavasz-nyári kollekció divatbemutatójának előkészületei, a SWING Tünde áruház megnyitója, Pécs, 1993



3. kép. SWING ROXY-ROSS 1996-os tavasz nyári kollekció – divatrajzok



4. kép. A SWING ROXY-ROSS 1996-os tavasz nyári kollekció bemutatója a Budapesti Divatnapokon (1996 szeptember 13-15)

honosította a családomat, amely addigra már egy leánygyermekkel bővült.

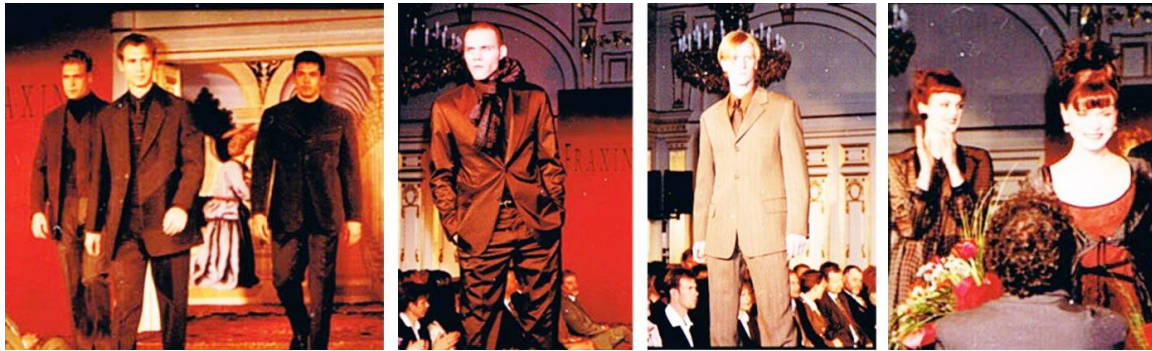
1997: megint csak a szakmai mélypont időszakában vagyok. Szabadúszóként vegetálok jelentéktelen gyártók sokszor kifizetetlen megrendeléseiből, és művésztanárként oktatok divattervezést, művészet- és kultúrtörténet, színház- és viselettörténet, rajzolás és festést, meg tervezési gyakorlatot budapesti stúdiók akkreditált és szabadképzésein. Míg nem eljutott hozzám a hír, miszerint a Zalaegerszegi Ruhagyár Rt. férfiruházati kollekciók tervezésére keres divattervezőt. Ősz lehetett, emlékszem, mert a '97-es Budapesti Divatnapok, a magyar ruházati szakma akkor legrangosabb eseményét rendezték abban az időben. Egyetlen lapra tettem fel mindent, és megkerestem a standjukat a kiállításon. Csinos portfólióm, és a szabadkai ruhagyárban szerzett tapasztalatom meggyőző erővel bírtak; szerződtek sajátmárkás férfiruházati kollekcióik tervezésére. *A véletlen csak a felkészült elméknek kedvez...* Bekerültem a magyar divatszakmába, '98-ban pedig felvettek a Magyar Alkotóművészek Országos Egyesületébe.

A ZA-KO részére tervezett kollekció új arculatát három kapszulakollekcióra osztva foglaltam meg, ami akkoriban ambiciózus vállalatnak számított, ahogyan az arculati egységek (kapszulák) márkanevekkel való megkülönböztetése, valamint a Carlo Bonatti, a Gentleman és a T. Sullivan márkanevekhez tartozó, poétikus hangvételű marketingszövegek megírása is egyedülállóan számított. Az igényes alapanyagokból, különleges részletekkel kidolgozott, trendkövető szabásvonalú termépaletta javított a ruhagyár hazai és nemzetközi piaci megítélésén.

Négy szezon kollekcióját terveztem meg a Zalaegerszegi Ruhagyár részére, amellyel elért legrangosabb szakmai elismeréseim az 1997-es moszkvai Carlo Bonatti-Fraxini divatbemutató volt, a Moda Moscow-on, valamint a Carlo Bonatti '98-99-es kollekció bemutatása, továbbá ugyancsak a Beriv Ruhagyár Rt.-vel közösen, 1998 márciusában, a Gundel Étteremben, Náray Tamás rendezésében megtartott nagyszabású divatbemutató. A Zalaegerszegi Ruhagyár feloszlását, és ezzel együtt, tervezői szerződéseim megszűnését követően döntöttem a saját tervezőstúdió alapítása mellett.



5. kép. A Zalaegerszegi Ruhagyár Zrt. 1997-es kollekciókatalógusainak borítóképei, a budapesti Szépművészeti Múzeum gyűjteményének kredit felajánlásával. Grafikai tervezés: Ducki Krzysztof, Ferenczy Noémi-díjas és Aranyrajzszög életműdíjas grafikusművész



6. kép. A Gundel Étteremben tartott bemutató: a ZA-KO '98-99 Őszi-téli kollekciója, és én a kifutón. Rendező: Náray Tamás

## Editio Solo Stúdió

„Valóban élvezem, amikor a gondolataimat valós terméké formálom – ez ad nekem energiát.” (Calvin Klein)

A kilencvenes évek végétől érezhető volt a divatpiac átrendeződése s ez a 2000-es évek elejére új divatpiaci kategóriák megerősödését hozta. A sportswear megjelenése volt az új mérőföldő a divatban, aminek hatására a divatteremtők és a divatfogyasztók képesek voltak túllépni az előző korszak nosztalgikus gátlásain. Ezt követően új divatkategóriák jelennek meg; a clubwear, a basic workwear, az activewear és a slampos-sportos streetwear – avagy ezek variációi (ún. grungle), együttesen adták a kilencvenes évek divatjának erőteljes casual jellegét.” (Csanák Edit: Jeans-story, doktori értekezés) [1]



7. kép. Divatrajz az ABORIGINAL 2001-es tavasz-nyári kollekcióból

Az Editio Solo Stúdiót 1998-ban hoztam létre azzal a céllal, hogy szabadúszó tervezőként megbízásokat teljesítsek hazai és külföldi márkáknál, és kiteljesítve ambícióimat, autonóm márkakollekciót hozzak létre. A ma is működő dizájnervállalkozás több fejlődési etappon megy majd keresztül, és a cég működésének koncepcióját mindvégig a változatos stílusú, „kulcsrakész” szezonális kollekciók létrehozása képezte mintadarabok, divat- és gyártmányrajzok, és – kívánalom szerint – díszítőgrafikák és műszaki dokumentáció kíséretében. Hangulatos stúdiómat 1999-ben valósítottam meg a budapesti XIV. kerületi Varsó utcában, egy leromlott állapotú szuterén IKV bérleményből, ahol tizennyolc éven át működött. Alkotóműhelyem hírnévre tett szert, és hazai divatmárkának biztosított kollekciótervezési, modellezési és bemintázási szolgáltatásokat; 2017-ig való fennállásáig számos szezonális márkakollekció született meg itt.

Hangulatos stúdiómat 1999-ben valósítottam meg a budapesti XIV. kerületi Varsó utcában, egy leromlott állapotú szuterén IKV bérleményből, ahol tizennyolc éven át működött. Alkotóműhelyem hírnévre tett szert, és hazai divatmárkának biztosított kollekciótervezési, modellezési és bemintázási szolgáltatásokat; 2017-ig való fennállásáig számos szezonális márkakollekció született meg itt.

## Beavatás

„... mindegy: Pokolba, Égbe, csak az Ismeretlen ölén várojon az Új!” (Charles Baudelaire)

Egy művészi pályafutás során a személyiségformálódásra és a stílusváltásokra, a megannyi impulzus

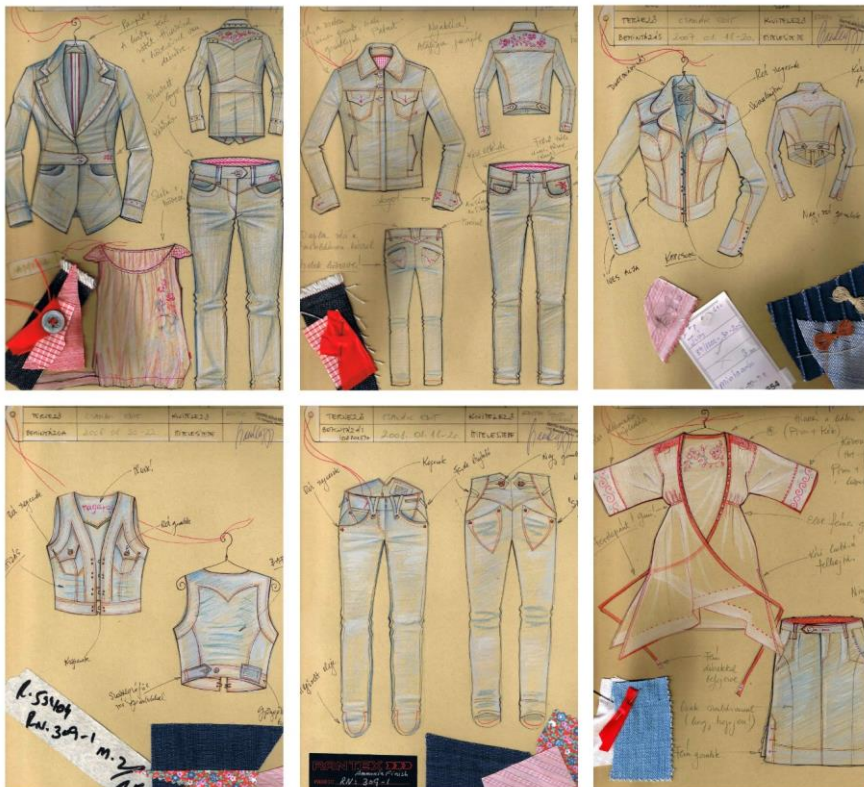
mellett, a magánélet és az anyagi boldogulás is hatással vannak. Pályafutásomat a művészi önmegvalósításnál is jobban határozta meg az egzisztenciakeresés. 1999-ben, elhelyezkedtem a Dinnyés-Euro Kft.-nél; projektmenedzseri és tervezői pozícióba vettem fel az U2 márkakollekciók tervezésére. Feladatomban a világmárkákhoz mért, versenyképes hazai brand arculatának kialakítása volt, amely feladat idővel egyre inkább irányult farmer-termékek tervezésére. Tekintve, hogy a vállalat az akkor legdivatosabb globális brandek forgalmazója volt, olyan márkák legfrissebb kollekcióinak darabjai foroghattak a kezem között, mint a G-Star, a No-Exess és az I'm Aya, a Denim Rose vagy a Tom Taylor. Káprázatos világ nyílt meg előttem! Szakmailag heterogén közegben mozogtam, s azáltal, hogy a tervezéssel együtt az bemintázás irányítását, a beszerzés bonyolítását, és a gyártásszervezést vettem a nyakamba, rövid időn belül szakmailag a csúcson, de kétgyermekes anyukaként és feleségként, a padlón találtam magam. Mindezekkel együtt, életem egy csodálatosan izgalmas, és páratlanul produktív időszakának kapui előtt álltam.

„2002 júliusra volt. Mintegy tíz éves konfekciós múltat tudva magam mögött úsztam szabadon a hazai ruházati brendek szemléletét is gyökeresen átformáló streetwear újhullámán, amikor látogatásomat tettem a sorrendben harmadik „Bread and Butter” jeans and streetwear offshow-n. Aktuálisan Kölnben rendezték meg, párhuzamosan az ott rendszeresített, világhírű Inter-Jeans-el. „...Ekkor lettem a jeans rabja.(...) Kreációk és ötletek sorát vetve papírra eufórikus megszállottsággal, egy projektben találtam magam; terveket készítettem egy 2004-05 Őszi-téli jeans-trend előrejelző könyv részére, amit egy hazai megrendelővel együttműködve szándékoztunk megjelentetni „Blue Book of Jeans” néven (8. kép). A könyv – vagy ahogy mi neveztük, a „Book” – forgalmazását a Heinz Kramer kiadó, a divatszaklapok világszerte elismert terjesztője vállalta, és a kézzel készített tervsoraimmal illusztrált szinopszist a kiadó zsűrije jóváhagyta. Azonos év szeptemberében kezdtem el tanulmányaimat a MOME Doktori Iskoláján „Jeans-story” témában, Deés Enikő Munkácsy-díjas Textiltervező művésznél.” [1]

Doktori kutatási témám, a farmer, kiapadhatatlan forrásanyaggal és ihlettel szolgált; éreztem, hogy a téma választott ki engem. „Lebilincseltek a benne rejlő, határtalan önmegvalósítási lehetőségek; a különleges technológia, egyszerű, s mégis nemes alapanyagok, izgalmas kikészítési technikák és remek kellékek!” – írom később doktori értekezésemben. A fent említett trendkönyv kiadása sajnálatosan nem valósult meg a tetemes nyomdaköltségek miatt, de egyike volt annak a 13 értékes, kézzel rajzolt, egyedi kötésű trendkönyvnek (Look-Book), amelyeket 2002–2017 között készítettem. A Blue Book



8. kép. BLUE BOOK OF JEANS\_Vol. 2 [2004] – válogatott oldalak



9. kép. MOOD INDIGO BOOK SS08 [2007] – válogatott oldalak

of Jeans [2002] sorban a harmadik könyv volt, és mindvégig az egyik legszebb és legértékesebb. Az 8. képen látható rajzok a 2004-ben megrajzolt, második kötetbe készültek. A másik kedvencem, a MOOD INDIGO BOOK SS08 [2007] válogatott oldalai a 9. képen láthatók.

## Önazonosság

„Különböző hangulatokról, eltérő életmódból eredő életstílusokról, és meghatározott igényekről gondolkodom.”  
(Frida Giannini, GUCCI csoport)

A Q'RAY by edit a Q'ray önazonos márkánévvvel, amelyet majd hamarosan, Bangkokban fogalmazok meg, a szakmai felnőttkorba léptem. Már ezt megelőzően is edit a Q'ray művésznév alatt alkottam, ami kis („hollandizáló”) ferditéssel annyit tesz: Kurai Edit. Mindig is jellemezte alkotásaimat a munkáknak a nevémmel való, szinte hivalkodó szignózása, ahogyan az is, hogy rajzaimat és alkotásaimat keretbe foglaltam. A keret, amely valós és látható, vagy csak átvitt értelemben, mint vezérfonal létezik, mindig jelen volt. A több mint háromszáz

kollekció, amelyet aktív pályafutásom folyamán terveztem, mindegyikének arculatát is keretbe foglaltam. A stílusjegyek felismerhetővé tették rajzaimat és tervsoraimat, ahogyan a kollektívalkítás stílusát is. Munkáim stílusának autonómiájához és munkamódszeremhez következetesen ragaszkodva, mindegyik kollektívomhoz történetet írtam; illet irtam a Zalaegerszegi Ruhagyár újjászületését képező kollektívok számára [1998], a Blue Book of Jeans számára [2002, 2004], a 2009-es Levi's Projekthez, vagy később a Livello di Vita márka számára, és autonóm kollektívomhoz is. Előbbiek ezt legtöbbször sajtóanyagok kidolgozásához használták a kampány során.

„A sikeres kollektív forgatókönyvének alapja – a filmhez hasonlóan – a jó sztori; ha a kollektív meseje izgalmas, akkor könnyű azt tartalommal/cselekménnyel megtölteni. A tervező, miközben a divatjelenések trendeknek nevezett globális irányzatait értelmezi, a kollektív tudatalattiban felhalmozódott emlékek között válogatva adott téma mellett, amelyet munkájához használ. Ez a tervező reflexiója a divat kihívásaira és adott célcsoport igényeire. Beleélés egy szerepbe, reakció adott kihívásra. Tekintható egyfajta szerepjátéknak is.” – írom később egy tankönyvben. (Csanák Edit DLA: Kollektívalkítás, NSZFH, 2015) [2]

„Egy olyan tervezőegységgel szemben, aki habitusa folytán autonóm szeretne maradni, és alkotásait semmilyen séma kereteibe nem hajlandó beilleszteni, teljesen irreális elvárás a kreációk „csapat”, „tömeg” vagy „termék” kliséibe való beillesztése. Belőlük lesznek azok a kísérletező, autonóm ruhatervező-művészek, akik egész munkásságuk során töretlenül hisznek szellemi szuverenitásukban. (...) Alkotásaik rendszeresen egyediek, nehezen sokszorosíthatók és jobbára nem is ilyen szempontok figyelembevételével készülnek. Alkotását maga a művész sem tekinti iparilag előállítható terméknek, hiszen az egyenesen sikoltozna attól, ha bárki sokszorosítva akarná legyártani azt! Esetében az ember vagy az anyag az, amely keresi a formát. (...) A Prêt à Porter tervező gondolkodásmódját a hiperproduktív jellemezi. Képes arra, hogy átlássa az egységes képet, vagyis a kollektívot, ugyanakkor pedig annak rengeteg apró részletét, tehát az egyes darabokat és azok „összetevőit”. Magának a kollektívának meg kell felelnie az objektíve támasztott igényeknek, vagyis a kereslet által meghatározott elvárásoknak, továbbá a divattrendek által előírt esztétikai szempontoknak, ami jelentősen meghatározza a végső arculatot. Az ilyen alkotómunka esetében a művészi kifejezés eszközei különböznek attól az eszköztártól, amelyet a szuverén ruhatervezés használ. Ebben a tervezői felfogásban a megtervezett ruha keresi az embert, aki általában: hús-



10. kép. Csanák Edit, 2004.  
Fotó: Kudász Gábor Arion, Balogh Rudolf-díjas, Capa-nagydíjas magyar fotográfus

vér és hétköznapi, és korántsem ideál, de ahhoz akar hasonlítani! A ruházati designerek nem az elit alakulatoknál szolgálnak. Ők a „gyalogság”; azok a termékközpontú szemléletű művészek, akik munkájukkal divatot teremtenek az egyediből. A kollekciótervezés pedig általában csakis az autonóm, iparművészi állásfoglalás és a designer-szemlélet ötvözése esetén lehet sikeres.” (Csanák Edit: Jeans-story. Doktori értekezés) [1]

A tervezői szerepjáték lehetőségének keresése volt az, ami divattervezői – vagy ahogyan később szívesebben neveztem: ruházati formatervezői pályafutásomat mozgatta, és előre vitte. A tervezői szerepjáték a pályafutásomat meghatározó attitűd volt. Kerestem, és szívesen felvállaltam a különböző szerepeket, ami folytán szinte minden fajtájú, típusú és stílusú ruházati termék megfordul a portfóliómban. Számomra ez így volt „megírva”, és ez így is volt jó nekem...

## A fenntarthatósági trendekkel lépést tartva...

„A legszebb ruha sem lehet gyönyörű, ha éhínséget és boldogtalanságot okoz.” (Mahatma Gandhi)

A szakmai olvasottság, és szakírás mindig is prioritás volt számomra; attól a pillanattól kezdve, amikor 2002-ben átléptem az első Bread&Butter szakvásárt, más tervezőkhöz hasonlóan, tekintélyes rakománynyi szakirodalommal tértem haza, amit ki is olvastam a „fedőlaptól a hátlapig”. A sorok mögé látva olyan trendek is megérintettek, amelyeket a szakma még nem nevezett néven, és azok sem kimondva, sem pedig vizuálisan nem fogalmazódtak meg, és nem tárgyiasultak kollekció formájában. Az első ilyen kollekció az 1999-ben tervezett Bein' Nomad AW2000<sup>1</sup> (Nomádnak lenni 2000 Ősz/tél) organikus kollekció, amelyet a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának fővédnökségével a „Versenyek Versenye” évezredzáró dizájnverseny döntőjébe válogattak be, a döntőn történő bemutatás 370 000 forintos kifutóra helyezési önköltség megfizetésének terhei mellett, ami akkoriban négyhavi fizetésemnek felelt meg. Szponzor híján a kollekció soha nem valósult meg; azóta is egy fájdalmas emlék, s egyben a legszebb, legharmonikusabb divatrajzi munkám; az A2-es keretekbe foglalt, 10 öltözképből álló kollekció tervsorozata a szobám falát díszíti.

Az *All My Eye! by edit a Q'ray* kollekció a saját út keresése volt, továbbra is a fenntarthatósági trendekkel összhangban (11. kép). Az EDUN<sup>1</sup> kollekcióhoz hasonlóan, organikus alapanyagok felhasználásával készült, és

a fenntarthatósági trendekkel összhangban, egyes részletek újrahasznosítottak, vagy kézzel varrottak. A kollekció a 2004-es Magyar Formatervezési Díj pályázaton bemutatott kollekció, elindította munkásságomnak egy újabb szakaszát, amely a 2015-ös évektől kezdődően a fenntarthatósági divat teoretikusaként tett ismertté; részese lehettem meghatározó szakmai pillanatoknak, mint például az első berlini Green Showroom (2015), részt vehettem fenntarthatósági divatbemutatókon, workshopokon, szakmai konferenciákon, idézett cikkeim születtek a témában és tananyagokat fejleszthettem. Büszke vagyok ezekre az eredményeimre.

„A fenntarthatósági divattrendet illetően fontos kiemelni, hogy noha 1990–2005 között eltelt 15 évben a zöld forradalom, és a fenntarthatóság kérdése egyre gyakrabban kerül szóba a divatszakmában, a piac radikális változását a szakma 2007-ben ismerte fel, amikortól a divat az új jelenséget már nevével is nevezte;

ekkortól használatos a Fast Fashion kifejezés. 2009-12 között több szerző kutatása nyomán kerültek publikálásra azon első, komplex elemzéseken alapuló írások, amelyek a piac új csatornáját vizsgálták a fenntarthatóság szempontjából. Ezek egybehangzóan kijelentették, hogy a jelenség legnagyobb támogatása az egyre növekvő e-kereskedelemben rejlik; találgatni lehetett, de megjósolni semmiképp sem, hogy e két jelenségnek együttesen milyen hatalmas hatása lesz a divatiparra. (...) A fenntarthatósági mozgalom, amely immár harminc éves múltat tekint vissza, igaz, hogy globálisan is jelentős eredményeket ért el, de sajnos a mai napig nem tudott egy a Fast Fashion által integrált LEAN-modellhez hasonló, hatékonyan működő üzleti modellt megalakítani, amely garantált sikert eredményez. A kérdés háttérben összetett gazdasági összefüggések állnak.” (Zahorján Ivett: A digitalizáció behalozza a divatszakmát – Interjú: Dr. Csanák Edit DLA, 2020, Fashion Revolution)



11. kép. *All My Eye! by edit a Q'ray SS05 [2004]* kollekció.  
Fotó: Kudász Gábor Arion Balogh Rudolf-díjas, Capa-nagydíjas magyar fotográfus



12. kép. *NSX White Label* kollekció SS06 [2005] - IPARI FORMATERVEZÉSI NIVÓDÍJ 2005, kiállított pályamunka  
Fotó: Urbán Ádám

<sup>1</sup> 2005-ben a U2 énekese, Bono és felesége, Ali Hewson együttműködtek a környezet- és társadalomtudatos ruházati vonalairól ismert amerikai divattervezővel, Rogan Gregoryval indították

el az Edun ruházati márkát (olvasd: "nude" visszafelé, azaz meztelen), az afrikai nép megsegítése érdekében.



13. kép. NSX White Label kollekcio SS06 [2005]-  
IPARI FORMATERVEZÉSI NÍVÓDÍJ 2005,  
kiállított pályamunka  
Fotó: Urbán Ádám



14. kép. NSX White Label kollekcio SS06 [2005]  
IPARI FORMATERVEZÉSI NÍVÓDÍJ 2005,  
kiállított pályamunka  
Fotó: Urbán Ádám



15. kép. No Excess White Label Lookbook  
[2005] – válogatott oldalak

A No Excess Book (15. kép) sorrendben az ötödik egyedi kötésű lookbook volt, s mindvégig talán ez is maradt a legéteribb stílusú. Ez a könyv is része volt a 2005-ös Ipari Formatervezési Nívódíjra kiállított pályamunkámnak, de a kiállítás megnyitóján már nem tudtam jelen lenni, mert már a



16. kép. NSX White Label kollekcio SS06 [2005] – Fotózás.  
Fotó: Urbán Ádám

világ másik oldalán voltam. Az installáció felrakására is a kolléganőmet, *Dávid Hajnalt* kértem meg, akivel akkor, művésztanárként tanítottunk a Szabómester Szakközépiskola divat-stilustervező képzésén.

## Udomsuk seesib-song

„Az fedezet fel új világrészeket, aki elfogadja, hogy hosszú időre minden partot szem elől veszítsen.” (André Gide)

Naplóbejegyzés, Bangkok, Buddha 2548 évének június 17. napján: *Egy bangkoki hotelszobában ülök. Több mint tízezer kilométerváltást el az országtól, amely az otthonom... Két és fél hónapra szóló megbízásom tárgyát képező tevékenységek köre nehezen határolható be. Egyfelől, mint tervező és művészeti vezető vagyok itt, tehát illetékességem minden formatervezést érintő feladat. (...) A világban egyre több designer (...) kap ilyen vagy hasonló megbízást (...) ...a designeri feladatkör nem a szűk művészi én szakmai önmegvalósítására korlátozódik, s a magam részéről, nagyon szerencsésnek tartom, az ilyen jellegű felkéréseket, ugyan így azt is, ha a designer indíttatást érez arra, hogy a formatervezés problémakörét, bármely formatervezett tárgy valós és objektív feltételektől meghatározott körülmények közti realizálására tárgítsa ki.* (Csanák Edit: Bangkoki Napló, 2005) [2]



17. kép. Bangkok, 2005 – „Udomsuk seesib-song”,  
vagyis az Udomsuk-ról nyíltó 42 soi-ban lévő varroda

2004-ben casual férfruházat tervezésére köttem megállapodást egy fiatal márkával, a Balance-szal. Casual férfruházati kollekción kívül, feladataim kiterjedtek a teljes körű gyártás-előkészítésre. A bemintázást a stúdióban végeztük, ahol modellezőt és mintavarrót is foglalkoztattam akkor, rész munkaidőben. 2005-ben a tulajdonosok visszautasíthatatlan ajánlatot tettek: a cég thairföldi üzemének létrehozására és a gyártás beindítására kértek fel. Feladataim komplexek



18. kép. Bangkok, 2005 – „Udomsuk seesib-song”, vagyis az Udomsuk-ról nyíló 42 soi-ban lévő varroda

voltak, és a kollekciótervezés mellett gyakorlatilag mindenre kiterjedtek. Bár a gyerekeim általános iskolások voltak, a lányom negyedikes, a fiam pedig a nyolcadikat fejezte, a családom támogatott.

2005. május 30-i naplóbejegyzés: *Hihetetlen kalandba keveredtem! Nem tudom felmérni sem azt, hogy mi vár rám, sem azt, hogy amibe fogtam, miképp alakul. Egy számomra teljesen idegen világba utazom. Tartok az ismeretlentől, és félek, hogy a feladat, amire vállalkoztam, meghaladja erőmet. (...) A világban egyre több designer – így a ruházati formatervezők is -, egyre gyakrabban kap ilyen vagy hasonló megbízást, melynek értelmében a megbízó a művész szakértelmét, rutinból eredő tapasztalatát és intellektusát kamatoztatja a siker érdekében. Többször adtam már hangot azon véleményemnek, miszerint a designeri feladatkör nem a szűk művészi én szakmai önmegvalósítására korlátozódik, s a magam részéről, nagyon szerencsésnek tartom, az ilyen jellegű felkéréseket, ugyan így azt is, ha a designer indíttatást érez arra, hogy a formatervezés problémakörét, bármely formatervezett tárgy valós és objektív feltételektől meghatározott körülmények közti realizálására tágítsa ki.* (Csanák Edit: Bangkoki Napló, 2005 – DLA vizsgálózat)

Három és fél feledhetetlen hónapot töltöttem Bangkokban, ami megváltoztatta a személyiséget. Az „Udomsuk seesib-song”, vagyis az Udomsuk-ról nyíló 42 soi-ban lévő varroda, éveken át sikeresen üzemelt; Nissával, a varrodavezetőmmel néhányszor levelet is váltottunk (17., 18. kép).

Naplóbejegyzés: 2005. augusztus 16, hajnali 03:40: *„Hajnal van, kevés az autó az utcán. A taxi, amely a reptérre visz, szinte magányosan halad az éjszakában. A rádióból, bús-szomorkás thai popzene szól. A taxis nem néz a visszapillantóba; tudja, hogy sírok. Tapintatosan, lassan halad végig a városon, hagyva, hogy még egy hosszú öleléssel búcsúzhassam el szerelmemtől, Bangkoktól.”* (Csanák Edit: Bangkoki Napló, 2005 – DLA vizsgálózat)

Később, még egy ízben éltem hosszabb ideig Ázsiában: 2018-19-ben a Wuhan-i Jiangnan University School of Design-jában oktattam fél évig, mint vendégoktató. Imádtam annak minden nehézségével és kihívásával együtt, és kétszer kínáltak szerződés hosszabbítást. A szívem egy darabját hagytam Wuhan-ban, és sokáig szenvedtem a „honvágytól”, de nem vállaltam, azok miatt, akiknek hiányoztam, és akik számomra fontosak voltak. *Ce la vive...*

## Szemmel varrott ruhák, és fájlrendszerek

*„A divattervezés olyan, mint a matematika: a rendelkezésre állókat összeadva és kivonva kaphatunk adott időben igaz egyenleteket.”* (Vivienne Westwood)

Szeretek rajzolni, de ruhát rajzolni mindennél jobban! Szeretek gyártmányrajzot készíteni – mauálishan vagy géppel, nekem mindegy! Szeretem a termék készítésének folyamatát, és a ruhát, mint tárgyat és terméket értelmezem. A ruha létrejöttének minden szükséges mozzanatával együtt szeretem megélni a tervezés folyamatát: ahogyan megrajzolom azt, ahogyan a születését megelőző információkat a papírra rendezem, és az anyagvágatot a papírra rögzítem... Hiszek benne, hogy csúnya rajz alapján csúnya ruha születik, így számomra mindig is fontos modell lapjaim külalaki kifogástalansága, azok eszté-



19. kép. Ego Sport AW 07/08 őszi-téli kollekció – vektorgrafikus modellrajzok

tikus és igényes, művészi kinézete. Ebben merül ki, egyfelől a saját munkám iránti alázat és imádat, ebben van munkám szépsége, és ezzel tiszteltem meg azokat, akik annak létrehozásában, fizikai megvalósításában részt vesznek – még ha ez utóbbi én vagyok, akkor is!

Bangkokból való hazatértemet követően ismét átrendeződött a szakmai életem. A thaiföldi projekt egyik hozadéka volt, hogy rutinosan megtanultam kezelni a számítógépet és egyes tervezőszoftvereket. A digitalizációban rejlő lehetőségeket a divatipar igen korán felismerte. Ez '90-es évek végén radikálisan megváltoztatta a szakmai folyamatokat; számos pozitív hozadéka volt, de tíz év leforgása alatt olyan trendet szült, mint a Fast Fashion, amelynek hatásai közismertek. A 2000-es évek elejétől a kollekciók tervsorai a legtöbb vállalatnál, vektorgrafikus gyártmányrajzok formájában születtek meg. Az Ego Sport szerződöttem, ahol 2007-ig, négy szezonális női-, férfi- és gyermek sportruházati kollekciót terveztem (19. kép). A kóddal ellátott, számozott állományok tartalmazzák az egyes modellek díszítőgrafikáit, címketerveit, és minden arculati elem tervét, amit időszerűen használni tervezünk a modellen. Fontos, hogy a kódrendszer értelmezhető és logikus legyen, mert egy 2-300 darabos kollekcióhoz több ezer kódolt fájl tartozik. Minden egyes vállalatnak eltérő a rendszere, de amelynél az nem értelmezhető, vagy ilyen rendszer nem létezik, annak a vállalatirányítási, és ruházati szállítói lánc kezelési folyamatai igen gyorsan a káoszba fulladnak, vagy összeomlanak. „20 évig volt saját stúdióm, közel ugyan ennyi ideig saját márkám, aminek felfuttatása helyett inkább azt csináltam, amiről tudtam hogy kevesen csinálják jól: vállalatoknak terveztem szezonális kollekciókat, és tettem rendbe a vállalatirányítási rendszerét.” (Zahorján Ivett: A digitalizáció behálózza a divatszakmát – Interjú: Dr Csanák Edit DLA, 2020, Fashion Revolution)

Szeretem ezt a részét a pályafutásomnak, s bár olyan gazdag munkásságomnak ez a fejezete, hogy itt azt részletezni tovább nem fogom, összegezve: kézről-kézre járva a divatcégeknek vállaltam brandinget, és hoztam létre komplex rendszereket: 2010-ben a Heavy Tools-nál dolgoztam, 2007-2009-ig pedig a Saxoo Londonnak voltam a tervezője. Felismerhető stílust alakítottam ki: terveim esztétikusak és gyártás-technológiailag is olvashatók voltak, munkamódszerem pedig következetes volt.

A ruházati cikket tárgyként és termékként fogom fel. Amikor a modellrajzot készíték, valójában szemmel szerkesztem meg és varrom meg a ruhát – s ez utóbbi kettőt, talán még a rajzolásnál is jobban szeretem; le sem tagadhatom! „A ruházati termékek gyártása és forgalmazása gazdasági, szociális és etikai kérdéseket vet fel, viselete pedig kulturális hatást fejt ki. Fizikai léte, és létrehozásának folyamata környezeti hatást fejt ki, és fenntarthatósági aspektusokkal bír.” írom később Kollektíóalakítás c. könyvemben.



20. kép. A Livello di vita 2011-es őszi-téli kollekció kampányfotói

A Livello di Vita szegedi székhelyű női finomkonfekciót gyártó vállalat, amelynek kötelékében majd 3 évet töltöttem el főállású tervezőként. Klasszikus női konfekciót, divatárut és casual termékeket terveztem, összesen négy szezonális kollekció keretében (20. kép). A Livello di Vita volt aktív tervezői pályafutásom utolsó állomása; több mint hatezer, többnyire kézzel rajzolt tervet hagytam magam mögött. Nemrég megesett, hogy rámírt ismeretlenül egy fiatal tervező, megköszönni a csodálatos rajzokat, amiket hátra hagytam, s amelyeket még mindig elő, elővesznek... Ilyenkor gondolom, hogy maradandót, értékeset alkottam.

## Denim

„Minden egyes darab egy rész a szívemből.” (Antonio Marras)

„Denimmal 20 éve foglalkozom. Sok márkának terveztem farmert, számtalan stílusban, megszámolni sem tudom hány fazon női-, férfi- és gyerekfarmert terveztem. Több mint húsz éve van saját vállalatom, amely tapasztalattal és referenciákkal végezi perszonalizált denim-termékek gyártását, és nyújt teljes körű gyártás-előkészítési, és operatív támogatási szolgáltatást. Azt gondolom, a 30 évnyi aktív tervezőként eltöltött ruhatervezői tapasztalat részeként, mondhatni mindent tudok a farmerről, amit arról tudni kell, és érdemes. Imádom csinálni: tervezni, szabni, varrni, tépni, sikálni, és újrahasznosítani. Ez az egyetlen, amivel nem tudok leállni. A farmert, az nem, nem tudom elengedni!” (Zahorján Ivett: A digitalizáció behálózza a divatszakmát – Interjú: Dr Csanák Edit DLA, 2020, Fashion Revolution)

2009-ben szereztem DLA fokozatot a Moholy Nagy Művészeti egyetemen. Doktori disszertációm *Deés Enikőnél* írtam, „Jeans-story: avagy a jeans kultúra hatása a ruházati formatervezésre” címmel, *summa cum laude* minősítéssel. Ebben a denim fejlődéstörténetét és annak sajátos gyártástechnológiáját, a farmerviselés szociokulturális hatását valamint a márkakultúra elterjedésének globális kontextusait követően azt taglalom, miként voltak a jeans-design, és farmegyártással összefüggő gyártási és kikészítési technológiák hatással a divatiparra, és a ruházati formatervezésre.

A disszertációval összefüggésben 2009-ben részese voltam az akkor még létező, kiskunhalasi Levi Strauss Hungaria Kft. nemzetközi trend előrejelző projektjének, tervezőként, projektvezetőként, és a Levi's Book SS11-ben trend előrejelző könyv szerkesztőjeként, amelyben az inspirációkat rendszereztük (21. kép). Mestermunkám második modellcsoportját a SAXOO London® 2008 Tavasz-nyári márkakollekció Thaiföldön legyártatott termékei képezték (23. kép).

Ugyanabban az évben született a Mood Indigo SS09-es kollekció (22. kép), amelynek look-book-ja a 9. képen volt látható; ez itthon készült, és része volt a mestermunkám készítése során végzet hazai gyártáskísérletnek, aminek a koncekvenciájára összességében az volt, hogy itthon megszűntek azok a lehetőségek, amelyek folytán kijelenthető volna, hogy Magyarországon lehetséges volna, adekvát, környezetbarát technológia alkalmazásával denimet gyártani.

„2014 tájéka jött velem szembe az IKONIKA; annak a gondolata, hogy felhagyok a trendek hajkurászásával, és minden évben készítek egy tematikus sajátmárkás újrahasznosított denim-kollekciót, ami egy része a személyiségemnek, érdeklődésemnek, s annak, ami aktuálisan éppen érdekel. Az IKONIKA minden évben tematikusan újjászületik, mint egy Főnix madár. Nincs





21. kép. Kép: Levi's Book, belívek: FISHIN' és DUSTIN' témákhoz rendelt inspirációs lapok, és (alsó sorban) a FISHIN' témához tervezett modellek



22. kép. Mood Indigo SS09 [2008] – Környezetbarát mosási technológiával kivitelezett denim kollekció modelljei



23. kép. Saxoo London SS09 denim kollekció – Bacon, Gringo és Lupo bermudák

szezonális kollekcióm, és igen limitált darabszámban, olykor legyártok, vagy éppen eladok valamit. Az IKONIKA ORGANIKA (2015) kollekcióval kezdődött, ami után jött az CBJ IKONIKA SS18 (2017) amely egy nemzetközi kooperációban megvalósult, a farmer újrahasznosítás és a hulladéksökkentés lehetőségeit, valamint az egyedi textilnyomtatási technológiák alkalmazásának lehetőségét feszegette, és kisiparosokat, ékszertervezőket, bőrdíszműveseket vontunk be a projektbe. Feledhetetlen élmény volt, amit számos gratuláció követett. Szintén 2017-ben született az IKONIKA HERMETIKA, amelyet a 2017-es Káosz és Rend kiállításon, került bemutatásra Szegeden, majd a 2018-ban Budapesten, a Keresztmetszet kiállításon. 2019-ben a DENIFESTO került kiállításra a GSFW keretében az olasz intézetben, ami az divatipar etikai elvekeit feszegető installációkiáltvány volt – farmerben megfogalmazva. 2020-ban született az IKONIKA LUMENIKA tematikus denim kollekció (24. kép), amelyet nemrég hoztam haza az egri Kepes Intézetből, amelynek Egy-öltés kiállításán szerepelt sikeresen. Ezt a kollekciót Kepes György fény iránti megszállott rajongása, és a magamval igen rokonnak érzett gnosztikus-holisztikus világképe ihletett. Nagyon szeretem ez utóbbi munkámat – ahogyan a többit is. A következő az IKONIKA BOTANIKA lesz – mert a pilisi hegyekbe szöktem a civilizáció kényszerei elől, és lenyűgöz a természet! Adósa vagyok mindazon gyógy-

növényeknek, és főzeteik nedveinek, amelyekkel kísérletezem! A rá következő pedig az IKONIKA HISZTORIKA lesz; gondolom érthető, hogy ez sem áll távol tőlem.” (Zahorján Ivett: A digitalizáció behálózza a divatszakmát – Interjú: Dr. Csanák Edit DLA, 2020, Fashion Revolution.



24. kép. IKONIKA LUMENIKA [2020] Pegazus öltözék

#### Hivatkozott irodalom

- [1] Csanák Edit: Jeans Story. A jeans öltözködési kultúra hatása a ruházati formatervezésre. Doktori disszertáció, Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, 2009.