

# Klodekærlige klæder: Et seminar om tøj, mode & design i den kapitalocæne epoke

## Oplægsholdere

Martin Hauberg-Lund Laugesen

Julie Bundgaard

Mette Dalgaard Nielsen

Ida Engholm

## Sted: Auditorium 6

Det Kongelige Akademi

Philip De Langes Allé 10

1435 København K

**Dato og tidspunkt:** Torsdag d. 21. september 2023 kl. 15.00-18.00

## Program

- **15.00-15.10:** Velkomst og introduktion til *Klodekærlige klæder* ved Martin Hauberg-Lund Laugesen, Postdoc ved Center for Grundskoleforskning, Syddansk Universitet og Mette Dalgaard Nielsen, ph.d.-stipendiat ved KLOTHING, Centre for Apparel, Textiles & Ecology Research, Det Kongelige Akademi
- **15.10-15.40:** Oplæg om klæder og klima i den kapitalocæne epoke ved Martin Hauberg-Lund Laugesen, Postdoc ved Center for Grundskoleforskning, Syddansk Universitet
- **15.40-16.10:** Oplæg om 'blodig' tøjproduktion ved Julie Bundgaard, ph.d.-stipendiat ved Global Sustainable Production, Syddansk Universitet
- **16.10-16.30:** Pause
- **16.30-17.00:** Oplæg om ultra-fast fashion, gensalg og cirkulære modefortællinger ved Mette Dalgaard Nielsen, ph.d.-stipendiat ved KLOTHING, Centre for Apparel, Textiles & Ecology Research, Det Kongelige Akademi
- **17.00-17.30:** Oplæg om design i den antropocæne tidsalder ved Ida Engholm, Professor ved Institut for Visuelt Design, Det Kongelige Akademi
- **17.30-18.00:** Afrunding og dialog med spørgsmål fra salen



## Programtekst: Klodekærlige klæder

Alle mennesker har et forhold til tøj – *beklædning, klæder, kluns, outfit, dress* eller hvad man nu vil kalde det. At påføre kroppen tekstiler, huder eller andre materialer ud fra både fysiologiske behov og af sociokulturelle hensyn udgør en antropologisk konstant. Alle folk til alle tider har udsmykket, afskærmet, opvarmet og/eller beskyttet den skrøbelige menneskekrop ved hjælp af forskellige former for *tøj*. I den nuværende *kapitalocæne epoke* lever en stor del af menneskeheden imidlertid efter nogle historisk særlige principper for, hvad tøj betyder og skal gøre godt for. Særligt siden afslutningen på 2. verdenskrig og *den store accelerations* begyndelse har vores forhold til tøj ændret karakter og antaget nye former.

Med senmoderne, globaliseret og nu også digital kapitalisme er det i tiltagende grad blevet sværere at skelne mellem regulære, rimelige behov og unødvendige, klimabelastende begær. Store modehuse og tøjproducenter har med moderne *public relations-* og *markedsføringsstrategier* skabt en kunstig og løbende efterspørgsel på nyt tøj verden over. En efterspørgsel, som i løbet af de seneste 5-10 år, er eskaleret til et historisk højt niveau. Med introduktionen af ikke bare *fast fashion*, men nu også *ultra-fast fashion*, har tøjfirmaer som kinesiske *Shein* skabt en forretningsmodel, som kun kan fungere, hvis kunderne går med på præmissen om, at tøj er skabt til engangsbrug og alene har værdi, når det er nyt. Tiden hvormed tøj (for)ældes og transformeres fra værdifulde forbrugsgenstande til værdiløst affald er med andre ord *accelereret*.

Gennem effektfulde kampagner på sociale medier (TikTok, Instagram, Youtube) og ved brug af omsværmede influencere med tusindvis af følgere, lykkes ((ultra-)fast fashion-)brands med at markedsføre sig på måder, som får millioner af unge verden over til at ville være *med på moden*. Uafhængigt af nyopståede patologiske fænomener som *klimasorg* og *klimaangst*, der i tiltagende grad præger ungdommen, overgiver de sig til det hæsblæsende, planetundergravende og radikalt ubæredygtige overforbrug af engangstøj, som det eksisterende modeparadigme vedvarende og velvilligt leverer varerne til. Tøjproducenter og modehuse kan ikke slippe ud af dette paradigmes forretningsmodel og må fortværet jage den kommercielle succes for ikke at sakte agterud i konkurrencen på det globale marked. Den succes, som de herigennem



opnår, sker imidlertid på bekostning af planetens levedygtighed og økosystemiske sundhed, og den udgør således en livsfjendtlig magtfaktor på Jorden – særligt i udsatte samfund i *det globale syd*, hvor konsekvenserne af tøjproducenternes økonomiske succeshistorier manifesterer sig i et affaldskolonialt system, der uundgåeligt giver sig til kende i skabelsen af kolossale tøjkirkegårde, jf. hele dagsordenen om *klimaretfærdighed*.

Med udgangspunkt i *den antropocæne tidsalder* præsenterer professor Ida Engholm et nyt designimperativ i bogen *Design for the New World* (2022), hvor hun påpeger nødvendigheden af at sætte planeten først, når vi designer verden. For selvom design i bred forstand har været med til at bane vej for denne tids historisk specifikke kriser, kan design også være med til at redefinere vores værdier og (gen)forene os med den jord, vi bebor. Til seminaret *Klodekærlige klæder* skal vi dissekere, hvad det er for et modeparadigme og forhold til tøj, der dominerer i den kapitalocæne epoke, og hvad der konkret kan gøres for at bryde med de destruktive konsekvenser disse fører med sig. Vi ses til *klodekærlige klæder* på Det Kongelige Akademi i september!