

is. És persze miért is maradna ki VASARELY, mint ahogy magától értetődően találkozhatunk az OSAS-tag „nagy öregek”, HAÁSZ, GÁYOR, KONOK, MAURER, NÄDLER munkáival is.

A transzparencia feltérképezésének monografikus igénye sommázatokhoz vezet. Régóta tudjuk, hogy a kép: ablak. Ablakkeretben színes ablakszemek: ABONYI ALMA installációja játszik. De ha a rendezett vizsgálódásban a kép lényege felfénylik, arany csordulhat a résnyre nyitott ablakszárnyak hajlataiban (GÁYOR TIBOR: *Q 4/4 D V 1972/1988*). A misztikus tapasztalat egészen konkrét megfogalmazásban is színfolt e Wunderkammer-palettán: VERA RÖHM hármasszoborcsoportja a Golgotán megfeszítettnek állított naplementés áhítat. Azért jellemzően szigorúbbak a transzparencia szerkezetek: kristály-precizitásúak (PAIZS PÉTER: *Ködkristály*), matematikai és geometriai törvényeket szabnak maguknak (HELLMUTH BRUCH: *Függőlegesek, progressziók, vertikálisok*), a gép pontosságát éltetik (JOLÁTHY ATTILA: *A nagy készülék*). Láthatatlanul pulzál bennük az információ, mint áramkörben az elektromosság, akár Nicolas Schöffer aprócska, derengő *Térreliefjein*. A transzparencia a láthatatlan és átlátszó térerő, amit EVA SÁRKÓZI PUSZTAI igyekszik grafikáin megjeleníteni.

A színes átlátszóság rengeteg fény- és anyagkísérletet megenged – üveggel (ULI POHL), üveggöckébe öntött aranylő fával (Vera Röhm), műanyaggal (REGINE SCHUMANN: *Szintükör keret III. és IV.*). E mindennapi életvilágból származó anyagok felhasználása – ahogy ANDRÉ KERTÉSZ optikai torzulásokat elképő fotói – ellentmond a konkrét művészeti alaptézisnek, mely szerint a műtárgyban „a készítés és a felmutatás egybeesik”. DIETFRIED GERHARDUS tétele, mely a *Példázat (exemplifikáció) mint művészet* című, 2007–8-as OSAS-kiállítás katalógusából való<sup>43</sup>, Abonyi Alma ablakkeretére éppúgy nem áll, mint ahogy Halász Péter Tamás *Highway*ére sem, ahol visszapillantó tükrökben látjuk a végtelenbe tartó vörös autólámpa-párhuzamosokat. De minek is kérnénk számon orthodox elveket ahelyett, hogy annak örvidenénk: előkelő pozíciókat birtoklunk a konkrét művészet nemzetközi világában, mely lassan egy évszázada él, fejlődik, és nem fullad bele a pusztas variáció szürke unalmába. Hiszen a *Transzparencia* éppen azt mutatja meg, milyen meglepő kombinációkat dobhatnak még ki a sokszínű kockák.

4 Dietfried Gerhardus: *Bevezető, a konkrét művészet alapjairól* (ford. Maurer Dóra), Balkon, 2007/9.



**Pelesék Dóra**

## „Változtass gyönyörűvé!” (III.)

### 5. Divat és képzőművészet összefüggéseiről – Néhány újabb médiaműfaj hatása a kortárs magyar képzőművészetre

Az öltözködés, a saját – másokétől lehetőleg különböző – stílus megteremtése az önreprezentáció talán legalapvetőbb, legközvetlenebb, a szó szoros értelmében véve legszembetűnőbb formája. A (divatos) ruhákba bújtatott test korlátlan terepe az önkép kialakításának, és egyúttal lehetőség az ideálisnak tétélezett énkép mások felé történő vizuális közvetítésére is. A divatkövetést, akárcsak az éppen az aktuális trend(ek) figyelmen kívül hagyását egyszerre tekinthetjük akaratlagosan irányítható – ennyiben tehát „veszélytelen” – (szerep)játéknak, illetve az egyéni „identitásprojekt” releváns összetevőjének. Napjainkban a divatos, vagyis a divat aktuális attribútumait magán viselő test identifikációs objektummá válásának folyamatában a fogyasztói társadalomban zajló gazdasági és kulturális változások mellett valószínűleg kiemelkedő szerepet játszik az a tendencia, hogy egyes (újabb) médiaműfajokban (televíziós műsorokban, divat témájú internetes oldalakon, reklámokban stb.) akaratlanul is gyakorta találkozunk az egyedi stílus tudatos megteremtésére való felszólítással.

Bár az öltözködés kezdettől fogva központi jelentőséggel bírt az ember minidenkori ön(re)prezentációjában, a 2000-es évek közepétől kezdve a megjelenésre irányuló médiafigyelem látványosan megsokszorozódott. Világszerte televíziós műfajok specializálódtak arra, hogy öltözködési tanácsokkal, stílustippekkel segítsék a nézőket – avagy a potenciális (divat)fogyasztókat. A hétköznapi nők külsejének, stílusának átalakítását és/vagy drasztikus megváltoztatását célzó reality adásokban, fiatalító vagy átváltoztató show-kban<sup>1</sup> az előnyös megjelenés elérendő célként, ugyanakkor kockázatos, felelősségteljes, különös körülményt igénylő feladatként jelenik meg. A résztvevők testének tökéletesítésére irányuló stratégiák (pl. fogyókúra, testedzés, testmanipulációs eljárások stb.) között e műsorokban kiemelt szerep jut az önkifejezést, az egyéniséget és a trendkövetést egyaránt szolgáló öltözködésnek. E médiaműfajok üzenete szerint a „jól” felöltözött, a divat elemivel kiegészített vagy elfedett test egyfajta külső védettséget élvez: a külvilág szemében sikeres, elismert, tetszetős, irigylésre méltó tulajdonságokkal asszociálható személyt sejtet. Ellenben az önmagát elhanyagoló, és/vagy a divatot nem követő egyének szükségszerűen számolnia kell a társadalmi megbélyegzés folyamatosan fenyegető veszélyével.

Nyilvánvalóan túlzás lenne azt állítani, hogy kizárólag ezen új műsorszínpadok, vagyis a nők stílusának, testének alakíthatóságát és átalakítását bemutató, a tudatos, igényes öltözködés fontosságát (is) hangsúlyozó realityk gyakorolnak konkrét és közvetlen hatást egyes hazai, kortárs művészek divattal kapcsolatos munkáira. Úgy vélem azonban, hogy az említett műsorok – különösen azok direkt és indirekt formában megnyilvánuló test- illetve divatfilozófiája, valamint a divat témájának kiemelt kezelése okán – feltétlenül szemléletformáló erővel bírnak egy igen széles befogadói közösség, így a társadalmi-kulturális változásokra érzékenyen reagáló művészek számára is. Meggyőződésem továbbá, hogy a szóban forgó televíziós műfajok által közvetített divat-szemlélet – a divat aktuális jelenségeinek valós időben történő megosztására és interaktív kommentálásra szerveződött, a jelenlegi trendformálásban kiemelt szerepet játszó online divatblogok népszerűsége mellett – hozzájárul ahhoz, hogy az önmeghatározás terepeként funkcionáló divat egyre inkább a művész(et)i érdeklődés középpontjába kerülhessen, a művészeti gondolkodás és kísérletezés új terepévé válhasson.

A következőkben konkrét munkákon, projekteken, a divathoz kapcsolódó művészeti kezdeményezéseken keresztül kíséreltem meg áttekinteni a kortárs magyar képzőművészet összefüggéseit néhány újabb médiaműfajjal.

<sup>1</sup> Az alábbi műsorokban kiemelt szerep jut a divatnak, a stílusformálásnak, illetve a test optikai manipulálásnak: *Mutasd a ruhádat!* (reality-sorozat, Nagy-Britannia–HU, Viasat3); *Randikommandó* (párkereső műsor, HU, VIVA TV, 2008); *Meztelenül is szép vagyok* (átalakító reality, Nagy-Britannia, 2006); *Szeretem a testem!* (életmód tanácsadó tv-sorozat, HU, Viasat3, 2010); *10 évvel fiatalabb: A kihívás* (átváltató show, Nagy-Britannia, 2004), *10 év 10 nap alatt* (fiatalító show, HU, Viasat3, 2010).



SZABÓ KLÁRA PETRA  
Art & Style (Barb),  
2008, akvarell papíron

## 5. 1. A „Street fashion” blogok világa és Szabó Klára Petra utcai divat ihlette munkái

A formatervezőként végzett SZABÓ KLÁRA PETRÁT a 2000-es évek közepétől kezdve foglalkoztatja az utcai divat világa, valamint a képző- és iparművészet, illetve a hagyományos és új médiumfajok ötvözésének lehetősége. Napjainkban a nemzetközi szinten és hazánkban egyaránt rendkívül népszerű – az utca emberének öltözködését jellemzően fotók formájában bemutató – ún. divatblogok<sup>2</sup> látványvilágát és tematikáját felhasználva, 2007-ben létrehozta saját, *Arto-Style* elnevezésű online divatblogját.<sup>3</sup>

A folyamatosan frissülő anyagot a divatblogokra jellemző fényképek helyett a művész fotók alapján készített akvarellképei alkotják. A renahagyó téma, a fiatalok öltözködési szokásainak vizsgálata Szabó Klára Petránál tehát a festészet hagyományos technikájával történik. Mindeközben azonban a művész saját „hagyományokkal” rendelkező formaként tekint a divatblog műfajára is: a képek szereplőin látható ruhadarabok márkájának felsorolásával-katalogizálásával, vagyis a divatblogok szerkezetének, felépítésének (logikai és vizuális struktúrájának) imitálásával láthatóvá teszi, ha úgy tetszik, a művészet sajátos eszközeinek segítségével „kanonizálja” a szóban forgó új médiumfajt. Azáltal teremt meg a divatbloghoz mint műfajhoz való nézői viszonyulás lehetőségét, hogy ő maga is *műfajként* viszonyul saját tárgyához. Nemcsak a street fashion oldalakra, a divatmagazinok termékleírásaira vagy a divat aktuális tendenciáira reflektál, hanem egyúttal ráirányítja a befogadó figyelmét a divatblog *műfaji* jellemzőire is.

A blog-forma használata lehetővé teszi a művész számára, hogy állandóan bővítsen, vagyis potenciálisan végtelen projektte tágtísa gyűjteményét. Ugyanakkor interaktív kapcsolatba kerülve a befogadóival, a nézői visszajelzéseknek megfelelően feldolgozhatja és át is alakíthatja saját anyagát. A fiatalok – média által erősen befolyásolt – szubkultúrájának online formában történő feldolgozása divattörténeti szempontból is figyelemreméltó és hasznos kezdeményezésnek bizonyulhat, hiszen Szabó Klára Petra portréjellegű festményei egy adott korszak vázlataiként, dokumentációjaként funkcionálnak, s egy majdani divattörténeti kutatás alapjául szolgálhatnak.

Ugyancsak klasszikus és új műfajok ötvözésére tesz kísérletet a művész, az 1700-as években megjelent öltöztetős babák világát idéző és azt megújító *Papírbabák* című sorozatában.<sup>4</sup> Szabó Klára Petra az eredetileg kézzel kivág-

ható öltöztetős babák mintájára saját és férje alakját festi meg, majd digitális technikával kombinálja akvarellképek formájában prezentált öltözködésvariációit. Munkáiban megtartja a papírbabák eredeti, játék(os) funkcióját, hiszen animációiban maga is a manapság népszerű, babaöltöztetős weboldalak és internetes öltöztetős játékok működését szimulálja. E gesztusával az önreprezentáció terepeként működő divat térhódítására is reflektál, miközben az öltözködésekben manifesztálódó külső megjelenés kitüntetett szerepét is hangsúlyozza. Az öltözék üzenet- és maszkjellegének tudatosítása legdirektebb formában a művész 2010-es, *Olvasható ruhák* című sorozatában történik.<sup>5</sup> A fotók után készült akvarellképeken a ruhára írt szöveg mimikri-funkciója, a divat egyszerre személyiséget elfedő és felfedő működése, valamint a mindenkori test médiumszerepe lepleződik le. A festett modellek ruháin látható – gyakran többértelmű, ironikus, humoros, (ön)kritikus – szövegek<sup>6</sup> formájában megnyilvánuló divat és stílus, az egyén személyiségének járulékos elemévé, az identifikáció eszközzé válik. Miközben a feliratos ruhát viselő személy a látható (olvasható) szöveg segítségével tudatosan „elbeszél” magáról valamit a külvilágnak – tetszése szerint álcázza magát *valamilyennek*, avagy az általa kívánt mértékben kitarulkozik –, megjelenésével kétszeresen is üzen. E másodlagos, a ruhát viselő egyén társadalmi státuszára, hangulatára, lelkiállapotára stb. utaló üzenet azonban legtöbbször szándékolatlan. Mivel a szekunder üzenet dekódolása szükségszerűen egyoldalú, s kizárólag a vevő „előítéleteinek” függvénye, a ruhát viselő egyén (az üzenet feladója) nem kontrollálhatja a róla *másokban* kialakult képet.

Amennyiben tehát az *Olvasható ruhák*at tágabb kontextusból szemléljük és a sorozat darabjait a divat kitüntetett szimbólumainak tekintjük, az egyes munkákhoz való néző viszonyulás a külső megjelenésről való emberi gondolkodás alapvető mechanizmusát tárja föl és működtet. Az identitásképzést szolgáló stílushoz kapcsolódó önkéntelen asszociációk művészi tudatosításával a – fogyasztói társadalomban központi jelentőséggel bíró – divat ekkor nemcsak mint önreprezentációs lehetőség jelenik meg, hanem felmerülnek a testi megjelenés alapján kialakított ítéletek társadalmi és kulturális veszélyei is: a stigmatizáció vagy éppen az ideálistól eltérő testek kirekesztésének örök problémája.<sup>7</sup>

Online utcai divatoldalak, művészi tervezés és közösségi kreativitás összefüggését, kölcsönhatását példázza a 2010-ben megalakult BIRDBAND csoport,<sup>8</sup> azaz „Magyarország első közösségi ruházata”. Az ONDREJKA GÁBOR és egyetemistátsai által alapított márka a divat demokratizálódására, illetve az utca emberének ötleteire, kreativitására építve egy olyan online felületet hozott létre, ahová bárki elküldheti saját pólóra nyomtatható minta-terveit.

A sokaknak tetsző mintát azután legyártják s megvásárlásra kínálják a világhálón, a tervező pedig minden egyes eladott ruhadarab után jogdíjat kap. A nyitott „verseny” téje – az egyén sikerén kívül – egy olyan közösség létrehozása, amelynek keretében kétértelmű párbeszéd bontakozhat ki profi és amatőr alkotók között a kortárs (divat)művészet jegyében.

## 5. 2. Határműfajok és műfajhatárok: Szűcs Edit divatszínházi projektjei

A 2010-es év jelmeztervezőjének választott iparművész, SZÜCS EDIT renahagyó mozgásszínházi produkciói évek óta a figyelem középpontjában állnak. Az extrém alapanyagokkal dolgozó művész 2000-es évek eleje óta számos, a TERMÉSZETES VÉSZEK KOLLEKTÍVA<sup>9</sup> közreműködésével készült interaktív előadásában dolgozta fel az emberi test átváltozásának és átváltoztatásának folyamatát. A Szűcs Edit teremtette alternatív (látvány- és gondolat)világ nemcsak a rendkívül izgalmas téma miatt tarthat számot a nézői érdeklődésre,

<sup>5</sup> Szabó Klára Petra: *Olvasható ruhák*, 2010, akvarell papíron, egyenként 50x65 cm

<sup>6</sup> Példa a ruhafeliratokra: „Body conscious” – Testtudatos, „Art must be beautiful, artist must be beautiful” – A művészetnek szépnek kell lennie, a művésznek szépnek kell lennie, „Family first” – A család mindennek felett, „Sorry... our graphic designer is on holiday” – Sajnálom... a grafikusunk szabadságon van, „Unknown artist” – Ismeretlen művész stb. A munkákat ld. még: [http://szaboklarapetra11.blogspot.com/!](http://szaboklarapetra11.blogspot.com/)

<sup>7</sup> Szabó Klára Petra sorozata e tekintetben Dóczi Henriette 2003-as *Divatbemutató* című performansz-dokumentációját idézi. A divat maszkjellegének tudatosítása Dóczinál rendkívül provokatív, az abjektíváción keresztül történik. A művész, renahagyó divatbemutatójában az általa kötött ruhadaraboktól való megszabadulás aktusán, a test belső részeinek szimbolikus feltárásán keresztül reflektál a testet korlátozó, az ideális testi megjelenés képzetét legitimáló, támogató divatra. (Dóczi Henriette: *Divatbemutató*, 2003, gépi kötés, életnagyság. A munkáról lásd bővebben: ANDRÁS Edit, *Kulturális átváltozás. Művészet a szocializmus romjain*, Argumentum, 2009, 89–90.) Szabónál a divathoz való viszony kritikus természete korántsem ennyire egyértelmű: az *Olvasható ruhák* esetében a divat-maszk kétarcúsága jelenik meg. Az öltözködés egyaránt terepe lehet az előítéleteknek, ugyanakkor mindenki számára hozzáférhető eszköz a vágyott önmegvalósításhoz is. Ez utóbbi, a divat önmegvalósításban betöltött (kulcs) szerepét hangsúlyozó felfogás, az általam említett új átalakító műsorok filozófiájával cseng egybe.

<sup>8</sup> <http://birdband.hu/>

<sup>9</sup> <http://www.artdisasters.com/>

<sup>2</sup> Az említett street fashion oldalak látogatói e platformokon napról napra frissülő divatfotókkal találkozhatnak, s maguk is hozzászólhatnak az utca emberének öltözködéséhez, stílusához, a ruha-szett egyes darabjaihoz.

<sup>3</sup> <http://artstyleblog.blogspot.com/> A blogon szereplő művek egy részét Szabó Klára Petra 2009. május 27. és július 4. között a budapesti Viltin Galériában mutatta be (ld. Vékony Délia, *Balkon*, 2009/7.8., 46–47.). Az *Arto-Style* sorozat darabjai a Viltin Galéria képviseletében nagy sikert arattak 2010-ben az *Art Dubai*-on. Az internetes blog műfajának kommunikációs potenciálját jól példázza, hogy az *Arto-Style* projekt anyagára egy kínai divatmagazin is rátalált, és saját mellékletben mutatta be a magyar művész munkáit (*Shopping & Shopper Magazine*, 2009/szeptember).

<sup>4</sup> Szabó Klára Petra: *Papírbabák*, 2009–2010, akvarellpapír, digitális képkeret, kb. 20x30 cm. Ld. még: [http://szaboklarapetra6.blogspot.com/!](http://szaboklarapetra6.blogspot.com/)

hanem a műfaji sokszínűség okán is. E projektekben ugyanis elválaszthatatlanul fonódnak össze a színház, a (kortárs)tánc és a haute couture divatbemutatók elemei. Az alapvetően a színpadi látványra, valamint a divatbemutatók koreográfiájára épülő előadások Szűcs Editnél zenével és verses betétekkel egészülnek ki – saját átmenetet képezve a (mozgás)színházi előadás, a kortárs tánc produkció, a divatbemutató és a képzőművészeti performansz műfajai között.

A műtárgyként is funkcionáló jelmezek egyszerre kellékek és a bemutató szimbolikus főszereplői. Rajtuk keresztül ugyanis az emberi test és a testet borító (ruha)anyag ambivalens kapcsolata bontakozik ki. Szűcs Editnél a jelmezek formájában megnyilvánuló matéria az emberi testet és annak mozgását megkonstruáló-irányító elemként van jelen. Műveiben a test által uralt anyag önmaga jelmeze által uralt emberi testté változik. A divat-maszk lassanként eggyé válik saját identitását kereső – vagy azt a divaton keresztül reprezentáló – viselőjével, s paradox módon az öltözékbe bújó egyén személyiségének változókéony, bizonytalan magva lesz. Mintha test és divat kölcsönhatásából – némiképp nyugtalanító módon – rendre az utóbbi kerülne ki győztesen: az állandóan átalakuló jelmezek – az idő előrehaladtával szükségszerűen módosuló (öregedő, pusztuló) testekhez hasonlóan – a kontinuitás teljes hiányáról és az egyetemes metamorfózis diadaláról mesélnének.

Az ember személyiségét alakító divat-maszk metaforája a művész több produkciójának kiemelt témája. 2004-es *Testszövet* című látványszínházi előadásában<sup>10</sup> az álcázás, a szerepjáték, vagyis a test elfedésének és felfedésének folyamata felől közelít a maszk kérdésköréhez. Később, 2009-es *BŐR-HÁRTYA* című produkciójában<sup>11</sup> test és jelmez kapcsolata további, konkrétabb jelentésekkel egészül ki. Vizuális bemutatójában a napjainkban divatos testátalakítás

10 Bemutató: Mu Színház, Budapest, 2004. szeptember 16. (Szűcs Edit – Természetes Vészek Kollektíva)

11 *BŐR-HÁRTYA, avagy mindenkit elhagy a teste*, Tráfó Kortárs Művészetek Háza, Budapest, 2009. október 2. (Az előadást a 2009-es *Design Hét* keretében mutatták be, mutatták be, majd 2011 márciusában a *ScenoFest* keretében ismét műsorra tűzték.)

SZÜCS EDIT – TERMÉSZETES VÉSZEK KOLLEKTÍVA  
BŐR-HÁRTYA, Tráfó Kortárs Művészetek Háza, Budapest, 2011, a *ScenoFest* keretében  
© fotók: Dusa Gábor



lélektani motivációit vizsgálja az öregedő test, a betegség és az örök fiatal-ság hamis ígéretével kecsegtető plasztikai sebészet kontextusában. *Mindenkit elhagy a teste* alcímet viselő performansa nemcsak a szépség elmúlásának természetes folyamatával szembeállítja a nézőt, hanem a fogyasztói társadalom emberének avval a természetellenes igyekezetével is, hogy megpróbálja útját állni a testi változásnak. Megkísérli állandóvá tenni saját külsejét – noha a test eredendő létmódja nem más, mint éppen a szüntelen metamorfózis.

E metamorfózis áll a művész legújabb, *Por-hüvely* című produkciójának<sup>12</sup> középpontjában. A 2010-es *Design Hét*en bemutatott (divat)performance a divatbemutatók karakteres világát idézi, ahol az átalakuló jelmezek („testmaszkok”) – ezúttal pozitív és negatív „hangulati” előjelek nélkül – látványos és közvetlen módon reprezentálják az emberi testnek az anyagokban való feloldódását, átváltozását.

### 5. 3. A(re)prezentáció új formája: Divat? Videó! – avagy az első hazai Divatvideó Fesztivál<sup>13</sup>

2010 novemberében rendezték Budapesten az első hazai *Divatvideó Fesztivált* a divatrajongók, a divatszakma – és a szervezők reményei szerint – a kortárs művészeti szcéna nagy örömeire. A rendhagyó kezdeményezésnek és a rendezvényhez kapcsolódó programoknak (vetítéseknek, kerekasztal-beszélgetéseknek, mini-prezentációknak stb.) a Ludwig Múzeum, valamint a Merlin Színház adott otthont. A fesztivál középpontjában egy Magyarországon még újdonságnak számító, külföldön azonban egyre népszerűbb médiumfaj állt: a hagyományos, zártkörű divatbemutatókat lassanként felváltó, de legalábbis azokkal konkuráló divatvideó.

A rendezvény kiindulópontjává és apropójává szolgáló nemzetközi tendenciát, vagyis a divatfotózás divatvideóvá alakulásának számos technikai- és (befogadás)stratégiai kérdést is felvető folyamatát, a *Fashion Video Festival* mindenki számára nyitott pályázatára beérkezett 38 divatvideó-munka reprezentálta. A külföldi és hazai zsűritagok által – a szóban forgó új médiumfaj egyelőre csak óvatosan körvonalazható „kritériumrendszer” alapján – legjobbnak ítélt alkotások mellett közönségdíjat is kiosztottak, a divatvideó egyik nagy előnyét, az online formában történő közvetíthetőséget és az internetes megosztásnak a divatvideók népszerűsítésében betöltött kulcsszerepét bizonyítandó. Sőt, jelenleg is internetes szavazás zajlik „Magyarország legjobb fashion videóiról”.<sup>14</sup>

Az alapvetően az állóképekben való gondolkodásra épülő divatfotózáshoz képest a divatvideók ereje – az online nyilvánosság trendformáló potenciáljának tudatos kiaknázása mellett – a műfaj komplexitásában nyilvánul meg. A művészi kisfilmként, divatárak mellé készített videóklipként (reklámként) és videóinstallációként is értékelhető divatvideó ugyanis a tervezői kollektívák vagy éppen a tervezői látásmódok – egy szélesebb befogadói kör felé történő – prezentációjának és reprezentációjának új lehetősége. A sajátos tartalmi elemek a divatfotókkal és a divatbemutatókkal ellentétben itt történetbe ágyazva, az idő dimenzióját kihasználva tűnnek föl. A kereskedelmi reklám és a film határára mozgó divatvideó hanggal, vágással, utómunkálatokkal egészül ki, így több érzékszerven keresztül fejt ki atmoszférateremtő és egyúttal vásárlásra, az adott tervezői gárda termékeinek megszerzésére ösztönző hatását a potenciális befogadóra. A fesztivál szervezői – a divatvideó marketingstratégiai vetületét tompítva s annak inkább újmédia-műfaj jellegét hangsúlyozva – erőteljes médiumművészeti kontextusban, a digitális divathét keretein belül mutatták be a sokszínű pályázati anyagot. A látogatók a versenyzők videói mellett nemzetközi videóanyagokkal, interaktív és statikus divatinstallációkkal,<sup>15</sup> valamint speciális divatbabákkal<sup>16</sup> is találkozhattak.

A divatvideó műfajának középpontba kerülése, az utcai divat jelenségeivel foglalkozó online fórumok, különösen az ún. divatblogok elterjedése és azok bizonyos elemeinek, jellemzőinek a kortárs művészeti diskurzusba való integrálódása következtében, illetve az egyes új televíziós műfajok által közvetített test- és divatszemelet alapján úgy tűnik, hogy további változások várhatóak új médiumfajok, divat és kortárs képzőművészet kontextusában. Arra számíthatunk, hogy a jövőben a *Divatvideó Fesztivál*hoz hasonló kezdeményezések valósulnak meg, és az említett új médiumok, új műfajok lehetőségeit kihasználó művek születnek majd.

12 Tráfó Kortárs Művészetek Háza, Budapest, 2010. október 1-2.

13 *Fashion Video Festival / Beautiful People – Digital Fashion Week and New Media in Fashion*, Ludwig Múzeum – Kortárs Művészeti Múzeum / Merlin Színház, Budapest, 2010. november 12-14. Az esemény szervezői: Abodi Dóra, Baska Zsófia

14 <http://hg.hu/cikk/divat/11035-magyarorszag-legjobb-fashion-videoi-on-dont-1>

15 KISS Bence Ádám: *Space Scan*, interaktív lookbook és *Fluoreszcens fal*, installáció

16 Miss KK: divatbabák és -montázsok