

P H I L O S
O P H Y

TALENT

N° 3.

TALENT

Nº 3.

2013 - 2014
SPRING – SUMMER ISSUE

MASTHEAD

ESZTER BOLDÓV editor-in-chief
eszter@philosophy-magazine.com
ANNA KUDRON art editor
anna@philosophy-magazine.com
ROLAND RAB picture editor
roland@philosophy-magazine.com
ENIKO DERI, KRISTOF KISS BENEDEK graphic design
CSILLA HORVATH layout editor
BALINT PETHO casting
KATA VERESS, ZSOFIA GAAL translator
JULIA BARDKAI hungarian language lector

ADVERTISING AND PR
info@philosophy-magazine.com

PUBLICATION

VM MODEL LTD.
BUDAPEST

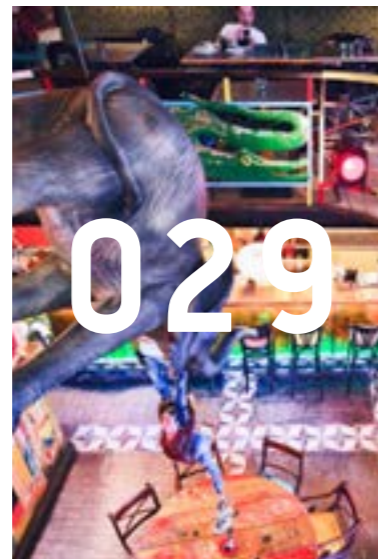
TALENT:

■ IN GENERAL, SERENDIPITY IS THE ACT OF FINDING SOMETHING VALUABLE OR DELIGHTFUL WHEN YOU ARE NOT LOOKING FOR IT. WEB SURFING CAN BE AN OCCASION FOR SERENDIPITY SINCE YOU SOMETIMES COME ACROSS A VALUABLE OR INTERESTING THING WHEN YOU ARE LOOKING FOR SOMETHING ELSE.

■ ÁLTALÁNOSSÁGBAN EZ EGY KÉPESSÉG, ÉRTÉKES, MAGÁVAL RAGADÓ DOLGOK MEGLELÉSÉRE, AKKOR, AMIKOR NEM IS KERESSÜK AZT. AZ INTERNETEN VALÓ SZÖRFÖLÉS KITŰNŐ ALKALOM LEHET ERRE, MIVEL GYAKRAN BUKKAN FEL ÉRTÉKES VAGY ÉRDEKES DOLOG AKKOR, AMIKOR VALAMI MÁST KERESÜNK.



023



029



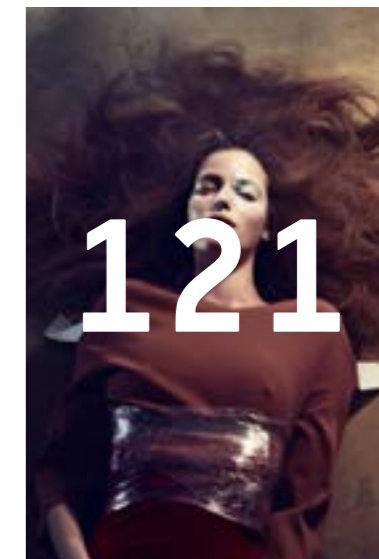
035



101



111



121



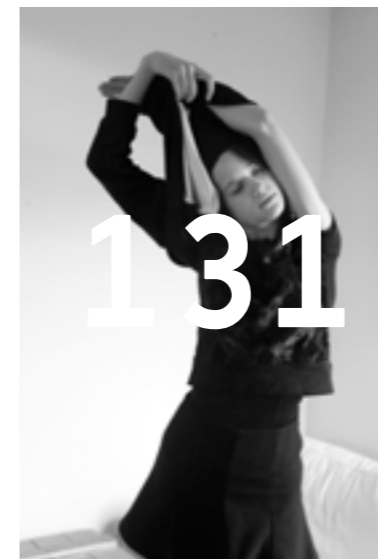
047



053



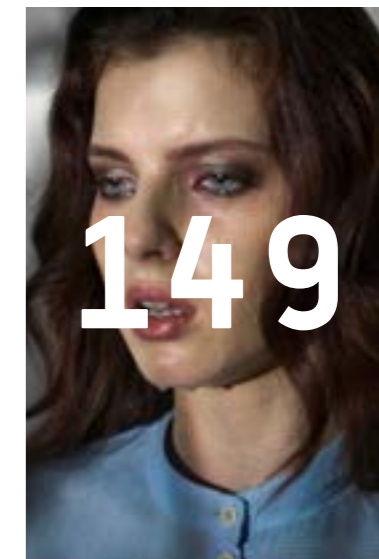
063



131



137



149



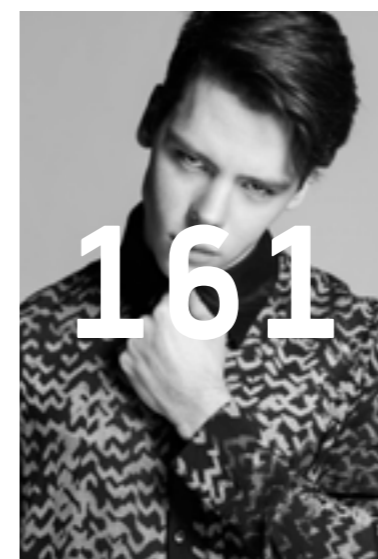
071



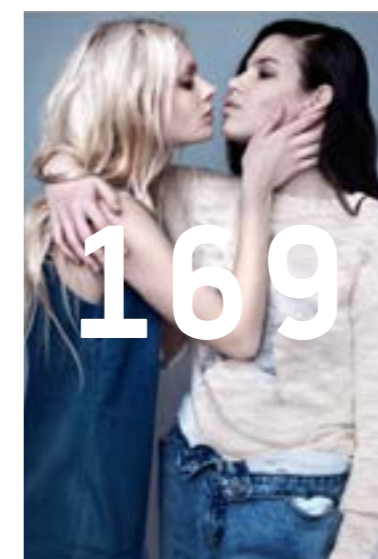
083



091



161



169



179

vm
MODEL

www.vmmode.hu

konsanszky

1075 Budapest, Károly krt. 3/c. 1st floor/1.

konsanszky.com



FLASHBACK

DOUBLE





theMEED
2014 ss collection





NEAT Stylist Course
neat.stylist@gmail.com
+36 70 776 72 24



Kimmark

KISSMARKDESIGN.COM

AARION



ALISA AHMANN
MELODIE JENG
IVETT ZAHORJÁN
BENCE BAKONYI

HIGGS FIELD
PALOMA
1075
CIRCUS

FASHION WEEK BUDAPEST
EDITORS MARKET
CHANGES IN THE SYSTEM

AN AWARD WINNING START
PERFECT TIE
I AM A WOMAN
AND STREET ARTIST
“THE TELEVISION SCREEN
COULD BE USED
FOR SLEDGING!”

COLOR CODES
BORED
TRAPPED MUSE
STILLEST MOMENTS
TAKE THE STAIN
PEOPLE SAY I'M BEAUTIFUL
HERE BELOW
#CLOSEENEMIES
COGNITION

CONTRIBUTORS
HAPPENINGS
FASHION
INTERVIEW
EDITORIAL

ALISA AHMANN
- MODEL -



Alisa Ahmann career started late compared to other models, but even this did not restrain her of appearing on the Calvin Klein catwalk in the autumn - winter 2014-15 season as an exclusive model. After opening the New York Fashion Week her agents proved to be very selective with regard to the European shows, delivering her with exclusives contracts to the runaways of Jil Sander in Milan and Dior in Paris. The German model is considered to be as reincarnation of the 90s topmodels with her feminine shape and today's typical 'beautiful' face, which catapulted her to the list of 10 most exciting new faces of the February season. Before the major fashion shootings commence, Alisa will have the cover of the Philosophy magazine. Similar show selections have already been launched a number of outstanding careers, and Alisa management's selection suggests that she is one of the most prominent faces in the coming years, who we should be dealt with.

Alisa Ahmann karrierje más modellekéhez képest későn indult, viszont még ez sem jelentett akadályt abban, hogy a Calvin Klein kifutóján a 2014-15 ősztéli szezonban rögtön exkluzívként szerepeljen. A New York Fashion Week legfontosabb bemutatójának megnyitása után ügynökei nagyon szelektívnek bizonyultak az európai bemutatók tekintetében, Milánóban a Jil Sander, illetve Párizsban a Dior kifutóján is kizárólagos szerződéssel szerepelt. A német modellt sokan a 90-es évek topmodelljeinek reinkarnációjának tekintik, nőies alakja és a mai tekintetben tipikusan 'szépnek' titulált arca pedig máris a februári szezon 10 legizgalmasabb új arcainak listájára repítette. Mielőtt megkezdődnének a legnagyobb divatkampányok fotózásai, Alisa a Philosophy címlapján teszi tiszteletét. Hasonló show szelekciók számos kiemelkedő karriert indítottak már el, és Alisa menedzsmentjének válogatása arra enged következtetni, hogy az elkövetkező évek egyik legjelentősebb arcával van dolgunk.

MELODIE JENG
- PHOTOGRAPHER -



Melodie Jeng is one of the most known street style photographers in New York. Such magazines and blogs take part in his clientele as Elle Uk, Refinery29, Details.com or Models.com. Through her lens we can follow the fashion shows of the streets during the fashion weeks from season to season. Thanks to Melodie's restless personality and the passion for style the most controversial outfits can't be missed. In the new issue of Philosophy Magazine she worked as a world traveler photographer as well, but this time in a totally new role, as she has changed the streets to the apartments of the models. She made a new collection about Hungarian models working in New York, London, Milan, Paris and Budapest in a way how we've never seen them before.

Melodie Jeng, a New Yorkban tevékenykedő legelismertebb street style fotósok egyike. Klientúrájába olyan divatmagazinok és neves divatblogok tartoznak mint az Elle Uk, Refinery29, Details.com vagy a models.com. A világ divatheteinek az utcán zajló fashion show-it szezonról szezonra követhetjük nyomon lencséin keresztül és ebből Melodie nyughatatlanságának és street style iránti szenvedélyének köszönhetően nem hiányozhatnak a legtöbbet firtatott outfitek sem. A Philosophy Magazine aktuális számában is mint világgjáró fotós működött közre, azonban ezennel teljesen új szerepben, hiszen a nagyvárosok utcáit kedvenc modelljeink apartmanjára cserélte. Teljes kollekciót készített a New Yorkban, Londonban, Milánóban, Párizsban és Budapesten dolgozó magyar modellekről, úgy, ahogy még sohasem láthattuk őket.

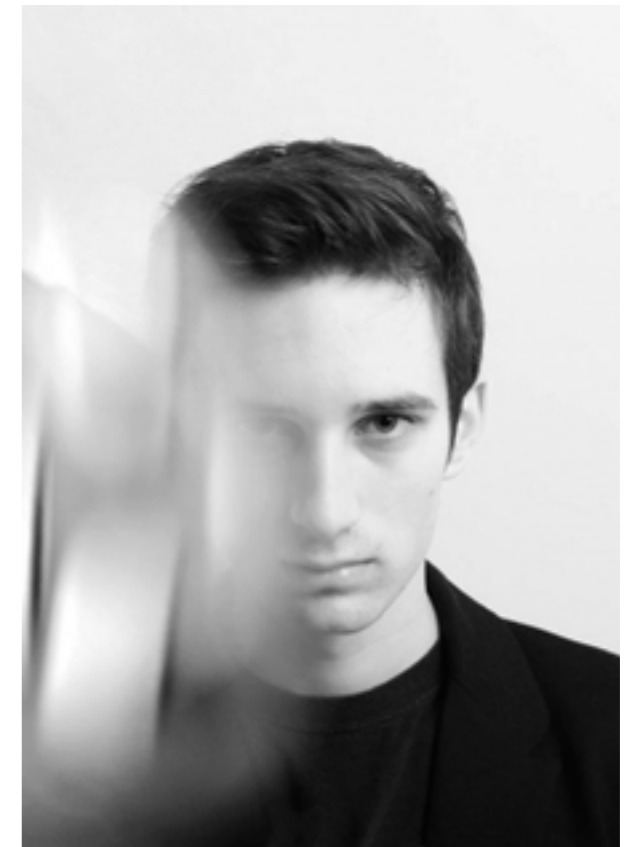
IVETT ZAHORJAN
- JOURNALIST, BLOGGER -



Ivett Zahorjan journalist, adman, blogger. She took a bachelor degree at the University of Debrecen, now she is studying in Budapest at the specialization of communication and media. Her writings were published in more art and literary journals, the editor of pop culture column of KULter.hu, editor of the Rebellive blog. She is mainly interested in non mainstream fashion, underground culture, art and late modern media environment. She captures the happenings of underground culture or the latest collections with detailed criticism and sophisticated vision. In our current issue she is representing herself, probably not for the last time, with her article about the main female characters of street art.

Zahorján Ivett újságíró, reklámszövegíró, blogger. A Debreceni Egyetem Magyar alapszakán szerzett alapképzéses diplomát, jelenleg Budapesten tanul Kommunikáció-és médiatudomány mesterképzésen. Írásai több képzőművészeti és irodalmi szakfolyóiratban megjelentek már, a KULter.hu popkultúra rovatának szerkesztője, a Rebellive blog főszerkesztője. Főként a divat kevésbé mainstream oldala, az underground kultúra és művészet, a késő modern médiakörnyezet érdekli. Részletes kritikáival és kifinomult látásmódjával az underground kultúra mozzanatainak ábrázolását, de akár legújabb kollekciónak elemzését is szenvedéllyel és profzionálisan örökíti meg. Aktuális számunkban a street art női képviselőiről készített cikkével képviseli magát, valószínűleg nem utoljára.

BENCE BAKONYI
- PHOTOGRAPHER -



Pictures of Bence Bakonyi carry the symbols of freedom, lightness and transubstantiation, under youthful and contemporary aesthetics there are deeper content layers. Body and soul – in his pictures these two interwave and their fusion manifests in a specific imagery: human is integrating into the environment, body is stretching or the black guy appears on the white rock as a dark gate. The created drama is dissolved in clear spaces or in the aesthetics made by color stripes, rendering his works easily acceptable. Liberal spaces of his pictures and elements that crossing through real life and fantasy turn away from everyday problems and shepherd our thoughts to more general questions of human being. Despite of his young age Bence is very successful, his pictures are famous in the Asian market. Good examples for this are the exhibition in the Pantocrator Gallery in Shanghai or the one in the Artify Gallery in Hong Kong.

Bakonyi Bence képei a szabadság, a könnyedség és az átlényegülés szimbólumait hordozzák magukon; kortárs és fiatalos esztétikájukon felül mélyebb tartalmi rétegeket rejtene. Test és lélek - képein e két minőség összefonódik és fúziójuk sajátos képiségben manifesztálódik: a tájba beépül az ember, kiterjesztődik a test vagy éppen a fehér sziklán tűnik fel sötét kapuként az emberalak fekete feltjának párja, mely vonzza azt. Az így keletkezett drámaiság feloldódik a világos terekben vagy éppen a színsávok teremtette esztétikában, könnyen befogadhatóvá téve munkáit. Képeinek nagyvonalú terei, a valóság és fantázia között átívelő tartalmi elemei elfordulnak korunk napi gondjaitól, az emberi lét sokkal általánosabb és emelkedettebb kérdései felé terelik a gondolatainkat. Bence fiatal kora ellenére sikert sikerre halmoz, képeit az ázsiai piacon is szívesen látják, erről tanúskodik a sanghaji Pantocrator gallery-ben rendezett vagy a jelenleg is tartó, hongkongi Artify gallery-ben látható kiállítása is.

ALISA AHMANN
MELODIE JENG
IVETT ZAHORJÁN
BENCE BAKONYI

HIGGS FIELD
PALOMA
1075
CIRCUS

FASHION WEEK BUDAPEST
EDITORS MARKET
CHANGES IN THE SYSTEM

AN AWARD WINNING START
PERFECT TIE
I AM A WOMAN
AND STREET ARTIST
“THE TELEVISION SCREEN
COULD BE USED
FOR SLEDGING!”

COLOR CODES
BORED
TRAPPED MUSE
STILLEST MOMENTS
TAKE THE STAIN
PEOPLE SAY I'M BEAUTIFUL
HERE BELOW
#CLOSEENEMIES
COGNITION

CONTRIBUTORS
HAPPENINGS
FASHION
INTERVIEW
EDITORIAL



HIGGS FIELD

The Hercegprímás street grows more beautiful and stylish with every day. The area around the Basilica is turning into an elite district of its own, which also hosts the newly opened Higgs Field. We can think of it as a community project space also serving coffee, furthermore a contemporary gallery focusing on videos and installations. With our basic code-breaking skills we can interpret the logo as such: play button, skull, coffee, dreams. These signs surely have clear connections to their programs, yet what we can certainly state is that they like to experiment. It was also here where we could witness the work of Dalma Devenyi DLA, which is basically a mirror room allowing you to try on the collections of Je suis belle.

A Hercegprímás utca egyre szebb és egyre stílusosabb. A Bazilika környéke lassan önálló elit-negyeddé válik, ebben a környezetben nyílt meg a Higgs Mező. Értelmezhetjük közösségi-projekt térként kávézási lehetőséggel ellátva, valamint kortárs művészeti galériaként, ami a videóra és az installációkra fókuszál. A galéria logóját alapszintű jelmegejtési képességekkel megáldva így tudjuk értelmezni: play gomb, koponya, kávé és atomok. Ezek nyilvánvalóan jelentenek valamit a programjaira nézve, azt biztosan állíthatjuk, hogy szívesen kísérleteznek. Dévényi Dalma DLA munkáját is itt próbálhattuk ki, mely alapvetően egy tükörszoba volt, ahol a Je suis belle kollekcióit lehetett felpróbálni, és a végeredménye egy kaleidoszkóp-tér lett.



PALOMA

Budapest Paloma, aka creative contemporary project; three active words from the everyday life of Budapest. At a closer look, fortunately we also found a real aim behind the words, and that we found in a 120 years old Wagner house close to our heart, in Kossuth Street which is longing for resurrection. The area is still marked by the heavy traffic waves coming from Buda, yet the facades are changing and the side streets are already ruled by pedestrians and cyclists, project offices and newly opening restaurants. Through all this we get to a forgotten yet wonderful world formerly operated under the name Paloma Mall. In 2014 it reopens as an open workshop and event space which addresses tourist. What does it offer? The ideas and works of young local makers, artists and designers. The project is only at the very beginning, yet we trust it will develop into something really good.

Paloma, azaz kortárs kreatív projekt, három aktív szó összekötve Budapest életéből. Mögötte szerencsére konkrét célt találunk, és azt is egy szívünknek kedves üres 120 éves Wagner-házban, az éledezni vágyó Kossuth Lajos utcában. A környéket még mindig a Budáról átzúduló autós forgalom határozza meg, ám a homlokzatok alakulnak, a mellékutcákat már sétálók és biciklisek uralják, projektirodák és éttermek nyílnak. Innen térünk be egy elfeledett, csodás világba, mely valamikor Paloma üzletház néven működött. 2014-ben kiállítótérként, nyitott műhelyként és rendezvényhelyszíneként nyílt meg újra, és kifejezetten a turistákat szólítja meg. Hogy mit mutat nekik? Fiatal hazai alkotók, művészek és tervezők munkáit, ötleteit. Még csak a kezdet kezdeténél tart a projekt, mi pedig teljes bizalmat szavazunk nekik.



1075

Aairon, the label from Budapest producing unique handmade t-shirts used to be on online sales, yet now we'll get the chance to experience their minimalistic designs from the close. The brand was founded in 2009 by 3 young designers with the aim of flooding the hungarian market with unique messages and related minimalistic design via their t-shirts. Since then they have provided us with many collections and collaborations, therefore it was due time that they open their first shop in Hungary. The showroom is located in the center of Budapest on Madach square, on the first floor of the designers' favourite bar called Telep. The shop is open for customers as of mid-march and besides other brands it carries the entire collection of Aairon.

Az Aairon, a kézzel készült egyedi pólók budapesti márkája eddig az internetes értékesítésben bízott, most azonban lehetőségünk lesz testközelből is megismerni egyedi, minimalista designjukat. A márka 2009-ben alakult három magyar fiatal kezdeményezésére, akiknek céljuk volt, hogy a magyar ruhapiacot egyedi üzenetekkel és letisztult mintákkal árasztják el pólóikon keresztül. Azóta megannyi kollekciót és kollaborációt hoztak el nekünk, így jócskán eljött az ideje annak, hogy megnyissák első üzletüket Magyarországon. A showroom Budapest központjában, a Madách téren kapott helyet, a tervezők egyik kedvenc helye, a Telep bár emeletén. Az üzlet március közepétől látogatható, és további tervezők darabjai mellett az Aairon clothing teljes kínálatát vonultatja fel.



CIRCUS

The bar and restaurant Circus opened its doors in the beginning of march in the middle of Liszt Ferenc square's vibrant gastro whirlabout. The for the area so far atypical ruinpub atmosphere was achieved through the complete restructuring of a previous restaurant with the help of Zsili Babos's artistic team. Besides homey flavours it is mainly the respective interior that attracts people. The unique furniture, the elephant on the ceiling and the acrobat dancing above our heads make this place the newest addition to the mixed breed of gastronomy and art.

A Circus névre keresztelt bár és étterem március elején nyitotta meg kapuit a Liszt Ferenc tér gasztronómia-forgatagában. A környékre eddig nem jellemző romkocsmahangulatot egy korábbi étterem teljes revitalizálásával érték el, Babos Zsili képzőművész és csapata, a Munkacsoport segítségével. A házas ételek mellett leginkább az általuk kialakított enteriőr az, ami idevonzza a látogatókat. Az egyedi bútorok mellett a plafonon helyet kapó elefánt, vagy a fejünk fölött táncoló artista teszi ezt a helyet a gasztronómia és a képzőművészet keresztezéséből született helyek legújabbikává.

words by ANNA KUDRON, ESZTER BOLDOV
photos by ROLAND RAB

ALISA AHMANN
MELODIE JENG
IVETT ZAHORJÁN
BENCE BAKONYI

HIGGS FIELD
PALOMA
1075
CIRCUS

**FASHION WEEK BUDAPEST
EDITORS MARKET
CHANGES IN THE SYSTEM**

AN AWARD WINNING START
PERFECT TIE
I AM A WOMAN
AND STREET ARTIST
“THE TELEVISION SCREEN
COULD BE USED
FOR SLEDGING!”

COLOR CODES
BORED
TRAPPED MUSE
STILLEST MOMENTS
TAKE THE STAIN
PEOPLE SAY I'M BEAUTIFUL
HERE BELOW
#CLOSEENEMIES
COGNITION

CONTRIBUTORS
HAPPENINGS
FASHION
INTERVIEW
EDITORIAL

FASHION WEEK BUDAPEST

WORDS BY ESZTER BOLDOV
PHOTOS BY DAVID AJKAI

Toni&Guy Fashion Week Budapest, the most awaited event of the hungarian fashion scene is suprising us with exciting collections of hungarian designers each season. Thanks to this report, you can be updated about all the creations for the spring-summer season.

KATA SZEGEDI

Grunge immoderate individuality is a constantly recurring momentum in the fashion world's since the 90's. Countless interpretation has been released in different parts of the world, this time in Budapest. Kata's tricky compositions are the core of the collection in this season too, but its cosmopolitan, free-spirited woman power and charisma are interpreted this time with spontaneous waist leather belts, oversized necklaces and other leather details. The at home notoriously abstract called print supply arrived with the clear intention to change plain garments with their extravagant expressionism. Decisiveness, dynamism and openness for spontaneity, Kata Szegedi, spring-summer, the 2014th.

A grunge zabolázatlan individualitása a 90-es évek óta folyamatosan visszatérő mozzanata a divatvilág újabb és újabb alkotásainak. Számtalan értelmezését bontogatták már a világ különböző pontjain, ezen alkalommal Budapesten. Kata trükkös kompozíciói természetesen ebben a szezonban is a kollekció lelkét adják, de a kozmopolita, szabad szellemű nő erejének és karizmájának üzenete ezen alkalommal a spontán a derékra kanyarított bőróvek, a túlméretezett nyaklánc és a bőrrészletek feladata. Az itthon joggal hírhedtnek nevezhető absztrakt printek utánpótlása is megérkezett azzal a nyílt szándékkal, hogy még több egyszerűen csak ruhának nevezett darabot váltsanak fel az extravagáns expresszionizmusukkal. Határozottság, dinamizmus és a spontaneitás iránti nyitottság, Kata Szegedi, tavasz-nyár, 2014.





JE SUIS BELLE

From the freezing Budapest suddenly in the middle of a summer vacation, we are on the Italian coasts walking in clothes with peachy tones and light components, which can be even more adorable only with some sneakers. Ease, optimism, practicality and an imaginary travel into the early centuries of Italy could mean the inspiration for the designer duo of Je Suis Belle, and as the ultimate moment of this the girls of Je Suis Belle were sent down the runway. The collection, instead of assimilating into the current monochromatic trends, gives continually positive pulse with the color and shades of yellow and also with its comfortable solutions. Experimenting with patterns has not been characteristic for the designers so far, but this time two perfectly fitting traditional motives were incorporated, namely by the photography's of Márton Perlaki. Before the angelic silhouettes and the appearance of doves would make the collection too sweet, the flash of dog heads under the layers of the dresses smuggles extravagance in the picture.

A fagyos Budapestről hirtelen egy nyári vakáció kellős közepébe csöppentünk, az olasz partokat járva ruháink üde tónusait és könnyed komponenseit már csak a tornacipő teheti még szerethetőbbé. Gondtalanság, optimizmus, praktikum és a korai olasz századokig történő képzeletbeli utazás jelenthette a Je Suis Belle tervezőpárosa számára az inspirációt, melynek végső mozzanataként a Je Suis Belle lányokat a kifutóra küldték. A kollekció ahelyett, hogy belesimulna az aktuális monokróm trendekbe, szüntelen pozitív pulzálást éreztet a sárga szín különböző árnyalataival és komfortos megoldásaival. A mintákkal való kísérletezés eddig nem volt jellemző a tervezőkre, de ezen alkalommal a kollekcióhoz két tökéletesen passzoló, tradicionális motívumhoz nyúltak vissza Perlaki Márton fotográfiáinak felhasználásával. Mielőtt a darabok anyagi sziluettje és a galambok képe azt eredményezné, hogy a kollekció már-már túl bájos, a ruharétegek alól felvillanó kutyafejek az extravagancia mellett kiáltanak.

ANDA

The sophisticated dynamism of Anda Emilia's brand conquests since April last year on the Hungarian Fashion Week. The atmosphere of her show captivated the audience of Toni and Guy several time since that, interpreting the harmony of clean cuts and playful bold forms in a quiet, dreamlike world. Last year the artistic material compositions consisted of monochrome sets, but this time colors like orange or navy also played key role, appearing on the headgear as well. The masterful combination created by the mystery of hats, cut out dresses and etheric semi-transparency bring the modern woman to the catwalk, who has the charming symbiosis of mystery and sensuality. I had to realize that Emilia creations definitely make us feel the presence of the international fashion in Hungary.

Anda Emília brandjének szofisztikált dinamizmusa már tavaly április óta hódít a magyar divathétén. Bemutatóinak atmoszférája azóta többször hosszú percekre lebilincselte a Toni and Guy közönségét, csendes, álomszerű világában vonultatva fel a rá oly hosszú ideje jellemző letisztult darabok és a merész formákkal való játék közti harmóniát. A tavalyi évben monokróm szettek emelték a materiák művészi kompozícióit, ezen alkalommal azonban olyan színek is felütötték a fejüket, mint a narancssárga vagy a sötétkék, és visszaköszöntek a fejfedőkön is. A kalapok kreálta titokzatosság és a ruhák merész kivágásai, könnyed áttetszősége egymást briliánsan kiegészítve hozzák el a kifutóra a modern nőt, ki a misztikum és az érzékiség szimbiózisával bűvöl el. Rá kellett jönnünk, hogy – többek között – Emília kreációi éreztetik velünk a nemzetközi szintű divattervezés magyarországi jelenlétét.





NUBU

Unbiased we can state that NUBU's constructivism and graphic lines proved as direct hit for many years, at least in the Hungarian Fashion. The role of architectures becomes clearer on the pieces, and not only in terms of trace. After the previous panel house patterned dresses, on the catwalk of Toni and Guy the silhouettes of the urban sculpture park of Dunaújváros can be discovered. In addition, a new component was smuggled into the strictly constructed pieces. The NUBU wearer feel simultaneously the positive impression and freedom of sporty, combined with the luxurious feelings owing to the leather and precious materials. However the stability characterizes the brand in terms of colors, but the Swarovski crystals glittering of the pulsating purple material breathes life into the collection. The designers ladies did not fritter away the accessories either, handbags and clutch are the cherry on top.

Elfogulatlanság nélkül állíthatjuk azt, hogy a Nubu konstruktivizmusa és grafikus vonalai évek óta telitalálatszerűen rohanják le a magyar divatvilágot. Az architektúrát egyre egyértelműbben jelenítik meg a darabokon, láthatunk már panelházmintás ruhákat az ezek inspirálta vonalak mellett, de a Toni and Guy kifutóján most éppen a dunaújvárosi szoborpark sziluettjeit láhattuk viszont. Emellett egy újabb komponenst csempészték a szigorúan konstruált darabokba. A sportos elemekkel a Nubu viselőjének kisugárzása és nyitottsága egyre csak emelkedik, míg a finom bőrök és nemes anyagok mindezt a luxus érzésével spékelik meg. A brand darabjainak stabilitása színek vonatkozásában sem mutat változást, ám a csillogó, Swarovski kristályok felhasználásával készült bordó matéria lüktetése élettel tölti meg a kollekciót. A lányok kiegészítők terén sem aprózták el a dolgokat, a táskák és clutch-ok kifinomult pontot tesznek fel az i-re.

USE

Esther, András and Attila, the designer trio of USE was clearly inspired by the '70s fashion and architecture of Budapest when creating their spring collection. The plenty of small references - such as the altered image of the Statue of Liberty, or printed image of the contemporary architecture so typical walls - leads to the conclusion, that the designers want to dress us into our mothers loved clothes, of course with some USE screws. By rethinking of the perforated materials, here and there cleaved surfaces and sporty items that appear in the trend of the mentioned era, placing USE pieces in such context, that can be a perfect complementary of the basic pieces of a bold, extravagant urban woman's wardrobe. The match of fresh colors and silhouettes created engaging atmosphere on the runway of Budapest Fashion Week and also in the heart of longing for nostalgia.

Eszter, András és Attila, a USE tervezőhármasa idén tavasszal a 70-es évek Budapestjének építésze, illetve divatja sugallta inspiráció nyomán haladt a kollekció megkomponálásában. Rengeteg apró elem - mint például a Szabadság-szobor alterált képmása vagy a korabeli építészetre oly jellemző fal-felületek nyomtatott képe - enged arra következtetni, hogy a tervezők anyáink imádott ruhadarabjaiba öltöztetnek minket, természetesen mindezt egy kis USE-os csavarral. A lyuggatott anyagok, itt-ott kihasított ruhaelemek és az említett korszak trendjében megjelenő elemek sportos kontextusban való újraértelmezése a USE darabjait a merész, extravagáns városi nő ruhatárának alapidarabjait tökéletesen kiegészítő ékkövekké teszik. Az üde színek és magukkal ragadó sziluettek variánsa lebilincselő atmoszférát teremtett mind a Budapest Fashion Week termében, mind a 70-es évek után nosztalgizók szívében.





NANUSHKA

Not that Nanushka, alias Szandra Sandor, had to prove after her success in recent seasons that she has the place in the cream of Hungarian fashion, but with this collection she again managed to fascinate her fans with her usual charm. In addition she presented one of the biggest surprise of the Hungarian Fashion week: the leopard pattern. The sensuality and cheeky daring message of this print was brought easily into harmony with modest colors and silhouettes, thus bringing eclecticism down the runway, one of the essential elements of the urban trends. The wildcat pattern appears with low-keyed cut and the athletic details, such as baggy sweaters, shorts and workout pants giving the advanced comfort of the collection.

Nem mintha Sándor Szandrának, azaz Nanushkának az elmúlt szezonban elért sikerei után bizonyítania kellett volna a magyar divat élvonalában való létjogosultságát, ezzel a kollekciónal ismét sikerült elbűvölnie rajongóit a már megszokott nanushkás bájjal, tette mindezt úgy, hogy talán tőle láthattuk a Budapest Fashion Week egyik legnagyobb meglepetését. Leopárdminta. Az érzékiség és szemtelen bevállalosság üzenetét közvetítő printeket a tervező könnyen harmóniába hozta a szerény színekkel és szilüettekkel, elhozva ezzel a kifutóra az eklektikát, az urbán trendek egyik esszenciális tényezőjét. A vadmacskák mintája visszafogott szabásokban jelenik meg, az atlétikus részletek, mint például a bő pulóverek, shortok vagy tréningnadrágok, a kényelem érzetével toldják meg a kollekciónat.

EDITORS MARKET

PHOTO
GYORGY KAROLYI
FASHION EDITOR
ESZTER BOLDOV
STYLING
ANGELIKA HAVETTOVA
DAVID KELE
@NEAT STYLIST SCHOOL





SHOES BY JULIA KALDY



BAG BY DORA ABODI



CLUTCH BY BEANGO



EARRINGS BY VANDA FERENCZ

CHANGES IN THE SYSTEM

WORDS BY ESZTER BOLDOV
PHOTOS BY MELODIE JENG



The 2014th February fashion weeks have brought major change in the model business, which poses serious challenges the greatest fashion designers, models and model agents and this challenge will probably continue. According to the CFDA regulations models under the age of 18 cannot work on runway or only when complying with very serious rules, which can transform the market in a few years.

The law, which delighted many professionals was filed by New York City mayor before this year's New York Fashion Week, states inter alia, that the young models can not work during school time earlier than 5 am and it was not allowed to work at night after 10 pm either. A supervisor should always be present during the show or shooting as well as a person capable to provide first aid should be always at hand. The total working time should not be longer than 8 hours and the models shall not start work again earlier than 12 hours elapsed since the end of the previous day's work.

In addition to the hours-regulation the use of underage models also have significant additional expenditure for designers. The new law was received by fashion professionals with mixed feelings, as one agent of New York Fusion Models stated on the subject: "I personally believe that these rules will help to regulate and have better control of fashion industry happenings. Draws everyone's attention to the fact, that these girls are underage, so more action can be implemented to protect these young girls. According to Sara Ziff, head of the organization called Alliance, in accordance with the Model Law be able to end youth models exposure to sexual abuse and exploitation, but probably the new rules will have further affect in the fashion business.

The majority of people think the life of the fashion industry professionals and models interchangeably of comfort, luxury and glamour and the key problem lies in the fact, that the newly discovered 13-14-year-old models think the same. From school get into the whirl of world of fashion, majority of them do not notice, that the photography or the dressing was extended more than 12 hours or the agency 'accidentally' have not calculated their wage in proportion of the real working time. Lot of young girls terminate their studies because of the runaways, but only few of them are running into a career, which guarantees the coveted income for a lifetime.

In my opinion, the financial question and the stressed work pace are only the tip of the iceberg, rather below the surface, the psyche of young girls made it necessary to establish these new regulation in the processes. Of course, it is not easy for the competent quarter to communicate this to the outside world, beside the much shocking and more important topic of sexual abuse and exploitation, which the truth is, hardly occur in the New York market.

Az 2014. februári divathetek komoly változást hoztak magukkal a modellszakmában, mely mind a legnagyobb divattervezőket, mind a modellügynököket és modelleket komoly kihívások elé állította és fogja állítani a jövőben. A CFDA rendelete, miszerint 18 éven aluli modellek nem, illetve csak nagyon komoly szabályok betartása mellett léphetnek kifutóra, néhány éven belül teljesen átformálhatja a piacot.

A törvény, melyet sok szakmabeli öröme az idei New York-i divathét előtt iktatott be New York polgármestere, kimondja többek között azt, hogy a kiskorú modellek iskolaidőben nem állhatnak munkába hajnali 5-nél korábban és nem dolgozhatnak este 10 óra után sem. Egy felügyelőnek mindig a helyiségben kell tartózkodnia a bemutató vagy fotózás alatt, és egy elsősegélyt nyújtani képes szakember is mindig kéznél kell, hogy legyen. A munkaidő nem lehet hosszabb összesen 8 óránál, és az előző napi munka végezte után csak 12 órával állhat újra munkába a modell. A munkaórák megszabása mellett a kiskorú modellek alkalmazása jelentős többletkiadással jár a tervezők számára.

Az új törvényt a divatszakmabeliek vegyes érzelmekkel fogadták, a New York-i Fusion Models ügynöke a következőket nyilatkozta nekünk a témában: „Én személy szerint úgy gondolom, hogy ezek az előírások segítenek egy kicsit jobban szabályozni a dolgokat és irányítani a divatszakma történéseit. Mindenki figyelmét felhívták arra, hogy ezek a lányok kiskorúak, így végre olyan intézkedések történhetnek, amelyek megvédik a fiatal lányokat.” Sara Ziff, a Model Alliance nevű szervezet vezetője szerint ezzel a törvénnyel véget tudnak vetni a fiatalok modelleket érő szexuális bántalmazásoknak és kizsákmányolásnak, de valószínűleg az új szabályok ezen túlmenően is fognak hatni a divatszakmára.

Az emberek többsége szerint a divatszakmabeliek és modellek életét a kényelem, a fényezés és a glamúr jellemzi, és a legnagyobb problémának az bizonyul, hogy ezt a 13-14 éves újonnan felfedezett modellek sem látják másképp. Az iskolapadból a divatvilág forgatagába csöppenne többségüknek fel sem tűnik, hogy a fotózás vagy a ruhapróba már vagy 12 órája húzódik, vagy hogy az ügynöksége „véletlenül” nem a munkaidejével arányosan számolta ki a bérét. Rengeteg fiatalok lány vet véget tanulmányainak a kifutók világáért, közülük csak kevesen futnak be olyan karriert, hogy ez egy életre biztosítsa nekik az áhított jövedelmet.

Véleményem szerint az anyagi kérdés és feszített munkatempó csupán a jéghegy csúcsa, sokkal inkább a felszín alatt, a lányok pszichéjében zajló folyamatok tették szükségessé az új szabályozást. Természetesen ezt az ebben illetékes szervezetnek nem egyszerű a kívülvilág felé kommunikálni, sokkal megkapóbb és fontosabb téma a szexuális bántal-





For many may seem surprising that only 50-60 percent of the model work is physical work. The remaining energy is to be invested in shaping the personality and charisma of the model, which is more important factor in case of younger people than in the older ages. In a world where the driving force is women's sexuality and charisma it may be hard to imagine that almost a child, teen models represent the ideal body. The designers are also aware that it is absurd and impossible, so nowadays especially those models can succeed, who already have the sexual confidence and radiations, which are rarely typical to their peers.

The restrictive labor laws have the key significance not for these few models, but those colleagues, for whom these features should be planted by their agents within a few months before their debuts, right after they were rived from the school. Immediately, another follows the first shock of the fashion industry, which is caused by the huge expectations set by the fashion houses and casting directors, on the other hand by the identification of expected roles on these castings. In such situations, almost only that moment matters when a new model enters the room, where those professionals, who are extremely sensitive for these signals, make the life-changing decisions.

The school girl meanwhile is struggling to bury the former selfs and earlier fears deep, to show the

mazás és a kizsákmányolás, amely igazság szerint a New York-i piacon aligha fordul elő.

Sokak számára hangozhat meglepően az a tény, hogy a modellek munkájának mindössze 50-60 százaléka fizikai munka. A maradék energiát mind a modell kisugárzásának és személyiségének formálására fordítják, ami a fiatalok esetében még fontosabb tényező, mint az idősebb korosztálynál. Egy olyan világban, ahol a nők kisugárzása és szexualitása a mozgató erő, nehéz lehet elképzelni, hogy szinte gyerek, tini modellek képviselik az ideális testet. A tervezők is tisztában vannak vele, hogy ez abszurd és lehetetlen, ezért ebben a korban főleg azok a modellek tudnak érvényesülni, akik már eleve rendelkeznek azzal a szexuális kisugárzással és magabiztossággal, amely kortársaikra ritkán jellemző.

A kiskorú modellek foglalkoztatása nem is ezt a néhány modellt érinti, hanem azon kolléganőiket, akikbe mindezeket a tulajdonságokat az ügynökeiknek néhány hónappal kifutós debütálásuk előtt, őket az iskolapadból kiragadva kell beletáplálniuk. A divatszakma által gyakorolt első sokkhatást rögtön egy újabb követi, melynek okozói egyrészt a divatházak és casting directorok által felállított hatalmas elvárások, másrészt azokkal a szerepekkel való azonosulás, melyeket a lányoknak egy castingon fel kell venniük. Ilyen magasságokban szinte csak

fashion houses only the potential topmodel. Of course these tensions cannot be eliminated completely neither in case of 18-year-old and older models, but the new law is a clear indication, that the dangers threaten the young girls at the beginning of their careers have been discovered and emergency response and facilitation have been launched to address. "I believe that this legislation will have a profound positive impact on the profession and help lengthen the modeling career. Girls with more experience will be able to launch their career with more confidence and act more matured when international market opens to them." – said Roman Young, New York agent of Wilhelmina models.

Since the appearance of Kate Moss, who turned to be muse of fashion houses with the age of 16, hundreds of underage models walked up and down on the runway and become role models of teenagers just like them. These girls are perhaps not mentally prepared for this role, do not have the mature thinking would be required in this position, therefore cannot be assured, what they will share with the outside world in interviews and on the web – which is an accelerating problem because of the expansion of the social media. Of course, this phenomenon is not only a fashion typical, but maybe with the spread of older models the mediated message would be more streamlined and responsible. The models already gained experience in life could represent the latest trends in front of the cameras not only with their appearance, but also show example for the next generation.

One of the main characteristics of the fresh and young faces dictated trend in recent years was that fashion houses demanded the right for launching a top model's carrier, offering exclusive contracts to the new faces who just debuts on the brand's catwalk. On each show often 5-10 new faces are deployed, who later for some reason did not prove to be adequate to represent the most renowned fashion houses. In a season only 2-3 models of the fashion week's flood is able to later become supermodel and the others are forgotten slowly. However with narrowing the number of available models with the mentioned criteria their carrier is expected to be somewhat extended, as well as the fashion houses and casting directors must make prudent decisions when choosing the faces of the season. The biggest brands will deploy the same faces in their shows, so the beginners will have harder time to get this kind of jobs.

To prolong model's career is not the only reason for the legislation. It has been debated for long time, whether is the right thing to deploy zero sized models to introduce the next season's trends, communicating the slimness of a 16 years old girl is the trendy. Except the Barcelona Fashion Week it failed to adopt these governing laws, so apparently the fashion professionals have resigned to see curved forms on

az a pillanat számít, mikor egy új modell belép a casting termébe, ahol az ilyen kisugárzásokra legérzékenyebb szakemberek egy életet megváltoztató döntései születnek.

Az iskolás lány eközben azért küzd, hogy korábbi énjét és félelmeit eltemesse jó mélyre, hogy a divatház csak a leendő topmodellét lássa. Természetesen 18 éves és annál idősebb modellek esetében sem küszöbölhetők ki teljesen ezek a feszültségek, de az új törvény egyértelműen jelzi, hogy felismerték azokat a veszélyeket, amelyek a fiatal lányokat fenyegetik karrierjük kezdetén, és hogy megkezdődtek az intézkedések helyzetük kezelésére és megkönnyítésére. „Úgy gondolom, hogy ez a szabályozás komoly pozitív hatással lesz a szakmára és segít hosszabbra nyújtani a modellek karrierjét. A modellek több tapasztalattal fognak rendelkezni, mikor megnyílik előttük a nemzetközi piac, érettebben, több élet-tapasztalattal a hátuk mögött és magabiztosabban lesznek képesek elindítani karrierjüket” - árulta el nekünk ezzel kapcsolatban a New York-i Wilhelmina Models ügynöke, Roman Young.

A 16 évesen divatházak múzsájává avasztott Kate Moss feltűnése óta a divatházak kifutóin több száz kiskorú modell sétálgatott fel-alá, majd vált velük hasonló korú tinilányok bálványává. Olyan modellek lettek példaképek, akik még talán pszichésen fel sem készültek arra, hogy egy ilyen pozíciót töltsenek be, nem rendelkeznek kiforrott gondolkodással, így abban sem lehetünk biztosak, hogy a világhálón vagy interjúikban mit osztanak meg a külvilággal. A különböző közösségi oldalak elterjedésével ezek a lányok egyre több dolgot oszthatnak meg rajongóikkal, a velük való kommunikáció egyre könnyebbé válik, így a probléma is egyre fokozódik. Természetesen a fenti jelenség nem csak a divatszakmára jellemző, de talán az idősebb modellek térhódításával a modellezés által közvetített üzenetek is kiforrottabbak, felelősségteljesebbek lehetnének. Az életben is tapasztalt modellek állhatnak a kamerák elé, akik nemcsak a külsejükkel képviselik a legújabb trendet, de példát is mutatnak az őket követő generációnak.

A friss és fiatal arcok diktálta trend egyik legfőbb jellemzője az elmúlt években az volt, hogy a divatházak maguknak követelték a topmodellek karrierjének elindítását, kizárólagos szerződéseket kínálva az új arcoknak, akik ennél fogva csak az adott márka kifutóján debütálhattak. Egy-egy bemutató gyakran 5-10 olyan új arcot is felvonultat, akik később mégis valamilyen oknál fogva nem bizonyulnak megfelelőnek arra, hogy a top divatházakat képviseljék. A divathetek modelláradataiból szezononként 2-3 modell alkalmas arra, hogy később a szupermodell státuszba lépjen, a többiekéről pedig szép lassan elfeledkezünk. A kritériumok szigorításával azonban a rendelkezésre álló modellek száma is csökken, így várhatóan karrierjük is hosszabbodik valamelyest, hiszen a divatházaknak



the catwalks. However, the new regulation will force designers to deploy older, more feminine models, which may mean, that girls hip circumference might cross the magic 88 centimeters. Delighting idea, but looking at the selection of this season's model proves it was still possible to find adult girls, whose waist is almost aligned with the hips. Time will only show whether the cream of the fashion knowingly converts the body-image trend according to their taste, or the previous seasons castings were only a coincidence.

The regulations temporarily apply only models working in New York, therefore raises the question, why are we talking about the restructure of global fashion industry? First, because in each season New York is the first station of fashion weeks, so usually new faces, which are expected to dominate the catwalks of the world, appear here first. On the other hand, because of the large American city is the place where everything is in touch, the greatest photographers and fashion houses carries out the most notable shootings, which is the most important stepping stones for emerging models after the series of fashion weeks. It is still not clear, that the rest of the market will follow the example of New York and abstain of using minor's models, or take over the role of topmodel factory leaving room for the debut of minors.

It can easily happen, the reduction and control of the fashion industry means a new dawn for the models employment. Much less face-to get know from the New York catwalks and if this effect will be applied in the European markets, the models will be treated as celebrities rather than only mannequins of the latest fashion houses. The congestion and disorder prevailing the catwalks of the great cities fashion weeks can be replaced by faces of supermodels, who spend their well deserved place on the catwalk and in front of each camera.

és casting directoroknak megfontoltabb döntéseket kell hozniuk, mikor kiválasztják a szezon arcait. A legnagyobb márkák ugyanazon modelleket fogják felvonultatni bemutatóikon, így a kezdőknek is nehezebb lesz bekerülni az ilyen jellegű munkákra. A modellek karrierjének szabályozása mellett több oka is van annak, hogy ennek a rendeletnek meg kellett születnie. Évek óta folyik a vita arról, vajon helyes dolog-e „nullás” méretű modelleken felvonultatni a következő szezon trendjeit, azt az üzenetet közvetítve, hogy most egy 16 éves lányéhoz hasonló karcsúság a trendi. A barcelonai divathéten kívül máshol nem sikerült bevezetni az ezt szabályozó törvényeket, így látszólag a divatszakmabeliek beletörődtek, hogy még egy ideig nem láthatnak telt formákat a kifutókon. Azonban ezzel a szabályozással, ami nem enged kiskorúakat szerepelni, a tervezők kénytelenek lesznek idősebb, azaz nőiesebb modelleket alkalmazni, ami végre azt jelentheti, hogy a lányok csípőjének körmérete átlépheti a bűvös 88 centimétert. Elgondolásnak nagyon jó, azonban az idei szezon modellválogatása azt bizonyítja, hogy még a nagykorúak között is sikerült olyan lányokat találni, akiknek dereka szinte egy vonalba esik a csípőjével. Hogy csupán véletlenül van-e szó, vagy a divatvilág krémje tudatosan alakítja így a testkép-trendet, az majd a következő szezonokban fog igazán megmutatkozni.

A szabályozást egyelőre csak a New Yorkban dolgozó modellekre alkalmazzák, itt vetődik fel a kérdés, hogy akkor miért is beszélünk a divatszakma globális átforgalmazásáról? Egyrészt azért, mert minden szezonban a divathetek sorozatában New York az első állomás, így rendszerint itt tűnnek fel azok az új arcok, akik a világ kifutóit várhatóan uralni fogják. Másrészt pedig azért, mert az amerikai nagyváros az a hely, ahol minden szál összeér, a legnagyobb fotósok és divatházak mind itt bonyolítják le legfontosabb fotózásaikat, amelyek egy divathét-sorozat után a következő kiugrási lehetőséget jelentik a feltörekvő modelleknek. Szintén megválaszolatlan kérdés marad az, hogy a többi piac is követni fogja-e a New York-i példát és tartózkodik a kiskorú modellek alkalmazásától, vagy pedig átveszi a topmodellgyár szerepét és teret enged a kiskorúak debütálásának.

Nagyon könnyen előfordulhat, hogy a divatszakma szűkítése és szabályozása egy új korszak eljövetelét követeli meg a modellek foglalkoztatását illetően. Jóval kevesebb arccal ismerkedhet meg a világ a New York-i kifutókról, és ha ez a hatás az európai piacokon is érvényesülni fog, akkor a modelleket sokkal inkább celebritásként fogják kezelni, mintsem a divatházak legújabb próbababájaként. A nagyvárosok divatheteinek kifutóin uralkodó zsúfoltságot és rendezetlenséget felválthatják a szupermodellek arcai, akik megérdemelt helyüket töltik be minden egyes kifutón és kamera előtt.

ALISA AHMANN
MELODIE JENG
IVETT ZAHORJÁN
BENCE BAKONYI

HIGGS FIELD
PALOMA
1075
CIRCUS

FASHION WEEK BUDAPEST
EDITORS MARKET
CHANGES IN THE SYSTEM

**AN AWARD WINNING START
PERFECT TIE
I AM A WOMAN
AND STREET ARTIST
“THE TELEVISION SCREEN
COULD BE USED
FOR SLEDGING!”**

COLOR CODES
BORED
TRAPPED MUSE
STILLEST MOMENTS
TAKE THE STAIN
PEOPLE SAY I'M BEAUTIFUL
HERE BELOW
#CLOSEENEMIES
COGNITION

CONTRIBUTORS
HAPPENINGS
FASHION
INTERVIEW
EDITORIAL

BEN KOROS

AN AWARD WINNING START

Benedek Kőrös is only 23, but against his young age he has already won the attention of the fashion business. He is the youngest hungarian designer with a Red Dot award, his works were published by numerous foreign magazines and we can meet his materialized plans on the streets as well.

Kőrös Benedek még csak 23 éves, fiatal kora ellenére azonban máris nagy hírnévre tett szert a design világában. A legfiatalabb magyar Red Dot díjas formatervező, akinek a munkáit több külföldi design magazin is publikálta már és megvalósult terveivel az utcákon sétálva is találkozhatunk.





Do you remember when did you decide that you want to be a designer?

When I was a child I wanted to be an inventor, but I've been always loved drawing. I was in my second year in high school when my father told me that there is a profession which unifies all of this, the designing. That was the point when I started to attend a drawing school and prepare myself consciously to this career.

Now You are in your first year at the master education of MOME (Moholy-Nagy University of Art and Design Budapest) How can You summarize your past 3 years at the university?

MOME has a really great atmosphere, I love it. I adopted several friendships and professional connections during these years, also with students from other years and other specializations. Communication and cross-training possibilities between different specializations is really great. MOME is a very inspi-

Emlékszel arra, hogy mikor fogalmazódott meg benned, hogy a formatervezéssel szeretnél foglalkozni?

Kicsi koromban feltaláló szerettem volna lenni, de mindig is szerettem rajzolni. Tizedikes lehettem, amikor édesapám mondta, hogy van egy szakma, ami mindezeket egyszerre magába foglalja, a formatervezés. Ekkor kezdtem el rajziskolába járni és tudatosan készülni erre a pályára.

Most vagy első éves a MOME (Moholy-Nagy Művészeti Egyetem / Moholy-Nagy University of Art and Design Budapest) mesterképzésén, formatervező szakon. Hogyan foglalná össze az elmúlt három éved az egyetemen?

A MOME egy igazán nagyszerű közeg, nagyon szeretem. Számos baráti és szakmai kapcsolatom alakult itt ki az évek alatt, a más évfolyamokra és szakokra járókkal is. Nagyon klassz a szakok között működő kommunikáció és átjárhatóság.

rational environment for me. When I had to choose university I only knew that I'm interested in design. As You could hear everywhere that MOME has the best design education, I decided to apply to MOME. On the university the first 3 basic years are followed by a 2-year master education. The bachelor programme is the preparatory programme of the master years, some kind of theoretical and practical foundation. On the master level we build more difficult and complex systems, there is much more serious research behind our works and we need deeper knowledge. The approaching method and the solution process is more multiple. Here the accent is on the problem solving approach, sustainability has to be basic. At the end of the three basic years we had to put together a portfolio, and the two years master education will be closed with the thesis.

Have you already thought about the topic of your thesis?

We already had to start thinking about it, but I don't have exact plans. I would like to design something that resolves a social problem or maybe something that is in connection with cycling, because it has always been my hobby. I have a plan to design a bicycle as well once.

At MOME already during the university years numerous students become successful. How can your teachers handle this success? Do they support You?

There are a lot of ambitious students at the university and fortunately on our specialization our teachers support us to use the attained knowledge in the real life as well. We have already had (and we have also now) projects, when a company get in touch with the university (or the university start these projects) and we're working on that exercise during the semester. My project, The „snail” dog poop dustbin was born this way as well. The plan was made for the tender of the local government of the 12th district. The substance of the conception was that You can throw out only dog poop collected with bag. This step can prevent that the people fulfill the bins with household and unclassified waste. The user has to take in the bag through the gap on the top of the bin, designed especially for this purpose.

Beside your university courses do you usually submit other tenders?

No, because I don't like writing tenders. Fortunately I have several projects now, so I wouldn't even have time for that.

After all there was a tender in which you were participated of your own motion. In 2012 as one of the youngest hungarian designers you get the most noted designer recognition, the Red Dot award. Tell

A MOME egy nagyon inspiráló környezet a számomra. Mikor egyetemre kellett jelentkezni engem maga a formatervezés szak érdekelt, és mivel úgy élt a köztudtban, hogy a MOME-n van a legjobb ilyen képzés, ide felvételiztem. Az egyetemen a 3 éves alapképzést (BA) egy 2 éves formatervező művész (MA) mesterképzés követi. Az alapképzés – úgymond – a mesterképzés előkészítője, annak gyakorlati és elméleti megalapozása. A mesterképzésen már bonyolultabb, komplexebb rendszereket építünk, a munkák mögött komolyabb kutatás van, és mélyebb ismeretekkel kell rendelkezni. A megközelítés módja és egy probléma megoldásán való gondolkodás itt már egy sokkal összetettebb folyamat. A mesterképzésen a hangsúly a problémaorientált szemléleten van, a fenntarthatóság – úgymond – alap kell, hogy legyen. A BA képzés végére a három év munkájából egy portfóliót kellett összeállítanunk, a két éves MA képzés záródik majd a diplomamunkával.

Gondolkoztál már a diplomamunkád témáján?

Már most el kellett kezdenünk gondolkozni ezen, de még nem tudom pontosan. Olyan dolgot szeretnék majd tervezni, ami valamilyen szociális problémát old meg; vagy esteleg valamit, ami a kerékpározással kapcsolatos, mert a bringázás mindig is nagy hobbim volt. Viszont ebben nehéz újat kitalálni és tervezni. Tervezem, hogy a jövőben tervezek egy biciklit!

A MOME-ről már az egyetemi évek alatt tehetséges fiatalok kerülnek ki. Mit szólnak a sikereidhez/ sikereitekhez a tanárok? Támogatnak?

Elég sok az ambíciózus diák az egyetemen, és szerencsére a mi szakunkon a tanáraink is nagyon támogatják, hogy kezdjünk valamit az itt tanultakkal a való világban. Több olyan feladatunk is volt (és van most is), amikor az egyetemet megkeresi egy cég egy pályázattal (vagy ezeket a projekteket az egyetem indítványozza), és egy fél éves tárgy keretein belül ezen a feladaton dolgozunk. A "Csiga" kutypiszok-gyűjtő kuka tervem is így született. A terv a budapesti XII. Kerületi Önkormányzat megbízásából készült. A koncepció lényege, hogy kizárólag szabályosan, zacskóval összegyűjtött kutypiszkot lehet beledobni a kukába. Így elkerülhető, hogy a tároló idő előtt háztartási és vegyes hulladékkal teljen meg. A felhasználónak a zacskót a tetőlemezen erre a célra kialakított résen kell bevezetnie az edény bedobónyílásába.

Az egyetemi pályázatos tárgyakon kívül szoktál pályázatokon indulni?

Nem, mert nem nagyon szeretek pályázni. Szerencsére több munkám is van, így leginkább időm nem lenne rá.

Mégis van egy pályázat, amin önszántadból indultál.



me more about this! From where did you get the inspiration to entry? How did you see your chance and what did You feel when You realized that You won?

Let me start at the end, I was really happy, when I knew that I won. This was a huge recognition for me. This was a luxury watch conception with 3 clock-face-tape going around your wrist. In this case the application was the following: we had to enroll an existing work and then pay the registration fee. First it turned out that I'm a finalist then I got an email notification that my work won the first prize. I was so blessed.

As I was looking through your works I had found so many things: Rollent Concept (2013), Apple iDraw Concept (2013), Thumb System (2013), Stentor Speaker (2012), Golden Era – vinyl player concept (2012), your Red Dot awarded Clock watch from 2012 and at least three cycling projects. In addition you've designed a tool for blind people which makes it easier for them to find their things. I think we can say that you have a productive 3 years behind You.

At the university our task was to plan a human powered vehicle. I designed a collapsible scooter which is faster than the original one and it can be taken up to tramas the choice of collapsible bycicle. The speaker made for MEDion Deutschland, which is based on a new hybrid acoustic model provides clean and powerful sound with little energy. The Golden Era is a record-player concept, which becomes as basical as possible thanks to the circulating interfa and the USD pickup.

These works were made for the university or your own projects or maybe requests from real life?

All together. Almost all of them were school projects, but for example the new tool for blind people was half a real job and half a hobby. Fortunately I have real paid orders but these are less exciting things. Though I don't want to speak too soon but not a long time ago I've started to work on an application. Also this one is a tool helping for people but I don't want to tell more about this, I hope we are going to hear about it soon.

Apropos of your thesis you've mentioned that the fact to design something useful is very important for you. What kind of things would you like to design the most in the future? Articles for personal use or luxury pieces?

Well, you can sleep better if you are working on something useful during 10 hours per day. In my opinion those would be the most needed items which can add something to the quality of our lives, which can make our lives better. I would like to deal with thing

2012-ben az eddigi legfiatalabb hazai formatervezőként kaptad meg a világ egyik legnevesebb formatervezési díját, a Red Dot díjat. Mesélj kicsit erről! Hogy jött az ötlet, hogy benevezel a versenyre? Milyen esélyeket láttál és hogy érezted magad, mikor megtudtad, hogy nyertél?

Kezdeném a végén, nagyon örültem, amikor megtudtam, hogy nyertem. Hatalmas elismerést jelent ez a számomra. Ez egy luxus karóra-konceptió, három a csukló körül forgó számlapszalaggal. A pályázat ebben az esetben úgy működött, hogy egy már meglévő munkát kellett benevezni, kifizetni a nevezési díjat, majd először kiderült, hogy döntős vagyok, azt követően pedig egy e-mail-ben értesítettek, hogy az én munkám nyert. Nagyon boldog voltam!

Ahogy nézelődtem a munkáid között elég sok mindent találtam: Rollent Concept (2013), Apple iDraw Concept (2013), Thumb System (2013), Stentor hangfal (2012), Golden Era – vinyl player concept (2012), a Red Dot díjas Round-the-Clock karórád 2012-ből, és még vagy három különböző bringás projectet. Mindezek mellett vakoknak is terveztél egy eszközt, mely megkönnyíti a tárgyaik megtalálását. Azt hiszem joggal mondhatjuk, hogy elég termékeny 3 év áll mögötted!

Az egyetemen emberi erővel hajtott jármű tervezése volt a feladat. Egy összehajtható lépegetőrollert terveztem, amivel a rollernél gyorsabban lehet haladni, de fel lehet vinni a villamosra - az összehajtható kerékpár alternatívájaként. A Medion Deutschland részére készült hangfal-konceptió, amely egy új hibrid akusztikai modellt alapul véve kevés energiával ad tiszta, erős hangot. A Golden Era egy lemezjátészó konceptió, amely a keringő interface-nek és az USD pickup-nak köszönhetően válik annyira egyszerűvé, amennyire csak lehet.

Ezek a munkák az egyetemre készültek, saját projectjeid, vagy a való világból érkezett felkérések?

Is-is. Ezek szinte mind egyetemi feladatok voltak, de a vakos project például egy félig hobbi, félig valós munka. Emellett szerencsére vannak valós, fizetett megbízásaim is, de ezek talán a kevésbé izgalmas dolgok. Habár, nem akarom elkiabálni, de nemrégiben elkezdtem egy alkalmazáson dolgozni, ez is egy embereket segítő termék, de erről most még nem is szeretnék többet beszélni, remélem hallunk majd még a jövőben róla.

A diplomamunkád kapcsán is említetted már, hogy fontos számodra, hogy olyan dolgot tervezz, ami hasznos. Milyen tárgyak tervezésével szeretnél a jövőben leginkább foglalkozni? Hétköznapi használati vagy luxus?

like this. Of course it doesn't mean that I wouldn't design a mobile, because the job is job.

Tell me something about your actual work, the tool that helps blind people to be unattached. What's this exactly?

It actually started when my girlfriend got a designproject at the university, where they have been working with blind people. An idea came into my mind and I've started to work on that. I invented it in 1-2 weeks then in another 1-2 weeks I made the modeling. At this moment it's just a conception, now two processes are taking places: developing and prototyping. The goal would be to create a truly working product, which after the testing – if people like it and it works well – can be released and available for puchase.

What would be your dream job? Is there any company where you would like to work? Have you ever thought about starting an own one?

The current plan is to make a studio, first alone and later with my girlfriend. Now the apartment is under constructions. Fortunately we have requests, so we try to undertake as many as we can then we will see. We want to stay in Hungary, but it will turn out what kind of opportunities we will have int he future. I wouldn't exclude the possibility of moving abroad, but now for me it's only an exciting opportunity.

What are the most actual things in your life?

I'm working on the re-design of a russian slide-projector. In addition school and the building of our studio is in progress also at this moment.

Hát, úgy alszik az ember a legjobban, ha olyannal foglalkozik napi 10 órát, aminek van értelme. Úgy gondolom, a legnagyobb szükség azokra a tárgyakra lenne, melyek hozzátesznek valamilyen módon az életminőségünkhöz, melyek segítségével jobb lehet az életünk. Ilyenekkel szeretnék foglalkozni. Ez persze nem azt jelenti, hogy nem terveznék meg egy új telefont például, hiszen a munka az munka.

Mesélj kicsit az egyik aktuális munkádról, a látássérültek önállóságát segítő eszközről. Mi is ez pontosan?

Ez igazából úgy kezdődött, hogy a barátnőmnek volt egy tervezési feladata az egyetemen, ahol vakokkal dolgoztak. Eszembe jutott egy ötlet, elkezdtem rajta gondolkodni, 1-2 hét alatt kitaláltam, a következő 1-2 hétben pedig megmodelleztem. Jelenleg ez még csak egy konceptió, most a fejlesztés és prototipizálás folyamata zajlik. A cél az lenne, hogy egy valósan működő terméket hozzunk létre, ami a tesztelések után – ha az emberek szeretik és jól működik – forgalomba kerüljön és megvásárolható legyen.

Mi lenne álmaid munkája? Van olyan cég, ahol szívesen dolgoznál? Esetleg saját cég alapításán gondolkoztál már?

A jelenlegi terv az, hogy csinálunk egy stúdiót, kezdetben én, majd a barátnőmmel közösen. Épp a lakás átalakítása zajlik. Szerencsére vannak megkereséseink, úgyhogy egyelőre igyekszünk erőnknek megfelelően minél több munkát elvállalni, aztán majd meglátjuk, hogyan tovább. Most Magyarországon tervezek/tervezünk maradni, de majd kiderül, hogy milyen lehetőségek vannak. A külföldre költözés esélyét sem zárnám ki, de most még inkább csak izgalmas lehetőségként gondolok erre, meglátjuk.

Mik most a legaktuálisabb dolgok az életedben?

Amin most dolgozom, az a klasszikus orosz diavetítő re-design-ja. Emellett egyetem és a stúdió felépítése zajlik – jelen pillanatban szó szerint is.

words by ZSOFIA KOVI
image courtesy of BEN KOROS
portrait by ASTRID ALSZIK

ILDIKO KELE
ARON BALAZS

PERFECT TIE

Janett Prescott, the journalist of Knitting Industry, in February 2014 reported from the Première Vision Knitwear Solution that the range of knitwear was grown to 20-40% within the category of ready-to-wear in the past few years. There is no question that this strongly developing segment is hiding a crushing potential. Utilizing the fact, one of the youngest and most promising brand of Hungary is focusing to this material from season to season in their collections and walks to the world wide fame, to the direction of international markets. This qualitative brand, which is well-known from their streetwear style knitwear is operated by the duo of the dreamer-natured Ildikó Kele and finance expert Áron Balázs. Kele Clothing is becoming the more and more inevitable performer of the international fashion business from day to day. It's time to examine what makes so special the brand ran by the lovers. Let's split the brand and see how the world of KELE is shaped by the designer and what the business man thinks about it's current situation!

Janet Prescott, a Knitting Industry riportere 2014 februárjában arról tudósított a párizsi Première Vision Knitwear Solution elnevezésű rendezvényéről, hogy a kötöttáru aránya a divatipar ready-to-wear kategóriáján belül az elmúlt években 20-40%-ra nőtt. Az erőteljesen fejlődő szegmens tehát minden kétséget kizáróan lehengerlő potenciált rejteget magában. Ezt kihasználva, Magyarország egyik legfiatalabb és talán legígéretesebb divatbrandje éppen a fentebb említett anyaghasználatot helyezi szezonról szezonra kollekciói fókuszába és menetel a világhírnév, a nemzetközi piacok meghódítása felé. A minőségi, streetwear stílusú kötöttáruiról ismert közkezdvelt brand, a kötő szakon végzett, álmodozó természetű Kele Ildikó és a kőkemény pénzügyi világban érlelt, racionalista Balázs Áron lehengerlő duója által működtetett KELE Clothing napról napra válik a nemzetközi divatvilág egyre kikerülhetlenebb szereplőjévé. Ideje megvizsgálni, mitől is olyan különleges a szerelmespár által működtetett divatmárka. Bontsuk most ketté a márkát és nézzük meg, hogyan alakítja a KELE világot a tervező, és mit gondol annak jelenlegi helyzetéről az üzletember!





FROM FASHION ASPECT

Why knitting, why the designing of knitwear is the thing in which You feel KELE Clothing can renew from season to season?

Knitting is so exciting for me because i have the chance not only design clothes but dream the raw material, the texture of each piece. The advantage of knitwear is that it's more comfortable for the wearer as against the stiff tailor-made clothes. In addition utilizing the different knitting methods very exciting shapes can be created without tailoring. It's really useful from the aspect of material saving, since there is no sartorial waste and we can take out a lot of cutting line and sewing if we preconceive the shape on the knitting-machine. Of course it requires a lot of experimentation but results in liberal solutions.

What do you think, the affection of knitwear will be long-life or there is a chance that after a few season You will build in other materials as well?

This is a never ending learning and experiential process. The more i lose myself in it, and i get to know methods and techniques in the field of knitting, the greater the love is. Of course it doesn't exclude to work with other materials since in our collection there can be found sewn products but the main focus is on the knitted garment. I really enjoy experiment with exciting surfaces, strange color combinations,

DIVATSZEMMEL

Miért pont a kötő szak, miért éppen a kötöttáru tervezése az, amiben úgy érzed, szezonról szezonra meg tud újulni a KELE Clothing?

A kötős szakma azért rendkívül izgalmas számomra, mert nemcsak egyszerűen ruhát tervezhetek, hanem magát az alapanyagot, a kelme struktúráját is megálmodhatom. A kötöttáru előnye, hogy a merev szabott konfekcióval szemben sokkal komfortosabb a viselője számára, hiszen struktúrájából adódóan rugalmas. Emellett a különböző kötésmódok felhasználásával nagyon izgalmas formákat lehet létrehozni szabás nélkül. Ez nagyon hasznos dolog anyagtakarékosság szempontjából, hiszen nincsen szabászati hulladék, valamint sok szabásvonalat, varrást kiválthatunk azzal, ha a formát rögtön a kötőgépen alakítjuk ki. Ez persze elég sok kísérletezést igényel, de nagyvonalú megoldásokat tud eredményezni.

Mit gondolsz, a kötött kelme iránt tanúsított szerelem megmarad, hosszú távú lesz, vagy látsz némi esélyt arra, hogy pár szezon elteltével teljesen más alapanyagokat is beépítesz majd a kollekciódba?

Ez egy végtelen tanulási-tapasztalási folyamat. Minél jobban elmélyedek benne, minél több technikát és lehetőséget ismerek meg a kötés területén, annál nagyobb a szerelem. Persze ez nem

unusual proportions and knitting gives an endless possibility to this.

How can the countrygirl of a little country get to trade shows which deploy international fashion brands? How does it feel to have a stand next to them?

In fact i can owe to my partner, the brand manager of KELE, that we take part in the world's most famous trade shows. At the beginning he has established our business strategy and explored the trade shows that are the most suitable for our brand, where we can meet face to face our customers. I think if Áron would not have found these opportunities even though I make good clothes, probably KELE were still unknown for foreign customers. For me it's a huge experience that i can present my collection together with my favourite brands. Not only the different brands and their designers, but also the audience of these shows is very inspiring to me. In addition we meet numerous nice and helpful people who share their experiences with us and provide us a lot of useful tips.

That's interesting. So also these trade shows influence You during the creation of a new collection. You are always on the way, You are creating new ideas, but how does Ildikó Kele start to design the most fresh pieces?

Usually i do not even finish the actual collection, but i already know what will be the theme of the next one. During the design process anything can inspire me. The nature, my environment, a feeling, a person, a story, a music, an activity or even a meal. The goal is to find the balance between the new and the traditional elements, the naturalness and urban wear, to offer pureness, simplicity and a practical costume, ignoring the unnecessary items. First I find the topic, this often connects to a traditional activity. I have been inspired by forest life and hunting, our actual spring/summer collection is visioned by the fishing experience on the Lake Tisza. For the designing of autumn/winter 2014 collection i used the grapes, wine and the atmosphere, colors, motifs of vintage. Everytime i build the process of designing around an experience, a story. I'm collecting associations into the form of colors, raw materials and surfaces then I pour these into patterns and clothes.

You draw inspiration from quite a wide palette. From all of them until now what was the most shocking thing, sound, music or picture that has inspired You in the creation of a collection?

The fishing-floaters. Áron really likes fishing, and he is trying to take me with him as often as possible. But it happens that i'm boring. In these cases i try to

zárja ki, hogy más alapanyagokkal is dolgozzak, hiszen a kollekcióinkban szerepelnek méterárúból szabott-varrott termékek, de a fő hangsúly a kötött ruhadarabokon van. Úgy érzem, hogy a brand személyessége leginkább ezekben érhető tetten. Nagyon szeretek izgalmas felületekkel, furcsa színekkel kombinációkkal, szokatlan arányokkal kísérletezni, és a kötés ehhez végtelen lehetőséget nyújt.

Hogyan jut el egy apró ország vidéki kislánya a legnagyobb nemzetközi divatmárkákat felsorolható trade show-kra, milyen érzés a legnagyobb divatmárkák mellett standolni?

Valójában a páromnak, a KELE brand menedzserének, Balázs Áronnak köszönhetem, hogy részt veszünk a világ legismertebb trade show-ján. A brand indulásakor kialakította az üzleti stratégiánkat és felkutatta, hogy melyek a márka bemutatására leginkább alkalmas nemzetközi vásárok, ahol szemtől szemben találkozhatunk a megrendelőinkkel. Azt hiszem, ha Áron nem találta volna meg ezeket a lehetőségeket, hiába készítenék jó ruhákat, a KELE nagy valószínűséggel még most is ismeretlen lenne a külföldi vásárlók számára. Óriási élmény számomra, hogy együtt mutathatom be a kollekcióimat a kedvenc márkáimmal. Nemcsak a különböző brandek és tervezőik, hanem a kiállításokon megforduló közönség is nagyon inspirálóan hat rám. Emellett rengeteg kedves, segítőkész emberrel találkozunk, akik megosztják velünk tapasztalataikat, és nagyon sok hasznos tanáccsal látnak el minket.

Ez érdekes. Ezek szerint akkor akár egy trade show is hatással van rád egy-egy új kollekció megalkotásakor. Állandóan úton vagytok, ötleteltek, mégis hogyan áll neki Kele Ildikó a legfrissebb darabok megalkotásának?

Általában még be sem fejezem az aktuális kollekciót, de már tudom, hogy mi lesz a következőnek a témája. A tervezés során bármi tud inspirálni. A természet, a környezetem, egy hangulat, egy ember, egy történet, egy zene, egy tevékenység, vagy akár egy étel. A cél: egyensúlyt találni az újdonság és a tradicionális elemek, a természetesség és a városi viselet között, valamint letisztultságot, egyszerűséget és praktikus viseletet kínálni, mellőzve a felesleges elemeket. Legelőször a témát találok ki, ez gyakran kapcsolódik valamilyen tradicionális tevékenységhez. Inspirált már az erdei élet és a vadászat, aktuális tavaszi-nyári kollekciónk a Tisza-tavi horgászélményekből merít ihletet, a 2014-es őszi-téli ruhadarabok tervezésénél pedig a szőlő, a bor, a szüret jellegzetes hangulatát, színeit, motívumait használtam. Mindig valamilyen élmény, történet köré építem fel a tervezés folyamatát. Asszociációkat gyűjtök színek,



enjoy the nature or i’m seeking among the treasures of his fishing case. In such an incident i explored the beauty of fishing-floaters, and thinking further this experience i devoted a whole collection to the fishing memories ont he Lake Tisza. This collection will be in stores this spring.

You often point out in your interviews that the nature, the beauty of the scene, and travelling has a special place in your heart and in the spirit of KELE. If this source of inspiration would disappear somehow, what do you think from what did you draw your inspiration?

Well, to tell the truth anything can inspire me, but I don’t think that my love about the nature could disappear at anytime. I always find something exciting that motivates me to create new materials, structures and shapes. Next to the nature music is important for me as well. I listen and like varied type of music. I adore the library-music of the 70s (Alan Hawkshaw, Brian Benett, Roger Webb), but I like listening contemporary instrumental music (for example Takagi Masakatsu, Kashiwa Daisuke, Nils Frahm, Ólafur Arnalds, Tóth András), electronic music (Ceephax Acid Crew, Global Goon, Luke Vibert…) and hip hop (Odd Future, Oddisee, Mos Def…).

Your life is going around KELE, You meet a whole range of challenges every day. Now, let’s play a little bit. What if You would get a chance to show Your works to anybody in the well-known international fashion industry and tell that person about your future plans. Who would be that?

I would be very happy if i could show my works to Motofumi Poggy Kogi, who is the director of United Arrows & Sons and the supplier of United Arrows. I love his style, he mixes excellent the classic mens-wear with the different streetwear items. I’m sure he would understand what KELE is about without any explanations.

What do You think, Áron chose himas well if i would ask the same question?

Yes, Áron likes him also but very likely he would add Hirofumi Kurino fromUnited Arrows.

FROM THE POINT OF BUSINESS

The most interesting part of our conversation with Ildikó was when she answered my question about who would she choose as the honorary mentor of the brand. She would shepherd the company to the Japan-based United Arrows and she thinks that You would chose the same direction. What do You see in them, what common points can You discover between KELE and UA that both of You would grab that special chance with them?

alanyagok, felületek formájában, majd mintákba és ruhaformákba öntöm ezeket.

Elég széles palettából merítesz ihletet. Az eddigiék közül mi volt a legmegdöbbentőbb dolog, hang, zene vagy kép, amely egy kollekció megalkotásában inspirált?

A horgászúszók. Áron nagyon szeret horgászni, és próbál minél gyakrabban engem is magával vinni. Én viszont előfordul, hogy unatkozok. Ilyenkor vagy a tájban gyönyörködök, vagy pedig a horgászlá-dája kincsei közt kutakodok. Egy ilyen unatkozás alkalmával fedeztem fel a horgászúszók szépségét, majd továbbgondolva a dolgot egy teljes kollekciót szenteltem a Tisza-tavi horgászemlékeknek, amely pont idén tavasszal kerül majd az üzletek polcaira.

Nagyon sokszor hangsúlyozod a veled készített interjúkban, hogy kiemelt helyet foglal el szívedben és a KELE szellemiségében is a természet, a táj szépsége, az utazás. Ha ez az inspirációs forrás valami okból esetleg megszűnne, mit gondolsz, miből merítenéd az ihleted?

Nos, valójában bármi tud inspirálni, azonban nem hiszem, hogy a természet iránt szeretetem valaha is megszűnne, mindig találok valami izgalmasat, ami új anyagok, struktúrák és formák megalkotására ösztönöz. A természet mellett a zene is nagyon fontos számomra. Nagyon sokféle zenét hallgatok és szeretek. Odavagyok a hetvenes évek könyvtár-zenéiért (Alan Hawkshaw, Brian Benett, Roger Webb), de szívesen hallgatok kortárs hangszeres zenéket (pl. Takagi Masakatsu, Kashiwa Daisuke, Nils Frahm, Ólafur Arnalds, Tóth András), elektronikus zenét (nagy kedvenc: Ceephax Acid Crew, Global Goon, Luke Vibert…) és hiphopot (Odd Future, Oddisee, Mos Def…) is.

A KELE körül forog az egész életetek, megoldandó kihívások egész sorával találkoztok nap mint nap. Na, akkor játsszunk egy kicsit! Mi lenne, ha lehetőséget kapnál arra, hogy a már unalomig ismert nemzetközi divatszakmán belül megmutasd valakinek eddigi munkáidat és feltárd előtte jövőbeni terveidet. Ki lenne az?

Nagyon boldog lennék, ha megmutathatnám a ruháimat Motofumi Poggy Koginak, aki a United Arrows & Sons igazgatója és a United Arrows beszerzője. Imádom a stílusát, iszonyat jól keveri a klasszikus férfiöltözködést a legkülönfélébb streetwear elemekkel. Biztos vagyok benne, hogy különösebb magyarázat nélkül értené, miről szól a KELE.

Mit gondolsz, Áron is őt választaná, ha neki is feltenném ugyanezt a kérdést?

Igen, őt Áron is nagyon bírja. De ő valószínűleg még hozzácsapná Hirofumi Kurinót is a United Arrows-tól.

The UA is a very interesting phenomenon itself. Poggy and Hirofumi Kurino are two highly successful people on their field. For us the most exciting part wouldn’t be to get into their store (however we would be very happy with that), but the formula and the reason of the attraction is much more easier. Simply I would be curious about their opinion and tips about building the brand. Buyers and creative directors come and go, some of them reach good results for one or two seasons, they are hyped and copied. The gentlemen mentioned by us has been in the business for a long long time. It’s very interesting that through their top secret seventh sense they feel the winning items even among the smallest and newest brands.

Kele Clothing has undoubtedly grown up to international fashion industry. there is production behind You, You are there on the biggest trade shows, You know the the people moving the industry. Among the young Hungarian brands You absolutely stand out with the thing that as against the general practice You knowingly, valiantly communicate the brand to the enormous fashion sensitive markets with fashion culture. Based on the experiences so far does this brand building form work?

This is true. Since the beggining we are consciously aiming to pay our attention to abroad. We knew that introduction of our brand won’t be easy there but we’ve believed all along that in KELE Clothing there is that something that has to be known int he fashion industry. We didn’t think it wondrous that someday we can live from what we love. Now we can already say that it was worth to stick our idea. We are lucky that things are running in the way that we visioned before at home. We have so much work that i gave up my previous job and today i work in only KELE, I don’t have time for anything else. There are more and more positive feedbacks from resellers and we are really happy that our clothes are in more places worldwide. Of course we don’t want to forget about the Hungarian market but since only the three of us is working int he company sometimes wedon’t have enough time for that.

Just like the knitwear manufacturer John Smedley’s british brand You are working only with qualitative raw materials and picked professionals but on the other side with your fitting, your patterns and campaigns you communicate to the most powrful subculture, the growing generation, the bohemian, the desirous, creative and young hipsters. Don’t You afraid that once this generation will disappear and there won’t be anybody who buy your clothes?

In the past few years interesting trends has been strated in the fashion industry. The high end segment has been expanded, several big luxury brands has started to open to the cheaper price-category and some of the medium category brands has opened

ÜZLETI SZEMMEL

Ildikóval való beszélgetésünk egyik legérdekesebb része az volt, amikor arra a kérdésemre válaszolt, hogy kit választana a márka kvázi tiszteletbeli mentorának. Ő a japán érdekelttségű United Arrows felé terelgetné a márkát, s szerinte te is ezt az irányt választanád. Mit láttok bennük, milyen közös pontot véltek felfedezni a KELE és a UA között, hogy egy kivételes lehetőség vagy alkalom adtán mindketten azonnal lecsapnátok rájuk?

A UA szerintem már önmagában egy nagyon izgalmas jelenség. Poggy és Hirofumi Kurino pedig két rendkívül sikeres ember a maguk-maguk területén. Számunkra igazából nem az lenne a legizgalmasabb, hogy bejutassam a KELE-t az üzletbe (bár nyilván annak is nagyon örülnénk), ennél sokkal egyszerűbb a képlet és a vonzódás miéртje. Egyszerűen kíváncsi lennék a tanácsaikra, véleményükre a brand építést illetően. Buyerek és kreatív igazgatók jönnek-mennek, vannak akik egy-két szezon erejéig jó eredményeket érnek el, hypeolják, másolják őket. Az általunk említett úriemberek viszont nagyon régóta ott vannak a szakmában, valójában ez a divatcirkusz az életük. Nagyon izgalmas, hogy szupertitkos hetedik divatérzékük révén még a legkisebb, legújabb márkák között is megérik mi lesz az igazán nyerő.

A KELE Clothing minden kétséget kizáróan felnőtt a nemzetközi divatiparhoz. Van mögöttetek gyártás, ott vagytok a legnagyobb trade show-kon, ismeritek a divatvilágot mozgató arcokat. A fiatal magyar márkák közül tehát abszolút kitéúntök az által, hogy szemben az itthon sajnos általános gyakorlattal, ti tudatosan, bátran egyből a divatra érzékeny, a divatkultúrával rendelkező óriási piacok felé kommunikáljátok a KELE-t. Az eddigi tapasztalatok alapján bevált ez a brandépítési forma?

Ez valóban így van. A kezdetek óta tudatosan törekszünk arra, hogy figyelmünk nagy részét külföld felé irányítsuk. Tudtuk, hogy a márkabevezetés kint valószínűleg nem lesz egyszerű folyamat, de végig hittünk abban, hogy a KELE Clothingban van valami olyan plusz, amit meg kell ismertetni a divatiparral. Nem tartottuk elképzelhetetlenek, hogy egyszer majd abból éljünk meg, amit igazán szeretünk csinálni. Ma már elmondhatjuk, hogy megérte kitartani az elképzelésünk mellett. Szerencsések vagyunk, hogy úgy alakulnak a márka dolgai, ahogy azt korábban otthon vizionáltuk. Annyi lett a munka, hogy én feladtam korábbi munkámat, és ma már kizárólag a KELE-ben dolgozom, másra egyszerűen nincs időm. Egyre több a pozitív visszajelzés a viszonteladók részéről, és nagyon örülünk, hogy egyre több helyen árulják a márkát, szerte a világon. Természetesen a hazai piacról sem szeretnénk elfeledkezni, de mivel összesen hárman dolgozunk a KELE márka megismertetésén,

to the luxury line. As a result of this process a new segment has borned: the luxury casual or casual luxury. The two most succesfull of them is ACNE as lifestyle brand and Carven which was a classic luxury brand. The classic Parisian fashion house, Carven, that was founded in 1945, changed tremendously after GuillaumeHenry’s arrival in 2009. The brand, the products and the prices transformed totally the brand has become one of the biggest performer in the high-end category. Their products can be reached in more than 400 multibrand stores worldwide. The ACNE – as a traditional lifestyle brand – also achieved similar success int he past few years. Previously the big department stores were selling almost only big and classical luxury brands and we couldn’t find the products of any lifestyle, denim and other casual companies there. But today in these stores Nike and Kenzo are sold next to each other. I just want to say that what we do is not unique. It’s a visible trend in which we are trying to fit in. Our products will change in time for sure, as Ildikó designs clothes which are likely wore by her as well. As she is changing and her taste is changing over the time our products will do the same.

Isn’t it dangerous to produce along taste? How much do You pay attention to international trends?

For us it’s important to keep in mind that we don’t prepare the products for ourselves. It’s hard to observe this. During the designing process usually we ask the opinion of our partners, what is more somtimes we ask our friends as well. The extended designing process ensures that Ildikó won’t recline upon her own taste but she takes into consideration the preferences of customers as well. In addition we pay attention also to the actual international trends. When we are traveling abroad on the trade shows we get a lot of inspiration how others imagine and see the changing of fashion industry and mainstream.

Who’s the boss of the team? The creative or the business man?

There is no specific boss. Everyone has an own area where he/she is the best. We try to fully accept and respect the know-how of the other. Usually we try not to chip on something that we don’t understand. Obviously everyone has an opinion to which we also give a voice but the decision is made by ourselves in our own field. I think the two areas, creativity and business, is equally important. What counts the most to change the collection from season to season, show always something new. At the same time we mustn’t go too far with the new collection from the previous one so Ildikó is paying attention simultaneously to continuity and being always fresh, interesting and new. In order to work this in a long term, somebody has to sell the prducts.

így gyakran nem jut annyi időnk Magyarországra, mint azt szeretnénk.

A szintén kötöttárut gyártó John Smedley brit márkájához hasonlóan ti is kizárólag minőségi alapanyagokkal és válogatott szakemberekkel dolgoztok, szabásaitokkal, mintáitokkal és kampanyaitokkal azonban a klasszikus, időtálló brit márkához képest ti mintha inkább a jelenlegi legerősebb szubkultúrához, a most felnövekvő generációhoz, a laza, elvágyódó, kreatív hipster-jegyeket magában hordozó fiatalokhoz szólnátok. Nem félték attól, hogy egyszer esetleg megszűnik ez a réteg és nem lesz kinek árulni?

Az elmúlt néhány évben nagyon érdekes folyamatok indultak el a divatban. A highend szegmens kibővült, több nagy luxusmárka elkezdett a középárkategória felé nyitni, a középárkategória néhány szereplője pedig elkezdett a luxusmárkák felé közelíteni. Ennek a folyamatnak az eredményeként létrejött egy „casual luxory” vagy „luxory casual” szegmens. A két legsikeresebb szereplő talán az ACNE mint lifestyle brand és a korábban klasszikus luxusmárka, a Carven. Az 1945-ben alapított Carven mint klasszikus párizsi divatház hatalmasat változott Guillaume Henry 2009-es érkezését követően. A márka, a termékek és az árak teljesen átalakultak, és mára a highend divat egyik legnagyobb szereplőjévé váltak. Termékeik világszerte több mint 400 multibrand bolt kínálatában érhetőek el. Az ACNE pedig – mint hagyományos lifestyle brand – szintén hasonló sikereket ért el az elmúlt években. Korábban a nagy department store-ok szinte kizárólag nagy és klasszikus luxusmárkákat árultak, és nemigen volt jellemző, hogy lifestyle, denim vagy egyéb casual márkák termékeivel találkozhattunk volna. Ma viszont ezeknek a boltoknak a polcain egymás mellet van pl. a Kenzo és a Nike. Ebből csak azt szertném kihozni, hogy amit csinálunk, ilyen értelemben azért nem egyedülálló. Ez egy jól megfigyelhető trend, amibe mi is beleilleszkedünk. A termékeink idővel ugyanakkor biztos fognak némileg változni, ugyanis Ildikó a tervezés során általában olyan ruhákat készít, amiket ő is szívesen hordana. Mivel ő maga és az ízlése is folyamatosan változik, így idővel biztos, hogy a KELE termékei is változni fognak...

Nem veszélyes a személyes ízlés mentén alkotni? Mennyire figyeltek oda a nemzetközi trendekre?

Fontos szem előtt tartani, hogy a termékeket nem magunknak készítjük. Ezt ugyanakkor időnként meglehetősen nehéz betartani. A kollekciók tervezésekor általában kikérjük partnereink véleményét, sőt van, hogy a barátainkat is megkérdezzük. A tervezési folyamat ilyen értelemben vett kiszélesítése biztosítja, hogy a tervezéskor Ildikó ne csak saját ízlésére támaszkodjon, hanem a vásárlók preferenciáit is figyelembe vegye. Ezenkívül a tervezéskor termé-

And here You come into the picture, right? Ildikó has mentioned that your contribution was needed for KELE to take part in the biggest trade shows. You were in Florence, Berlin, Paris...What’s the next target to conquer?

Now we focus on the United States. The U.S. market is quite big, it requires much attention and energy. We are planning to launch KELE Clothing in the US from season spring/summer 2015. Currently we are designing the launching strategy together with a New York based agency, which will be started with a promotion and selling campaign. I can’t tell more about it.

With Your answer You gave me a very good base to my next question. How long can You push a brand from own energy? Why can we see that inland brands find purposeful investors who are managing from the background?

It depends. Either everything can be solved from own energy. First of all it depends on the purposes and strategies. You can build slowly step by step. You must know that the result of branding can be different. The end story of a slow branding will be different from the one that is carried out from a bigger budget, conscious and well-targeted. I think the low number of investments can be originate in two things. First, i think it’s typical in our country that there is no member of the brands who has adequate business knowledge and connections. Investment funds in turn are designed to professionally manage the portfolio companies or actively participate in it’s daily operation. The other reason is that brands don’t apply for sources in the suitable state of development. Foreign brands appear on the market as a source pretender on a higher level. This mainly comes from the fact that on more developed markets there are much more opportunities for the companies to raise money for branding activity. ForexampletheNewGen,operatedbytheBritishFashion Council in England that provide support for the designers in the early stage of the brand. Foreign brands can start to build their own companies on the home market from sources like this or maybe with the help of private investors. Other factors also limit the opportunities for fund raising. In Hungary other fields has higher potential than fashion business. In general the most common target areas are the innovation based, technology-intensive, high-tech industries. This is a very complex issue, but in my opinion these two reasons mentioned before are the ones that mainly encumber the oppurtunity of a hungarian brand to find investors.

Before KELE Clothing you didn’t spend your time with scrolling fashion magazines, reading style.com, monitoring the trend forecast or signing the trade show dates into your diary. Can we say that

szetesen odafigyelünk az éppen aktuális nemzetközi trendekre is. Külföldi utazásainkkor, a kiállításokon általában nagyon sok inspirációt és információt kapunk arról, mások hogyan képzelik, látják a divatipar és a fő irányvonalak alakulását.

Ki a főnök a csapatban? A kreatív vagy a businessman?

Konkrét főnök nincs. Mindenkinek megvan a saját területe, az, amihez a leginkább ért. Igyekszünk a másik hozzáértését teljes mértékben elfogadni és tiszteletben tartani. Általában nem szólunk bele olyan dolgokba, amikhez nem értünk. Véleménye nyilván mindenkinek van, aminek hangot is ad, de a döntést mindenki maga hozza meg a saját feladatkörében. Szerintem a két terület, kreativitás és üzlet, egyformán fontos. Kiemelt jelentőséggel bír, hogy kollekcióink szezonról szezonra tudatosan változzanak, a ruhák mindig valami újat mutassanak. Ugyanakkor szempont az is, hogy az új kollekció ne legyen túlságosan más, mint az előző. Ildikó ezért a tervezés során egyszerre figyel a folytonosságra és emellett próbál valami újat, érdekeset, szezonálisat vinni a tervezett darabokba. Ahhoz, hogy ez hosszú távon is működjön, végső soron valakinek el is kell adnia a termékeket.

És itt jössz te a képbe, igaz? Ildikó említette, hogy a te közreműködésed kellett ahhoz, hogy a KELE megjelenjen a legnagyobb trade show-kon. Megvolt már Firenze, Berlin, Párizs... Mi a következő meghódításra váró nagy divatváros?

Jelenleg elsősorban az Egyesült Államokra koncentrálnunk. Az amerikai piac nagyon nagy, rendkívül sok figyelmet és energiát igényel. Terveink szerint a soron következő, 2015-ös tavasz-nyári szezontól kezdjük meg a KELE Clothing bevezetését az USA-ban. Jelenleg egy New York-i ügynökséggel közösen tervezzük a piacralépési stratégiánk egyes lépéseit, amely egy komolyabb marketing és értékesítési kampánnyal fog kezdődni. A többi egyelőre még titok.

Válaszoddal kitűnő táptalajt adtál a következő kérdésemnek. Meddig lehet önerőből tolni egy brandet? Miért van az, hogy a hazai divatmárkák nagyon nehezen találnak itthon céltudatos, háttérből irányító befektetőket?

Attól függ. Akár végig meg lehet oldani mindent önerőből. Elsősorban a céloktól és a stratégiától függ a dolog. Lehet építkezni lassan, lépésről lépésre is. Azt viszont tudni kell, hogy a márkaépítés eredménye eltérő lehet. A lassú építkezés végeredménye nagy valószínűséggel más lesz, mint egy komolyabb költségvetésből kivitelezett, tudatos és célzott márkaépítésé. A befektetések alacsony száma szerintem elsősorban két okra vezethető vissza. Egyrészt gyakran hiányzik a megfelelő üzleti

by now discovered the secrets of fashion industry or You can be surprised in each moment?

In the past three years i have been paying a lot of attention to the topic. I don't say that i understand everytime everything, but i have the basic cause and effect relations and i roughly know who manage what. This is a very interesting and continuously changing area so i really like it.

So You've found your hopes and haven't regret your decision to spend your everyday life with managing KELE. Something is constantly happening around You. What's the next project in which You take part?

Weel, yes. Just as always there are a lot of ongoing thing also now. I don't want to talk about these rashly, but if everything goes well, You will see serious changes and progress in our brand's life. We look forward to tell more about them.

As the person who is responsible for the business side of the enterprise, you must have a sales focused mentality. What is that why You believe the most in the brand and the marketability of it?

Because somehow it's different. I can't explain it exactly but this is noticed by others as well. On the trade shows we often get feedback from strangers that they are watching our stand from far away and for some reasons they feel that it's unique. They can't even tell why, but the feel this way.

You would like to open to America. There the celebrity cult is really strong, so brands get PR promotions for themselves by garbing celebrities on the red carpet. If You could choose someone to represent KELE who did You choose?

Wow, there are a lot of celebrities who could wonderfully represent KELE. Most probably i would appreciate if we could win faces for ourselves like Oddisee, Tyler The Creator, Jake Gyllenhaal, DENA or Solange Knowles.

Many people think that it's not so good that You and Ildikó are presented as lovers in the brand's life. Set everybody at ease that there is no risk in it. Is Ildikó as good girlfriend as designer?

Without any doubt she is the best! We perfectly compliment each other! At work and in private life also!

tudással, szakértelemmel és kapcsolatokkal rendelkező személy a magyar márkáknál. A befektetési alapoknak pedig elsősorban nem az a célja, hogy szakmailag irányítsák, és aktívan részt vegyenek a portfóliótársaságok napi működésében. A másik ok, hogy nem a megfelelő érettségi szinten jelentkeznek a márkák forrásigénylőként. A külföldi márkák általában komolyabb érettségi fázisban szoktak a piacon forrásigénylőként megjelenni. Ez elsősorban abból fakad, hogy a fejlett piacokon az induló márkák számára több forrásszerzési lehetőség is rendelkezésre áll a márkaalapításkor. Ilyen például Angliában a British Fashion Council által üzemeltetett New Gen, ami a tervezői márkák korai szakaszában biztosít támogatást az induláshoz. A külföldi márkák ilyen, vagy esetleg magánbefektetőktől származó forrásokból el tudnak kezdeni márkát építeni saját piacaikon. További tényezők is korlátozzák a forrásszerzés lehetőségeit. Magyarországon más területek jóval magasabb hozamlehetőségekkel kecsegtetnek. Általában az innováción alapuló, technológiaintenzív, high-tech iparágak a leggyakoribb befektetési célterületek. Ez egy összetett kérdés, de véleményem szerint a felvázolt két ok az, amely talán a leginkább megnehezíti egy feltörekvő magyar márka lehetőségeit arra vonatkozóan, hogy befektetőt találjon.

Nem épp divatmagazinok lapozgatásával, style.com olvasással, trendelőrejelzések figyelésével és anyagvásár-időpontok határidőnaplóba vésésével töltötted az elmúlt, KELE Clothing előtti éveidet. Mondhatjuk, hogy mára beletanultál a divatipar rejtelmeibe, vagy még érnek meglepetések?

Az elmúlt három évben rengeteget foglalkoztam a témával. Azt nem mondom, hogy mindig mindent értek, de az alapvető ok-okozati összefüggések megvannak, és nagyjából tudom, kit mi mozgat. Ez egy rendkívül izgalmas és folyamatosan változó terület, ezért nagyon szeretek a divattal foglalkozni.

Ezek szerint megtaláltad a számításaidat és nem bántad meg, hogy a mindennapjaidat a KELE ügyeinek intézésével töltöd, hiszen körülöttetek folyamatosan történik valami. Mi a soron következő projekt, amiben részt vesztek majd?

Hát igen. Mint mindig, most is sok minden zajlik a KELE körül. Nem szeretnék elhamarkodottan beszélni ezekről, de ha minden a terveinknek megfelelően alakul, akkor hamarosan nagyon komoly változások és előrelépés várható a márkánál! Már alig várjuk, hogy hírt adhassunk felőlük.

Mint a vállalkozás üzleti oldaláért felelős személynek, rendelkezned kell egyfajta sales-es mentalitással is. Mi az, ami miatt a leginkább hiszel a brandben és annak eladhatóságában?

Mert valamiért más, mint a többi. Nem tudom pontosan megfogalmazni miért, de ezt általában mások is észreveszik. A vásárokon igen gyakran jönnek oda hozzánk, hogy messziről nézték a standunkat és valamiért azt érzik, hogy ez unikális. Nem tudják ők sem megmondani miért, de így érzik.

Amerika felé szeretnétek nyitni, ott pedig igen erős a celebrity styling kultusz, vagyis hogy az ismert divatmárkák a vörös szőnyegen végigvonuló sztárok öltöztetésével szereznek könnyű PR-t márkájuk számára. Ha megmondhatnád, hogy ki „képviselje” a KELE Clothingot a tengerentúlon, akkor kit választanál?

Hú, hát elég sokan lennének, akik a KELE szellemiségét remekül tudnák reprezentálni! A leginkább talán annak örülnék, ha sikerülne olyan arcokat megnyerni a márkának, mint Oddisee, Tyler The Creator, Jake Gyllenhaal, DENA vagy Solange Knowles.

Sokan úgy gondolják, nem szerencsés, hogy szerelmespárként vagytok jelen a brand életében. Nyugtassatok meg mindenkit, hogy ebben nincs kockázat! Ildikó van olyan jó barátnő, mint amenyire kivételes tervező?

Minden kétséget kizáróan Ő a legjobb! Tökéletesen kiegészítjük egymást! A munkában és a magánéletben is!

MISS KK

I AM A WOMAN AND STREET ARTIST

When browsing on the ever-popular street art web pages, or stumbling into a work of a street artist on the streets of the big cities, we rarely brood over it was created by a man or woman. Why even should we, when on one hand generally speaking the most of the graffiti is a man, on the other hand the gender is irrelevant from the underlying content's point of view. Below I will take account of the features and activities one of our most popular (if not the only one) female street artist called Miss KK and I will illustrate through examples that male-female creative attitudes, themes and methods are somewhat differently formed / evolved not only in the street art and graffiti, but other high artistic genres too.

Amikor az egyre népszerűbb street art munkákat egybegyűjtő internetes oldalakat nézegetjük, vagy a nagyvárosok utcáin „botlunk bele” egy-egy utcai művész alkotásába, ritkán gondolkozunk el azon, hogy az adott művet vajon nő vagy férfi alkotta-e. Minek is kellene, mikor egyrészt általánosságban elmondható, hogy a street artistok, graffitizók többsége férfi, másrészt a mögöttes tartalom, a jelentés szempontjából azt gondolnánk, teljesen irreleváns a készítő, kihelelyező neme. Az alábbiakban hazánk egyik (ha nem az egyetlen) legnépszerűbb női street artistjának, Miss KK tevékenységének jellemzőit veszem számba, továbbá azt fogom példákon keresztül is illusztrálni, hogy a női-férfi alkotói attitűdök, témák és módszerek némileg máshogyan alakulnak/alakultak ki nemcsak a street art és a graffiti, de egyéb magasművészeti irányzatokban is.





You might have already met in the streets of Budapest Miss KK characters that are sometimes scary, bizarre, sometimes provocative and humorous. Miss KK activity connects the underground fashion and art in unique way at least in Hungary. As we know, fashion is a communication network, where people can express themselves, to send signals to the outside world, defining and frame line the personality. It attracts attention or deliberately deflects it. The works of Miss KK draw attention primarily by enlarging body parts, using vivid colors and mixing the various style trends. The provocation unfolds with tattoos adorning the characters body, highlighting the intimate parts and with a variety of critical opinion transmitting outfits. The last is implemented often with outfits and accessories supplied by the New York based fashion company called Married to the MOB.

The dress style of Miss KK dudes never represents the outfits of the average. The most famous fashion company's shoes, accessories are assembled into the most unusual compositions. Can regarded as horri-fication, but rather a symbol of freedom of dressing, which is not required to obtain the ideal everyday wear, but the bold and sometimes bizarre imagery, that does not reveal the female body and its eroticism often radiating beauty. Exciting how she brings her characters alive by mounting faces of celebrities to her works, especially portraits of those, who excel in some aspects from the scope where they belong according to their professions –often with their deviant behavior.

Focusing on our topic the question arises: what are the characteristics of women's creative efforts and discourse, should be, can we distinguish between male and female artistic utterance? In her work "Nemtan és pablikart" Bea Hock considers female writings progressive, because it calls the authority of the basic patriarchal myths (rationality, coherence / unit) into question. According to her the "feminist public serves the dual function inside or out resulting in the development of gender tailored self-image, from outside or out is working to convince society the appropriateness of feminist claims, while challenges the existing order by tools of social activism and theoretical critique." (Hock)

As I mentioned, in graffiti and street art male artist are highly over represented, therefore female artists often have to overfulfil men to have their art recognized. However, the women's line is more sensitive, creating a separate dimension, considering art as playful lifestyle, and as stylized experiencing. Here the motivation is primarily fun and entertainment, as well as an expression of femininity. So there are thematic differences, but at the same time the women's line is not over dimensioned. In poetry, and other art branches also happens that a woman's voice carries a typically masculine characteristics, but also to the

Bizonyára sokan találkoztak már Budapest utcáin Miss KK karakterekkel, amelyek olykor ijesztőek, bizarrak, máskor pikírtek és humorosak. Miss KK tevékenysége Magyarországon egyedülálló módon kapcsolja össze a divatot és az underground művészetet. Mint tudjuk, a divat olyan kommunikációs hálózat, mellyel az ember képes kifejezni önmagát, jeleket küld a külvilágnak, definiálja, bekeretezi személyiségét. Felkelti a figyelmet, vagy szándékosan eltereli azt. Miss KK munkáiban a figyelem felhívása elsősorban a testrészek felnagyításával, a harsány színek alkalmazásával, a különféle stílusirányzatok összeolvasztásával történik meg. A provokáció a karakterek testét díszítő tetoválásokkal, az intim részek kiemelésével, a különböző kritikai felhangú véleményeket felvonultató öltözékekkel bontakozik ki. Utóbbi gyakran a Married to the MOB elnevezésű, New York-i székhelyű divatcég szolgáltatatta öltözé-kekkel, kiegészítőikkel valósul meg.

A Miss KK-figurák „viselete” soha nem az átlagember öltözködési stílusát prezentálja. A leghíresebb divat-cégek cipőit, kiegészítőit válogatja össze, a legszo-katlanabb összetételekben. A megbotránkoztatás, de főként az öltözködésbeli szabadság szimbólumának tekinthetjük ezt, melynek lényege nem az elvárt hétköz-napi viseletideál megjelenítése, hanem a merész, olykor bizarr ábrázolás, amely nem fedi el a női testet és annak gyakran erotikát árasztó szépségét. Izgalmas, ahogyan arcot ad karaktereinek: a figyelem felkeltése érdekében leggyakrabban olyan hírességek portréját montírozza munkáira, akik valamilyen tekintetben kitűnnek abból a körből, amelybe hivatásuk szerint tartoznak, akiktől általában nem áll távol a deviáns viselkedés.

Témánk kapcsán felvetődik a kérdés: mi jellemzi a női alkotói törekvést, beszédmódot, s kell-e, lehet-e különbséget tennünk női és férfi művészi megnyi-latkozás között? Hock Bea Nemtan és pablikart című munkájában értekezik a női írásmód progresszivi-tásáról, mert az alapvető patriarchális mítoszok (racionalitás, koherencia/egység) mindenhatóságát vonja kétségbe. Hock szerint a „feminista nyilvánosság funkciója kettős: belülről vagy befelé a nemre szabott személyiségképek kialakítását eredményezi; kívülről vagy kifelé pedig azon munkál, hogy a társadalmat a feminista követelések helyénvalóságáról meggyőzze, miközben a fennálló rendet a társadalmi aktivizmus és az elméleti kritika eszközével kezdi ki.” (Hock)

Mint említettem, a graffiti és a street art berkeiben igen feltűnő a férfi alkotók többsége, ezért a női művészeknek sokszor túl kell teljesíteni a férfiakat ahhoz, hogy művészetét elismerjék. Ugyanakkor a női vonal szenzitívebb, egy külön dimenziót teremtő, a művészet mint életstílus bohókásabb, stilizáltabb megélését jelenti. Itt a motiváció elsősorban a szórakozás és szórakoztatás, valamint a nőiség kifejezése. Van-nak tehát tematikai különbségek, de ugyanakkor a női vonal nincs túldimenzionálva. A költészetben,





man writing can contain "feminine" discourse. Bodor Kata says there are paths in art history, which they can explore the womenfolk representatives. As she puts it, "a number of examples have been explored in this area, and isolation in a life's work are the features that are not a result of enriching the creative arts." (K. Bodor)

In terms of poetry, for instance in case of Ágnes Nemes Nagy, can be observed that the author is hiding behind words that suppresses feelings of anger. However when it comes to sterility, birth, children or other typical female subjects she seems to bump into walls, unable to write about, but can paint images of war. It acts like a manly woman writer. In connection of Graffiti is worth mentioning the German artist women, MadC. Her works are presented in various galleries in the world year after year, also have already been addressed in many magazines, and he even juried in Moscow on the Europe 's most prestigious competition. She managed to integrate amongst the most famous man graffiti artists, and established her unique voice in which the masculine elements were incorporated, especially in subject point of view. The Spanish SRTA Crew (Senoritas Que Pinta Graffiti) members are all woman, their activities cover graffiti, brake and mc too. In their graffiti work used to appear more feminine, lighter topics and implementations, however, are trying hard "manly" to stand up within the subculture.

The secret of the success of Vige Le Brun Elisabeth-Louise as a painter lay in womanhood. Her art fits perfectly into the artistic world created by men, but the hidden images of the delicate sensitivity that is different from the typical male line. "Yoko Ono was considered as "Happening Priestess" of the New York avant-garde art, who played an important role

s más képzőművészeti ágaknál is előfordul, hogy a női beszédmód tipikusan férfias jegyeket hordoz, de az is, hogy a férfi általi „vonalvezetés” kerül „nőies” diskurzusba. Bodor Kata szerint léteznek olyan ösvények a művészet történetében, melyeket csak a „gyengébbik nem” képviselői tudnak bejárni. Ahogy írja, „számos példát sikerült már e téren feltárni, s egy-egy életművön belül is izolálni azokat a vonásokat, melyek az alkotó neméből adódóan gazdagítják művészetét.” (Bodor K.)

A költészetet tekintve, például Nemes Nagy Ágnesnél megfigyelhető, hogy bujkál a szavak mögött, elfojtja érzéseit, indulatait. Ugyanakkor a meddőségnél, szülésnél, gyermeknél és tipikus női témáknál alkotói falakba ütközik, nem képes rólok írni, de a háború képeit le tudja festeni. Ez úgy hat, mintha egy férfias írónőről lenne szó. A graffiti kapcsán érdemes megemlíteni a német művésznőt, MadC munkásságát. Alkotásait a világ különböző galériáiban mutatják be évről évre, számos magazin foglalkozott már munkáival, sőt, Európa legnívósabb graffiti versenyén, a Write4Gold-on zsűrizett, Moszkvában. Beilleszkedett a leghíresebb férfi graffitisek közé, s létrehozta egyedi hangját, melybe már beépültek az ún. „férfias” elemek is, elsősorban a témaválasztásban. A spanyol SRTA Crew (Senoritas Que Pinta Graffiti) tagjai egytől egyig nők, tevékenységi körük pedig kiterjed a graffitire, breakre, mc-zésre is. Graffiti munkáikon rendre feltűnnek nőiesebb, könnyedebb témák és kivetelések, mindazonáltal erősen igyekeznek „férfiasan” helyt állni a szubkultúrán belül.

Elisabeth-Louise Vigée Le Brun festőként aratott sikerének titka éppen nőiségében rejlett. Művészete tökéletesen illeszkedik a férfiak által kialakított művészi világba, de a képeibe rejtett finom érzékenység az, amely különbözik a tipikus férfi vonaltól. Yoko Ono-t

as a member of Fluxus group in the history of art by the time she became known as the addictive of John Lennon, on whom she was having a deep impact mentally too as fatale fame, when the public became aware of her." (K. Bodor)

In the American-born graffiti-painter, INSA's works has a very striking presence of female subjects. The artist by creating the perfect female body calls the attention to the shallow artificiality, criticizing the advertising campaigns and the unhealthy lifestyle. To do so, calls upon sexuality and fashion. Beside the graffiti, INSA is also a fashion designer - so once again we see an interesting dichotomy, as the male artist start off the advances of modern life with the female body, typical women's issues. However Miss KK is not disputing the so-called male-dominancy or the arrangements of the patriarchal subculture; she does not criticize the existing order, and not requires the attention of male artists. She does not want to impose her viewpoints and text to the dominant layer, so no word about to privilege female artists or rushing feminist victory either. What is common panel in the mentioned female artists that they need to prevail in areas consisting mainly of men, in a so-called masculine art and subcultural network. In this medium, the characteristics of woman can be determined only in relation to the other gender, while the women's specific phrasing, creative style manage to find the way in such "masculine" scene.

„A new york-i avantgarde művészetben a Happening Papnőjeként tartották számon, s a művészettörténetben jelentős szerepet játszó Fluxus csoport tagjaként lett ismert, mire a John Lennont rabul ejtő, s rá szellemi téren is mély hatást gyakorló fame fatale-ként a közvélemény is tudomást szerezhetett róla.” (Bodor K.)

Az amerikai származású graffitifestő, INSA műveinél igen feltűnő a női témák jelenléte. A művész a tökéletes női test megalkotásával a felszínes műviségre hívja fel a figyelmet, kritizálja a reklámkampányokat, az egészségtelen életmódot. Ehhez hívja segítségül a szexualitást és a divatot. INSA nemcsak graffitivel foglalkozik, hanem divattervező is, így ismét látunk egy izgalmas kettősséget, ahogyan a férfi művész a női testtel, s tipikusan női témákkal kezdi ki a modern élet vívmányait. Miss KK esetében nincs arról szó, hogy az ún. férfiközpontúságot, vagy a szubkultúra patriarchális berendezkedését vitatná, kritizálná a fennálló rendet, s követelné a férfi alkotók figyelmét. Nézőpontját és textusait nem kívánja ráerőltetni a domináns rétegre, s így arról sincs szó, hogy privilegizálná a női művészeket vagy feminista győzelmet sürgetne. Ami közös panelnek tekintető az említett női művészekben, hogy egy többségben férfiak alkotta csoportosulásban, egy úgynevezett maskulin művészeti és szubkulturális hálózatban igyekszenek érvényesülni. Ebben a közegben jellemző ugyan, hogy a nőt csak a másik nemhez képest tudjuk meghatározni, ugyanakkor a sajátos női beszédmód, alkotói stílus még egy ehhez hasonló „férfias” szcénában is utat tört magának.

words by IVETT ZAHORJAN
image courtesy by MISS KK

ZSILI BABOS

“THE TELEVISION SCREEN COULD BE USED FOR SLEDGING!”

He's an artist, a designer, an interior designer and a maniac collector, too. And it could be continued for long if I wanted to sum up Zsili Babos' activity. Among his friends he is called the Handsome Guy. He has already left his mark at so many places in Budapest, from Szatyor Bár to Csendes Létterem (pubs in Budapest). Moreover, his chaotic paintings, sculptures or his matchbox collection with about 2000 matchboxes are regarded as an unavoidable factor in the Hungarian art world. Meanwhile visiting a bar called Circus, Zsili is showing us the system behind the apparent chaos.

Festőművész, grafikus, interiőrdesigner, mániákus gyűjtő és még hosszasan folytathatnám a sort Babos Zsili munkásságának összefoglalása érdekében. A barátai körében csak Helyes Fiú-nak keresztelt művész Budapesten már megannyi helyen hagyta ott keze nyomát, a Szatyor bártól egészen a Csendes létteremig, emellett kaotikus festményei, szobrai vagy például több mint 2000 darabot számláló matchbox-gyűjteménye is kikerülhetetlen tényezője a magyar művészvilágnak. Zsili legújabb műve, a Circus nevű bár megszemlélése közben engedi, hogy megismerjük a látszólagos káosz háttérében megbúvó rendszert.





Talking about Zsili Babos we don't have to refer to famous art institutions or universities if we would like to detail how his career started. It isn't worth either to analyze when he decided to be an artist, because as a child of artist parents he might already have had the artistic talent at his birth – that is why we can enjoy his expressive figures today. "I have never thought about there are people who paint and those who don't. I imagine that everybody paints. That's life." He attended the University of Fine Arts in Budapest where he studied graphic arts. By his own admission he only graduated from it to have certain knowledge behind his back, but he always returns to what he is really interested in: it is painting. "When I was engaged in graphics I always longed to be in the printing office to see the sheets coming out of the machine and to tell to put more cyanide on them. I was rather interested in the practical and material parts and I wanted to be there to paint or cut into if necessary." After realizing it, Zsili only focused on creating a special world where the abstract objects and expressive paintings – verging on junk and work of art – have become to an iconic part of its atmosphere.

The periphery of his art is widening even today, because there is nothing to stop him throwing himself into some kind of spontaneous madness that jumps to his mind. Thanks to his spontaneity the number of surfaces he constructed is continuously growing. As a result the so called Munkacsoport was established. Munkacsoport is a group of Zsili's friends organized by Zsili. They make dreamlike areas out of places of different cafés and bars in Budapest. "It's usually me inventing the main idea of these places and talking it over with the bosses. Then I come up with some plans and sketch them on A4 sheets. But before this process I often invite my friends to take a look at the place and we brainstorm. We always outbid each other's ideas... We make up even crazier things and finally we collect the best parts of them." At the places mentioned above there are also a lot of pieces from Zsili's own collection, for example there is a yellow Lada (a traditional type of car in Hungary) being cut in half on the wall of Szatyor Bár, or a miniature of it on the mantelpiece in Circus. These interiors are pure marks of the artist's imagination, but they don't refer to the mind that directly as paintings or sculptures do. In such a surreal world where dreams and snatches of memory from childhood provide the main point of reference, there are no traces of the fashionable clear-out phenomenon. Only a frank manifestation and an endless recklessness can be seen. "Anyway, the variety of thoughts always has to go through my own screening. Afterwards I turn them into a material which will refer to something, to spirit. All in all this is a self-expression to me. On the other hand I also like applied arts as there are limits there. Art is usually boundless and you never know where

Babos Zsili estében nem kell hírhedt művészeti intézményekre hivatkoznunk vagy iskolák neveit felsorolnunk, ha karrierjének indulásáról kívánunk beszámolni. Azt sem érdemes boncolgatni, hogy mikor döntötte el, hogy festészettel szeretne foglalkozni, hiszen képzőművész szülei lévén már valószínűleg születésekor rendelkezett azzal a művészi vénával, amelynek ma expresszív figuráit köszönhetjük. „Soha nem gondoltam arra, hogy van, aki fest, van aki nem fest, hanem mindenki fest. Ez az élet.” Egyébként a Magyar Képzőművészeti Egyetemen tanult grafika szakon, de ezt saját bevallása szerint csak azért végezte el, hogy legyen egy biztos tudás a háta mögött, mindig visszatért ahhoz, ami valójában érdekelt, a festészethez. „Igazából mikor grafikákkal foglalkoztam, arra vágytam mindig, hogy ott legyek a nyomdában, és lássam, ahogy kijönnek papírok a gépből, és azt mondhassam, hogy rakjatok rá több ciánt! Engem inkább a gyakorlati, illetve anyagi része érdekelt, hogy ott lehessenek, belefessek, belevágjak.” Ennek felismerését követően Zsili már csak annak a különleges világnak a kialakítására koncentrált, melynek ikonikus darabjaivá váltak a kacat és műtárgy határán táncoló, absztrakt objektumok és a kifejező festmények.

Művészetének perifériája a mai napig folyamatosan tágul, hiszen számára semmi sem jelenthet komoly akadályt abban, hogy belevesse magát valamilyen spontán örületbe, ami éppen kipattan a fejéből. Spontaneitásából eredően a keze ügyébe kerülő felületek számára folyamatosan növekszik, ennek eredményeképpen jött létre a Munkacsoport, melyben Zsili barátaival álomszerű tereket kelt életre különböző budapesti kávézók és bárók helyiségeiben. „Ezeknek a helyeknek én szoktam a fő ötletét kitalálni és ledumálni a főnökökkel, aztán jövök ilyen tervekkel, A4-es lapokra lefirkálom őket, skiccelek. De ezt is gyakran megelőzi egy olyan folyamat, hogy behívom a barátaimat és megnézzük, hogy kinek mi jut eszébe, egymás ötleteire folyamatosan rálicitálunk, még egyet, még egyet... Egyre bolondabb dolgokat találunk ki, majd abból összeszedjük, ami a legjobb.” A már említett helyeken rengeteg darabot vehetünk észre Zsili saját gyűjteményéből is, a Szatyor bár falát például egy félbevágott sárga Lada díszíti, aminek miniatűr mása a Circus kandallópárkányán kapott helyet. Ezek az enteriőrök tiszta lenyomatai a művész képzeletének, de annyira direkten mégsem mesélnek az elméről, mint a festmények vagy szobrok. Ebben a szürreális világban, ahol álmoképek és gyermekkori emlékezetfoszlányok adják a fő támpontot, a ma divatos letisztultságnak nyoma sincs, mindössze őszinte megnyilatkozás és határtalan vakmerőség mutatkozik. „Mindenképp a saját szűrőmön keresztül tolom át azt a gondolatmasszát, amit anyaggá változtatok, ami aztán mesél valamiről, a szellemről. Végeredményben ez nekem önkifejezés. Ugyanakkor az alkalmazott művészetet is szeretem, mert itt vannak határok. Mert a művészet általában

imagination and solutions end, but in applied arts there are limits you have to stick to. It is also true to places or outdoor sculptures. I like it if people say to me for example that I should make something with red paint. In this case I don't have to think over the endless opportunities.” But endless opportunities are unfolded before the spectators of the pictures who have to take into consideration everything and think over a lot of tiny details so they can get a little closer to the meaning. A perfect example for it is the intertwining of chaos and chaotic figures you can see on the paintings, but the same stands for sculptures which often get into Zsili's portfolio by being promoted from everyday things to art. "If I put two horses next to each other and I can see that this is a beautiful composition and tells everything about the world or about the thought I just want to share or which is important to me, than I'm satisfied with it and I enjoy its aesthetics. Especially if I put them next to objects I have been working on for 5 years. In this case there's a counterpoint: there's something which is worked out very well, and there's something which isn't at all. They strengthen each other." It's an open secret that this aesthetics can be understood only by one person out of 100, but for Zsili it still means a lot to find these little elements and to reveal them. An object may seem to be an ordinary thing for spectators but it is a perfectly made and significant work of art for the artist. "I have creative moments when I notice for example that I can open that screw on the door. It means I can see objects altogether and I notice what could be done by them, for example the television screen could be used for sledging.

I could invent the whole world if I devoted my life to it and then I could be the king of the world. Then nothing should be thrown away anymore and everyone would live happily. Even pairs of second-hand shoes could be put on the side of ships. Everything could be done, but it seems like people don't want to make such an effort..." It is true that Zsili has different views from what most of the people or even most of the artists have, but according to him all of his works of art are perfectly harmonious by themselves and in an aesthetic point of view they are also unobjectionable. "On the one hand I'm sure it could be proved that for example everything matches astoundingly here at the Circus. On the other hand it could also be demonstrated that I should rather be at a lunatic asylum." He doesn't need words of praise from trustees or amateurs and he doesn't have to meet their requirements either because in his universe only his rules apply. "I'm satisfied with my pictures if they meet all my requirements because I'm a rather perfectionist maniac. The paint has to refract the light perfectly on the surface of every subject. I accept nothing else. 99 people out of 100 say that's very insane and I'm stupid, but one out of 100 says that it couldn't be better.

határtalan és nem tudhatod, hol van vége a képzeletnek és a megoldásoknak, viszont az alkalmazott művészetben vannak határok, amiket be kell tartani. Ez van a helyekkel vagy egy köztéri szobornál is. Szeretem, mikor például azt mondják: piros festékekkel csináld meg, mikor nem kell elgondolkoznom a végtelen lehetőségeken.” A képek szemléltői elé azonban végtelen lehetőségek tárulnak, mindent számba kell venni és átgondolni, boncolgatni a megannyi apró részletet, hogy csak a közelébe kerülhessünk a jelentésnek. A festményeken uralkodó káosz és a figurák kaotikus egymásba csavarodása tökéletes példa erre, de ugyanez a helyzet azokkal a szobrokkal is, melyek gyakran hétköznapi tárgyak művészetté avanszálásával kerülnek Zsili portfóliójába. „Ha egymás mellé teszek két lovat és látom, hogy ez így gyönyörű és mindent elmond a világról, vagy arról a gondolatról, ami épp a fejemben van vagy ami fontos, akkor nagyon elégedett vagyok és élvezem az esztétikáját. Főleg ha olyan tárgyak mellé teszem, amiken öt évet dolgozom, és akkor van egy ellenpont, hogy valami nagyon ki van dolgozva, valami nagyon nem, és ezek egymást erősítik.” Nyílt titok, hogy ezen esztétika befogadására száz emberből egy aligha képes, Zsilinek mégis ezen apró mozzanatok megtalálása, feltárása jelenti a világot. A szemléltő számára teljesen hétköznapi objektum a művész szemében egy tökéletesen kidolgozott és jelentőség-teljes műtárggyá emelkedik: „Vannak ilyen kreatív pillanataim, mikor meglátom, hogy azon a kilincsen azt a csavart pont ki tudom nyitni, tehát összelátom a tárgyakat, és látom, hogy mivel mit lehetne csinálni, például a tévé képernyője nagyon jó lesz szánkózni.

Ki tudnám találni az egész világot, ha erre fordítanám az életem, és akkor én lehetnék a világ királya, hogy soha semmit ne kelljen kidobni, és mindenki boldogan éljen. Még a használt cipőket is fel lehetne pakolni például a hajók oldalára, mindent meg lehetne csinálni, de nem erre törekszik az emberiség, úgy tűnik...” Igaz, hogy Zsili teljesen más dimenziókban gondolkodik, mint a legtöbb ember vagy akár a képzőművészek többsége, mégis saját bevallása szerint minden műtárgya tökéletesen harmonikus a maga nemében, és esztétikai minőség tekintetében is tökéletesen megállja a helyét. “Én biztos vagyok benne, hogy be lehetne bizonyítani, hogy itt a Circusban például minden eszméletlenül klappol, de ugyanakkor azt is be lehetne bizonyítani, hogy csoda, hogy én az utcán zubbony nélkül mászkálhatok.” Nincs szüksége kurátorok vagy művészetkedvelők dicsérő szavaira, nem kell megfelelnie az általuk állított elvárásoknak, hiszen az ő univerzumában csak a saját szabályai érvényesek. „Én akkor vagyok elégedett a képeimmel, ha az általam támasztott elvárásoknak mind megfelelnek, mert elég maximalista örült vagyok. Ha nem csuroghat meg ezen az izén a festék, akkor ne csurogjon meg, úgy törjön meg rajta a fény, ahogy kell. 100 emberből 99 azt mondja, hogy hát ez nagyon beteg meg nagyon hülye vagy, de egy azt mondja, hogy ennél nincs jobb!



I'm not about to satisfy crowds of people, I would like to find those ones who can be pleased by seeing my pictures."

I wonder where impulse and dreamlike figures come from to Zsili's canvas. After a short conversation about his new project in New York we asked him what his favourite town was. He guided us to a very special place. "There's a town I always dream about, but it doesn't exist on earth. Every time I wake up I feel that it's nice to be here again – but wait, this place doesn't exist either. I can feel it only in my dreams. I totally make myself at home and also feel myself at home there. But it always looks different. Well, this is my town. I love it! I always want to bring there everybody. It's wondrous! It seems like a little bit

Nem tömegeket akarok kielégíteni, hanem azokat az embereket megtalálni, akiknek örömet szerez az, hogy az én képeimmel találkoznak."

Vajon honnan érkezik a rengeteg impulzus és álomszerű alak Zsili vásznaira? Mikor egy új New York-i projektjéről szóló kisebb kitérő után azt kezdjük boncolgatni, hogy vajon melyik az ő városa, egy nagyon különleges helyre tévedünk. „Van egy város, amiről mindig álmodom, de ez nem a Földön van. Mindig mikor felébredek, akkor az van, hogy jaj de jó, megint itt vagyok, de várjunk, ez nem létezik. Ezzel csak az álomban tudok találkozni. Teljesen otthonosan érzem magam ott és otthonosan mozgok. Mindig máshogy néz ki. Na ez az én városom. Imádom, mindig mindenkit oda akarok vinni, jaj csodálatos! Kicsit olyan, mintha

as if it was Mesopotamia. I know it's a very special, 10 000 years old place from an ancient culture. And I also know that I can go there to watch it. I always have to go there differently. I'm sometimes on a dusty road, then again on a mountaintop. The town is always after the next mountain. I can always expect a lot there but it cannot be touched. I only feel that wow it's amazing to be there. As if I was on a place where there are the biggest electric discharges."

Of course, among such sources of inspiration Zsili has his own specific imagery and many other motives from his childhood in his work, but the desire for variety is always running through his head, too. He tries to avoid what he regards as one of the biggest failure of his contemporaries: making every works of art after the same pattern only to get more profit. He is always engaged in new genres. He hardly finishes the current project, he already thinks about how to carry out the next target. "I've already tried out a lot of things and I will carry on doing it. I always break down my life into phases: I like painting for half a year, then building something for half a year, afterwards travelling, then again making a drawing on silk for half a year, making screen printing. I would like to create 10 oil paintings within 5 years. It would be great if taking a look at any of them you would say: "Well, this is a little bit much. Such very well created paintings can be found nowhere." Now I've taken my time and I have altered the circumstances for it. I have a small cottage next to the Lake Balaton. There are no unnecessary things there but super quietness. Nowadays I enjoy it and afterwards I'll go to New York and do something else there. I like this variety. There's no time to get bored. If something becomes uninteresting, I immediately stop doing it."

Zsili is now participating in an other interesting project as well. Kunst is an independent professional organization dealing with culture. It's aim is the creation of existential areas of total art providing an opportunity to flee everyday life through gaining a deeper affiliation with the work of art and the debates arising from this experience. 'The Circus has been opened recently at Liszt Ferenc square, so we can experience Zsili Babos and his friends' twisted world. In the meantime the Munkacsoport is preparing the fans of intimate bars for the atmosphere of the so called Hungarian ruin pubs. This is how these complex compositions and the works of art with millions of interpretation could be turned into Hungary's imports.

Mezopotámiában lenne. Tudom, hogy ez egy tízezer éves, a most ismert civilizációk előtti hely, nagyon különleges, hogy oda lehet menni, és ezt meg lehet nézni. Mindig máshogy kell odamenni, néha egy poros úton, máskor egy hegytetőn vagyok, a város pedig mindig a következő hegy után van. Mindig olyan sok mindent várhatok ott, de nem lehet megfogni, csak érzem, hogy ott – huú! – nagyon jó. Mintha olyan helyre mennék, ahol a legnagyobb energiakisülések vannak."

Ilyen és efféle inspirációforrások mellett persze Zsilinek megvan a maga sajátos képvilága és rengeteg gyermekkorra óta visszatérő motívum a műveiben, de ugyanakkor benne mindig ott motoszkál a változatosságra való törekvés. Igyekszik elkerülni azt, amit kortársai egyik legnagyobb hibájának tart, hogy önismétlő módon, profit érdekében egy kaptárára készüljenek a műtárgyak. Folyamatosan kóstol bele újabbnál újabb műfajokba, szinte még be sem fejezte folyamatban lévő projektjeit, már a következő cél megvalósításán agyal. „Sok mindent kipróbáltam már és még ki fogok próbálni. Mindig időszakokra bontom fel az életemet, szeretek egy fél évig csak festeni, aztán fél évig csak építkezni, majd elutazni és megint fél évig csak selyemre festeni egy rajtot, szitanyomatot csinálni. Szeretnék olajképeket csinálni, tíz olyan képet csinálni mondjuk öt év alatt, amire ha ránézel, azt mondd, hogy nahát ez egy kicsit erős... Amilyet nem látsz máshol, ilyen nagyon megcsináltat. Erre csináltam meg magamnak most az időt, a körülményeket. Van egy kis házikóm a Balatonon, semmilyen felesleges tárgy nincs, csak a szupernyugalom, most ezt élvezem ki, majd elmegyek New Yorkba és ott machinálok valamit. Én ezt a váltást szeretem, nincs idő megenni a dolgokat. Ha valami ellaposodik, akkor gyorsan befejezem vagy abbahagyom."

Zsili nemrégiben egy újabb érdekes projektbe fogott bele. A Kunst egy kortárs kultúrával foglalkozó független szakmai szervezet. Célja olyan lét-terek, összművészeti alkotások létrehozása, amelyek lehetőséget adnak a mindennapi életből való kiszakadásra, alkotások elmélyült befogadására, szellemi eszmeccserékre. A Circus nemrégiben szintén megnyitotta kapuit a Liszt Ferenc téren, így testközeliségben is szembesülhetünk Babos Zsili és barátai legújabb, kifordított világával. Mindeközben a Munkacsoport New Yorkban készíti fel a hangulatos bárók rajongóit a magyar romkocsmák atmoszférájára, hogy a sokrétű kompozíciók és millióféleképpen értelmezhető műalkotások Magyarország importcikkeité válhassanak.

words by ESZTER BOLDOV
photos by VIOLA KAULICS

ALISA AHMANN
MELODIE JENG
IVETT ZAHORJÁN
BENCE BAKONYI

HIGGS FIELD
PALOMA
1075
CIRCUS

FASHION WEEK BUDAPEST
EDITORS MARKET
CHANGES IN THE SYSTEM

AN AWARD WINNING START
PERFECT TIE
I AM A WOMAN
AND STREET ARTIST
“THE TELEVISION SCREEN
COULD BE USED
FOR SLEDGING!”

COLOR CODES
BORED
TRAPPED MUSE
STILLEST MOMENTS
TAKE THE STAIN
PEOPLE SAY I'M BEAUTIFUL
HERE BELOW
#CLOSEENEMIES
COGNITION

CONTRIBUTORS
HAPPENINGS
FASHION
INTERVIEW
EDITORIAL

COLOR CODES

BY BALINT BARNA

STYLING
ANDREA GONCZY
MAKE UP
JUDIT KOKENY
HAIR
NORBERT KOZMA
MODEL
DALMA BACZAY
@ELITE PARIS





dress T by ALEXANDER WANG - Heaven Store



dress ANDA
trainers NIKE - Bp Shop



dress KONSANSZKY
cap STELLA MCCARTNEY - Heaven Store
neckscarf KONSANSZKY





jumpsuit KONSANSZKY
sandal BALenciAGA - Heaven Store



dress BALenciAGA - Heaven Store



miniskirt NANUSHKA
neckscarf KONSANSZKY

dress BALenciAGA - Heaven Store

BORED

BY GYORGY KAROLYI

STYLING
ANIKO MOLNAR
INTERIOR STYLIST
TIMEA TOTH
MAKE UP
TIMEA VOZAK
HAIR
MARK KAROLYI @CULT
MODELS
BOGI @ELITE
FRUZZI @PRIME
PHOTO-ASSISTANT
BALAZS BIHARI
DAVID LADOS
DIGITAL-ASSISTANT
MIHALY DEMECZKY
RETOUCH
MIHALY DEMECZKY
STYLING-ASSISTANT
ANDREA MAGOS





jumpsuit DORI TOMCSANYI
bracelet SWAROVSKI
shoes ZARA

lingerie, lace skirt INTIMISSIMI
coat AERON
jewellery SWAROVSKI
shoes HUGO BOSS



top and trousers MAX MARA
shoes HUGO BOSS
jumpsuit H&M
bomber jacket ZARA



lingerie INTIMISSIMI
sweater AERON
bracelet MARK BY MARC JACOBS



dress DORI TOMCSANYI
jewellery SWAROVSKI



coat MAX MARA WEEKEND
bra INTIMISSIMI
pencil skirt NUBU
plastic handbag FURLA
rings SWAROVSKI
shoes ZARA



sweater ZARA
skirt USE
dress NANUSHKA
bag USE



leather jacket AERON
panties INTIMISSIMI
high heels CASADEI
bracelet MARC BY MARC JACOBS

TRAPPED
MUSE

BY BOJANA TATARSKA

STYLING
ANDREJ SKOK
MAKE UP
ALICE GHENDRIH
@ART LIST
HAIR
TOMOKO OHAMA
@CALISTE
MODEL
ALISA AHMANN
@ELITE MODELS
PHOTOGRAPHER
ASSISTANT
JOSE CASTELLAR
STYLIST ASSISTANT
LEA AUGEREAU
HAIR ASSISTANT
JUNKO TOMIGASHI



high waisted pants WOLFORD
black tight top CALVIN KLEIN
white jacket MASHA MA



top STELLA MCCARTNEY
body in red WOLFORD



black vintage dress NINA RICCI



white transparent top, white short skirt MASHA MA
white coar with black font frontal, long white through whole story MASHA MA
black large shorts RICK OWENS



nude top and
nude high waisted shorts LA PERLA
long large coat A.F VANDEVORST





body in red WOLFORD
black long hair pebble MASHA MA
coat SHARON WAUCHOB



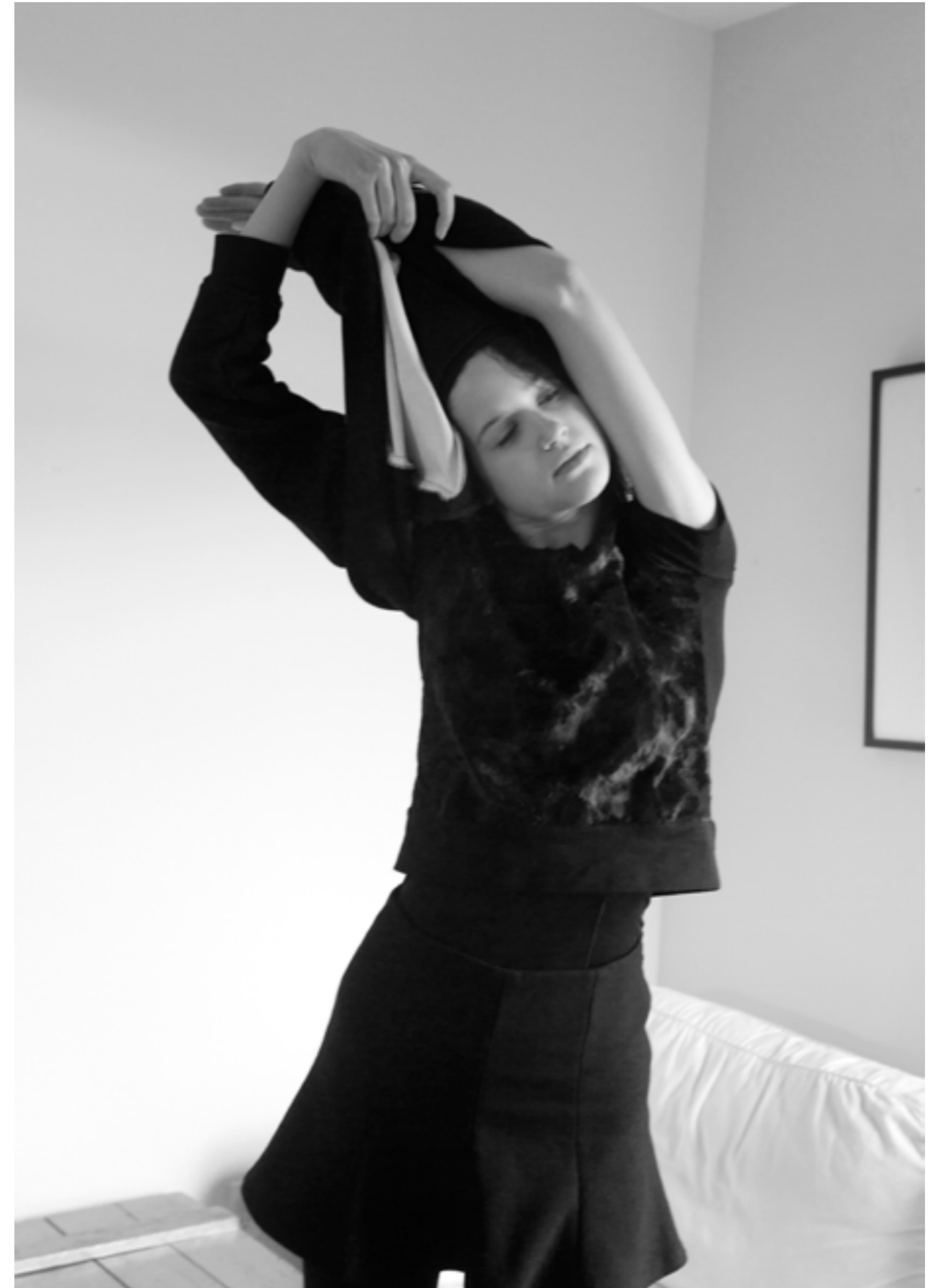
body in red WOLFORD
white top with fur SHARON WAUCHOB

STILLEST
MOMENTS

BY MELODIE JENG

MODELS
KATE KONDAS
@TRUMP
LAURA PFEIFFER
@VM
TAMARA HATLACKI
@FASHION
BOGI SAFRAN
@WOMEN

HUNGARIAN
BEAUTIES,
ALL AROUND
THE WORLD,
CAPTURED
IN THEIR HOMES



KATE KONDAS
7TH FEBRUARY 2014
11:30 AM
NEW YORK



TAMARA HATLACZKI
22ND FEBRUARY 2014
9:40 AM
MILANO



LAURA PFEIFFER
16TH FEBRUARY 2014
4:00 PM
LONDON

BOGI SAFRAN
4TH MARCH 2014
12:00 AM
PARIS



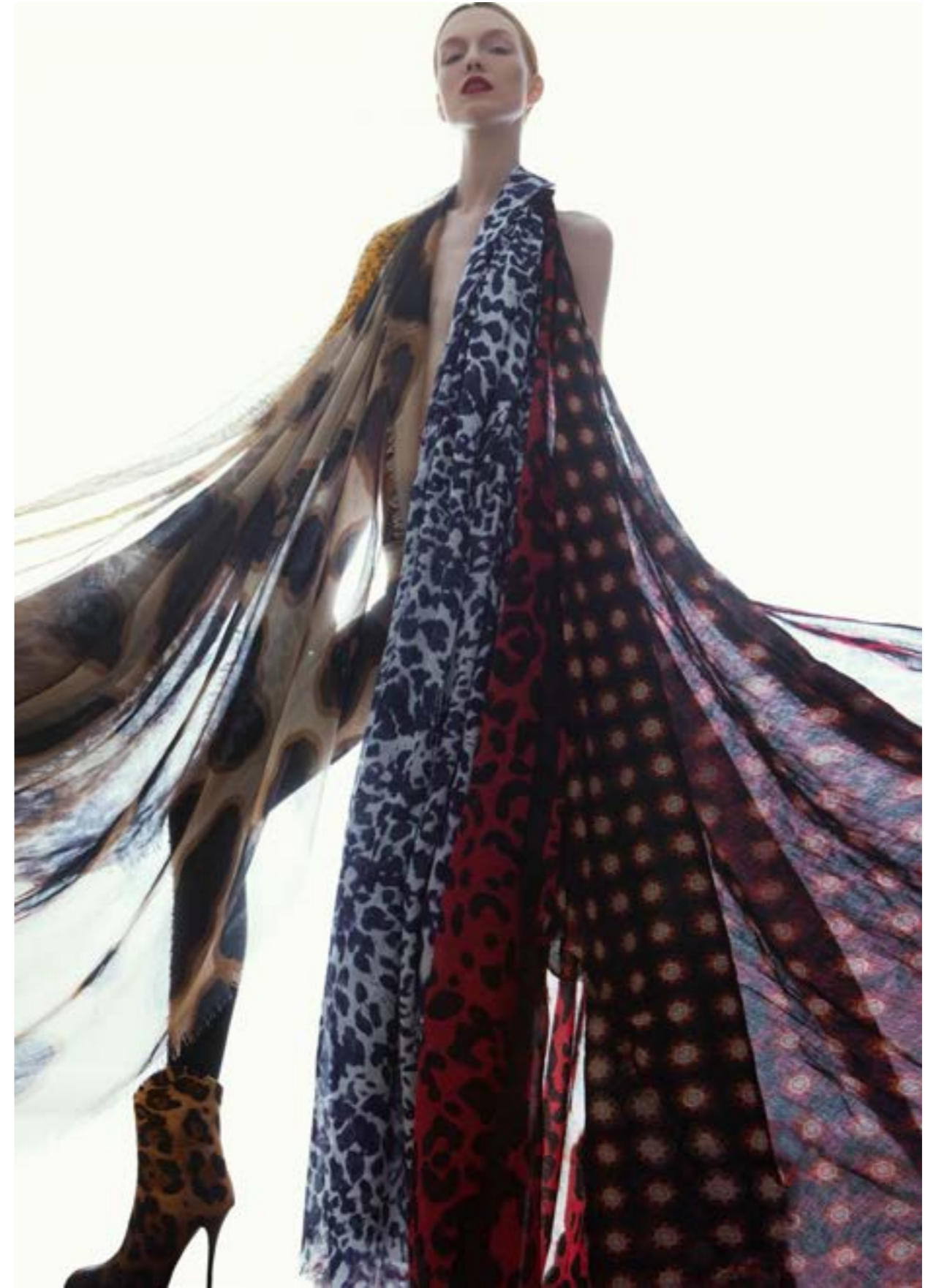
TAKE
THE STAIN

BY OLEG BORISUK

STYLING
HAJNALKA BOGNÁR
@NEAT
MAKE UP
KAROLINA ARPA @VISION
HAIR
RENI KADAR @MOD&CO
MODEL
TIMEA @ELITE

skirt ZARA
shoes PRADA





scarves ZARA
tights WOLFORD
briefs PALMERS



top ZARA





body VINTAGE short KONSANSZKY
tights WOLFORD shoes DOLCE VITA



skirt ZARA
shoes PRADA

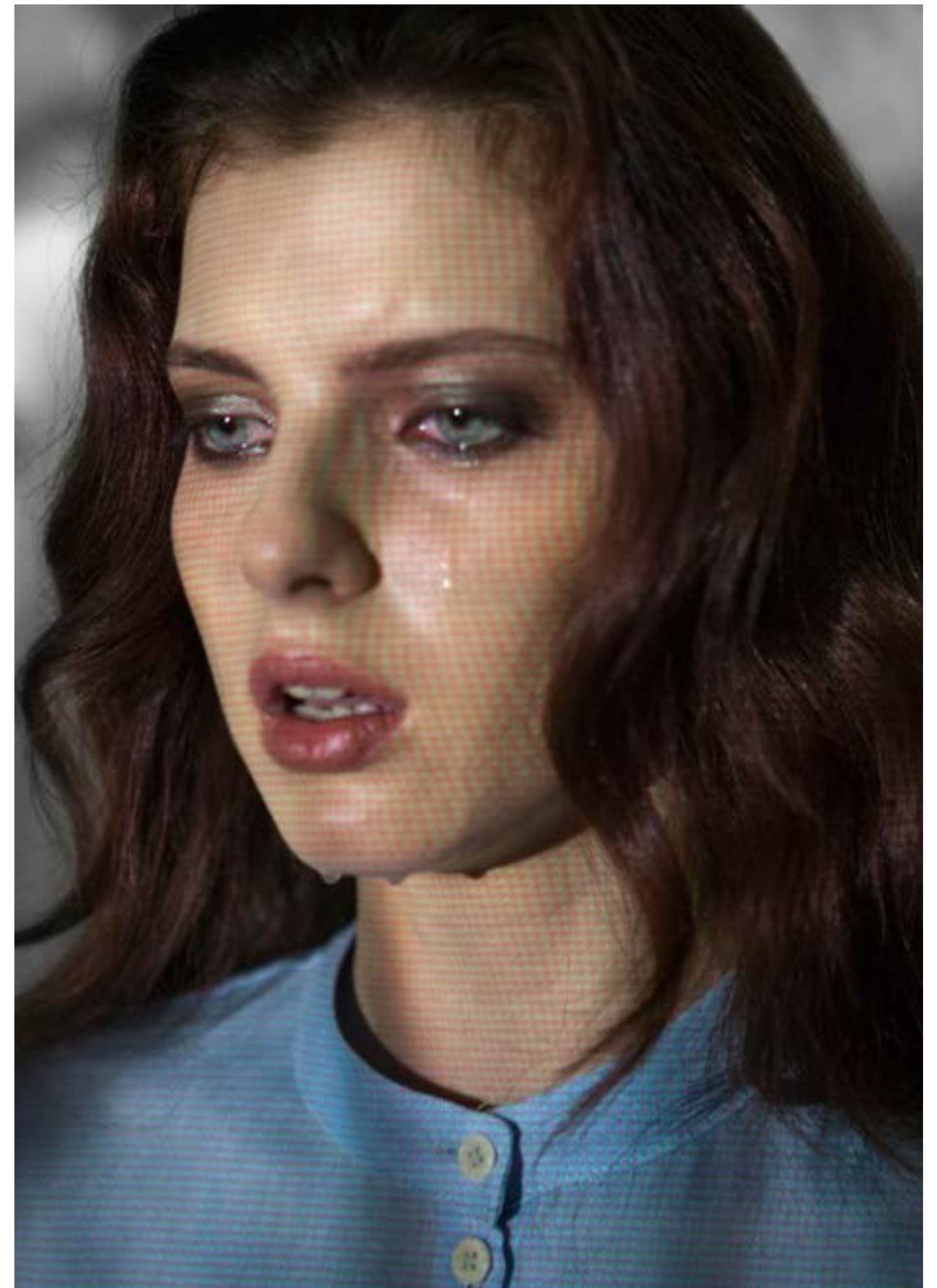


dress H&M
gloves FETISH SHOP

PEOPLE
SAY I'M
BEAUTIFUL

BY AKOS RAJNAI

STYLING
ORSOLYA POPPRE
MAKE UP
DORA KEIZER
HAIR
BALINT ALMASSY
@CLOSE
MODEL
BERNADETT VIDACS
@OUI MANAGEMENT PARIS
PHOTO ASSISTANT
DENES URBAN







dress NUBU



silk pyjamas STYLISTS OWN
silk slippers LA VIDA



shirt NANUSHKA



dress MANIER



skirt and top NORA SARMAN
shirt HUGO BOSS



HERE BELOW

BY KRISTOF TOTH

STYLING/HAIR
BOGLAR BENDIK
MAKE UP
EDINA GASPAR @LANCOME
MODEL
MARKUS GYARMATI @VM





shirt KITIN
shoes DR.MARTENS - Londonport



coat KITIN



coat MEI KAWA



waistcoat, trousers MEI KAWA
shoes DR MARTENS - Londonport



waistcoat MEI KAWA



shirt GALLA
top GALLA

#CLOSEENEMIES

BY WANDA MARTIN

STYLING
KISSMARK
MAKE UP
KAROLINA NESZTELI
HAIR
ZSOLT KRASZNAR
MODELS
CHRISTY, CAMILLA
@ICON
PHOTO ASSISTANT
PANNA DONKA





leather shirt SZPUTNYIK SHOP
scarf KISSMARK



sunglasses
SZPUTNYIK SHOP
jacket KITIN -
The Garden Studio
panties KISSMARK





dress MARIANNA HERRHOFER training jacket, trousers SZPUTNYIK SHOP
coat ARTEP bomber jacket, t-shirt SZPUTNYIK SHOP short LÁTOMÁS



coat KITIN - The Garden Studio cardigan LÁTOMÁS
shirt KITIN - The Garden Studio pants LAURA KONKOLY



t-shirt SZPUTNYIK SHOP
dress MARIANNA HERRHOFER
coat ARTEP



dress MARIANNA HERRHOFER

COGNITION
BY BENCE BAKONYI



COGNITION NO.08.
100 X 125 CM
EDITION 7





COGNITION NO.11.
100 X 125 CM
EDITION 7



COGNITION NO.07.
100 X 125 CM
EDITION 7



COGNITION NO.9.
100 X 125 CM
EDITION 7



COGNITION NO.10.
100 X 125 CM
EDITION 7



K
KEVIN.MURPHY



YOUNG.AGAIN A HAJ FIATALSÁGA

ELLENSÚLYOZZA A HAJ KÁROSODÁSÁT, ÖREGEDÉSÉT.
IMMORTELLE A FIATALSÁG ELIXÍRJE TÁPLÁLJA,
REGENERÁLJA ÉS ÉLETTEL TELIVÉ TESZI A HAJAT.
VÉD A HÓTÓL ÉS A KÖRNYEZETI HATÁSOK ELLEN.



- ♦ *training & development* ♦ *consultancy & bar logistics* ♦
- ♦ *branding & advertising* ♦ *events & catering* ♦
- ♦ *retail* ♦



The Paris Budapest Restaurant awaits its guests with French and Hungarian delicacies in the heart of Budapest. The large windows allow the guests to see the most beautiful sights of the capital, like the Chain Bridge or the Castle of Buda. Due to its unique show kitchen, guests can get closer to the cooking process and on Sundays they can enjoy a family-friendly brunch.

PARIS BUDAPEST RESTAURANT • 1051 APÁCZAI CSERE JÁNOS 19.
RESERVATION@PARISBUDAPEST.HU • TEL: +36 1 235 1230
WWW.PARISBUDAPEST.HU

"A perfect meal for me is not only delicious but also is an artwork which creates emotional harmony wherever you are. Trying something that we don't usually eat is what makes the world of gastronomy so exciting and worth discovering."

Jeremy Clayton
Executive Chef



Gozsdu udvar, Király utca 13. www.facebook.com/EPICwnm



2014
elite
MODEL LOOK
HUNGARY

WWW.ELITEMODELLOOK.COM/HU
WWW.VMMODEL.HU



EU +36 30 903 4329
USA +1 310 663 2428
+1 310 227 2621
E | info@herczegempire.com





1075 BUDAPEST MADÁCH IMRE ÚT 13/14
+36 70 631 8672 | www.facebook.com/pivobarbudapest



B I S Z T R Ó

1074 BUDAPEST DOHÁNY UTCA 12.
+36 949 5219 | www.facebook.com/ikonbisztró | www.ikonbisztró.hu

WWW.PHILOSOPHY-MAGAZINE.COM

FACEBOOK

WWW.FACEBOOK.COM/PHILOSOPHYMAGAZINE

INSTAGRAM

[@PHILOSOPHYMAG](#) [#PHILOSOPHYMAG](#)